2019-03-11

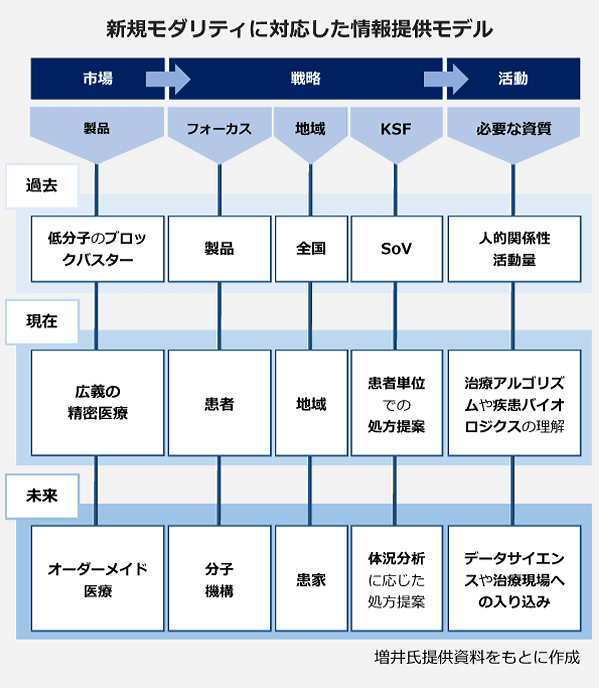
**陳如月**

**MR高度化的要求–改變的製藥公司的銷售&行銷｜形態新時代(I-2)**

**細胞和基因療法**、**核酸藥品…。新形態對製藥公司和藥業會有什麼影響？在此請活躍在健康照護領域的顧問增井慶太（**Keita Masui是Arthur D. Little Japan的主要經理人）**談他的看法**。

這是本系列的第二篇，我們看製藥公司的銷售和行銷將如何隨著新形態的出現而改變。

**銷售&行銷怎樣變化**

由於形態的變化，製藥公司的銷售和行銷發生了怎樣的變化，今後將如何發展呢？大致以「第ㄧ代」、「第二代」、「第三代」思考。

* **重磅藥蓬勃發展的第一代（〜2000年上半年）**

**對應新型態的資訊模式**

第ㄧ代，以生活習慣病領域為中心小分子的重磅藥蓬勃發展的時代。對於製藥公司來說，就像是青春時代，也許是收益最高的時代吧？

**重點**

**全國**

**小分子的**

**重磅藥**

**必要的資質**

在ARB有5 ~6個品項的情況下，營業活動也以提高聲量佔有率(share of voice，簡稱SOV )為重點。此時的MR被要求的是，建立與醫師的關係的能力。在這背後，是確保detailing的數量的世界。

**數據科學和醫療現場的深入**

**治療演算法和疾病生物學的理解**

**應身體狀況的處方建議**

**客製化醫療**

**患者單位的處方建議**

**廣義的精準醫療**

* **個人化醫療開始擴大的第二代（2000年下半年〜）**

從2000年下半年開始，隨著分子標靶藥的上市，廣義的精準醫療開始擴大，稱之為第二代。

由於根據基因變異使用藥物，所以銷售活動的重點也從產品本身轉變為朝向患者。要求提供的資訊是關注個別患者，因此證據和資訊的品質變得更加重要，而不是資訊的量。

MSL (醫藥學術專員Medical Science Liaison，簡稱MSL)這樣的職業崛起了，這也成為潮流。**MR也需要了解治療演算法和疾病生物學**。這是目前的情況。

* **客製化的治療普及的第三代（未來）**

在未來，隨著市場上出現新的形態，製藥公司的銷售和行銷將進入第三代。

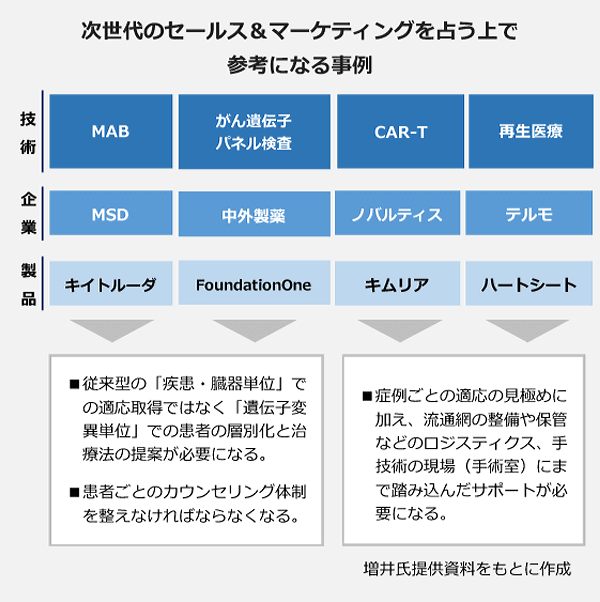
因為它成為一個以更微小的單位為每位患者提供治療的世界，所以**有必要提供客製化的資訊**。走到這裡，營業活動也需要根據對患者體內(分子結構)和身體狀況的理解，提出處方和治療建議。

不僅是治療演算法和疾病生物學，第三代MR也要精通數據科學。使用細胞治療也需要有關製造和物流的知識。根據產品的不同，也會要求**更深入診斷和治療現場的營業活動的風格吧**。

* **從器官到基因，診療科別的區分也瓦解**

**日本**去年年底通過，如果確認高度微衛星不穩定性（MSI-Ｈ），MSD的免疫檢查點抑制劑Kytruda可用於所有實體癌，無論癌症類型如何。並且從今年開始，遺傳基因套組檢查可被健保給付，基因體醫學將成為全面的。也有人指出，在癌症領域，垂直分工的診療科別本身未來可能會瓦解。

一旦針對生物標記或基因變異而不是依器官核准適應症的話，製藥公司不再像現在這樣在診療科別進行銷售和行銷，可能必須**根據治療過程建立資訊提供體制**。



**預測新時代的銷售和行銷**

**參考的例子**

**製藥公司想減少MR**

一方面由於形態的變化使得有必要提供更複雜的資訊，另一方面也發生了讓藥業和醫療機構和醫師之間不恰當關係的事件，近年來，MR和醫師坦率地交換資訊變得極為困難。

* 弄清楚個別病例的適應症之外，也必須深入物流網的整備和保管等的後勤、手術室現場的支援。
* **不是傳統以「疾病和器官單位」取得的適應症，必須以「基因變異單位」，依患者的分層做治療建議。**
* **必須調整為個別患者諮詢體制。**

**HeartSheet**

**Kymriah**

**Keytruda**

**Terumo**

**Novartis**

再生醫療

**癌症基因套組**

**檢查**

合規是一個主要的議題，MR的角色可說被侷限在「推廣正確使用」。另一方面，MRㄧ人ㄧ年的費用平均為2000～3000萬日圓。我們必須認真看待，**口頭提供可以用紙質材料或數位媒體完成的資訊是否值得**。

**傳統的MR在10年後不存在**

老實說，產品名稱和作用機轉、競爭品、證據等重複喃喃自語般的傳統MR在10年後將不存在。事實上，在與包括日本國產企業在內的製藥公司管理團隊交談時，增井顧問感受到**「必須減少(傳統型的)MR」這樣的動力**。即便是銷售出身的總裁。

但是，即使MR的減少是不可避免的，但毫無疑問，需要具備醫療和科學方面的高級知識和諮詢能力的人才。除非仔細解釋，否則忙碌的醫師無法完全理解由新技術創造的新形態產品。透過人們進行資訊提供和收集的活動不可能被淘汰。

不知道是由商業部門 (如MR、行銷者等)主導，還是由醫療部門(MSL等)主導，不過，對**擁有這種科學知識的人們的市場需求的擴大是顯而易見的**。也可以說世界將因自我提升和技能提升的努力而獲得回報。所以你不必過於悲觀。如果年收入增加和職業發展機會到來的話，應該也能積極地把握吧。

(取材自AnswersNews)

–待續–