2020-06-22

**陳如月**

**30多歲年收入1000萬日元的MR的苦惱…過於殘酷的現實**

**新冠肺炎之禍的追擊**

30多歲年收入1000萬日元不足為奇。製藥企業的MR（藥品資訊負責人）是經常在高收入排行榜上名列前茅的專業職種。但是，最近就業焦慮正在蔓延。

在日本，隨著對MR業務的公共監督的加強，其所屬製藥企業的商業模式發生急劇變化。此外，緊接著受到新冠病毒感染蔓延的追擊，活動的場所急速縮小。日本國內的MR總人數在2013年達到約65,752人的高峰值，然後開始下降，到2018年降至59,900人。如果業務的遠距化在未來進一步進展，減少的趨勢將加速。有沒有見過穿著西裝（或是OL裝扮）拿著公事包的人站在醫院或診所的診間前呢？如果不是病人，那個人可能是MR。他正等著和醫師見面。對於製藥公司來說，MR是連接到作為使用者的醫院和藥局的重要管道。然而，MR不僅僅是一個銷售人員，也有強烈的公眾色彩。雖然不是國家資格證書，但與藥業團體截然不同的公益財團法人MR認證中心營運著資格制度，只對接受規定的研修、考試合格者才能獲得「MR認證證書」。基本上，只有持有此認證證書的人才能自稱「MR」。

**雖然工作提升…**

**日本**MR的定義是由厚生勞動省的法令(医薬品安全管理基準)這樣規定的。「為了有助於處方藥的正確使用而拜訪醫療相關人員，以收集並提供安全管理資訊為主要業務的人員。」雖然有些拐彎抹角，但重點是「為了能夠正確使用處方藥，向醫師和藥師提供資訊，如果有副作用的話，就好好收集這些資訊並告知大家的人。」處方藥是生命相關商品，與人的生死、健康直接相關，因此厚生勞動省在法令中定義業務，經常關注企業的行動。隨著科學、化學、生命科學的發展，近年來出現的醫療藥品的作用機轉和療效越來越複雜，醫師和藥師很難僅靠文獻收集資訊。從這個意義上來說，MR這個職業的重要性越來越高。但是，MR還是股份公司的一名員工。不是無償為社會服務的志願者。必須透過提供資訊，儘可能連結到公司產品的採用。MR經常被問到，即如何平衡「提供資訊」和公司產品的「擴大銷售」這兩個使命。那樣的MR，如上所述，以前營業人員的色彩很濃。從第二次世界大戰後到1990年初，MR被稱為『propa』，主要業務是向醫療機構推廣其產品。

**MR激增的原委**

你可能無法從當前活躍的MR想像到這一點，但是在那時，「買一盒奉送一盒」的過度附贈銷售、每晚重複的高檔餐廳和俱樂部的盛宴、假日的高爾夫和旅行的招待等，超出常規的活動非常普遍，這屢屢遭到社會的批評。因此，隨著1991年《反壟斷法》的修訂，與醫療機構的議價由藥品批發商進行，如果製藥公司將產品銷售給藥品批發商後就不再觸及醫療機構和藥品批發商進行的議價。此外，接受國際趨勢，將propa這個稱呼改為『MR』（Medical Representatives）。分離議價，轉為純粹致力於提供、收集資訊的專業人員。但是，製藥公司以放棄價格協商和過度的招待為代價，制定新的策略。為了獲得醫師的處方，增加MR，並增加拜訪醫療機構的頻率。這一策略被稱為「聲量佔有率，share of voice」，是基於「如果提高拜訪醫療機構的頻率的話，馬上就能擴大銷售額（市佔率）」的理論。事實上，直到幾年前，高血壓、高血脂和糖尿病藥物在專利保護下形成了大市場，雖說是新藥，但多半具有類似的作用機轉和類似的療效，很多時候，拜訪醫療機構的次數越多，公司產品的銷售額就越高。

**終於行政介入**

由於各公司都不斷增加MR，日本國內MR總人數不斷上升。2002年新增到5萬人，2010年突破6萬人，2013年增加到6萬5752人。當時，日本的醫師總人數約為29萬人，因此，在1位MR對應5位醫師的狀態下，經常招致「日本的MR太多」和「MR的人事費用推高醫療費用」等批評。最近財務省在其轄下的審議會上，連續在2017年10月和2019年4月兩次發布主旨為「日本製藥企業的宣傳費用和營業費用比例比海外企業高」的資料，引起人們對MR總人數的關注。在提高對醫療機構的訪問頻率，展開過度競爭的過程中，發現了一些問題事例，如暗示一些尚未被核准的適應症、用的Power Point只凸顯對公司產品有利的數據。對此高度重視的厚生勞動省制定了MR提供資訊的規範，並於2019年4月開始實施。藥業一直以來都是制定自主基準，自律的，但是「這樣太寬鬆了」，厚勞省終於介入了。最終，接受涵蓋各項瑣事的行政指導。製藥公司開發的新藥也正在從與生活習慣相關的疾病（例如高血壓、高血脂和糖尿病）轉移到癌症和罕見疾病等。這樣一來，MR不再是算人頭數，變成需要的是提供更專業、更準確資訊的情況。醫療機構的拜訪限制也越來越嚴格，越來越多的地方規定只有星期幾、僅限於提前預約或請求的情况下。

## 「充滿不安感」

重視人海戰術的「聲量佔有率」已經失去效力，已成為過去式。也有這樣的情况，製藥企業各公司最近幾年，向希望退休者提供增加退休金的提前退休優惠制度，以及減少新員工的招聘來減少MR的數量。在2013年達到約66,000人的峰值之後，每年減少近1,000人，2018年為59,900人。未來一段時間也可能會以千人或數千人單位減少。由於新冠肺炎之禍，整個公司都實施遠距工作，也盡量減少MR對醫療機構的拜訪。一些公司已經建立系統環境，從直接面訪切換到遠距面訪。某企業幹部表示，「MR的直接面訪確實减少了。因此，對此感到困擾的醫師並不多」，以此為契機，我們準備立即推動資訊提供的數位化和遠端化。也就是說，MR需要提高跟上潮流的技能。雖然也有將這種狀況視為「千載難逢的機會」而不斷磨練自己的MR，但也有很多MR躊躇，不知如何是好。調到總公司內勤的某大公司前MR主管認真的說：「每個人都在努力工作，但前景不明朗，充滿不安感。」這應該是各製藥公司的經營管理層建立和分享未來需要的MR圖象和適當人數的時候。在看不到目標的情況下，是不可能全面衝刺的。由於新冠肺炎之禍造成的嚴峻經濟不景氣，使日本的就業環境急速惡化，而高收入職業的MR也迎來了淘汰的時代。

(取材自Gendai Business)

–End–