2022-06-06

**譯者**．**陳如月**

**日本Mix・MR人數調查2022年版 MR人數比前一年減少6.6%**

日本Mix編輯部進行的「ＭＲ人數調査2022年版」發現，在過去的一年裡，MR減少了2000多人。2019年、2020年連續兩年減少2000人以上，2021年减少1000人左右，但2022年再次大幅减少。新冠疫情已經過去2年，實體＋遠距的混成型销售已經固定下來。此外，還需要整合MR、網路研討會、企業網站、第三方等客户的接觸點，進行全面接近客戶的全通路活動。此次，向多家企業詢問，有很多人說除了基於with/after疫情重新建構營業體制之外，也有不少人已經轉換為內勤職位。這被認為是應對顧客收集資訊渠道多樣化的舉措。

Mix編輯部每年都會調查和匯編截至原則上4月1日的MR人數（包括應屆畢業生入社的 MR）。從2022年調查的56家有效應答公司中，與2021年調查可比較的54家公司的MR人數來看，2022年的MR人數為30,189人，比前一年減少2126人 (减少6.6%)。不過，被認為在2021年徵求提前退休人員的Novartis「未公開」，實際裁員人數和比例可能更大。

**◎ 7家公司減少100人**

從不同企業來看，2022年的MR人數比前一年減少的有41家。其中，減少100人以上的有Astellas（減少500人）、日本Eli Lilly（減少200人）、GSK（減少200人）、Shionogi（減少150人）、EA Pharma（減少129人）、Daiichi Sankyo（減少100人）、Mitsubishi Tanabe（減少100人）— 7家公司。

**◎ Astellas和EA Pharma 徵求提前退休人員**

在Mix的採訪中，7家公司中的Astellas和EA pharma在2021年度**徵求提前退休人員**。Astellas的MR人數從1700人(2021年) →1200人（2022年），比前一年減少29%。應對以疫情為契機的MR和顧客面談方法的變化，以及伴隨著數位溝通的滲透這一事業環境的變化，為了朝向最適合的員工人數而徵求提前退休人員。

EA pharma在同一期間從351人→222人、減少37%，減少比例是所有公司中最大的。EA Pharma 表示，「在重新評估營業體制的過程中，MR人數也在變動。同時，實施了特別的轉進支援制度（＝自願退休人員的招募)」。未揭露招募人數和對象年齡等細節。

**◎ 「策略性配置轉換」到MR支援和營業企劃等**

其他5家公司在過去一年沒有徵求提前退休人員。日本Eli Lilly表示，MR人員減少是「討論如何向客戶提供必要資訊的結果」，說明是因配置轉換等因素造成的自然減少。GSK拒絕對此作一般性評論，但評論說，「正在根據業務情況不斷優化組織。」另外，GSK從本次起揭露的MR人數排除約聘MR，這也是人員減少的另一個理由。Shionogi表示，考慮到疫情中MR的活動量和醫師收集資訊方法的數位化，「這是考慮到今後的營業體制的結果」等，「策略性地配置轉換到MR支援、營業企劃、醫學事務等。」

Daiichi Sankyo是這次唯一保持2000人大關的公司，但減少了100人。其原因是「屆齡退休和配置轉換導致的自然減少外，招募應屆畢業生MR也有所減少。」2022年的應屆畢業生MR為10人，比前一年減少21人。Mitsubishi Tanabe表示：「沒有徵求**提前退休人員**。沒有揭露人員減少原因的細節。」

**◎ 4家公司減少50～99人**

MR減少**50～99人的有Kaken**（減少73人）、Meiji Seika（減少52人）、Taisho（減少51人）、和Kyowa Kirin（減少50人）— 4家公司。

**◎ 3家公司增加10人以上。Eisai「重新評估營業組織內的非MR人數，策略性地增加MR人數」**

另一方面，增加1位或多位MR的公司有5家，其中3家增加10人以上：Maruho（增加40人）、Eisai（增加21人）和Nipro（增加13人）。Maruho恢復到2020年以前的500人水準的體制。Eisai表示：「重新評估營業組織內的非MR (KAM和Human Health Care Area Coordinator) 成員的人數，策略性地增加MR人數。」並解釋說，增加與區域合作、腫瘤、免疫相關MR人數。

**◎從「ＭＲ人數調査2022年版」解讀，思考在「少數精英時代」能發揮積極作用的MR**

經歷新冠疫情的MR活動發生了變化。數位與真實MR的「混成型」早已為人所知，但從本次調查結果中也發現，在新冠疫情前後，MR的考核和工作方式都面臨新的挑戰。

有10家公司推出「Online全職MR」。數位投入和跟隨角色的MR，在新冠疫情的2年無疑改變了藥業業務的基礎。甚至在新冠疫情之前，關於「數位×ＭＲ」的討論就引起人們的關注，但整合數位和MR活動並不容易。然而，這次的疫情不僅封印真實的MR活動，還被迫從不習慣的線上面訪、觀看數位內容後的跟進等此前擅長的「Push型」，半強迫轉變為「Pull型」的活動。隨著疫情進入第3年，不去醫院拜訪的要求逐漸鬆綁，MR能夠進行他們曾經的真實拜訪。然而，毫無疑問，透過利用在新冠疫情獲得的經驗，許多公司正在加緊努力尋找新的方法，提高MR的生產力。

另外，這次調查結果顯示，50家公司中有38家公司 (回答總數的76%)合併重組營業據點(支店和營業所)。醫療環境的變化和產品組合帶來的營業體制的調整，再加上新冠疫情進行MR活動的「e武装」也是很大的原因。隨著MR工作方式的改變，「工作場所 (workplace)」的變革也隨之擴大，特別是在外資企業。工作方式的靈活性也導致多元性中的多樣性。除此之外，還可以看到生產力的提高

(資料來源：MixOnline)