「MR活動における透明性ガイドラインと公競規見直しのインパクト」を販売開始

報道関係者各位

平成２３年１０月１１日
株式会社クロス・マーケティング
（東証マザーズ 3629）

「MR活動における透明性ガイドラインと公競規見直しのインパクト」
を販売開始

～医療機関の利益相反マネジメントと今後の情報公開方針を探る～

■■ 要約 ■■

マーケティングリサーチを行う株式会社クロス・マーケティング（代表取締役社長 五十嵐幹 東京都中央区）は、エレクトロニクス・ITと医薬・医療・バイオ分野を中心に様々な調査を行っている株式会社シード・プランニング（代表取締役 梅田佳夫 東京都台東区）が提供する「MR活動における透明性ガイドラインと公競規見直しのインパクト」を販売開始しました。

詳細URL：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=678

■■ 商品概要 ■■

◇医療機関の利益相反マネジメントと今後の情報公開方針を探る。
◇勤務医は個人収入の開示に応じるのか？
◇MR活動への影響と今後の営業戦略は？

<業界背景>
・製薬協が策定した「透明性ガイドライン」により、製薬企業から医師への資金提供は、医師の個人名と金額が公開されることになった。

・米国では2010年3月 に「サンシャイン条項」と呼ばれる情報公開法が議会を通過し、医師に支払った金額を既に公開している製薬企業もある。

・公正競争規約（公競規）も見直され、医師への接待基準が明確になった。二次会、ゴルフ、カラオケは禁止に。

■■ 調査方法 ■■

医療機関にアンケート（16機関）
病院勤務医にもインターネット調査（100名）

■■ 資料目次 ■■

調査概要
総括 （営業戦略の将来展望）

I 医療機関・医師の利益相反マネジメント
1 米国の情報公開
（1）情報公開が求められる背景
（2）サンシャイン条項
（3）サンシャイン条項の公開基準について
2 日本における利益相反マネジメントの現状
（1）利益相反マネジメントが求められる背景
（2）利益相反（COI）委員会の設置状況
（3）利益相反ポリシー（指針）の策定状況
（4）病院勤務医の個人収入の管理状況

II 透明性ガイドラインと公競規見直しのインパクト
1 透明性ガイドラインへの理解
（1）透明性ガイドラインとは
（2）透明性ガイドラインの認知状況
2 医療機関・医師による情報公開の方針
（1）医療機関による情報公開の同意方法
（2）医療機関による情報公開の了承範囲
（3）医療機関による今後の勤務医の個人収入管理
（4）医療機関による医師以外の職員の情報公開
（5）医療機関による自主的な情報公開
（6）病院勤務医の個人収入の状況
（7）情報公開に対する病院勤務医の見解
（8）病院勤務医による今後の個人収入の管理
（9）資金提供減少の可能性
（10）透明性ガイドラインに基づく情報公開の利点・欠点
3 医療機関・医師が製薬企業に求める対応
（1）情報公開によって医療機関に生じる課題と製薬企業に求める対応
（2）情報公開によって生じる病院勤務医自身の課題と製薬企業に求める対応
（3）ガイドラインを遵守しない製薬企業に対する印象
4 公競規見直し
5 今後のMR活動
（1）情報公開と公競規見直し後の製薬企業との付き合いについての見解
（2）情報公開と公競規見直し後のMRとの付き合い
6 ジェネリック医薬品普及への影響

III 医療機関対象緊急アンケート結果
アンケート票
添付資料

設問別、全回答内容

IV 病院勤務医対象緊急インターネット調査集計結果

質問票
添付資料（1）
添付資料（2）
設問別、集計結果

【図表目次】
表1 サンシャイン条項の概要
表2 妥当と思われる公開基準額、回答医療機関数
表3 勤務医の個人収入の管理状況
表4 透明性ガイドラインが会員各社に求める事項
表5 透明性ガイドラインに基づく情報公開の対象項目
表6 医療機関による情報公開の同意方法
表7 医療機関による情報公開の了承範囲
表8 開示方針に反対する職員がいた場合の対処法
表9 勤務医別に情報開示の了承を得る必要性
表10 今後の勤務医の個人収入管理
表11 医師以外の職員の情報公開
表12 医療機関による自主的な情報公開
表13 病院勤務医の個人収入別、業務引き受け数
表14 情報公開を拒否した場合の業務依頼減少についての見解
表15 透明性ガイドラインに基づく情報公開の最大の利点
表16 透明性ガイドラインに基づく情報公開の最大の欠点
表17 情報公開によって病院勤務医自身が困る点と製薬企業に求める対応
表18 第三者機関を迂回しての資金提供についての見解
表19 透明性ガイドラインを遵守しない製薬企業への印象

図1 ゲルシンガー事件における利益相反
図2 「10ドル」についての見解、回答医師割合
図3 公開基準として妥当な金額、回答医師数
図4 臨床試験実施機関における手続の流れ
図5 大学病院における利益相反委員会の設置状況、回答医師数
図6 大学病院における利益相反ポリシーの策定状況、回答医師数
図7 製薬企業から個人的に受領した金品の病院への報告義務、回答医師割合
図8 病院勤務医が個人的に受領した金品を報告する際の規準、回答医師数
図9 病院勤務医が個人的に受領した金品を報告した際の監査システム、回答医師数
図10 病院勤務医が個人的に受領してもよい金品の上限・基準、回答医師数
図11 病院勤務医における透明性ガイドラインの認知状況、回答医師割合
図12 奨学寄附金の情報開示についての見解、回答医師割合
図13 勤務医が個人的に受領した講師謝金等の情報開示についての見解、回答医師割合
図14 自身の情報開示方針が勤務先と異なった場合の対処、回答医師割合
図15 今後の個人収入の管理についての要望、回答医師割合
図16 製薬企業からの業務引き受け予定、回答医師割合
図17 情報公開と公競規見直し後のMRとの付き合い、回答医師数（複数回答）
図18 情報公開と公競規見直し後に増える情報入手経路、回答医師数（複数回答）

図19 日本全体における今後のジェネリック医薬品への切り替え、回答医師割合

■■ 商品詳細 ■■

商 品 名：MR活動における透明性ガイドラインと公競規見直しのインパクト
発 刊 日：2011年8月30日
発 行：株式会社シード・プランニング
販 売：株式会社クロス・マーケティング
判 型：A4版 ／139ページ
頒 価：
■製本版 189,000円（本体価格180,000円＋消費税 9,000円）

※別途送料500円
詳細URL：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=678

【お申し込み方法】
上記URLよりお申し込みください。

【お支払い方法】
法人様・・銀行振込みの後払いとなります。
商品と同封、または別送にて請求書と納品書をお送りいたしますので、振込み期日までに指定口座へお振込みください。

個人様・・銀行振込みの前払いとなります。
お申し込み後に請求書をお送りいたします。
ご入金が確認されましてから、商品を発送いたします。

■■株式会社クロス・マーケティングについて■■

株式会社クロス・マーケティングは、国内130万人超の大規模モニターを軸に、生活者の「生」の声を主にインターネットを活用して収集するマーケティングリサーチ会社です。
生活者の嗜好の多様化や、商品サイクルの短期化に対応するため、ネットリサーチの優位性である「スピード」「コスト」に加え、「品質」を最大限に重視したリサーチサービスを展開しています。
調査企画から設計、実査、集計・分析レポートまで、マーケティングリサーチに関するあらゆるサービスをトータルにサポートいたします。

■■株式会社クロス・マーケティング会社概要■■

名称：株式会社クロス・マーケティング
本社所在地：東京都中央区銀座8丁目15番2号銀座COMビル6Ｆ
代表者：代表取締役社長 五十嵐 幹
設立：2003年4月

URL：http://www.cross-m.co.jp/

■■ 本件に関するお問い合わせ先 ■■

株式会社クロス・マーケティング
Cross Shop 販売窓口担当
Tel：03-3549-1319
Fax：03-5565-5458
Mail：cs-info@cross-m.co.jp
Facebook：http://www.facebook.com/pages/Cross-Shop/164004066984033
twitter：http://twitter.com/cross_CS

Generated by ぷれりりプレスリリース
https://www.prerele.com