「医師による医療情報入手の動向 2012」を販売開始

報道関係者各位

平成２４年２月６日
株式会社クロス・マーケティング
（東証マザーズ 3629）

「医師による医療情報入手の動向 2012」を販売開始

～医師webアンケート調査～

■■ 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 東京都文京区）が提供する「医師による医療情報入手の動向 2012」を販売開始しました。

詳細URL：http://www.cross-shop.jp/shop/goods/$/id/8584/

■■ 商品概要 ■■

□ｅディテールの活性化により、今後、医師がMRに期待する役割とは？

□iPadなどのタブレット端末を用いたMR活動、SNSなどの新しいメディア環境が与える変化とそのインパクトとは？

□医師の属性別（GP／HP、年代別）の情報入手行動を集計・分析。

ITツールの普及やSNSなどの新しいメディアの登場により、医師を取り巻く情報入手環境は、急速に変化しております。
これにともない、製薬企業の情報提供活動も変化を求められています。
どのような情報を、どのようなチャネルを使って提供すればよいかということが、製薬企業に問われるようになってきております。

シード･プランニングはこれまで、『2006年版 医師によるウェブサイトの利用実態と今後の方向性』 『2008年版 医師による医療情報入手経路の現状と今後の方向性』といった調査レポートの発刊を通し、医師の情報入手経路がどの様に変化してきたかについて調査研究を重ねて参りました。

本調査では、製薬会社が現在IT化に向けた取り組みの現状と課題を踏まえ、

その解を導き出すことを志向した医師へのWebアンケート調査を実施いたしました。

その結果、医師による医療情報入手方法がどのように変化したかを過去のデータからの推移で示しつつ、MRのディテーリング用ITツールや、製薬企業のeディテールに対する医師の評価やニーズを把握し、医師が望む医療情報取得方法を明らかにすることを目的としています。本資料が、製薬企業の営業戦略立案や、医師向け情報提供ITビジネスの企画立案などのお役に立てれば幸いです。

■■ 調査概要 ■■

調査方法および調査対象調査方法 ： インターネット調査

調査対象 ： 弊社のウェブ会員登録医師 620人（全国、HP・GP）

調査期間 ： 2011年7月 ～8月

調査項目：

1. 総合分析
2. 医療情報入手の現状
3. 医療情報の情報源の評価
4. MRディテールとIT機器利活用に関する評価
5. 製薬企業ウェブサイトの評価・インターネット講演会
6. 製薬企業のディテール活動の総合評価
7. SNSサービス利用状況
8. 医療情報入手の今後
9. MRに期待する役割、製薬企業による情報提供

■■ 資料目次 ■■

I.調査概要

II.分析
1. 医療情報源の利用度と処方への影響度
2. デジタル端末による情報入手
3. MR
4. 製薬企業ウェブサイト
5. デジタル機器利用によるMRディテーリング
6. SNS
7. 今後の医療情報入手
8. 年代別でみた医療情報入手行動

III.調査結果
1. 回答医師のプロフィール

1-1 HP医師の所属診療科
1-2 HP医師勤務施設のDPC導入状況
1-3 HP医師勤務施設のMR訪問規制の状況
1-4 医師の年代
1-5 勤務施設内の通信環境
2. 医療情報入手の現状
2-1 医療情報の情報源
2-2 医療情報の種類(11項目) 別 情報源
2-3 使用デジタル機器の種類と利用目的
2-4 デジタル機器を利用した医療情報源
3. 医療情報の情報源の評価
3-1 情報源評価 処方影響度
4. MRディテールとIT機器利活用に関する評価
4-1 訪問回数が多い企業上位（スコア）
4-2 デジタル機器利用MRディテールを受けた経験 最近1年
4-3 デジタル機器利用MRディテールを受けた経験、評価
4-4 タブレット端末利用MRディテール 受けた情報種類
4-5 デジタル機器利用有無の好み
4-6 端末利用MRディテール メリット
4-7 端末利用MRディテール デメリット
4-8 MRのデジタル機器リテラシーとディテールの質の関連性
4-9 タブレット端末利用MRディテールの上手い企業具体例
5. 製薬企業ウェブサイト
5-1 よく利用するウェブサイト企業名
5-2 会員登録状況
5-3 よく利用する企業ウェブサイト 利用頻度
5-4 各サイトの満足点・不満点
5-5 製薬企業ウェブサイトに求めること
5-6 インターネット講演会
5-7 会場式講演会がなくなってほしくない理由
6. 製薬企業のディテール活動の総合評価
6-1 MRディテールとeディテールの使いわけがうまい製薬企業の有無
6-2 MRディテールとeディテールの使いわけがうまい製薬企業名と理由
7. SNSサービス利用状況
7-1 各SNS利用状況
7-2 SNSでの友人関係・医療情報交換
7-3 SNSで交換する医療情報種類
8. 医療情報入手の今後
8-1 MRの必要性
8-2 MRが必要な理由
8-3 医療情報種類(11項目) 別 世の中からMRとMSがいなくなった場合の情報源
9. MRに期待する役割、製薬企業による情報提供について
9-1 MRに期待する役割、製薬企業による情報提供へのご意見・ご要望

IV.集計データ（年代別、診療科別）

■■ 商品詳細 ■■

商 品 名：医師による医療情報入手の動向 2012
発 刊 日：2011年12月27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 / 223ページ
頒 価：
■製本版 ： 189,000円（本体価格180,000円、消費税 9,000円）
■製本＋PDF ： 241,500円（本体価格230,000円、消費税11,500円）
■製本＋ローデータ(エクセル)
： 504,000円（本体価格 480,000、消費税24,000円）

※別途送料500円

詳細URL：http://www.cross-shop.jp/shop/goods/$/id/8584/

【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150万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：03-5565-1555
Mail：cs-info@cross-m.co.jp
Facebook：http://www.facebook.com/crossshop.jp
twitter：http://twitter.com/cross_CS

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