

# eブック1/3：ポストCOVID-19の日本の製薬業界 検討すべき3つの重要な変化領域



日本の製薬会社は、新たな市場戦略において重要な局面を迎えています

その状況は COVID-19 によって、さらに深刻さ（複雑さ）を増しています

状況を打開していくためには、日本のチームがクライアントとのさらなる関係作りに取り組んでいく必要があります。

変革に対する3つの重要な課題に  
どのように取り組んでいますか？



医師への従来型アプローチが変わろうとしています。どのように取り組む必要がありますか？



現在のブランド戦略は  
COVID-19の終息後を見据えていますか？



「差別化された価値」を生み出すには、どのようなチーム作りが必要ですか？

## 伝統的な市場開拓アプローチは、日本の医薬品販売が主流です

日本の製薬会社は、3つの主要な理念に基づいて、製品の商品化に取り組み繁栄してきました。

- 主に医師のニーズに焦点を絞る
- 強固で長期的な関係性
- サービス・製品・納品の質

しかしながら、このような従来型の戦略にほころびが出始めており、日本の製薬業界全体が検討を迫られています。

「従来型のプロモーションを通じて、製品の販売促進を積極的に加速させるべきだろうか？」

それとも顧客の新たな解決策として自社製品を位置づけするように移行していくべきだろうか？」

## 顧客との新たな関係性への取り組みは、COVID-19の前から徐々に行われています

日本での顧客ニーズの変化  
顧客エンゲージメントの傾向（COVID-19発生以前）

- 1対1での医師とのやりとり
- 慣習で変化がほとんどない
- 都道府県の役割の増大や統合されたケアの経路
- MRs は リソースとして十分活用されていない
- MRと医師とのやり取りに対する政府による制約
- 医師以外のステークホルダーの影響力



パンデミック後の病院では、従来型のシステムに変化の兆しが見えています。

COVID-19は変化を加速させ、新たな課題を提示しています。

1. 病院システムが非常に大きな圧力とストレスにさらされているため、医療従事者とのコミュニケーションが取りづらい状況にある

3. バーチャルギャップ。より多くの製品を売り込むために、デジタルチャンネルに頼りすぎることは、現在またはポストCOVID-19の世界ではもうすでに通用しません。

2. 広範囲な健康システムに対するニーズ。より広範囲なHCエコシステムの完全なニーズ（およびその解決策の可能性）をより詳細に理解することが求められています。しかしほとんどの製薬関連組織はこれに対応する準備ができていません。

4. 価値はどこにあるのか？HCPが他の手段で製品情報を得ているなか、日本における価値の創造は新しいソースとステークホルダーのニーズに対するより深く広範囲の理解から生まれなければなりません。

# ポストCOVID-19の時代に価値をもたらす 変化を進んで受け入れる、日本の製薬会社にとって大きなチャンス

## エコシステム主導の変化



ヘルスケアエコシステムの連携団体とステークホルダーは、共同のニーズで日本全体で意思決定を導く力となる傾向が高まっています。すでに様々なステークホルダーが意思決定に関与するようになっており、彼らが管理するアカウントやシステムへの影響が高まっています。

**製薬会社は正しいアプローチ、プロセス、能力、リソースで取り組む方法を理解する必要があります。**

## 一步下がって、前進



医師の世界も急速に変わり続けています。一步下がって、医師の新しい問題、課題、ニーズ、および意思決定に関わるようになった広範囲のステークホルダーを理解することで、成功を導く市場開拓戦略のヒントとなる知見が得られます。

**現状をこういった新しいステークホルダーに対応し、より顧客との強固で長期的な関係を生み出すための、製薬会社にできることはたくさんあります。**

## 価値による差別化



日本の今日のヘルスケア市場では、製品とブランドはもはや唯一の価値の源ではありません。現在、複数のステークホルダーと信頼を築くうえでソリューションに基づいた考え方が、皆さんのチームが顧客の視点から見た差別化された価値を開発するうえで最も近道になります。

**製薬会社にとって、新しい価値の連続と足並みを揃えるべき時です。**

パンデミックから浮き上がるには...  
日本の製薬会社は進んで変化を受け入れます

CLARITYがお手伝いします

真の差別化された価値をお届け  
するべく、ヘルスケア・プログラ  
ムや専門知識についてトータル  
サポートします。



**Chris Deren**  
CEO  
cderen@clarityes1.com



**Warren Arbuckle**  
シニアコンサルタント  
info@clarityes1.com



近日公開! 貴社の医師向けにとどまらない  
ブランド戦略はポストCOVID-19と歩調が合  
っていますか?