

2006年（平成18年）10月16日

株式会社大広

株式会社イービーエムズ

製薬企業のエリアマーケティングをサポート

疾患啓発プログラム「メディステーション」

株式会社大広（社長：高野 功）（以下大広）と株式会社イービーエムズ（社長：加藤和彦）（以下イービーエムズ）は、このたび製薬企業様における医療用医薬品のエリアマーケティングをサポートする疾患啓発プログラム「メディステーション」を開発いたしましたのでお知らせいたします。

大広は昨年12月、これまでの実績とノウハウを集約し、製薬企業様における医療用医薬品関連の製品マーケティング及びコミュニケーション活動をサポートする統合型ワンストップソリューションの提供を目的に、社内横断プロジェクト「大広メディカル・マーケティングラボ」を設置、活動してまいりました。

今回その一環として、イービーエムズの協力を得て、「メディステーション」を開発、実行体制を整えました。

大広とイービーエムズはこのプログラムにより、製薬企業様に対して、より高品質で効果的なソリューションを提供してまいります。

概要は以下の通りです。

記

<開発の背景>

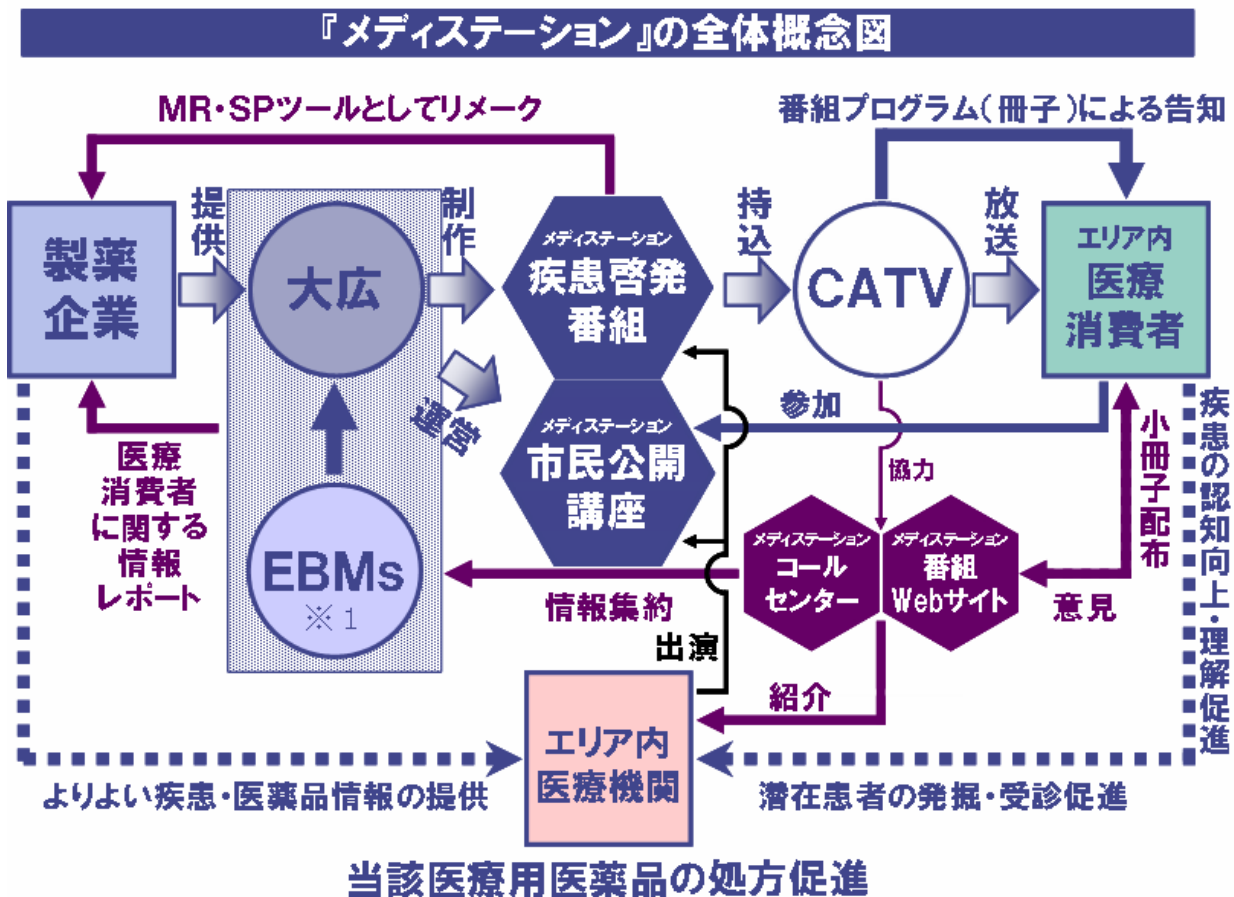
昨今、製薬企業は自社医療用医薬品の処方促進を目的に、疾患啓発や受診促進につながるコミュニケーション活動に積極的に取り組んでいます。この現状に対し、私どもは大きく2つの課題があると考えました。

- 課題1. 疾患啓発や受診促進につなげるには、医療消費者（疾患が気になる本人及びその家族）へのTV広告や新聞広告による情報提供に加え、より内容の濃い情報提供が必要である

課題 2. 医療消費者に向けた情報発信と同時に、医師・医療機関に向けた疾患や医療用医薬品に関する情報提供の強化が必要である

これら 2つの課題を解決し、医療消費者へのより内容の濃い情報提供、そして医療消費者の情報を収集し製薬企業と医師との関係強化を可能にするプログラムが「メディステーション」です。

<メディステーション概要>



※ 1. EBMはイービーエムズの略称

1. プログラムの特徴

プログラム 1

ケーブルテレビの自主放送「コミュニティチャンネル」を活用した疾患啓発番組の制作・放送

コミュニティチャンネルは 40・50 代を中心に 10%近い視聴者を獲得しており、地域に根付いたチャンネルとして成長、さらに視聴可能世帯は 38%に拡大している有力なメディアの一つです。

大広は、イービーエムズに出演医師の紹介をはじめ番組内容の学術面からのサポートを受け、番組を制作します。30～60 分の番組は、これまでの D T C 広告 (※ 2) では実現できなかった医療消費者への内容の濃い情報提供を可能にします。

また、疾患啓発番組に各エリア内のキードクターに出演していただくことにより、地域密着型の情報提供を可能にするだけでなく、同時にエリア内の医師に情報提供することで、製薬企業との関係強化へとつなげることが可能になります。

※2. DTC広告：「Direct To Consumer」の頭文字をとったもの。製薬企業が行う医療用医薬品に関するマーケティングの中で、マス媒体（新聞・雑誌・TVなど）を使用しての広告活動のこと。

プログラム2

ケーブルテレビ局のエリア内に特化した市民公開講座の運営・実施

市民公開講座への参加者は、番組視聴者だけでなく、一般からも広く募ります。

また、市民公開講座に各エリア内のキードクターに出演していただき、医療消費者と直接のコミュニケーションを取ることで、地域密着型の情報提供が可能になります。同時にエリア内の医師に情報提供することで、製薬企業との関係強化へとつなげることが可能になります。

プログラム3

番組および講座をMRの医師向けSPツールにリメイク

番組をビデオ編集したもの、また、番組内容や市民公開講座の内容を要約したリーフレット等、患者とのコミュニケーションツールとして医師に活用していただけるSPツールを作成し、MR（※3）活動をサポートします。

※3. MR：「Medical Representative」の頭文字をとったもの。製薬企業の医薬情報担当者のこと。

プログラム4

コールセンター、ならびに番組Webサイトの運営

疾患に関する小冊子を作成し、医療消費者の方々に配布します。さらに、番組のコールセンター、ならびにWebサイトを運営し、医療消費者の方々の意見を収集。さらにそれらを集約したものを、情報レポートとして製薬企業にフィードバックします。この情報は、MRから医師へ提供する有効な情報となり、関係強化へとつなげることが可能になります。

2. プログラムによる期待効果

①疾患啓発、受診促進を円滑に推進

医療消費者に対し、番組や講座実施による、より内容の濃い情報提供と、さらにコールセンターなどを活用した、疾患や医療機関に関する詳細な情報提供が可能になります。

②自社医療用医薬品の処方促進につながる医師との関係強化

医療消費者の意見を収集し、MRを通じた医師への情報提供を充実させ、医師とのコミュニケーション強化を図ることが可能になります。さらに、エリア内のキードクターと協力する

ことで、エリア内の医師への波及効果が期待できます。

③持続的発展につながる支持基盤の強化

エリア内のキードクターと協力することで、エリア内における医師ネットワークづくりに役立ちます。そして、エリア内のマスコミをも巻き込んだ地域密着型の活動は、地域社会における製薬企業のプレゼンスが一層高まることが期待できます。

以上

<ご参考>

株式会社大 広

東京本社：東京都港区芝公園 2-4-1

大阪本社：大阪市北区中之島 2-2-7

代表取締役社長：高野 功

ホームページ：<http://www.daiko.co.jp/>

株式会社イービーエムズ

東京都港区浜松町 2-4-1

代表取締役社長：加藤和彦

ホームページ：<http://www.ebms.co.jp>

<この件に関するお問い合わせは下記までお願い致します>

株式会社大広 総務人事局広報部

TEL 03-3437-8601

遠藤：norio.endo@daiko.co.jp

長谷川：chiharu.hasegawa@daiko.co.jp

株式会社イービーエムズ 臨床事業本部営業企画部

TEL03-5777-1001

古川：furukawa@ebms.co.jp