

Title	新薬拡大の競争差別化戦略 - 医薬品営業の情報処理行動分析を基にして -
Sub Title	
Author	北川嘉昭(Kitagawa, Yoshiaki) 和田充夫
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1994
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1994年度経営学 第1075号 複写許諾が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001994-1075

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

学生氏名

北川 嘉昭

主査 和田 充夫

(ファイザー製薬株式会社)

副査 嶋口 充輝

池尾 恭一

所属

和田 充夫 研究室

新薬拡大の競争差別化戦略

—医薬品営業の情報処理行動分析を基にして—

本研究は、医薬品業界における新仕切価制度導入後の末端レベルの営業に関し、MR (Medical Representatives = 医薬情報担当者) がMS (Medical Specialists = 医薬品卸の営業マン) と今後の連携をいかにして再構築していくかという問題意識のもとに、MRに対するMSの選好行動を、消費者行動の枠組みに当てはめて、そのニーズを模索しようとしたものである。

理論的枠組みとして、製品態度形成プロセス・モデルを応用した、MSの製品販売意欲の決定要因のモデルを構築し、そのモデルの妥当性を実証研究により明らかにした。そして、次のような分析結果を得た。

MSの製品販売意欲は、MRへの知覚・情報処理行動・態度の知覚度合によって影響を受ける。そして、MRへの知覚・情報処理行動・態度は、MRに対する人的好み、知覚信憑性によって決定される。さらに、人的好みは、知覚類似性によって、知覚信憑性は、医薬品普及に関する情報への精通度、効果的販売方法の提供能力、プレゼンテーション能力、背信行為への不安によって影響を受ける。

MSの営業スタイルによって、利益率、製品力、組織的関わり、MRへの知覚・情報処理行動・態度といった、製品販売意欲要因の重視度は異なる。

こうした分析結果から、MRの医薬品普及に関する情報への精通、理論武装の必要性を訴え、医薬品普及マトリックスの有効性、MRの資格化・専門領域MR・医薬品領域別担当制度の必要性、さらには、MSの営業スタイル別に、ミクロ的な連携戦術を提言している。