

★ 地域医療ネットワークの可視化、ターゲティングの精密化、ハブ病院の発見、その手法は？

セミナーNo.712104

地域包括ケア・在宅医療 に向けた

製薬企業のエリアマーケティング戦略

～公開医療データの加工と分析、在宅での薬剤選択基準、MRの攻め方～

●日時:平成29年12月22日(金)10:00～16:00

●会場:[東京・五反田]日幸五反田ビル8F技術情報協会セミナールーム

●聴講料:1名につき55,000円(消費税抜、昼食・資料付)[1社2名以上同時申込の場合のみ1名につき50,000円(税抜)]

[大学、公的機関、医療機関の方には割引制度(アカデミック価格)があります。詳しくはお問い合わせください]

1部 在宅医療でのプロモーションターゲットと情報提供先としての狙い所

【10:00～12:00】

(株)メディヴァ コンサルティング事業部 シニアマネージャー 村上 典由 氏

【講座主旨】2018年の診療報酬・介護報酬のダブル改定では、病床機能分化と削減、在宅医療の推進がますます進みます。各都道府県の地域医療構想を紐解くと、2025年には在宅医療患者数は全病床数を上回り、近いうちに在宅医療が医療のメインストリームとなることが予想されます。本講では、近年、在宅医療が推進されている政策的背景と、メディヴァが行った最新の調査から在宅医療マーケットの分析と在宅医療時代における製薬会社の採るべき戦略についてご提案します。

1. 在宅医療が推進される政策背景

- (1) 高齢社会がもたらす影響
- (2) 医療介護政策の概要
- (3) 医療介護総合確保推進法と基金
- (4) 地域医療ビジョンと地域包括ケアシステム
- (5) その他の社会保障制度改革

2. 在宅医療の実際

- (1) 在宅医療の歴史
- (2) 進化した在宅医療の実際
- (3) 在宅クリニックの1日
- (4) 在宅医療の制度
- (5) 在宅医療の実際

3. 在宅医療のマーケットとプロモーションターゲット

- (1) 将来の在宅医療患者数の試算
- (2) 在宅医療のプロモーションターゲット
- (3) ターゲットごとの特性

4. 外来と在宅の薬剤選択基準の違い

- (1) 在宅で頻度の高い疾患と薬剤
- (2) 処方箋の流れ(薬局選択含めて)
- (3) 薬剤切替時の選択基準

5. 在宅現場から求められる製薬会社像

- (1) 在宅医が求めるMR像とは
- (2) 地域包括ケア時代のMRの攻め方
- (3) 在宅での課題(アドヒアランス、飲み残し、過量投与、ポリファーマシー)

6. 2018年ダブル改定と今後の見通し

- (1) 2018年ダブル改定の見通しと採るべき戦略
- (2) 2025年、2035年に向けた展望

2部 公開医療データを活用した医薬品エリアマーケティング

【12:45～16:00】

MarkeTech Consulting 代表 武藤 猛 氏

【講座主旨】医療分野で豊富な公開データを活用すれば、「医薬品エリアマーケティングの90%が可能」です。このことを、地域医療ネットワークの可視化、エリアターゲティングの精密化、地域医療ハブ病院の発見という3つの実践的事例でご説明します。データの収集方法や加工・分析上の留意点、MR活動への応用等についても併せてご説明します。

1. 地域医療政策と病院経営の動向

- ・地域医療政策の基本的な考え方、および代表的な医療政策とその背景
- ・地域医療構想の位置付けと地域包括ケアのコンセプト
- ・地域医療政策を受けての、病院の戦略的対応の考え方

2. 医薬品エリアマーケティングのエッセンス

- ・医薬品マーケティングおよび医薬品エリアマーケティングのエッセンス
- ・エリアに対する売上アップの公式とは？
- ・医薬品エリアマーケティングに活用可能な公開医療データ

3. 医療連携データを活用した地域医療ネットワークの可視化

- ・地域医療ネットワークに関する各種データと入手方法、および加工・分析の留意事項

・地域医療ネットワークの可視化と

診療圏の範囲、在宅医療の取組み状況の可視化

・医薬品エリアマーケティングへの示唆

4. NDBオープンデータを活用した医薬品エリアマーケティング

- ・NDBオープンデータの概要と入手方法、および加工・分析の留意事項
- ・特定薬効領域(抗ウイルス剤)の

エリアバリューマトリックス(AVM)の作成・解釈

・医薬品エリアマーケティングへの示唆

5. DPCデータを活用した地域医療ハブ病院の発見

- ・DPCデータの概要と入手方法、および加工・分析の留意事項
- ・特定疾患を対象とした都道府県内地域医療のハブ病院の発見手順
- ・医薬品エリアマーケティングへの示唆

6. まとめー公開医療データの活用で

エリアマーケティングの90%が可能

・公開医療データのメリットと留意点

・公開医療データだけでは分からない「残り10%」の情報・データとは？

「地域包括ケア」セミナー申込書

No.712104

12/22

【講師紹介割引 聴講料2割引】

会社名	事業所・事業部			講師からの紹介として、聴講料を2割引いたします。 2名同時申し込み割引との併用はできませんのでご了承ください。 申込書に必要事項をご記入の上FAXにてお申込みください。 お申し込み後はキャンセルできませんのでご注意ください。 申込書が届き次第、請求書・聴講券・会場案内図をお送りします。
住所	〒			
TEL	FAX			個人情報の利用目的 ・セミナーの受付、事務処理、アフターサービスのため ・今後の新商品、新サービスに関するご案内のため ・セミナー開催、運営のため講師へもお知らせいたします
所属部課	氏名(フリガナ)		E-mail	
受講者1				
受講者2				

今後、定期的な案内を希望されない場合、案内方法に×印をお願いいたします。
(現在案内が届いている方も再度ご指示ください)

〔 郵送(宅配便)・FAX・e-mail 〕


技術情報協会

TECHNICAL INFORMATION INSTITUTE CO.,LTD.

申込専用FAX 03-5436-5080