

Ⅷ－1. 教育研修担当者の概要

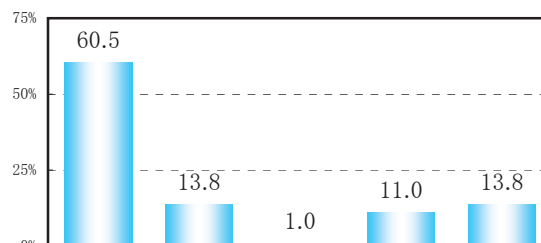
1. 教育研修担当者数

MR雇用規模別	全 体	教育研修専従者 (トレーナー)	MR研修兼任 担当者
全 体	2,552 100.0	985 38.6	1,567 61.4
99名以下	444 100.0	88 19.8	356 80.2
100～299名	435 100.0	116 26.7	319 73.3
300～499名	203 100.0	89 43.8	114 56.2
500～999名	657 100.0	190 28.9	467 71.1
1,000名以上	813 100.0	502 61.7	311 38.3

※上段 教育研修担当者数〔名〕／下段 構成比〔％〕

2. 教育研修専従者（トレーナー）の配置

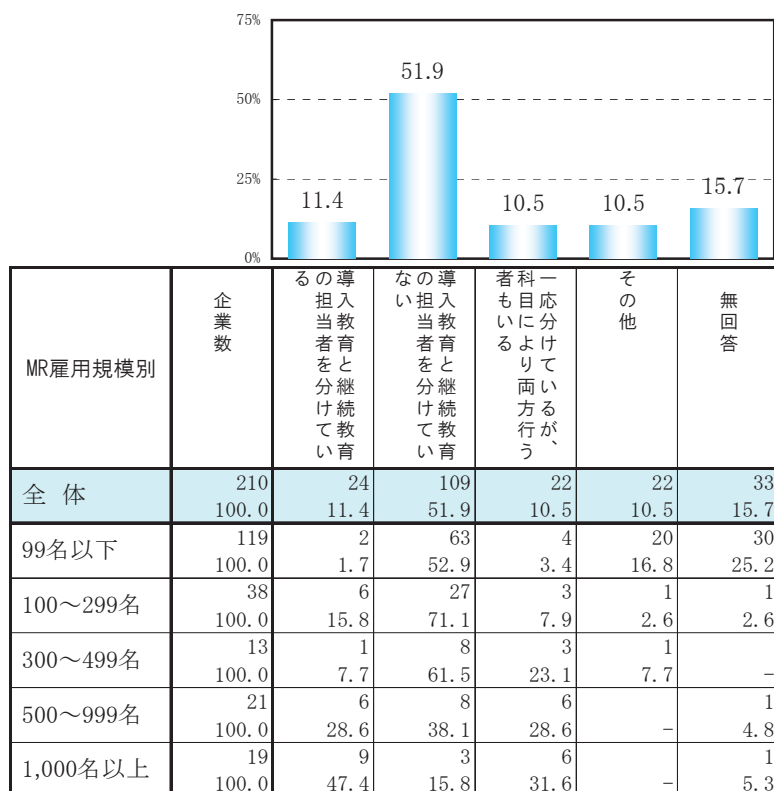
全体では、「本部に全員を配置し、必要に応じて出向している」127社(60.5%)、「本部と支店、営業所などに分散して配置(駐在)している」29社(13.8%)、「その他」23社(11.0%)の順となっている。



MR雇用規模別	企業数	向し本部に いて必要に 員を配置 出	(な本部と 駐在)に支 店、営業所 に分散して いて営業 配置所	る配支 置(店、 本(本 部(駐 配在)業 置所な なし)ど い	そ 他	無 回 答
全 体	210 100.0	127 60.5	29 13.8	2 1.0	23 11.0	29 13.8
99名以下	119 100.0	66 55.5	6 5.0	1 0.8	20 16.8	26 21.8
100～299名	38 100.0	22 57.9	12 31.6	-	2 5.3	2 5.3
300～499名	13 100.0	11 84.6	1 7.7	-	1 7.7	-
500～999名	21 100.0	14 66.7	6 28.6	-	-	1 4.8
1,000名以上	19 100.0	14 73.7	4 21.1	1 5.3	-	-

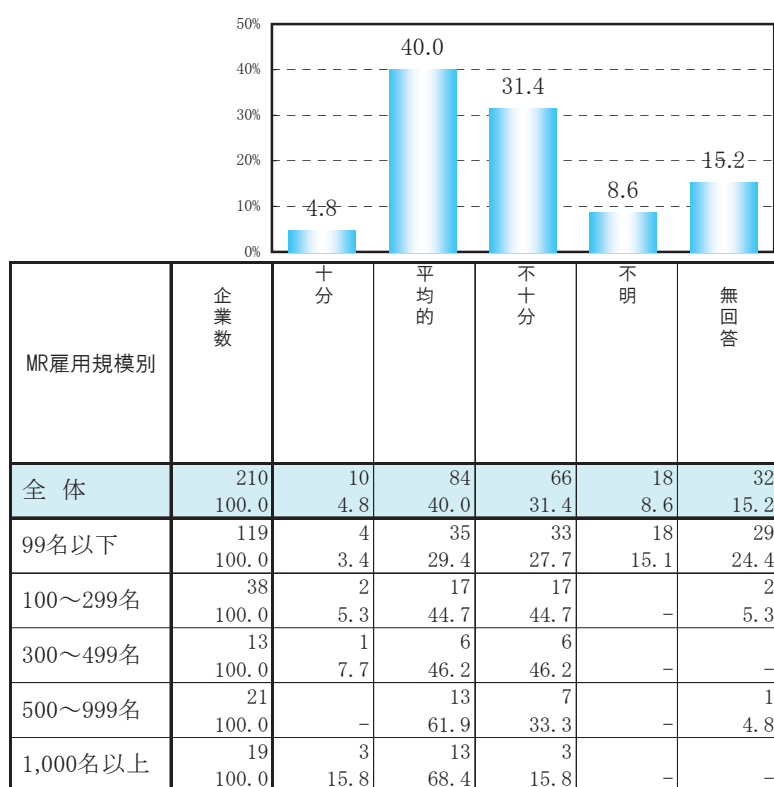
3. 教育研修専従者（トレーナー）の業務分担

全体では、「導入教育と継続教育の担当者を分けていない」109社(51.9%)、「導入教育と継続教育の担当者を分けている」24社(11.4%)、「一応分けているが、科目により両方行う者もある」22社(10.5%)、「その他」22社(10.5%)の順となっている。



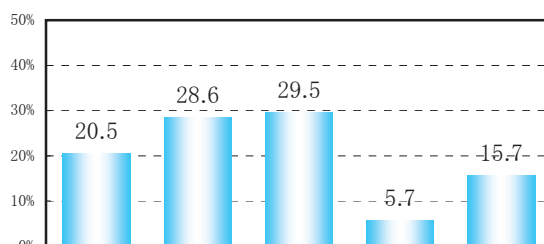
4. 教育研修専従者（トレーナー）の総合的な力量（人数や資質）

全体では、「平均的」84社(40.0%)、「不十分」66社(31.4%)、「不明」18社(8.6%)の順となっている。



5. 教育研修専従者（トレーナー）の資質を高める対策

全体では、「費用・時間の関係で対策は十分でない」62社(29.5%)、「業界の平均的レベルの対策を行っている」60社(28.6%)、「積極的に行っている」43社(20.5%)の順となっている。

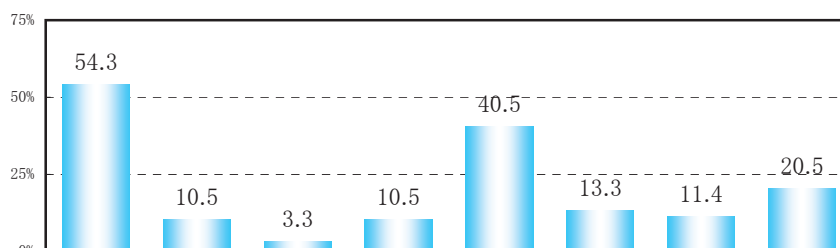


MR雇用規模別	企業数	積極的に行っている	業界の平均的レベル	費用・時間の関係で十分でない	その他	無回答
全体	210	43	60	62	12	33
	100.0	20.5	28.6	29.5	5.7	15.7
99名以下	119	10	26	42	10	31
	100.0	8.4	21.8	35.3	8.4	26.1
100～299名	38	7	16	14	-	1
	100.0	18.4	42.1	36.8	-	2.6
300～499名	13	7	2	4	-	-
	100.0	53.8	15.4	30.8	-	-
500～999名	21	9	9	1	1	1
	100.0	42.9	42.9	4.8	4.8	4.8
1,000名以上	19	10	7	1	1	-
	100.0	52.6	36.8	5.3	5.3	-

6. 教育研修専従者（トレーナー）の教育と実施頻度

全体では、「本社に全員集合」114社(54.3%)、「自己学習(教材)」85社(40.5%)、「自己学習(eラーニング)」28社(13.3%)の順となっている。

①教育研修専従者（トレーナー）の教育方法



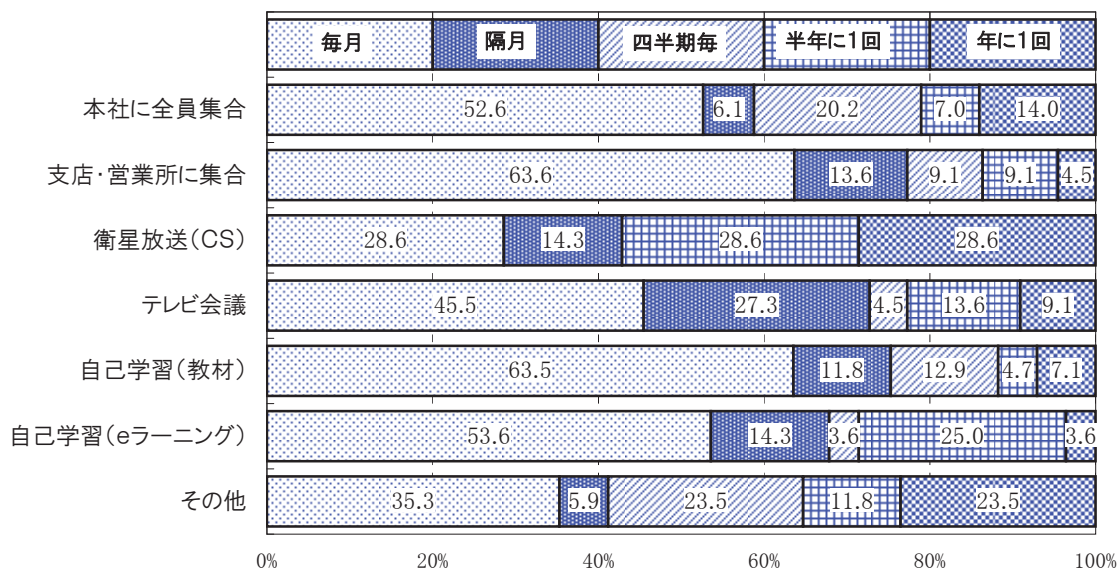
MR雇用規模別	企業数	本社に全員集合	支店・営業所に集合	衛星放送(CS)	テレビ会議	自己学習(教材)	自己学習(eラーニング)	その他	無回答
全体	210	114	22	7	22	85	28	24	43
	100.0	54.3	10.5	3.3	10.5	40.5	13.3	11.4	20.5
99名以下	119	50	14	4	9	47	11	10	39
	100.0	42.0	11.8	3.4	7.6	39.5	9.2	8.4	32.8
100～299名	38	24	3	2	6	17	4	5	1
	100.0	63.2	7.9	5.3	15.8	44.7	10.5	13.2	2.6
300～499名	13	10	1	-	-	4	3	2	1
	100.0	76.9	7.7	-	-	30.8	23.1	15.4	7.7
500～999名	21	15	2	1	3	8	4	4	2
	100.0	71.4	9.5	4.8	14.3	38.1	19.0	19.0	9.5
1,000名以上	19	15	2	-	4	9	6	3	-
	100.0	78.9	10.5	-	21.1	47.4	31.6	15.8	-

②教育研修専従者（トレーナー）の教育の実施頻度

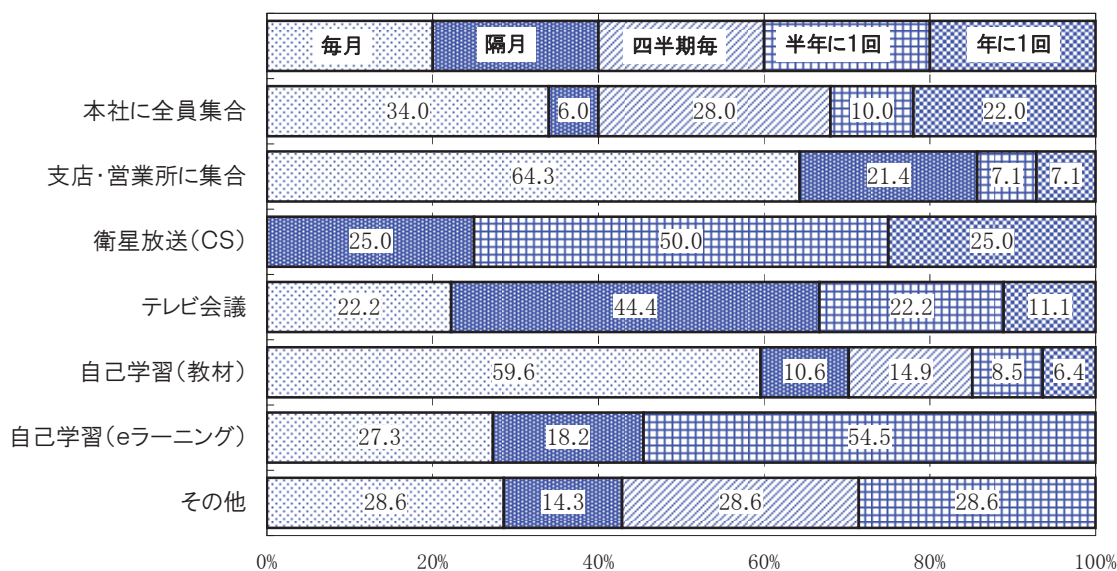
MR雇用規模別	教育方法別	有効回答数	毎月	隔月	四半期毎	半年に1回	年に1回
全体	本社に全員集合	114	60	7	23	8	16
	支店・営業所に集合	22	14	3	2	2	1
	衛星放送(CS)	7	2	1	-	2	2
	テレビ会議	22	10	6	1	3	2
	自己学習(教材)	85	54	10	11	4	6
	自己学習(eラーニング)	28	15	4	1	7	1
	その他	17	6	1	4	2	4
99名以下	本社に全員集合	50	17	3	14	5	11
	支店・営業所に集合	14	9	3	-	1	1
	衛星放送(CS)	4	-	1	-	2	1
	テレビ会議	9	2	4	-	2	1
	自己学習(教材)	47	28	5	7	4	3
	自己学習(eラーニング)	11	3	2	-	6	-
	その他	7	2	1	2	2	-
100〜299名	本社に全員集合	24	15	1	3	2	3
	支店・営業所に集合	3	2	-	1	-	-
	衛星放送(CS)	2	1	-	-	-	1
	テレビ会議	6	3	1	1	-	1
	自己学習(教材)	17	7	5	2	-	3
	自己学習(eラーニング)	4	1	2	-	-	1
	その他	4	1	-	-	-	3
300〜499名	本社に全員集合	10	6	1	1	-	2
	支店・営業所に集合	1	-	-	-	1	-
	衛星放送(CS)	0	-	-	-	-	-
	テレビ会議	0	-	-	-	-	-
	自己学習(教材)	4	3	-	1	-	-
	自己学習(eラーニング)	3	2	-	1	-	-
	その他	2	1	-	1	-	-
500〜999名	本社に全員集合	15	10	1	4	-	-
	支店・営業所に集合	2	1	-	1	-	-
	衛星放送(CS)	1	1	-	-	-	-
	テレビ会議	3	3	-	-	-	-
	自己学習(教材)	8	7	-	1	-	-
	自己学習(eラーニング)	4	4	-	-	-	-
	その他	3	2	-	1	-	-
1000名以上	本社に全員集合	15	12	1	1	1	-
	支店・営業所に集合	2	2	-	-	-	-
	衛星放送(CS)	0	-	-	-	-	-
	テレビ会議	4	2	1	-	1	-
	自己学習(教材)	9	9	-	-	-	-
	自己学習(eラーニング)	6	5	-	-	1	-
	その他	1	-	-	-	-	1

※単位：回答企業数〔社〕

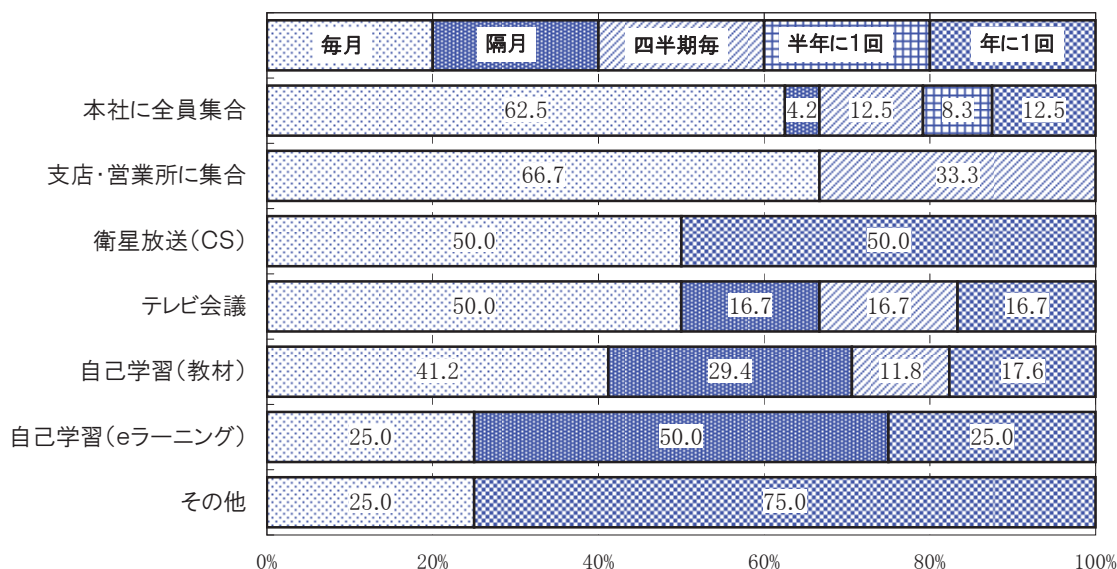
② - A. 実施頻度／全 体



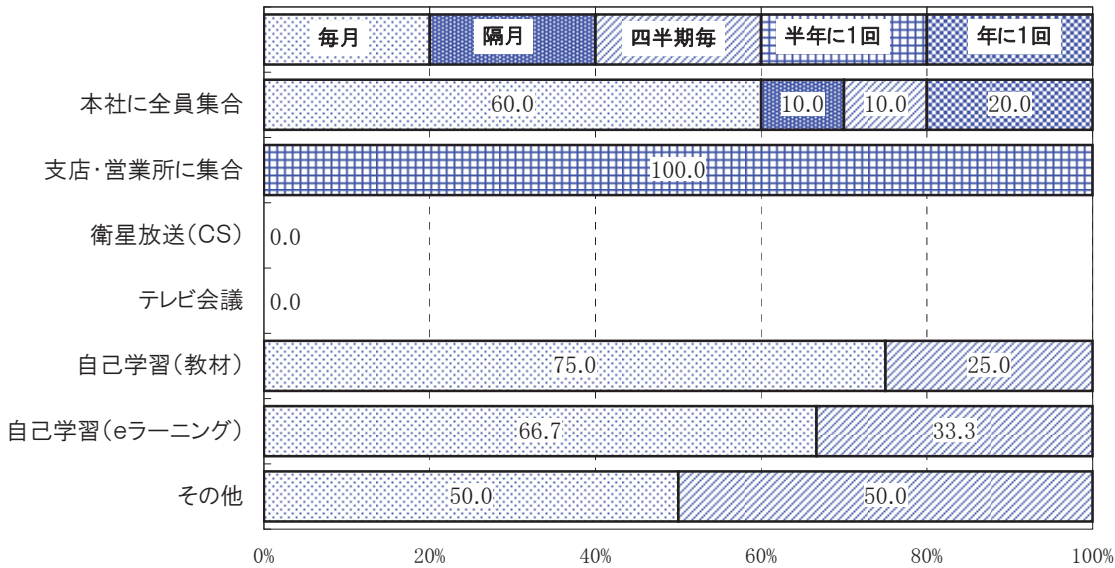
② - B. 実施頻度／MR雇用規模「99名以下」



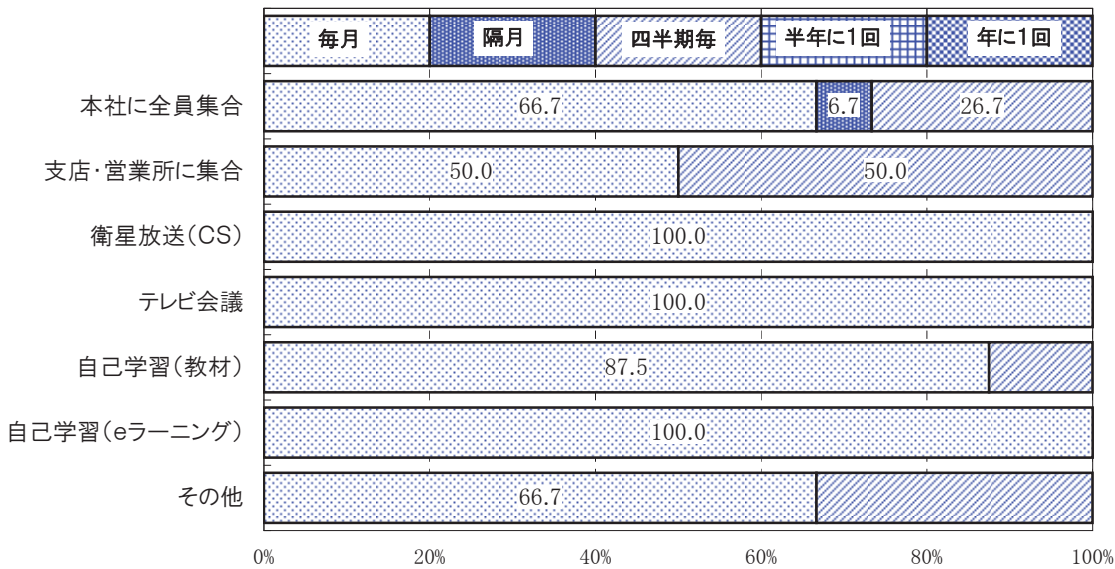
② - C. 実施頻度／MR雇用規模「100～299名」



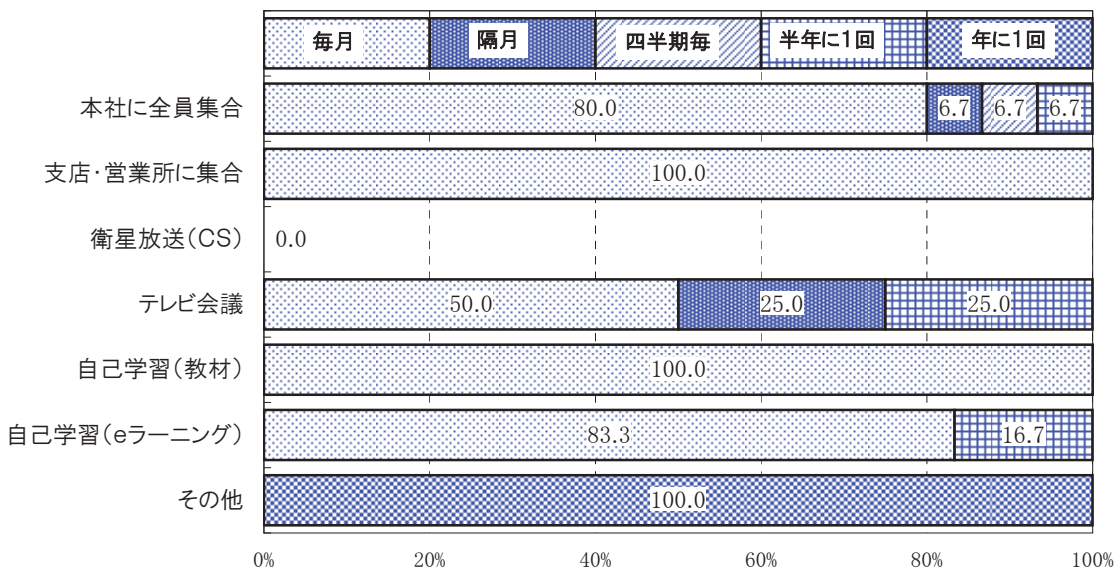
② - D. 実施頻度／MR雇用規模「300～499名」



② - E. 実施頻度／MR雇用規模「500～999名」

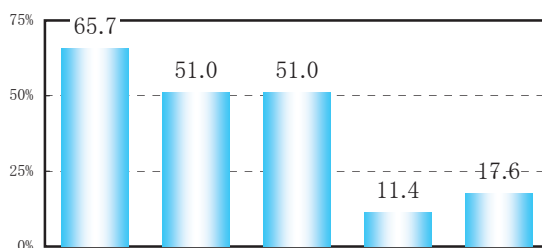


② - F. 実施頻度／MR雇用規模「1,000名以上」



7. 教育研修専従者（トレーナー）の自己研鑽の支援〔複数回答〕

全体では、「学会、研究会、講演会」138社(65.7%)、「MR認定センターが主催する各種研修会・セミナー」107社(51.0%)、「業者が主催する各種セミナー」107社(51.0%)の順となっている。



MR雇用規模別	企業数	学会、研究会、講演会	MR認定センターが主催する各種研修会・セミナー	業者が主催する各種セミナー	その他	無回答
全体	210	138	107	107	24	37
	100.0	65.7	51.0	51.0	11.4	17.6
99名以下	119	67	34	39	17	35
	100.0	56.3	28.6	32.8	14.3	29.4
100～299名	38	25	30	25	5	1
	100.0	65.8	78.9	65.8	13.2	2.6
300～499名	13	12	9	10	-	-
	100.0	92.3	69.2	76.9	-	-
500～999名	21	17	18	17	-	1
	100.0	81.0	85.7	81.0	-	4.8
1,000名以上	19	17	16	16	2	-
	100.0	89.5	84.2	84.2	10.5	-

1. 教育研修担当者（専従者・兼任者）の資質向上についての課題と対策

① 教育・育成方法について〔84企業〕

課 題	対 策
「何を」教えるのは出来ているが、「如何に」教えるかが弱い	ファシリテーション研修等を受講させている
2年後に外部業者に劣らない研修コースを構築する マナー研修・リーダーシップ教育・診療報酬改定など	基本は自己啓発である 自ら休日なども利用し自分を高める努力をする風土を醸成する 外部受講は、上長が必要と認め、必要な人に受講をさせていく (例) マナー研修 計画的にベーシックコース・アドバンスコース・プロフェッショナルコースを受講させ認定講師として育成
MRの研修を行うにあたって、現場の状況とかけ離れた研修とならないようにすること	営業部とコミュニケーションを密に取って内容をすり合わせる
MR各々個性に合った指導の仕方	各人に応じた声かけ等を考える
MR認定試験合格率の向上 (全体のレベルアップ)	
OSMRの資質を更に向上させる	教育の質の更なる向上
くすり相談対応業務、印刷物(資材)作成業務との兼任であり、絶対数・絶対時間が少ないこと	教育内容の充実のため、教育者増員の必要性を認められるよう努力中
クライアントにあわせた研修をしなくてはならないため、リソースが限られている中で研修を行うには一人当たりの担当領域を増やす(広げる)ことをしなくてはならない	予演会を行うことなどをして他のトレーナーからみて事前に内容や説明の仕方などチームで化悪人しあうようにしているようにしている
コーチング能力	コーチング研修の実施
ジェネレーションギャップもあり、受講生とのコミュニケーションの取り方について悩む場合が多い(パワハラ対策も含む)	セミナーへの参加や受講者との積極的な対話など
テキストの理解	講義への積極的参加
トレーナーとしてのスキルとMR自身の自己学習意欲(習慣)の向上	昨年度より、若手を中心にMRセンター主催の研修セミナーに参加 (今年度も継続実施)
トレーナーの均一化(社歴・職歴等の背景がマチマチでありトレーナー間で差がある)	月1回の打ち合わせ会や勉強会を通して差を埋めるようにしている また、同様に情報共有を行っている
トレーナーの研修本番にあたる時間比率を改善したい(企画・検証に費やす時間が減少している)	人員増
トレーナーの質、コンテンツ作成能力のバラツキがある	トレーナーレベル向上の為にスキルトレーニングトレーナーがインストラクショナルデザインに則った研修方法を学び、実践する社内の認定制度を設ける
トレーナー同志の質の向上と、人の(MRの)出入りの激しいCSOということもあり、情報の共有化をし、適切な事柄をMRに提供していくべきである	現在は、データ、書面で様々な情報を共有しているが、ぬけもれなどもあるため、よりお互いに注意を払い、MRに影響が出ないよう業務フローを作成しトレーナー含め全員で注意をしていく またトレーナー同志は研修やセミナーの受講をし、より資質の向上をはかる
ファシリテーションスキルについての課題が挙がっております	今後、継続研修の全担当者に向けてスキル研修を実施予定です
レベル差の克服	コンピテンシーモデルに従って各自の実状に合わせた業務進行を実施することで改善をはかる また、ニーズに合わせた外部セミナーの受講によってレベル向上につなげる 定期的な全体ミーティングによる情報交換とサブグループによる実務に関するお互いの改善フィードバックミーティングによってレベル差を縮める
医療パートナーとして認めていただくための知識・スキル研修の企画・立案とその定着に向けた研修デザインを作成できる	テーマを設定し、それに対するMRのニーズ分析結果を研修に反映させる 研修効果の測定を、多方面から実施し、適切な解析を行う さらに、この結果を次の研修に反映させることができるようグランドデザインを策定する
医療関係者と会社双方にとって有益な教育ができる様にする事	利益至上主義に傾らない様にする
育成のマスタープランを作成する	教育研修担当者が必要とされる資質を具体的に列挙し、それぞれに対応する教育プランを練り、数年間の育成プランを作る
一方的な講義が多くなり双方向の研修が難しい	グループディスカッションなどを実施し参加型の研修を実施する
一方的な講義をするだけでなく、MRの能動的参加を動機付けられる能力を身に付ける	社外の各種研修会、セミナーへの参加や、教育研修担当者の自己研鑽
一方的講義に偏らない研修スキル	スキルアップのための研修会等への参加
営業・MR経験者が少なく、導入教育において実際の現場で求められている事が分からない事がある	例えば1日同行するなど、MR業務に接する機会を増やす、又は人材交流をはかる
営業現場のニーズに結びつけるような研修を行う	MRとコミュニケーションを図る、セミナー、学会へ参加し情報を収集する

課 題	対 策
課題解決につながる研修を提供できるようになる	ARCSモデル、ADDIEモデル、インストラクショナルデザイン、パフォーマンスコンサルタント等の研修を実施、実際の研修計画時に活かしている
環境変化に対する対応	現場でのOJTを取り入れる
環境変化に対応して若手MRを早期に育成し、組織営業力・競争力を強化すること	教育研修担当者にMR認定センター主催の各種研修を含めて、計画的に受講させ、常に顧客の立場になって資質向上を図る
教え方の工夫	教育研修担当でアドバイスしあう
教育・講習を行うに足る知識の養成	書籍による時間外勉強しかないのが現状です
教育ニーズの分析	MRとのコミュニケーション
教育研修担当者(兼任者)の自己研鑽時間の確保	教育研修専従者の人員確保
教育研修インストラクターは、学術担当者、関連業務担当者が実施しているが、「教育」というスタンスでの準備が不足している	教育スキル、教育手法に関する情報収集及び社内での共有
教育研修の効果測定	研修実施前に研修目的を明確にし、研修後のフォローアップアクションも含めた研修をデザインする。事後の行動変容をモニタリングしてその結果を研修受講者等と共有し、その後のアクションに活かしてもらう
教育研修の組織と専従者を設置すること	
教育研修の目標、対象、内容に応じて、効果のある教育研修の方法を検討し、選択すべきだと思いますが、兼任のため、教育研修の技法等を学習する時間や方法を検討する時間がとれないことです	MR認定センターが主催する各種研修会・セミナーへの参加を考えています
教育研修担当者の専従者を配置する 兼任者には、MRを教育することに遠慮や消極性をなくすこと	上層部の人々に、医療メーカーとしての責任を十分に認識してもらおうことが最優先 MR教育は企業の責任であるということを理解してもらい、人件費や研修費等の費用面の支援をもらえるよう、社内ロビー活動を行う
教育研修担当者の問題、課題の握把、研修内容の改革、自社の中長期計画等に沿った研修を実施すること	求められている研修の内容を検討し実施できるためのスキルの修得、セミナー等への参加による知識を担当者と共有し組織としてレベルアップをめざす
教育効果と売り上げのリンク	MRの行動変容の測定
教育実施するための複数の役割(インストラクター・ファシリテーター・コミュニケーション)の自覚と実施	各種社内研修のトレーナーを担当 外部セミナーや研修への参加
教育担当者としての自覚	業務評価項目のウェイトを高くする
教育用コンテンツ作成スキルの標準化	1) 作成フローの確立とその推進を支援する担当者の設置 2) 循環的育成の仕組み構築
近々各営業部に専属トレーナーを配置すべく増員計画がある トレーナーの学術知識・インストラクション技術・コーチング技術の向上が直近の課題	月1回の集合研修とOJT 各個人の課題に合わせたトレーニングの実施 定期的なアセスメント
経験の浅いトレーナーのプレゼンテーション	MRに対する影響が大きいので早急に社外研修会に参加させるなどプレゼンテーションスキルの向上に努めます
兼任者が多いため、研修担当者の裁量により研修が実施されるため、項目により研修の難易度に差がある	研修担当者同士でどのレベルで講義を行うかの検討が必要
兼任者が多く資質向上にあたっては時間的課題がある	日頃から教育関連の教材に関する情報を積極的に収集し、効率的に取捨選択することにより、教育研修担当者の教育を行うよう努めています
兼任者なので、担当者業務をしっかりと遂行することを重要視している	企画、実施を案段階から責任者と相談しおのれのないようにしている
兼任担当者みの体制であり、教育研修に費やす時間があまり取れない	MR参加型を取り入れ、プレゼンテーション、ロールプレイング等を行う
研修、自己研鑽体制が十分でなく、担当者間でのスキルにバラつきがある	担当者研修のシステムを確立し、均質化を図る
研修と講義の内容充実	社外セミナーや講習会に参加し、より広くとらえる 企画を見直し、内容を再考する
研修体系の変更を検討中 営業部と人事部の役割	研修体系再構築
研修担当者(特に兼任者)のインストラクションレベルの標準化と取り組み姿勢の改善	外部の講習会(MR認定センター主催の研修会等)の積極的な受講と外部講師による研修の実施
研修担当者間の知識およびインストラクションスキルの差	外部研修の受講やメンバー全体での情報共有
研修内容として、MRに定着させられる学習の検討	少人数のため、人数・担当の効率的配分や知識の共有化
研修内容の高度化・複雑化に伴い定期的に最新情報を研修させる事が課題	学会研究会・講演会・セミナーに参加する様にしています
現在は教育研修担当者が兼任者となっている関係で他の業務に注力している際には、教育研修の内容が不十分である場合が見受けられる	MR継続研修の必要性を説明し何とか専任の教育研修担当者としての配置をお願いしている

課 題	対 策
現場に即した教育を実施できるようにすること	現場の営業部署との連携と研修担当者への実践的な教育の実施 MRへのロールプレイングやグループワーク等の実施
個々のスキルのばらつきを解消する必要がある	LESSンプランを充実させ、目的、目標を明確にすることで、全体的なレベル統一を目指す
個人間のばらつきを解消させる	研修のために研修を必要な担当者に行う
後継者の育成	専門職として認定する制度が運用されている
後進者の育成	効率的な後継人事計画の策定
効果的で現場で使える役立つ教育資料、教育内容にするため、適正なGIO、SBOを決める	エリアマネージャーを巻き込み、SBO作成時、意見を聞く そのSBOに即した資料作りをし、内容についても複数でチェックを行う また、振り返りも行う
効果的な研修方法ならびに研修の運用方法について、質・量ともに習得度合いが低い	教育関連学会の参加と書籍による勉強会の実施
講演会、研究会など各種セミナーへの参加	専従者の自己研鑽への支援
講義形式が多く、MR自身が主体的に学ぶ研修ができていない	個人で調べたり、チームで討議して考える研修を模索する
講義内容のレベルが不統一	センターの講義を受ける（実際は、費用が出ない）
高卒、文系出身のMRに、分かり易く研修・教育ができ、MRの活動現場を理解できるようになること	一方的講義になってしまいがちだが、できるだけMRとの対話形式を取り入れた研修を行ったり、MRからの研修に対する要望を吸い上げる
最新の教育理論の習得を図る	MR認定センターが主催する研修会等に積極的に参加させる
指導力のアップと質の均一化	教育理論や指導方法など我流ではなく、教育理論など専門的知識に裏付けされた指導ができるように、社外の各種トレーナー向け研修に参加させるように努めている しかしなかなか適当な研修が見当たらない
自社製品とその周辺知識については、ほぼ満足な教育ができるが、営業経験がないため、営業ニーズに合った教育が不十分である	営業会議に参加する また、医療機関にMRと同行訪問しながら営業のニーズを収集し、教育研修に反映する
受講者の理解度を高めるため、パワーポイントと配布資料を分かりやすく作成する 受講者の理解度を高めるために情報量を減らしてポイントに絞る	受講者に伝わるためにはどうすればよいかを理解し、改善を促すためにロジカルシンキング研修を企画実施する
受講者参加型の研修コンテンツを意識して作れる講師を育成したい また、受講MRさんが積極的に参加意識を持って頂ける様なファシリテーションスキルが必要	ID(インストラクション・デザイン)の概念を取り入れる 外部セミナーに参加して、意識向上をはかる トレーナーズトレーニング時に、「研修の進め方」を全員で話し合う トレーナーのファシリテーションの外部研修
真に現場で必要となるテーマの設定、研修内容を実施すること	現場MRと同行を行う等コミュニケーションを深める
製品やその関連疾患についての教育は行っているが、教育担当者のほとんどが営業未経験者であり、医療現場のニーズに対応できる教育内容となっているか不明な点	MRに医療機関で聞かれる内容や要望について、アンケートを実施し、教育内容に取り入れている
専門領域(認定テキストⅠ、Ⅱ、Ⅲ)講師による質の高い講義 認定試験対策	①専門領域を持ち それを深化させるように 月1回の回り持ち勉強会を開催している ②外部研修、学会参加などの自己啓発推進 ③各種ガイドラインの購入 ④認定試験対策(試験作成、分かりやすい資料作成など)
全員が他の業務と兼任しているためスキル向上のための時間を確保することが難しい	各人の日常業務の中で実地により、または自己学習、学会、研修に参加することで総合的に資質向上をする 日常的に部内でコミュニケーションよくとり、スキル向上へつなげる
担当する科目が多いため、それぞれの専門的な知識習得が困難	難しいことではあるが、担当者の数を確保することが必要
担当者は、薬剤師、薬学博士、理系大学修士もいれば、文系大学卒MR出身者までいて、個々の学力並びに技術レベルに差がある これを研修に当たって均質化することが課題	誰が説明しても同じ内容になるよう留意した、しっかりした研修資料を用意する
提供できるトレーニングモジュールが十分ではない	トレーナー自身の自己研鑽、特に研修ベンダーが提供するトレーナー認定資格の取得と実施
当社の目指すMR像を具現化させるために長期的な教育プログラムの実行を必要と考えるが、専任者が配置されていない状況では時間的な制約があること	製品企画担当者、学術担当者をメンバーとした教育プログラム実行のプロジェクトチームを作り、継続的に教育プランを共有している
導入教育、継続教育の質的・量的拡充	専従担当者の設置および研修担当者の増員の検討
導入教育・継続教育・社内試験・OJT・学会参加型研修等業務が幅広いため、外部セミナーの日程との調整が困難	半期2回外部講師を依頼し、全員参加で社内実施する
後継者の育成	

② 知識・スキルの向上について〔41企業〕

課 題	対 策
専門知識の習得	1. OJTによる教育研修 2. 学会・講習会への参加
IDに関する知識の習得と共有、実際の研修への応用	社内での勉強会の実施 外部研修の受講
MRのスキルアップを確実に実現できる技量を各インストラクターに身につけさせる	センター主催のセミナー及び社外／社内の研修会に参加させる 実践的なスキルトレーニングの場数を踏ませる
インストラクション力の向上	関連書物を読んだり、各種研修会への参加
インストラクタースキルの更なる向上	社内外のセミナー等に参加
スキル向上	自己研鑽時間確保
スキル向上および教育に割く時間を捻出すること	講習会の活用と上司の理解
プレゼンテーション能力の向上	プレゼンテーションスキルを上げるため、ロールプレイングや外部講習会への参加を検討する
マネージャー層へ向けたトレーニングが実施できる知識の習得 コーチングやリーダーシップ	研修会や外部セミナーへの参加を積極的にさせてスキル向上を図る
より高度な専門知識を習得させる	①積極的に学会への参加、外部医師との直接的な会話を指示 ②専門知識向上のDVD等の活用
学術力の強化	英語論文の熟読
教育研修者としてのスキルアップ	外部研修(MR認定センターの研修)への参加
教育研修担当者がスキルを習得すること	外部コンサルタント業者が開催する研修に参加させる
教育研修担当者としての専門知識(特に他製薬企業の研修方法)	MRセンターや業者が主催する研修会・セミナーに参加し、専門知識の習得とともに、他社企業の研修方法に関する情報交換を積極的に行う
教育研修担当者として必要な知識習得および研修内容の理解度向上	教育研修担当者の知識向上のために、毎月、勉強会を実施
教育研修担当者のスキル(コーチングスキル含む)・知識にバラツキがあること	全トレーナーが、研修立案→リハーサル実施→フィードバック→本番実施→アンケート結果の共有というPDCAサイクルを回している
教育研修担当者のレベルアップ	自己学習資料の送付、インストラクター研修の実施
教育研修担当者の自己研鑽時間の確保	研究所等との連絡を密にとる
教育研修担当者の専門性の向上	医薬品事業の売上を増大させることにより、人的投資ができるような環境にする
教育研修担当者の力量不足があり、MRの資質向上を目指しているが、力量不足あり	①学会・研究会にて学ぶ ②MR認定センターの各種研修会の参加 ③業社が行う講習会、研修会の参加
教育研修担当者は専従者ではあるがその資質向上は非常に重要になる 医療関係者や患者さんの立場に立った中での情報提供を理解できること 医療制度上の現状や今後の医療制度上の動向を踏まえて教育研修に取り組める担当者の育成を重要視している	教育研修者の資質向上として、キャリアパス等も考えた体制作りも検討課題である 単に知識が豊富、経験があるというようなものではなく十分な状況がある また、現場のこともより理解しているということを考えると、長期間同じ職種であることは望ましくない部分があると考えている MRのセリングスキル向上を行うために教育研修担当者も高いスキルを求められている
教育研修担当者間の知識、スキル、意識についてのレベル格差	教育研修担当者への適切な能力向上への支援とともに、教育研修担当者に求められる能力水準を明確に規定し、不足部分を補う支援を実施していく
教育担当者一人ひとりの専門性を高めるとともに、講師全員が会社の目指す「MR像」実現のため、指導・育成のできるスキルを身につけることが課題になると考えております	研修の実施に当たっては、教育担当者を対象としたミーティングを行い研修の方向性・問題点等の共有を行うことや、講師自らも外部研修等に積極的に参加し資質向上に努めて参ります
研修スキルの均一化、レベルアップ	スキル関係の研修実施 学会、セミナー参加 優秀トレーナーによるフォローアップ 効果的な研修施策に関するディスカッション
効果的な研修を行うための知識や技能の習得	教育研修技法の研修を行っている各種セミナーへ参加する 研修担当者としての自覚を高めさせる
資質向上のための教育が自主性にすべてまかしている 十分な時間が確保できない	教育研修担当者の資質向上のために教育の時間が確保できるようにトップの理解を求める 外部への委託の可能性も視野に入れ、トップの理解を求める
資質向上のための時間確保	経営者の理解を得る
自分の資質に合った“誰にも負けないもの”を身につけること	いろいろな業務をやってみて、自分が“コレ”と思う業務を見つけれられるようにしている
社会的貢献意識を持ったMRを育成できる教育研修担当者の質的向上	MR認定センター講習会及び他の講習会での受講等
小規模企業であるため、業界標準の知識・技量を身につけるのが困難である	積極的に外部の研修に参加し、資質向上に努める
製品関連知識の修得	学会、研究会の参加

課 題	対 策
全員が他の業務と兼任のため、トレーナーとしての専門知識が高くない	教育業務と他の業務とのバランスを考慮して、役割分担をする 支店の支店長、管理薬剤師等の教育を実施し、教育実施者としての協力を得る 各自、トレーナーとしての知識の向上を行う
多様な研修手法の理解と実践	外部研修会に参加する機会を増やす
担当者によりスキルや知識にバラツキがあること	各種研修への参加、トレーナー資格の取得、ジョブローテーション(担当科目の変更)など
担当者のレベルアップ	講演会などへの参加
担当者の能力向上 プレゼンスキルのみだけでなく、専門知識に偏っている者と営業サイドに偏っている者がいる	組織全体が俯瞰できる者による適正な人事考課
担当者間でのスキルや知識に差がある	自己学習や外部セミナー等により、スキルと知識の差をなくしていく
知識レベルに差がある	同等レベルになるように知識の共有化をする
知識レベルの向上	認定センターのホームページにアクセスする機会を増やすことで情報に敏感になること 情報収集源を増やすことを考えます
知識不足の解消	MR教育を行いながら教える内容の事前学習を充実させる(MRテキストの読み込みなど)
領域別専門MR(循環器系領域、中枢神経領域、がん領域)の育成にあたり、専門知識の向上を図りたい	ガイドラインの学習、学会への参加、文献、専門書、インターネットの情報等により、知識を向上させている

③ 組織全般について [13企業]

課 題	対 策
MR教育研修の社内での認知向上	当社は、食品を中心とした、育児製品を主体としており、医薬品部門は、規模が小さく、MR活動に対する認知が全社的ではない MR集合教育を活用して、育児品に関する講習を、外部講師を招いて、実施し、他部署の教育の一環を伝えていきたい
MR研修の成果をどう達成していくか	①週報からよい事例を支店長が本社へ通知→まとめて、フィードバックする(情報共有)…やと制度ができ始めてきた ②前回分研修を今回分研修(各地対面式)時にMRに報告してもらおう→key wordを使わなかったMRは語れない あえて、そのリピーター役となります study(勉強)よりlearning(体得)が良いと思っています
MR全員に1人1台渡したタブレットの活用	学術部門・コンピューター室の協力を得て、有機化したい
教育研修担当者の50%以上が兼務のため、今後MR数も増加するので、その多くを専従にしていく	MR教育部門と社内人事教育部門を一体化していく
教育研修担当者には時間が必要であり、計画的に適正な人材の投入が重要である	人事関係の協力の元、全社より適正な人材を発掘するとともに、教育研修部への異動希望者を選抜し配属したい
教育研修担当者の専従者を置きたい	学術・研修グループを中心に、今後人員も増加を計画している
継続教育を企画・立案・実施するための知識やスキル、アイデア、ノウハウの習得	①現場MRや営業所長との密な連携システムの構築 ②マーケティング部・学術部との有機的な協働体制の構築 ③研修専従者自らが能力開発する職場風土の醸成
研修トレーナーの研鑽がなかなか会社の理解が得られにくい進みません MRが少数であるので対費用効果等を考えると難しいものがあります	徐々に改善はされていますので総務等へ根気よく説明していきます
研修担当者の若手への切り替え	人事施策上、困難である
人事異動によりインストラクターの経験年数の少ないメンバーが増えており、その資質向上策が課題である	メンバーのインストラクションに同行・指導 社外研修への参加
他の業務が多い	対策なし
適切な労働負荷	講師等のスタッフの増員(採用)e-learning等のsystemの構築
弊社におきましては、全員他の業務と兼任しております 人数的、時間的、経費的にも十分では無いのが課題です	少しでも空いた時間で打ち合わせを実施しております メールベースで連絡して、教材、テーマの共有を致します 直接顔を合わせて時間を取ることは難しいので、電話やメールでアイデアの共有、外部研修のレポート共有など実施していきたいと思っております

④ 情報収集・ニーズ把握について〔20企業〕

課題	対策
CSOという業務形態から、各製薬メーカーの特異性、独自性を知り、それを深く広げることが必要とされる。各製薬メーカーが求める人材育成ができる教育研修担当者の資質向上が課題	配属MRとのコミュニケーションを密にとり、常に状況を確認するため、クライアントの配属現場の上長様とのコンタクトも深める。何を求められているかを、タイムリーに知る。そしてそれに応える教育を実施する
CSO企業であり、製薬企業関連の業界団体での活動にも限りがあり、業界の流れを確実に把握できているのかという点	CSO協会、製薬企業との情報交換を積極的に行うとともに、インターネット、業界紙等から漏れなく情報に入手を行っています
医療関係者のニーズに合った情報提供・収集できるインストラクションをする	月度の会議にて教育内容、方法の調整を行って言う。インストラクショナルデザインの概念を取り入れる
医療現場のニーズの把握	医療機関の訪問 学会に参加
外部講習会、学会等への参加	外部講習会で得られた知識をMR研修への活用
患者の側に立脚し、現場のニーズに合った研修を実施することができるインストラクターを養成する	肺高血圧症の病態・治療に関するインストラクションスキルと関連する倫理、医療関連制度・法規のインストラクションスキルを融合することを目指します。そのために、各種の学会・講演会のほか、センター主催の研修会に積極的に参加してスキルアップに努めてまいります
教育研修担当者の現場理解	MR同行とレポート
研修スタイルの統一化	情報収集、情報交換を密に行う
研修ファシリテーション	業界のセミナーに参加
研修プログラムの企画	各種情報収集や、社外の専門会社の活用などを検討中
研修教材の充実	多くの情報を分別収集して自社に合った教材を選定する
現場での最新の医・薬学知識の修得	医療現場に訪問して情報を入手する。KOLの医師等へのヒヤリングの実施。関連学会への参加
顧客のニーズに合致した研修を提供し続けること。研修内容を独り歩きさせない	現場の声をフィードバックしてもらう機会を設ける。営業会議に参加する。MR、営業マネージャーと同行する。学会、講演会、勉強会等のeventに参加する。研修内容を現場マネージャーに事前に検証してもらう
最新の画像診断関連情報の収集と分析	学会、研究会、論文(Data)の有効利用
最新情報の取り入れ	各種セミナーへの参加
少人数のため、売上げの確保と現場に生きる教育のあり方のバランスが難しいですが、出来る限り現場に生きる教育への道筋を立て実践していきたい	少しでも多くの声を現場から拾い、その都度議論していくとともに各MRへ浸透していきたい
他社の教育研修者との情報交換とコミュニケーション	研修会や勉強会への積極的参加の推進
大規模病院、専門外来への訪問強化	薬局(薬剤部)説明会、医科系専門医チームでの(医局含む)自社医薬品紹介など
派遣先の製品情報の収集に限度がある(社外秘等)	
弊会製品に関する最新の安全性並びに有効性情報を幅広く収集理解すること	第一に、学会等における情報収集活動が挙げられ、第二に国の研究班報告など文献情報の入手、第三にカスタマーセンター機能からの問い合わせ事例の収集が効果的かつ有効と考える

⑤ 人員について〔22企業〕

課題	対策
1にも2にも人員を増加すること！予算を確保し計画性を重視すること	主力製品の適応追加により売上向上が最優先課題で、売上↑→MR数の増員→教育の充実＝研修担当者増員につながる
マンパワーが不足している	現状では具体的対策はない
マンパワー不足	教育研修トレーナーの必要性を社内で理解を得る 社外・社内でのリクルート
マンパワー不足と、特に新薬における専門知識の不足、未熟	人事交渉と人材育成
教育研修専従者においても、他の業務を多く抱えており完全な専従ではないこと	新たに教育研修専従者を採用する予定である
教育研修専従者の設置、育成	1名増員し、育成する
教育研修専従者の増員	
教育研修担当者が学術業務とMR研修業務を兼任し、また人材も不足していることから、研修準備に費やせる時間が限られている また、研修を実施していることに満足し、内容や資材も似たようなものになってしまうことがある	人材の確保、業務の再分化、企画・立案からの見直し
業務過多	複数の業務を兼任しているため、専任のスタッフの増員を行う
兼任者の人員不足と兼任業務との業務割合	教育担当者(専従者)の増員を要望している
兼任者の他業務量が多いため研修トレーニング量が少ない	各種セミナーへの参加と人員の増員を考えている
人員の増強と教育研修スキルの向上	各種学会への積極的参加 オピニオンリーダー(医師)への定期訪問による、医学知識の向上 各種教育研修セミナーへの参加
人員不足	
人員不足のため、教育研修担当者の資質向上のための費用・時間を確保することが困難である	同じ講習会等に担当者全員が参加することは上記の理由により難しいため、講習会に参加した者が、その際のテキストの回覧や必要に応じて講習会内容を説明することにより、情報を共有する
人数と資の向上	教育研修担当者が他の部門と兼任しているので専従者を置くことによりさまざまな問題が解決できる
人数不足	人数を増やすことで内容の充実を図る
専従者、兼任者数を増加させ、専門知識を身に付けさせたい	教育のために、外部研修に数多く参加させる
専従者がいない、トレーナーの不足	会社の認知度を上げ、教育システム(スタッフ含む)の向上を目指していく
専従者の確保	
専従者を増員したい	会社に研修重要性を認識してもらうようはたらきかけを行なっていく
増員	特にない
担当者を増やし、資質向上の工夫をさらに加える	増員計画中

⑥ その他〔5企業〕

課題	対策
MR数5名以下、支店も営業所もない会社にとって専従者の必要性が感じられない	
ビジネスセンス	思案中
学術との兼任のため研修の事に注力することが困難	人数が少なく対策はとれていない
業務多忙のため、資質向上に取り組む時間が十分確保できない	研修アシスタントを含めて他メンバーとの職務分担を見直し、研修内容の企画立案や自己学習に可能な限り多く時間を割けるように工夫している
兼任であるがため、MR研修にかかる時間が取りづらくなる事もあり、当初予定していた研修内容が十分に実施出来なくなる事がある	過去に実施した教育内容を検証する事で、改善を図っていく