



～ペイシエントジャーニー、RWDを用いた～

# アンメットメディカルニーズの 発掘法と戦略構築への活用

- 日 時: 2024年4月15日(月) 10:00～17:00 ●聴講料: 1名につき 60,500円(消費税込、資料付)  
●会 場: Zoomを使用したLive配信セミナーです。 [1社2名以上同時申込の場合のみ1名につき55,000円(税込)]  
勤務先やご自宅のパソコンでご視聴ください。 [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。]

## 1. 医師/患者調査およびペイシエントジャーニー によるアンメットニーズの発掘

【10:00-12:00】(株)シード・プランニング 専務執行役員  
佐々木 岳 氏

【講座趣旨】アンメットニーズはカスタマーのマインドの中に、時に潜在的に存在する。市場の成熟度や充足度によりアンメットニーズは様々であるし、医師と患者とではアンメットニーズへの認識が異なることは少なくない。立場の異なるステークホルダーのアンメットニーズを理解する上で、ペイシエントジャーニーは有用なツールとなりうる。ペイシエントジャーニーがブームとなっている一方、ペイシエントジャーニーを描いても、それが活用されていないケースも多い。本セッションでは、アンメットニーズの掘り起こしとペイシエントジャーニー作成のノウハウ、さらにそこからインサイトを導き出し、マーケティング等の戦略に活かしていくポイントについて考えたい。

### 【講座内容】

1. インサイトとアンメットニーズ
2. Patient Centricity, Patient Experience, Patient Journey
3. アンメットニーズを掘り起こすには
  - ・アンメットニーズ掘り起こしにはカスタマーへの理解を深めること
  - ・アンメットニーズは異視点からの掘り起こしが必要
4. ペイシエントジャーニーを明らかにしてアンメットニーズを探る
  - ・マーケットリサーチの種類、定性調査と定量調査
  - ・ペイシエントジャーニーから見えてくるもの
  - ・ペイシエントジャーニーを理解するための調査設計のポイント
  - ・インタビュー聞き取りと分析のポイント
5. ペイシエントジャーニーからマーケティング戦略への活用
  - ・ペインポイント、ゲインポイント、タッチポイントの理解
  - ・医療提供者と患者、異視点のギャップから機会を見出す

【質疑応答】

## 2. RWD、定性・定量的調査データを用いた アンメットニーズ調査

【12:45-14:45】クリエイティブ・スーティカル(株) 日本代表  
大西 佳恵 氏

【講座趣旨】本講演では、RWDによる薬剤疫学的手法を用いた治療実態や治療アウトカム、医師および患者の定性的および定量的調査を用いた研究方法を紹介し、アンメットメディカルニーズの調査方法を事例研究を示しながら概説する。

### 【講座内容】

1. アンメットメディカルニーズとは
2. RWDによるアンメットメディカルニーズの調査
  - 2.1 RWDと薬剤疫学研究
  - 2.2 事例紹介(治療実態、治療遵守・継続率)
3. 定性・定量的調査によるアンメットメディカルニーズの調査
  - 3.1 定性的調査(インタビューなど)
  - 3.2 定量的調査(パネル調査など)
  - 3.3 選択性調査(Discrete Choice Experience, Conjoint Analysis, Best worst scalingなど)
4. アンメットメディカルニーズ調査目的と研究手法の決め方や解釈  
【質疑応答】

## 3. アンメットニーズの活用

～マーケティング戦略への落とし込み～

【15:00-17:00】(株)ファーマーマーケティング研究所  
代表取締役社長 山谷 長治 氏

【講座趣旨】顧客の期待が高まり、新たなニーズが次々と浮かび上がる中で、我々メーカーは「アンメットニーズ」へ焦点を当て、効果的な戦略に組み込むことが求められています。従来の市場調査や既存のデータだけでは把握しきれない潜在的なニーズを発見し、顧客の見落とされがちなニーズを製品やサービスに反映させることは、市場において先駆的な存在となり、競合他社との差別化をはかる要素となります。この講演で、アンメットニーズの理解をより深め、活用事例知り、マーケティング戦略にどのように組み込まれるべきかを考える機会となれば幸いです。

### 【講座内容】

1. アンメットニーズの理解と分析
  - ・アンメットニーズの定義
  - ・アンメットニーズの存在する理由
  - ・アンメットニーズの種類
  - ・アンメットメディカルニーズ
2. 製薬市場の動向
  - ・市場トレンド
  - ・アンメットニーズへの対応
3. アンメットニーズ/カスタマーインサイト/ペイシエントセントリシティ
4. アンメットニーズを取り入れた製品戦略の立案
  - ・アンメットニーズの特定と製品戦略
  - ・競合との差別化と競争優位の構築
5. アンメットニーズの活用事例
6. アンメットニーズをマーケティング戦略に落とし込む際の課題
7. 他部門との連携と情報共有  
【質疑応答】

## セミナー申込書

「アンメットメディカルニーズ」セミナー No.401113 4/15

・申込書に必要事項をご記入の上、FAX(03-5436-5080)にてお申込みください。

・ホームページからも申込できます。https://www.gijutu.co.jp/

会社名		事業所・事業部	
住所	〒		
TEL		FAX	
	所属部課	氏名(フリガナ)	E-mail
受講者1			
受講者2			
今後ご希望しない案内方法に×印をしてください(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 ]			
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			

### ●申込方法

1. 申込書が届き次第、請求書・聴講券・会場案内図をお送りいたします。
2. お申し込み後はキャンセルできません。  
受講料は返金いたしませんので、ご都合の悪い場合は代理の方がご出席ください。

3. 申込み人数が開催人数に満たない場合等、状況により中止させて頂く場合がございます。
4. 定員になり次第、申込みは締切となります