

治験満足度調査サンプルレポート

～生活向上WEB会員～

CROee Group Mission : 誰もが“らしく”生きる社会の実現

2017.10.2

 生活向上WEB

株式会社クロエ
マーケティングサービス準備室 プロデューサー 杉本 徹

調査対象者：生活向上Web会員治験（臨床試験）参加終了者

調査回収数：2,870名

Phase II / III : 872名 (30.4%)

Phase I : 898名 (31.3%)

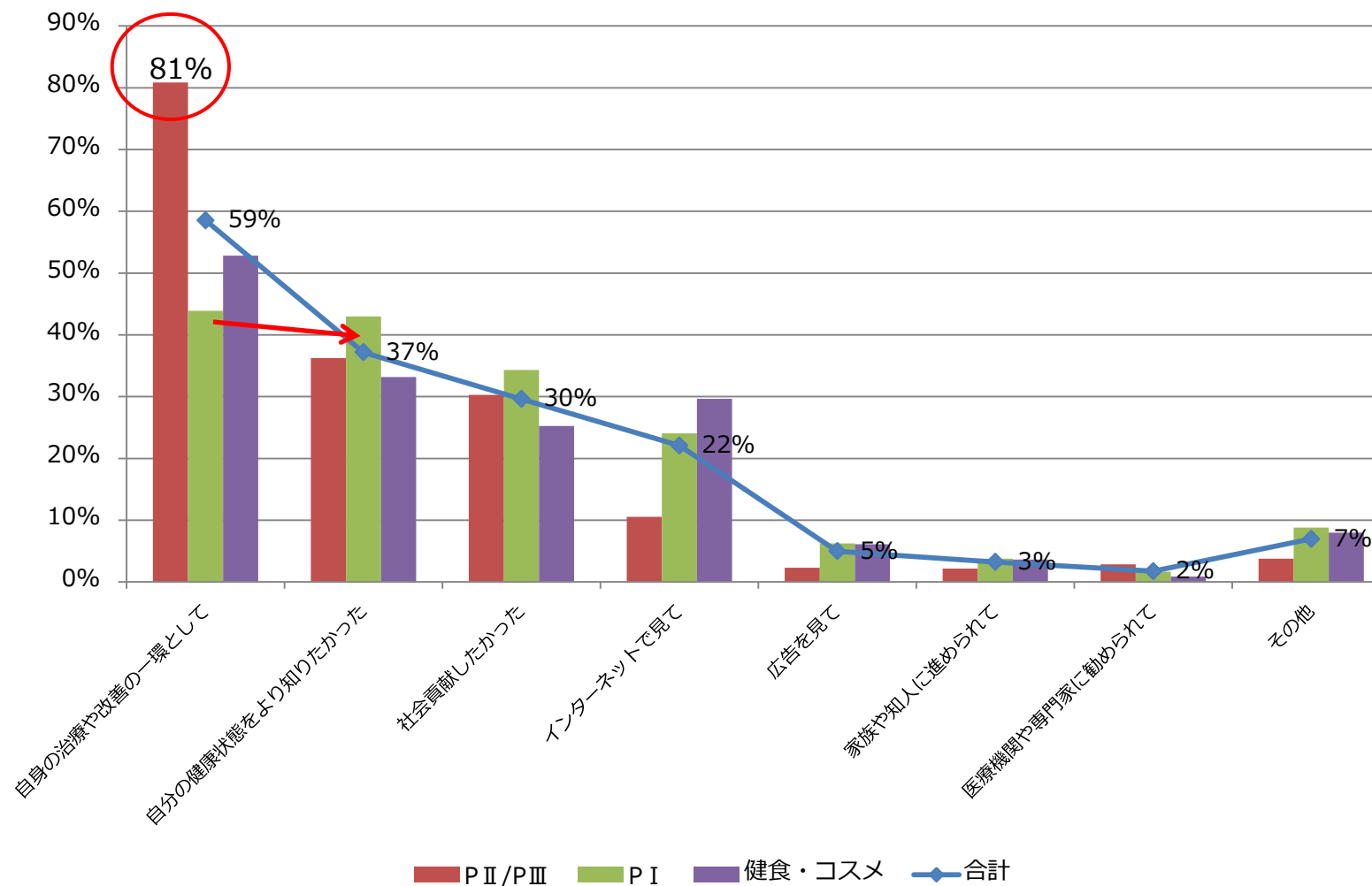
健食/コスメ : 1,100名 (38.3%)

調査期間：2017年2月6日～2017年2月28日

調査項目数：14問

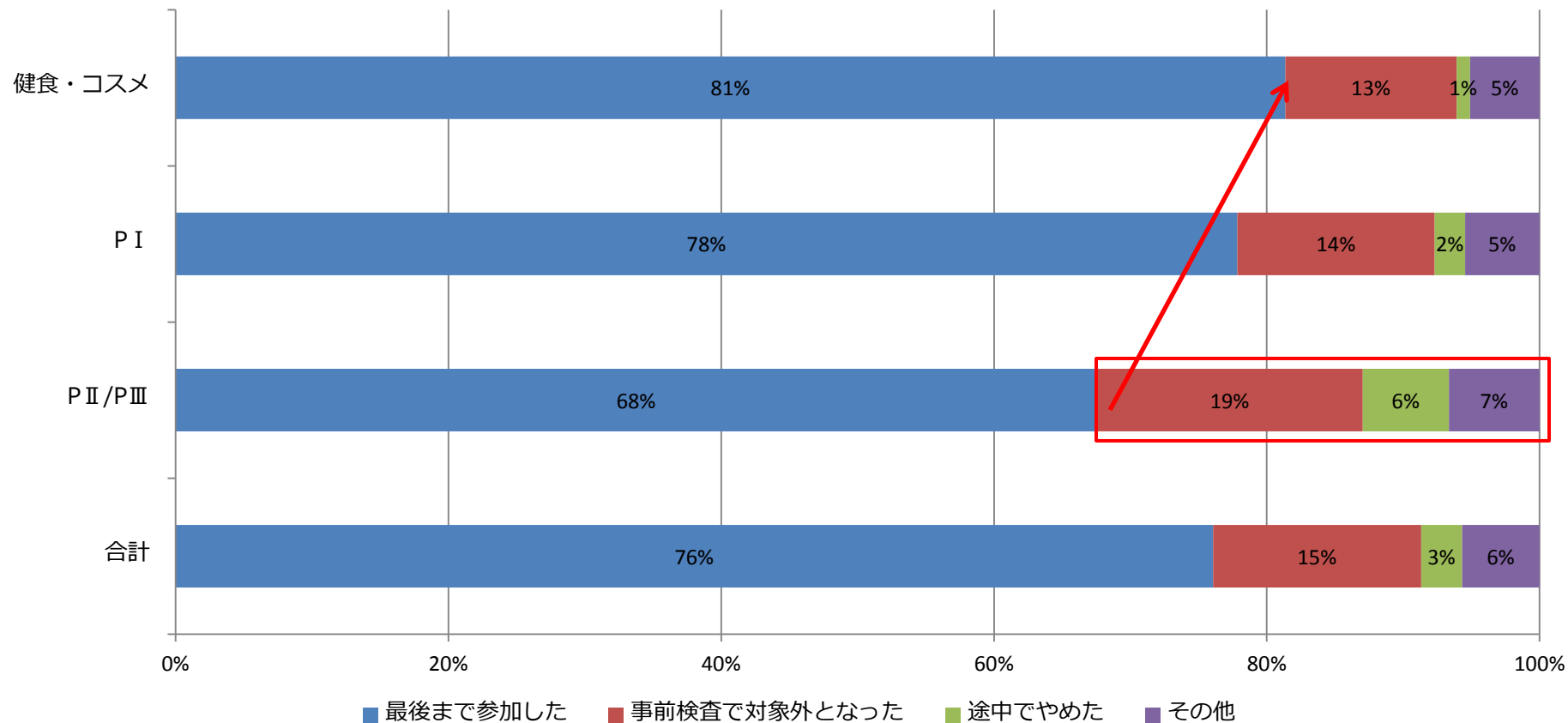
調査方法：生活向上Webインターネット調査

- ✓ 治験に参加した理由として、全体では「自身の治療や改善の一環として」 (59%)
Phase II / III 参加者は81%
- ✓ Phase I 参加者は治療改善に次いで、「自分の健康状態をより知りたかった」 (44%)

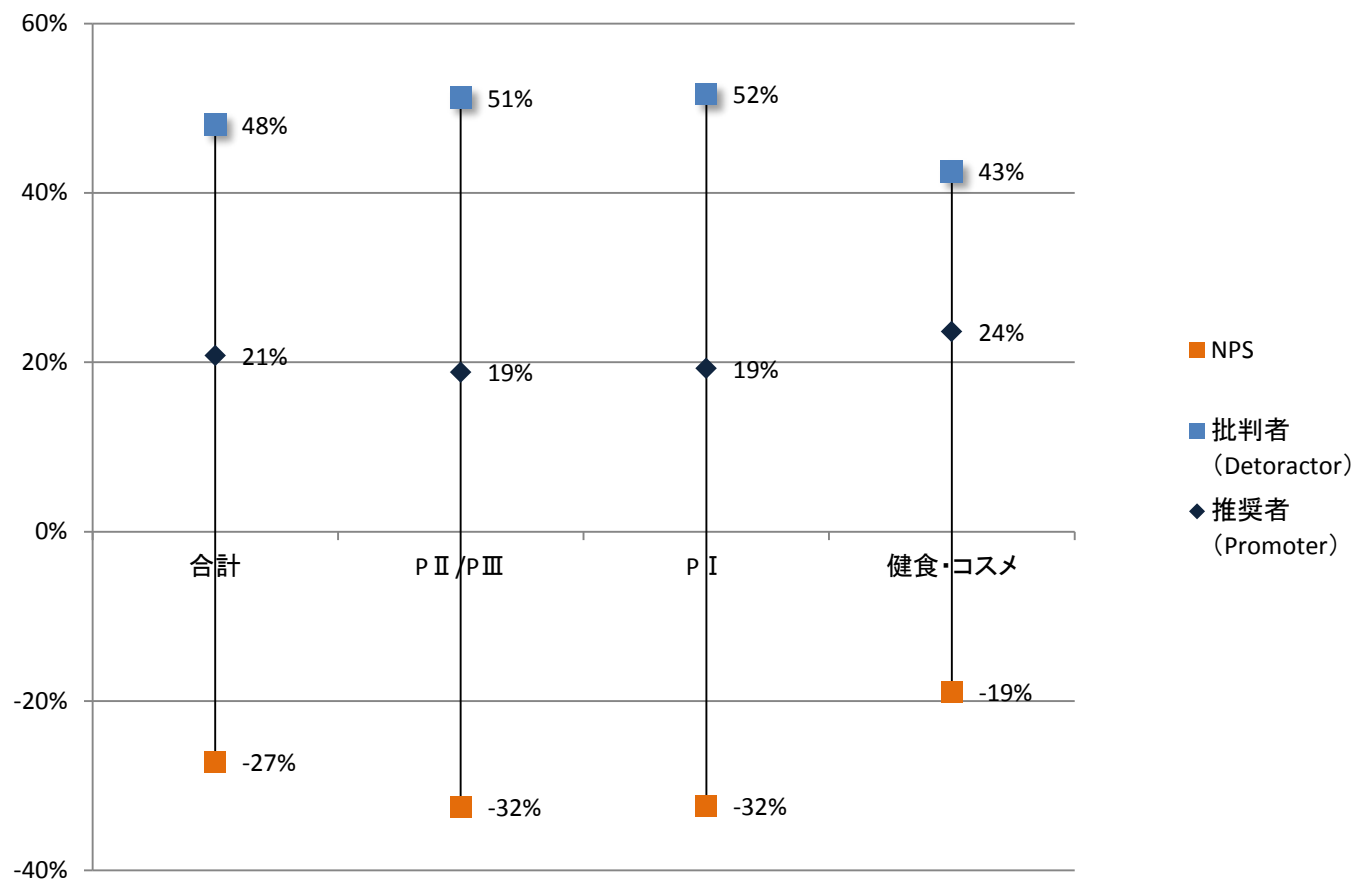


治験参加継続状況

- ✓ 治験参加の継続状況では、全体では「最後まで参加した」(76%)で、治験参加難易度が下がるにつれ継続参加の割合が高い
- ✓ Phase II/Ⅲ参加者は3割が途中でドロップしている



- ✓ 治験参加者のNPSスコア（推奨度）は、全体では（-27%）で、治験（Phase I～Ⅲ）種別によって大きな差異は見られないが、「健食・コスメ」は批判者比率も少なくNPSスコアが（-19%）であった
- ✓ 業界水準と比較すると「航空業界」（-30%）「セレクトショップ」（-36%）と業界水準としてかなり高いと言える。（P8：業界別NPSスコア参照）



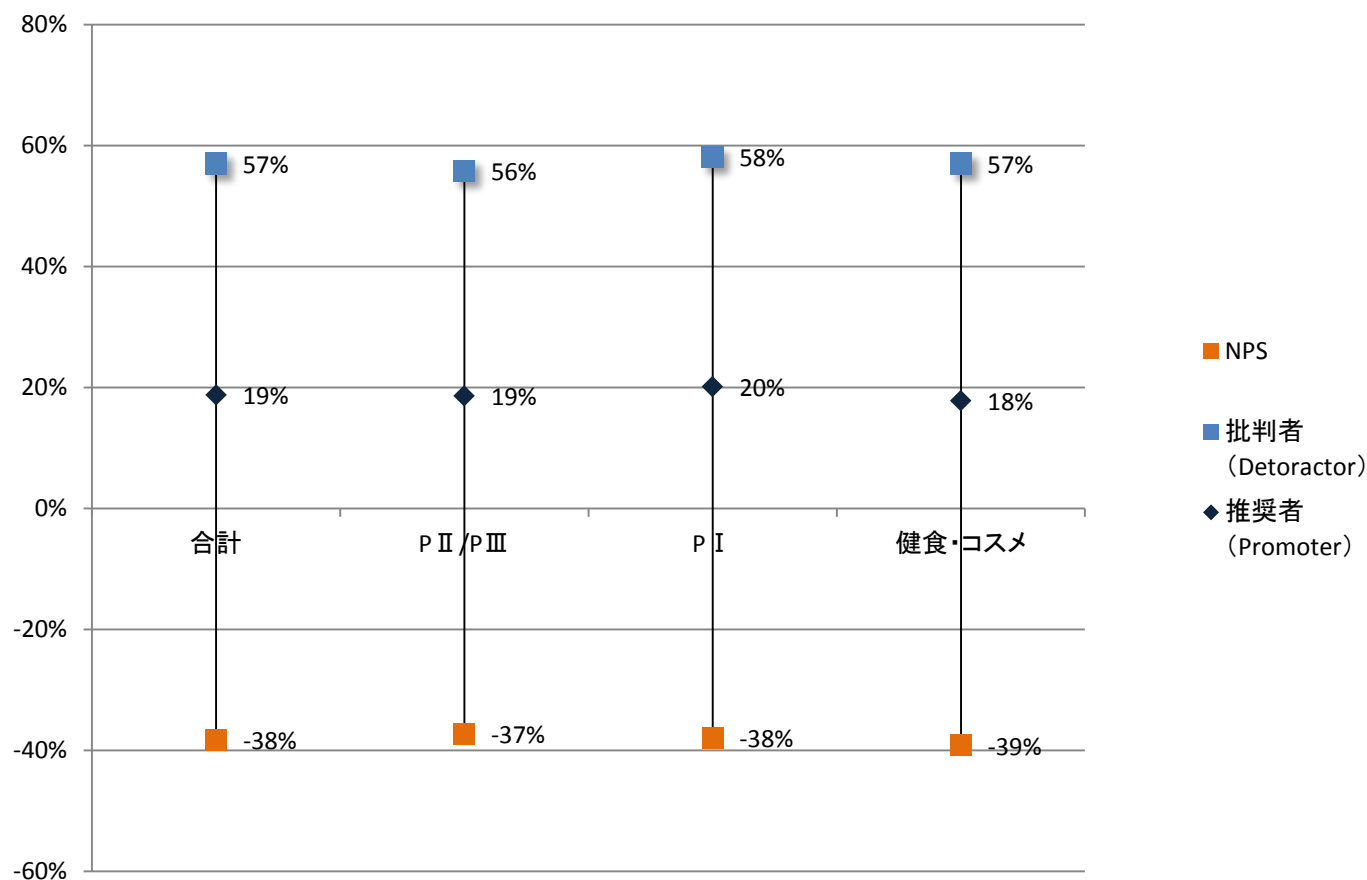
✓ 実際に、治験や試験に参加され、その試験をどのくらい他の人にお勧めしたいですか？

なかなか自分からは病院に行こうと思わなかったがいきっかけになった。指定するスケジュールに合わせるのが大変ですが、細かい検査などもしてもらえるし、普通に病院に行くよりも色々分かってよかった（30代女性）

改善されなかった。結果の数値を教えてくれない。
（70代女性）

過去に誘ったことがあるが、治験に対し人体実験を想像し不安になる人が多い。日程が合わない人が多い。負担軽減費が安いこと。遠隔地から参加の場合、交通費の負担が大きい。（70代女性）

- ✓ 治験参加者の治験施設に対するNPSスコア（推奨度）は、全体では（-38%）で、治験（Phase I ～ III 及び 健食・コスメ）種別によって大きな差異は見られない



✓ 実際に、治験や試験に参加された実施施設をどれくらい他の人にお勧めしたいですか？

医師の丁寧な対応と説明があり、担当の方も親切にしてもらえたため。（50代男性）

治験の事前検査で、大腸ポリープが見つかり、現在、治験通院している病院では、治験以外に大変お世話になり、感謝しています。（50代男性）

連絡が取りにくい。待ち時間がとても長い。（40代女性）

病院の医師の態度が通常の患者と違って治験患者に対しては横柄でぞんざいなように感じたため。（40代男性）

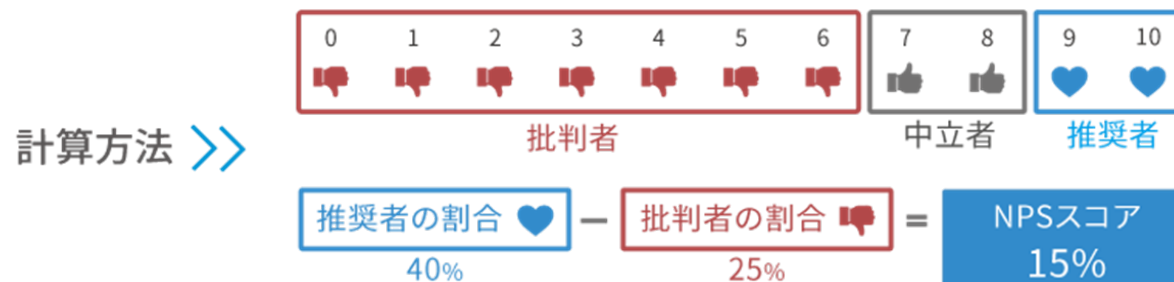
【NPSとは】

- NPSとは「Net Promoter Score (ネット・プロモーター・スコア)」の略で、顧客ロイヤルティ（企業やブランドに対する愛着・信頼の度合い）を数値化する指標です。NPSが上位の企業は高い事業成長率を保っており、NPSを導入することで収益向上を実現しようとする企業が増えています。



【NPSの評価・計算方法】

- NPSを計測するためには、「あなたは〇〇を友人にすすめたいと思いますか？」と質問し、0～10点で評価してもらいます。
- その中で0～6点を付けた人を「批判者」、7・8点を付けた人を「中立者」、9・10点を付けた人を「推奨者」と分類します。
- NPSは「推奨者」の割合（仮に40%）から「批判者」の割合（仮に25%）を引いた数値（ $40\% - 25\% = 15\%$ ）のことを指します。（つまり、推奨者が増えるほど数値が高くなり、批判者が減るほど数値が高くなるように設計されています。）



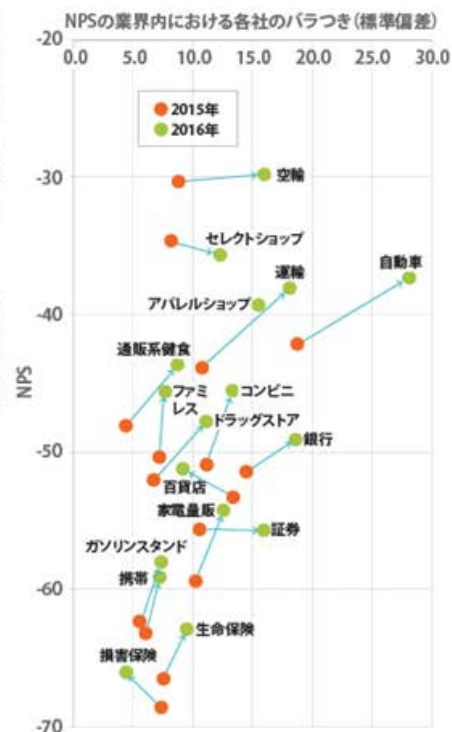


調査結果のサマリー

“NPS®は全体として改善するも、業界内での個別企業の二極化が顕著に”

NPSは業界や国(文化)によって傾向が変わります。今回の業界横断NPSベンチマーク調査の結果からも業界によって幅があることが確認できました。NPSの幅の理解、各業界の標準値を把握することで、自社のNPSを計測した際に相対的な評価が可能となります。

右図は、2015、2016年のNPS (Y軸) とNPSの業界内各社でのバラつき(X軸)を示しています。全体として散布図の右上に移動していることから、NPSは全業界で高まる傾向にありつつも、業界内での二極化が進んでいることがうかがい知れます。



右側の表(※1)は2016年の業界別NPSランキングと、2015年と2016年を比較した際のNPSの増分値によるランキングです。“2016NPS”のランキングが高ければ高いほど、業界として顧客からNPSの観点で評価をされているということです。

上位にある業界は業界内の競争が厳しく、かつ消費者が提供される財についてある程度の知識を持っており、情報の非対称性が少ないため、業界各社として消費者に対しての付加価値を向上させ、それを伝えることに熱心です。

また、ここ1年でNPSを大幅に高めてきているのが運輸とコンビニ、家電量販です。特に運輸は利用者が急増するECサービスの根幹を支えており、顧客の厳しい目に晒された結果と言えます。

‘16のNPSと前年比での増減率ランキング(※1)

	2016NPS	15-16の増加分
1	空輸	運輸
2	セレクトショップ	コンビニ
3	自動車	家電量販
4	運輸	自動車
5	アパレルショップ	ファミレス
6	通販健康食品	ドラッグストア
7	ファミレス	ガソリンスタンド
8	コンビニ	通販健康食品
9	ドラッグストア	携帯キャリア
10	銀行	生命保険
11	百貨店	損害保険
12	家電量販	銀行
13	証券	百貨店
14	ガソリンスタンド	空輸
15	携帯キャリア	証券
16	生命保険	セレクトショップ
17	損害保険	-

【Source】2017年2月13日 株式会社トータル・エンゲージメント・グループ社 プレスリリースより

製薬業界向けマーケティングサービス

～患者調査/エビデンスベースドDAC～

CROee Group Mission : 誰もが“らしく”生きる社会の実現

2017.10



株式会社クロエ
マーケティングサービス準備室 室長 プロデューサー 金野 佳樹
マーケティングサービス準備室 プロデューサー 杉本 徹

我々クロエグループは年間10,000症例（ランダムイズ）220試験以上の治験紹介実績を保有している国内唯一のPRO(被験者募集会社)です。被験者募集事業として国内9拠点/米国2拠点に展開し、従業員400名超（被験者募集専業コールセンターコミュニケーター150名）で事業を展開しています。



代表取締役: 安藤 昌
設立: 2009年

募集プランニング/マネジメント コンサルティング/依頼者窓口業務

- 日本初の被験者募集に特化したPRO
- Google Map(PASSMAP)やDB等のITを生かしたフィジビリティサービス
- より精度の高いエリア・サイトセレクションサービス
- 被験者のダブルエントリーを防止する業界初のシステム「REGUSYS-レガシス」
- 被験者募集の専門家集団によるベンダーマネジメント
- 患者に特化した資材製作
- 所属団体: 日本CRO協会（賛助法人）
- 協同組合臨床開発支援ネットワーク「SMONA」



代表取締役: 滝澤 宏隆
設立: 2005年



募集実務/生活向上Web管理 PHR-DB管理/コールセンター

- 日本最大級の被験者募集会社
- 全国75万人以上の被験者ボランティアデータベースを保有
- 350以上の疾患・症状データベースカテゴリーと医薬品HOTコードマスター対応
- 約100席の臨床試験専門コールセンター
- ウェブを使ったソリューションからイベントの開催まで柔軟な対応
- Pマーク/ISMSの基準を満たした運営



代表取締役社長: 高橋 良典
設立: 2014年

SMO事業

- 被験者募集が可能な国内唯一のSMO
- 治験依頼者及び医療機関のニーズに合わせたサービスを提案
- ボランティア患者の紹介により症例の集積化（少施設・他症例）を実現
- 全国700以上の提携医療施設
- 院内患者とボランティア患者の両立した組み入れプランが可能
- クリニカル・トライアルのサービスと連動することで“より早く・低コスト”な治験を実施

クロエグループのビジネススキーム



生活向上WEB ～会員制治験情報ポータル～



The screenshot shows the homepage of '生活向上WEB' (Seikatsu Up WEB). At the top, it features the site's name, a phone number (0120-963-787), and a banner for a campaign. The main navigation bar includes links like '生活向上とは', '治験について', 'モニターを探す', '健康情報ツール', 'よくあるご質問', and 'お問い合わせ'. A central article titled 'うつ病のサイン' (Signs of Depression) is featured. On the left, there's a 'ログイン' (Login) section and a '無料新規会員に登録する' (Register for free new member) button. Below that is a 'モニター検索' (Monitor Search) section with filters for '地域' (Region), '性別' (Gender), and '疾患' (Disease). A '募集モニター情報' (Recruitment Monitor Information) section is also present. On the right, a sidebar lists various services like 'うつ病のサイン', 'ビッタリの治療方法', and '保険電話相談室'. At the bottom, there are advertisements for 'メディカル検査' (Medical Examination) and 'タバコ病' (Tobacco Disease).

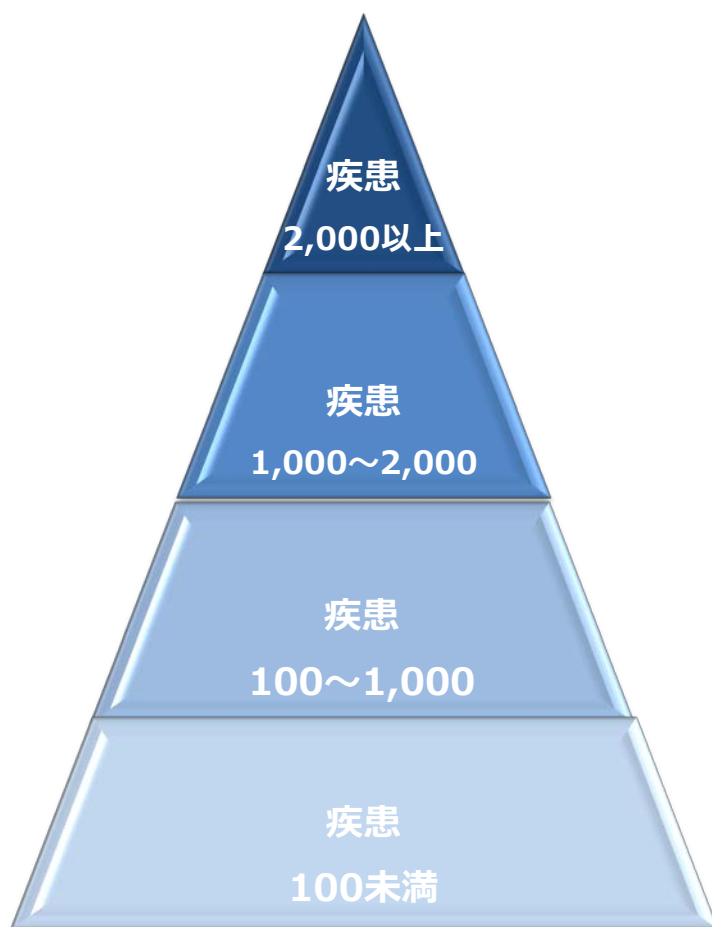
生活向上WEB

- 日本最大級のヘルスケア情報、モニター情報提供サイト
- モニター参加を希望する**75万人**の会員データベース
- **200種類以上の疾患カテゴリ**
- **10万件以上の臨検値データ**
- **15万件以上の服薬情報**
- **年間1万人以上のモニター紹介実績**
- 疾患啓発広告や治験広告も可能

- 運営会社 株式会社クリニカル・トライアル
- 媒体名 生活向上Web
- URL <http://www.seikatsu-kojo.jp/>
- 登録数 759,151人
- 男女比 1:1
- 月間PV数 200万PV
- 月間訪問者数 30万人
- 月間登録数 10,000人

生活向上WEBは『疾患データ』『薬剤服用履歴データ』『臨検値データ』を保有しており、医療分野・ヘルスケア分野における患者インサイトのためのモニターリクルートメントやDTCマーケティング（広告・プロモーション・コミュニティ化など）活用にも有効です。

- ✓ 疾患登録数の多い生活習慣病や予防薬の領域は定量調査パネルと定性調査パネルの両方に対応
- ✓ 疾患登録数の少ない希少疾患については定性調査パネルに対応



●疾患登録数：2,000以上 34疾患

花粉症、高脂血症、アレルギー性鼻炎、不眠症、うつ病、気管支喘息、アトピー性皮膚炎、尋常性挫創(ニキビ)、2型糖尿病 等

●疾患登録数：1,000~2,000 13疾患

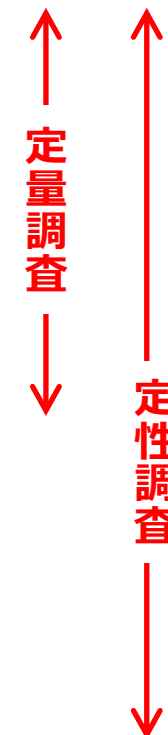
パニック障害、前立腺肥大、狭心症、過敏性腸症候群(IBS)、統合失調症、手根管症候群、関節リウマチ、更年期障害、白内障、慢性胃炎 等

●疾患登録数：50~1,000 114疾患

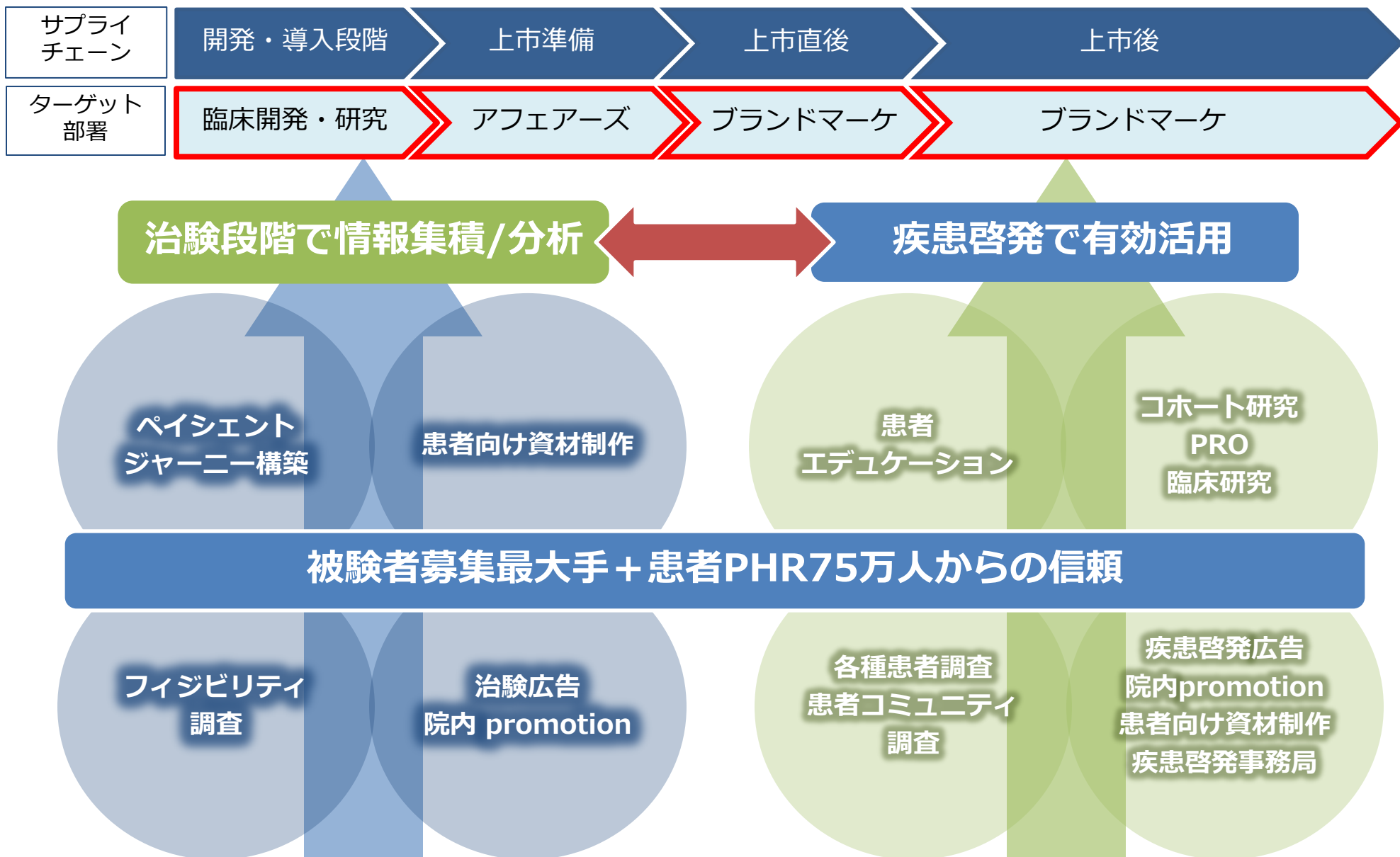
自律神経失調症、変形性膝関節症、脂漏性皮膚炎、片頭痛（偏頭痛）、腎機能障害、胆石、脂肪肝、てんかん、C型肝炎、小児喘息 等

●疾患登録数：50未満 114疾患

妊娠高血圧症(妊娠中毒症)、脊椎管狭窄症、顔面神経麻痺、糖尿病性網膜症、男性更年期障害、後鼻漏、滲出性中耳炎、舌癌、老人性色素斑、鼻茸 等



ポジション：R&D～MA～MKへと情報を繋ぐポジション



PX（ペイシェントエクスペリエンス）から現状分析

PXマネジメント設計

SWS（戦略ワークショップ）

DTC戦略

コミュニケーション設計

ダイレクト

ターゲティング

セグメント

治験リクルート
データ

治験広告
レスポンス
データ

受診行動/服薬
データ

PX
ペイシェント
エクスペリエンス

QOLデータ

各種リサーチ
データ

患者インサイト

生活向上WEB



メルマガ



薬局



疾患啓発サイト



Web 広告



マス広告



交通広告

▼ ヘルスケアマーケティング

ペイシェントエクスペリエンス（PX：患者体験）を活用

CROeeグループで保有する75万人のパーソナルヘルスケアレコード（PHR）を活用して、ターゲットとなる疾患患者や潜在患者、患者介護者などのペイシェントエクスペリエンス（PX：患者体験）をもとに患者インサイトを分析し、最適なソリューションを提供します。

また、被験者リクルートメントのリーディングカンパニーとして治験フェーズからのペイシェントエクスペリエンスも蓄積し、効果的なマーケティングを実現します。

患者インサイト

広告

P R

プロモーション

患者実態調査

マス広告

イベント/市民公開講座/調剤薬局PR

患者QOL

デジタル広告

デジタルPR/ネイティブAD

アドヒアランス調査

事務局運営

治験施設CS調査

サイト構築/運用

ペイシェントジャーニーマップ

生活向上WEB会員向けメルマガ

疾患啓発サイトヒューリスティック評価

メディアリレーション

ソーシャルメディア

疾患オンラインコミュニティ

18