

医師・内科医会主導の市販後調査を通じて、 医師が直接御社食品サンプルを説明及び手渡し致します。



院内ポスターの掲示

- 内科医会会員医療機関の待合室に設置する内科医会専用掲示板上に市販後調査参加募集告知用ポスターとして掲示します。
- 3ヶ月間で最大延べ75万人以上の患者が、告知用ポスターを見ることになり、多くの参加者が募れます。

※ 200医療機関で設置した場合。



御社食品に関する市販後調査の告知スペース

▲ 内科医会からの市販後調査の告知記事。

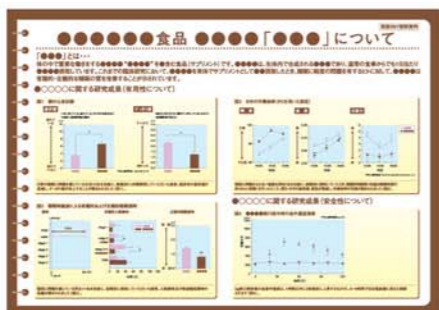
御社調査対象食品の特長に合わせた関連啓発記事。



医師による食品説明

- 内科医会の医師が自ら、診察室における診療行為内で、御社食品の有効性・安全性等を患者にわかりやすく説明します。
- 内科医会自らが各種資料を制作し、御社食品の説明を医学・科学的にサポートします。
- 診療行為内における医師の説明は、医師の責任・裁量範囲内で行われることから、御社食品の特長を的確に患者に伝えることが可能です。
- 医療機関で調査され使用されている食品であり、医師も認めた食品であるということに患者に認知していただけます。

● 医師用説明資料



▲ 御社食品について、今まで得られているエビデンスをもとに、医師が患者にわかりやすく説明

市販後モニター調査

- 内科医会が主体となり、200例規模程度の市販後モニター調査を実施します。
- 御社食品の摂取が医学的に奨められる患者を医師自らの確に選別することにより、質の高い調査が可能となります。
- 御社食品を一定期間、医師の管理下において摂取していただき、摂取期間中、摂取前後の臨床データ(問診・理学検査・血液検査等)を収集することにより、有効性・安全性等のエビデンスをさらに充実させることが可能です。
- 医療機関において調査を実施する利点の一つとして、医薬品との併用時における有効性・安全性等の臨床データを取得できることから、消費者センターへの問い合わせにも、確固たる事実としてご回答いただける根拠を提供することができます。

● 市販後モニター調査のしおり



▲ 医師から患者に直接、調査の実施方法を説明することにより、質の高い調査が可能となります。

論文・学会発表

- 市販後モニター調査の結果については、内科医会が主体となり報告書作成、論文作成を行います。
- 医師自ら、調査結果を論文発表・学会発表することから、医学界・医療界における御社食品の認知度を飛躍的に向上させることができます。
- 学会発表等を通じて御社食品のことを知った他の医師が、御社食品を予防医療の一環として使用し始めるという波及効果も期待されます。
- もちろん、市販後モニター調査の結果は、御社による各種PR活動に使用していただくことができます。

サンプルの手渡し・アンケート調査

- 市販後モニター調査と同時に、3,000例から10,000例規模のより簡便な調査をサンプリングを兼ねて施行することにより、多数の患者に御社食品の「良さ」を知っていただく機会を提供します。
- 御社食品の摂取が医学的に奨められる患者を医師自らの確に選別することにより、通常のサンプリング等とは比較にならない程の効率の高いサンプリングが可能となります。
- 御社食品のサンプル提供とともに、食品説明パンフも医師から患者に手渡しすることにより、新規ユーザーの獲得に貢献します。
- 多数の患者に御社食品を知っていただくだけでなく、同時に多数の医師にも御社食品を知っていただくことになり、患者・医師双方への情報提供の徹底化が可能となっております。

アンケート結果集計

- アンケート調査の結果に関しては、集計・分析の上、御社に結果報告いたします。
- 医師を通したリアルターゲットへのサンプリングなので、コアユーザーにおける商品評価としてマーケティング上貴重なデータに成り得ます。

<市販後調査とは……>

トクホ認可のための臨床試験とは別に、市販後に行われる、他の食品・薬との併用による効果や副作用の存否を検出するための調査です。「許可取得後の科学的知見の集積等により、その保健の用途に係る有効性や当該食品の安全性等に問題が生じていないか、その確認に努めること」が当プログラムの開発背景です。
(厚生労働省 医薬食品局 食品安全部新開発食品保健対策室 2005.2.1)

広報活動(医師・一般)

- 調査の結果得られたエビデンスをもとに御社にて広報リリースを実施。
- また、純広・タイアップ記事、Webコンテンツ、各種販売促進ツールの題材としての活用も医療機関との調整により可能となります。
- 論文・学会発表に加え、医師向け広報活動の実施により、御社食品を予防医療の一環として使用し始める医師をさらに増加させることが可能です。

消費者窓口での回答

- 消費者窓口へ数多く寄せられる、「医薬品との併用時の安全性」に対する質問に対して、客観性のある調査結果をもとに対応ができるようになります。
- 発売後の安全性調査を実施していることにより、消費者により大きな安心感を持っていただくことができます。

コミュニティサイト

- 弊社コミュニティWebサイト「evilabo」(会員:約3万人)に調査結果および論文要旨を掲載し、情報拡散致します。
- 健康や健康食品に意識の高いコアユーザーに対して、御社の取り組みや得られた結果への理解促進が図られ、さらなる継続使用への意向が高まります。

クチコミ誘発

- 調査活動を通して、参加いただいた患者のご家族や周りの友人への、有効性・安全性に関する実感レベルでのクチコミ効果が期待できます。
- またWebサイト「evilabo」内においても、調査結果の掲載を見て使用した他の生活者の実感レベルでのクチコミが蓄積されていきます。

