

NEWS RELEASE

2023年6月29日

株式会社電通メディカルコミュニケーションズ

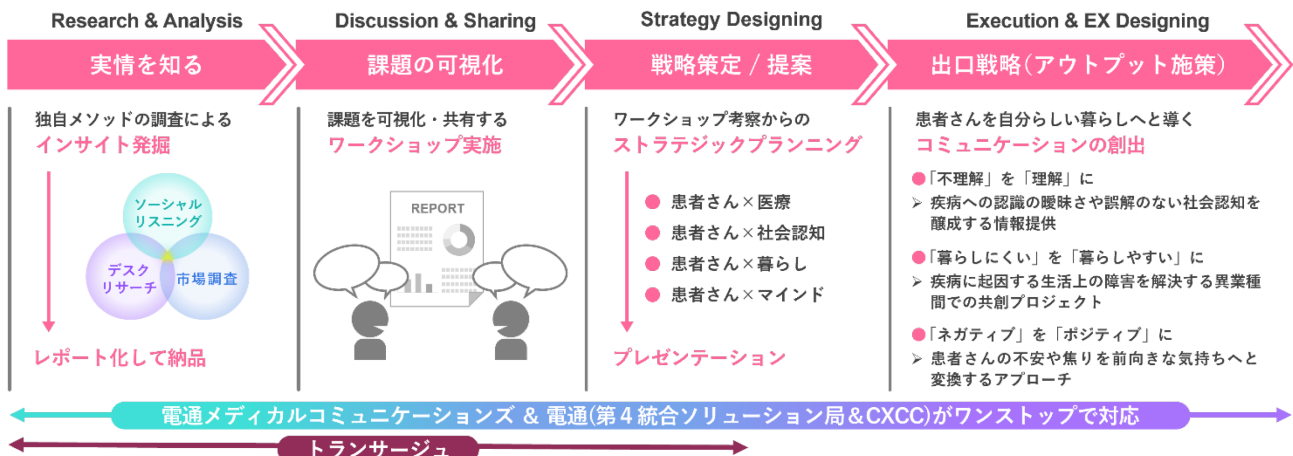
患者さんの本音を引き出し、心を動かすコミュニケーションを創出する インサイトマーケティングサービス「Patient Insight Express」の提供を開始

株式会社電通メディカルコミュニケーションズ^{*1}(本社:東京都港区、代表取締役社長執行役員:林 剛、以下「電通メディカルコミュニケーションズ」)と、株式会社電通(本社:東京都港区、代表取締役社長執行役員:樽谷 典洋)における社内組織「第4統合ソリューション局^{*2}」、「カスタマーエクスペリエンス・クリエイティブ・センター(CXCC)^{*3}」、トランサージュ株式会社^{*4}(本社:東京都港区、代表取締役:瀧口 慎太郎、以下「トランサージュ」)は、患者さんを中心とした医療と生活に関わるステークホルダーのインサイトをより高い解像度で掘り下げ、課題抽出から戦略策定、アウトプット施策に至るまでをワンストップで実施する新たなインサイトマーケティングサービス Patient Insight Express の提供を開始します。

■ Patient Insight Express によるインサイトマーケティングの特徴

- ▶▶▶ 既存の調査方法では把握することが難しい患者さんの「リアルな声」を発掘
- ▶▶▶ 発掘した解像度の高いインサイトから患者さんを中心とした戦略を策定
- ▶▶▶ クリエーティビティと表現コンプライアンスを両立したコミュニケーションの創出
- ▶▶▶ 入口から出口までの全行程を伴走するワンストップサービス
- ▶▶▶ ケースバイケースでフレキシブルにカスタマイズできるフロー

独自メソッドによって掘り起こされる高解像度のインサイトを起点に アウトプット施策までの全工程をワンストップで実施

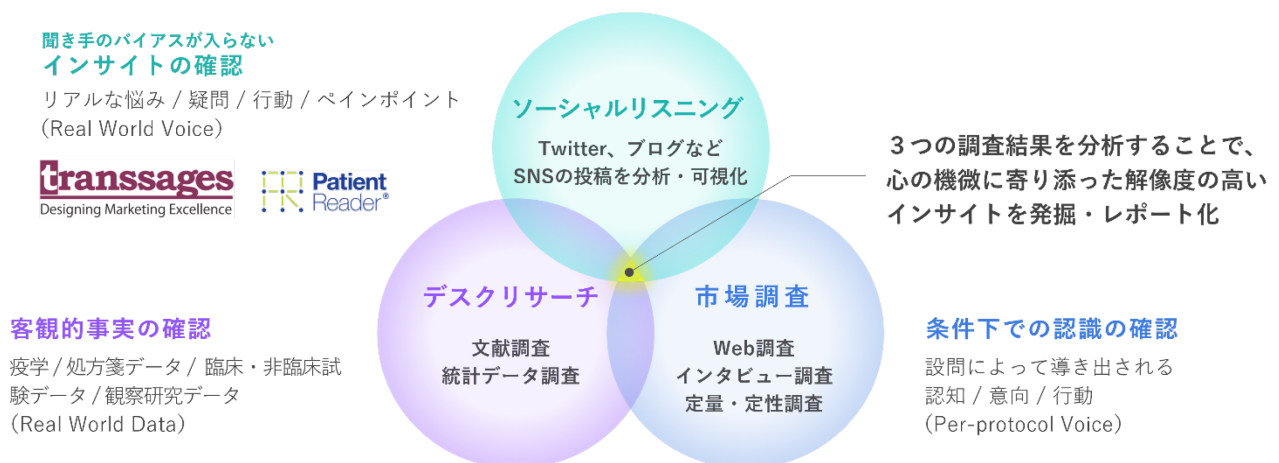


たとえ同じ病気であっても患者さんが抱える悩みは千差万別で、患者さんやご家族の本音を知ることは、インサイトを発掘する上で大きな意味を持ちます。しかし、センシティブな悩みは、誰かに理解してほしい、打ち明けることへのためらいもあり、本音を引き出すことの難しさが課題となっていました。

Patient Insight Express は、聞き手のバイアスが入らない患者さんやご家族のリアルな声（悩み/疑問/行動/ペインポイントなどの Real World Voice）を引き出し、自分らしく暮らしたいと願う患者さんの心の機微に寄り添った解像度の高いインサイトを発掘するために、従来から実施されてきたデスクリサーチや市場調査に、トランサージュが開発したソーシャルリスニングサービス「Patient Reader[®]」^{*5}を組み合わせた独自のメソッドを採用しています。

各種調査で得られた結果はレポート化し、成果物として納品されます。そして、レポートをもとにより深くインサイトに向き合い、課題を可視化・共有するためのワークショップを実施します。

より解像度の高いインサイトを発掘するPatient Insight Expressにおける調査手法



こうして可視化された課題は、電通のマーケティング力とクリエイティブ力を集結したチームに共有され、課題解決に向けたコミュニケーション戦略の策定からアウトプット施策まで、全行程をワンストップで実施することができます。また、各セクションで段階的に発注を切り分けるなど、フレキシブルにフローをカスタマイズすることが可能で、ケースバイケースで要望に沿う形のサービスとして提供することもできます。

病気によって自分らしい暮らしを送ることが難しくなった患者さんの身体的または精神的な苦痛や苦悩、患者さんに関わるすべての人たちが抱える悩みや葛藤。患者さんが現実を受け入れ、前向きになることは、これらの課題を解決していく上で不可欠ですが、それは容易なことではありません。現実を受け入れられない、目を背けたい、そんな患者さんのマインドを変えていくためには、杓子定規な言葉や作りものではない、心が突き動かされるコミュニケーションこそが必要だと、当社は考えます。

当社は Patient Insight Express の提供を通じて、これまで認識することが難しかった患者さんのリアルな声に耳を傾け、その声に内包されるさまざまな苦痛や苦悩と向き合い、ペイシェントセントリックを実現するためのコミュニケーションへと昇華させることを目指しています。

- ※1 『人々の“生きる”を支える』をビジョンに掲げ、メディカル・ヘルスケア領域において電通グループをリードするヘルスケアエージェンシー。医療用医薬品・医療機器のコミュニケーションに関する豊富な知識と経験をもとに、専門性を活かしたさまざまなソリューションを幅広い分野に提供する。
- ※2 第4統合ソリューション局は、企業の事業戦略の設計およびマーケティングの実行を支援し、ワンストップでの統合的ソリューションを提供する組織。企業が抱える事業およびマーケティング課題等の発見と包括的解決へ向けたコンサルティング、解決策の提供、推進、プロデュースおよび実施・運用に関するプランニングを行う。
- ※3 2021年1月に発足した電通の社内組織。およそ100人のクリエイターが在籍。独自のメソッドや、最新のクリエイティブソリューションを活用しながら、新規顧客獲得から既存顧客のファン化まで、すべてのCX（顧客体験）を統合的にデザインし、クリエイティブのプランニングを行う。
- ※4 ヘルスケア・マーケティングのプロフェッショナルたちによって設立されたマーケティング企業。ペイシェントセントリックを礎に“マーケティング・エクセレンス”をデザインし、より高品質なヘルスケアの実現に取り組む。
- ※5 のべ2億人を超えるSNSユーザーによって投稿されたポストから患者さんやご家族のありのままの声を抽出し、従来の患者調査では把握しにくかったありのままの行動やインサイトを可視化するサービス。

【本案件・本リリースに関するお問い合わせ先】

Patient Insight Express 担当者：尾方 / 内堀 / 佐藤 e-mail：eigyous@dentsu-mc.co.jp

株式会社電通メディカルコミュニケーションズ (<https://www.dentsu-mc.co.jp/>)