

Wiley Corporate Solutions

ワイリー・コーポレート・ソリューションズ

Wiley helps pharmaceutical and scientific corporations, by working collaboratively, to connect with and maximise engagement within the medical and research communities.

Wileyは、製薬企業や科学企業と提携することで
医療・医学研究コミュニティとつながり、コミュニティ内での
エンゲージメントを最大化することを支援しています。

Our Reach in Health 医療分野における弊社媒体のリーチ数

Our collaboration with communities of researchers and Healthcare professionals in more than 200 countries means that your message can be seen by the 112 million unique visitors on Wiley Online Library.

200カ国を超える国々の研究者や医療関係者のコミュニティとのコラボレーションによって、貴社のメッセージは、ワイリー・オンライン・ライブラリを介して1億1200万人ものユーザーが閲覧できます。

GLOBAL
medical and research
communities

世界中の
医療および研究者
コミュニティ



130 M*

1億3,000万人*

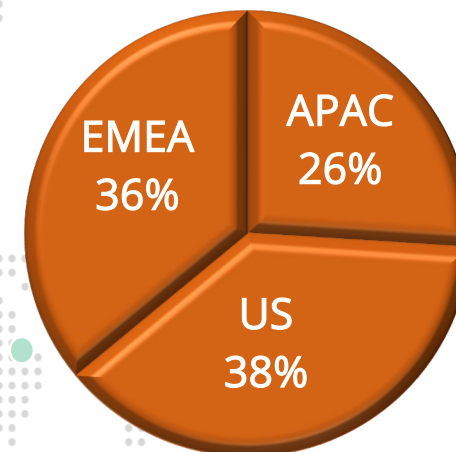
WILEY's
reach within the
medical and research
communities

医療および研究者コミュニ
ティにおけるワイリー媒体の
リーチ数



112 M**

1億1200万人*



*Source: WHO

** unique users between 1st July 2020 and 30th June 2021 on all health related subjects

** 健康関連の全主題について、2020年7月1日～2021年6月30日に利用したユニークユーザー数

Our Global Health Community

弊社のグローバル・ヘルス・コミュニティ

From cutting-edge online technology to enhanced content solutions, Wiley Corporate Solutions team is dedicated to help corporations reach, engage and connect with the audience you need.

最先端のオンラインテクノロジーから高品質コンテンツソリューションまで、ワイリー・コーポレート・ソリューションズのチームは企業がターゲットとするオーディエンスにリーチし、エンゲージメントを獲得し、つながりを作る支援をしています。



395

Journals in Health

医療分野ジャーナル



18

Journals in top 10
JCR category

JCR カテゴリートップ10
以内のジャーナル



613

Society partnerships

学会パートナーシップ



Wiley Journals indexed in
219 out of 234

JCR Categories

Wileyジャーナルは234件のうち219件の
JCRカテゴリーで参照



7M 700万

Cites
(Wiley Journals)

引用数
(Wileyジャーナル)



112M *1億1200万人*

Unique Visitors to
WOL

WOLへの
ユニーク訪問者数

*unique users between 1st July 2020 and 30th June 2021 on all health related subjects

*ヘルス関連の全主題について、2020年7月1日～2021年6月30日のユニークユーザー数

Our **Japanese** Health Community

日本の医療コミュニティ

Our credible digital channels enable your field force to better engage and deliver added value to your customers, via credible content.

当社の信頼できる各デジタルチャンネルを使用して、フィールド担当者は質の高いコンテンツを提供することで貴社とクライアントとのエンゲージメントを強化し、付加価値を提供する支援をします。



395

Journals in Health

医療分野ジャーナル



18

Journals in top 10
JCR category

JCR カテゴリートップ10
以内のジャーナル



613

Society partnerships

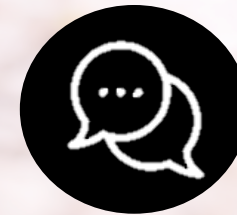
学会パートナーシップ



Wiley Journals indexed in
219 out of **234**

JCR Categories

234件のうち219件の
JCRカテゴリーで参照



7M

Cites
(Wiley Journals)

引用数 700万件
(Wileyジャーナル)



11M *

Unique Visitors to
WOL from Japan

日本国内からのWOLへの
ユニークビジター数 1400万人

*unique users between 1st July 2020 and 30th June 2021 on all health related subjects

*ヘルス関連の全主題について、2020年7月1日～2021年6月30日のユニークユーザー数

医療従事者のコンテンツニーズや
好みを理解する

Understanding the content
needs and preferences of
our Healthcare audience



Background 背景

In July 2021 Wiley conducted research amongst healthcare practitioners to learn more about changing information behaviours.

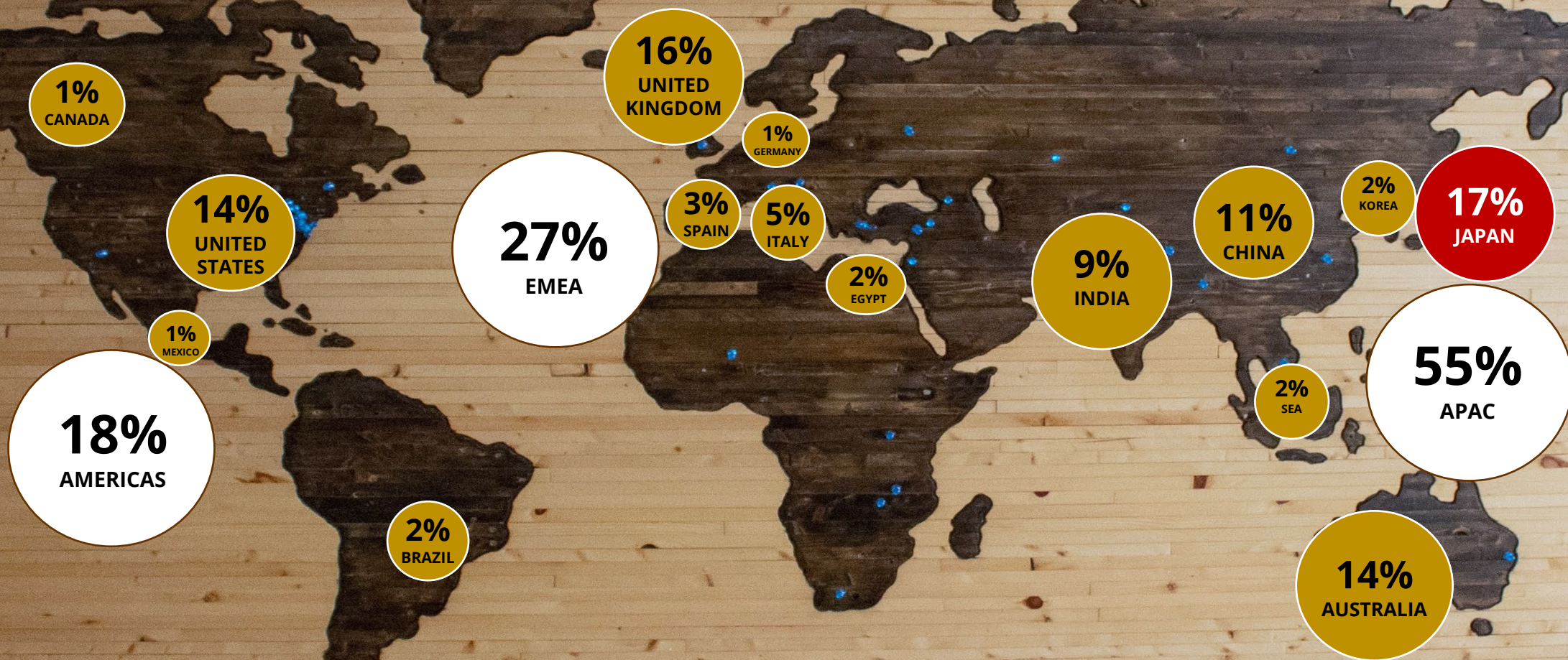
2021年7月、Wileyは情報に関連した行動の変化についてさらに詳しく知るため、医療従事者に対する調査を実施しました。

Wiley surveyed over **1,000** healthcare professionals (HCPs) globally, about their content consumption, preferences, and habits to understand how information on the page/screen translates to clinical practice.

Wileyは、世界各国の医療従事者(HCP)1,000人以上を対象に、コンテンツ消費、好み、習慣について調査し、ページ/画面上の情報が臨床現場でどう活用されているかをまとめました。

Respondents were from 51 countries

51ヶ国から回答が寄せられました



Global Sample size n=1,016
 回答者数: n=1,016

Objectives 目的

- To understand the evolving content needs and preferences of our HCPs
医療従事者の変化するコンテンツニーズや好みを理解する
- To assess factors that drive HCPs content choices
医療従事者がコンテンツを選択する際の決定要因を調査する
- To evaluate the impact of information technology that Wiley offers to support HCPs
Wileyが医療従事者を支援するために提供している情報テクノロジーの影響を評価する

Understanding the journey to clinical decisions

WILEY

臨床的意思決定までの道のりを理解する

The survey helped us understand prescribers' preferences to clinical content and provided us with key findings, which we will be discussing in this presentation. この調査は臨床コンテンツに対する処方者の好みを理解するのに役立ち、本プレゼンテーションで紹介する重要な調査結果を得ることができました。

?

Why are some sources of content used in preference to others? 一部のコンテンツソースが、他のソースよりも優先的に使用されるのはなぜか？

?

Why are some types of material more influential than others? 特定の資料が他の資料よりも影響力があるのはなぜか？

?

Why might valuable insight or information be overlooked or rejected as part of a clinical decision-making process? 貴重な洞察や情報が臨床的意思決定プロセスの一部として見落とされたり却下されたりするのはなぜか？

?

Where are HCPs looking for information? HCPはどこで情報を探しているか？

?

What are the obstacles to finding valuable information? 価値ある情報を見つける上で何が障害になるか？

?

Which formats are more useful in processing complex information at speed? 複雑な情報をすばやく処理するには、どのフォーマットの有用性が高いか？

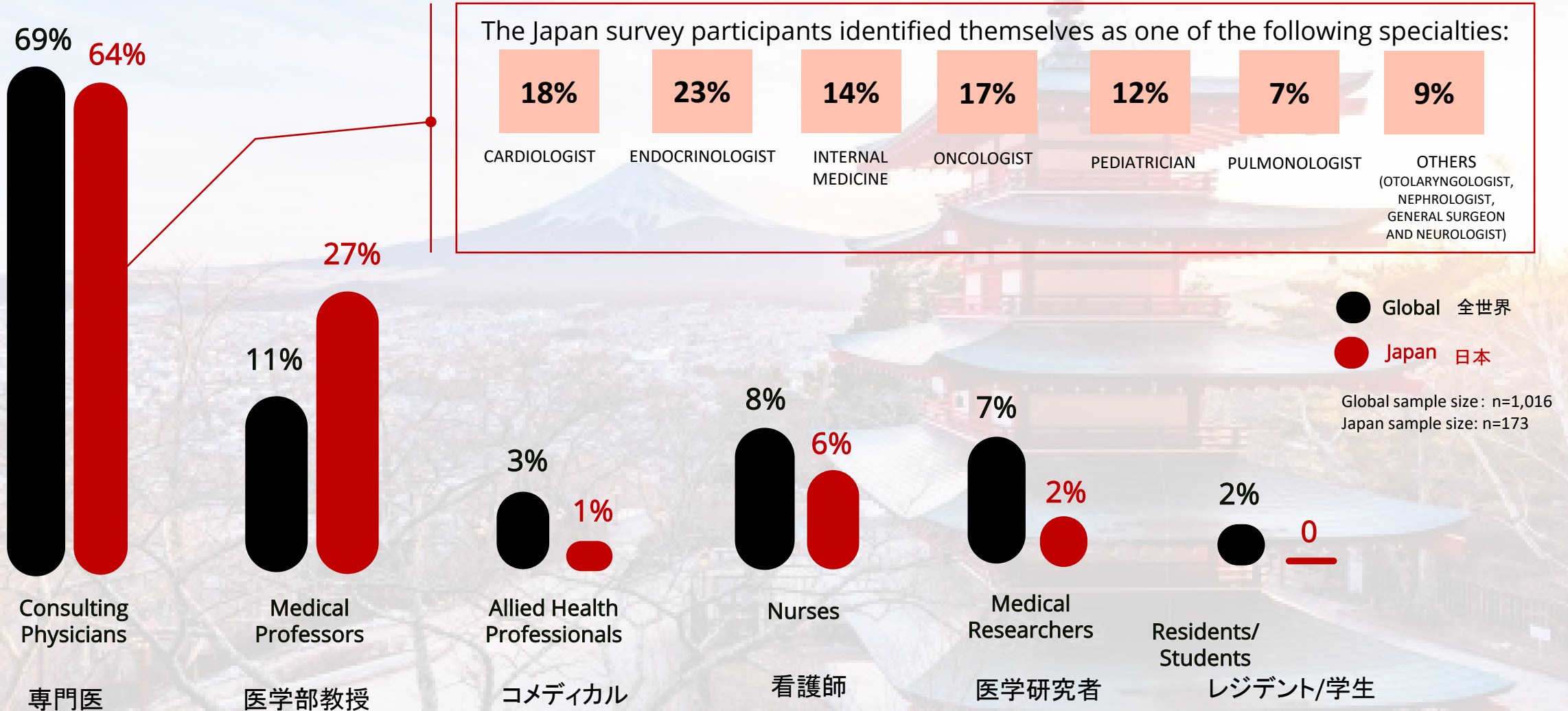
?

What are the expected long-term effects of COVID-19 on professional development, learning, and content consumption? 新型コロナウイルス感染症は専門能力開発、学習、コンテンツ消費に対して長期的にどのような影響を与えることが想定されるか？

Respondents' Profile 回答者のプロフィール

Mean career experience for HCPs in Japan was **12.3 years** (2021 survey)

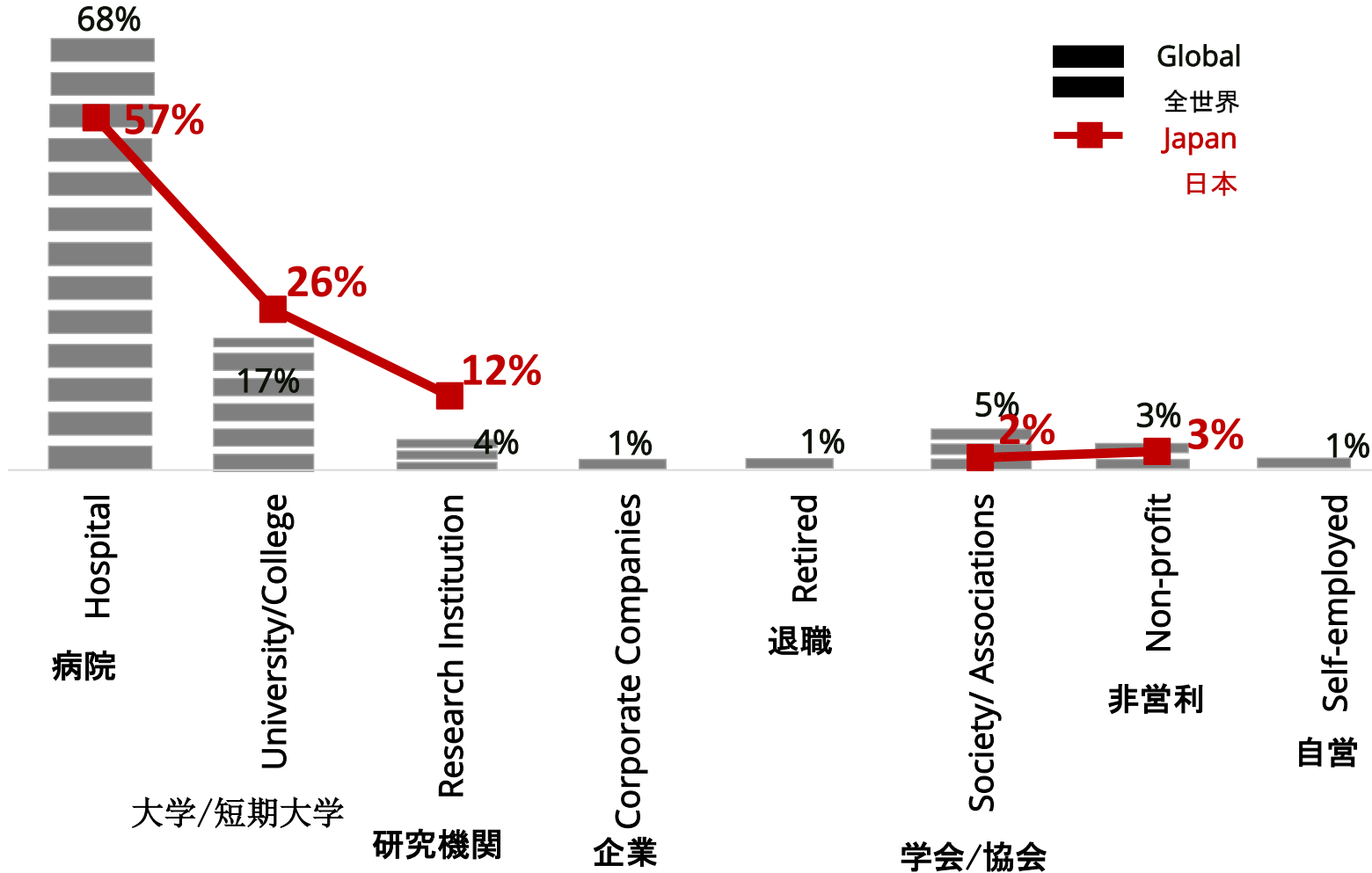
日本でのHCPの平均キャリア年数は12.3年でした



Respondents' workplace 回答者の勤務先

Most respondents were from the Hospital sector

回答者の大部分は病院勤務者でした



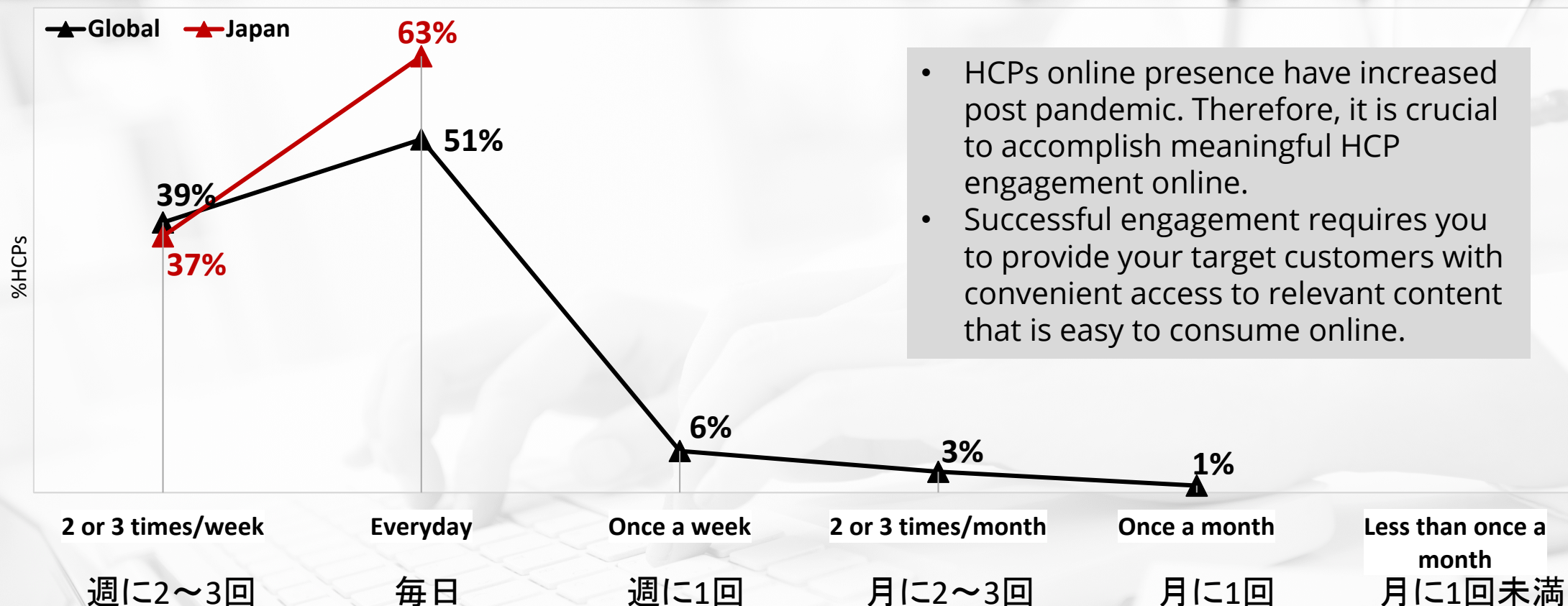
回答者数: n=1,016



WILEY

HCPs medical information online search behaviour

As digital is emerging as the optimal and most accessible platform for news, data and updates, HCPs in Japan are more frequently accessing medical information online.



- HCPs online presence have increased post pandemic. Therefore, it is crucial to accomplish meaningful HCP engagement online.
- Successful engagement requires you to provide your target customers with convenient access to relevant content that is easy to consume online.

Q: How often do HCPs search for relevant medical information in their field?

Q: HCPが専門分野に関連する医療情報を検索したり読んだりする頻度は？

HCPs trusted reference sources

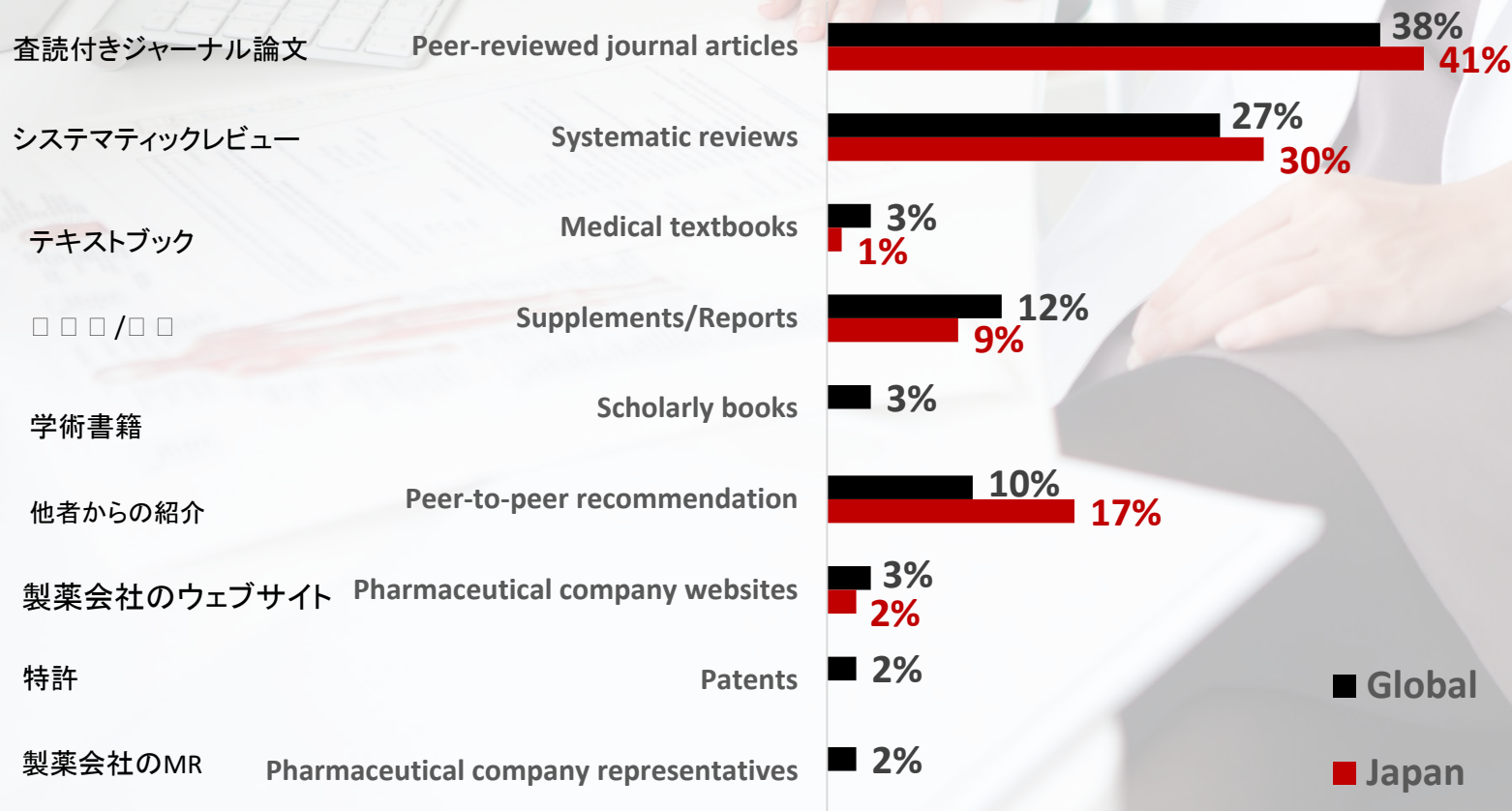
最新情報入手するための信頼できる情報源

HCPs are highly-selective in their content consumption.

Most-trusted sources are established platforms, publications and recommendations from peers

HCPはコンテンツ消費についてのハイレベルの基準をもつ。

最も信頼できる情報源は、確立されたプラットフォーム、出版物、同僚からの推薦



- Among HCPs, online medical journals are the most popular resources, and credibility is still the most important factor when choosing a resource.
- As HCPs in Japan value peer-to-peer recommendation, this could be a clear opportunity for pharma companies, to emulate an in-person level of engagement and interactivity virtually for HCPs, through educational hubs and virtual audience engagement solutions.

Q: Which sources do HCPs trust the most to stay updated with medical information?

Q: HCPが最新の医療情報入手する上で最も信頼している情報源は？

Global sample size : n=1,016

Japan sample size : n=173

HCPs preferred reference formats for clinical decisions

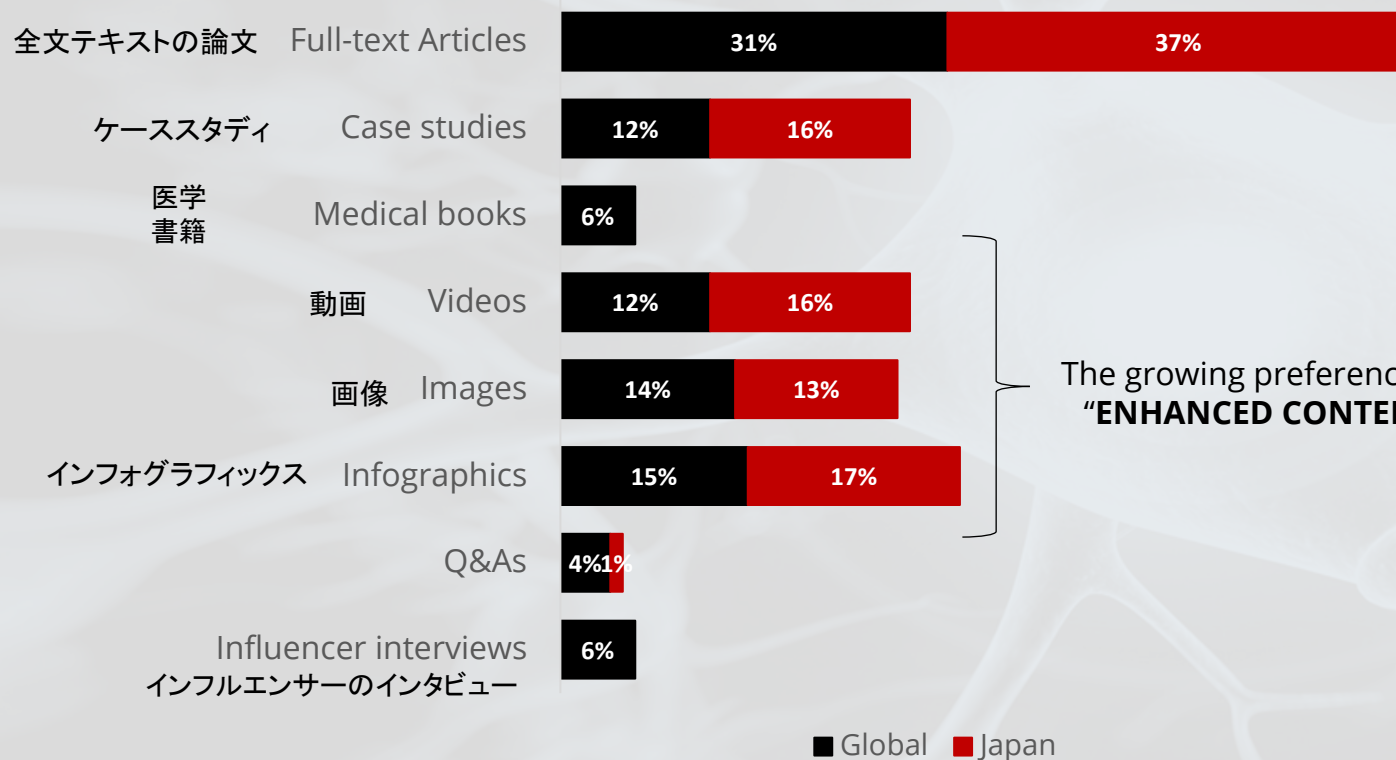
HCPが臨床決定の際に優先的に使用する参考文献の形式

Content preferences are evolving.

Sophisticated format combinations enable rapid decision-making.

コンテンツの好みは進化している。

洗練されたフォーマットを組み合わせることで、迅速な意思決定が可能になる。



The growing preference for "ENHANCED CONTENT"

- HCPs' preferences for consuming information are changing.
- **HCPs are operating in a new landscape**, with the pandemic inducing more HCPs to go digital.
- In Japan, the **preference for enhanced content** among HCPs has **increased by 10%** in the last one year, as the content referencing needs have gone higher during the pandemic.
- Interactive, concise, easy-to-digest enhanced formats help to **drive engagement and increase impact**.

Q: What reference format do HCPs prefer to support clinical decision-making?

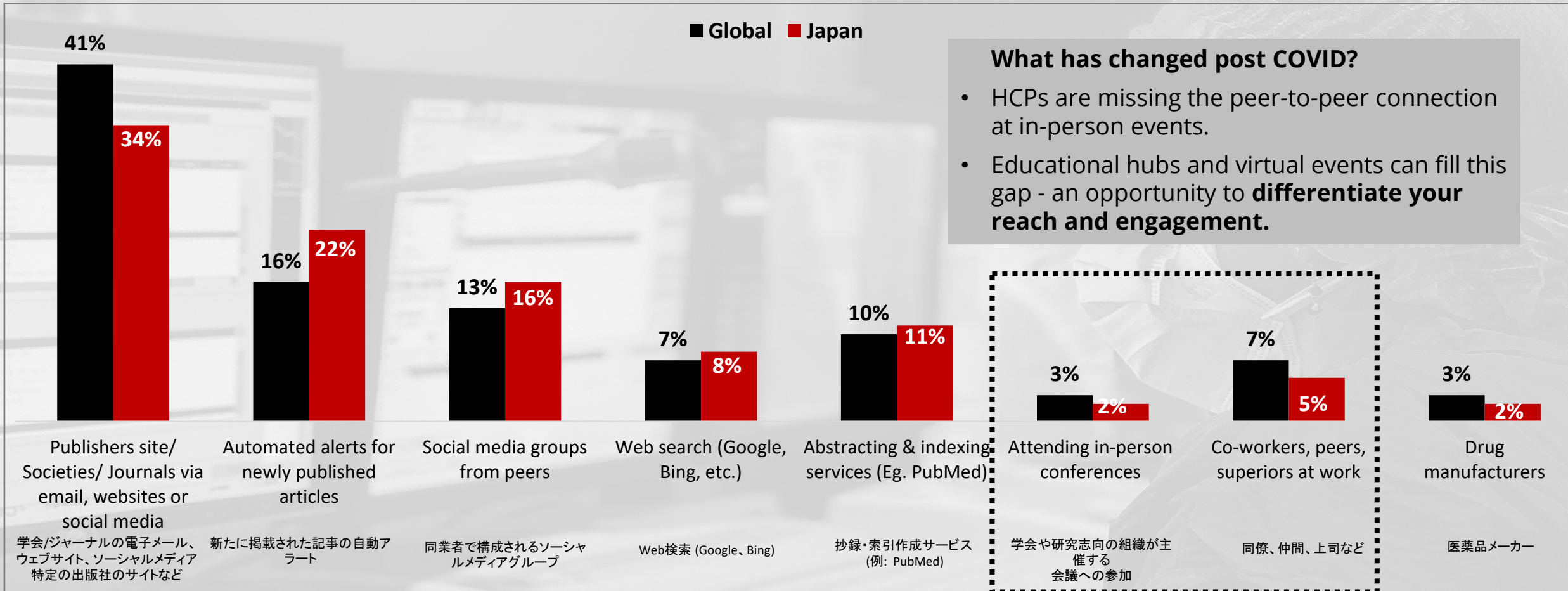
Q: HCPは臨床上の意思決定を支援する参考文献にどのような形式を好むか？

Global sample size: n=1,016

Japan sample size: n=173

Medical learning platforms accessed by HCPs during the pandemic

Physicians in search of medical data, seem overwhelmingly to favor targeted sites rather than general web browsing for credible medical information.



Q: Where do HCPs learn about newly published scientific/clinical research in recent times?

Q: HCPは、新たに発表された科学的/臨床研究をどこで知るか？

Number of clinical materials referred for clinical decisions by HCPs in Japan

臨床的意思決定のために参照された臨床資料の数



More than **61%** of HCPs in Japan consult **two or more** sources before insight translates to a clinical decision

61%以上のHCPが病識から臨床的意思決定に至るまでの過程で2件以上の情報源を参照している



Over **47%** consult more than **three** sources

47%以上が3件以上の情報源を参照している

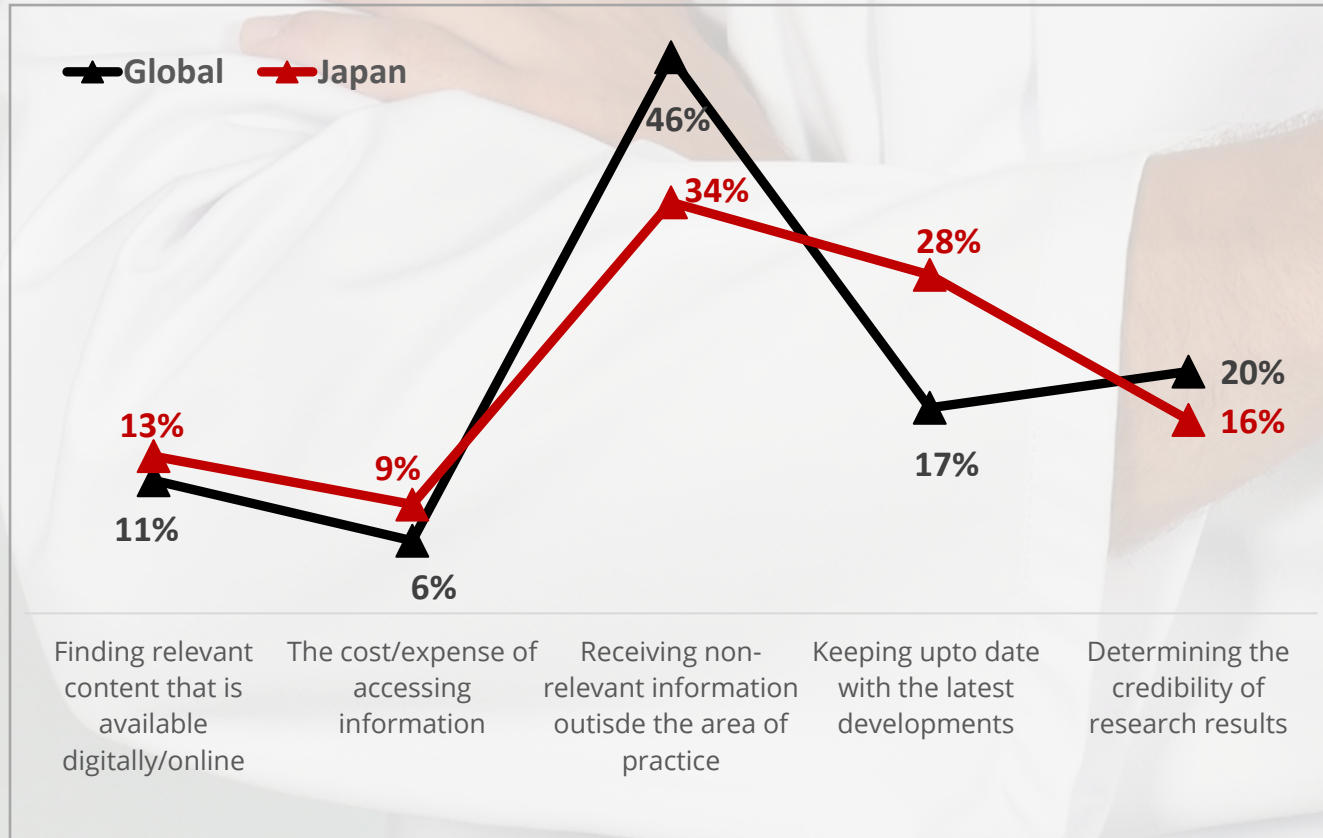
Q: How many reference materials do HCPs read before making a clinical decision?

Q: HCPは臨床的意思決定を下すにあたり、何件の参考資料を読むか？

HCPs challenges in accessing scientific/clinical research

科学研究や臨床研究を評価する際のHCPの課題

Keeping up to date with the latest developments and determining the credibility of the research, remains a challenge for HCPs in Japan in recent times.



The dramatic increase in the amount of digital information being pushed to HCPs during the pandemic is causing 'digital fatigue'.

How do we mitigate this?

- **Optimised HCP engagements** (based on current HCP online search trends and other historical content requirement behaviour), using the right channel, will help drive the engagement.
- **Personalise HCP engagement** for the foreseeable future (in terms of content needs and tailor-made insights for clinical decision making) is the key.

Q: What challenges do HCPs face in accessing scientific/clinical research?

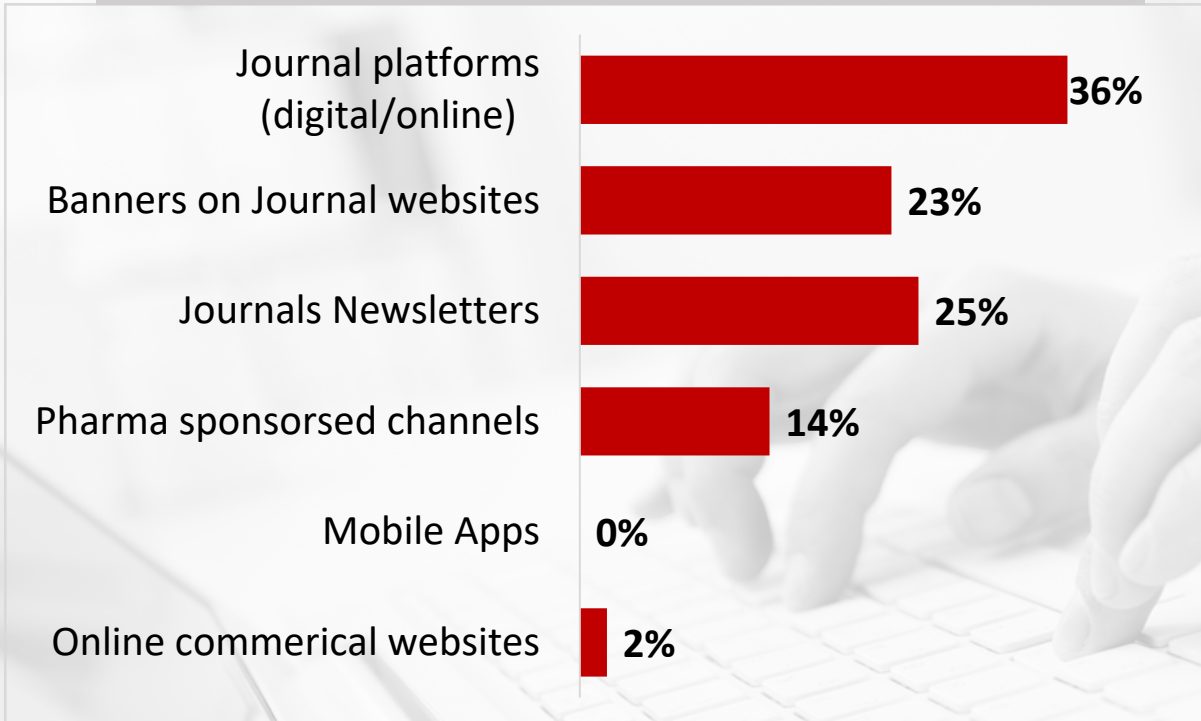
Q: 科学研究/臨床研究へのアクセス時に、HCPはどのような課題に直面するか？

HCPs attitude towards Advertisements in Japan HCPの広告に対する意識

Physicians are more likely to notice advertisements when the source is credible and links to scientific content
臨床医は、広告の掲載元が信頼できるものである場合、広告を意識しやすい

Source credibility is an important factor for HCPs

HCPにとって掲載元の信用性が重要である。

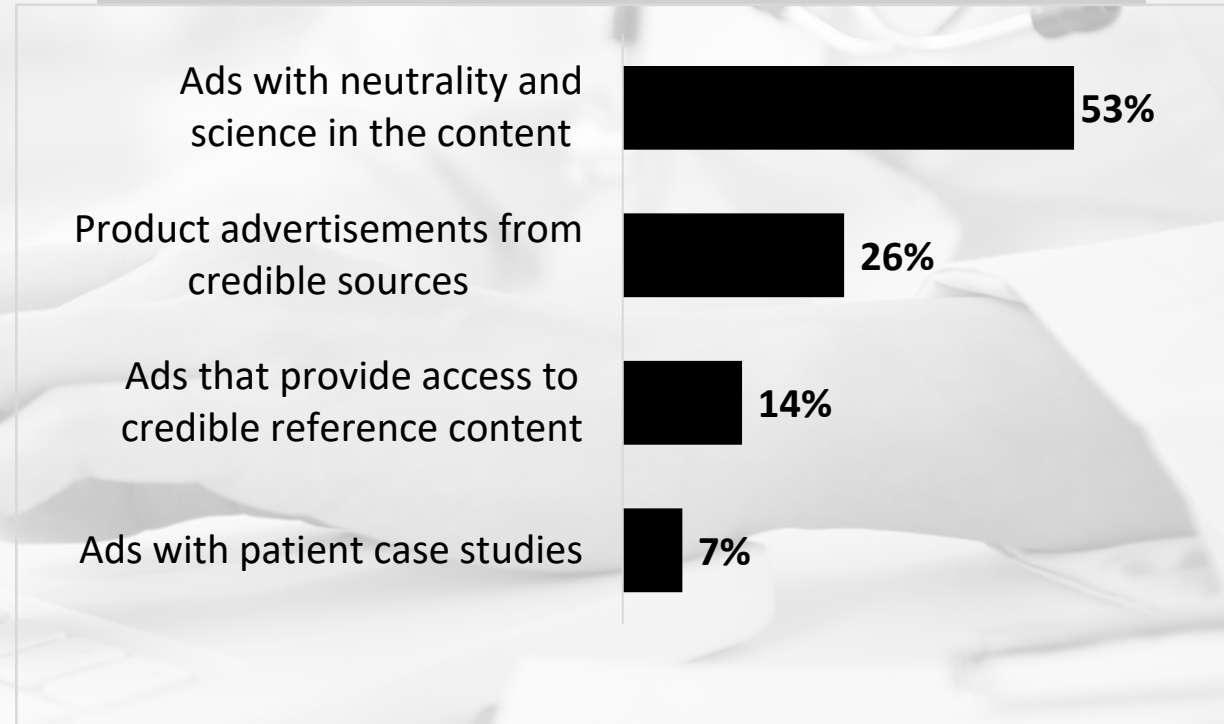


Q: In the past, how frequently have you come across relevant product advertisements in any of these online platforms?

過去に、様々なオンラインプラットフォームで、どの程度頻繁に関連性のあるプロダクト関連広告を目にしたか？

HCPs love science and dislike biased brands

HCPは科学を好み、バイアスのかかった情報を嫌う



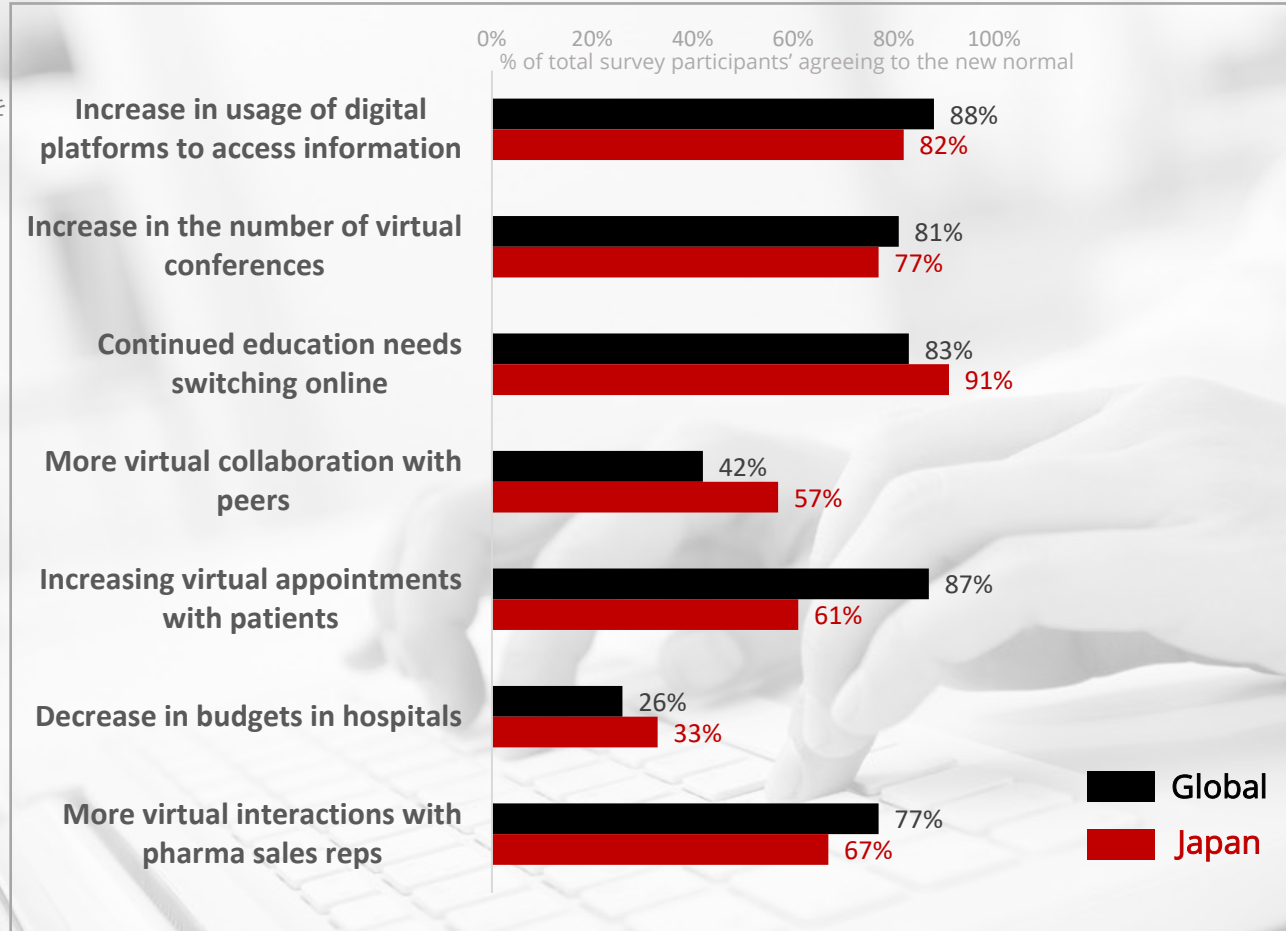
Q: When you notice advertisements on your screen, what motivates you to click on the advertisement link(s)?

広告を目にしたとき、どういう理由で広告先リンクをクリックしたいと思うか？

HCPs opinion on the new normal

The pandemic switch to remote knowledge sharing is a permanent transition

パンデミックによるリモートでの知識共有への移行は恒久的



より多くのデジタルプラットフォームを利用して情報にアクセスすること

オンラインカンファレンス

継続教育のニーズがオンラインに切り替わる

バーチャル空間での協働

患者のオンライン診療

予算の削減

製薬会社営業担当者とのオンラインでのやり取りが増加

What has changed post COVID?

- The future of medical engagement has gone virtual.
- With the drastic increase in the volume of emails and webinars HCPs are facing today, virtual engagements must be highly targeted to improve HCP access.
- Content that delivers information in a precise format through credible channels have better reach.

Q: What long-term impact will COVID-19 have on information-seeking behaviour?

Q: 新型コロナウイルス感染症は情報検索行動にどのような長期的な影響を与えるか？

Global sample size: n=1,016

Japan sample size: n=173

Key findings that may impact your decisions for 2022



2022年の意思決定に影響する可能性がある主な調査結果

The pandemic switch to remote knowledge seems a permanent transition.

パンデミックによるリモートでの知識共有は恒久的なものといえる

Enhancing evidence-based articles with videos and infographics would support the decision-making process for HCPs.

ビデオやインフォグラフィックを用いて、エビデンスに基づいた論文を強化することで、HCPの意思決定のプロセスの助けとなる

A combination of ease of digital access to the latest information and the credibility & relevance of content will drive increased engagement of HCPs.

デジタルでの最新の情報へのアクセスのよさ、コンテンツの信頼性や関連性の深さ、という要素の組み合わせでHCPのエンゲージメントを高めることができる

Strategies to disseminate content via email and social media are vital to secure continued reach.

コンテンツをソーシャルメディアやメールキャンペーンで広めていくことで持続的にリーチを高める

WILEY

Meet our Team in Japan

日本の担当が対応いたします

Our experienced team will be able to help you find the best way to meet your goals, whether we're partnering with you to create content or helping you advertise in top journals.

弊社の経験豊富なチームが、コンテンツ作成を目的とした提携やトップジャーナルへの広告掲載など、ご要望に応じて目標達成のための最良な方法をご提案いたします。



MAKI
ISHIKAWA



SHIN
EHARA



YUKI
ONO



HIRO
KAWAMURA



CHIN-MI
CHONG



TOMOMI
YASUI

Thank You!

Partner with us to discover and execute strategic solutions that resonate and drive impact.

WILEY

ご清聴ありがとうございます。

影響力を与える戦略的ソリューションを作りましょう。

For more information please contact:

pdejong@wiley.com

mishikawa@wiley.com