

各位

2025年7月23日

株式会社ケアネット

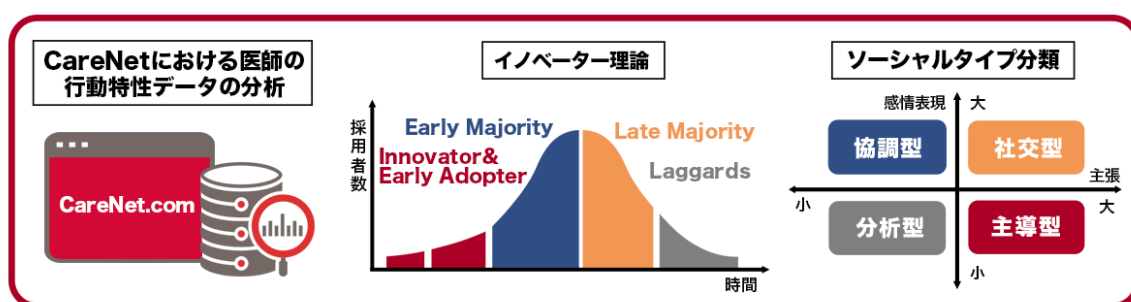
ケアネット、医師の診療特性に合わせたセグメントマーケティングを

実現する「CareNet Profile®」を商標登録

株式会社ケアネット（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：藤井勝博、以下「ケアネット」）は、医師の診療タイプやソーシャルスタイルに基づき、セグメント毎に最適化された情報提供を可能にする医師プロファイリングサービス「CareNet Profile®（ケアネット プロファイル）」が、特許庁により商標登録されたことをお知らせいたします。

本サービスは、2025年3月の提供開始以来、製薬企業が抱えるセグメントマーケティングの課題を解決するソリューションとしてご活用いただいております。

ケアネットは、今回の商標登録を機に「CareNet Profile®」のブランド価値をさらに高めてまいります。今後もAI技術の活用などによるサービスの個別化や機能拡充を進め、医師と製薬企業双方のニーズに応える価値を提供し続けることで、医療の質の向上に貢献してまいります。



CareNet Profile



商標登録の概要

- 商標：CareNet Profile
- 登録番号：第 6935740 号
- 登録日：2025 年 6 月 6 日
- 商標権者：株式会社ケアネット

ケアネット独自の 4 つの医師プロフィール「CareNet Profile®」

「CareNet Profile®」は、ケアネットが独自に設計した調査に基づき、CareNet.com の医師会員の診療特性を分析、4 つのタイプに分類したプロファイリングサービスです。

1. スペシャリスト型

学術的探求心が強く、海外の論文や学会発表を重視し、新薬を早期に採用する傾向があります。

2. 協調・調和型

チーム医療や周囲との関係性を重んじ、同僚の評価や国内学会など身近な情報を参考にしつつ、患者の QOL 改善を第一に考えます。

3. 直感と経験型

自身の直感や経験を重視し、情報は他の人よりも少しでも早く欲しいと感じています。新しい製品は一定の期間や評価が出てから採用するタイプです。

4. 安全・分析型

十分な情報収集を前提とし、データに基づき理論的に判断します。総合的に納得してから採用する慎重なタイプです。

これらの分類は、マーケティング理論として知られる「イノベーター理論」やコミュニケーション理論の「ソーシャルスタイル理論」とも高い親和性を持っています。

製薬企業のセグメントマーケティングにおける課題を解決

治療の専門性が高まり、医師の情報ニーズが多様化する中、画一的な情報提供では効果的なアプローチが難しくなっています。多くの製薬企業が医師の特性に合わせたセグメントマーケティングの重要性を認識しているものの、独自に医師のプロファイルを広範に収集・分析し、運用することは多大なコストと労力を要します。

このような課題に対応するため、本サービスを e デイターリングサービス¹「MRPlus®」と組み合わせて活用することが役立ちます。医師のプロファイルタイプに応じて、メッセージやデータの種類、提示するストーリーラインを最適化したコンテンツをセグメント別に配信することが可能となり、より効率的で質の高いコミュニケーションを実現します。

ケアネットについて

名 称： 株式会社ケアネット
代 表 者： 代表取締役社長 藤井 勝博
所 在 地： 東京都千代田区富士見1-8-19 住友不動産千代田富士見ビル
設 立： 1996年7月
資 本 金： 24 億 500 万円
主な事業内容： 製薬企業向けの医薬営業支援サービス、
医師・医療者向けの医療コンテンツサービス など

CareNet.com <https://www.carenet.com/>

CareNet Academia <https://academia.carenet.com/>

CareNeTV <https://carenetv.carenet.com/>

CareNet Career <https://career.carenet.com/>

Doctors' Picks <https://www.carenet.com/lp/doctorspicks/>

しろぼんねっと <https://shirobon.net/>

¹ 製薬企業がインターネット等を介して医師などに医薬品の情報提供を行う活動