

# 「60 Seconds」(シクスティー・セコンズ)アプリ、日本の医薬品営業チームに人間主導のマイクロコーチングを提供

～AIのみのボットを超え、Z世代のMR(医療情報担当者)とMSL(医療科学担当者)のための本物のメンターシップを育成～

60 Seconds PTY LTD 2026年4月1日

60 Seconds PTY LTD(本社:オーストラリア・ニューサウスウェールズ州ピークハースト)は、日本市場における「60 Seconds」マイクロコーチングモバイルアプリを今後もさらにパワーアップさせていくことをお伝えします。

業界では近年、人工知能を活用したリアルタイム対話型ロールプレイを実行する、完全自動化トレーニングプラットフォームが急増しておりますが、「60 Seconds」の理念は異なります。

それは、デジタルプラットフォームの効率性と、人間によるメンターシップを融合させることです。



現場の管理職が、実際の動画ロールプレイをレビューし指導することで、「60

Seconds」は医薬営業チームが医療従事者の心に深く響く、繊細なコミュニケーションスキルを確実に身につけられるようにします。

## ■ 人的要素:AI だけでは Z 世代を指導できない理由

営業環境のデジタル化が進む中、AI 駆動型会話ボットが市場に流入しています。しかし AI が拡大できるのは知識であって、知恵ではありません。

顧客対応を AI ボットのみ依存すると、複雑なコンサルティング型販売が機械的な台本に墮し、「場の空気を読む力」「トーンの調整」「対等な信頼構築」といったニュアンスが完全に失われるリスクがあります。

AI は担当者に何が語られたかを伝えられますが、どのように受け取られたかを説明できるのは人間だけです。この人間的な触れ合いは、特に Z 世代の専門家にとって極めて重要です。

今日のテクノロジー優先の企業環境において、この世代の医療情報担当者(MR)は、CRM 分析による過剰な監視を感じ、キャリア成長における支援不足を嘆くことが少なくありません。彼らはデジタルネイティブでありながら、ロボットのようなリーダーシップを望んではいません。むしろ、本物の人間による、頻繁で、小分けにされたコーチングを強く望んでいるのです。

さらに、異なる役割には異なるニュアンスが求められ、AI が把握するのは困難です。MR は反論対応やステークホルダーマッピングといった商業的販売スキルに優れる必要があり、一方、メディカルサイエンスリエゾン(MSL)はキーオピニオンリーダーとのエビデンスに基づく科学的対話の促進に力を発揮します。「60 Seconds」は、AI チャットボットでは再現できない、役割に特化した微妙なガイダンスを人間の上司が提供し、若いチームメンバーとの信頼を築きます。

## ■ フレームワーク疲労と「一度きりの取り組み」への解決策

多くの製薬企業は、PSS、SPIN、チャレンジャー、サンドラーといった確立された営業コーチングプラットフォームを導入する際、「フレームワーク疲労」に直面しています。

経営陣は「一度きりの取り組み」として、全国営業会議でこれらの手法を導入するものの、日常業務に生かされていないケースが少なくありません。継続的な強化がなけれ

ば、習得したスキルの殆どが3か月以内に忘れられてしまいます。

さらに、営業担当者が説得力のあるプレゼンテーションを実践しているかを確認する上で、組織は大きな問題を抱えています。

営業担当者は厳格なスケジュールに従うよりも、自身の都合で練習することを好む傾向があり、管理者は対面での同行指導の合間に、声の調子、ペース、表現を評価するのに苦労しています。

「60 Seconds」は、対面ワークショップと日常業務の間のギャップを埋めることで、これらの課題を解決します。営業担当者はデジタルで練習でき、管理者は業務の流れの中でマイクロコーチングを提供できます。

### ■ 仕組み:「60 Seconds」の3つの柱

営業管理者が自らの現場で設計した「60 Seconds」は、コミュニケーションを測定可能に向上させる3つの柱に基づいています:

- **実践:** 「60 Seconds」は個人の「営業トレーニング場」として機能し、営業担当者が自身の端末でいつでもどこでも、焦ることなくメッセージングと伝達方法を練習できます。
- **コーチング:** 管理者は、チーム向けに具体的で実戦的な営業シナリオを簡単にカスタマイズできます。これにより台本段階と伝達段階の両方で、的を絞った人間主導のコーチング介入が可能になります。
- **インサイト(振り返りと測定):** プラットフォームでは、営業担当者と管理者の双方が動画内容を振り返り、自社のコンピテンシーフレームワーク(「成果を出す人の行動モデル」の設定)に基づいて対話の質を評価できます。包括的な理解を経て、チームの成果を数字と質の両面から分析し、改善の進み具合を測れます。

### ■ 実績あるグローバル導入事例

「60 Seconds」プラットフォームは、世界中の大手かつ高評価の製薬企業様において、顧客満足度を高める、実績豊富なツールです。

当社のグローバル展開には、MSD、エーザイ、フェリング、ルンドベック、オルガノン、GSK、ノバルティス、ヴァーバック、ファイザー、アストラゼネカ、リリー、ハートマンといった業界リーダー企業による広範な導入実績が含まれます。

## ■ 会社概要

- 会社名: 60 Seconds PTY LTD
- 設立: 2014年6月
- 本社: 732 Forest Rd, Peakhurst 2210 NSW, Australia
- 従業員数: 25名
- ウェブサイト: <https://60seconds.com/ja/> (日本語)

■ 日本市場向けお問い合わせ先 「60 Seconds」アプリに関する詳細情報、または日本語でのフォローアップ電話およびライブデモのご手配につきましては、下記までご連絡ください:

日本駐在カスタマーサクセスパートナー(日本語可)

マーク・ケネディ

メール: [mark.kennedy@60seconds.com](mailto:mark.kennedy@60seconds.com)