

## ? 調査概要

調査目的：	医師のブランド想起を元に、各プロモーションの有効性を定期的にトラッキング	有効回答：	約10,000s
調査方法：	インターネット調査	調査期間：	年4回（1・4・7・10月）
調査対象：	全国の臨床医	調査主体：	株式会社インテージヘルスケア

## 製品想起ランキング

※MRは「MRディテール+MRオンライン面談+MR院内説明会」の合計

※医師が製品5つを想起し、各製品の印象を評価。  
 下記ランキングは印象が「ニュートラル以上(ポジティブ)」のみを分析対象とする。  
 ※下記結果は診療科問わずTOTALで算出（診療科等による絞込みも可）

IMPACT  
TRACK2021年10-12  
MR宣伝回数SOC  
SHARE OF CHANNELS

New:  
2021年10月  
TOP10圏外

2022年1月  
TOTAL想起数

1	エンレスト
2	フォシーガ
3	タケキャブ
4	リベルサス
5	デエビゴ
New 6	ビラノア
New 7	ジャディアンス
8	ツイミーグ
9	タリージェ
10	ネキシウム

2022年1月  
MR想起数

1	エンレスト
2	リベルサス
3	フォシーガ
4	ダーブロック
5	ツイミーグ
6	ジャディアンス
7	ビラノア
8	ユリス
9	バフセオ
10	デエビゴ

2022年1月  
ノンプロ想起数

1	タケキャブ
2	エンレスト
3	デエビゴ
4	タリージェ
5	フォシーガ
6	ネキシウム
7	ビラノア
8	カロナル
9	ロキシニン
10	リリカ

1	エンレスト
2	フォシーガ
3	リベルサス
4	グーフイス
5	タケキャブ
6	ジャディアンス
7	ビラノア
8	ツイミーグ
9	ユリス
10	トルリシディ

## SOC2022年1月 TOTAL想起数No.1はエンレスト

全チャンネル総合で最も想起された薬剤はエンレストであった。エンレストはMR、web講演会、インターネットでも1位であった他、ノンプロモーションにおける想起でも2位となった。

21年11月下旬に慢性心不全の適応追加承認となったジャディアンスは、前回(21年10月)全チャンネル総合23位から7位にランクアップした。

本調査結果・SOCに関するお問い合わせ ✉ ant-syndicated@intage.com

\*記事本文・データ転載をご希望の際は、上記メールアドレスにご連絡ください

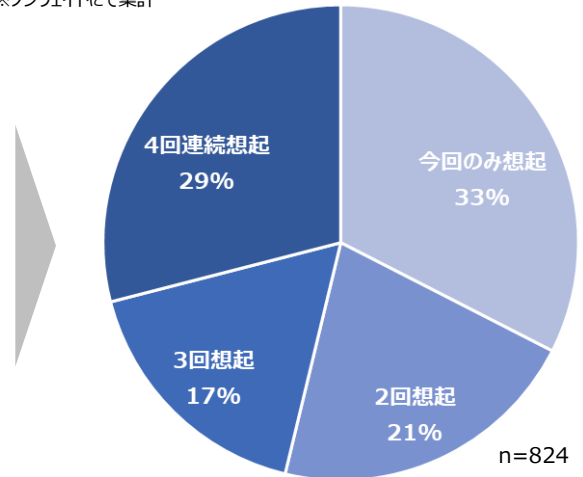
# 想起回数別貢献チャンネル

## エンレスト 直近1年間における想起回数

※直近1年間：2021年4月,2021年7月,2021年10月,2022年1月  
 ※分析対象医師：上記期間におけるSOCすべての回答した医師、かつ2022年1月にエンレストを想起した医師  
 ※ノウエイにて集計

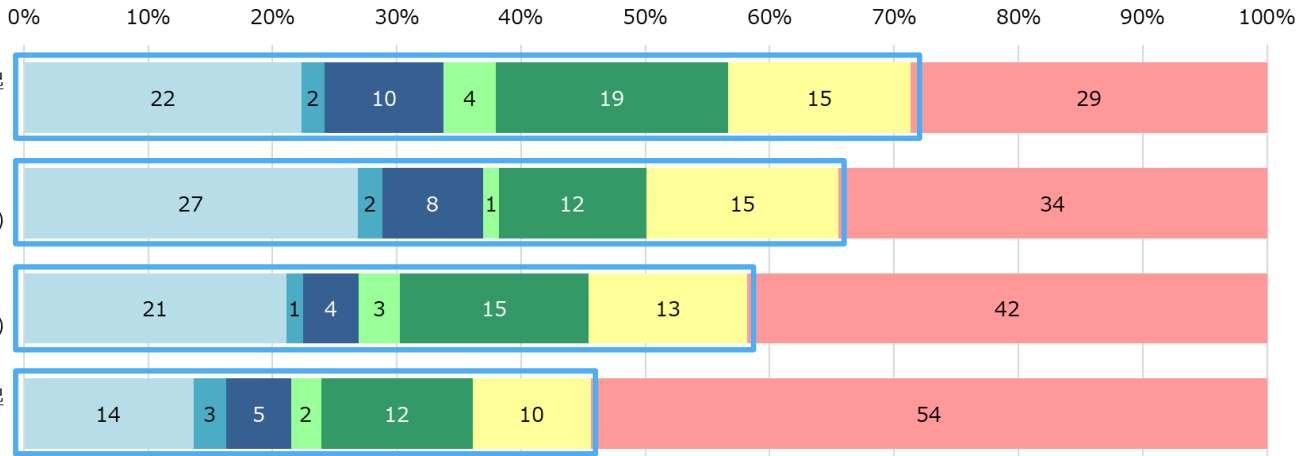
<セグメント定義>

	2021年 4月	2021年 7月	2021年 10月	2022年 1月
今回のみ想起		想起なし		想起あり
2回想起		1回想起あり		想起あり
3回想起		2回想起あり		想起あり
4回連続想起		3回想起あり		想起あり



## エンレスト 想起回数別貢献チャンネル構成比 (2022年1月調査) ※ノウエイ

■ MRディテール ■ MRオンライン面談 ■ MR院内説明会 ■ 講演会 (リアル) ■ Web講演会 ■ インターネット ■ プロモその他 ■ ノンプロモーション



今回の調査でエンレストを想起している医師について、直近1年間の調査における想起回数別に貢献チャンネルを比較すると、想起回数が少ない医師ほどプロモーションチャンネル(MRディテールからインターネットまで)が貢献している傾向が見受けられる。

「2回想起」の医師は、21年10月と今回調査でエンレストを想起している医師が多く、21年9月に高血圧の適応追加が承認となったことを受けて、想起した医師が含まれると考えられる。印象に残ったメッセージでも、21年7月と比較して21年10月は「対象患者 (適応追加など)」の割合がやや増加した。

本調査結果・SOCに関するお問い合わせ [ant-syndicated@intage.com](mailto:ant-syndicated@intage.com)

\*記事本文・データ転載をご希望の際は、上記メールアドレスにご連絡ください