

? 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
TRACKSOC
SHARE OF CHANNELS2022年4月
TOTAL想起数

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

2022年4月
MR想起数

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

2022年4月
ノンプロ想起数

1	タケキャブ
2	エンレスト
3	ビラノア
4	デエビゴ
5	フォシーガ
6	タリージエ
7	カロナル
8	ネキシウム
9	サムスカ
10	ルパフィン

2022年1-3月
MR宣伝回数

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

SOC2022年4月 TOTAL想起数No.1はエンレスト

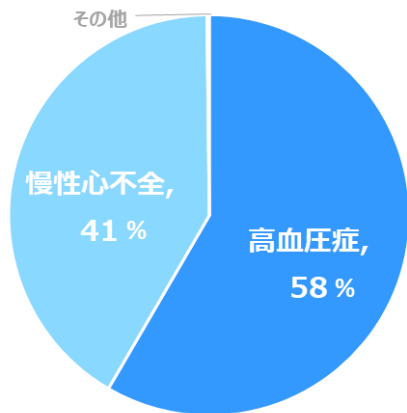
全チャンネル総合で最も想起された薬剤はエンレストであった。2021年10月調査以降1位をキープしており、想起数が増加している。想起チャンネル別の想起ランキングにおいても、MR、講演会、インターネットで1位であった他、ノンプロモーションにおける想起でも2位となった。

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

※医師が製品5つを想起し、各製品の印象を評価。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。

エンレスト想起医師における 主な治療疾患



主な治療疾患：高血圧症 想起製品ランキング

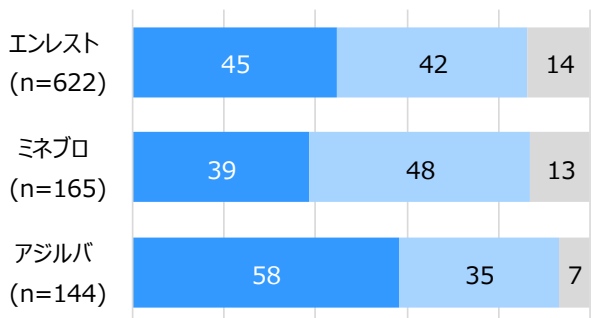
2022年4月 TOTALチャンネル想起数

- 1 エンレスト
- 2 ミネプロ
- 3 アジルバ
- 4 アムロジン
- 5 オルメテック

主な治療疾患：高血圧症 想起数上位3製品の印象

■ 良い印象 ■ まあ良い印象 ■ ニュートラルな印象

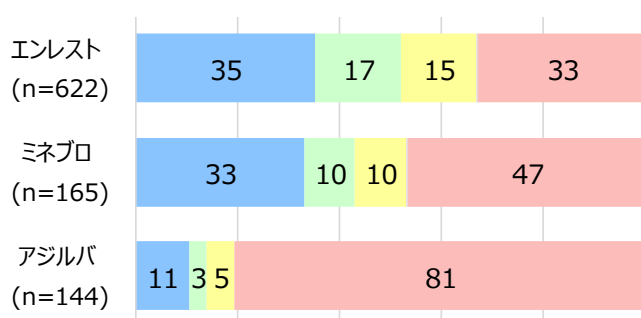
0% 20% 40% 60% 80% 100%



主な治療疾患：高血圧症 想起数上位3製品の貢献チャンネル

■ MR ■ 講演会 ■ インターネット ■ プロモーションその他 ■ ノンプロモーション

0% 20% 40% 60% 80% 100%



エンレストを想起した医師の主な治療対象疾患は、2021年9月に適応追加となった“高血圧症”が約6割を占める。

主な治療疾患“高血圧症”と回答された製品における想起数ランキングでもエンレストが1位。

上位3製品の印象を比較すると、アジルバが最も“良い印象”の割合が高い。貢献チャンネルは、エンレストがプロモーションチャンネル(MR～プロモその他)の貢献割合が高く、アジルバはノンプロモーションチャンネルの貢献割合が高い。

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