

## ? 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  
 調査方法：インターネット調査  
 調査対象：全国の臨床医

有効回答：約10,000s  
 調査期間：年4回（1・4・7・10月）  
 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）

## SOC

SHARE OF CHANNELS

2023年10月  
TOTAL想起数

- エンレスト
- フォシーガ
- デエビゴ
- タケキャブ
- リベルサス
- ジャディアンズ
- タリージェ
- マンジャロ
- アミティーザ
- New グーフイス

2023年10月  
MR想起数

- エンレスト
- マンジャロ
- フォシーガ
- リベルサス
- ジャディアンズ
- ゾコーバ
- パキロビッド
- ケレンディア
- タケキャブ
- デエビゴ

2023年10月  
ノンプロ想起数

- エンレスト
- デエビゴ
- タケキャブ
- フォシーガ
- タリージェ
- カロナル
- リベルサス
- ビラノア
- ロキソニン
- ジャディアンズ

IMPACT  
TRACK2023年7-9月  
MR宣伝回数

- エンレスト
- フォシーガ
- マンジャロ
- グーフイス
- リベルサス
- タケキャブ
- ジャディアンズ
- タリージェ
- デエビゴ
- ゾコーバ

## SOC2023年10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想起数・ノンプロモーション想起数のいずれも1位を獲得し、プロモーション/ノンプロモーションともに多くの想起を継続して獲得していることから、2021年10月以降TOTAL想起数No.1を維持している。

全チャンネル総合の想起数トップ10薬剤は前回とほぼ変わっていないが、前回2位だったマンジャロは今回8位と順位を下げ、ビラノアにかわりグーフイスが10位にランクインした。

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

2023年10月度SOC調査では、製薬会社からの情報提供について「医師が求める情報の種類と提供手段」「メーカー全体としての情報提供活動の評価」を追加設問として聴取いたしましたので、サマリーをご報告させていただきます。

## 情報の種類ごとに、医師が求める提供手段を把握

Q1. MRに限らず製薬メーカーから得られる情報について、情報の種類ごとに、先生が望ましいと思う情報提供の手段をお知らせください。(回答は情報の種類ごとにくつつでも)

回答出現率\*が高い「情報提供の手段」と「情報の種類」の組合せ  
(手段ごとに、回答出現率が最も高い情報の種類を表示)

訪問	⇒	新薬に関する情報提供
オンライン面談	⇒	新薬に関する情報提供
電話	⇒	問合せ対応
郵送	⇒	講演会の案内
メール(双方向)	⇒	問合せ対応
メール(一方的)	⇒	講演会の案内
インターネット(テキスト/画像)	⇒	既存薬に関する情報
インターネット(動画)	⇒	新薬に関する情報提供
チャット	⇒	問合せ対応

\* 回答出現率：SOC2023年10月度 全回答医師数(拡大推計値)を100%として、情報の種類×提供手段の各組合せを回答した医師の割合を算出

情報の種類 / 情報提供の手段は以下の項目にて聴取

情報の場面	情報提供の手段
・新薬に関する情報提供	・訪問
・既存薬に関する情報提供	・オンライン面談
・開発品に関する情報提供	・電話
・副作用の情報提供	・郵送
・供給情報	・メール(双方向)
・講演会の案内	・メール(一方的)
・問い合わせ対応	・インターネット(テキスト/画像)
・学会情報	・インターネット(動画)
・疾患に関する情報提供	・チャット
・最新の手技について	・その他

## 情報提供活動の総合評価をメーカー別に把握

Q2. 手段を問わず、情報提供活動を総合的に評価できるメーカーをお知らせください。(指定50社から最大10社を選択)

### 情報提供活動における総合評価率ランキング

TOTAL				100床以上				99床以下			
順位	23/04からの順位変動	メーカー	総合評価率(%)	順位	23/04からの順位変動	メーカー	総合評価率(%)	順位	23/04からの順位変動	メーカー	総合評価率(%)
1位	↑	第一三共	22.0	1位	-	大塚製薬	20.8	1位	-	第一三共	25.3
2位	↓	大塚製薬	21.3	2位	-	第一三共	20.0	2位	↑	MSD	23.4
3位	-	MSD	20.4	3位	↑	MSD	18.6	3位	↓	大塚製薬	22.0
4位	-	武田薬品	18.3	4位	↓	武田薬品	18.3	4位	-	アステラス製薬	20.1
5位	-	アステラス製薬	17.8	5位	-	アストラゼネカ	17.0	5位	-	武田薬品	18.3

\* 評価をした理由は聴取しておりませんが、弊社シンジケートデータ(SOC/ImpactTrack/Rep-i)と組み合わせで分析が可能です

医師が求める情報の種類と提供手段の組合せの回答出現率が高いものを「手段」側から見ると、電話やメール(双方向)、チャットのようにクイックな手段は「問合せ対応」が最も高く、郵送やメール(一方方向)のように医師のペースで確認することができる手段では「講演会の案内」が最も高いという結果であった。一方、訪問やオンライン面談、インターネット(動画)では「新薬に関する情報提供」が最も高く、新薬に関しては比較的時間を要する手段であっても情報提供を望む傾向があることが窺える。

情報提供活動における総合評価率ランキング上位3メーカーは、TOTALで1位 第一三共、2位 大塚製薬、3位 MSDであった。前回2023年4月度調査の順位から上位5メーカーの顔ぶれに変化はないものの、一部順位の入れ替わりが見られた。

\*本追加設問にご興味ございましたら、以下アドレスもしくは担当者へご連絡ください

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