

## ? 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

2024年4月  
TOTAL想起数

- 1 エンレスト
- 2 フォシーガ
- 3 ジャディアンズ
- 4 デエビゴ
- 5 ビラノア
- 6 タケキャブ
- 7 タリージェ
- New 8 アミティーザ
- 9 リベルサス
- New 10 マンジャロ

2024年4月  
MR想起数

- 1 ジャディアンズ
- 2 エンレスト
- 3 フォシーガ
- 4 マンジャロ
- 5 ゴービック
- 6 リベルサス
- 7 バクニュバンス
- 8 パルモディア
- 9 アリドネ
- 10 ツイミーグ

2024年4月  
ノンプロ想起数

- 1 エンレスト
- 2 デエビゴ
- 3 タケキャブ
- 4 ビラノア
- 5 フォシーガ
- 6 タリージェ
- 7 ジャディアンズ
- 8 カロナール
- 9 アミティーザ
- 10 ロキソニン

IMPACT  
TRACK2024年1月-3月  
MR宣伝回数

- 1 フォシーガ
- 2 エンレスト
- 3 ジャディアンズ
- 4 グーフイス
- 5 タケキャブ
- 6 タリージェ
- 7 マンジャロ
- 8 リベルサス
- 9 パルモディア
- 10 デエビゴ

## SOC2024年4月 TOTAL想起数No.1はエンレスト

全チャ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想起数では2位にランクダウンしたが、2021年10月以降連続してTOTAL想起数No.1を獲得している。

MR想起数で1位となったジャディアンズは、講演会でも想起数をのぼし、TOTAL想起数で3位に上昇した。また、ノンプロモーションやインターネット想起数が増加したビラノアやアミティーザ、MR想起数が増加したマンジャロも、それぞれTOTAL想起数ランキングにおいて前回より順位を上げた。

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)

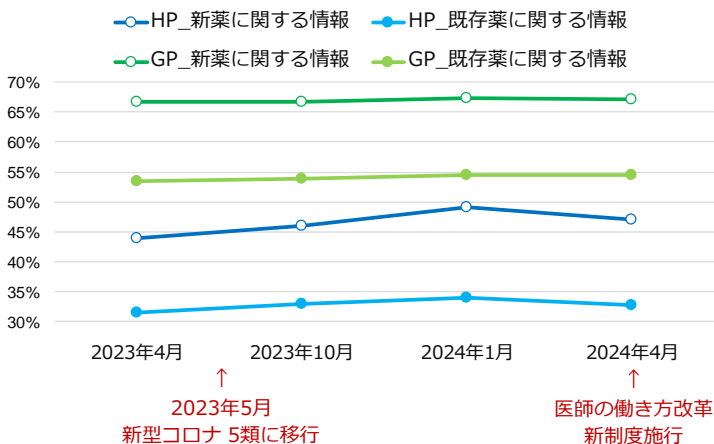
\*記事本文・データ転載をご希望の際は、上記メールアドレスにご連絡ください

2024年4月度SOC調査では、製薬会社からの情報提供について「Q1.医師が求める情報の種類と提供手段」「Q2.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、一部サマリーをご報告させていただきます。(サマリー内すべて、HP：100床以上/ GP：99床以下)

### 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いくつでも)

#### 情報提供の手段として「訪問」が望ましいと回答した医師の割合推移



情報の種類 / 情報提供の手段は以下の項目にて聴取

情報の種類	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No.1メーカー (主診療科/HPGP別) 2024年4月

主診療科	HP	GP	主診療科	HP	GP	主診療科	HP	GP
一般内科	アストラゼネカ	第一三共	一般外科	大鵬薬品	第一三共	泌尿器科	アステラス製薬	アステラス製薬
循環器内科	第一三共	第一三共	心臓血管外科	大塚製薬	MSD	耳鼻咽喉科	サノフィ	杏林製薬
消化器内科	武田薬品	武田薬品	消化器外科	大鵬薬品	ツムラ	精神科	大塚製薬	大塚製薬
呼吸器内科	アストラゼネカ	グラクソ・スミスクライン	呼吸器外科	アストラゼネカ	アストラゼネカ	眼科	参天製薬	参天製薬
血液内科	アッヴィ	アステラス製薬	整形外科	旭化成ファーマ	旭化成ファーマ	小児科	大塚製薬	MSD
糖尿病内科	リリー	ノボルティスファーマ	脳神経外科	第一三共	第一三共	放射線科	バイエル薬品	バイエル薬品
リウマチ科	旭化成ファーマ	旭化成ファーマ	乳腺外科	リリー	アストラゼネカ	麻酔科	MSD	第一三共
腎臓内科	協和キリン	協和キリン	産婦人科	MSD	持田製薬	救急科	旭化成ファーマ	旭化成ファーマ
神経内科	エーザイ	第一三共	皮膚科	マルホ	マルホ			

\* 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)と組み合わせると分析が可能です

情報提供の手段として「訪問」が望ましいと回答した医師の割合推移をみると、HPでは「新薬に関する情報」「既存薬に関する情報」のどちらも、新型コロナ5類移行後は増加傾向にあったが、医師の働き方改革新制度が施行された2024年4月では減少した。「働き方改革」は始まったばかりだが、医師のマインドにある程度影響を与えている可能性が示唆された。また、HPよりGPの方が「訪問」を望む割合が高く、HP/GPいずれも「既存薬に関する情報」よりも「新薬に関する情報」の方が「訪問」のニーズが高いという傾向は変わっていない。

情報提供活動における総合評価ランキングを主診療科ごとにHP/GP別で確認すると、MR総合評価が高いメーカーがNo.1評価を得ており、情報提供活動評価に対するMRの影響が強いことが示唆された。(MR総合評価は「Rep-i」を参照)

\* 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