

報道関係各位

ニュースリリース

2025 年 6 月 19 日

株式会社インテージヘルスケア

医師の印象に残った医療機器メーカーは？ 医療機器プロモーショントラッキング 2025 年 3 月調査結果 全国 900 人の医師に調査

株式会社インテージヘルスケア(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:村井啓太)は、全国の医師 900 人を対象に、医療機器に関する製品情報の入手状況を調査しました。本調査は 2022 年 12 月に第 1 回を実施し、以降定期的に調査を行い、今回 2025 年 3 月が 7 回目となります。

<ポイント>

1. 医師の情報入手方法について、医療機器は「直接営業」が最も多く、2024 年 12 月から増加傾向であった
2. 医師の印象に残っている医療機器メーカーのランキング※1は「心臓血管外科」と「整形外科」の 1 位が前回調査から変化
3. 医療機器メーカーランキングの循環器内科全体と日本心血管インターベンション治療学会認定の専門医を比較すると、4 位以降に変化あり

※1:医師に印象に残っている医療機器メーカーと製品群の組み合わせを聴取、最大5つまで回答。その中からメーカー名を合算

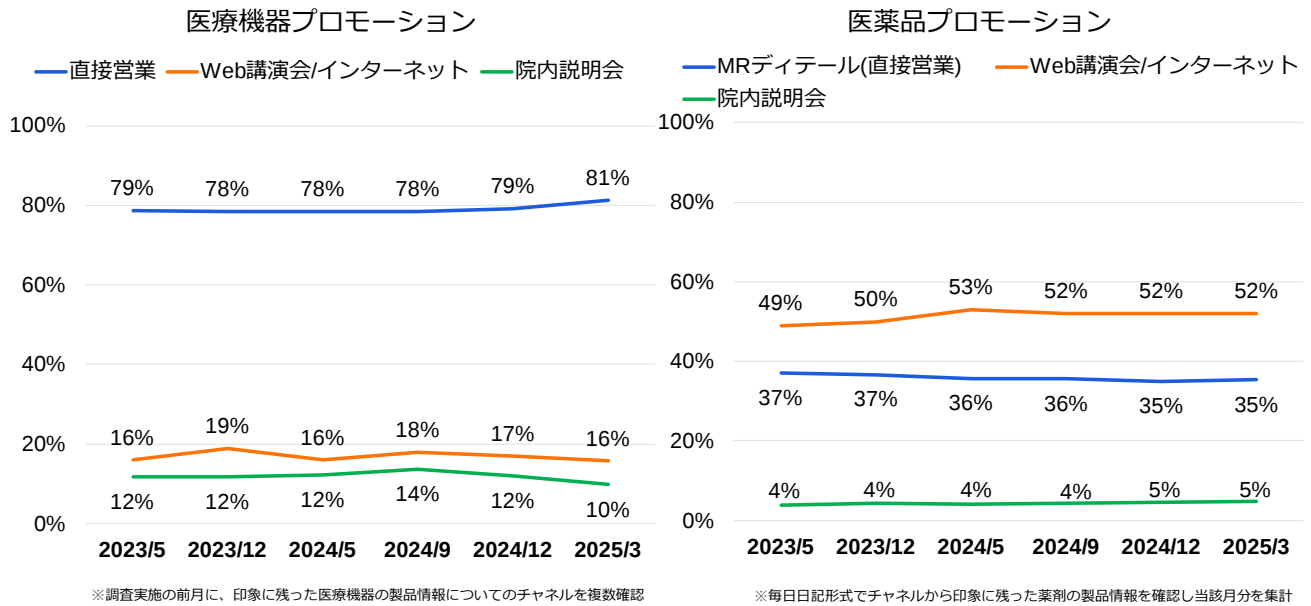
1. 医師が医療機器の製品情報を入手する方法は「直接営業」が約 8 割。前回の調査結果から 2 ポイントの微増となった

全国 200 床以上の施設に勤務する「循環器内科」「心臓血管外科」「消化器内科」「消化器外科」「整形外科」「脳神経外科」合計 900 人の医師に、「医療機器の製品情報の入手状況」を確認しました。今回の調査でも「直接営業」からの情報入手割合は 81%で、過去調査と同様に最も多い情報源となり、前回調査より微増傾向でした。「院内説明会」は 10%で、2024 年 9 月の調査以降、減少傾向となっています。

また、「製薬企業のプロモーション活動」を日記形式で確認している調査 Impact Track※2においても、今回の医療機器の調査対象セグメント(6 診療科・200 床以上)に合わせて算出したところ、「医療機器の製品情報の入手状況」同様、2024 年 12 月の調査と比較して大きな変化は見られませんでした。

※2:Impact Track インテージヘルスケアが行っている製薬企業のプロモーション活動評価

＜図 1: 医療機器・医薬品におけるプロモーションチャンネルの変化＞



2. 医師の印象に残っている医療機器メーカーのランキングは「心臓血管外科」と「整形外科」の1位が前回調査から変化

医師に印象に残っている医療機器メーカーを確認したところ、「心臓血管外科」は日本ライフライン、「整形外科」はジンマー・バイオメットが1位で2024年12月の調査結果から変化しました。

＜図 2: 医師の印象に残っている医療機器メーカーランキング※3＞

2025年3月調査結果

	循環器内科	心臓血管外科	消化器内科	消化器外科	整形外科	脳神経外科
1位	アボット	日本ライフライン ↑	オリンパス	J&J	ジンマー ↑	ストライカー
2位	メドトロニック	メドトロニック	富士フイルム	メドトロニック	ストライカー	メドトロニック
3位	ボストン	エドワーズ	ボストン	オリンパス	J&J	テルモ

2024年12月調査結果

	循環器内科	心臓血管外科	消化器内科	消化器外科	整形外科	脳神経外科
1位	アボット	メドトロニック/ エドワーズ	オリンパス	J&J	ストライカー	ストライカー/ メドトロニック
2位	メドトロニック		富士フイルム	メドトロニック	ジンマー	
3位	テルモ	ゴア/アボット/ ライフライン	ボストン	オリンパス	J&J	テルモ

※3: メーカー名は略称で記載

3. 医師の印象に残っている医療機器メーカーランキングの循環器内科全体と日本心血管インターベンション治療学会認定の専門医を比較すると、4 位以降に変化あり

今回、循環器内科について、日本心血管インターベンション治療学会認定の専門医に限定し、印象に残っている医療機器メーカーの上位 7 位を確認しました。

循環器内科全体と専門医を比較すると、回答されるメーカー名は同様であるものの、4 位以降のランキングは循環器内科全体のランキングと異なっていました。

＜図 3: 日本心血管インターベンション治療学会専門医における
印象に残っている医療機器メーカー ランキング＞

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
日本心血管 インターベンション 治療学会専門医	アボット	メドトロニック	ボストン	ニプロ	テルモ	カネカ	朝日インテック
循環器内科	アボット	メドトロニック	ボストン	テルモ	朝日インテック	ニプロ	カネカ

本調査では、印象に残っているメーカーやプロモーションチャンネルだけでなく、「医師の働き方改革」の影響を見えるために「製品情報を得た時間」を聴取するなど、時事的に関心が高いと思われる内容についても聴取を行ってきました。今回、「医師の働き方改革」が施行されて約 1 年が経過した調査となりますが、医療機器のプロモーションチャンネルに大きな変化はありませんでした。依然として医療機器のプロモーションにとって、直接営業の重要性が高いと考えられます。なお、聴取対象月として 3 月は初めてでしたが、年度末となるメーカーが多いため直接営業が微増したものと思われます。

次回は 2025 年 7 月に第 8 回の調査を予定しています。引き続きプロモーションチャンネルの変化を確認すると共に、メーカー×製品群の順位の変動も注目してまいります。

今後も新たな試みを検討しており、200 床以上の施設だけではなく、クリニックを対象とした調査の実施も検討しています。

インテージヘルスケアでは、2024 年 7 月から「デバイス&デジタルヘルス」専門グループを立ち上げております。引き続き医師の医療機器ならびに医薬品に関する製品情報入手状況の動向を確認していきます。

分析担当：マーケティング&バリューインサイト事業部 ヘルスケアマーケティング部 金井 心

◆調査概要

調 査 方 法	Web アンケート調査
調 査 地 域	全国
調 査 対 象	200 床以上 6 診療科 「循環器内科」「心臓血管外科」「消化器内科」「消化器外科」「整形外科」「脳神経外科」
有 効 回 答 数	900 サンプル
調 査 実 施 期 間	第 7 回: 2025 年 4 月 1 日～4 日
調 査 主 体	株式会社インテージヘルスケア マーケティング & バリューインサイト事業部
調 査 内 容	医療機器製品の情報入手状況をトラッキング

【株式会社インテージヘルスケア】 <https://www.intage-healthcare.co.jp/>

株式会社インテージヘルスケアは、医療・ヘルスケア領域のマーケティングリサーチとデータサイエンスサービスをコアビジネスと位置付けています。インテージグループのヘルスケア領域を担う各社※と一体となり、データ分析・活用によるソリューションを提供。ヘルスケア領域のあらゆる課題に対して、「医療消費者」起点のデータの価値化による、最適な意思決定をサポートしていきます。

※ 株式会社協和企画、株式会社インテージリアルワールド、株式会社ブラメド、Plamed Korea Co., Ltd.

【本調査に関するお問い合わせ先】

■株式会社インテージヘルスケア

マーケティング & バリューインサイト事業部 ヘルスケアマーケティング部 紫竹(しちく)・金井(かない)

TEL: 03-5294-8393(代) E-mail: ihc-device@intage.com

【報道関係のお問い合わせ先】

■株式会社インテージヘルスケア

経営企画部 広報担当 深谷(ふかや)

TEL: 03-5294-8393(代) E-mail: pr-ihc@intage.com