

? 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点的にトラッキング
 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

※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

※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

2025年4月
TOTAL想起数2025年4月
MR想起数2025年4月
ノンプロ想起数

参考データ

IMPACT
TRACK2025年1月-3月
MRDTL数

- 1 エンレスト
- 2 フォシーガ
- 3 ジャディアンズ
- 4 マンジャロ
- 5 デエビゴ
- New 6 ビラノア
- 7 タケキャブ
- 8 タリージェ
- New 9 クービビック
- New 10 レキサルティ

- 1 ジャディアンズ
- 2 クービビック
- 3 マンジャロ
- 4 エンレスト
- 5 フォシーガ
- 6 レキサルティ
- 7 ゼップバウンド
- 8 シングリックス
- 9 ユリス
- 10 ケレンディア

- 1 エンレスト
- 2 フォシーガ
- 3 デエビゴ
- 4 タケキャブ
- 5 ビラノア
- 6 ジャディアンズ
- 7 マンジャロ
- 8 タリージェ
- 9 アレジオン
- 10 カロナル

- 1 フォシーガ
- 2 グーフイス
- 3 エンレスト
- 4 ジャディアンズ
- 5 マンジャロ
- 6 タケキャブ
- 7 デエビゴ
- 8 アミティーザ
- 9 ビラノア
- 10 クービビック

SOC2025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4位だったが、ノンプロモーション想起数では1位をキープし、2021年10月以降連続してTOTAL想起数No.1を獲得している。

MR想起数を伸ばしたジャディアンズ/クービビック/レキサルティ、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が、それぞれTotal想起数ランキングにおいて前回よりも順位を上げた。

本調査結果に関するお問い合わせは弊社担当者または[お問い合わせフォーム](#)へご連絡ください

*記事本文並びにデータを無断で転載されないようお願い申し上げます

SOC調査ではImpact Trackと同じチャンネル定義にて、プロモーションチャンネル別に想起数を確認することができます。想起数とDTL回数を比較することで、チャンネル別の活動量に対してどれだけ医師に印象付けられているのかという視点で効果検証を行うことが可能です。

インターネットチャンネル

SOC

SHARE OF CHANNELS

2025年4月

想起数ランキング

- 1 フォシーガ
- 2 クービビック
- 3 ケサンラ
- 4 アミティーザ
- 5 グーフィス
- 6 マンジャロ
- 7 ジャディアンズ
- 8 ビラノア
- 9 エンレスト
- 10 デエビゴ

IMPACT
TRACK

2025年1月-3月

DTL数ランキング

- 1 グーフィス
- 2 アミティーザ
- 3 フォシーガ
- 4 アリドネ
- 5 パルモディア
- 6 デエビゴ
- 7 リンゼス
- 8 タケキャブ
- 9 ケサンラ
- 10 ラツダ

講演会チャンネル

SOC

SHARE OF CHANNELS

2025年4月

想起数ランキング

- 1 フォシーガ
- 2 ジャディアンズ
- 3 エンレスト
- 4 マンジャロ
- 5 グーフィス
- 6 レケンビ
- 7 キイトルーダ
- 8 イミフィンジ
- 9 アリッサ
- 10 デエビゴ

IMPACT
TRACK

2025年1月-3月

DTL数ランキング

- 1 グーフィス
- 2 フォシーガ
- 3 タケキャブ
- 4 ビラノア
- 5 アミティーザ
- 6 リンゼス
- 7 ジャディアンズ
- 8 ジクトル
- 9 リクシアナ
- 10 イベニティ

想起数、DTL数共にTop10にランクインした製品は以下の通りだった。

MRチャンネル（前項参照）：ジャディアンズ／クービビック／マンジャロ／エンレスト／フォシーガ

インターネットチャンネル：フォシーガ／アミティーザ／グーフィス

講演会チャンネル：フォシーガ／ジャディアンズ／グーフィス

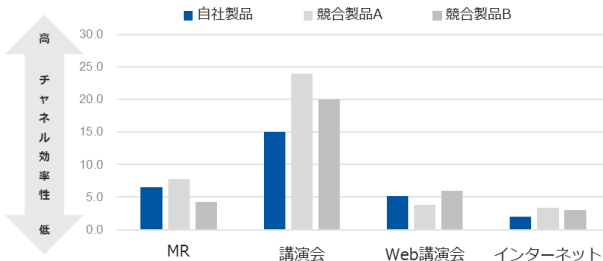
フォシーガは全てのプロモーションチャンネルで想起数・DTL数共にTop10にランクインしており、DTL活動が医師に強く印象付けられていると考えられる。

チャンネル効率性分析を行うことで、薬剤別にプロモーションの効率を定量的に比較することが可能

チャンネル効率性分析とは

チャンネル効率性＝想起数÷DTL数

1ディテールにより獲得した想起数をチャンネルごとに算出
数値が高いほど少ないディテール数で多くの想起を獲得
できており、**効率性が高い**ことが示唆される。



本調査結果に関するお問い合わせは弊社担当者または[お問い合わせフォーム](#)へご連絡ください

*記事本文並びにデータを無断で転載されないようお願い申し上げます