



## 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）

※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10月 TOTAL想起数
1	ジャディアンス
2	エンレスト
3	マンジャロ
4	フォシーガ
5	デエビゴ
6	タケキヤブ
7	クービビック
8	レキサルティ
9	タリージエ
New	10 イベニティ

2025年10月  
MR想起数

1	マンジャロ
2	ジャディアンス
3	エンレスト
4	クービビック
5	フォシーガ
6	ゼップバウンド
7	レキサルティ
8	ウゴービ
9	ボルズィ
10	リベルサス

2025年10月  
ノンプロ想起数

1	デエビゴ
2	エンレスト
3	マンジャロ
4	フォシーガ
5	タケキヤブ
6	ジャディアンス
7	タリージエ
8	レキサルティ
9	カロナール
10	ロキソニン

参考データ

IMPACT  
TRACK2025年7月-9月  
MRDTL数

1	フォシーガ
2	マンジャロ
3	ジャディアンス
4	グーフィス
5	エンレスト
6	デエビゴ
7	リベルサス
8	クービビック
9	ゼップバウンド
10	タケキヤブ

## SOC2025年10月 TOTAL想起数No.1はジャディアンス

全チャネル総合で最も想起された薬剤はジャディアンスであった。前回調査で4年ぶりに1位であったマンジャロは3位となり、ジャディアンスが前回3位から1位にランクアップした。ジャディアンスはMR想起数では2位（前回3位）、ノンプロモーション想起数では6位（前回7位）であり、それぞれ前回調査時よりランクアップした。8月31日にリリーとのコプロモーションが解消され1社での情報提供活動へ移行したが、想起数、順位ともに上昇している。

前回調査で10位であったリベルサスが今回TOP10から外れ、イベニティが10位にランクインした。MRチャネル想起数ではボルズィが初めてTOP10入りしている。

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

SOC調査ではImpact Trackと同じチャネル定義にて、プロモーションチャ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ネル

2025年10月  
想起数ランキング2025年7月-9月  
DTL数ランキング

- |     |           |
|-----|-----------|
| 1   | ジャディアンス   |
| 2   | フォシーガ     |
| 3   | デエビゴ      |
| 4   | クービック     |
| New | 5 グーフィス   |
|     | 6 アミティーザ  |
| New | 7 ケサンラ    |
|     | 8 マンジャロ   |
| New | 9 ゼップバウンド |
| New | 10 フルミスト  |

- |    |         |
|----|---------|
| 1  | ジャディアンス |
| 2  | フォシーガ   |
| 3  | デエビゴ    |
| 4  | グーフィス   |
| 5  | アミティーザ  |
| 6  | ケサンラ    |
| 7  | サムタス    |
| 8  | オゼンピック  |
| 9  | 六君子湯    |
| 10 | サムスカ    |

## 講演会チャネル

2025年10月  
想起数ランキング2025年7月-9月  
DTL数ランキング

- |    |         |
|----|---------|
| 1  | ジャディアンス |
| 2  | フォシーガ   |
| 3  | エンレスト   |
| 4  | マンジャロ   |
| 5  | イベニティ   |
| 6  | ゼップバウンド |
| 7  | キトルーダ   |
| 8  | アリッサ    |
| 9  | レキサルティ  |
| 10 | デエビゴ    |

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チャネル（前項参照）：ジャディアンス／エンレスト／マンジャロ／フォシーガ／デエビゴ／タケキャブ／クービック  
インターネットチャネル：ジャディアンス／フォシーガ／デエビゴ／グーフィス／アミティーザ／ケサンラ

講演会チャネル：ジャディアンス／フォシーガ／イベニティ

ジャディアンス、フォシーガは全てのプロモーションチャネルで想起数・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

## チャネル効率性分析とは

$$\text{チャネル効率性} = \text{想起数} \div \text{DTL数}$$

1デイテールにより獲得した想起数をチャネルごとに算出  
数値が高いほど少ないデイ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

