

報道関係各位

ニュースリリース
2025 年 3 月 13 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 2024 年 12 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 2024 年 12 月が 6 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」が最も多い。過去の 12 月実施回の調査傾向と異なり、「Web 講演会/インターネット」の割合は増加せず。
2. 医師が医療機器の製品情報を入手している時間帯について、2023 年 12 月の調査と比較すると、「インターネット」で「日勤の終了後」の割合が増加。
3. 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では、「整形外科」の 1 位のメーカーが前回調査から変化。

※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。

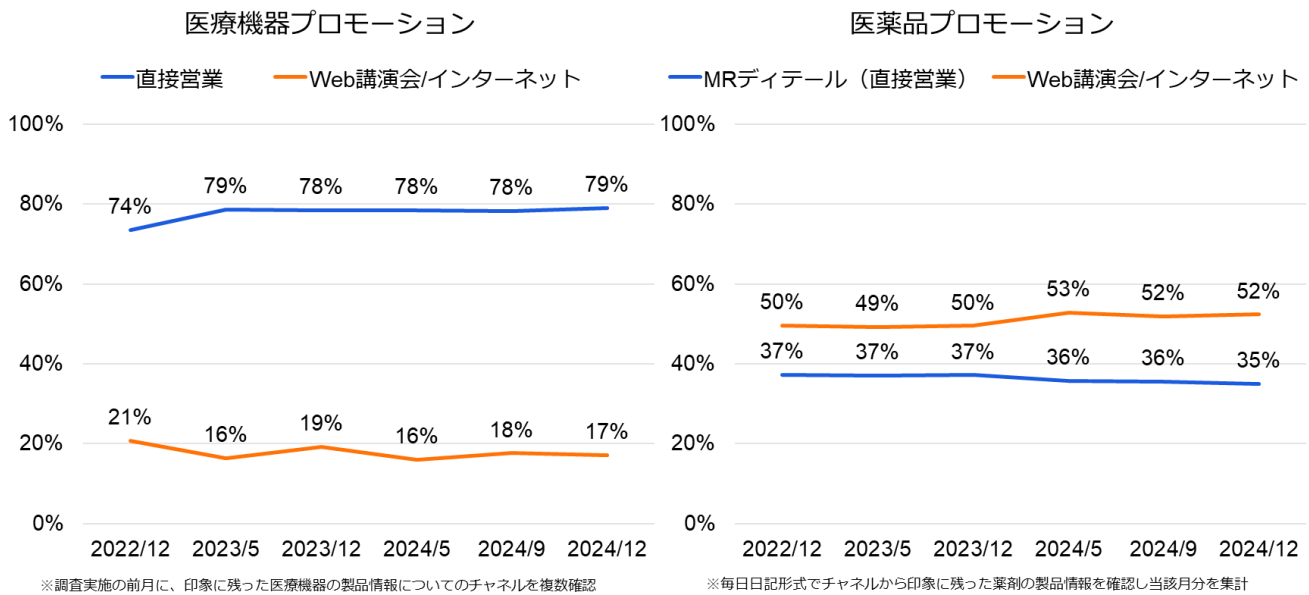
1. 医師が医療機器の製品情報を入手する方法は「直接営業」が約 8 割。過去の 12 月実施回の調査傾向であった、「Web 講演会/インターネット」の割合は増加せず。

全国 200 床以上の「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 79%で、過去 4 回の調査と同様に、約 8 割という結果となりました。「Web 講演会/インターネット」は 17%で、過去の 12 月実施回の調査と異なり増加傾向は見られませんでした。

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 9 月の調査と比較して大幅な増減は無いものの、「MR ディテール(直接営業)」は減少傾向がみられました。

※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

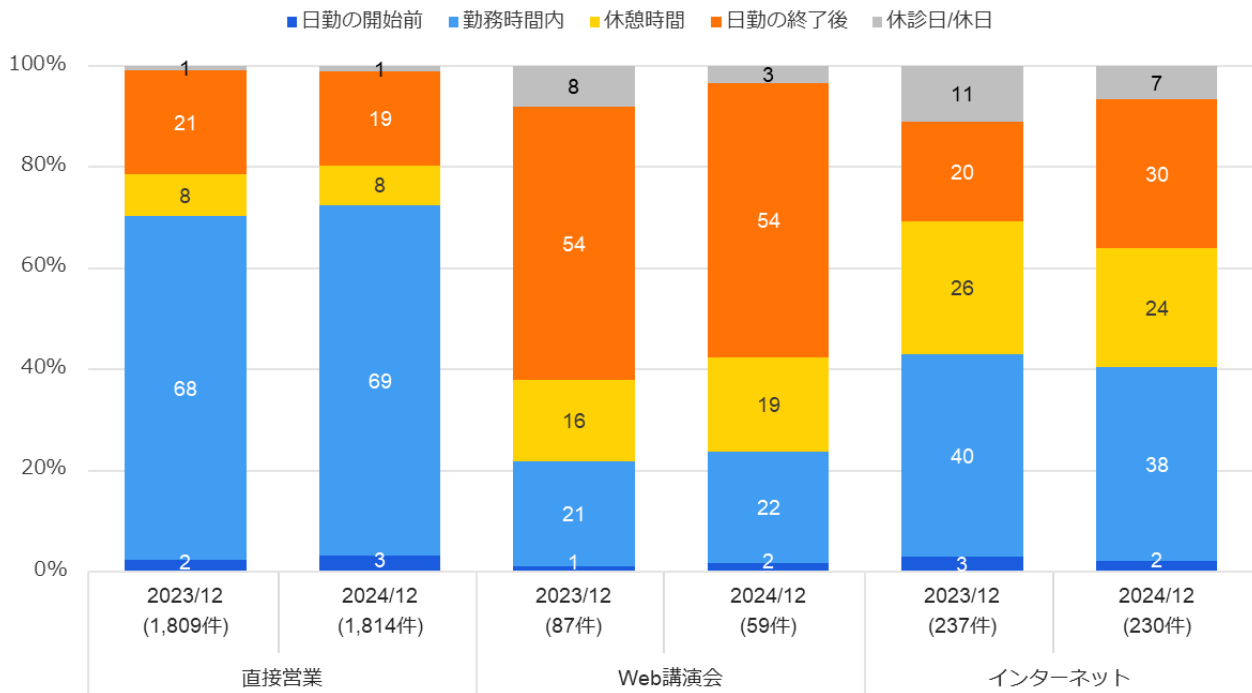
＜図 1: 医療機器・医薬品におけるプロモーションチャネルの変化＞



2. 医療機器の製品情報を「直接営業」から入手する時間帯として最も多いのは、「勤務時間内」。一方、「インターネット」は2023年12月の調査と比較して「日勤の終了後」の割合が増加。

医師が情報を入手するチャネルごとの時間帯を確認したところ、「直接営業」は「勤務時間内」が約7割と、2023年12月の調査と比較して、変化はありませんでした。一方、「インターネット」は2023年12月の調査と比較して「日勤の終了後」の割合が10ポイント増加しました。

＜図 2: 医療機器の製品情報を得た時間帯＞



3. 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前回調査から変化。「整形外科」は日本ストライカーが1位。

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、「整形外科」は日本ストライカーが1位で、2024年9月の調査結果から変化しました。また、「心臓血管外科」と「脳神経外科」では、それぞれ同率1位のメーカーが2社ずつとなりました。

＜図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※3＞

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

＜図4: 医師の印象に残っている医療機器メーカー×製品群ランキング※4※5＞

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× PCI・PTCA	エドワーズ× 人工弁・人工弁輪	オリンパス× 内視鏡・スコープ	インテュイティブ× 手術支援ロボット	ジンマー× 人工関節	ストライカー× 頭部/腹部領域 インターベンション

※4: 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。

※5: メーカー名・製品群名は略称で記載

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したランキングでは、「消化器外科」で「インテュイティブサージカル×手術支援ロボット」が1位でした。医療機器メーカーのランキングではインテュイティブサージカルはTOP3に入っておりませんでした。ダヴィンチ Xi・SPに加えて新製品であるダヴィンチ 5のプロモーションが徐々に増加している影響と考えられます。

今回の調査は、2024年4月に「医師の働き方改革」が施行されて以降、3回目の調査となります。施策が開始される以前に実施した調査と比べて、医療機器ではプロモーションチャネルや、情報を入手するチャネルごとの時間帯の割合に大きな変化は見られませんでした。医薬品プロモーションの「MR ディテール(直接営業)」は減少傾向が見られるため、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ことが伺えます。

次回2025年4月に予定している第7回の調査では、「医師の働き方改革」が施行されてちょうど1年が経過しますので、引き続きプロモーションチャネルの変化や、メーカー×製品群の順位の変動にも注目してまいります。

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 紫竹 宏亮

◆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 6 回: 2025 年 1 月 7 日～10 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、株式会社プラメド、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)

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