

報道関係各位

ニュースリリース
2026年4月14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や医療機器は？ インテージヘルスケア、医療機器メーカーのイメージなどを調査

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、医療機器に関する製品情報の入手状況を調査した「医療機器プロモーショントラッキング」と、心臓血管領域の医療機器メーカーの製品力やサポート力を調査した「心臓血管外科領域の戦略的ブランドベンチマーク調査」を行いました。

<ポイント>

1. 医師の情報入手方法について、医療機器は前回調査と同様で「直接営業」が最も多い
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 TOP3^{*1} は「心臓血管外科」「消化器外科」に変化
3. 「循環器内科」の「レスポンスの速さ・誠実さ」で評価できるメーカーTOP3^{*2} は、製品説明で印象に残っているメーカーと同様の傾向
4. 「循環器内科」の医師は医療機器の安全性と操作性についての説明が印象に残っている

※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

※2 医師にレスポンスの速さ・誠実さで評価できる医療機器メーカーを複数回答で聴取

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割で傾向は変わらず

「医療機器プロモーショントラッキング」は、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」を確認しています。

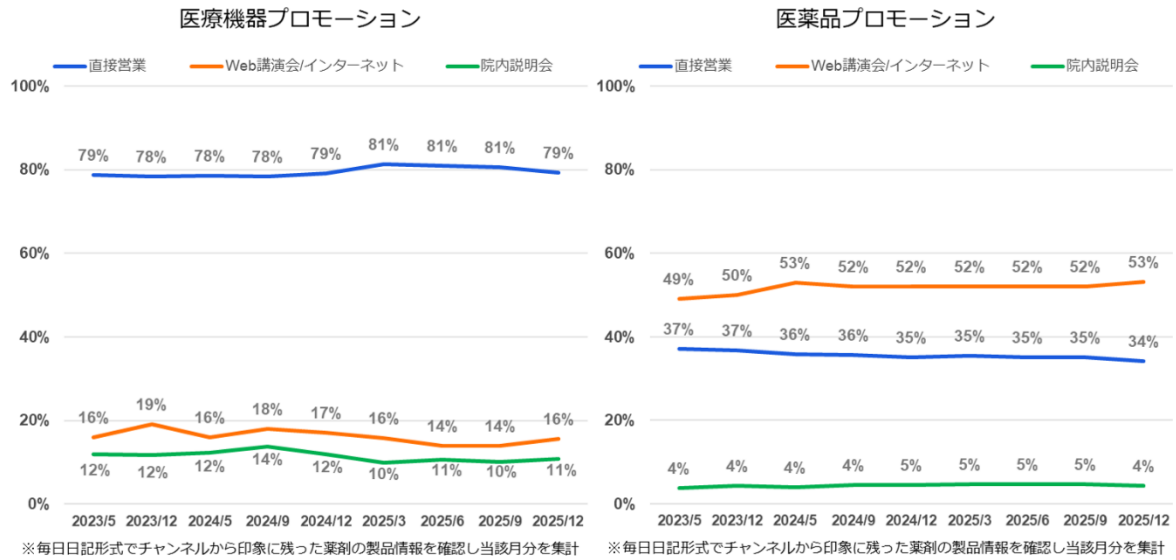
2025年12月の結果を確認したところ、今回の調査でも「直接営業」からの情報入手割合は79%で、過去調査と同様に最も多い情報源となりました。

「Web講演会／インターネット」は16%、「院内説明会」は11%で、前年同月である2024年12月の調査と比較しても、同様の傾向でした。

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^{*3} 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、2025年9月の調査と比較して大きな変化は見られませんでした。

※3 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では「心臓血管外科」「消化器外科」の TOP3 のメーカーが変化

同調査で医師に「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」「消化器外科」で TOP3 に変化がありました。「消化器外科」はインテュイティブサージカルが 3 位でした。同社は 2025 年 6 月の調査で 3 位、2025 年 9 月では TOP3 外となっています。「心臓血管外科」ではエドワーズが前回調査 TOP3 外から 12 月の調査では 3 位となりました。

＜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※4＞

2025 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	メドトロニック	日本ライフライン	オリンパス	J&J	ジンマー	メドトロニック
2位	アボット	日本ゴア	富士フイルム	メドトロニック	ストライカー	ストライカー
3位	ボストン	エドワーズ	ボストン	インテュイティブ	J&J	テルモ

黄色は前回 2025 年 9 月調査結果では TOP3 ランキング外のメーカー

2025 年 9 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	メドトロニック	日本ライフライン	オリンパス	J&J	ストライカー	メドトロニック
2位	アボット	日本ゴア	富士フイルム	メドトロニック	ジンマー	テルモ
3位	ボストン	アボット	ボストン	オリンパス	J&J	ストライカー

※4 メーカー名は略称で記載

3. 「循環器内科」の「レスポンスの速さ・誠実さ」で評価できるメーカーTOP3 は、製品説明で印象に残っているメーカーと同様の傾向

次に、全国 20 床以上の施設に勤務する「循環器内科」「心臓血管外科」計 150 名の医師を対象とした「心臓血管外科領域の戦略的ブランドベンチマーク調査」において、「レスポンスの速さ・誠実さにおいて評価できる医療機器メーカー」を確認しました。その結果、循環器内科では 1 位日本メドトロニック、2 位アボットジャパン、3 位ボストン・サイエンティフィック ジャパンとなりました。これは図 2 の「医師の印象に残った医療機器メーカーランキング」と同様の順位です。

製品自体の情報提供という評価と、メーカーの誠実さといったイメージの 2 つの異なる観点から見ても同様のメーカーが選ばれやすい傾向にあることが示唆されました。

＜図 3: レスポンスの速さ・誠実さで評価できる医療機器メーカーランキング※5＞

	1位	2位	3位
循環器内科	メドトロニック	アボット	ボストン
	1位	2位	3位
心臓血管外科	日本ゴア	日本ライフライン	メドトロニック

※5 メーカー名は略称で記載

4. 「循環器内科」の医師は医療機器の安全性と操作性についての説明が印象に残っている

また、「医療機器プロモーショントラッキング」では医療機器の各製品について印象に残った説明内容も確認しています。

循環器内科では、具体的な製品名が確認された回答のうち薬剤溶出性ステントである「Xience」、
「Ultimaster」、リードレスペースメーカーである「Micra」についてのコメントの数が上位でした。

Xience は、「豊富な臨床データに基づいた長期成績の良さ」と「最新の Skypoint モデルによるデリバリー性能（運びやすさ）の向上」、Ultimaster は「国産」の安心感に加え、「多関節構造による柔軟な設計が、分岐部などの複雑な病変への圧着や通過を容易にする」こと、Micra では「リードがないことによる合併症リスクの低減」や「バッテリー寿命の向上」「心房同期（VDD）対応」などの機能面の進化が言及されました。

通過性※6の追求、信頼あるエビデンスの構築、合併症のリスク低減等に対する関心の高さが伺えます。

実際に製品を利用する医療現場では、「確かなデータに裏打ちされた安全性」と「困難な症例でも確実に手技を完遂できる操作性」の両立が求められていることが示唆される結果となりました。

次回は 2026 年 4 月に第 11 回目となる「医療機器プロモーショントラッキング」の調査を予定しており、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、ランキングの変動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 金井・倉又・山田

※6 ステントを病変部までスムーズかつ安全に運ぶ性能

◆医療機器プロモーショントラッキング

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ています。2022 年 12 月(第 1 回)より継続的に実施しており、2025 年 12 月度の調査結果で 10 回目となります。

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 10 回: 2026 年 1 月 7 日～14 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

◆心臓血管外科領域の戦略的ブランドベンチマーク調査

全国の循環器内科と心臓血管外科の医師約 150 人を対象とした医療機器メーカーのイメージを調査しています。調査結果の一部をホームページに掲載しておりますのでご覧ください。

調査方法	Web アンケート調査
調査地域	全国
調査対象	20 床以上 2 診療科「循環器内科」「心臓血管外科」
有効回答数	152 サンプル
調査実施期間	2026 年 2 月 3 日～9 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	医療機器メーカーのイメージを調査
サンプルレポート	https://www.intage-healthcare.co.jp/news/d20260318-2/

【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.

【インテージグループについて】<https://www.intageholdings.co.jp/>

(東証プライム市場 証券コード:4326)

インテージグループは1960年の創業以来、さまざまなデータを収集・加工・分析し、当グループならではのインサイトを加えてお客さまに提供。その意思決定を支援してきました。お客さまのパートナーとして「問い」に寄り添い、生活者理解とテクノロジーを融合させて「次の一手」を導きます。

【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

金井(かない)・倉又(くらまた)

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