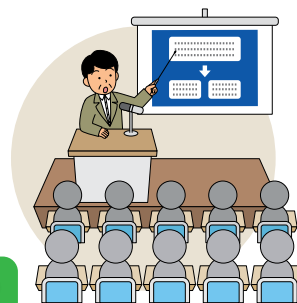




医師の情報源 ランキング

製品別

チャンネルミックス時代に処方影響力を



第2回

抗インフル薬イナビル 医療関係者間で口コミ効果も

医師は製品情報を、どのような情報チャンネル（MRやネットなど）から、どの程度の時間を費やして情報を収集し、処方に反映させているのだろうか。製品別かつチャンネル別に、情報接触時間と処方インパクトを掛け合わせて“処方影響力”を算出するエムスリーの分析ツール「mx」で見てみよう（mxの詳細はp58）。

12年1月データ（n数：GP929人、HP1524人）で、全チャンネル合計で処方影響力が最も高かったのはGP市場、HP市場ともに、前月に引き続きPPIネキシウム（アストラゼネカ／第一三共）だった（図1）。GPではMR活動やネット、HPでは研究会・講演会が処方影響力を高めていた。

ランキング2位以下を見ると、花粉症やインフルエンザを背景に、抗

アレルギー薬ザイザル（GSK）や抗インフルエンザ薬イナビル（第一三共）が前月比でランキングを上げていた。ザイザルはGPでランキング2位（前月10位）、HPで3位（同10位）。ザイザルは1月に長期処方制限も解除され、一般的にはプロモーション強化月間となる。これを裏付けるようにGPではMR、ネット、研究会・講演会のほか、MSの影響も前月比で上がっていた。HPではネットや文献の影響の高さが見られた。

イナビルはGPで5位（同14位）、HPで6位（同9位）。MRやネットの影響が前月比で大きく増えたが、加えてHPでは医師・薬剤師による口コミの効果も高かった。同剤は10年10月に上市したが、前の11年シーズンはインフルエンザがあまり

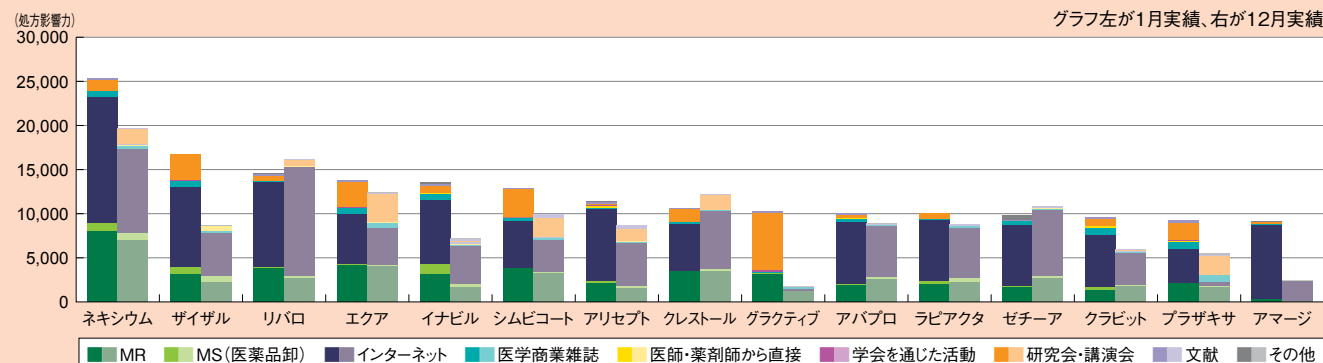
流行しなかった。しかし、今シーズンは大流行中で、医療関係者間で同剤の口コミも活発に行われたと類推できよう。

そのほか、GPで前月91位だったDPP-4阻害薬グラクティブ（小野薬品）が今回、一気に9位に上がったことも見逃せない。MR活動のほかに研究会・講演会も活発に行っており、研究会・講演会による処方影響力は上位30製品中でトップだった。

次に、全チャンネル合計で処方影響力の高かった上位30製品について、チャンネル別に影響力を分析した（右表）。MRの処方影響力の伸びが最も高かったのは、GPがDPP-4阻害薬グラクティブ（小野薬品）、HPが消炎鎮痛薬セレコックス（アステラス／ファイザー）——。セレコックスは昨年末に「手術後、外傷後、

図1 全チャンネル合計の処方影響力（2012年1月）

GP市場（上位15製品）



出典:エムスリー「Medical Channel Mix(mx)」

抜歯後の消炎・鎮痛」の追加適応を取得しており、今回の結果の背景要因のひとつとみられる。

ネットの処方影響力の伸びが最も

高かったのはG P、H Pとも片頭痛薬アマージ（GSK）だった。GSKは1月に昨秋の日本頭痛学会の模様を

ウェブページで更新するなどして

り、これが少なからず今回の結果に反映したものとみられる。

MRの処方影響力（上位5製品）

GP市場

順位	製品名	会社名	処方影響力	前月比	伸び率 (%)
1	ネキシウム	アストラゼネカ/第一三共	7,995	+1,038	15
2	エクア	サノフィ/ノバルティス	4,117	+96	2
3	リバロ	興和/第一三共	3,794	+1,155	44
4	ネシーナ	武田薬品	3,766	-148	-4
5	シムビコート	アステラス製薬/アストラゼネカ	3,749	+567	18

HP市場

順位	製品名	会社名	処方影響力	前月比	伸び率 (%)
1	ネキシウム	アストラゼネカ/第一三共	11,059	-87	-1
2	セレコックス	アステラス製薬/ファイザー	6,443	+3,148	96
3	ネシーナ	武田薬品	4,651	+1,240	36
4	エビリファイ	大塚製薬	4,249	-1,002	-19
5	エクア	サノフィ/ノバルティス	4,056	-79	-2

MRの処方影響力の伸び（上位5製品）

順位	製品名	会社名	処方影響力	前月比	伸び率 (%)
1	グラクティブ	小野薬品	3,138	+1,968	168
2	イナビル	第一三共	3,071	+1,409	85
3	リバロ	興和/第一三共	3,794	+1,155	44
4	ネキシウム	アストラゼネカ/第一三共	7,995	+1,038	15
5	プレタール	大塚製薬/中外製薬	1,984	+997	101

順位	製品名	会社名	処方影響力	前月比	伸び率 (%)
1	セレコックス	アステラス製薬/ファイザー	6,443	+3,148	96
2	ネシーナ	武田薬品	4,651	+1,240	36
3	イナビル	第一三共	3,547	+820	30
4	ミカルディス	アステラス製薬/NBI	3,758	+399	12
5	バイエッタ	日本イーライリリー	1,084	+269	33

インターネットの処方影響力（上位5製品）

順位	製品名	会社名	処方影響力	前月比	伸び率 (%)
1	ネキシウム	アストラゼネカ/第一三共	14,347	+4,878	52
2	リバロ	興和/第一三共	9,691	-2,670	-22
3	ザイザル	グラクソ・スミスクライン	9,003	+4,223	88
4	アマージ	グラクソ・スミスクライン	8,455	+6,158	268
5	アリセプト	エーザイ/ファイザー	8,071	+3,204	66

順位	製品名	会社名	処方影響力	前月比	伸び率 (%)
1	ネキシウム	アストラゼネカ/第一三共	20,704	-726	-3
2	リバロ	興和/第一三共	13,547	-13,534	-50
3	ザイザル	グラクソ・スミスクライン	12,674	+4,023	47
4	アマージ	グラクソ・スミスクライン	12,192	+5,282	76
5	アリセプト	エーザイ/ファイザー	11,992	-1,915	-14

インターネットの処方影響力の伸び（上位5製品）

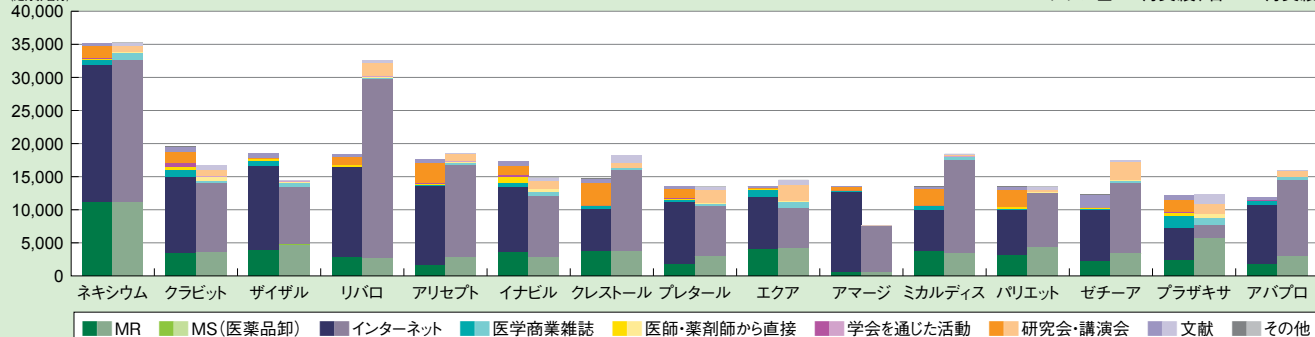
順位	製品名	会社名	処方影響力	前月比	伸び率 (%)
1	アマージ	グラクソ・スミスクライン	8,455	+6,158	268
2	ネキシウム	アストラゼネカ/第一三共	14,347	+4,878	52
3	ザイザル	グラクソ・スミスクライン	9,003	+4,223	88
4	バイエッタ	日本イーライリリー	4,677	+4,184	849
5	プラザキサ	NBI	3,879	+3,353	637

順位	製品名	会社名	処方影響力	前月比	伸び率 (%)
1	アマージ	グラクソ・スミスクライン	12,192	+5,282	76
2	リクシアナ	第一三共	4,691	+4,029	608
3	ザイザル	グラクソ・スミスクライン	12,674	+4,023	47
4	プラザキサ	NBI	4,950	+3,048	160
5	バイエッタ	日本イーライリリー	4,662	+2,611	127

HP市場（上位15製品）

(処方影響力)

グラフ左が1月実績、右が12月実績



本連載は、医師が医療用医薬品の情報に触れたチャネル（MR、ネット、講演会、医学商業雑誌等）について毎月、その接触時間や処方インパクトなどを集計・分析するエムスリー社の「mx（Medical Channel Mix）」をベースにしている。“接触時間”と0～10点の11段階で評価する“処方インパクト”を掛け算して算出される数値を“処方影響力”と定義し、製品別に医師の情報源を探る。なお、mxの調査対象医師は毎月約2500人。月の前半と後半の2週間ずつに割り振って調査している。

ミクスOnline (<http://www.mixonline.jp/>) のプレミアムコンテンツ
（有料）では本誌に掲載誌していない上位30製品（16位～30位）
のランキングと、製品別にチャネルごとの処方影響力を公開します。



Topics

競争激しいDPP-4阻害薬市場

エクア MR・ネット・研究会 営業リソース集中投下

10年ぶりの新規機序の経口2型糖尿病治療薬として登場したDPP-4阻害薬。09年12月のジャヌビア／グラクティブ（MSD／小野薬品）の上市以来、10年4月にエクア（ノバルティス／サノフィ）、6月にネシーナ（武田薬品）、11年9月にトラゼンタ（NBI／リリー）——が登場し、激しい競争を繰り広げている。

市場シェアのトップ3はジャヌビア、グラクティブ、ネシーナ。11年度の売上目標はグラクティブ260億円、

ネシーナ165億円。ジャヌビアの数値は非開示だが、処方件数で昨秋にTZD薬アクトスを超えたことから類推して、11年売上は350億円超とみられる。巨大市場に加え、11年は4製品が長期投与できる（ジャヌビア／グラクティブは1月、エクア、ネシーナは図参照）ようになり、各社が営業リソースを集中させている。

mxで直近1年間の各社の動きをしてみる。自社品及び競合品の長期投与解禁月の前後で活発にMR活動や研究

会・講演会を催し、長期投与解禁以降ではジャヌビアは医学商業雑誌や文献、ネシーナは文献でフォローされていたのが確認された。

一方、エクアはどの製品よりも営業リソースを投じていた。長期投与が可能になってからはコンスタントな研究会・講演会とともに、ネットを精力的に活用しているのがわかる。現在競合品の後塵を拝しているが、チャネルミックスによる存在感の向上がどのような効果をもたらすのか注目される。

2011年2月～12年1月 DPP-4阻害薬の処方影響力（情報収集時間×処方インパクト、月別）



出典:エムスリー「Medical Channel Mix(mx)」