

製薬会社ブランド評価調査 血液がん領域 トップは中外製薬

2020年9月、日経メディカル Onlineの会員で**血液がん**の治療を行っている医師に対し、日経リサーチが**企業のブランド力**について調査を行なった。

企業のブランド力は、1. 自分必要度、2. 企業優位性、3. MRパートナー（治療のパートナー）、4. 信頼度、5. 推奨意向の**5項目それぞれを20点満点**で合計得点が高い企業はブランド力があると定義し、

MBI(Medical Brand Index)を設定。この5項目の評価合計が高いほど、医師がその企業を「自分にとって特別な存在である」と認識していると考えられる。

血液領域のトップ企業は中外製薬、2位はノバルティスファーマ、3位はセルジーンだ。この3社は、総合力はほぼ同レベルだが、個別評価では特徴が表れている。

中外製薬は3社の中で1位項目が9つと最も多く、特に「製品の品質が高い」がトップなのが目に付く。「地域連携や病診・病病連携に役立っている」など企業活動に対する評価も高く、がん領域全般で活動していることの強みが反映されているようだ。

調査概要

調査時期 2020年9月
 調査機関 日経リサーチ
 調査対象 日経メディカルOnlineの会員のうち、血液がんの治療で過去3か月以内に処方を行った医師
 測定対象企業 (12社、50首順)
 アステラス製薬 (アステラスアムジェン)、アッヴィ、MSD、小野薬品工業、セルジーン、第一三共、武田薬品工業、中外製薬、ノバルティスファーマ、ファイザー、プリストル・マイヤーズスクイブ、ヤンセンファーマ

順位 (上位6社まで)	企業名	ブランド総合指数 (MBI)
1	中外製薬	74.9
2	ノバルティスファーマ	74.8
3	セルジーン	74.4
4	プリストル・マイヤーズスクイブ	73.3
5	ヤンセンファーマ	73.2
6	武田薬品工業	70.9

ノバルティスファーマは「優秀な製品を持っている」「研究開発力がある」が高く、企業としての開発力の高さが他社との差別化の源泉になっている。

セルジーンは「差別化が明確な製品を提供している」「利便性の高い製品を提供している」というマーケット優位な製品評価に加え、情報提供活動についても「最新の情報」や「エビデンスに基づいた正確な情報」の提供という、医療従事者が製品を使うにあたって重要な項目の評価が高い。

本調査の詳細・お問合せは

nmo-adsales@nikkeibp.co.jp

	患者の視点を持っている	経営が堅実である	常識や前例にとらわれない	企業としての意思決定が速い	地域連携や病診・病病連携に役立っている	グローバルな企業である	エビデンスに基づいた正確な情報を提供してくれる	安全性情報提供、副作用発現時などの対応が迅速かつ的確である	情報提供内容が充実している	情報提供内容がわかりやすい	最新の情報収集・提供に熱心である
セルジーン	22.0	11.0	16.0	16.0	10.0	34.0	27.0	19.0	20.0	14.0	16.0
ノバルティスファーマ	19.0	14.0	12.0	9.0	11.0	52.0	21.0	17.0	27.0	13.0	11.0
中外製薬	25.0	25.0	11.0	15.0	18.0	22.0	21.0	13.0	23.0	21.0	8.0

	差別化が明確な製品を提供している	優秀な製品を持っている	製品の品質が高い	研究開発力がある	品質保証体制がしっかりしている	利便性の高い製品を提供している	好感が持てる	安心できる	誠実である	革新的である
セルジーン	24.0	40.0	18.0	23.0	8.0	16.0	14.0	11.0	10.0	15.0
ノバルティスファーマ	20.0	42.0	23.0	28.0	13.0	13.0	17.0	12.0	10.0	11.0
中外製薬	13.0	37.0	27.0	26.0	15.0	7.0	21.0	16.0	15.0	8.0