

News Release

報道関係者各位

花粉症ピーク時、リボスチンとパタノールが圧倒的に優勢

- 抗アレルギー点眼薬のブランド力に関する調査結果を発表 -

2008年4月16日、白金台・東京発: ニールセン・カンパニー株式会社(本社: 白金台, 東京港区: 代表取締役社長: ノノイ・ニレス URL: <http://www.jp.nielsen.com> 以下: ニールセン)は、眼科医師を対象に、抗アレルギー点眼薬のブランド力に関するオンライン調査を実施しました。

現在、10種類以上の抗アレルギー点眼薬が発売されており、花粉症がピークとなる3月前後に1年で最も多く抗アレルギー点眼薬が処方されます。今回の調査では、眼科医師の花粉症ピーク時の抗アレルギー点眼薬の処方状況、および Nielsen Winning Brands™ (*1) モデルにおけるブランド力を示す BEI (Brand Equity Index) を把握することを目的に、オンライン市場調査サービス「リサーチ君」(m3.com 登録医師) を活用し、眼科医師に対してアンケート調査を実施しました。

< 調査概要 >

調査対象: 眼科医師 GP (99床以下) と HP (100床以上) に分類。

調査期間: 2008年3月25日~28日

最終回収数: GP: 163 HP: 133 サンプルを回収

アンケート調査の主な結果は以下の通りです。

1) 各抗アレルギー点眼薬の処方医師割合:

各抗アレルギー点眼薬を1ヶ月以内に1本以上処方している医師の割合が最も高かったのは「リボスチン」で、全体の85%の眼科医師が処方しています。その他では、「パタノール」「ザジテン」「インタール」などの処方医師割合が比較的高い結果でした。また、「ジェネリック品」を1本以上処方している医師は全体で20%以上、特にGPでは30%以上見られました。

2) 各抗アレルギー点眼薬の処方患者割合:

各抗アレルギー点眼薬を1ヶ月以内に処方した患者の割合は、「リボスチン」が31%、「パタノール」が22%と、2剤で患者の50%以上を占める結果となりました。「ザジテン」「インタール」などは処方する医師の割合では上位に挙がっていたものの、処方した患者の割合では10%以下にとどまりました。また、「ジェネリック品」の処方患者割合は全体で6%でした。「ザジテン」や「インタール」とも大きな差のない結果となりました。

3) 各抗アレルギー点眼薬のブランド力：

Nielsen Winning Brands™ (*1) モデルを使用したブランド力を示す BEI (Brand Equity Index)は、「リボスチン」「パタノール」の2剤が他剤に比べて圧倒的に高い結果となりました。

BEI 上位3剤 リボスチン：4.7、パタノール：4.5、リザベン：1.9

BEI4点台後半は、過去に行いました医薬品を対象としたブランド力調査結果や、ニールセンが保有する全世界 10000 以上の消費財ブランドカデータに比べても上位に位置する結果であり、かなり強いブランドであるということが分かります。

Nielsen Winning Brands™ について (*1)

Winning Brands は、ブランドエクイティ強化のためのマネジメントツールとして、ブランドエクイティ研究の第一人者である Kevin Keller (ケビン・ケラー) 教授と共同開発された調査モデルです。このモデルは、ブランドエクイティを量的に測定し、定期的にモニターするだけでなく、ブランドエクイティを強化するためのドライバーを明らかにし、コミュニケーションの方向性を示唆するブランド診断のためのマネジメントツールとして開発されました。主な特徴は下位です。

- ・ BEI より、0-10 の指数で自社および競合他社のブランドのエクイティレベルを量的に測定
- ・ BEI を継続的にモニターすることでマーケティング活動の効果を測定
- ・ BEI データベースとの比較で強いブランドか否かの診断が可能 (全世界 10000 以上のブランドを対象としたデータベースを保有)
- ・ ブランドエクイティを構成する要素を明確にし、優先順位をつけることが可能
- ・ 競争優位をもたらすブランドポジショニングを明確にする
- ・ ブランドの強み弱みを競合ブランドとの比較で相対的に診断
- ・ ブランド構築の現状を把握し、どのステップでどのような問題を抱えているかを示唆

BEI = ブランド・エクイティ・インデックス

なお、日本の医療用医薬品業界では 2005 年より同モデルを採用した調査を実施しております。

現在までも既に BEI 調査に関する問い合わせは多数寄せられていることから、今後もさまざまな疾患領域において調査を実施する予定です。

ニールセン・カンパニーについて

ニールセン・カンパニーは世界最大の情報・メディア企業で、市場情報 (ニールセン)、メディア情報 (ニールセン・メディア・リサーチ)、インターネット利用者情報 (ネットレイティングス、バズメトリックス)、携帯電話利用者情報、トレードショー及び業界紙出版 (ビルボード、ハリウッド・リポーター、アドウィーク) 等の各業界で認められたブランドを多数所有しています。オランダ・ハーレムとアメリカ・ニューヨークの本社を中心に、世界 100 カ国以上でサービスを提供しています。詳しい情報は、ホームページ (<http://www.jp.nielsen.com>) をご覧ください。

ニールセンとエムスリーは、2001 年 10 月から、医師、薬剤師、看護などの医療従事者を対象としたオンライン市場調査サービス「リサーチ君」を提供しており、今日までに製薬会社・医療機器メーカーなどを中心に数百件の調査実績を誇っています。今回の調査結果の詳細、当調査サービス内容につきましては、下記にお問い合わせ下さい。

<本リリースに関する問い合わせ先>

ニールセン・カンパニー株式会社

コミュニケーションズ：高梨 寿

電話：03-5798-9353

<サービス内容に関する問い合わせ先>

ニールセン・カンパニー株式会社

担当：金子雄太 / 菊池泰一郎

電話：03-5798-9388