

WHITE CROSS

ユーザーが選ぶ歯科企業・製品調査2025

企画概要

WHITE CROSSは歯科医師がよく見ている歯科総合情報ウェブサイトNo.1* にも選ばれた
多くの歯科医師が日々アクセスする信頼性の高いメディアサイトです。

WHITE CROSS ユーザーが選ぶ歯科企業・製品調査2025とは？

WHITE CROSS ユーザーが選ぶ歯科企業・製品調査2025とは?

WHITE CROSSでは、2023年より年末年始にかけて会員の歯科医師・歯科衛生士を対象に、サーベイ調査を実施しております。

2025年は、8部門/27カテゴリーの認知度、ブランド想起度、顧客満足度(導入実績・推奨度・継続意向)、

イメージ(独自性・コスパ・臨床実感など)、医院での取り扱い状況や売上状況などを調査し、

加えて新しく、医院における**情報収集・購入の経路、スタッフ構成や業務分担、各科目の実施状況、**

保険診療・自費診療の内訳、患者動向、さらなるデジタル機器やデジタル化への意向などについて調査いたします。

貴社の今後の製品・サービスの提供や業界支援策の検討資料としてご活用いただけるデータを目指します。

WHITE CROSS

ユーザーが選ぶ 歯科企業・製品調査 **2024**

日々臨床の現場で扱う**10の部門の歯科製品と歯科関連企業のイメージ**を調査します。

あなたが知っている企業や使っている製品についてぜひ教えてください。



調査期間：2024年11月22日(金)～12月22日(日)

Overview アンケート概要 Nominated ノミネート製品 Ranking コンテンツランキング

最大4,000円分のAmazonギフト券をプレゼント！

企業イメージ調査の評価軸

- ① 認知度 各企業を認知しているかどうか
- ② 独自性 ユニークな他社との違いがあるか
- ③ 商品力 提供する商品に強さがあるか
- ④ コミュニケーション セミナー等情報発信への満足度
- ⑤ 好感度 企業、製品に愛着が湧くか

製品イメージ調査の評価軸

- ① 認知度 各製品を認知しているかどうか
- ② ブランド想起率 製品の中で第一想起するか
- ③ 導入実績・推奨度 導入・継続の利点、使者に推薦したいか
- ④ 満足度 集客実績、デザイン性の良さなど

Form 応募フォーム

- 歯科製品部門アンケート -

予約システム(DR) > レセコン(DR) > 歯科用レントゲン(DR) >

本企画のメリット

本企画をご活用いただく上で下記4点は特に貴社にとってメリットになるポイントと考えております。

①競合比較も踏まえた調査分析

競合企業・製品と比較することで、自社の強み・弱みを含めた
ポジショニングを把握することが可能です。

②結果を活用したブランディング

認知度、好感度など貴社の特徴である項目にフォーカスし、
結果データを活用した企業・製品ブランディングにご活用いただくことも可能です。

③本企画を通したプロモーション

特設LP・本企画用のコンテンツ発信などを含め、数万ユーザーへのリーチが可能です。
またアンケート回答者のうち許諾いただいた方のリード情報も提供可能です。

④歯科医院の実態とニーズの把握

通常手に入りにくい歯科医院の実態とニーズ（医院における情報収集・購入の経路、スタッフ構成
や業務分担、各科目の実施状況、保険診療・自費診療の内訳、患者動向、さらなるデジタル機器や
デジタル化への意向など）に関するデータを把握することができます。

本企画の調査概要

調査概要

調査目的

本調査は、歯科医療現場における製品・サービスの情報収集・購入プロセス、スタッフ構成・業務分担、診療科目ごとの実施状況、保険・自費診療の内訳、患者動向、そしてデジタル機器やデジタル化への実際の考え方などについて徹底的に把握することを目的としています。

製品調査

▼部門/カテゴリー数

8部門/27カテゴリー

- ・ユニット
- ・インプラント(2カテゴリー)
- ・保存・修復(3カテゴリー)
- ・予防製品(4カテゴリー)
- ・矯正(2カテゴリー)
- ・プロケア(3カテゴリー)
- ・デジタル(6カテゴリー)
- ・経営(6カテゴリー)

▼調査項目

- ・製品認知度
- ・製品好感度
- ・ブランド第一想起率
- ・導入実績
- ・推奨度
- ・継続移行
- ・製品イメージ
 - 臨床実感
 - コストパフォーマンス
 - サポートの手厚さ
 - デザイン性の良さ

調査手法・期間

2025年11月～12月

歯科医療従事者向けサイト『WHITE CROSS』、メール・SNS等で周知の上、特設ページ上にて回答を回収。

市場調査

▼調査項目

- ・情報収集、購入経路
 - 最初の情報収集
 - 比較検討時
 - 意思決定時
 - 製品による仕入れ先の違い
- ・医院の運営状況
 - スタッフ人数(DH・DA・DT)
 - 業務分担
- ・各臨床科目の実施、注力状況
 - 保険診療の内訳
 - 自費診療

(自费率・自費メニューの状況)
- ・患者動向
- ・デジタル意向

調査対象：部門別カテゴリー

部門毎のカテゴリーと質問対象は下記の通りです。

大項目	部門	カテゴリー	質問対象/備考
臨床関連	ユニット		回答者は開業検討勤務医／買い替え検討開業医に限定
	インプラント	フィクスチャー 骨補填材	回答者は歯科医師
	保存・修復	- コンポジットレジン - セメント（接着性レジンセメント） ニッケルチタンファイル	
予防製品	予防製品	手用歯ブラシ	回答者は歯科衛生士・歯科医師 物販取扱状況・売上状況質を追加質問予定
		電動歯ブラシ	
		歯磨剤	
		洗口液	
矯正関連	矯正	マウスピース	回答者は歯科医師
		ワイヤー（プラケット）	
プロケア	プロケア	PMTCペースト	回答者は歯科衛生士・歯科医師 医院の患者数などを追加質問予定
		スケーラー（手用・超音波）	
		エアボリッシャー	
デジタル機器	デジタル	口腔内スキャナー	回答者は歯科医師 マイクロスコープはカテゴリーを変更する可能性あり
		ミリングマシン	
		ミリングブロック	
		デザインソフト	
		3Dプリンタ	
		マイクロスコープ（予定）	
経営関連	経営	集患	回答者は歯科医師 マイクロスコープはカテゴリーを変更する可能性あり
		採用	
		レセコン	
		アボコン	
		AI電話	
		キャッシュレス決済	

【1】市場調査

部門毎のカテゴリーと質問対象は下記の通りです。

目的	質問内容
製品認知度	<ul style="list-style-type: none">・貴院のスタッフ人数をお聞かせください。(常勤・非常勤含む、先生ご本人も含む)・貴院のユニット(診療台)の台数をお聞かせください。・以下の業務について、主に担当されている方をそれぞれお選びください。 (各項目で単一回答)<ul style="list-style-type: none">- 院長 / 勤務医 / スタッフ(メンバー) / スタッフ(チーフ等) / 事務長- 新しい治療法・製品の情報収集 / 日常的な消耗品の発注・在庫管理 / 業者(ディーラー等)との価格交渉 / 高額な医療機器の最終的な購入決定
ブランド第一想	<ul style="list-style-type: none">・医院で実施している診療科目をすべてお選びください。 (複数回答可)・特に注力しているものを3つまでお選びください。 (3つまで選択)・保険診療と自費診療の売上比率は、おおよそ何対何ですか。・貴院で提供している主な自費診療メニューをすべてお選びください。・最近1年間で、患者様の主訴やご要望として増えていると感じるものはありますか。・貴院の患者様の中心的な年齢層をお聞かせください。
導入状況把握	<ul style="list-style-type: none">・新しい製品(材料・機器)の情報を、最初にどこで知ることが最も多いですか。 (単一回答)・製品の導入を検討する際、情報収集の各段階で参考にするものをすべてお選びください。 (各段階で複数回答可)<ul style="list-style-type: none">- 興味・関心を持った段階(最初の情報収集) / 複数の製品を比較検討する段階 / 最終的な意思決定の段階で決め手となるもの・取引先のディーラーは何社くらいですか？・最も取引の多いディーラーの名前、その満足度と理由を教えてください。・取引先のディーラーはどのように使い分けていますか？・製品・機器の最終的な購入を決定する権限はどなたがお持ちですか。
イメージ調査	<ul style="list-style-type: none">・デジタル機器・システムについて、導入検討状況・意欲について教えてください。<ul style="list-style-type: none">- 院内ネットワーク(電子カルテ/レセコン) / 予約管理システム / デジタルレントゲン(デンタル/パノラマ) / サブカルテ / 画像管理システム / 歯科用CT / 口腔内スキャナー(IOS) / CAD/CAMシステム(ミリングマシン等)・貴院がデジタル化を進める上で、最も大きな課題は何ですか。

【2】製品調査

調査対象：部門別カテゴリー/製品(1)

部門毎のカテゴリーと質問対象は下記の通りです。

部門	製品カテゴリ	ラインナップ製品
ユニット	-	モリタ / ジーシー / ヨシダ / デンツプライシロナ / タカラベルモント / カボプランメカジャパン / オサダ / 日本アイ・エス・ケイ
インプラント	フィクスチャー	ストローマン(ストローマン・ジャパン) / ノーベルバイオケア(エンビスタ・ジャパン) / アストラテック(デンツプライシロナ) / ジンヴィ(ジンヴィ・ジャパン) / オステム(オステム・ジャパン) / FINESIA(京セラ) / GCインプラント Re(ジーシー) / カムログ(アルタデント・ジャパン) / メガジェン(メガジェンジャパン)
	骨補填材	Bio-Oss(ガイストリッヒファーマジャパン) / サイトランス グラニュール(ジーシー) / Cerasorb M(ジンヴィ・ジャパン) / Bonarc(モリタ) / Osbone(ジンヴィ・ジャパン) / OSFERION DENTAL(ジーシー) / Osfeel(京セラ) / Neobone(Co-well Japan)
保存・修復	コンポジットレジン	エステライトシリーズ (トクヤマデンタル) / クリアフィルマジェスティシリーズ (クラレノリタケデンタル) / ジーニアルシリーズ (ジーシー) グレースフィル (ジーシー) / フィルテックシリーズ (ソルベンタム) / ビューティフルシリーズ (松風) / テトリックシリーズ (イボクラール) / グランディオ (VOCO) / セラマ・エックス (デンツプライシロナ) / オムニクロマ (トクヤマデンタル) / SDR Flow+ (デンツプライシロナ) / ア・ウーノ (YAMAKIN) / プレミス (エンビスタ ジャパン)
	シーラント	ビューティシーラント (松風) / クリンプロ™ シーラント (スリーエム ジャパン) / ティースメイト® F-1 2.0 (クラレノリタケデンタル) / エンブレイス™ シーラント (白水貿易) / チャームシール® (ビーエスエーサクライ) / フジ III LC (ジーシー) / コンシール®f (ヨシダ) / ウルトラシール XT® ブラス J (ウルトラデント ジャパン)
	セメント	パナビアシリーズ (クラレノリタケデンタル) / リライエックスシリーズ (ソルベンタム) / スーパーボンド (サンメディカル) / G-CEMシリーズ (ジーシー / バリオリンクシリーズ (イボクラール) / エステセム II (トクヤマデンタル) / レジセム (松風) / SAルーティング Multi (ジーシー) / デュオリンク ユニバーサル (Bisco)
予防製品	手用歯ブラシ	ルシェロ / タフト24 / バトラー / TePe / クラプロックス / システマ / DENT.EX / Check-Up / ef(イフ) / クリニカ / GUM / オーラツー
	電動歯ブラシ	ソニッケアー / オーラルB / プリニア / ハイドロソニックプロ / GUM / ドルツ / メディクリーン / Oclean
	歯磨剤	Check-UP / Systema / ジェルコートF / リペリオ / ルシェロ / GUM / バトラー / オーラツー / シュミテクト / メルサーヌ / クリンプロ / クリーンデンタル
	洗口液	Systema SP-T / モンダミン ハピットプロ / リステリン / コンクールF / GUM 歯ぐきラボ / バトラー CHX洗口液 / 薬用プラクリア

【2】製品調査

調査対象：部門別カテゴリー/製品(2)

部門毎のカテゴリーと質問対象は下記の通りです。

部門	製品カテゴリ	ラインナップ製品
矯正	マウスピース矯正	インビザライン (オンライン・テクノロジー・ジャパン) / クリアコレクト (ストローマン・ジャパン) / シュアスマイル (デンツプライシロナ) / アソアライナー (アソイナショナル) / キレイライン矯正 (キレイライン矯正) / Oh my teeth (Oh my teeth) / hanaravi (ハナラビ) (DRIPS)
	ワイヤー矯正	Damon System (エンビスター・ジャパン) / Clippy-C / CL I (トミーインターナショナル) / Clarity (ソルベントム) / In-Ovation (デンツプライシロナ) / ALIAS (エンビスター・ジャパン) / Incognito (ソルベントム)
プロケア	PMTCペースト	コンクールクリーニングジェル< PMTC> (ウェルテック) / PTCペースト (ジー) / クリンプロ (ソルベントム) / NUPRO (デンツプライシロナ) / PTCペースト (Ciメディカル) / リナメル / アバガードリナメル (オーラルケア) / バトラー PMTCペースト (サンスター) / プロフィーペースト Pro (クロスフィールド)
	エアポリッシャー	エアフロー (EMS) / キャビトロンプロフィージェット (デンツプライシロナ) / ペリオメイト (ナカニシ) / エアNゴーイージー (白水貿易) / KAVO PROPHYflex (カボ)
	スケーラー(手用・超音波)	<ul style="list-style-type: none"> ・手用 Hu-Friedy (Hu-Friedy Group) / LM-Instruments (LM-Instruments) // アメリカンイーグル (GC) / YDM (YDM) ・超音波 バリオス (ナカニシ) / スプラソン (サテレック) / キャビトロン (デンツプライシロナ) / EMS (EMS)
デジタル	口腔内スキャナー	iTero (オンライン・テクノロジー・ジャパン) / TRIOS (3Shape) / Primescan (デンツプライシロナ) / Aadv IOS (ジー) / Aoral Scan (SHINING)
	ミリングマシン	DWXシリーズ (ローランド D.G.) / MDシリーズ (キヤノン電子) / CEREC Primemill / inLab MC X5 (デンツプライシロナ) / vhf (vhf camfacture AG)
	CAD/CAMブロック	カタナ™ アベンシア™ / ジルコニア (クラレノリタケデンタル) / セラスマートシリーズ (ジー) / 松風ブロック HC (松風) / IPS e.max CAD (ivoclar)
	デザインソフト(CAD)	exocad DentalCAD (exocad) / CEREC Software (デンツプライシロナ) / 3Shape Dental System (3Shape) / Dental Wings (Dental Wings)
	3Dプリンタ	Primeprint (Dentsply Sirona) / Formシリーズ (Formlabs) / ASIGAシリーズ (ASIGA) / Pシリーズ (Straumann) / cara Print (Kulzer) / Accuprint (モリタ)
	マイクロスコープ	EXTARO 300 / OPMI pico (カールツァイス) / Leica M320 (ライカ) / NEXT-VISION (ヨシダ)
経営	MEO／SEO対策サービス	GMO TECH (MEO Dash! byGMO) / カンリー (Canly) / CS-C (サブスク型 MEO／ロコモ対策) / ウミガメ (歯科医院特化型 MEO) / Haishasan.net (デンタルネットワーク社) / トリニアス (MEOpriime)
	レセコン	WiseStaff / clevia (ノーザ) / POWER5G (デンタルシステムズ) / palette (ミック) / DOC-5 (モリタ) / Profit QUATTRO (ヨシダ) / Opt.one (オプテック) / iQalte (プラネット) / ジュレア (ピクオス) / Hi Dental Spirit XR-10i (東和ハイデンタル) / Dentis (メドレー) / Sunny-XROSS (サンシステム) / Sunny-NORIS Cloud (サンシステム)
	予約システム	ApoDent (ナルコーム) / Apotool & Box (ストランザ) / Dental Hub (プラネット) / ジニー (Dentalight) / PROGRAMa (メディア) / DentNet (デントネット) / dentamapplus (ピクオス) / 予約Premium (ノーザ) / Genifix (モリタ) / e-Apo SP (ヨシダ) / Dentis (メドレー)

【2】製品調査 質問イメージ

各製品に対する設問イメージとしては下記となります。

目的	質問内容
製品認知度	ご存知のxxxをすべてお選びください。
ブランド第一想起	xxxと聞いて、先生が最初に思い浮かべるメーカーを1つだけお選びください。
導入状況把握	現在、主にお使いのxxxをすべてお選びください。
	お使いのxxxの中で、最も使用頻度の高い製品を1つだけお選びください。
推奨意向	お知り合いの歯科医師の方がxxxを選定される際に、先生がおすすめしたいと思う製品はどこですか？(3つまで選択可)
	その中で最もおすすめしたい製品を教えてください。
イメージ調査	<p>各製品について、先生のイメージに最も近いものをお選びください。 (評価基準: 5:非常に良い / 4:良い / 3:どちらともいえない / 2:悪い / 1:非常に悪い / N/A:知らない・わからない)</p> <p>※各部門によって変動</p> <ul style="list-style-type: none">①臨床実績・エビデンス②長期予後の信頼性③コストパフォーマンス④サポート体制(営業・学術)⑤術式の簡便さ・操作性⑥デザイン種類の豊富さ⑦患者の満足度・使い心地⑧デザイン・種類の豊富さ⑨プラーク除去能・性能

本企画の集客方法

2025年歳末企画 全体像

本企画の特設サイトを公開し、メールや各種広告などを含め大々的に告知いたします。

特設サイト内には、協賛いただいた企業様のコンテンツも掲載し、本企画に参加するユーザーに対してPRを実施します。

会員への告知



本企画特設サイト



調査誘導



企業提供コンテンツ



自社HP

提供サービス

ご協賛費用

本企画の協賛パッケージです。
協賛内容に応じて、4つのプランをご用意しております。

	市場調査	製品調査	全データ	プレミアム
	20万円	20万円	40万円	60万円~
調査データ(RAW) 市場調査 20万円	○			
調査データ(RAW) 製品調査 20万円		○		
調査データ(RAW) 全(市場調査+製品調査) 40万円			○	○
記事広告 80万円~				
セミナー配信or セミナー再配信 50万円~				○
LP掲載 自社HP直 5万円	○	○	○	○
データ加工 ※個別でお見積り				
値引き	-5万円	-5万円	-5万円	-35万円~65万円

参考)
データ納品加工のイメージ

調査結果の分析工程

認知度、ブランド想起度、顧客満足度(導入実績・推奨度・継続意向)、イメージ(独自性・コスパ・臨床実感など)の全体の統計データはもちろん、貴社の要望・課題に応じたポジショニング整理まで行います。

競合比較も踏まえた 調査分析

企業・製品とともに競合比較も踏まえて、貴社製品の認知度や強み・弱みを統計データとしてお出しします。競合他社の施策・取組状況等との関連性等も鑑みた、マーケティング戦略の方向性までおまとめします。

デモグラフとクロスした ポジショニング整理

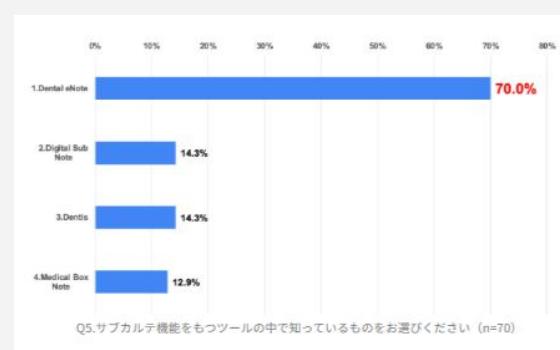
就業形態(開業歯科医師・勤務医・歯科衛生士)、年齢(20代~60代以上)、エリア、市場調査データ、勤務先歯科医院のユニット台数、自費率、臨床科目など医院データとクロスした上で、貴社のポジショニングを整理します。

結果を活用した プランディング

認知度、好感度など貴社の特徴である項目にフォーカスし、結果データを活用した企業・製品プランディングにご活用いただけることも可能です。



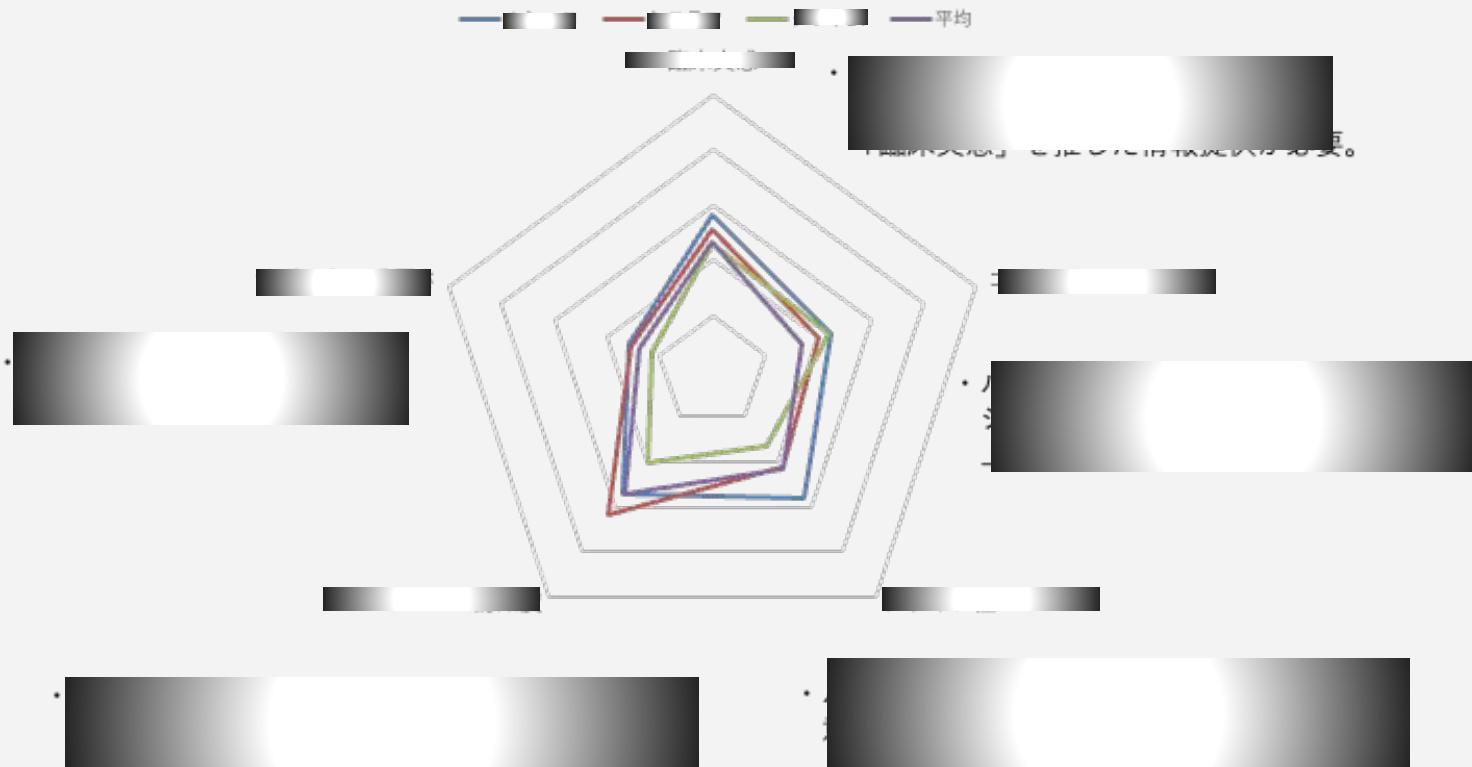
セグメント(例)	貴社	A社	B社
臨床科目	一般歯科	△	○
	予防歯科	△	○
	矯正歯科	○	○
ユニット台数	1~3台(小規模)	◎	△
	4~6台(中規模)	○	○
	7~9台(大規模)	△	○
	10台以上(大規模)	△	◎



調査データ 加工サンプル

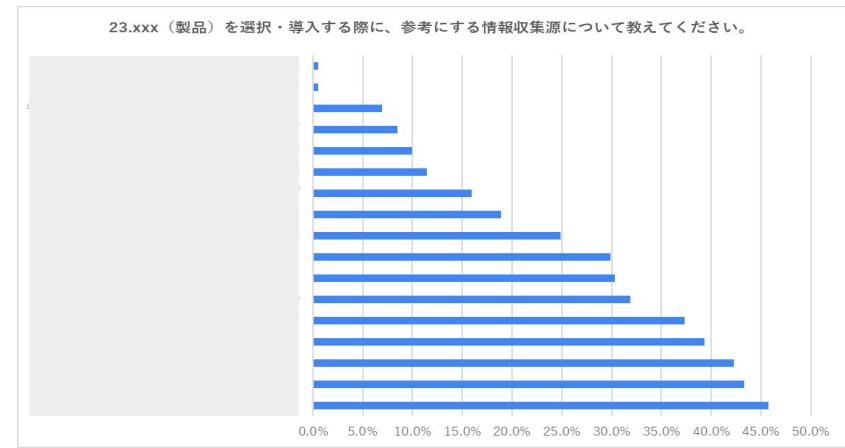
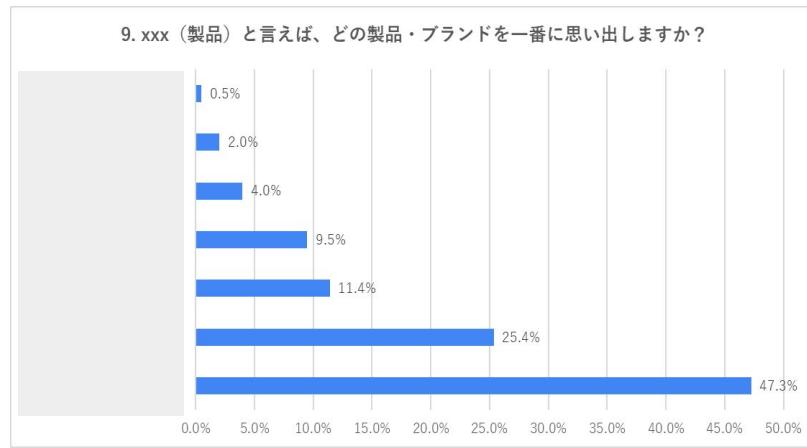
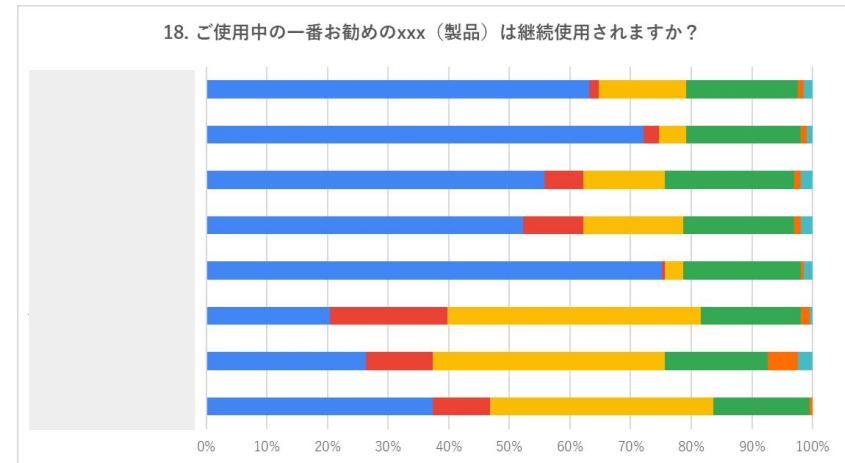
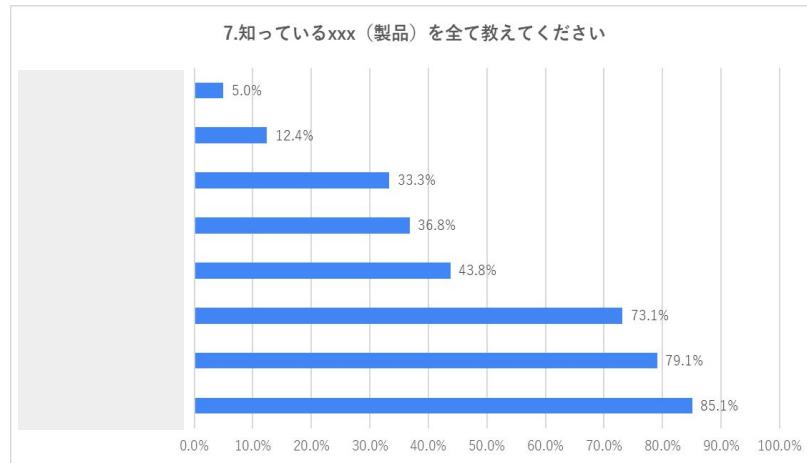
企業毎で評価軸を集計し、平均値に対する評価をブランド毎に算出いたします。

※詳細に関しては、お問い合わせくださいませ



調査データ 加工サンプル

下記調査データの一例となります。



会社・媒体概要

会社概要

Vision

歯科医療の社会的価値を高める

企業情報

企業名 WHITE CROSS株式会社

本社所在地 恵比寿ガーデンプレイスタワー 4F

設立 2015年3月

代表者 赤司征大(歯科医師・MBA)

伊藤忠商事株式会社

ニッセイ・キャピタル株式会社

株主 株式会社モリタ、ライオン株式会社

CRGインベストメント株式会社

SMBC VC株式会社等

メディア事業



- ・歯科医師向け情報サイト運営
- ・歯科メーカー・製薬企業向けマーケティング支援
- ・富裕層向けビジネスマッチング
- ・医院開業承継支援
- ・映像配信サービス
- ・Web学会の運営支援

クリニックDX事業



- ・歯科技工受発注 SaaSの運営
- ・歯科技工のDX支援

About WHITE CROSS

「WHITE CROSS」は歯科医師がよく見ている歯科総合情報ウェブサイト No.1* です



WHITE CROSS会員数

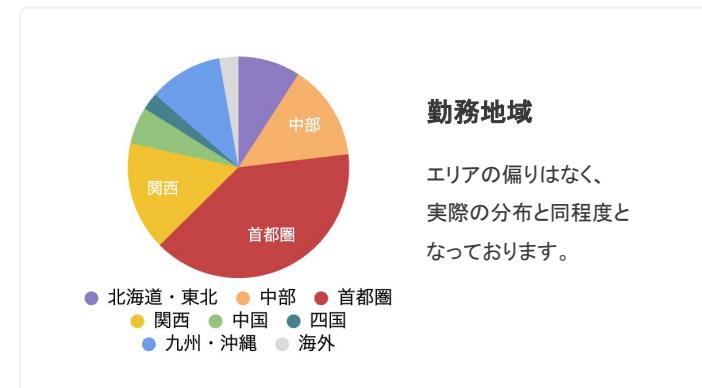
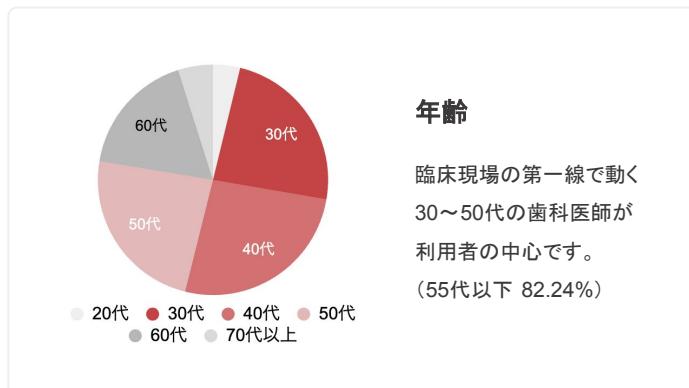
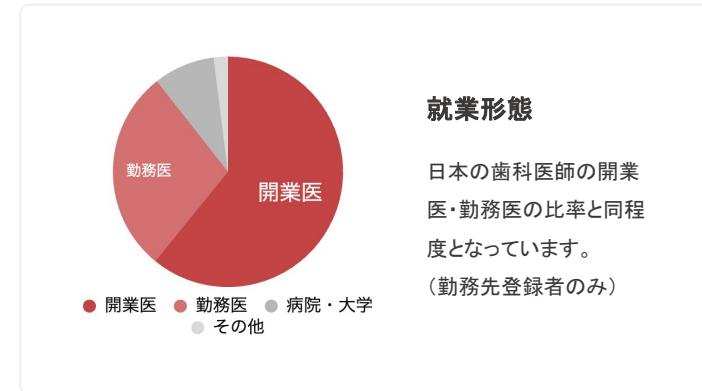
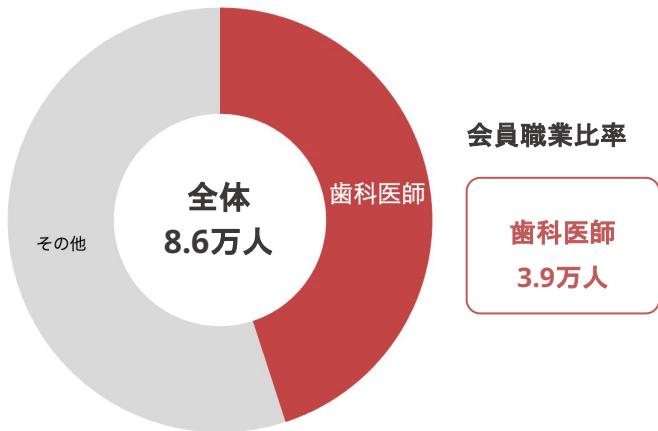
約 8.6 万人

歯科医師の 3人に1人 が登録

* 調査方法：インターネット調査 調査期間：2023年3月17日～同年3月20日 調査概要：「歯科医師の認知・購買に関する調査」
調査対象：男女、全国、歯科医師 調査実施：株式会社IDEATECH よく見ている歯科の総合情報Webサイト(Q4)

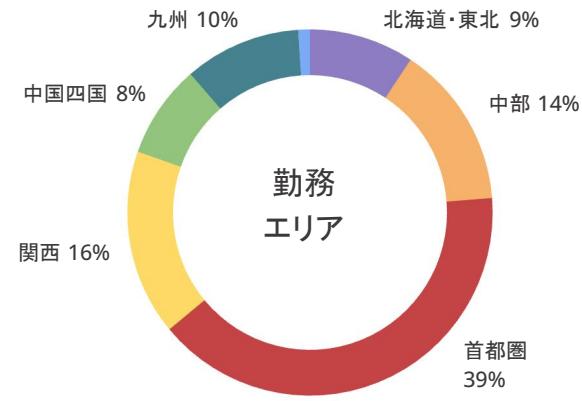
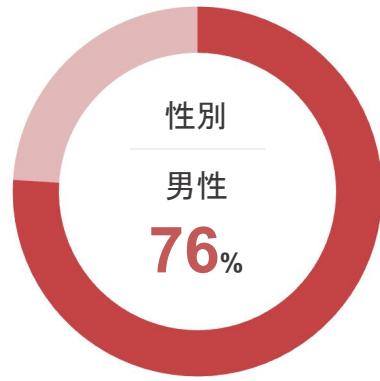
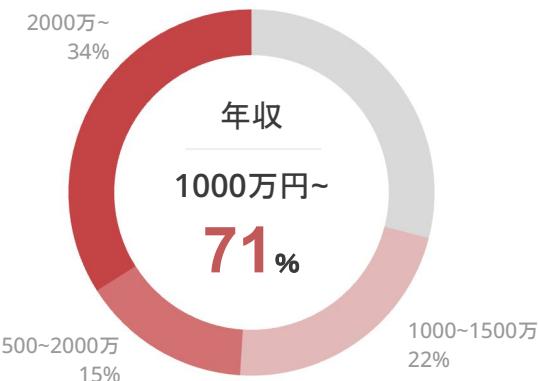
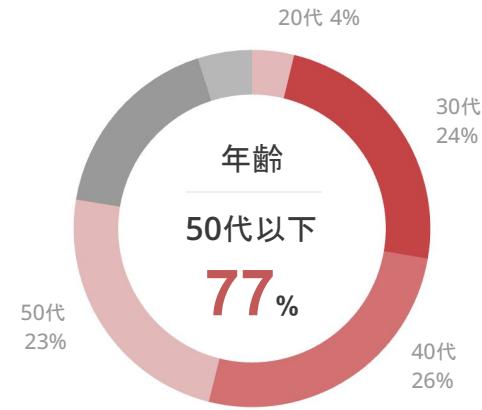
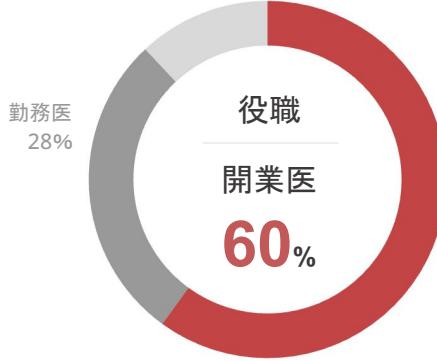
WHITE CROSS 会員プロフィール

登録歯科医院は、就業形態・年齢・エリアのどの面でも偏りがなくバランスの取れた構成です。



WHITE CROSS 会員プロフィール

臨床現場の第一線で活躍する若手ドクターが多く、開業医として一定の裁量・収入をお持ちです



Why WHITE CROSS - 歯科医師に選ばれる理由

臨床や医院経営における最適な解決策を提供するオールインワンのプラットフォームとして、多くの先生方に日常的にご活用いただいています。

厳選した業界ニュース

歯科医師会記者クラブに Web 専門媒体
で唯一加入を許諾



独自企画の臨床セミナー

500名を超えるKOLの登壇実績・学会情報発信



医院経営の支援ツール

スタッフ採用育成・開業承継・助成金をはじめ、先生方の QOL向上まで取り揃えています



お申し込み

何かご不明な点がございましたら、どうぞ遠慮なくお問い合わせください。



Sales-promotion@whitecross.co.jp



03-5843-0884

