

「製薬協ガイド」2007年版を作成 “人と「くすり」の未来を考えませんか”

トピックス

製薬協・広報委員会は「革新的な医薬品の創製のために研究開発基盤の強化に取り組みます」という青木会長のメッセージとともに、表紙のデザイン、内容などを一新した「製薬協ガイド2007」版を発行しました。

「製薬協ガイド」は、製薬協についての認知度向上を目的として製薬協の概要や活動概況を、より多くの人々に知ってもらうために解りやすく説明した小冊子であり毎年リニューアルを行っています。

製薬協の会員会社ほか、製薬協が開催する各種セミナーやフォーラムなどでメディア、オピニオンリーダーおよび患者会など多くの機関に配布しています。

「製薬協ガイド2007」は表紙を一新しヒューマン・サークルに花をあしらひ、親しみやすさと温かみを表現しました。

「製薬協ガイド2007」の主な構成は次のとおりです。

1. 製薬協の紹介

- ① 青木会長によるメッセージ：製薬協が「革新的な医薬品の創製のために研究開発基盤の強化に取り組むこと」を表明。
- ② 製薬協（日本製薬工業協会：JPMA）は国際的に欧州製薬団体連合会（EFPIA）や米国研究製薬工業協会（PhRMA）とともに「日米欧」の3極の医薬品市場における製薬団体として活動していること、さらに国際製薬団体連合会（IFPMA）の一員として地球規模で蔓延する疾患対策などの活動を行っている団体であることの紹介。
- ③ 優れた新薬の創製と製薬産業の発展をめざして製薬協が組織している主な委員会組織の活動や医薬産業政策研究所を紹介。
- ④ 患者会や日本慢性疾患セルフマネジメント協会のサポート、行政やメディアへの情報発信、若年層への啓発・教育活動などの広報活動を紹介。

2. くすりとは

- ① 製薬協を理解していただくため、新薬の基礎的な知識として医薬品の分類（一般用医薬品と医療用医薬品）についての紹介。
- ② 医療用医薬品は新薬と呼ばれる先発医薬品と後発（ジェネリック）医薬品に分けられていることを解りやすくイラストで説明。



3. 創薬と育薬

- ① 新薬が生み出される創薬のプロセスを紹介し、その道のりがゴール（新薬承認および発売）にいたるまでの時間と開発成功率の低さを紹介。
- ② 新薬として承認・発売された後にも製造販売後調査による情報の収集・提供がより安全で効果があり、より使いやすいものへと、成長していくという大切な歩み「育薬」のプロセスのあることも紹介。

4. 日本の製薬産業

- ① 「世界から見た日本の製薬産業」では、1995年と2005年の医薬品市場を比較し、日本の医薬品市場規模は世界第2位を維持しているものの、市場シェアは21.2%から10.7%へ半減していることを紹介。
- ② 日本で生まれた新薬の数を世界の売上上位100品目で比較すると、アメリカ、イギリスに次いで第3位13品目となっており、日本は新薬で世界へ貢献していることを説明。
- ③ 日本の国内の医薬品市場に占める医療用医薬品のシェアは64.4%（6兆6,108億円）となっている中で、研究開発費は年々増加していることから、新薬開発の競争力を高めるため合併が進んでいることを紹介。

（広報委員会 コミュニケーションツール部会
岩本富幸）