

製薬協メッセージ「グッドコミュニケーション10-11」 “みんなのチカラで、未承認薬を、一日も早く。”

トピックス

製薬協では、製薬産業と医薬品について広く一般生活者の理解と信頼を得るためよりよいコミュニケーションを図ることを目的とした製薬協メッセージ「グッドコミュニケーション」を毎年実施しています。

2010年度の「グッドコミュニケーション10-11」は、「未承認薬への取り組み」をテーマに“みんなのチカラで、未承認薬を、一日も早く”をキャッチコピーとして11月18日に記者発表し、実施・展開しています。広報委員会では、このキャンペーンを通して、未承認薬および適応外薬の問題に対する一般生活者の理解が促進され、製薬産業に対する理解や信頼がさらに高まるとともに、この問題解消に向けて行政、医療関係者、製薬企業が一体となった取り組みがいっそう推進されることを目指しています。

テーマの選定の理由

欧米では有効性が証明され、使用が認められているにもかかわらず、国内では承認されていない医薬品や適応をそれぞれ未承認薬・適応外薬と呼んでいます。また、他国で発売された医薬品が自国で発売されるまでの期間のずれは「ドラッグ・ラグ」とよばれ、その平均期間は米国では1.2年、西欧諸国ではほぼ2年以内ですが、日本では4.7年にもなっています。

未承認薬・適応外薬やドラッグ・ラグが発生する原因には、製薬企業における開発着手自体の遅れ、行政機関における新薬承認審査等にかかる時間、臨床試験の実施体制等の基準整備に不十分な面があることや臨床治験に参加する患者さんの数が十分に集まらないなど、さまざまな問題があります。

これらの問題を解決するためには、行政、医療関係者、製薬企業などがそれぞれ単独で対応するのではなく、協力して歩調を合わせることが大切であり、今日官民一体となってさまざまな取り組みがなされています。

厚生労働省は「医療上の必要性が高い未承認薬・適応外薬検討会議」で検討された108件の未承認薬・適応外薬について2010年5月に日本での開発企業の募集・開発要請を行いました。また、製薬協は未承認薬等開発支援センターを設立し、承認取得のための専門支援や資金援助を行っています。さらに2010年4月の薬価改定において新たに設定された「新薬創出・

適応外薬解消等促進加算」によって、製薬企業は研究開発活動にいっそう集中できるようになりました。

今回のグッドコミュニケーションでは「未承認薬への取り組み」をテーマに取り上げ、行政、医療関係者、製薬企業が一体となって、未承認薬問題の解消に向けて努力していること、その解決のためには多くの方々の協力が重要であることを理解していただき、患者の希望の光となっている「未承認薬への取り組み」について共感を深めていただくために、「みんなのチカラで、未承認薬を、一日も早く。」をキャッチコピーとしてキャンペーンを展開することにしました。

本キャンペーンを通して、未承認薬および適応外薬の問題に対する一般生活者の理解が促進され、製薬産業に対する理解や信頼がさらに高まるとともに、この問題解消に向けた行政、医療関係者、製薬企業が一体となった取り組みがいっそう推進されることを目指しています。

ビジュアルについて

子どもたちによって描かれた1枚の絵には、効果があって、必要とされている「いいお薬」を海の向こうから日本へ鳥が運んできてくれたらいいなという純粋な願いと希望がこめられています。

また、ビジュアルはやさしさとぬくもりを大切にしたい色合いを基調とし、子どもの顔や子どもらしい大胆な発想で描かれた絵から未来を創造するパワーを感じていただけるようにしました。



キャンペーンサイト

コピーについて

一日でも早く未承認薬・適応外薬が解消されるよう、製薬産業をはじめ国を挙げて取り組みが行われていること、未承認問題の解決に向けた取り組みが患者さんの希望の光となっていること、新薬創出のためには、患者さん・医療関係者の協力が重要であることを訴求点として、メッセージを作成しました。

●キャッチコピー：

みんなのチカラで、未承認薬を、一日も早く。

●メッセージコピー：

海外ですでに使用実績がありその効果が認められている薬については、一日でも早く使えるようにしようと行政、医療関係者、製薬企業など、日本中が一体となって動き始めました。

私たち製薬協は、がんや難病などと闘っている患者さんに有効で安全な治療薬をお届けするため、未承認薬の解消に取り組んでいます。

キャンペーンの展開方法

- 1) 医療機関(病医院、薬局、保健所など)へのポスター配布と掲出。
- 2) 業界紙・誌、患者雑誌広告掲載。
- 3) 本キャンペーン紹介パンフレットを作成。製薬協イベント等で配布。
- 4) 大手検索サイト、健康系ウェブサイトへのバナー広告。
- 5) 製薬協ウェブサイトにキャンペーンサイトを開設。「未承認薬・適応外薬とは?」、「日本の現状」、「未承認薬を一日も早く」

ポスター

承認薬を一日も早く」の3つのテーマについて解説。また、患者さん、医療関係者、製薬企業それぞれの立場からの想い、未承認薬解消の取り組みについてのインタビュー記事を掲載。

6) 会員会社におけるバナー広告。

まとめ

今年度の「グッドコミュニケーション10-11」は未承認薬・適応外薬を解消するために、行政、医療関係者、製薬企業が一体となって取り組みを行っていることを訴求するために、キャッチコピーを「みんなのチカラで、未承認薬を、一日も早く。」としました。製薬協では、本キャンペーンが未承認薬および適応外薬の問題に対する一般生活者の理解促進や製薬産業に対する理解・信頼の向上とともに、この問題の解消に向けた取り組みの推進につながっていくと考えています。

(広報委員会 医療消費者部会 部会長 千葉 暢幸)