

## 「製薬協コード・オブ・プラクティス」の概要

日本製薬工業協会

日本製薬工業協会（以下、製薬協という）は、従来の医療関係者、医療機関等に対するプロモーション活動に限定された行動基準である「医療用医薬品プロモーションコード」を発展させ、会員会社のすべての役員・従業員と、研究者、医療関係者、患者団体等との交流を対象とした「製薬協コード・オブ・プラクティス」（以下、「製薬協コード」という）を2013年1月に策定し、同年4月から実施することとした。

会員会社はその活動においては常に高い倫理性と透明性を確保し、研究者、医療関係者、患者団体等との交流に対する説明責任を果たし、社会の信頼に応えていかなければならず、製薬協コードに基づき、「自社コード」を策定し、自社の行動規範とする。

製薬協コード策定の直接的な契機は、昨年行われた当協会が属する国際製薬団体連合会（以下、IFPMA という）における「IFPMA 医薬品マーケティングコード」から「IFPMA コード・オブ・プラクティス」への改定にあるが、2011年の「企業活動と医療機関等の関係の透明性ガイドライン」の策定、2012年の「企業活動と患者団体の関係の透明性ガイドライン」の策定等、従来のプロモーション活動にとどまらず広く製薬企業と各ステークホルダーの皆様との交流についての指針を策定してきたところである。

今回の製薬協コードの内容はこれらの指針等も反映したものとなっており、その概要は以下の通りである。

製薬協会員会社は、生命関連産業として公的医療保険制度のもとでその企業活動が行われていることに鑑み、4つの理念を遵守する製薬企業としての基本的責務を掲げている。また、次に経営トップの責務として5項目を実行するとしている。

第3章の企業活動の原則においては、医療関係者・医療機関等に対するプロモーション活動のみならず、それ以外の企業活動についても、すべての役員・従業員に対する自社コードを具体的に規定し、遵守するとして、1. 試験・研究活動、2. 情報発信活動、3. 患者団体との協働、4. 卸売業者との関係、5. 国外における活動を規定している。試験・研究活動の透明性および患者団体との協働はIFPMAコードに準じているが、情報発信活動と卸売業者との関係は、製薬協コード独自のものでIFPMAコードよりも範囲を広げている。近年進展が目覚ましいソーシャルメディア等の活用など、プロモーションを目的とする情報活動はプロモーションコードの適用を受けることは当然のことながら、プロモーションを目的としない情報発信活動についても不適切な活動とならないよう、企画段階から内容の精査を行う等の対応が必要である、としている。また、卸売業者との関係については、公的医療保険制度下の取引であることを考慮し、他産業以上に高い倫理性、透明性が確保された関係であることが求められていることから、医療関係者との関係だけでなく、卸売業者に対して金銭類、物品、飲食等を提供する場合や、これらの提供を受ける場合について、自ら基準を策定し遵守する、としている。

なお、医療関係者・医療機関等に対するプロモーション活動は、従来の「医療用医薬品プロモーションコード」に若干の修正を加え、「第二編」で規定している。

以上