


製薬協

今年度の治験啓発キャンペーンについて

2008年12月2日

日本製薬工業協会



製薬協

1

製薬協

製薬協グッドコミュニケーション テーマ

グッドコミュニケーション

製薬産業と医薬品に対して、広く医療消費者の理解と信頼を得るために、より良い相互のコミュニケーションを図ること、同時に製薬産業のメッセージをわかりやすく伝えること。

〈今年のテーマ〉

「新薬の価値－治験－」（昨年と同テーマ）

新薬の開発過程で欠かせない「治験」は、患者さんはもとよりさまざまな人たちの協力が不可欠であることから、医療消費者に「治験」の考え方、必要性を理解いただき新薬の価値についてより深い認識を持っていただく機会とする。


2

製薬協

治験について啓発する意義

研究開発を使命とする製薬産業にとって、新薬開発の重要プロセスである「治験」は常に重要なテーマ

- 「新たな治験活性化5カ年計画」、「革新的創薬のための官民対話」のフォロー、
- 新薬の研究開発環境の整備、充実



◎国民の治験への認知度向上と協力促進

◎昨年に引き続き08－09年製薬協キャンペーンとして「新薬の価値－治験－」をテーマに展開することに決定

3

製薬協

新薬の研究開発、治験を取り巻く動き

- ・「新たな治験活性化5カ年計画」（2007年3月）
 - ①中核病院・拠点医療機関の体制整備
 - ②治験・臨床研究を実施する人材の育成と確保
 - ③国民への普及啓発と治験・臨床研究への参加促進
 - ④治験の効率的実施および企業負担の軽減
- ・「革新的医薬品・医療機器創出のための5か年戦略」（2007年4月）
 - ①研究資金の集中投入 ②ベンチャー企業育成等
 - ③臨床研究・治験環境の整備 ④アジアとの連携
 - ⑤審査の迅速化・質の向上 ⑥イノベーションの適切な評価
 - ⑦官民対話

4

今年度の治験キャンペーン
(製薬協「グッドコミュニケーション08-09」)

■ 関係団体等との連携：後援

- ・厚生労働省(医療の向上、国民への画期的新薬提供)
- ・(社)日本医師会
- ・日本医師会 治験促進センター(地域治験ネットワークの推進)

■ 多様な展開と継続的な発信

単に広告にとどまらず、各種媒体、ポスター貼付により、一人でも多くの方に「治験の重要性」および「新薬の価値」を訴える。

- ・全国紙 朝刊、リビング紙、医薬系業界専門紙 広告
- ・交通広告車内張り (主要都市JR、地下鉄)
- ・航空機内誌 (国内線)広告
- ・治験実施病院 約1400病院にポスター貼付 * 医師会、治験促進センターのご協力
- ・日本医師会雑誌(約170,000部)、薬剤師会雑誌(約10,000部)へ挟み込み
- ・全国市町村保健所、保健センターにポスター貼付 * 厚生労働省のご協力
- ・製薬協ウェブサイトキャンペーンサイト開設、治験説明用小冊子のプレゼント
- ・各会員会社ウェブサイトへの相互リンクを実施