

研究種目	<input checked="" type="checkbox"/> 奨励研究助成金	<input type="checkbox"/> 研究成果刊行助成金
	<input type="checkbox"/> 21 世紀研究開発奨励金 (共同研究助成金)	<input type="checkbox"/> 21 世紀教育開発奨励金 (教育推進研究助成金)
研究課題名	医薬品の製品価値形成をめぐる医師間のコミュニケーション構造とその社会的構成過程	
研究者所属・氏名	研究代表者：藪下（筒井） 万理子 共同研究者：	

1. 研究目的・内容

本研究の目的は、医薬品の臨床的な製品価値が形成されるプロセスに着目し、製品価値形成の担い手である医師間でのコミュニケーション構造とその社会的構成過程を解明することで、良い医薬品がより早く市場に普及するための示唆を得ることにある。

2. 研究経過及び成果

医薬品を含む様々な製品において、その製品の価値は「顧客による使用価値の主観的な評価値（中橋 2008）」であり、それは製品を提供する企業側が考える製品の価値とは必ずしも一致しない。顧客が製品の使用価値を認めることで、はじめて購入に至るのである。イノベーションの普及に関する研究では、機能的には優れているにも関わらず、一部の新しい製品を好む人々に採用されるに留まりメインストリーム市場には普及せず市場から消えた製品は、枚挙に暇が無い（Moore 1991,1999）。多くの顧客は、製品の価値を認識するに値するだけの情報を得てはじめて、その製品の購入に至るのである。とりわけ医薬品は、患者の生命に関わるものであるという特性上、使用することで生じる結果の情報量は医薬品を採用する意思決定の上で極めて重要である。医薬品の場合は、販売承認を得る前に、医薬品の安全性や効果を確認するための治験の実施が義務付けられている。一般的な製品に比べ、医薬品は安全性や効果の情報を証明することが制度化されているのである。しかしながら、治験に協力した人々の人数以上の使用回数を経てはじめて発見される副作用の可能性は、ゼロであるとは言いきれない。また、副作用が出た際にはうまく対処できるだけの経験と知識が必要であるため、新しい医薬品の採用を躊躇する医師も存在すると考えられる。実際、効果の高い薬剤であるものの、副作用の大きさと副作用への対処の難しさから、販売開始後長い期間を経ても十分にその医薬品の普及が進んでいないという調査結果が報告されている（長尾ほか 2006）。そこで本研究では、医師の医薬品採用までの意思決定期間は医薬品の臨床的情報の収集プロセスであると考え、その過程を解明することを目的とした。

本研究では、医師、製薬会社に勤務する MR、製薬会社の人事担当者に協力を得て、医師の医薬品採用に影響を与える人的ネットワークについてヒアリングを実施した。2011 年度の学内研究助成金による出張に加え、自費での出張、同年度に学外から得た研究助成金による出張を含めると、4名の医師、2名の薬剤師、5社の製薬会社の MR（合計 16名）、7社の製薬会社の MR 人事担当者と面談する中で、貴重な情報を得ることができた。

本研究の予備研究では、医師が医薬品に関する情報の情報源として、学会報告、学会誌、口コミ、製薬会社の宣伝活動などがあり、とりわけ医師が重視する情報源は他の医師から得られる臨床情報であることを明らかにした。そこで本研究では、さらに具体的に臨床情報を得る医師間の関係性を明らかにしようと試みた。

本研究の発見はつぎの 3 点にまとめることができる。第 1 に、医師間の関係性の多様性である。医局を中心としたコミュニティーから得る情報の影響力が強だけでなく（筒井 2011）、患者へのより良い治療のために専門領域を超えた医師たちによる共同研究、地域医療（ここでは同じ地域内にある病院が患者に適切な治療をするために協力することと考える）のための医師間のつながり等、ひとりの医師が複数のコミュニティーに属しながら、相互に情報をやり取りしているこ

とが明らかになった。第2に、インターネットの活用である。フェイス・ツー・フェイスで得られる情報を重視しながらも（筒井 2011）、会員制のインターネットサイト上で医師間の情報共有も頻繁に行われ、医薬品の臨床情報についても少なからず参考に行っていることが明らかになった。第3は、医師への調査の再設計の必要性である。この点に関しては、次項の「本研究と関連した今後の研究計画」の中で論じる。

3. 本研究と関連した今後の研究計画

医師の医薬品の採用過程について調査を続けるにあたり、何らかの基準で医師の類型化を行う必要があると考えられる。例えば、各医師の職業上の中長期的な目標の違いが、頻繁に情報を交換する相手や、医薬品の選択を含む治療のあり方について影響を受ける相手を規定するのかもしれない。本研究の問題意識に適した医師の類型化を行うに当たり、医師へのヒアリングと並行して、医師に近い立場にある製薬会社のMRへのヒアリングも有益であると考えられる。現在は定性的な調査が中心となっているが、いずれ医師間のネットワークについて定量的な分析を行うことが今後の課題である。

4. 成果の発表等

発表機関名	種類（著書・雑誌・口頭）	発表年月日（予定を含む）