

医薬品マーケティングあれこれ
第13回:ジェネリック医薬品の処方実態

医療機関におけるジェネリック医薬品の処方実態については、公正取引委員会が報告書を発表している（「医療用医薬品の流通実態に関する調査報告書」2006年9月）ほか、調査会社、ジェネリック医薬品メーカー、その他が様々な調査結果を発表している。ジェネリック医薬品の普及状況が急速に変化しているため、各調査の実施時期や調査対象に注意して、解釈する必要がある。

医療機関のジェネリック医薬品に対するスタンスは、必要性は認識しつつ、本格的採用にはまだ踏み切れない、といった所である。その典型的な理由は、「ジェネリック医薬品の品質、安定供給、情報提供」に確信が持てない、ことである。前記の公正取引委員会の調査によれば、この点を不安に思う割合は85%に及び、2番目の理由である「患者が不安に思うのではないか」は31%に過ぎない。ジェネリック医薬品の品質、安定供給、情報提供はジェネリック医薬品メーカーが今最も注力している所なので、今後の改善が期待される。

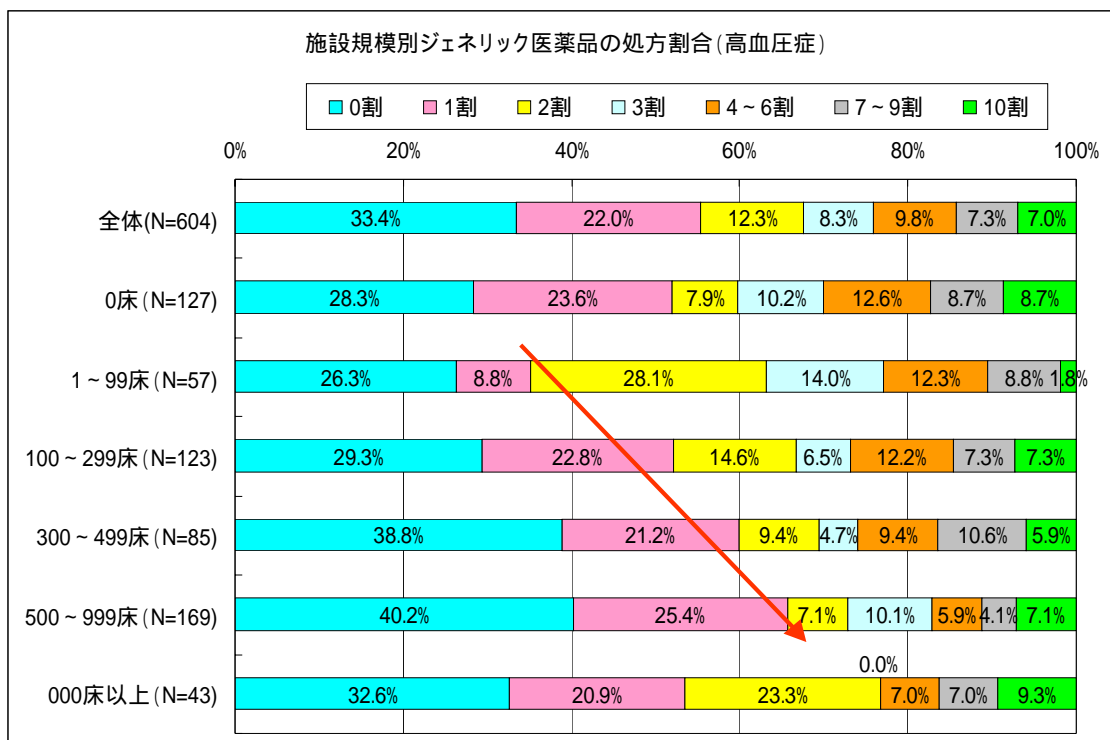
医療機関のうち、病院におけるジェネリック医薬品採用のプロセスは、医師・薬剤師などからなる検討組織（薬事審議会）を設け、審議と決定を行う病院が88%に及んでいる（前記、公正取引委員会の調査）。医師が個別に希望して採用されるケースは6%に過ぎない。また、病院におけるジェネリック医薬品の採用の動機は、経営効率の改善がトップで66%である（同調査）。このように、ジェネリック医薬品は病院にとって何よりも経営に関わる問題と捉えられている。このような特徴は先発医薬品と大きく異なる点である。

一方、医療機関のうち、診療所の場合は、院長である医師自らがジェネリックを処方するか、あるいは「後発品に変更可」と記された処方せんを持った患者が、保険薬局の勧めでジェネリックを処方される場合が多い。前記の公正取引委員会の調査によれば、消費者におけるジェネリックの認知度は57%、処方されたら必ずジェネリックを選ぶ割合が31%である。一方、消費者が必ず先発品を選ぶ割合は3%に過ぎず、場合によってはジェネリックを選ぶ割合が65%である。このように、消費者へのジェネリックの認知は確実に浸透しており、また積極的にジェネリックを購入する割合も、普及理論でいう「初期段階」を既に脱して「成長段階」へ到達している。今後、適切な施策の裏付けがあれば、ジェネリックが急速に普及する段階に来ているようである。

次に、調査会社であるプラメド社がインターネットで調査したジェネリック医薬品の処方実態調査を紹介しよう。調査時期は2006年11月6日～11月13日であり、結果は同社

のホームページに発表されている (<http://www.plamed.co.jp/>)。調査対象は病院および診療所の内科医、皮膚科医、および耳鼻咽喉科医、回答者は 646 人である。

一例として、高血圧症治療薬のジェネリック処方割合を、医療機関の規模別に調査した結果を示す。



この図によれば、ジェネリックの処方割合は規模の小さい病院や診療所で比較的大きいことが分かる。注目されるのは、1000床以上の大病院の場合、ジェネリックの処方割合が10割の比率が最も高く9.3%あるのと同時に、2割以下の比率も76.8%と最も高い。このことは、1000床以上の大病院の場合、先端医療における先発薬志向が高いと共に、DPC（診断群分類に基づく包括支払）に代表されるように、効率性が要求されるのでジェネリックが積極的に採用されていることが推察される。

プラメド社の調査によれば、疾患別のジェネリック処方の割合について、比較的高いのは高血圧症 66.6%、高脂血症 63.6%、糖尿病 52.7%、アレルギー性鼻炎 49.0%である。一方、比較的低いのは偏頭痛 30.6%、うつ病 35.0%である。このように、ジェネリック医薬品の市場動向を見極めるには、平均的傾向だけでなく、診療機関の特性や疾患の種類に応じた、きめ細かい分析が必要になる。

(武藤 猛)