



患者中心発想から新市場創出へ

薬事日報社 編集局
村嶋 哲

患者参画型医療の重要性が叫ばれるようになった。海外の製薬企業では使える薬がない、薬が飲みづらいうという患者ニーズを出発点に医薬品開発に乗り出している。患者が臨床試験に参加できるよう、製薬企業から臨床試験に関する情報を提供するほか、計画段階で患者の声を聞き、医薬品開発のプロセスに反映させる取り組みが進行している。

ただ、患者中心という言葉ほど危険な言葉はない。かつては製薬企業が考える患者中心思考と患者が求める医薬品には大きな乖離があり、せっかく開発しても患者側に受け入れられずに、薬の飲み残しが増えてしまうとの問題も散見されていた。こうした現実を直視し、製薬企業は様々なアプローチで患者の意見を収集する努力を行っており、患者を含む生活者も製薬企業の医薬品開発がどのような形で行われているのか主体的に学ぶなど医療のリテラシーを身につけ、距離感を縮めているという。もはや患者中心というよりも、市民と一緒にになって医薬品を開発していく市民参画の医薬品開発へと動き出しているのが現状である。

医薬品に求められる価値が変わってきている。今後、医薬品の有効性や安全性といった科学的な評価だけではなく、患者の日常生活に寄り添える薬がこれから求められてくるのだろう。日本でもようやく患者を意識した医薬品開発が始まってきた。癌領域を強化する製薬企業では、薬の効き目は同等でも副作用を軽減する医薬品の研究開発が始まっており、臨床試験の評価指標として生活の質（QOL）の改善度を検討項目に加える企業もある。

ジェネリックメーカーでも付加価値型製剤の開発に取り組むようになってきている。水なしで飲める口腔内崩壊錠や製剤の苦みをマスキングする技術などが挙げられる。ただ、ジェネリックメーカーが考える製剤価値が、患者視点で付加価値として認められるものであるかは検証が必要だ。企業から患者への情報収集・提供をめぐる規制の壁もあるが、ジェネリックメーカーの研究開発プロセスで真の医療ニーズの取り込みは必須になるだろう。

全ての産業において商品が持つべき本質的価値が見直されつつある。自動車は移動手段から環境性能の高いエコカー、自動運転車へと進化し、自動運転技術と通信技術で人と人がつながるコネクティドカーという技術革新が起きている。新製品の開発は技術の進展だけではなく、消費者の存在が大きい。



医薬品もモノとモノがインターネットでつながるIoTなど新たな技術を組み合わせることで、医療コストを下げ、患者にベネフィットを提供できる可能性がある。患者の声を収集する体制から、ジェネリックメーカーの製剤技術と異業種を含む外部技術を組み合わせたアイデアで新たな価値が生まれ、新市場を創出していくことに期待したい。