

## 29【P2】Ⅱ-259

近代日本医薬品産業の発展 その19 日本製薬企業の製品情報概要の変遷-1960年代から2000年代-

○竹原 潤<sup>1</sup>, 山田 光男<sup>2</sup>(<sup>1</sup>大日本製薬,<sup>2</sup>日本薬史学会)

【はじめに】医療用医薬品製品情報概要（以下製品情報概要）は、医療用医薬品の情報提供に極めて重要な役割を担っている。製品情報概要は、製薬企業の広告のためのパンフレットとしての位置付けではなく、当該薬剤の適性使用のための媒体であることから、様々な制約を受け作成される。今回、1960年代から現代までの製品情報概要の変遷について報告する。

【概要】製薬業界においては、自主的なガイドラインとして1984年に「医療用医薬品パンフレット記載要領（現：医療用医薬品製品情報概要記載要領）」、1987年に「医療用医薬品専門誌（紙）広告作成要領」を制定した。1987年以前とそれ以降の製品情報概要を項目別に比較することで、記載要領制定前後の相違点を比較した。効能効果および製品の特徴を伝えるための表現が、以前の製品情報概要は誇張的であるのに対し、現代のものは、正確に表現されるように変化している。特に、効能・効果の範囲を越える特徴や効果に関し、以前の製品情報概要では、特徴として表現されていることが多く、誤解を招きやすかったと思われる。デザインは、時代の背景をよく反映している事が示唆された。すべての年代において全く同じ製品での比較は困難であったが、製品情報概要が広告や宣伝の目的から、適正使用のための重要な媒体へと変化してきていることが理解できた。デザインなどは、より近代的なマーケティング理論やブランド戦略を導入するなどの変化がみられることも近年の情報概要の特徴である。