

From JPMA

信頼の礎を築き、 価値を共に創る

—公正な情報提供が拓く医療の未来

日本製薬工業協会 常務理事

石田 佳之さん

ISHIDA YOSHIYUKI

社会構造の変化とともに、製薬産業への眼差しはかつてないほど厳しく、かつ期待に満ちたものとなって
います。そのような中で、2025年に「コード・オブ・プラクティス(COP)」が一部改定されました。
単に治療薬を届けるだけでなく、いかにして医療の質を高め、患者さんの眞の信頼に応えるべきか。
製薬協が掲げる「共創」の理念と、その根幹を成す公正な活動の重要性について、
COP改定への想いに触れながら、石田常務理事にうかがいました。





石田 佳之さん | ISHIDA YOSHINYUKI

日本製薬工業協会 常務理事

1988年中外製薬入社。営業系の業務、物流管理、営業支援システム開発等、ビジネス基盤を支える多岐にわたる領域に従事。同社営業本部副本部長を経て、2022年10月より製薬協常務理事に就任。現在はコード・コンプライアンス、流通、患者団体連携等、産業の公共性と信頼を担う委員会運営を統括している。

誠実な姿勢への転換。 「プロモーション」の定義を見直す

製薬産業を取り巻く環境において、私たちが守り抜き大切にしなければならないものの一つが「信頼」です。かつて業界内には、プロモーションを「販売促進ではなく、適正使用の推進である」と定義する考え方がありました。しかし、グローバルな視点や公的なガイドラインに照らせば、企業の活動にはビジネス上の意図が含まれるのが現実であり、その定義の「ねじれ」が、外部への説得力を欠く要因にもなっていました。

“ ビジネスとしての透明性が、真の「信頼」を築く ”

そこで、私たちは昨年の「コード・オブ・プラクティス」改定において、「販売促進ではない」という文言をあえて削除しました。これは活動のビジネス的な側面を潔く認めたうえで、いかなる活動も倫理的な基準に照らして適正でなければならないという、誠実な姿勢への転換を意味しています。この文言変更に対して協会内でも積極的に議論し、プロモーションを「企業のビジネス活動のすべて」と広義に捉え直しました。それにより、営業部門のみならず、メディカルアフェアーズ(MA)や安全性の部門が行う情報提供活動も、等しく透明性と倫理観が求められることが明確になります。誰が、どのような立場から情報を届けるにせよ、それが患者さんの利益に資する適正な情報であるかどうかが、私たちの問われている本質だと考えています。

求められる組織文化としての コンプライアンス

私は長年、中外製薬において営業を支援する業務全般、そして支店長として営業現場の指揮を執ってきました。その経験から痛感しているのは、不祥事の芽は個人の倫理観だけに起因するのではなく、組織の制度や文化の中に潜んでいるということです。

コンプライアンスは、単にルールを成文化し、研修を行うだけで達成されるものではありません。重要なのは、過度な販売目標や達成困難な業績設定が、現場に「目的のためには手段を選ばない」という歪んだ力学を生んでいないか、常に経営の視点からチェックすることです。私自身、過去に「コン

プライアンスは業績に勝る」というリーダーの強い言葉に触れ、背筋が伸びる思いをしたことがあります。

トップ自らが透明性の高い組織風土を築き、制度面でもチェック機能が働いていること。それが結果として、社員一人ひとりがプライドをもって働く環境を作り上げ、次世代を担う方々にとっても魅力的な産業であり続けるための鍵となります。

デジタル社会の進展に対して、どう向き合うか

デジタル社会の進展に伴い、情報のあり方は劇的に変化しています。今日、インターネットやSNS上には根拠のない偽情報が溢れ、時として患者さんを危険な道へと誘いかねない状況があります。

一方で、製薬企業は厳しい規制のもとで、正しく検証されたエビデンスに基づく情報のみを発信しています。この情報の「質」の差を、いかにして社会に示していくかが、私たちの大きな挑戦です。検索エンジンの結果において、確かな科学的根拠に基づいた情報が、不正確な情報に埋もれてしまわないよう、私たちは情報の健全な流通を目指さなければなりません。

患者さんが情報の海で迷った際、真っ先に頼りにできるのが製薬企業の公式サイトや、国立がん研究センター等が提供する信頼性の高い公的な情報源であるべきです。情報は患者さんにとっての「命綱」であるという認識をすべてのステークホルダーで共有し、正しい情報を的確に届けるための仕組み作りを、製薬協として強力に推進してまいります。

“ 正しく検証された『真のエビデンス』を届け続ける ”

「Co-creation(共創)」で取り組む社会課題

私が2026年に向けて最も注力したいのは、「Co-creation(共創)」というコンセプトの実装です。これは、製薬産業が自らのロジックだけで行動するのではなく、患者さん、医療関係者、アカデミア、当局といったすべてのステークホルダーと対等なパートナーとして向き合い、共に社会課題を解決していくという考え方です。

たとえば、治験情報の公開一つをとっても、患者さんが本当に必要としている形での情報提供はどうあるべきか。プロフェッショナルとして、最適なソリューションを提供するために、私たちはどのような支援ができるのか。これらは一企業や一団体で成し遂げられるものではありません。私たちは、自分たちの手の内にある正解を押し付けるのではなく、多様な意見に耳を傾け、時には「できないこと」を誠実に伝えながら、共に価値を創り上げていく姿勢を持ち続けたいと考えています。

誇りある産業を共に育む

製薬産業は、膨大な労力と時間をかけ、厳しい品質管理のもとで薬を患者さんのもとへ届けています。開発から申請、製造、流通、そして安全性の管理に至るまで、すべてのプロセスにおいて多くのプロフェッショナルが誠実に職務を遂行している。この事実に、私は大きな誇りを感じています。

国民のみなさま、そして次世代を担うみなさまに知りたいのは、私たちの根底にあるのは「誠実さ」への自負であるということです。私たちは他産業に対しても、コンプライアンスや透明性の面でリードできる存在でありたいと考えています。コンプライアンスやコードは、私たちの活動を縛るための鎖ではなく、社会からの信頼に支えられ、私たちが最大限に力を発揮するための基盤です。これからも、クリーンで透明性の高い産業としての立場を確立し、世界に誇れる日本の医療環境を共に創り上げていくために、決意を新たにして取り組んでまいります。



製薬協コード・
オブ・プラクティス
(2025年10月版)

