

轉載經驗分享新劑型提案[著者：佐藤 陽夫;陳如月譯自醫藥經濟2009-12-15]

接續『能夠更活用公司的資源(上篇)』, 本次以營業企畫之外的人事・公關、研究・開發領域, 談論如何活用公司內部的資源。

新劑型提案

藥物的劑型多樣化, 據聞口腔內崩散錠劑等容易服用的藥物, 實際上是聽取病人和醫師的心聲所創製的。貼付劑也是依據病人的意見持續改良, 成為越發符合需求的製品。

聽取病人或醫師的心聲也是MR的重要工作之一。或許認為無法變更或追加劑型, 但是讓我們來改變認知吧。

和醫師見面時, 務必預備病人服藥後的感想這樣的談話機會, 像似什麼樣的劑型可以提高服藥率? 什麼樣的包裝病人更容易懂等。

想像在醫院的說明會, 教授並排坐陣的說明會, 如果內容水準不相對應就不會被認同。想要有產品說明之外的議題時, 有助益的像是可偕同新藥的開發或者研究的研究員(員工)的談話。

例如, 是什麼樣的背景發現這個藥物而開發出來呢? 開發的原委或困難若不是負責的人是說不來的。聽眾如果是試驗負責醫師, 會談得很起勁吧? 任何的研究者醫師都會有興趣吧?

製藥公司的開發負責人員把開發中的藥物當做像似自己的子女一般。花了好幾年, 想要親手創製產品, 以這樣的心情在工作, 研究者和醫師的距離更為接近。

各位的對象醫師只有臨床的醫師。在建立藥物的證據之際, 也請關心非臨床的醫師。此外, 不論臨床或者非臨床, 新藥研究開發的談話可能增加醫師的夢想和期望, 想必可以成為有意義的說明會。

— end —

譯者註解:

日本每年四月是MR入社的季節。入社後, 接受產品知識、疾病和診療等的研修, 約到十月配置到日本全國各地營業所。