

【参考】資料①

ジェネリック啓発活動の調査結果と今後の課題

PR・IRグループ

今期からテレビCMを中心とするジェネリック医薬品啓発活動に取り組んでいますが、費用対効果を測定していくための指標として、定期的にジェネリック医薬品に関する調査を実施しています。

2人に1人は知っている!?

ジェネリック医薬品の認知率は3月の25.8%に対して、9月は倍以上の55.8%まで上昇しました(図1)。即効性があると言われていたテレビ広告の効果が如実に表れています。

患者さんの行動変容(医師への処方依頼)促進が課題

しかしジェネリック医薬品の医師への処方依頼に関しては、数%という状況が続いています(図2)。

つまり認知率は上昇しても処方に繋がっていないのが現状です。PR・IRグループでは、今後ジェネリック医薬品を知った患者さんに医師・薬剤師へ相談して頂くための方策について検討していきます。

図1 Q.ジェネリック医薬品をご存じですか?

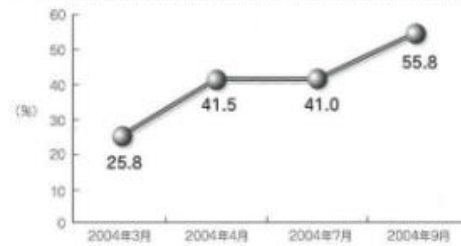
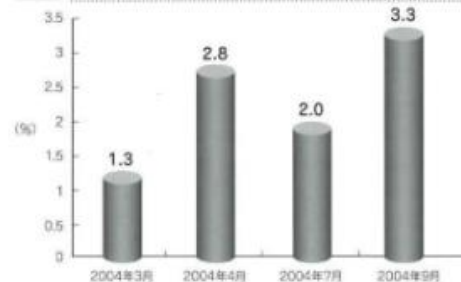


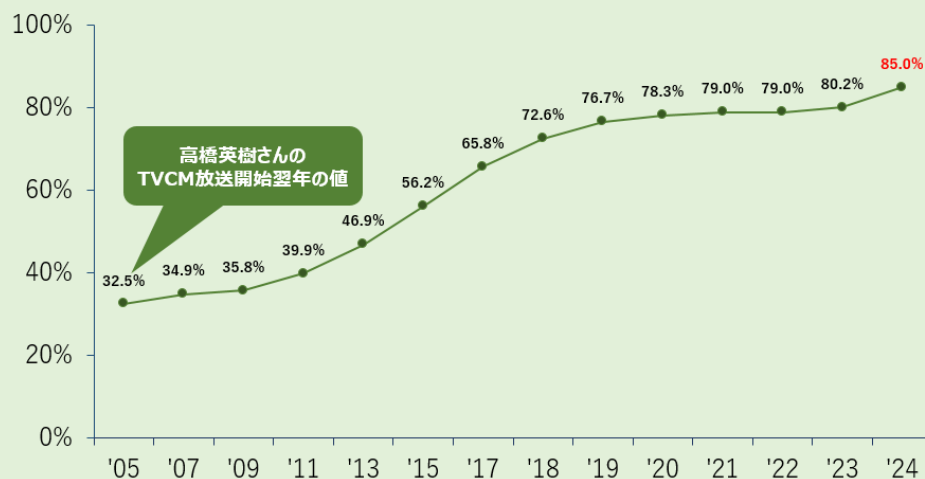
図2 Q.ジェネリック医薬品の処方を頼んだことがありますか?



(出典：2004年10月の沢井製薬社内報「さわやか通信」より)

資料②

ジェネリック医薬品の数量シェア推移



(厚生労働省「医薬品価格調査の速報値」より沢井製薬作成)

資料③ これまでにご出演いただいた CM より抜粋



(第1弾 薬袋篇)



(第5弾 工場篇)



(第8弾 想う心篇)



(第10弾 全国5工場のネットワーク力篇)



(第11弾 変わらない想い篇)



(第12弾 沢井製薬ミライラボ篇)