

## ■ 編集だより

## 編集後記

最近製薬会社が主催・後援する講演会がとんと少なくなった。2年くらい前までは各社合わせると、月に3、4回はあったのではないかと、編集子は、主催がどこであれ精神科関連の講演は勉強になるので比較的よく出席していたと思う。全国からエキスパートと呼ばれる著名な先生が、わざわざ地方にまで来られる。学会に参加しなくても、特別講演1つ分を拝聴できるのである。開始前に主催の企業が売り出し中の薬の情報提供をすとしても、さらりと聞いていればよかつたのである。

ところが昨年くらいから急にこのような講演会が少なくなってきた。昔の3分の1以下になったような気がする。最初は製薬会社のMRさんから敬遠されているのではと被害的になっていたが、どうもそうではないらしい。聞くと会社の方針で少なくなったそうである。理由はあまり詳しく教えてくれなかったが、宣伝費の削減なのかもしれない。世界の大きな製薬会社のいくつかが向精神薬の開発をやめているというのは有名である。その流れで、もう精神科関連の薬物の宣伝にはお金をかけないということなのかもしれない。

しかしそれだけの理由であろうか。講演の内容がいつも同じような調子であったために、医師の方から敬遠され、出席者が少なくなったことも関係しているのではないかと、新薬が少なくなったのもこの事態を加速しているのかもしれない。新薬(かりにAとでも呼ぶ)がでると、その後2年くらいは、「新薬Aが有効であった…病の5例」などといった発表がエキスパートの先生の前座で行われていたのである。そして、そのエキスパートの先生も「新薬Aの特徴と他の薬物との使い分け」などと、一歩間違えば企業のPRまがいの話をしていただのである。聞き手にしても、講演者の話は一応傾聴するものの(精神科医なので)、そのまま内容を単純に信じるほどナイーブではない。講演後の質疑応答の時間に参加者から1つも質問がない場合などは、しらけた雰囲気となってしまい、後味が悪いことも少なからずあった。

そういう編集子も時々このような講演会の講師を頼まれることがある。どのような理由で選ばれるのかのエビデンスははっきりしないが、名誉なことでもある。大学の教員でもない限り、一方的に自分が話をし、それをじっと聞いてくれる聴衆がいるなどという場面はそうあるものではない。謹んでお受けすることになっている。ただし、編集子は特定の薬だけを取り上げるような話はしないことにしている。効果よりも副作用の話を延々としたりするので、製薬会社にはその旨事前にお断りしている。

先日久しぶりに講師を頼まれることがあった。当日の10日くらい前に発表スライドをチェックしたいとのことである。あわてて作成すると、いくつかの箇所に加筆や訂正を依頼された。どのようなところかと聞くと、他社製品の誹謗・中傷になりそうな箇所という。たとえば同じグループの薬であってもそれぞれ副作用プロフィールが異なることはよく知られている。そこで、この薬にはこういう副作用が多いというスライドを作成したのだが、それが他社製品なのでまずいのだそうである。今年日本製薬工業協会が新しいプロモーションコード(製薬協コード・オブ・プラクティス)を発表してから、製薬会社はかなり神経質になっているらしい。いまさら形式的な公平性を謳っても仕方がないではないかと思う。しかし、製薬企業ばかり非難できない。それに乗っかって講演活動をしていた医師のintegrityの問題もある。最近では、会場での講演会ではなくインターネットを利用したWeb講演会が盛んだということである。ここでも昔と同じような事態が再現されないことを祈りたい。

仙波純一