

[資 料]

外来患者の後発医薬品に関する意識調査と 処方イベントモニタリングによる後発医薬品の評価

Review of Outpatients' Awareness of Generic Drugs, and Evaluation of Generic Drugs by Prescription Event Monitoring

河合 優^{*a}, 小島 しのぶ^a, 矢野 宗敏^b,

MASARU KAWAI^{*a}, SINOBU KOJIMA^a, MUNETOSI YANO^b

^a 名古屋記念病院薬剤部, ^b 愛知県天白地区薬剤師会

[Received April 10, 2008
Accepted May 13, 2008]

Summary : We performed a questionnaire review in August 2006 to investigate outpatients' awareness of generic drugs. By age group, 64% of the 195 patients who answered the questionnaire were over 60 years. As for generic drugs, 135 patients (69%) were aware of them, and the principal source of information was the television. However, only 11 patients (5.6%) took generic drugs, which was low, and 97 patients (50.2%) replied that they wanted to take generic drugs for the primary reason of reducing the financial burden. However, 17 patients (8.8%) replied that they did not want to use generic drugs for the primary reason that they were concerned about the effects/ side effects.

Eventually, we performed prescription event monitoring of 53 patients (65 drug agents) to whom generic drugs were prescribed. Concerning their effect, the generic drugs of 62 drug agents (95.4%) were judged to show no changes compared to the original drugs, and for 3 drug agents (4.6%), it was pointed out that the efficacy decreased. We will continue to monitor and evaluate generic drugs in the future.

Keywords : Generic drug, original drug, questionnaire, prescription event monitoring

要旨 : 私たちは後発医薬品に関する外来患者の意識を調査する為に 2006年8月にアンケートを行った。アンケート回答患者 195人の年齢層は60歳以上が64%を占めていた。後発医薬品は135人(69%)が認知されており、その主な情報源はテレビであった。後発医薬品の服用患者は11人(5.6%)と低く、経済的負担が減らせるという主な理由から97人(50.2%)が後発医薬品を使いたいと回答した。しかし、効果・副作用が心配という主な理由から17人(8.8%)が後発医薬品を使いたくないと回答した。

後発医薬品が処方された患者53人(65剤)に処方イベントモニタリングを行った。薬の効果に関して、62剤(95.4%)の後発医薬品が先発医薬品と比較して変化なしと評価され、3剤(4.6%)の後発医薬品は効果の低下が指摘された。今後、更に症例を重ねて、後発医薬品の評価を行いたい。

キーワード : 後発医薬品, 先発医薬品, アンケート, 処方イベントモニタリング

* 〒 468-0011 名古屋市天白区平針 4-305
TEL: 052-804-1788, FAX: 052-806-0513
E-mail: yy-kawai@hospy.or.jp