2019-12-02

**陳如月**

**日本藥業MR的服務接觸點確實會改變**

日本政府從2020年開始將全面分析診斷明細書資訊與特定健康檢查等資訊資料庫(國立資料庫) 以及長照保險綜合數據的關聯分析。不僅政府和保險人，研究人員和民營業者也考慮利用，這意味著終於開始拉開「數據健康改革」的序幕了。特別是在區域醫療方面，有望促進每個患者的治療最優化和生活品質的改善，以及提高治療滿意度和治療結果。

對藥業來說，數據健康時代的市場准入也將帶來巨大的變化。一是創造商機。日本政府的目標是建立一個平臺，將健康和預防（無病）、診斷、治療和預後（生活品質）橫向連結，以延長健康壽命為主張。透過使用醫療資訊與通信科技（Information and Communication Technology，簡稱ICT）並分析大數據，優化整體的醫療保健服務。因此，不僅藥業和醫材製造商，還有保險業、IT創投，社會基礎設施類的企業和學術界整合在一起，促進整體醫療保健行業的振興。

* **傾聽醫師和病人的「對話」**

因此，製藥企業的活動也將發生很大的結構轉換。在此聚焦今後的MR活動上。這幾年出現了很多創新新藥，可以根治至今為止很難治癒的癌症和罕病。特別是在癌症領域，患者作為癌症生存者以回歸工作崗位為目標的社會形象也在擴大，日本政府主動承擔起「人生100年時代」的制度設計任務。因此，製藥公司不僅應該研發創新新藥，而且應該參與支援病患重新融入社會的活動，作為使用新藥戰勝疾病的患者的合作夥伴。

加強醫師和患者之間的「對話」也有助於副作用因應對策和重症化預防，從而改善患者的生活品質和治療結果。如果醫療機構、醫療人員和病人透過一個網路連接起來，那麼他們的目標就是克服疾病，恢復日常生活。換句話說，製藥公司MR的最終目標，不該像以往那樣只是向醫師和藥師提供資訊，也應該致力於「幫助克服疾病的患者回歸社會」吧。

* **改變的「在宅醫療」的概念**

到目前為止，我們把到醫院和診所接受診療視為「醫療」。在宅醫療的本質是日常生活中的「醫療」。家庭醫師出現在自家客廳的電視監視器上，透過線上診療，醫師變成了照顧整個家庭健康的人。換句話說，就是轉變為以健康為中心的「醫療」。如果這樣的話，從商業角度來看，也需要開發出以健康為軸心的診斷和治療最優化的解決方案，以及克服疾病回到工作崗位和學校時的不安和擔憂的解決方案。

當然，這樣的時代的MR活動，除了自家公司產品的推廣之外，還會同時提供患者回歸社會支援計畫這樣的活動吧。解決方案不是由單一製藥公司提供，而是保險公司、傷害保險公司、IT公司、新創公司、學術界，甚至代表日本的社會基礎設施公司等其他複數產業結合成一體提供附加價值。這正是大數據時代可以轉向適合的產業結構。藥業的結構轉型才剛剛開始。從平成時代到令和時代的變遷中，日本藥業所追求的「社會貢獻」的意義將發生巨大變化。

## (取材自Mix Online)

–End–