

科学研究費助成事業（科学研究費補助金）研究成果報告書

平成 25 年 5 月 31 日現在

機関番号：14301

研究種目：研究課題スタート支援

研究期間：2011～2012

課題番号：23830041

研究課題名（和文）医薬品企業の価値向上に寄与する戦略的 CSR の実証研究

研究課題名（英文）Empirical Studies on Strategic CSR increasing corporate values in a Pharmaceutical Company.

研究代表者

瓜生原 葉子（URYUHARA YOKO）

京都大学・大学院薬学研究科・研究員

研究者番号：70611507

研究成果の概要（和文）：

第三者(医師)が専門知識を生かして消費者(患者)の代わりに製品を決定する唯一の構造を有する医療用医薬品業界に焦点をあて、医薬品企業の CSR(企業の社会的責任)活動が、①その企業が販売する医療用医薬品の売上増加につながるのか、②どのような CSR 活動が医薬品企業の価値を向上するのかを解明することを目的とした。

544 名の医師を対象とした仮説検証型の実証研究の結果、一定条件下では、CSR 活動が売上向上に寄与する可能性が示唆された。また、価値サービスの提供(疾患領域の情報提供、発展途上国への自社医薬品の提供、学術分野への貢献)が医薬品企業の価値を向上させることが示された。

研究成果の概要（英文）：

Prescription drugs are characterized by the fact that physicians make decisions on drugs to be purchased, using their professional expertise on behalf of patients. This decision-making process is different from that of general consumer products. Based on the given relationship among physicians, patients, and pharmaceutical companies, we conducted empirical studies to clarify 1) whether pharmaceutical company's Corporate Social Responsibility (CSR) activities lead to increased sales of prescription drugs, 2) what kind of CSR activities can increase corporate value in a pharmaceutical company. As a result of hypothetical empirical studies involving 544 physicians, CSR activities affected their decision of selecting prescription drugs under given conditions. Also, “value delivery” activity including providing information on related therapeutic area, supplying own drugs to developing countries, and providing scholarships increased the corporate value.

交付決定額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合計
平成 23 年度	1,400,000	420,000	1,820,000
平成 24 年度	1,300,000	390,000	1,690,000
総計	2,700,000	810,000	3,510,000

研究分野：社会科学

科研費の分科・細目：経営学・経営学

キーワード：CSR(企業の社会的責任), 医療用医薬品, 製品選定, 意思決定, 医師の処方行動

1. 研究開始当初の背景

近年、消費者が CSR（企業の社会的責任）活動に力を入れている企業の製品を好む傾向があるため、CSR 活動を戦略的に活用する企業が散見される。特に、一般消費者を顧客とする企業は、広告宣伝や自社のウェブサイトを通してその CSR 活動を効果的に示す広報活動を行っている。

しかし、医療用医薬品(医療機関の処方箋に基づき処方される医薬品)については、製品の決定権が、消費(服用)する患者ではなく、専門家である医師に委ねられるという特殊性を帯びているため、たとえ患者が医薬品企業の CSR 活動に感銘を受けようとも、それを契機に、その企業の医薬品を使い始めるということは考え難い。一方、医師が、医薬品企業の CSR 活動によって医薬品を選定するかどうかは、現時点で明らかにされていない。また、CSR 活動が医薬品企業の価値を向上するかどうかについても明確にされていない。

2. 研究の目的

医療用医薬品は、消費者(患者)ではなく、第三者(医師)が専門知識を生かして消費者の代わりに購入する製品を決定するという、特殊性を帯びている。つまり、医療用医薬品産業は、生産者(医薬品企業)と消費者(患者)以外に、製品を選定する医師が存在するという唯一の構造を有する。このような状況の中、医薬品企業の CSR 活動が、①その企業が販売する医療用医薬品の売上増加につながるのか、②どのような CSR 活動が医薬品企業の価値を向上するのかを解明することを目的とした。

3. 研究の方法

(1) 先行研究レビューと仮説の導出

先行研究、および CSR、医薬品企業の動向に関する資料を確認し、先行研究より得られた知見と専門家の意見をもとに「製品選定モデル」を導出した。医師 6 名を対象に、そのモデルを用いた半構造化インタビューによる質的調査を行った。

(2) 乳腺専門医を対象とした実証研究

まず、CSR の認知度、医薬品選定要素、信頼性を向上させる CSR 活動、CSR 活動による製品選択意向、医薬品企業に期待する具体的な CSR 活動等を尋ねるアンケート調査票を作成し、その妥当性について、複数の医師、患者、医薬品企業従業員に確認した。

次に、日本乳癌学会ホームページに公開されている乳腺専門医 817 名を対象に、質問用紙によるアンケート調査を実施した。匿名性の担保など倫理的な配慮を施し、調査期間は 5 週間とし、調査開始 3 週間後にリマインダーを送付した。

(3) 一般医師 300 名を対象とした実証研究

厚生労働省平成 22 年「医師・歯科医師・薬剤師調査」の病院・診療所の分布にしたがって抽出した医師 300 名を対象に、(2)と同様の調査票を用いた web アンケート調査を実施した。

4. 研究成果

(1) 先行研究レビューと仮説の導出

先行研究調査の結果、国内外において、医薬品企業の CSR 活動と企業業績(売上)、およ

び CSR 活動と医師の医薬品選定の因果関係に関して直接論じた研究は存在しなかった。そこで、医師の医薬品選定に関する先行研究に関してレビューを行ったところ、消費者の製品選定と比較して複雑であること(Kahn *et al.*, 1997)が指摘される中、主要な選定要因として、医薬品の有効性と安全性(Caplow and Raymond, 1954; Monteiro *et al.*, 2010)、医薬品企業の情報提供などの活動(Gönül *et al.*, 2001; Manchanda *et al.*, 2004; Mizik and Jacobson, 2004; Narayanan *et al.*, 2005; Venkataraman and Stremersch, 2007)、価格(Campo *et al.*, 2005)、専門家の意見(Monteiro *et al.*, 2010)であることが示された。

そこで、本4要素を含めた「製品選定モデル」を導出した。これを用いて、医師6名に対してインタビューによる質的調査を実施した結果、次の仮説が導出された。①消費者として OTC 医薬品(薬局・ドラッグストアなどで販売されている一般用医薬品)を選定する場合と、患者のために医療用医薬品を選定する場合では、選定要素(有用性、専門家の意見、会社の信頼性、価格)の割合が異なる。②専門領域と専門領域外の医薬品では、選定要素の割合が異なる。③CSR活動による製品選択意向は、自身のために選択する場合に比較して、患者のために選択する場合は低下する、④有用性と価格がほぼ同様な製品の中で製品選択を行う場合は、CSR活動による製品選択意向が高まる、⑤会社への価値評価を向上させる CSR 活動は、「疾患領域への貢献」活動である。

(2) 乳腺専門医を対象とした実証研究

乳腺専門医 817 名を対象に、アンケートによる仮説検証型の実証分析を実施した。回答が得られた 244 名を対象に SPSS, AMOS を用いた因子分析、および共分散構造分析によ

るパス解析を行った。

14 の具体的な CSR 活動について探索的、および確認的因子分析を行い、信頼性、収束的妥当性、識別妥当性を確認した結果、「価値サービスの提供」、「社会的」、「環境対策」、「健全経営」の 4 因子が抽出された。

各仮説の検証を行った結果、仮説は全て支持された。有用性と価格が同様の場合、CSR 活動による製品選択意向が統計学的有意に高まることが示されたことより、一定の条件下では、CSR 活動が売上向上に寄与する可能性が示唆された。

また、医薬品企業の価値を向上させる CSR 活動は、「価値サービスの提供(疾患領域の情報提供、発展途上国への自社医薬品の提供、学術分野への貢献)」であることが、共分散構造分析によるパス解析で明らかになった。

これらの結果は、日本経営学会関西部会、および日本経営学会第 86 回大会で発表した。

(3) 一般医師 300 名を対象とした実証研究

回答が得られた一般医師 300 名を対象に SPSS, AMOS を用いた因子分析、および共分散構造分析によるパス解析を行った。

(2)と同様、有用性と価格が同様の場合、CSR 活動による製品選択意向が統計学的有意に高まることが示された。

また、探索的、および確認的因子分析を行ったところ、同様の 4 因子が抽出され、このうち、「価値サービスの提供(疾患領域の情報提供、発展途上国への自社医薬品の提供、学術分野への貢献)」が、その企業の信頼性を向上させ、医師の製品選択につながる関係が明らかになった。

本結果は国際医療経済学会の Discussion Session で採択され、7月に発表予定である。

(2)と(3)の結果が同様の傾向を示したこ

とより、医薬品企業が、医師、患者に対して価値あるサービスを提供する活動を行うことが、一定条件下における医師の製品選択意向を高め、売上に貢献するとともに、企業価値の向上にも寄与することが示唆された。

これらの結果について、医薬品企業の社員、医療専門職を対象とした discussion meeting を開催し、結果の妥当性と解釈についての意見を収集した。Unmet medical needs を満たす医薬品の開発を行うのが企業の最も重要な社会貢献であるが、その開発には長期間を要するため、短期間、かつ可視化された活動で、専門領域の患者を支援する活動を、医師は評価しているのだと解釈できたという意見、企業は顧客（医師、患者）が本当に望む活動に集中すべきだなどの意見を得た。

これらを総合した学術論文を執筆中であり、学術誌への投稿を行う予定である。また、医薬品企業向けの雑誌、啓発的ビジネス書等の媒体での公表も行い、結果の社会還元を行う予定である。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕（計 1 件）

- ① 島田智明, 瓜生原葉子「医薬品企業の CSR 活動が医師の医療用医薬品選定に与える影響に関する探索的研究」『医療と社会』, 査読有, 第 21 巻, 第 2 号, 2011, pp.33-47.

〔学会発表〕（計 3 件）

- ① Yoko Uryuhara, Xinxin Ma, Yoko Ibuka, Hiroaki Kakihara "An Empirical Analysis of the Effect of Corporate Social Responsibility on Physicians' Prescription Behavior, " The 9th World Congress on Health Economics (Sydney, Australia), 2013 年 7 月 10 日. (accepted)

- ② 瓜生原葉子「企業価値の向上に寄与する医薬品企業の CSR 活動についての考察」日本経営学会第 86 回大会(東京), 2012 年 9 月 9 日.

- ③ 瓜生原葉子「医薬品企業の価値向上に寄与する戦略的 CSR に関する探索的研究」日本経営学会関西西部会第 587 回例会(大阪), 2012 年 1 月 7 日.

〔図書〕（計 1 件）

- ① 瓜生原葉子「企業価値の向上に寄与する医薬品企業の CSR 活動についての考察」, 日本経営学会編『新しい資本主義と企業経営 (経営学論集 83 集)』千倉書房, 2013 年.

〔その他〕（計 2 件）

- ① ワークショップ「社会イノベーション」の開催（社会との共通価値を創造する CSR 活動について議論）, 2012 年 3 月 25 日.
- ② 医薬品企業とのディスカッションミーティングの開催, 2013 年 3 月 27 日.

6. 研究組織

(1)研究代表者

瓜生原 葉子 (URYUHARA YOKO)
京都大学大学院薬学研究科 研究員
研究者番号 : 70611507

(2)研究分担者

なし

(3)連携研究者

なし