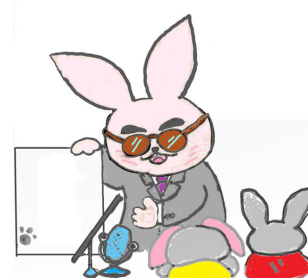




企業との協業



8 グループ



共同研究者

竹中幸彦・有永麻里・森幸子・
中井伴子・星顯・中田智恵海・
照喜名通・渡邊正浩

はじめに： テーマ選択根拠、目的、意義、位置づけ



企業との協働って？

- 企業との勉強会？
- 企業からのアンケート調査は協働ではない！
- 営業活動との境界線は？（店舗の貸し出し等）
- 企業としての協働（社会貢献活動）の定義



文献情報がほとんどない…

団体の課題：協働の意味やり方が分からない



VHO-net：

製薬会社と協働しヘルスケア関連団体活動を継続、一定の社会貢献

しかし、団体により、以下のような二極化も存在している

企業との協働を望んでいても実現できていない

VS

企業と共同した調査・研究活動、疾患啓発市民公開講座等を実施



さらなる団体の展開によって、患者本人あるいはその家族や地域住民への一層の社会的貢献が可能になると考える。

先行文献を用いて企業との協働の在り方を模索し、団体に今後求められるものはなにかを検討することが、協働活動の一助となると考えた。

協働と協力の違いとは？

協働：

- 対等な立場で物事を最初から一緒に創り上げる
- プロセスが大切

協力：

- どちらかから一方的にコミュニケーションを開始する
- ニーズを合致させることが難しい

結果：企業との協働実例（文献報告）

がん検診普及に資する啓発活動※1

その他に挙げられる協力活動※2

【資金的支援】

助成・協賛

スポンサーシップ

【モノの支援】

現物供与，寄贈

施設貸与

【人的支援】

奨学金制度

ボランティア派遣・紹介

【情報的支援】

WEB サイトでの情報提供

代行受発信

【複合的支援】

アダプション

大学・図書館への講座の提供



出典1：企業の社会貢献と大義
Core Ethics Vol. 3（2007）

出典2：企業とNPOのパートナーシップ

The Nonprofit Review, Vol.3, No.1, 47-57 (2003)

結果：企業との協働実例（文献報告以外）

- ・VHO-netとファイザー株式会社の23年間の活動は協働！
- ・膠原病友の会と製薬企業との対等な立場での協働
 - ：疾患啓発市民公開講座開催
 - 企画
 - アンケート調査
 - 演者の推薦
 - オンライン配信

結果：企業との協働の4つのタイプ①

- ①企業関係者と密接な協力関係を築いている
- ②企業との接点が現時点ではない
- ③企業との金銭的なやり取りを持たない
- ④企業が資金提供をするのは単なる宣伝と捉えている

結果：企業との協働のタイプ（海外）

製薬業界と患者団体間の経済的相互作用にはgive & takeを伴うと考える。

- ① 支配的關係タイプ
→ ビジネスパートナーとして成功例
- ② 未開発タイプ
→ 薬剤をあまり使用しないで、製薬業界との接点がない
- ③ 非互換（気が合わない）タイプ
→ 業界の資金を受け入れない。
受け入れることは患者団体の自立性・独立性を脅かす
- ④ 不満足タイプ
→ 企業が患者団体に資金提供するのは単なる宣伝活動にすぎないと捉え、
受け入れるのは最小限の資金提供のみ

出典：“Asset exchange”—interactions between patient groups and pharmaceutical industry: Australian qualitative study
BMJ. 2019; 367: l6694.

結果：企業との協働で重視すべきこと

- ① 透明性
- ② 対等なパートナーシップ
- ③ 相互利益
- ④ 独立性



出典：研究開発型多国籍製薬企業の社会的貢献活動と患者団体との関係の透明性に関する日米欧の動向
日本公衆衛生雑誌 66 巻 (2019) 12 号

結果：企業と団体の協働の課題

- 企業側、団体側：資金的問題※1
- 企業側：医学的専門性※1
- 企業収益事業上での関係構築の増加が懸念されている※2
- 企業側の情報開示内容や規定が整えられる※3

出典1：企業の社会貢献と大義
Core Ethics Vol. 3 (2007)

出典2：企業とNPOのパートナーシップ
The Nonprofit Review, Vol.3, No.1, 47-57 (2003)

出典3：研究開発型多国籍製薬企業の社会的貢献活動と患者団体との関係の透明性に関する日米欧の動向
日本公衆衛生雑誌 66 巻 (2019) 12 号

考察

社会的課題とは？

①制度上の問題

-法制度など

②意識の問題

-さまざまな問題を患者団体が持っているが、課題とっていないこともある。
内なる偏見。

社会的価値創造とは？

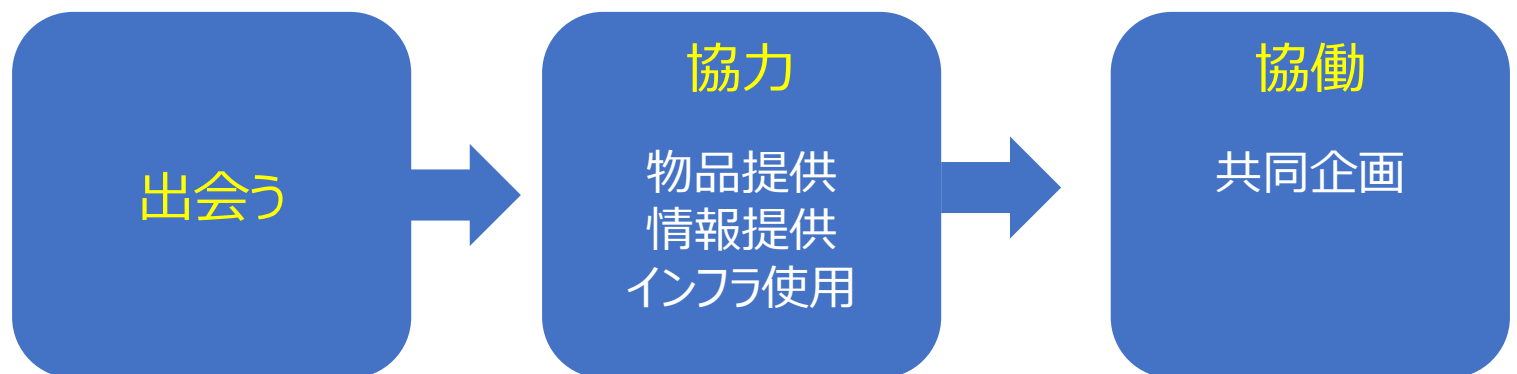
- 手話がひとつのコミュニケーションであることを広めたことは価値創造の一例
- 患者だからこそできることについての意識を高める

+ 企業が求める経済的效果

考察：企業との協働

- ①関係者と密接な協力関係を築くには？
 -
- ②接点を今後持つには？
 - 団体側から企業にアプローチする
- ③金銭的なやり取りを実現するには？
 -
- ④資金提供を単なる宣伝と捉えないためには？
 -

考察：企業との協働までの3ステップ



考察：企業との協働に必要な要件

- ・団体力を上げる
- ・団体への認知向上を促す情報発信
- ・団体のポリシーを示す
- ・協働の目的を示す
- ・協働のメリットを認識させる

考察：企業との協働を推進するには

- ・広い視野を持って協働のあり方について積極的に学び、企業と団体との協働に活かせることを検討していくといった団体側の力を高めていくことが必要
- ・チャットでまとめて送ってくださいますでしょうか？

考察：企業との協働が推進されると

- 社会の多様性を尊重し、誰もが平等な機会を享受できる社会のため重要であり、包括的な社会を創り上げることが期待される。