

ペイシエント・セントリシティに基づく患者支援とアドボカシー活動の強化

医薬品事業：営業

マテリアリティと関連するSDGs

イノベーションの創出による健康未来の実現



強み

- 肺高血圧症・小児神経・血液領域への注力による専門性の追求と、領域横断的な幅広い情報提供活動
- チーム担当制・社内認定制度を通じたMRの高い問題解決力
- エリア特性に合わせた治療提案・疾患啓発を可能とする、領域専門性を備えたプロダクトマーケター配置

デジタルと人財への投資を進め、MR活動による効率的な情報提供を実現します

常務取締役 営業担当
佐野 省三

医師の働き方改革が進む中、営業担当者からの情報提供方法も大きく変化しています。コロナ禍の影響で現場でのMR活動が制限され、デジタルとリアルを融合したオムニチャネルでのアプローチが一般化しました。日本新薬では、ライフサイエンス業界向けのVeeva CRM*を導入しています。Veevaを通したApproved Emailの開封率は50～70%と高く、デジタルを活用した質の高いMR活動が実現できていると感じています。

日本新薬の強みは「人財」にあります。この強みをさらに生かすため、MRは毎月の研修やAIを活用した医師との面談を想定したロールプレイを行うなど、最適な情報を提供できるよう、研さんを積んでいます。また、MRはチーム体制で活動しており、専門的知識を持ったプロダクトマーケティング部員や、時には会長・社長や私も加わって医師と情報交換を行い、総合力で戦略的な活動を推進しています。

第六次中期経営計画の売上収益目標は、残念ながら達成できませんでした。新製品の上市は順調に進んだものの、情報提供が一部製品に偏るなど多品目管理の課題が浮き彫りになりました。そのため、デジタル投資と人財育成を強化し、効率的な情報提供体制を構築する必要があります。

第七次中期経営計画では、新製品の早期立ち上げと価値最大化に注力します。製品の承認前から上市後の各フェーズで研究開発部門と連携を重ね、製品価値を定着させる取り組みを行っていきます。さらに、当社が得意とする領域でナンバー1を目指し、新たな導入の提携に向けて協業メーカーとの関係の強化も図ります。

私は米国における患者サポートプログラムの存在を知り、肺動脈性肺高血圧症の患者さん向けのサポートプログラム「シェルパ」を立ち上げました。医師の時間も限られる中、プログラム専属の看護師が治療や生活に関する患者さんの悩みを聞き取り、医師にフィードバックしています。この仕組みにより、ウブトラビの投与を中止された患者さんの割合が30%から6%に低下しました。ペイシエント・セントリシティに基づいた活動は、患者さんや医師などに対するエンゲージメントとして、また社会課題の解決にもつながる、大切にしていきたい取り組みです。

*CRM：Customer Relationship Managementの略。顧客情報を集約・活用し、顧客との良好な関係を構築するためのシステムのこと。

第六次5カ年中期経営計画の総括と、残された課題

医薬品の市場浸透に不可欠な医療従事者との情報交換チャンネルが急速に多様化しています。当社でも営業部門内に新部署を設立してデジタルを介した情報提供・課題解決を強化し、それらは一定の支持を得るに至りました。一方で当社製品の対象疾患は専門的知識を要し、患者さん個々に合わせた治療提案には直接対話も多く望まれています。残された課題としてデジタルとMR活動との調整・融合を図り、医療現場に最適な情報提供に取り組みます。

第七次5カ年中期経営計画の実現に向けた戦略と注力する取り組み

デジタル活用による情報提供の推進

医療環境が大きく変化する中で、医療現場のニーズに迅速に応え続けるためには、医療従事者の働き方や嗜好性に応じた情報提供チャンネルの使い分けが肝要です。良質なデジタル

コンテンツを制作・配信するとともに、新製品にデジタル専任MRを置くなど適時迅速な情報提供につなげます。また医療関係者とのタッチポイントや配信コンテンツの満足度を適時解析し、医師らが真に望む情報を欠落なく的確にお届けできる体制を整えます。さらに、人財教育にも生成AIを用いたロールプレイングトレーニングを導入し、MRをはじめ営業本部員の専門的な知識レベルを向上させ、ヒトとデジタルの両面により質の高い情報提供を実現していきます。

疾患啓発の取り組み：カスタマージャーニーマップを活用した情報提供

ペイシエント・セントリシティの考え方に基づき、患者さん一人ひとりがペイシエントジャーニーの各過程で等しく情報入手できる仕組みの構築を進めます。患者さん向けWebサイトや資材の作成・拡充、肺高血圧症領域で取り組んでいる患者サポートプログラムの運用充実化・他領域展開検討などによる治療過程の患者さんへの支援に加え、啓発資材発行やイベントなどを継続的に実施することで、患者さんの疾患認知・理解の向上に貢献します。

NIPPON SHINYAKU PEOPLE

“医師の働き方改革”を支えるe専任MRの導入

難病・希少疾患の治療に欠かせない情報を医療関係者にいかに早く届けられるか、新規AML治療薬の承認に際し、デジタルを活用したe専任MRの導入準備に携わりました。AMLは診断後速やかな治療介入が必要であり、薬剤の適正使用に関する情報も迅速に届けことが求められます。加えて、2024年4月からは“医師の働き方改革”が本格的に施行され、医療関係者にとって“知りたい時に知りたい情報が簡単に手に入る”環境を整えることが求められます。こうした医療関係者のニーズを的確に理解し、MRに加えてあらゆるチャンネルを活用して迅速に必要な情報を届け、治療パートナーとして信頼される存在を目指します。

営業本部 営業企画統括部 血液領域プロダクトマーケティング部 血液プロダクトマーケティング課 加藤 圭哉

