

Pharma Japan 2024

The People-first Pharma Future

September 25-26, 2024 |
Westin Tokyo

カンファレンス 1 日目 - 9 月 25 日

7:30 - 8:50

受付&ウェルカムコーヒー & ネットワーキング

8:50 - 9:00

ウェルカムスピーチ & 開会の挨拶

- 地主 将久氏
常務執行役員・メディカルアフェアーズ本部長 ギリアド・サイエンシズ株式会社
PhRMA Japan メディカルアフェアーズ委員会 委員長

基調講演&パネル

製薬の未来 - 変革できる組織をつくる

LOCATION: カンファレンスルーム

9:00 - 9:20

CEO による基調講演

不確実な時代をイノベーションで切り拓く、患者さんの「価値」のために

- 科学の進歩を患者さんの「価値」に変え、革新的なヘルスケアソリューションを提供する
- 不確実な時代の先駆者になる：イノベーションを産み出し続けるひと・組織を改革する
- デジタル技術を駆使し、パシエントジャーニー全体にわたり、さまざまな方法で患者さんに「価値」を届ける

岡村 直樹氏 代表取締役社長 CEO アステラス製薬株式会社

9:20 - 9:40

CEO による基調講演

日本のバイオテックイノベーションエコシステムを強化する: ドラッグラグ／ロスを克服するための効果的なパートナーシップ

- 日本における臨床開発プロセスを明確かつ透明に確立し、ドラッグ開発の優先順位をつけ、効率化することで機会を逃さないようにする

- 日本のドラッグラグ／ロスを防ぐために、効果的な規制枠組みを実施し、国境を越えたパートナーシップを促進することで、強力なイノベーションエコシステムを構築する
- 持続可能なイノベーションを可能にするために、国境を越えたイニシアチブと地域への価値提供の両方を推進する

***背景情報**

ドラッグイノベーションのリターンが低下する中、リスク許容度の高い敏捷なバイオテック企業がドラッグ発見と開発においてますます重要な役割を果たすようになっていきます。これらの資金と能力に制約のあるバイオテック企業は、日本での臨床開発を優先しない傾向があり、地元のドラッグラグ／ロスを悪化させています。

スティーブ スギノ氏 代表取締役社長 **ブリストル・マイヤーズ スクイブ株式会社**

9:40-10:00

基調講演

日本における患者中心主義（パシエントセントリシティ）の未来 - その進化、現状、今後の方向性

- パシエントセントリシティの概要とその重要性
- Santen のケーススタディ: 患者さんの知識と意思決定を尊重するパシエントセントリシティ
- エンゲージメントの接点が進化する中でのパシエントセントリシティの方向性の考え方

ピーター サルスティグ氏 製品開発本部 チーフ メディカル オフィサー **参天製薬株式会社**

10:00-10:20

CEO による基調講演

製薬の未来を完全に解放「見える」世界を創造するために：AI とデジタルの進化を受け入れ、アプローチに革命を起こす

- 他業界の視点から製薬業界の特殊性を見極め、ビジネスにインパクトを与えるブレイクスルーを見出す
- 現状の規制や制約に影響を受ける範囲とその境界線を見極め、新しいルールを生み出すというマインドセットで価値中心のビジネスモデルを可能にする
- 今できることを見極め、迅速に取り組むことで、製薬業界に蔓延する将来への不安という閉塞感を打破する

吉田 いづみ氏 代表取締役社長 **CSL ベーリング株式会社**

10:20-10:40

基調講演

日本のメディカルアフェアーズのインパクトを最大化：パシエントアクセスとアウトカム向上に向けた施策

- HCP との関係と理解を深めるために、100%のサイエンスエクセレンスから EQ を備えた科学的なエクセレンスモデルへと移行する
- リソースを賢く活用：患者ケアを向上させるために、質を妥協することなく、限られた資源で最大限の効果を発揮する
- アジャイルで将来性のあるチームを構築することにより、メディカル分野の変化に迅速に適応し、患者アクセスとアウトカム向上に向けた持続的なインパクトを創出する

マシュー ロブソン氏 メディカル・アフェアーズ本部 執行役員兼チーフメディカルオフィサー ノバルティスファーマ株式会社

10:40 – 11:10

コーヒーブレイク & ネットワーキング

LOCATION: 展示場

AI とデータ活用によるチームワークと効率化 《LOCATION: カンファレンスルーム》

11:10 – 11:30

ケーススタディ

アジャイルな働き方、デシジョン・インテリジェンス、データサイエンスの民主化により、意思決定の質とスピードを高め、価値を創出する

- アジャイル・オペレーティングモデルを全社的に実装し、ビジネス価値を迅速に提供する
- ビジネス課題の不確実性や複雑性に応じて、適切なアナリティクスを選び組み合わせることで、価値提供を加速させる
- データサイエンスの民主化により、ビジネス現場の最前線からシニアな意思決定者に至るまでデータとアナリティクスを活用する

伊藤 雅憲氏 デジタル X ヘッド オブ データ X アステラス製薬株式会社

11:30-11:50

ケーススタディ

Progress before Perfection: データ & アナリティクスによる迅速な業務改革の実現

- 競争優位性を確立するために、コマーシャルドメインにおけるデータ利活用を、アジャイル手法で推進する
- データ利活用において、「問題・原因・論点・課題」を考え抜くことで、問題解決を迅速に実現し顧客ニーズを満たす
- データから価値を得る目標を達成するために、「①人材・組織」、「②テクノロジー」、「③文化」の障壁を乗り越える

中村 佳永氏 顧客データ & アナリティクス部・ヘッド ノバルティス ファーマ株式会社

11:50-12:10

ケーススタディ

変化をチャンスと捉え、本質的なビジネスを再定義する

- スペシャリティ領域が主な特許パイプラインを占める時代に、より高度なレベルの医療を提供するため、過去からの脱却を図る変革を推進する
- データ分析やアナリティクス、AI を活用した提案機能を最大限に活用し、パフォーマンスを向上させる
- 変革の本質は過去の微修正でも精緻化でもない：慣習から脱却し自らを破壊的に変化させる

金生 良太氏 ビジネスオペレーション & サポート本部 本部長 サノフィ株式会社

オムニチャネルと顧客理解における AI の導入 《LOCATION: カンファレンスルーム》

12:10 – 12:50

パネルディスカッション

次世代のデジタルソリューションでライフサイエンスを強化: インタラクティブなコンテンツとオムニチャネル戦略を通じて HCP エンゲージメントを向上する

- すべてのチャネルでアクセシビリティと一貫性を担保した、統一された HCP エンゲージメントモデルを構築し、重要なメッセージのリーチとインパクトを強化する
- HCP とのインタラクションを没入型体験に変えることで、医療従事者との関係を強化する
- データの力を利用して HCP のニーズを予測し、特定の課題や機会に対応するパーソナライズされたコンテンツを提供することで、データ駆動型の意思決定と医療提供の改善を実現する

リグオリ ユウジ氏 日本オンコロジー事業部 マーケティング部 部長 武田薬品工業株式会社

中田 浩司氏 コマーシャルオペレーション統括部 インテグレートドインサイト推進部 部長 ギリアド・サイエンス株式会社

ビラード ギヨーム氏 アジア太平洋地域担当副社長 Viseven

クラウ 加奈恵氏 カスタマー & ストラテジー エクスペリエンスデザイン (CX/UX) ディレクター MSD 株式会社

12:50 – 13:10

プレゼンテーション

AI の加速度的な進化により、MR トレーニングを大幅にアップデートし、MR の情報活動に新たな価値を生み出す

- テクノロジーを活用しトレーニングを再構築することで、現場のパフォーマンスにつながるトレーニングを提供する
- トレーニングをデジタル化することで取得できるデータが増加し、学習活動と業績の分析を可能にする
- MR イネーブルメントまで視野を拡大し、MR の情報活動に新たな価値を生み出す

宮下 雄介氏 ラーニングコンサルタント UMU

13:10 – 14:20

ランチ & ネットワーキング

LOCATION: 展示場

オムニチャネルと顧客理解における AI の導入《LOCATION: カンファレンスルーム》

14:20 – 15:00

パネルディスカッション

製薬企業が多職種連携を通じて、地域の健康課題を解決するリエゾン（橋渡し）役として貢献する際の課題と展望

現状の課題と難しさ、将来の展望について実際のケーススタディを紹介しながらディスカッションします。

張家 銘氏 血液腫瘍領域事業部 執行役員 事業部長 ノバルティスファーマ株式会社

堤 文彦氏 ワクチン部門 カスタマーフェイスング・グループ 部長 ファイザー株式会社

岩本 雅裕氏 骨領域事業部 事業部長 ユーシービージャパン株式会社

勝又 昌幸氏 メディカル本部 バリューエビデンス & アウトカムズ部門 部門長 グラクソ・スミスクライン株式会社

15:00 – 15:20

プレゼンテーション

Session to be confirmed

15:20-15:40

ケーススタディ

デジタルを活用した 1to1 マーケティングへ：マイクロセグメンテーション・オムニチャネル・エンゲージメントの実現

- デジタル社会におけるマネジメントの役割を再考し、人の価値を最大化するプロジェクトをリードする
- 価値を「伝える」マーケティングの誇りと喜びを盛り込んだモデルを確立し、軸を超えたマイクロセグメンテーションとオムニチャネルを成功に導く
- 1to1 マーケティングで一人ひとりを巻き込むコミュニケーションを実現する

桑澤 生氏 ジャパンファーマビジネスユニット 神経精神疾患事業部 事業部長 **武田薬品工業株式会社**

15:40-16:00

プレゼンテーション

AI によるオペレーショナル・エクセレンスの実現：最先端のテクノロジーを活用し、プロモーションプロセスを変貌させる

- 従来の 5 倍以上のスピードでプロモーションの準備を終える
- ディテリングを極限まで自動的にパーソナライズさせる
- コンプライアンスリスクの懸念払拭とモニタリングの負荷軽減を両立させる

阪本 怜氏 代表取締役 CEO **株式会社シャペロン**

16:00-16:20

ケーススタディ

データドリブン・アジャイルマーケティングによる継続的な顧客体験の向上

- クロスファンクショナルなスクラムチームと、スプリントモデルの適用によりマーケティング PDCA サイクルのスピードを上げる
- データに基づく意思決定を繰り返すことにより、顧客ニーズに合わせてプロモーション活動の精度を高める
- AI とマシンラーニングを活用してチャネルミックスの最適化を図る

佐野 仁氏 パイシエント&ヘルスケアエクスペリエンス部門 プラットフォームオーケストレーション 部長 **ファイザー株式会社**

16:20 – 16:50

コーヒーブレイク & ネットワーキング

LOCATION: 展示場

14:20 – 16:20

ハッカソン 1：エコシステムの構築《LOCATION: 課題解決ルーム》

「医師の生涯学習（CME）によるサイエンスの深化と医療人の育成～メディカルエデュケーションを通して医療の課題に製薬企業としてどう貢献するのか～」

昨今、わたしたちは医療業務を転換させる上で CME(Continuing Medical Education)がもつ可能性が計り知れないことを再確認しています。しかし現状として、メディカルエデュケーションの一翼を担うメディカルアフエアーズに期待される役割は各製薬企業によって異なっており、各企業単体では声をあげにくいことが課題として挙がっている状況です。本セッションでは、ご自身も医師であり、またメディカルアフエアーズの牽引者である犬山 里代氏（大塚製薬株式会社 専務執行役員 メディカルアフエアーズ部長（兼）ファーマコビジランス担当）にリーダーとしてご参画いただき、医薬教育倫理協会（AMEE）に協賛をいただく形にて開催します。皆が互いに恩恵を得られるような環境をいかにつくっていくのか、皆さんの日々感じる課題と照らし合わせながら CME の新しい流れを可視化したいと思います。

犬山 里代氏 専務執行役員 メディカルアフエアーズ部長（兼）ファーマコビジランス担当 **大塚製薬株式会社**

協賛：一般社団法人 医薬教育倫理協会（AMEE）

サイロが壊れゆくコラボレーション時代の、RWD を駆使したエビデンス創出と価値の向上を考える

このセッションでは、従来の組織のサイロが解体されつつある環境において、エビデンスを生み出し、価値を創造するための RWD の活用の機会と課題に焦点を当てます。製薬業界の様々なセクターにおける効果的なデータ統合、分析、活用のための戦略を探ります。

狼 卓氏 メディカルアフエアーズ & ファーマコビジランス本部 インテグレイティッドエビデンスジェネレーション 部長 **バイエル薬品株式会社**

RWD の活用可能性から考える、プロジェクト化の重要性とは

幅広い活用の可能性がある RWD。目的を限定することによって、その可能性を狭めてしまっていないだろうか。

複数のアプローチでプロジェクトを推進し、RWD の活用をリードするファイザー社の東郷様と、日本ベーリンガーインゲルハイム社の斎藤様をリーダーとして迎え、自ら声をあげてプロジェクト化することの重要性と価値を探求します。収集されたデータを患者さんのベネフィットにつながる方法で利活用するために、どのようなアプローチやアクションがとれるのか、ぜひ一緒に考えてみませんか。

東郷 香苗氏 アクセス&バリュー統括部 アウトカム & エビデンス アナリティクス担当部長 **ファイザー株式会社**

斎藤 久美子氏 リアルワールドエビデンス ジャパン ヘッド **日本ベーリンガーインゲルハイム株式会社**

真の「患者中心」を社会学の視点から概観する

健康支援のアプリは医療機器として認可されない方が広く流布され社会に貢献するかもしれない。また、正しい診断は「治す」うえで大切な医療であるが患者は本当に治したいのだろうか、「正常ではない」というスティグマ（烙印）に落胆をしていないだろうか。医療とは何か。「患者のため」という意味の本質を語り合う。

青木 事成氏 医薬安全性本部 薬剤疫学プロフェッショナル 中外製薬株式会社

エビデンスの価値を最大化：メディカルスタディプランと研究プロセスの合理化により、エビデンスジェネレーションの課題を克服する

エビデンスのタイムリーなパブリケーションは極めて重要であるが、そのプロセスはしばしば遅延に見舞われる。本セッションではエビデンスジェネレーションのプロセスを合理化することによる価値向上を促進するための戦略を探る。

サニー クォン氏 戦略・オペレーショナルエクセレンス ディレクター 武田薬品工業株式会社

データ駆動型の戦略的イノベーション：製薬企業におけるデータから価値創造まで

現在、製薬業界はかつてないほど急速に変化しており、その原動力となっているのがデジタルトランスフォーメーションです。デジタル技術を駆使し、FAIR（Findable, Accessible, Interoperable, Reusable）原則に基づいたデータ管理を実践することで、各部門におけるデータの有効活用が可能となり、AI やビッグデータ解析を活用した、より精度の高い意思決定と新たな価値創造が期待されています。本セッションでは、AI やその他の先端技術を用いたデータ活用に基づくデータ駆動型戦略に焦点を当てます。具体的には、各部門から生成されるデータを統合し、企業全体でのデジタル戦略を推進することによって、どのように新たな価値を創造できるかについて議論します。

国本 亮氏 データ駆動型創薬担当 第一三共株式会社

イノベーションのジレンマを紐解いて、製薬企業の「真」の姿を探求する (仮題)

製薬業界は今、情報そのものが治療の一形態になり得ることを認識し、多様なモダリティを受け入れている。医薬品が複雑であればあるほど、その潜在的な利益は大きくなるように見えることすらある。しかし、歴史的な進化や時代に適応したソリューションというレンズを通して見ると、単なる医薬品の供給者ではなく、包括的な健康ソリューションの提供者としての「姿」が浮かび上がってくる。本セッションでは、中核となる強みを活かしながらも、時代に適応した価値を提供できる「製薬」企業の次の姿を描きたい。

石井 暢也氏 プロジェクト・ライフサイクルマネジメントユニット R & D ポートフォリオ部 サイエンス & テクノロジー・インテリジェンス・エキスパート 中外製薬株式会社

16:20 – 16:50

コーヒーブレイク & ネットワーキング

LOCATION: 展示場

チーム間のコラボレーション & メディカルアフェアーズの役割《LOCATION: カンファレンスルーム》

16:50 – 17:10

ケーススタディ

異種データソースを統合し、高度なアナリティクスを活用して競争優位性を獲得する (仮題)

- ロイヤルティ調査データと社内 CRM データを連携させ、シームレスな顧客体験を実現する
- 明日のための AI とデータのヒント：現在のデータ資産を使用して生成できるインサイトの例
- 顧客ニーズに沿った科学的情報を提供する新しいマーケティングミックスモデリング

ソムナトダッタ氏 メディカルアフェアーズ本部 メディカルオペレーションエクセレンス部 部長 **ヤンセンファーマ株式会社**

17:10-17:30

プレゼンテーション

MA と他部門間の協働によりアンメットニーズに対する解決を示してゆく

- 部門毎の活動目的、役割、アウトプットを明確にすることにより、MSL と MR の差別化、MSL と MA の協業の推進を図る
- ブランドプランに目線をあわせた、メディカル（プラン）とマーケティング（プラン）の緊密な連携が製品価値の最大化を生み出す
- アンメットニーズを明らかにすることにより、価値ある solution を還元できる体制や循環を生み出す

石井 朝憲氏 アソシエイト ディレクター メディカルアフェアーズ本部 遺伝性・代謝性疾患 メディカルリード
アレクシオンファーマ合同会社

17:30-17:50

ケーススタディ

人材から始める：社内外でメディカルアフェアーズの価値を高めるための新しい戦略 (仮題)

- 会社のトップが信頼するかで命運が分かれがちのメディカルアフェアーズが成功するための道筋
- タイムラインを見直し、開発段階から提供できる価値を想定することで、市販後の成功を確実にする
- 多様な人材と多様な働き方への理解を深め、社内の人材育成と配置を最適化する
- チームの多様性を受け入れることでメディカルアフェアーズ機能を構築する

犬山 里代氏 専務執行役員 メディカルアフェアーズ部長（兼）ファーマコビジランス担当 **大塚製薬株式会社**

17:50-18:10

プレゼンテーション

The Patient Initiative：共感発信とインサイト可視化による、沈黙の打破

- 患者イニシアチブが治療戦略を活性化し、未来の健康を実現する
- 共感発信とインサイト可視化が患者の沈黙を打破し、内なるイニシアチブを顕在化する
- 異分子の外挿をイノベーション推進力へ変換し、Universal Healthcare にコミットする

野尻 哲也氏 代表取締役 CEO 株式会社おいしい健康

18:00 – 19:30

ネットワーキングドリンク 懇親会

岩屋 孝彦氏 代表取締役社長 サノフィ株式会社

ラウンドテーブル《LOCATION: 課題解決ルーム》

16:50 – 17:50

ラウンドテーブル

卓越したコマーシャルと IT の融合によるプロモーションを再定義する

製薬業界におけるテクノロジー、データ、AI の活用について、データを活用したプロモーションの事例から学び、現在の進歩やトレンドに合わせて顧客とのコミュニケーションを刷新するための実行可能な戦略を探求することで、共通認識を形成することを目指します。

平田 篤史氏 ブランドビジネスユニット ブランドセールス 本部長 **ヴィアトリス製薬株式会社**

ラウンドテーブル

デジタル共創によるオムニチャネル・エンゲージメントの強化

オムニチャネル・エンゲージメントを効果的に強化するためには、社内外のデータやシステムを統合・活用するだけでなく、デジタルの共創プロセスを確立することが重要です。そのためには、フロントラインで活躍する人々とデジタルツールの相乗効果を促進し、経験値のギャップを埋めるデジタル活用の仕組みを構築することも有効でしょう。本セッションでは、オムニチャネル戦略に焦点を当て、オムニチャネル・エンゲージメントのさらなる向上を目指した取り組みについてディスカッションを行います。

田中 遼氏 データ・デジタル&テクノロジー部 カスタマーエクスペリエンス オムニチャネルエンゲージメント ヘッド **武田薬品工業株式会社**

ラウンドテーブル

長期収載品の出口戦略を考える

患者さん中心の価値提供をする中で、薬価不採算品を安定的に供給するためにはどういった環境や仕組みが必要だろうか。真に持続可能な形で患者さんの価値を提供するための戦略について考える。

豊田 敬之氏 ジェネラルメディスンビジネスユニット ストラテジックポートフォリオマネジメント部長 **サノフィ株式会社**

ラウンドテーブル

コマーシャルにおける AI 導入の最前線：最適な AI の選定と導入のポイント

本セッションでは、各社で検討・パイロット・本番導入が進んでいるコマーシャルでの AI 利用について、ここまでの各種 AI の取り組みの狙いとその現在地を振り返ります。AI 化の取り組みはここ数年実際に進めたことにより確証に変わりつつあり、それによるビジネス革新へのインパクトは拡大しています。CRM の AI 化を着実に盤石にするには、導入上・運用上の課題、それらの解決策または回避策について得た知見や気づきを生かすことが肝要です。生成 AI については、社内業務にとどまらず、顧客に向けての利用ケースの共有なども含め、製薬コマーシャル AI の最前線についてディスカッションしてみたいと思います。

谷口 正幸氏 デジタルヘッド **CSL ベーリング株式会社**

18:00 – 19:30

ネットワーキングドリンク 懇親会

岩屋 孝彦氏 代表取締役社長 サノフィ株式会社

カンファレンス 2 日目 - 9 月 26 日

8:00 - 9:00

受付&ウェルカムコーヒー & ネットワーキング

ウェルカムスピーチ & 開会の挨拶

パシエントエクスペリエンス

9:00 – 9:40

パネルディスカッション

アジアから見た日本の医薬品市場の魅力

ドラッグラグ・ロスの解消をテコにして、エコシステムをいかに広げていくのか

杉田 真氏 執行役員 研究開発本部長 ブリストル・マイヤーズ スクイブ株式会社

桂 淳氏 代表取締役社長 株式会社 LinDo 取締役社長 兼 CEO 株式会社メディカルインキュベータジャパン

野村 広之進氏 執行役副社長 CFO ネクセラファーマ株式会社

木村 純子氏 執行役員 コマーシャルオペレーション統括部 統括部長 ギリアド・サイエンシズ株式会社

ファイヤーサイドチャット

9:40-10:00

臨床試験とコマーシャルにおける AI

- 患者中心の医療に向けた医薬品開発とコマーシャルにおける AI の役割
- AI 主導のインサイト：患者中心の臨床試験のためにデータを実用的なアウトカムに変革する
- マーケティングオートメーション、営業業務、市場参入に AI を活用する
- AI を活用した予測分析で臨床試験のタイムラインを最適化する

マリサミ P 氏 事業開発部長 ヘルスケア・ライフサイエンス HLS

サティアジット モハパトラ氏 Director SRM 臨床試験研究センター

プリーティカ氏 Assistant Professor SRM 臨床試験研究センター

アミット バネルジー氏 シニアアカウントマネージャー デジタルプラクティス部門 SRM Technologies Pvt. Ltd.

10:00-10:15

ケーススタディ

Early stage からデータを通じて医薬品とヘルスケアの価値を示すことで、ステークホルダーへの価値提供を加速する～HEOR 人材育成の取り組み～

- 医薬品ライフサイクルの全体像と各段階に必要なエビデンスを理解する
- 医薬品や治療法が個別化され、より高度な理解が求められる環境に対応するため、エビデンスによる科学的コミュニケーションを加速する
- より複雑な情報をより迅速に医師に伝えるために、薬剤のライフサイクルの早い段階で必要なエビデンスを共有可能な形で準備する

山戸 健太郎氏 メディカル・アフェアーズ部 HEOR/RWE グループ長 大塚製薬株式会社

10:15-10:30

プレゼンテーション

メディカルアフェアーズ：患者さん中心のエビデンス創出と価値の提供

- 患者さんの経験と視点から新戦略を展開するに足る信頼性の高い情報を収集する
- 収集されたデータとインサイトから、患者さんの治療オプション選択をサポートするエビデンスを創出し、医療の質を向上させる新たな価値を提供する
- これからのパシエントセントリシティ：医師とその先にいる患者さんの QOL 向上に向けたメディカルアフェアーズの視点と取り組み

花井 雅治氏 日本事業ユニット メディカルアフェアーズ本部 オンコロジー・メディカルサイエンス第二部長 第一三共株式会社

10:30-10:45

ケーススタディ

患者さんやそのご家族のインサイトから新たなツールを導入し患者体験を改善する

- 患者さんのインサイトとマッチした情報を提供することで患者さんの不安を減らす
- 患者さんとそのご家族の間の認識を揃えることで関係性を改善する
- 医師と患者のコミュニケーションをサポートすることでより良い治療ジャーニーを提供する

北川 洋氏 メディカル本部 オンコロジー領域統括部長 アストラゼネカ株式会社

10:45-11:00

プレゼンテーション

創薬から情報提供活動の DX を一気通貫型の業界基盤で推進し組織イノベーションを加速

- インダストリークラウドをライフサイエンス業界へ
- ソフトウェア・データ・プロセス
- 顧客中心のアプローチでイノベーションを加速

山下 篤志氏 Vice President, Commercial Strategy - Team Lead **Veeva Japan**

11:00-11:20

合同質疑応答

山戸 健太郎氏 メディカル・アフェアーズ部 HEOR/RWE グループ長 **大塚製薬株式会社**

花井 雅治氏 日本事業ユニット メディカルアフェアーズ本部 オンコロジー・メディカルサイエンス第二部長
第一三共株式会社

北川 洋氏 メディカル本部 オンコロジー領域統括部長 **アストラゼネカ株式会社**

山下 篤志氏 Vice President, Commercial Strategy - Team Lead **Veeva Japan**

11:20 – 11:50

コーヒーブレイク & ネットワーキング

LOCATION: 展示場

9:00-11:20

ハッカソン 2：カスタマー・エクセレンス《LOCATION: 課題解決ルーム》

共創と競争の相乗効果：医薬品タッチポイントにおける優れたマーケティング戦略

医師の働き方改革の推進により、顧客の時間をより考慮したコミュニケーションが求められている。そのひとつがタッチポイント。ペイドメディアが良いのか、オウンドメディアが良いのか、またインダストリーとしてコラボした方がよいのか、競争したほうがよいのか。自社と自社以外とのパートナーシップの線引きはどこで引いたら良いのだろう。新しい環境で最大の成果を出すための戦略について考える。

リグオリ ユウジ氏 日本オンコロジー事業部 マーケティング部 部長 **武田薬品工業株式会社**

医師が求めるコンテンツマネジメントの最適化：選択と配列を組み合わせた効果的なコンテンツ・ライフサイクルのマネジメント戦略について考える

本セッションでは、医療従事者向けにコンテンツをカスタマイズし、管理する方法についてディスカッションします。適切なコンテンツの選択、エンゲージメントとリテンションを最大化するためのコンテンツの順序付け、関連性と有効性を確保するためのコンテンツライフサイクルの管理などの戦略について掘り下げます。

久保田 一樹氏 デジタル&データ AI 部門 本部長 **MSD 株式会社**

コマーシャル領域における AI の活用とベストなコマーシャルの組織体制とは

野田 征吾氏 腎領域マーケティング シニアディレクター **アストラゼネカ株式会社**

デジタルを駆使した HCP エンゲージメントの実現

五十嵐 正良氏 データ・デジタル&テクノロジー部カスタマーエクスペリエンス ヘッド **武田薬品工業株式会社**

AI と共に実現する顧客エンゲージメントの未来

森岡 真一氏 カスタマーエクセレンス部 部長 **アステラス製薬株式会社**

11:20 – 11:50

コーヒーブレイク & ネットワーキング

LOCATION: 展示場

オムニチャネルと顧客理解における AI の導入《LOCATION: カンファレンスルーム》

11:50-12:10

ケーススタディ

より高いカスタマーエンゲージメントに向けた組織ケイパビリティ強化への取り組み

- 組織的なデジタル・テクノロジーの活用によるカスタマーエンゲージメントの最大化
- セールスマネジャーのケイパビリティ強化による、フロントラインのカスタマーエンゲージメント力向上
- 新たなソリューションの探索による継続的な提供価値の刷新

森岡 真一氏 カスタマーエクセレンス部 部長 **アステラス製薬株式会社**

12:10-12:30

ケーススタディ

製薬業界における CX 変革

AI と CX を融合させた最高の顧客体験の提供

- 他業界の経験や AI ツールを活かし、人間中心のアプローチでエクスペリエンスをデザインする
- 組織の CX 成熟度を高めるために必要な要素とは

- デジタル&データ + AI の活用による顧客エンゲージメントビジョンの取り組み

クラ- 加奈恵氏 カスタマー & ストラテジー エクスペリエンスデザイン (CX/UX) ディレクター **MSD 株式会社**

12:30-12:50

プレゼンテーション

処方医を知ろう – 医師と製薬会社の関係構築のカギとは

- ブランド中心主義から顧客 (HCP) 中心主義へ
- 行動・嗜好性分析及び戦略的セグメンテーション／ターゲティングを活用して医師との関係性を強化
- 高度なデータ分析及びデジタルテクノロジーを駆使した情報提供活動は、更なる治療成績の向上と市場シェア拡大を同時に実現

クリストフ ムニエ氏 最高商務責任者 **ドクイティ**

12:50-13:10

ケーススタディ

デジタルを駆使した顧客エンゲージメントモデル実現に向けた取り組み

- デジタル導入期から、現在、未来のマイルストーンにおいて、データ & テクノロジーを活用したカスタマーエクスペリエンスへの軌跡を理解することで、デジタルアプローチを構造的に刷新し、ブランド価値と患者さん貢献最大化を図る
- 社内のケーパビリティ、フィードバックループを迅速に生かすことによる顧客への価値創出の質・速度の向上により顧客体験の向上を図る
- 従業員を巻き込んだデータ & テクノロジー施策で変革を促進するとともに、より価値の高いデジタルプロダクト導入により従業員体験の向上に寄与する

五十嵐 正良氏 データ・デジタル & テクノロジー部カスタマーエクスペリエンス ヘッド **武田薬品工業株式会社**

13:10 – 14:20

ランチ & ネットワーキング

LOCATION: 展示場

ワークショップ《LOCATION: 課題解決ルーム》

11:50-12:50

改正次世代医療基盤法によるリアルワールドデータの薬事利用の展望と解説

内閣府健康・医療戦略推進事務局次長 竹林 経治様と語らう

竹林 経治氏 健康・医療戦略推進事務局次長／内閣審議官 **内閣府**

関根 志光氏 第二インダストリ統括事業本部 製薬・化学事業部 第1ビジネス統括部 部長 株式会社 **NTT データ**

西田 陽介氏 第二インダストリ統括事業本部 製薬・化学事業部 第1ビジネス統括部 テクニカル・グレード 株式会社 **NTT データ**

13:10 – 14:20

ランチ & ネットワーキング

LOCATION: 展示場

基調講演 & パネル -健康の未来-人々の暮らしに寄与する《LOCATION: カンファレンスルーム》

14:20-14:40

基調講演

患者さんの新たな治療選択肢を広げる：個人に最適化されたデジタルセラピューティクスで患者さんの健康に寄与する

- デジタルセラピューティクスを事業化する上での課題を明らかにし、よりスピーディーな提供を可能にするには
- 製薬・医療デジタル化の現在地：製薬企業が開発するデジタルセラピューティクスの実例
- デジタルセラピューティクスの価値を届け、患者さんに寄り添う医療を実現する

神田 直幸氏 Rx+ 事業創成部 ビジネスプロデューサー **アステラス製薬株式会社**

14:40-14:55

基調講演

ゲノミクスの力を解き放つ：より優れたバイオマーカーの発見、より優れた臨床試験、より優れた診断、より優れた効果を通じて精密医療を加速する

- バイオバンクから得られる集団の健康に関する知見が、創薬ターゲットの探索を加速するためにどのように利用できるかを理解する

- ゲノムに関する洞察がどのように臨床試験の効果を改善し、創薬標的と安全性の効果を改善できるかを確認する
- 先進的なゲノム診断の改善と利用しやすさを活用して、治療法の選択と患者の選択をどのように改善できるかを検討する

アジュナ クマラスリヤ氏 日本ゼネラルマネジャー イルミナ株式会社

14:55-15:15

基調講演

健康の未来に向けた臨床開発の革新：Patient Centric Approach と Decentralized Clinical Trial Approach

- 患者の声を活かした臨床開発をマルチステークホルダーとの共創で実現する
- 患者の治験アクセスと治験の効率向上を、DCT ケーパビリティを活かした臨床試験で実現する
- 患者中心アプローチ、技術革新、規制の融合で未来志向の臨床開発を実現する

正木 猛氏 臨床開発本部 日本イーライリリー株式会社

星野 真一郎氏 臨床開発本部 日本イーライリリー株式会社

15:15-15:35

基調講演

データ主導の変革を加速し、人々の健康に貢献するエコシステムを構築することで、これまでにない新たな価値を社会に提供する（仮題）

- RWD を活用したデジタルヘルスビジネスプランを成功させる
- 多様な社会経済的背景を持つ個人に価値を提供するためにインサイトを活用する
- 人々に利益を還元するために、インサイトを中心とした新たなビジネスモデルを探索する

北西 由武氏 DX 推進本部 データサイエンス部長 塩野義製薬株式会社

15:35 – 15:55

コーヒーブレイク & ネットワーキング

LOCATION: 展示場

15:55-16:15

基調講演

製薬企業による“HaaS (Healthcare as a Service)”への挑戦：トータルケアの実現による Well-being への貢献

- 様々な技術革新とデータ活用の進化による医療へのアプローチや産業構造の変化への対応として、“Healthcare as a Service (HaaS)”に取り組んでいる
- 健康・医療企業や IT 企業等と協働し、健康促進から予防、治療、予後ケアに亘るヘルスケアサービスを提供するトータルケアエコシステムやデータの流通と活用を可能にするトータルケアプラットフォームを実現すること、及びデジタルソリューションを開発することにより、HaaS の実現を目指す
- HaaS の実現を通じて、個々人の Life Journey に寄り添い、well-being に貢献するトータルケアを提供する

中島 伸氏 H a a S 企画部長 第一三共株式会社

16:15-16:35

プレゼンテーション

未病の未来：プラネタリーヘルスの視点から製薬企業の役割と提供価値を再定義する (仮題)

- 病気になってからでは遅い：病気のない社会を作るための私たちの役割
- 脅威と感じる産業を排除するのではなく、協業によって新たな価値を創造する方法
- 生涯を通じて人々のウェルビーイングに貢献するビジネスモデルで、次世代のための持続可能なウェルビーイングの基盤を作るために私たちができること

勝又 昌幸氏 メディカル本部 バリューエビデンス & アウトカムズ部門 部門長 **グラクソ・スミスクライン株式会社**

森谷 隆氏 メディカル本部 バリューエビデンス & アウトカムズ部門 VEO ワクチン部 部長 **グラクソ・スミスクライン株式会社**

16:35-16:55

基調講演

あなたの当たり前は、相手のあたりまえではない：コラボレーションの極意

- 国境や文化を越えてコラボレーションを行い、それぞれの強みを組み合わせて価値を提供する際に留意すべきこと
- ニュアンスの違いを伝え、パートナーの理解の深さを確認し信頼を築くことで、共に目的のある成果を達成する
- 言語で表現される世界の限界と新たな視点：時代の先を行くコラボレーションを探求する

小泉 潤治氏 事業開発部 事業戦略グループ 部長 **アステラス製薬株式会社**

17:00

閉会の挨拶