

FOCUS 2

デジタルトランスフォーメーション

中外製薬が目指すデジタルトランスフォーメーション

IT・デジタル技術の急速な進展により、AIやRWD/Eなどを活用した新たな科学的手法が台頭しつつあります。また、医療費の抑制が進む中、患者さんにとって真に価値のある医薬品に対するニーズが高まっています。

中外製薬は、従来の強みに最先端のデジタル技術を組み合わせることで、革新的な創薬の加速や、個別化医療を高度化する機会を見出し、「ヘルスケア産業のトップイノベーター」を目指します。デジタル分野においても先進的に取り組んでいるロシュ・グループの資源を活用し、シナジーを発揮できることも当社のアドバンテージです。

こうした中、IBI 21では、戦略3の中でデジタル戦略の加速を掲げるなど、個別化医療のさらなる高度化と医薬品のすべてのバリューチェーン最適化のために、従来のデジタル化とは一線を画したデジタルトランスフォーメーションに向け、経営資源を集中的に投下します。2019年10月には、これま

で各部署で進めてきたデジタル施策を統括するデジタル戦略推進部を新設。2030年までの「CHUGAI DIGITAL VISION 2030」とロードマップを策定しました。



Vision を体現するロゴ

3つの基本戦略

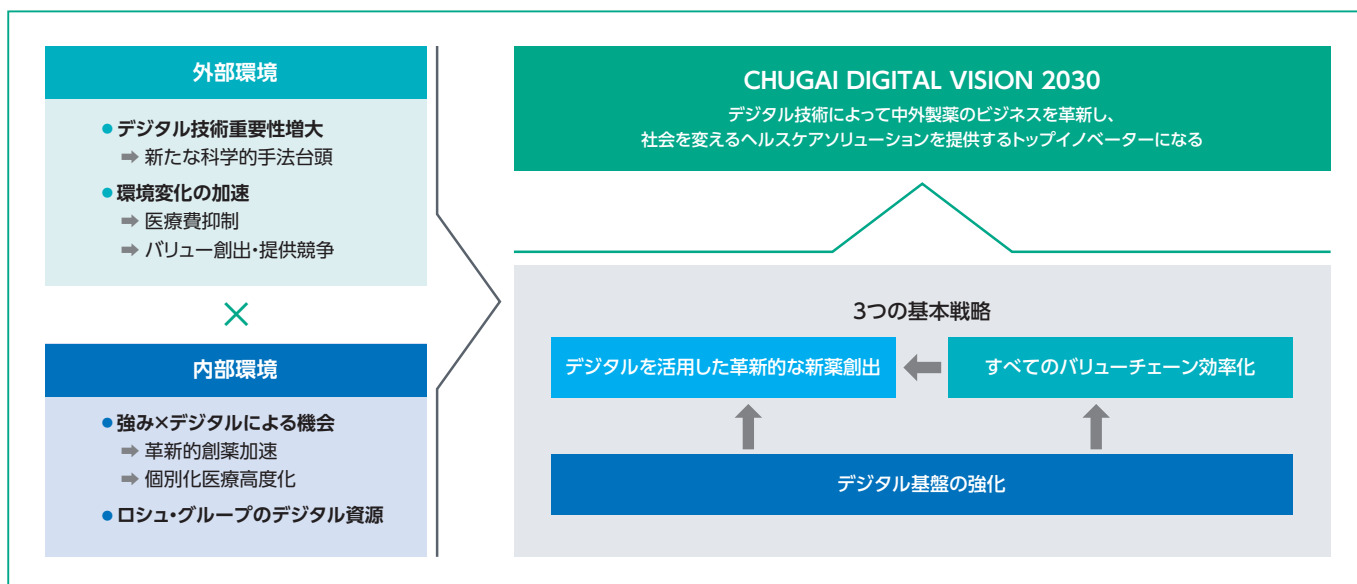
「デジタル基盤の強化」では、ソフト・ハード両面の基盤構築に取り組みます。ロシュ・グループと連携しながら、社内の各種データの統合や解析基盤構築を通じてグローバル水準のIT基盤の確立を目指します。さらに、社員のアイデアやチャレンジを支援するDigital Innovation Labを設立・運営するほか、必要なデジタル人材像を特定し、その獲得や育成も進めていきます。

「すべてのバリューチェーン効率化」とし

ては、デジタル技術を活用し、各部署・各機能、特に生産・営業プロセスの大幅な効率化を実現していきます。また、顧客データの統合的な解析を通じ、顧客体験を高める新ソリューション開発にも着手していきます。

「デジタルを活用した革新的な新薬創出」では、「AI x RWD x デジタルバイオマーカー (dBM)」のケイパビリティを向上させ、中外製薬にしかできないDxD3 (Digital transformation for Drug Discovery and Development) を実現し、真のPHCを目指します。AIなどの先端技術を活用した研究プロセス変革や成功確率向上、各作業の省力化・自動化を図るとともに、株式会社Preferred Networksなどのトップレベルの外部パートナーとの協業も進めています。加えて、dBMの開発も行い、患者さんにとってのアウトカム指標の精緻化・高度化を進め、ウェアラブルデバイスなどを活用した疾患・健康状態のモニタリングを通じて、治療判断の支援に貢献します。同時に、当該データやRWDをもとに、臨床開発戦略の刷新や、実臨床におけるエビデンス高度化などにも取り組む計画です。

CHUGAI DIGITAL VISION 2030



10年後のリスクと機会を見据えて 戦略とロードマップを策定

デジタルトランスフォーメーション(Dx)とは、デジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズをもとに、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務プロセス、企業文化・組織風土を変革し、競争上の優位性を確立することです。数年前から通信や金融などで巻き起こったデジタルディスラプション(創造的破壊)の波は、医薬の世界にも浸透しつつあります。新薬の開発には多くのプロセスと長い年月がかかり、近年は一つの製品を上市するためのR&D費用は、この約10年間で2.5倍に上昇しているといわれています。この創薬プロ

セスを、AIなどデジタル技術を活用し、さまざまなデータを高速分析することにより、短期間に高い成功率、かつ安いコストで実現する可能性がすでに模索されています。私たちは10年後の2030年の社会や業界の変化をとらえ、そこにあるリスクと機会を見据えながら、中外製薬があるべき姿を描いていくビジョンとして「CHUGAI DIGITAL VISION 2030」とデジタル戦略、ロードマップを策定しました。

中外製薬ならではの特徴を持った デジタル戦略として

このデジタル戦略には、中外製薬ならではの特徴があります。まず1つ目はそのビジョンや重点領域が当社の目指す姿、経営戦略に沿っているものであるということです。IBI 21におけるValue Creation、Value Delivery、個別化医療の高度化といった戦略の推進を加速・強化し、「ヘルスケア産業のトップイノベーターとなる」という目指すべき姿を実現する取り組みを進めます。

次に、推進にあたって「IT×ビジネス」によるイノベーションを基本とするということです。2019年、デジタル戦略推進部は部長を筆頭に8つの異なる部署からメンバーを招聘し、23名のチームで発足しました。ITスキルだけでな

く、多様なバックグラウンドに基づいたビジネスの理解が、各部門との円滑なコミュニケーションにつながります。また、各ビジネス部門がデジタルリーダーを選任しており、デジタル案件の共有やその推進をデジタル戦略推進部と協業しています。それによりデジタルとビジネス部門が一体となり、各ビジネス部門の価値向上、そして会社の経営の高度化に貢献することを目指します。

最後、3つ目の特徴は、デジタル化推進を支える基盤となるテクノロジー、さらには会社の組織風土、カルチャーの変革を志向している点です。デジタルの取り組みを部門個別のサイロ化したものにするのではなく、異なる部門の社員同士の意見交換や事例共有が促進され、部門横断の新しいプロジェクトが生まれるカルチャーを醸成します。CEOの力強いメッセージを受けた、基本組織長以上のマネジメント層のワークショップや全社レベルのイベントを開催し、「中外デジタル」の浸透を目指しています。また、社員の新しい発想からデジタル案件を発掘する「Digital Innovation Lab」を活用し、不確定な中でも失敗を恐れずトライする風土の醸成を目指します。さらには「中外デジタル」を継続的に社外に発信することにより、外部のパートナーやデジタル人財との協創による新しい価値創出につなげます。



志済 聡子
執行役員
デジタル・
IT統轄部門長

2030年までのロードマップ

