



## 患者の声を創薬研究・開発に 対話通じ相互理解深める

2023年12月制作

(写真左から)

渉外調査部竹内沙紀氏・渉外調査部山瀬博之氏・渉外調査部山崎梨渚氏

中外製薬は患者を「ともに課題解決を行うパートナー」として捉え、彼らとの協働により一人ひとりが最適な治療を選択できる医療を目指している。患者団体との対話を通じて日々の治療での困りごとや悩みなどから課題を抽出。創薬研究から製造販売後に至る全てのバリューチェーンで患者の声を反映する活動を「PHARMONY(ファーマニー)」と名付けた。2023年には価値観(コアバリュー)の一つである「患者中心」のさらなる社内浸透を目的とした全社活動として「PHARMONY ONE(ファーマニーワン)」も始動した。



## 「聞いて終わりにしない」活動続ける

PHARMONYは「Patients（患者）」「Pharma（製薬会社）」「Harmony（調和）」を合わせた造語。「患者中心」を最優先のコアバリューとして掲げる同社が患者やその家族の声を聞き、お互いの考えへの尊重・理解を図りながら患者のための創薬研究をともに目指していく活動として22年にスタートした。



相互理解



声の反映



リテラシー向上



医療参画

中外製薬は患者やその家族の声を創薬研究に活かす

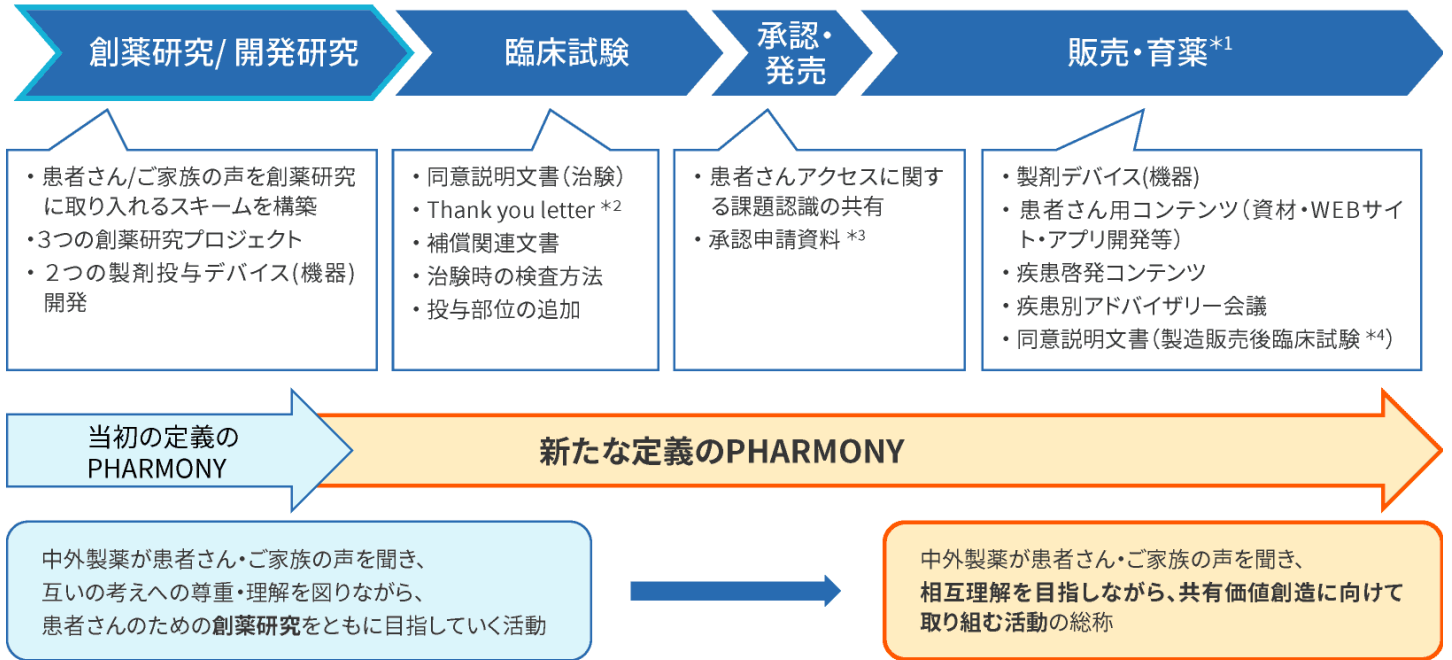
「研究者が患者団体と直接意見交換することで患者さんにしか分からない悩みやニーズをくみ取り、創薬研究に生かすとともにモチベーションアップにもつながるのは大きい」と話すのはPHARMONYのスキーム構築に携わった同社渉外調査部の竹内沙紀氏だ。患者団体に研究現場の取り組みや研究者の思いを伝えることで相互理解の促進を図る。

研究現場からスタートしたPHARMONYだが、23年には全てのバリューチェーンにおける取り組みに再定義。同時にもう一步進める形で、全社員の意識変化や行動変容の促進を目的にPHARMONY ONEを始めた。

同社が患者との相互理解を加速させるきっかけとなったのは20年に始めたCEO（最高経営責任者）と患者団体とのダイアログ（対話）だ。1年目はがん患者団体から始まり、その後は難病・希少疾病の患者団体や医療関係者・アカデミアが参加。幅広い参加者の発言から抽出された社会課題への取り組みをその翌年のダイアログにフィードバックすることで「聞いて終わりにしない」活動を続けている。PHARMONYのスキーム構築も、CEOと患者団体とのダイアログで「製品になってから意見を伝えてもニーズが反映されにくい」という患者の声を受けて取り組んだ課題解決の一つだ。



# PHARMONYの再定義



\*1薬が厚生労働省の承認を受けて販売が開始された後、薬の効果や安全性をより高めるために研究と開発を継続していく過程

\*2参加した治験の結果を確認できるサイトの案内が記載された手紙

\*3今後申請予定

\*4薬の販売が開始された後、薬の効果や安全性について継続的に情報を得るために行う臨床試験

## 議論で得た知見、今後の業務に生かす

PHARMONY ONEは普段の業務では直接には医薬品開発に携わず、その先の患者をイメージしづらい部署も含めた社員に参加してもらって患者対話型プログラム。ONEには「活動の第一歩」「一体感」「共創」といった意味が込められており、患者と製薬会社の共有価値創造を社内一体で進めていく決意を表している。

PHARMONY ONEでは異なる部門の社員で構成するグループごとに患者とディスカッションしながら課題を共有して解決策を探る。さらにはグループワークを通じて得られた知見を各部署に持ち帰ってもらい、今後の業務に生かす。



PHARMONY ONEでは患者とのグループワークを実施

1回目は23年9月に同社浮間工場、品質保証部、財務経理部など、2回目は同年11月に総務部、プロジェクト推進部、デジタル推進戦略部といった部署の社員を対象に実施。参加者からは「思った以上に（疾病に対する）思いこみが多かった」「医薬品はもちろん大切だが、家族や友人、医療関係者などによる精神的なサポートが（病気を）乗り越える上で大事だと実感した」といった気付きの声や、「患者さんの生きる希望となる医薬品の提供や、より分かり合える環境をもっとつくっていききたい」といった前向きな声が上がった。



これまで創薬研究・開発の現場では疾病に関する情報は入手できても、患者やその家族が抱える悩みやニーズに関する情報を入手するルートや機会は限られていた。PHARMONYは創薬研究段階から臨床試験→承認→販売に至る一連の創薬フローの中で、患者の声を反映させる狙いがある。

さらにPHARMONY ONEによって全社を挙げて患者に寄り添う姿勢を強く打ち出した。渉外調査部の山崎梨渚氏は「これまでもCEOやマネジャー層といった限られた社員にはこうした機会があった。だが一般社員にも広げることで、実務に従事する社員の意識や行動変容が未来の患者さんへの貢献につながることを期待したい」と語る。

## 各自が最適な治療選べる医療に

「革新的な医薬品とサービスの提供を通じて新しい価値を創造し、世界の医療と人々の健康に貢献する」をミッションに掲げる中外製薬。英ペイシエントビュー社が22年11月から23年2月に実施した調査「製薬業界の企業評価」では「製薬会社をよく知る患者団体による評価」「製薬会社と連携している患者団体による評価」の双方で国内5社中1位だった。



そんな同社は患者団体とのコミュニケーションと連携によって「患者にとっての製品価値最大化」「患者のリテラシー向上のための疾患啓発」「患者の医療参画のアドボカシー（一人ひとりが問題について知り、その解決のためにできることを訴えること）活動支援」の3つを追求する。最終的に目指す姿は「一人ひとりが最適な治療を選択できる医療」の実現だ。

渉外調査部の山瀬博之グループマネジャーは「ヘルスケア産業のトップインベーターとして、患者団体をはじめとするマルチステークホルダーとの協働を通じて社会課題の解決に注力していきたい」と力を込める。



中外製薬が取り組む「患者団体との協働」  
の詳細はこちら [📄](#)



PHARMONY

すべての革新は患者さんのために



中外製薬



ロシュグループ

※著作・制作 日本経済新聞社（2023年日経電子版広告特集）。  
記事・写真・イラストなど、すべてのコンテンツの無断複写・転載・公衆送信等を禁じます。