

マテリアリティ 3

# 製品価値最大化

## 重要課題のマネジメント

重要課題への設定理由	当社製品を通して人々の健康に貢献することが、当社の使命です。そのためには、製品のポテンシャルを最大限に引き出し、必要としている患者さんに医薬品を速やかに届けることが必須です。また同時に、製品価値の最大化を通して、持続的な研究開発を行うための原資の充実を目指します。
中長期の目指す姿	患者さんとその家族のウェルビーイング※実現に医療従事者とともに挑み、その結果として新薬が速やかに浸透している。 ※ウェルビーイングとは、心身的・社会的・生活満足度が満たされている状態
指標	<ul style="list-style-type: none"> <li>●新たに新薬を届けた患者数</li> <li>●主要製品ごとの売上</li> <li>●日本・韓国・台湾での承認取得数</li> </ul>
主な取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>●効果的なマーケティング活動、情報提供へのデジタル活用、MRの専門性向上</li> <li>●開発化合物のポテンシャルを最大限に引き出した効能・効果、用法・用量での承認取得</li> <li>●患者および医療従事者のニーズ取得およびそれらを反映させた製品設計</li> <li>●健康寿命延伸に着目したエビデンス創出(有効性・安全性・QoL)</li> </ul>

## 製品価値最大化の考え方

患者さんとその家族のウェルビーイング実現に医療従事者とともに挑み、その結果として新薬が速やかに浸透することで製品価値最大化を目指します。

各部門が製品価値最大化に向けて連携・連動を強化し、患者さんの視点に立った活動に取り組みます。

スペシャリティ人材の育成、デジタル活用を推し進め、適正使用推進はもとより、医療従事者とともに患者視点で医療課題の解決に取り組んでいきます。

アンメットメディカルニーズである慢性腎臓病やがん悪液質、原発不明がんなど当社の薬剤が貢献できる患者さんは多く、医療従事者とともに疾患の啓発や診断・治療を広め、一人でも多くの患者さんに届けることで、製品価値最大化を目指します。

## 新たな患者さんに新薬を届けるために

当社は、近年、新たに上市あるいは適応追加となった製品を数多く有しており、必要とされる患者さんへ速やかに薬剤を届け、患者さんのウェルビーイングに貢献していきます。

そのために、営業本部では医療従事者と同じ視点で対話ができる

## デジタルを活用した情報提供活動の推進

製品価値を高めるためには、正確な情報収集と適切な情報提供が重要です。新型コロナウイルス感染症拡大の影響もあり、医療従事者の情報入手経路はますます多様化しています。なかでもインター

ネットを介した情報入手が増えており、当社も「ONO MEDICAL NAVI」や「ONO ONCOLOGY」といった自社サイトを充実させてきました。また、2020年10月からリモートコミュニケーションMRが、リモート面談やメールで医療従事者に情報を提供、収集しています。

今後は、情報提供活動において蓄積されたデータをもとに、リアルとデジタルを融合させたシームレスかつハイブリッドな情報提供活動を目指します。医療従事者にとって適切な時間に、適切な場所・方法で、適切な情報を届けるための体制を構築していきます。

今後は、上記活動から得られたニーズ、社内に蓄積された膨大な患者さんや医療従事者からの問い合わせ情報、さらにはリアルワールドデータなどを患者さんや医療従事者目線の製品設計に応用することを目指し、新たな医療ニーズ解析手法の開発にも取り組んでいきます。

## 患者視点での部門間連携

製品価値最大化は、使用患者数の拡大にとどまることなく、患者さんのウェルビーイングの実現をゴールとしています。患者さんにとって最適な剤型の追求やエビデンス創出による価値の向上、副作用情報の収集や伝達など関連部門が連携・連動して進めています。部門連携を強固にし“患者本位の視点で”全社一丸となり、一つひとつの製品の価値最大化に取り組んでいきます。

## オプジーボの価値最大化

オプジーボの価値を最大化させるために、パートナー企業である米国プリストル・マイヤーズ スクイブ社とともに、「適応がん腫の拡大」「治療ラインの拡大」「併用療法の開発」「バイオマーカーの探索」の4つの観点で取り組みを進めています。

## 健康寿命延伸に着目したエビデンス創出

健康寿命延伸に着目したエビデンス創出(有効性・安全性・QoL)への取り組みとして、当社では、患者さんおよび医療関係者に対するアンケート調査など、患者さん目線に着目した臨床研究を進めています。具体的には、がん手術後に患者さんが抱える悩みや手術後の治療に対する課題、患者さんの治療選択における選好性などについて、多くの患者さんの声を収集します。収集したデータは単なる患者アンケートの集計ではなく、感度解析などの複数の統計学的手法を用いることで科学的客観性を持ったデータとして公表することを計画しています。

一人ひとりの医療従事者は目の前の患者さんの声を聞いていますが、これを日本全国の多くの患者さんから得られた客観的データとして認識できる機会を提供することは、医療従事者の経験を補強し、時には、新たな気づきに導くことで、患者さんにより良い医療を届ける診療の一助になり、製品価値向上につながるものと期待しています。また、患者さんの声の大規模データから、これまで注目度の低かった医療課題を明らかにすることで、新たなアンメットニーズを発掘し、その解決に向けた多面的な活動につなげていきます。

## プリストル・マイヤーズ スクイブ社との協業によるオプジーボの価値最大化に向けた取り組み

項目	取り組み内容
適応がん腫の拡大	すでに日本で11がん腫の適応を取得していますが、引き続き適応がん腫の拡大を目指した開発に取り組んでいます。なお、2021年度は、日本で原発不明がんでの承認を世界で初めて取得しました。2022年度中に、肝細胞がんの術後補助療法の承認申請を目指して取り組んでいます。
治療ラインの拡大	進行・再発がんの患者さんにおいては、より早い段階からお使いいただけるようにするための臨床試験を進めており、2021年度は日本、韓国、台湾で胃がんの一次治療について承認を取得しました。また、一部のがん腫では、がんの手術後の再発抑制を目的として、術前または術後に行われる補助療法を対象とした開発も進めており、2021年度は日本、韓国、台湾で食道がんの術後補助療法、および日本、韓国で尿路上皮がんの術後補助療法について、それぞれ承認を取得しました。2022年度中に、胃がんの術後補助療法の承認申請を目指して取り組んでいます。
併用療法の開発	他の薬剤や治療法と併用することによって、治療効果をさらに向上させる組み合わせを探索し、開発を進めています。2022年5月に食道がん一次治療において既存の標準治療である化学療法との併用のほか、イピリムマブとの併用についても承認を取得しています。
バイオマーカーの探索	オプジーボの治療効果がより期待できる患者さんの予測を可能とするために、最適なバイオマーカーの探索を推進しています。

## 製品価値最大化に向けた取り組み～患者本位の視点で～

