

CMIC Ashfield's Publicity papers

# MULTICAST

Our new Vision

すべての人の健やかな一生のために

To improve people's health and wellbeing



## ビジョンの刷新とストラテジーハウスの再構築

「マルチチャンネル化」から、次のステージへ

社長執行役員 木崎 弘

## コマースシャルも、ノンコマースシャルも。

2事業部門長に聞いた事業の「今」と「これから」今後の展望

CSO事業部門長 武田 浩徳    メディカルアフェアーズ事業部門長 田中 弘之

To improve people's health and wellbeing

# すべての人の健やかな一生のために

医薬品を適正かつ効果的に社会に届けるための高品質な情報コミュニケーションによるソリューションの提供を通じて  
医療の発展に寄与し、患者さんのWellbeingに貢献する

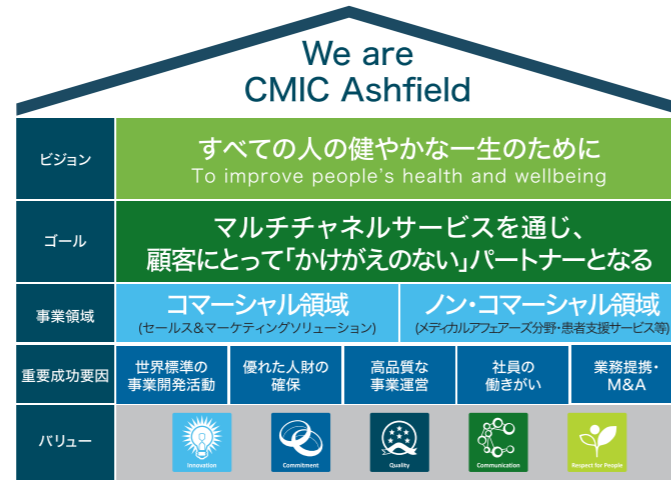
## ビジョン刷新の理由と

### シミック・アッシュフィールドの使命

シミック・アッシュフィールドは2014年の合併会社化以来、「医療の発展のために」をビジョンとして掲げ、事業を展開してまいりました。合併化から5年目を迎え、これまでの経験や当社の強みを活かし、未来に向けてさらに革新を続けていくシミック・アッシュフィールドの目指すあり方を社内外で共有するため、ビジョンを刷新いたしました。

医療費の上昇、高齢化、疾病構造の変化・・・市場を取り巻く問題は数多くありますが、すべての人にとって、心身ともに豊かで健康に生きていくことは共通の願いです。そして、私たちの顧客である製薬企業をはじめとしたライフサイエンス企業はその実現を目指しています。こうした企業のパートナー会社として、私たちも“ペイシエントセントリック”を重視し、医薬品情報を効果的に届ける革新的で高品質なコミュニケーションソリューションを通じ、医療の発展に寄与し、患者さんにより良い薬をより効果的に届けることこそが私たちの存在価値であることを再認識して事業を発展させてまいります。

## ストラテジーハウスで示す 「シミック・アッシュフィールド」



私たちの目標が何であり、何の事業をどのように提供し、そしてシミック・アッシュフィールドを支え推進する価値基準(バリュー)が何なのかという中期戦略を示すのが「ストラテジーハウス」です。重要成功要因として5つの重点項目が共有され、それぞれの施策について部門横断的なタスクチームが設置されています。このストラテジーハウスに照らし、同じベクトルに向かってそれぞれの役割を担い、社員ひとりひとりの成果がビジョンの実現へと導く推進力となります。

## 規模の成長とマルチチャネル化

シミック・アッシュフィールドは、MR向けの教育支援事業会社として2000年にスタートしました。その後、コントラクトMR事業を開始し、社員が100名を超えたのは2009年。その後、CSO業界の成長率を超えて規模を拡大し、現在ではMRをはじめとする外部就労中の社員が600名、全体で700名の社員が在籍しています。

製薬・ヘルスケアを取り巻く環境はこの間大きく変化を続けています。変化するニーズに対応し、私たちは単なる人員規模の拡大ではなく、新たなビジネスモデルの創出に絶えず挑戦し続けてきました。2012年にAshfield社との業務提携が始まると、欧米で先行しているサービスを国内市場にローカライズして導入した

新モデルの展開が始まりました。

2014年10月の合併会社化後は、“国内No.1マルチチャネルCSO”を標榜し、シンジケート・セールス・フォースやカスタマー・サービスレップをはじめ、国内で当社だけが運営実績を持つサービスモデルも開始しました。2016年には、電話やWebを通じたコンタクトセンターサービスを開始し、同年メディカルアフェアーズ事業も単体の事業部門として設立されました。多様な人財チャネルと対面・リモートチャネルを掛け合わせることで、より柔軟性の高いサービス提供が可能となりました。

# 「マルチチャネル化」から、 次のステージへ

シミック・アッシュフィールド株式会社

社長執行役員 木崎 弘

2018年10月、新しい年度がスタートしました。シミック・アッシュフィールドは2014年の設立から数えて5年目に入ります。

振り返ると、特に直近2年はマルチチャネル化を加速させる中で、多くの社員が新たな挑戦をし、それを多くの社員が支えてくれました。ともに挑み、成長してきた社員には感謝に堪えない思いです。

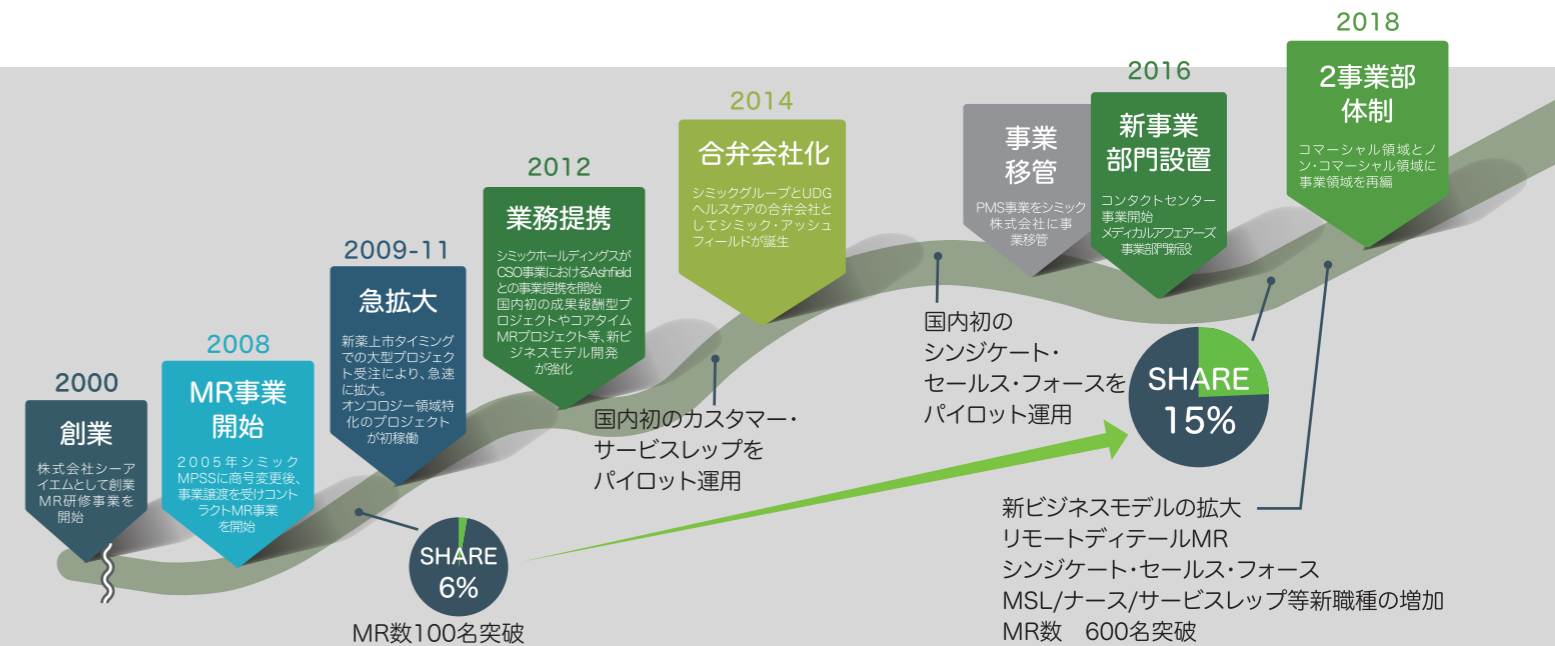
私たちを取り囲む市場環境を楽観することはできませんが、厳しい環境であるからこそ、シミック・アッシュフィールドをパートナーとして信頼いただけるだけの努力を惜しむことなく、企業として、また社員ひとりひとりにおいても、自ら変化を仕掛け、新たな経験を得て、変化と成長の好循環を続けていきたいと思えます。

私たちもまたCSO企業として自社MRの派遣事業を中心に成長してきましたが、「CSO=MR人材派遣」という既存概念からの脱却が必要であると認識しています。「CSO(Contract Sales Organization)」という呼び名は、医薬品情報の提供・収集の役割が営業・コマーシャル部門に置かれていたことを示します。しかし、医療が高度化し、患者さん中心の医療に対する期待が高まる中で、医薬品の情報提供・収集の重要性は増し、医療の進化や変化に対応すべく、品質の高い情報伝達が求められる場が拡大してきました。

当然ながら、この状況下においてCSOサービスが同じであっていいはずがありません。実際にマルチチャネル化を標榜して

きた当社のサービスポートフォリオは拡充を続けており、MRを筆頭に多様な人財が活躍する次のステージへと更なる発展を目指しています。対人チャネルであれ、電話やWebといったリモートチャネルであれ、コミュニケーションを通じて情報伝達をより効果的で効率的に行うことこそがCSO企業のビジネスの本質です。

コマーシャル領域のみにとどまることなく、あらゆる領域において医薬・ヘルスケア企業に対するサービスを通じて、患者さんや健康を願うすべての人に貢献すべく、新たな価値の創出とサービス品質の向上に取り組んでまいります。



# コマーシャルも、 ノン・コマーシャルも。



## CMIC Ashfield

2018年10月、シミック・アッシュフィールドは事業領域を再編しました。MRソリューションに代表される、セールス・プロモーションに関するサービスを行う「コマーシャル事業」と、メディカルアフェアーズ分野など、非商業的なサービスを提供する「ノン・コマーシャル事業」。いずれも、製薬企業・ヘルスケア企業と、医療従事者・患者さん間の医療・医薬に関する情報コミュニケーションを支援するビジネスです。それぞれの事業において、対面チャネルとリモートチャネルを併せ持つことでマルチチャネル展開し、ドメインを分割することでより専門的かつコンプライアンスを確保したサービス提供を行ってまいります。

2事業部門制となったシミック・アッシュフィールド。コマーシャル領域、ノン・コマーシャル領域それぞれの事業部門長に当社の今と将来の展望を聞きました。



**武田 浩徳**  
Hironori Takeda

コマーシャル領域  
CSO事業部門長

### ●国内MA領域の現状

医学・科学的見地から製品関連疾患領域に関わる幅広い情報を収集し、メディカルアンメットニーズを的確に捉え、その解決に取り組むことで医療への貢献を果たしていく。それがメディカルアフェアーズ(以下MA)の役割です。MAの組織・機能の強化は、あらゆる製薬企業において重要課題として捉えられています。しかし国内において、MA部門の状況はまだ企業によって様々で、担う役割も企業ごとに異なるのが現状です。

### ●顧客ニーズに応えるために

MA事業を立上げるにあたって、CSO業界で主流なのは人財派遣型ですが、当社のCSO事業部門でも様々な形態のサービスが生まれているように、人財の派遣という形態にこだわる必要はないという思いがありました。製薬企業ごとの違い、MA分野に対する期待や今後の役割を考えたとき、サービスポートフォリオを広く持っていなければ顧客にとって真のパートナーになり得ないと考えたからです。また、様々なサービスを提供することで、当社の人財を育成し、より良いサービス提供に還元するサイクルが生まれるという確信もありました。

## 変化への適応力が、品質につながる

### ●新事業領域

今回の事業領域変更に伴い、リモートディテールがCSO事業に加わり、コマーシャル領域における多様なニーズにマルチチャネルでサービス提供が可能となったことを嬉しく思います。日本でMR派遣ビジネスがスタートしたのが1990年。そこから様々なニーズに応える中でCSO業界自体も当社も成長し、変化してきました。近年この変化が非常に顕著であり、これに対して柔軟にサービスを提供できる体制を目指す上で不可欠な変更だと認識しています。

### ●変化と適応

コマーシャル領域において、製薬企業のCSOリソースの使い方が多様化しているのは、当社のプロジェクト構成でも明らかです。派遣型のMRプロジェクトだけでなく、異なる形態が拡大し、カスタマー・サービスレップなど新たな職種も登場しています。製品の領域もプライマリー領域、オンコロジーやCNSなどのスペシャリティ領域、バイオシミラーや医療機器など様々です。顧客も既存の国内製薬企業だけでなく、日本新規参入の企業や、製品の継承を受けた企業など、市場変化を如実に反映しています。それぞれのプロジェクトでマネジメントの方法も違っており、まさしくシミック・アッシュフィールドは変化に対する適応の最中にあるといえます。

### ●変化がもたらす影響

「変化」というのは、適応性(アダプタビリティ)を高めるチャンスでもあります。例えば、当社のMRは、プロジェクトごとに異なる経験をし、それが強みになっていきます。製薬業界において「スペシャリティ」という専門性の高さを表しますが、シミック・アッシュフィールドにおいて「スペシャリティMR」とは何かと考えると、「健康を願う患者さんに薬を届ける」というただ1点に向けて、どんな製品でも必ず成果につながれるMRになるのではないかと思います。ヘルスケアを取り巻く市場環境はこれからも変化を続け、ニーズも変わり続けます。それに合わせるべくシミック・アッシュフィールドが変化するには、部門で、チームで、個人でも変わっていかねばいけません。それが結果的に適応力を高め、個人力・組織力になると思います。

### ●個人力・組織力

私はよく部内で「自分のキャリアビジョンの実現を目指せ」と言います。経験も年齢も関係ありません。十人十色の、未来に向けて、ともに挑みたいと考えています。変化する未来を見据えて、情報を入手し、知識を吸収し、経験を重ね、自身の可能性を広げ、自ら積極的に掘みにいって欲しいんです。社内認定資格制度や、MR主体の施策立案

タスクチーム、社内公開講座といった施策は、そういう「手を挙げられる環境」を提供する目的からスタートしたものでした。CSO事業部門のひとりひとりが自分のキャリアビジョンに貪欲に、積極的に向かうことは、業務の品質、プロジェクトの品質につながっていくと確信しています。

### ●新たな価値

シミック・アッシュフィールドには、多様な経験を持つ個性豊かな人財が在籍しています。そして、これまでもお客様とともに新たなビジネスモデルへの挑戦をしてきました。それらの経験によって、ニーズに応じた新しいサービスモデルを提供できる自負があります。選ばれるサービスプロバイダーとなるため、付加価値につながる人財の質の向上、マネジメントの質の向上施策に取り組んでまいります。

### お互いに聞いてみました 「田中さんはどんな人？」

ある意味「理想」と言えるかも。仕事でも将来を見据えて部員を率いていて、そうかと思うと趣味の音楽の才能もあって腕前もプロ級で、「スマート」とは田中さんのような人のごとじゃないかと思えます。褒めすぎかな…でも、私にないものを沢山持っているように感じます。事業領域は別ですが、新しいビジョンのもと、患者さんのために、という同じ想いを持って切磋琢磨していきたいと思っています。

## 成長と創出のサイクルによる価値向上

### ●コンサルティングファースト

ビジネスの根幹にコンサルティングがあり、課題解決をはかる中で人財が必要であれば当社の人財を配し、育成が必要であれば研修プログラムを提供する、というようにソリューションを提供するのが当社のMA事業です。こうした中からいくつものサービスが生まれ、包括的なサービスポートフォリオを形成しています。今年度新たに加わる「FAMOUS」という新モデルもまさにコンサルティングから発展したもので、通常MSLチームが組織されるフェーズ3より早い段階でKOLのインサイト収集を開始できる画期的なサービスです。

### ●ロマンとベンチャースピリッツ

当社のMSLの多くがアカデミア出身のPhD保有者です。サイエンスのバックグラウンドはもちろん、彼らの高い意欲や集中力など、本当に素晴らしいメンバーに恵まれていると思います。社内研修を経て各配属先で高い評価をいただいていることを誇らしく思います。私たちの思いに共感し、本気になってくれて当社を選んでくれたメンバーが、この先も自負と熱意をもって働き続けられる環境であるために進化を続けていくことも私の使命です。研究肌の人間には目先の利を追求のではないロマンティックな部分があります。それはベンチャースピリッツにも通じるものですが、当社で働く面白みはやはりベンチャーであること。何

か新しい事業を始めようと思った時に自らリーダーになって挑戦できる環境があります。事業部門で面白いことを、新しい価値を生み出していこうという思いが、事業の成長を牽引していくのだと思います。

### ●バイシエントセントリック

当社でメディカルストラテジー策定の支援をさせていただく際にはKOLだけでなく患者さんが戦略の起点にあります。業務において直接患者さんに相対することは無いのですが、メディカルプランがバイシエントセントリックである限り、あらゆる活動が患者さんにつながっています。今後、ノン・コマーシャル領域においては看護師によるサービスモデルも強化・開発していく計画ですが、すべてのサービスにおいて私たちの活動が医療の発展、患者さんの健康に貢献するのだという意識を高く持ち、最善のソリューション提供を行ってまいります。

### お互いに聞いてみました 「武田さんはどんな人？」

武田さんのことは信頼していますね。誰かのため、人の成長のためにすごく努力する人だなと思うので。現場主義というか、オペレーションを大切にしているのを感じます。僕とはタイプが違うところもあると思うんですが意外といいコンビなんじゃないかなと。2事業部門制になったので二人三脚で助け合いながらシナジーを生んでいきたいと思っています。



**田中 弘之**  
Hiroyuki Tanaka

ノン・コマーシャル領域  
メディカルアフェアーズ事業部門長

## MAアカデミー開講



メディカルアフェアーズ事業では、10月よりe-ラーニングと集合研修を組み合わせ、メディカルアフェアーズ人材として必要な知識とスキルを総合的&体系的に習得できるプログラム「MAアカデミー」をスタートしました。当社のMAトレーニングサービスは、知識とスキルを実践的に習得できると定評をいただいておりますが、このエッセンスを余すところなく注いだ独自のプログラムになっています。法人向けだけでなく、製薬企業のMA部門で活躍したいと考える個人の方にキャリア育成の機会を提供することも開講の目的の一つです。

## ナースエドゥケーター

看護師の活躍の場が拡大する現在、医療施設に訪問し、製品の投薬方法や管理方法、副作用マネジメントなどについて説明・指導を行い、適正な治療を推進していく職種としてナースエドゥケーター(NE)が注目を集めています。NEは、医療従事者が必要とする情報を、看護師経験を活かして実践的な情報を的確に伝えることで、情報伝達の効率性を図ると同時に、医療従事者からのブランドに対する信頼の醸成に貢献します。

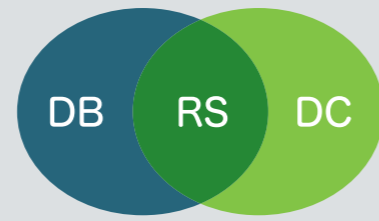


## カスタマー・サービスレップ

カスタマー・サービスレップ(C-SR)は、MR活動の効率化を支援する新しいサービス形態です。C-SRは、定期的に医療施設を訪問して資材を届け、医療従事者からの問い合わせなどがあれば担当MRと情報を連携して対応をサポートします。訪問先の受入れも良く、今後さらなるサービスの拡大が期待されます。



## リスク分担型企業年金の導入



退職金制度を変更し、「第3の企業年金」とも呼ばれる、リスク分担型企業年金(RS)を導入しました。RSは確定給付企業年金において平成29年1月より認められることとなった新たな仕組みで、運用リス

クを事業主と加入者で柔軟に分け合う、従来の確定給付金(DB)と確定拠出年金(DC)の性質を併せ持つハイブリッド型の制度といわれています。なお、RSの導入は当社が国内で6社目となります。

## 全員アンケート集計中



社員がモチベーション高く、働きがいをもって勤務できる環境づくりは、社員が高いパフォーマンスを発揮するための土台として重要な要素です。遠隔地で勤務する社員がほとんどである当社だからこそ、社員の声を反映した施策やしくみを検討すべく、全従業員約700名を対象に一斉アンケートを実施しました。本年度は集計・分析された結果と照らし、既存の制度の再評価や必要な施策の検討が行われます。

## ロゴも変わります

ビジョンと事業領域の刷新にあたって、企業ロゴも変更いたします。シミックグループのペンタゴン(五角形)と、Ashfieldの緑色の円環を組み合わせたロゴマークは変わりませんが、コマーシャル領域に限定することなく、製薬企業と医療従事者・患者さんとの情報コミュニケーション支援を行うことから、ディスクリプションと呼んでいた社名下の文字列を廃止いたしました。順次差し替えを行ってまいります。



# The MULTI ANGLE of CMIC Ashfield

シミック・アッシュフィールドの最近の動き

を様々な角度からフォーカスしました。

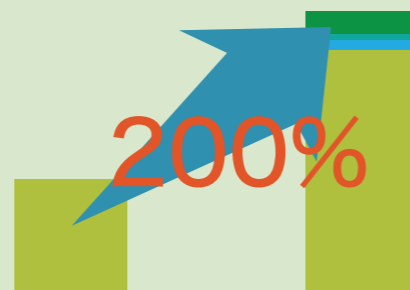
## 社内認定資格制度スタート

多様化するクライアントニーズに応え、専門領域で活躍できるMRの育成と、MR個人の能力開発の支援およびキャリアを広げる機会として、すべてのMR資格保有者を対象とした社内認定資格制度を開始しました。e-ラーニングによる自己学習と試験、合格者を対象とした症例カンファレンスや実習といった研修、外部専門医による口頭試問を経て、その領域のスペシャリストとして資格認定を行います。2018年度は『血液がん』コースがスタートし、今後さらに固形がん、免疫領域など多様なコースをスタートさせます。



## 過去最大の社員数

昨年度は、日本CSO協会発表の調査結果においてCSO所属の稼働MR数の減少が発表されました。一方で当社においては、所属MR数、全社員数ともに過去最大の企業規模を記録しました。合併会社化した2014年10月にはMRが約300名でしたので、ほぼ2倍となりました。さらにMRだけでなく、サービスレップ、ナース、MSLと、多様な職種の社員が所属していることそのものが、シミック・アッシュフィールドの事業構造の成長を証明しています。



## シンジケート・セールス・フォース



MRは施設訪問の都度、医療従事者に対しすべての担当製品について情報提供を行います。それぞれの製品ごとにKPIを事前に設定し、それに基づいてプロジェクトの戦略設計と運営を当社が実施します。

パイロットプロジェクトとして、2015年に国内で初めてシミック・アッシュフィールドが運用を行ったシンジケート・セールス・フォースが、本稼働をスタートさせています。シンジケートモデルは、競合しない複数の異なる製品についてフルアウトソースで情報提供・収集活動を請け負い、担当MRは当社の名刺を携えて医療施設を訪問します。非常に高い成果を出しており、今年度も拡大・新プロジェクトスタートが期待されています。

## マスコットキャラクター「しーまりす君」

シルクハットをかぶったシマリスのキャラクターは、シミック・アッシュフィールドのマスコットキャラクター「しーまりす君」です。イントラネットや、社内SNS「Yammer」など社内コミュニケーションの様々な場面で登場しています。名前は当社の社内略称が由来で、語尾に「〇〇しーます」と言うのがロゴセです。今後ともどうぞよろしくお願ひしーます。





# CMIC Ashfield

## Our Values

バリューは、私たちがビジョンを実現するためにビジネスを展開する上で全ての活動において常に携えるべき価値観であり、社員個々において業務活動を行う上での指針となるものです。



### イノベーション Innovation

医療をとりまく環境変動にもなって変化し続けるあらゆるステークホルダーのニーズを予測して自らを改革し、革新的なサービスを創出します。



### コミットメント Commitment

困難な状況においても、定めた目標を達成すべく最後まで意欲的にチャレンジし、最善の結果を残します。



### 品質 Quality

常に向上心を持って最高の結果を追求し、お客様の期待を超える最良のサービスを提供します。



### コミュニケーション Communication

他者の意見や視点を尊重した上で、積極的且つ誠実にお客様や従業員とのコミュニケーションをとり、相互の理解に努めます。



### 個の尊重 Respect for People

私たちの最も大切な資産であり、サービスの源泉である社員の人格と能力を尊重し、ひとりひとりの才能を最大限に育成します。

## MULTICASTについて

Multicastとは、IT用語の一つで特定の複数の端末に同一データを一齐送信する通信方法を指します。冊子「MULTICAST」は、シミック・アッシュフィールドに関わる全ての方に向けて、当社の事業運営に関する様々な事柄をお知らせすることを目的に創刊しました。

内容についての  
お問い合わせ先

シミック・アッシュフィールド株式会社  
人財・コミュニケーション本部コーポレート・コミュニケーション部  
TEL:03-6779-8141 e-Mail info-cmicashfield@cmic.co.jp