

2022年11月1日(火) 9:30 - 17:30 会場：日本橋ライフサイエンスビル(東京都中央区) オンライン：Zoom

## “インサイトワーク”ヘルスケア業界の羅針盤 ～クロスオーバー進むヘルスケア業界にどう貢献できる？～

### プログラム

**オープニング** 【A-01】 9:30～9:40 **開会のご挨拶**

**基調講演** 【A-02】 9:40～10:40 **近日公開**

**Mr. Philippe AUVARO**  
Deputy General Manager Nihon Servier Co., Ltd.



**特別講演** 【A-03】 10:50～11:50

録画放映  
同時通訳付

**一部** **ナラティブ心理学の市場調査への適用**

**Kristian A Alomá, PhD**  
Founder & CEO Threadline

本セッションでは、ナラティブ心理学を定性市場調査の手法に適用することで、より深いインサイトと重要な機会を見出す方法をご紹介します。また、実際にマーケットリサーチ企業であるThreadline社では、どのようにこれを実行したかについて事例を交えて、これらのテクニックを使うためのヒントもご紹介致します。



**二部** **「ストーリーテリング」  
～ファーマーケティングへの活用～**

<ディスカッション>

トランサージュ(株)  
代表取締役 **瀧口 慎太郎 氏**

ユーシービージャパン(株)  
全免疫炎症事業部 ソリューション部  
マーケティング部長 **川野 清伸 氏**



### LUNCH TIME

**特別基調講演** 【A-04】 13:00～14:00

**経営が求めるインサイトとは ～インサイト人財はパーパス経営を語れ～**

武田薬品工業(株) 代表取締役 日本管掌 **岩崎 真人 氏**

経営に資するインサイトとは、プロジェクトごとのNPVだけでなく、患者、国民、国家の視点、従業員の将来に対する価値の評価を合わせたものと考えます。武田薬品では、会社の価値観を、患者さん、人との信頼関係、社会的評価、事業の発展、という順番で考えるという行動指針に展開しており、それを基に意思決定を行います。会社ごとに判断基準や重みづけは異なるものの、社内外のステークホルダーの納得と信頼を得るためには共通するものがあるはずで、インサイト人財の役割について、考えてみたいと思います。



**ディスカッション** 【A-05】 14:10～15:40

**インサイトワークツールの探索**

**一部** **プレゼンテーション**

シード・プランニング/社会情報サービス/マクロミルケアネット/インテージヘルスケア

**二部** **パネルディスカッション**

<ファシリテータ>(株)シード・プランニング 専務執行役員 **佐々木 岳 氏**

**ディスカッション** 【A-06】 15:50～17:20

**インサイトワークが今後目指すもの  
～Primary Market ResearchとSecondary Dataの融合で  
どのようなインサイトを創出できるか～**

<ファシリテータ> 中外製薬(株) ビジネスインサイト&ストラテジー部 グループマネージャー **岩瀬 辰彦 氏**

<パネリスト> 第一三共(株) マーケティング本部 マーケティング企画部 マーケティング企画グループ  
課長代理 **石井 花奈 氏**

ブリistol・マイヤーズ スクイブ(株)  
ビジネスインサイト&アナリティクス シニアマネージャー **岡部 素子 氏**  
アキュリスファーマ(株) デジタルヘルス部 デジタル統括部長 **岩本 まどか 氏**  
ファイザー(株) 希少疾患部門 部長、遺伝子治療ビジネスリード **カデーキジ アナンダ 氏**  
武田薬品工業(株) 神経精神疾患事業部マーケティング部  
神経疾患グループリード(PD・MS領域) **北澤 隆行 氏**



**クロージング** 【A-07】 17:20～17:30

**懇親会** 17:30～

**HMIC カンファレンス 2022 レビュー**

**会場開催のみ**

### 開催概要

日時：2022年11月1日(火) 午前の部 9:30～11:50 午後の部 13:00～17:30  
会場：日本橋ライフサイエンスビル(東京都中央区) & オンライン  
料金：【会場】10,000円(税込) \*ランチボックス、懇親会参加費込 【オンライン】6,000円(税込)  
主催：(一社) HMIC  
後援：メディカル調査研究グループ、EphMRA、Intellus、  
(一社)日本マーケティング・リサーチ協会、(公社)日本マーケティング協会、  
日本コンパティティブ・インテリジェンス学会  
協賛：(株)シード・プランニング、(株)社会情報サービス  
メディア協賛：ミクスOnline、Medinew、mHealth Watch、Health Biz Watch  
参加対象者：製薬企業、医療機器会社、市場調査会社、他、ヘルスケア関係者

### お申し込みから当日の受講まで

- 1 WEBサイトからお申し込み  
<https://www.hmic.jp/>
- 2 お申し込み完了メールの配信
- 3 お申し込み後、ご請求書をお送り致します。
- 4 会場受講 当日、会場へお越しください。  
オンライン受講 開催数日前に視聴用URLをお送りします。



プログラムの最新情報、詳細&申し込みはこちら

午  
前  
の  
部

午  
後  
の  
部

# HMIC (Healthcare Market Intelligence Community) について

## HMICカンファレンス 2022 開催のご挨拶

日本で初めてHealthcare 業界でIntelligence/Insight業務に関わるすべての人達にあまねく学習、交流の場を提供するため、一般社団法人Healthcare Market Intelligence Community (HMIC) は設立されました。2019年からカンファレンスの開催などの様々な活動を通じ、医療の発展と人々の健康に貢献していくことを目指しています。

本年11月1日(火)、HMICは第5回カンファレンス『“インサイトワーク”ヘルスケア業界の羅針盤 ～クロスオーバー進むヘルスケア業界にどう貢献できる?～』を開催します。

HMICによるカンファレンスはこれまで4回行われ、昨年は製薬メーカーなどヘルスケア関連事業会社のマーケティング、製品戦略、事業戦略、インサイツ業務部門の方や、市場調査などインサイツ業務関連会社の方々など数100名が参加されました。

今回は日本橋ライフサイエンスビルディングを会場とし、オンライン参加も可能なハイブリッド開催となります。

医薬品、医療機器、診断薬、デジタルセラピューティクス等を含むヘルスケア業界は大きな転換期の真っ只中にあります。医薬品業界だけを見ても、従来のブロックバスター型ビジネスモデルはもはや過去のものとなり、製薬企業の多くは次代へのサバイバルをかけた戦略を模索しています。その取り組みの一環として製薬以外のヘルスケア業態への拡大展開がみられる一方、バイオ医薬品やデジタルセラピューティクスのスタートアップの動きも盛んです。さらに異

業種の大企業からヘルスケア領域への積極参入も目立ちます。これらの動きの中、新たな競合関係が生まれる一方、コンパニオン診断や、薬物療法や外科療法を補完するデジタルセラピューティクスなど、従来には無かった新しいエコシステムも生まれています。

今回のカンファレンスはこうしたヘルスケア業界の激変期にあって、企業の意思決定や戦略策定をサポートするIntelligence/Insight業務がどうあるべきか、皆さまと考える機会としたいと願っています。

午前の部は外資系製薬企業の経営者であるオヴァロ氏によるヘルスケア業界におけるIntelligence/Insightの活用についての基調講演から始まり、米国でストーリーテリングのフロントランナーとして活躍中のコンサルタントの講演が続きます。

午後の部は、国内大手武田薬品工業代表取締役の岩崎氏による特別基調講演から始まり、インサイトワークを高めるリサーチ会社各社の取り組みに関するセッション、さらに製薬企業インサイト部門とマーケティング等ユーザー部門の皆さまによるパネルディスカッションを展開します。

ヘルスケア業界激変期中、調査・インサイトを通して製品価値・事業価値の最大化を図る事業会社の皆様と、調査・インサイト・サービスで事業会社をサポートする皆様の双方にとって学びの多いカンファレンスになることと思います。

皆様のご参加を心よりお待ちしております。

## WHAT IS HMIC?

Healthcare業界でIntelligence/Insight業務に関わる人達の学習、交流の場を提供するために設立されました。今後はカンファレンスの開催など様々な活動を通じて医療の発展と人々の健康に貢献していくことを目指しています。



## PROGRAM

かつてない激変期に入った医療・ヘルスケア業界の中で、調査・インサイトを通して製品価値・事業価値の最大化を図る事業会社の皆様と、調査・インサイト・サービスで事業会社をサポートする皆様の双方にとって学びの多いカンファレンスプログラムを開催いたします。

