



いま求められる Patient Centricityマーケティングを解き明かす ～患者本位のマーケティングのあり方～

株式会社マクロミルケアネット

事業推進部 事業開発G コンサルタント

五十川 太郎



株式会社キリサメ

代表・ストラテジックプランナー

永川 芳仁



外資系広告会社JWTでの戦略プランナー、外資系コミュニケーションファームフライシュマンヒラードでの副社長を兼務し、戦略策定に特化したカンパニーブルーカレント・ストラテジーを立ち上げ、代表として10年に渡り活動。2023年にキリサメを立ち上げ、現在に至る。これまでのキャリアの中で200社以上の企業やブランドの事業計画、リブランディング、マーケティングコミュニケーションの戦略策定を主導。医療、ヘルスケアを中心に化粧品、消費財、金融、生命保険、百貨店、通信など幅広いカテゴリーに携わる。AWA2024、宣伝会議、日本マーケティング協会などでマーケティング活動についての講演も多数行っている。

開催日時

2026年4月23日(木)

18:15～19:30

会場受付 17:45～

※当日はプログラム終了後に軽食とお飲み物をご用意しております

会場

GLOBAL LIFESCIENCE HUB

カンファレンスルーム

東京都中央区日本橋室町3丁目2-1 日本橋室町三井タワー7F

※現地開催のみ 参加無料（事前申し込み制）

概要

医療用医薬品市場において、近年モダリティの進化によって同一領域内で製品の市場投入サイクルが各社短くなることで、持続的な優位性を確立しづらく、製品の差別化や浸透がますます難しくなっています。こうした環境下で、従来の医療者中心・疾患中心の医療モデルから、患者さん一人ひとりの価値観や生活背景を重視する「患者中心（Patient Centricity）ケア」への転換が、臨床現場・政策・国際機関（WHO 等）を含めて加速しており、企業にも求められています。

本セミナーでは、

- ✓この医療パラダイムの変化が、医薬品マーケティングにどのような影響を与えているのか
- ✓医師と罹患者の双方に対して、どのようなアプローチが今後有効となるのか

について、ヘルスケア領域に特化した調査会社の知見と、マーケティング戦略に特化した視点の両面から、最新の現状と示唆をお伝えします。

イベントプログラム

1. 「Patient Centricityマーケティング実現の要点」

五十川 太郎 株式会社マクロミルケアネット 事業推進部 事業開発G コンサルタント

2. 「罹患者本位のマーケティング戦略のあり方」

永川 芳仁 株式会社キリサメ 代表・ストラテジックプランナー

3. パネルディスカッション

<ファシリテーター>

五十川 太郎 株式会社マクロミルケアネット 事業推進部 事業開発G コンサルタント

<パネリスト>

永川 芳仁 株式会社キリサメ 代表・ストラテジックプランナー
小久保 佳祐 グロースインサイト合同会社 代表・マーケティングコンサルタント
瑞穂 進介 株式会社マクロミルケアネット パートナー・マーケットインテリジェンスアドバイザー

※プログラム終了後に軽食とお飲み物をご用意しております

定員

会場 60名（現地開催のみ）

※ 上限を超えた場合は、抽選等になる可能性があります

対象業界

ヘルスケア業界（製薬、医療機器、ヘルステック企業など）

※ 主催者と同業となる方にはお断りする場合がございます

参加登録/お問い合わせ

下記URLリンクからお申し込みください

<https://questant.jp/q/DYU0LA63>