

## CONTENTS

 **経営レポート** P.1  
本社ビル群オフィスリノベーション完成

 **紹介** P.4  
タレントディベロップメント部の  
新たな取り組み

 **Global hhc 活動** P.7  
転移性乳がんの患者様を対象とした  
#ThisIsMBC キャンペーン

 **ATM 活動** P.9  
千葉市立幕張小学校へ、エーザイの  
医薬品アクセスについて出張授業

 **Front Line** P.11  
コンシューマー hhc 事業部から  
最近の話題をご紹介します

 **全国フォトレポート** P.13  
オンラインレクリエーション特集  
オンラインでもコミュニケーション！

Eisai  
**Rotary**  
2021 Winter No.421

## TOP TOPICS

# 本社ビル群 オフィスリノベーション完成

多様な社員のニーズに応え、ワークライフベストを企図したアクティビティ・ベースド・ワーキングをコンセプトにした本社ビル群オフィスリノベーションは2021年10月に竣工しました。リノベーションでは、マルチワークプレイスをめざした機能強化・レイアウト変更が行われました。

## 1. 本社エントランスについて

本社エントランスは、エーザイの事業目的や hhc 活動に理解していただけるように工夫がされています。「Eisai Concept Wall」と名付けられた空間は、創業精神や企業理念と創業からの社史を描いた壁面展示になっています。

歴史展示には、まず、創業者である内藤豊次社長による「日本衛材の船出」として「コード経営と中期計画経営」の推進が紹介されています。次に、世界に通じる医薬品メーカーをめざした内藤祐次社長による「アジアへの進出と研究開発力・生産能力の充実」がしるされ、そして内藤晴夫 CEO による「理念経営の実践」「グローバル化の推進」、更に「イノベーションとアクセスを通じたSDGsの実践」について、エーザイが歩んできた歴史を写真とともに描いています。その横には、85インチの巨大モニターが設置されています。 hhc コード、 hhc 活動を紹介したコンテンツを閲覧できるとともに、コンシューマー hhc 事業部の TVCM や、顧みられない熱帯病（NTD）へのアクセス動画など、各種コンテンツを視聴できます。





## 2. 小石川ナレッジセンター (KKC) 1階について

KKC1階フロアは、「シアター、林道カフェ、共創ラウンジ、エーザイの森」の4つのエリアが連続的に機能を補完できる空間になりました。シアターや共創ラウンジは、患者様やご家族との共同化活動を行う場であり、シアターは、地域社会との良好な関係性構築を目的とし、本社地区周辺の住民や学生を対象に会社紹介や認知症啓発セミナーを実施する場としてご活用いただけます。

林道カフェには、「スターバックスカフェ」が設置されましたのでぜひご利用ください。



シアター



林道カフェ



共創ラウンジ

### "We Proudly Serve Starbucks"

We Proudly Serve Starbucks™はスターバックスの味わいを職場で楽しむことができます。

- 1 スターバックスのコーヒーを職場で体験  
Point: アラビカ種100%のコーヒー豆を使用。フルオートのエスプレッソ抽出と生乳を使ってお作りします。  
※生乳を使うメニューは時間限定
- 2 スターバックスが厳選したマシンによる高品質の一杯  
Point: スターバックスの理想のコーヒーを実現するため、数ある選択肢の中からマシンを厳選しました。(200V採用)
- 3 キャッシュレス  
Point: 交通系IC、クレジットカード(VISA、Master)で決済します。  
※硬貨での精算はできません。

提供時間  
Full-service 9:00 ~ 16:30  
Black menu only 18:00 ~ 翌朝

※16:30~18:00はマシン清掃のため販売停止  
※清掃後、翌朝まではアメリカノのみ提供

【エーザイオリジナル】Drink menu

アメリカノ Short(Hot)	100円	カフェラ Short(Hot)(Ice)	190円
アメリカノ Short(Ice)	120円	キャラメルラテ/パノラテ/ハーゼルナッツラテ	
カプチーノ Short(Hot)	170円	Short(Hot)(Ice)	190円
ココア Short(Hot)	100円	カフェモカ Short(Hot)	170円 (Ice)190円

## 3. リノベーションフロアについて

オフィスフロアのリノベーションは、本館1・2階、KKC GF~4階、飯野ビル2階~5階において実施されました。各フロアには、テレキューブ (BOX室) を多数設置してweb-meetingなどのデジタル対応機能を強化しています。また、レイアウトに関しては、これまでの固定席から円滑な組織コミュニケーションを企図したグループ単位のフリーアドレス形式に変更されています。



KKC4階



本館2階



エーザイの森

林道カフェの先には「エーザイの森」と名付けられた中庭があります。桜の木を含む大小様々な樹木が植えられているので、林道カフェとともにリフレッシュする場としてご活用いただけます。

## 購入方法 ※交通系IC、クレジットカード(VISA、Master)のみ利用可能

### 購入方法 Purchasing.

商品を選択する  
Choose your drink.

決済手段を選択する  
Choose your payment method.

決済を実行する (音が鳴るまでタッチします)  
クレジットカードの場合は、カードにタッチ/スライド/挿入を行います  
Hold the card to reader until the beep.

### ご購入時の注意事項 Notes.

- この画面が出たら、「少し待つ」(しばらくすると待機画面に戻ります)  
Wait for a next pop showing up.
- 決済が終わるまで「カードを離さない」(3秒、ビップ音が鳴るまでタッチする)  
Keep hold your card until the beep.
- 商品選択せずにカードをかざすと「残高照会 画面」になる  
If you hold the card without selecting a product, It becomes the balance inquiry screen.
- Suica PASMO Kitaca manaca ICOCA VISA
- 「使用可能なカードのみタッチする」  
Above the cards are valid.



## 4. 特別企画について

12月15日、エーザイの森に【伝統と格式の東京會館キッチンカー】ピストロ・ワゴンがやってきました！今回、KKC1階の複合施設（エーザイの森・林道カフェ・共創ラウンジ）の更なる利用促進を企図して、「エーザイの森」に東京會館のピストロ・ワゴンをランチタイムにお招きしました。

当初は100食限定の完全予約制でしたが112食の申込みがあり、追加発注をすることで応募者全員に提供することができました。

当日は天候に恵まれ、皆さまエーザイの森や林道カフェでのランチを楽しみました。



東京會館は1922年、民間初の社交場として開場し、当初より本格的なフランス料理を提供して話題を集めました。レストラン・バンケット・ウエディングを有し、本物の味とおもてなしに特化した社交の殿堂として、独自のスタイルを確立してきました。創業100周年を見据え、これからも人が華やく社交の場であり続けていられるそうです。

<https://www.kaikan.co.jp/index.html>

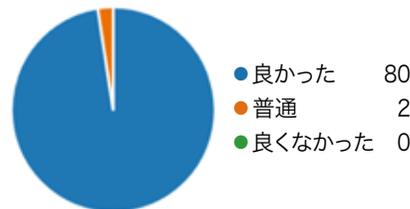
### 東京會館がより身近に

より多くのお客様に東京會館の味を気軽にお楽しみいただけるようにと始まったキッチンカー。

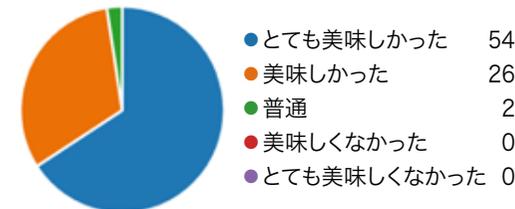
「あの味に会いに」と愛されてきた東京會館カレーやフランス料理を得意としてきた東京會館のエスプリがたっぷり詰まったピストロ煮込みごはん。当日は小海老カレーとドゥミグラス煮込みハンバーグをご用意いただきました。

## 参加者からの評価（82名のアンケート回答結果から）

今回のキッチンカー企画に関しての感想をお聞かせください。



今回のランチはいかがでしたか。



### 企画全体に対する声（抜粋）

- 普段はスタバがあるところまでしか行かないのでエーザイの森に初めて行く機会にもなり、久しぶりの知り合いにも会え、楽しいお昼ご飯の時間でした。おいしい企画をありがとうございました。
- とても良い企画だと思いました。当日も現地で関係社員の方々がフレンドリーに話しかける雰囲気にもリモート続きで忘れかけていたエーザイの温かさを垣間見る事ができました。エーザイの森や林道カフェの環境も素晴らしいと思います。
- ランチを選べる楽しさもありましたし、実際とてもおいしかったです。事前にアレルギーの記載があると安心できました。中華料理もアレルギー系が心配な方がいらっしゃるかと思いますので、ご考慮いただければと思います。今回の企画、とても良かったです！

オフィスリノベーションについては、宮島正行執行役（総務・環境安全担当（兼）国内ネットワーク企業担当）に動画でご紹介いただきました。動画は「[Eisai Community Space](#)」よりご覧ください。



# タレントディベロップメント部の新たな取り組み

紹介

従来型の“研修”から、自らの意志と責任で選択・挑戦・学び合う“研鑽”へ



タレントディベロップメント（TD）部では、2021年度より学び方改革と称して、個人の嗜好やニーズ特性等に応じて自ら選択し、挑戦するスタイルの機会提供型の研修体制へとシフトを進めています。その他、組織を超える越境型プログラム、社内越境しゃべり場Eトーク！等の新たな取り組みを開始しています。その内容について、TD部にお話を伺いました。

## 学び方改革ってなんだ？

新庄 「上村くん、“研修”を受けるのって好き？」

上村 「ぶっちゃけ、あんまり好きじゃないですね。特に会社から受けるように言われる研修は嫌いです。ただでさえ忙しいのに勘弁してくれ、内容によっては余計なお世話って思ってしまうことも。」

新庄 「だよな、突然届く研修連絡に、私もそう感じていたな、、、」

なんて、やり取りから始まった（？）とされる学び方改革。

「**自律／自立**」「**挑戦**」「**対等**」の3つのワードで紹介します。

まず「**自律／自立**」。社はコロナ以前から社員に「自律／自立」を求めています。自ら行動を起こしていただくことを期待しています。それにも関わらず、研修の多くは参加者やカリキュラム、日時と場所などをあらかじめ指定したスタイルで実施していました。皆さんに「自律／自立」を求めておきながら、実際は逆の関わりを基本にしていたわけです。

もちろん、指名型の研修が必要な場面もあります。大抵の方にとって大きな転換期（例えば、学生から社会人へ、マネジメントされる側からする側へ）となる場合は、今後も指名型で進めます。その他、全員の知識・スキルレベルが同程度である場合も指名型は有効です。しかしながら、すべての研修を指名型で実施した方が良い理由にはなりません。

次に「**挑戦**」。皆さんが挑戦したくなる時ってどんな時でしょう？ とりあえず何でも良いから挑戦がしたい！という方も稀におられるのかもしれませんが、何故挑戦するの？ 何か良いことあるの？ 具体的に何をやるの？ という辺りがあまりに曖昧だと、大半の方が挑戦する気なんて起きないのではないのでしょうか。将来の展望とそれに照らした現状、より良い将来が描ける見込み（その確度は人それぞれですが）があればこそ、人は新たな行動を起こせます。皆さんはどこに向かいたいですか、そのために今何をしますか。そんな皆さんの想いをTD部は支援していきます。



TD部会にて撮影したTD部メンバー



最後に「対等」です。これは会社と社員の関係性を指しています。会社と社員はどうしても主従の関係になりがちです。指名型の研修も言い換えれば業務命令です。先に述べたとおり、必要な場面はあります。しかしながら、個々人の考えや思いを常にはないがしろにして良いわけがありません。会社があるからこそ社員がいる、逆を言えば社員がいるからこそ会社があるのです。個人の意思を尊重するのは当然です。TD部の我々も常に命令される状況は嫌です。自分がされて嫌なことは他人にしない、こんな当たり前を追求しようと考え学び方改革をスタートさせました。

皆さんそれぞれが今必要とされるものを受講いただき、日々の仕事や暮らしに活かしてほしい、実際に試してみて学びを得てほしい、学んだことをさらに活かしてイキイキ・ワクワクしながら生きてほしい、そんな想いで進めています。

受講後はふりかえりシートの提出を求めています。余計なお世話と言われるのを承知で、学び方を学んでいただくために用意しています。人は心が動いた場面、違和感を覚えた場面から学びます。それに関わらず、多くの方がそんな場面を経験してもふりかえらず、学びを得ようとされません。日々忙しすぎるのだと思います。それでもほんの少しでもふりかえり、学びを得れば中長期的には大きな差になります。コツさえつかめば日々の暮らしから毎日学びは得られます。そのコツを得るためのふりかえりシートです。他者が作成したシートを見るだけでも学びが得られることも多くあります。学び方改革の参加後は研修内容の報告に加えて、ふりかえりシートの共有もぜひお願いします。

これぞ、まさにSECIの実践！ 学び合う組織、尊重し合う関係構築、率直にモノを言い合える風土の醸成につなげていきたいと考えています。

## 『越境』してみませんか

ここ最近『越境』に力を入れています。端的に言えば、『越境』とは所属する組織の境界を飛び越えて行き来することです。自身の仕事に関する学習・内省を促す機会として他社でも注目されています。

エーザイにはhhc理念があります。例えどれだけ意見がぶつかっても最終的に目指しているものは同じという道標のような存在です。しかしながら、人は本能的に安定や安心を求めますし、過去の経験に左右されます。それがいつの間にか前例主義となり、多くの人にとっての“当たり前”を形成し、率直に意見交換する場面が減っていく…。皆さんの周りにそんな“当たり前”は存在していませんか。エーザイの常識が世間の非常識なんてことはないでしょうか。そんな組織からアツと驚くようなものが生まれ、所属するメンバーが成長実感や達成感を覚えてイキイキ・ワクワク過ごすことはできるのでしょうか。

何が自分たちの“当たり前”になっていて、その“当たり前”を今後も大切にするかどうかを考えることは大切です。しかしながら、同じ場所でそれなりの時間を過ごすと、“当たり前”が“当たり前”過ぎて違和感すら覚えられない。だからこそ、今いる組織の境界を飛び越えて行き来する必要があるわけです。





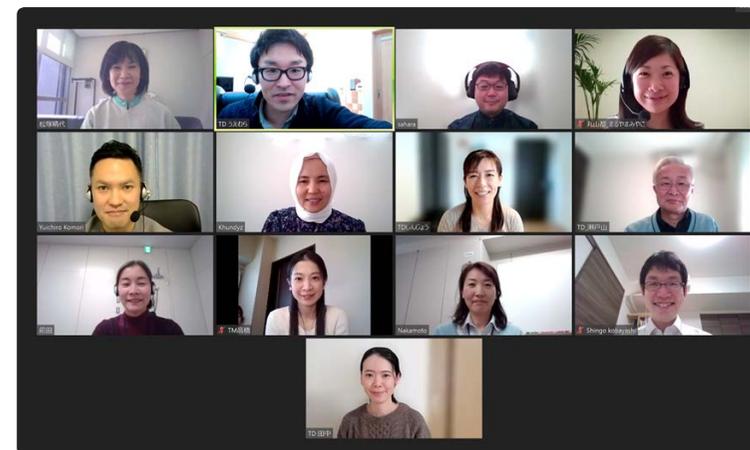
## 紹介

現在TD部が提供している社外への『越境』はJammin'とuTIE、そして異業種メンバーとともに学ぶ公開講座がメインです。Jammin'とuTIEは実際に存在する社会課題を解決する事業創造型の取り組みです。今年度から始めたばかりですが、今後も多くの方々にご参加いただきたいと考えています。公開講座は学び方改革に多く盛り込んでいます。講座の多くは途中でグループ討議をする時間が設けられます。異業種のメンバーがこれまでの経験をベースに意見を交換します。講義内容だけでなく、その時間から多くを学ぶことができる機会です。これら以外の機会も積極的に増やしていきたいと考えています。

社内での『越境』となると、まずはEKKYOです。直近では10組織で実施され、40名の方が参加されています。その他、新しいところでは社内越境しゃべり場Eトーク！を9月から始めました。コロナ禍で社内であっても対面の機会が減り、ふとした出会いが減っている状況を考慮した取り組みです。オンラインであれば、働いている場所に関係なくつながりを持てるため、これまでにない関係構築になると期待しています。現在は、毎週様々なテーマに沿って参加者が自由に語り合うEトーク！通常版と、特定のテーマについて社員が講演する不定期開催のEトーク！特別版の2本立てで実施しています。

どちらもいわゆる研修のような建てつけにはしていません。まずはゆるくでもつながれば良いと考えています。『越境』に必要なことは、所属する組織の境界を飛び越えた行き来ですから、その機会づくり、そして何度か行き来する中で自分の持つ“当たり前”に気づく、時として“当たり前”を疑うことにつながれば良いと考えています。

皆さんとても忙しい毎日をご過ごしておられると思います。でも時折少し立ち止まり、いつもと違う時間を過ごしてみませんか。すぐに効果のあるものだけでなく、もしかしたら皆さんの人生に何かしらの意味があるかも？という観点も大切にして、TD部は今後も様々な機会を創出していきます。多くの方々にはこれまでにない経験をしていただけたらうれしいです！



Eトーク！『子育てを語ろう』の実施風景

## 転移性乳がんの患者様を対象とした#ThisIsMBCキャンペーン

エーザイの米国子会社であるエーザイ・インクが、転移性乳がん（以下、MBC）に関する啓発や患者様支援に取り組む非営利団体（NPO）METAvivorと協力して2016年から#ThisIsMBCキャンペーンに取り組んでいます。#ThisIsMBC啓発キャンペーンは、クリエイティブな表現で疾患啓発を行い、MBCとともに生きる人々の真実を伝えることで、患者様とご家族を支援し、さらにMBCの研究開発を促進することを目的としています。患者様やご家族の歩みを記録し、SNSを通じて情報発信を行うことで、サバイバー仲間を勇気づけ、一般の人々がMBCの影響を知る啓発活動を行っています。ここでは、毎年実施しているキャンペーンをご紹介します。

**2017年**

### #ThisIsMBC Serenity（セレニティ）キャンペーン

「#ThisIsMBC セレニティ・キャンペーン」が開始され、ボディペイントを施した16名の転移性乳がん患者様の写真を水中で撮影し、社会に広く転移性乳がんの現状を啓発すると同時に、SNSを通して患者様同士のつながりの大切さを訴えました。患者様のストーリーは[こちら](#)よりご覧ください。



**2018年**

### #ThisIsMBC Elements（エレメンツ）キャンペーン

「#ThisIsMBC エレメンツ・キャンペーン」では、9名のMBC患者様について、MBCが心身に与える影響を伝える患者様ご自身の写真と動画を通じて表現しました。創造的な表現を通じて、それぞれの経験を共有することでMBC患者様とご家族、友人を勇気づけるとともに、サポートし、励まし合う関係を築き、病気に対する誤解を無くすことを目的としました。

患者様のストーリーは[こちら](#)よりご覧ください。



同キャンペーンは大変な反響を呼び、乳がんを経験した方のランジェリーや水着のデザイナーである小野アナ氏の興味を引きました。小野氏は、ニューヨークファッションウィークのファッションショーで、#ThisIsMBCエレメンツ・キャンペーンを紹介しました。ショーでは、エレメンツ・キャンペーンに参加されたMBC患者様がモデルに起用され、乳がん患者様用のランジェリーを身に着けて、ランウェイを歩きました。



**2019年**

**#ThisIsMBC Beneath the Breast (胸の奥) キャンペーン**

「#ThisIsMBC Beneath the Breast (胸の奥) キャンペーン」では、MBC患者様の胸の奥の問題への関心を高めることを目的とし、7名のMBC患者様とパートナーがMBCと診断された後のコミュニケーションや愛情表現、家族計画と生活の変化といったデリケートな問題について語りました。

患者様のストーリーは[こちら](#)よりご覧ください。

**2020年**

**#ThisIsMBC Perseverance (忍耐) キャンペーン**

「#ThisIsMBC Perseverance (忍耐) キャンペーン」では、12名の患者様が、MBCを患う中で日々感じる喜び、直面する困難やMBCの現実を写真や動画を通じて表現し、MBCについて啓発を行い、一般の人々がMBCを理解し受け入れることを目的とし、それぞれのストーリーを共有しました。

患者様のストーリーは[こちら](#)よりご覧ください。



PerseverancePROJECT #ThisIsMBC mbcinfocenter METAVIVOR Eisai

**2021年**

**#ThisIsMBC FearLESS (大胆不敵)**

今年は「#ThisIsMBC FearLESS (大胆不敵)」が開始されました。10名の患者様がMBCと診断されてから友情、コミュニティや毎日の充実した生活を通じて、大胆不敵に生きていることをそれぞれの写真と動画ストーリーを通じて表現します。今回のキャンペーンでもMBCについて啓発を行い、一般の人々がMBCを理解し受け入れることを目的としています。

患者様のストーリーは[こちら](#)よりご覧ください。



fearLESS #ThisIsMBC METAVIVOR Eisai

エーザイ・インクは、本キャンペーンを通じて、今後もMBC患者様とご家族をサポートし、一般の人々へのMBCに関する疾患啓発に取り組んでいきます。



ATM活動

# 千葉市立幕張小学校へ、エーザイの医薬品アクセスについて出張授業

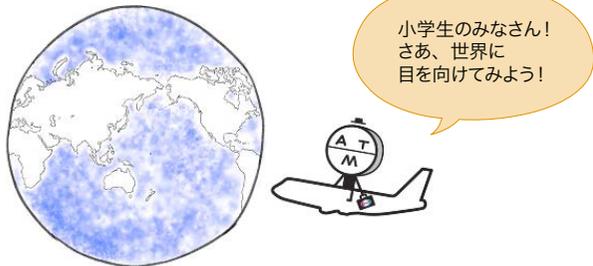
千葉市立幕張小学校にて、エーザイの社員が、小学4年生の3クラスの児童の皆さんに向けて出張授業を行い、当社の医薬品アクセス向上への取り組みを紹介させていただきました。小学生を対象にしたSDGsに関する授業を行うことは、当社にとって初めての試みでした。



開催のきっかけは、幕張小学校の先生が、当社ホームページやSDGs×ライフキャリアについて楽しく学ぶ書籍「未来の授業 SDGsライフキャリアBOOK」（出版元：宣伝会議）を通じてエーザイの医薬品アクセス向上への取り組みに興味をもっていただいたことです。先生との事前の打ち合わせで、COVID-19下の影響のため大きな講堂で一堂に集えないことを知り、4年生の3クラスに一人ずつ講師を派遣し、その日の3時間目に一斉に授業を行いました。

「小学校の児童の皆さんに、社会の一員として、SDGs達成に向けて自分たちができる取り組みについて考えてもらう」助けとなることをめざし授業の内容を構成しました。

実際の授業においては、「病気になったら病院に行って、お医者さんに診てもらったり、薬を飲んだりする」というような、日本の小学生にとってはごく普通のこと必ずしも当たり前ではない、そんな世界の現状を伝えました。そして、世界中の人々に必要な薬を届ける私たちエーザイの取り組みの事例として、リンパ系フィラリア症（LF）の治療薬のひとつであるDEC錠を発展途上の国々に届ける活動を紹介しました。薬を服用する習慣のない国々で、薬を飲んでもらうための活動に参加している現地の子供たちの様子などを紹介し、子供たちにもできることがあることなどを伝えました。



インド

LFに関する説明を聞いた子供たちは、家に帰り、家族に薬を飲むことの大切さを伝えます。



インドネシア

イベントでLFに関する歌やダンスをすることによって正しい知識を参加者に伝えています。

児童の皆さんは私たちの話を真剣に聞き、授業内では答えられないほど沢山の質問を投げかけてくれました。「フィラリアって目に見えるの?」「フィラリア症に感染したらもう治らないの?」「日本でフィラリア症がまた流行ることはあるの?」「薬を作るときが一番大変なことはなに?」といった、小学生ならではの自由な発想かつ私たちにはない視点からの質問やコメントは、私たちが当たり前だととらえていたことを改めて見直す貴重な機会となりました。

児童の皆さんが日頃からSDGsについて熱心に勉強をしていることと、私たちの出張授業の前に幕張小学校の先生方が学習準備をしてくださったことが、活発で有意義な授業の内容につながりました。また、児童の皆さんの前向きな姿勢に大いに刺激を受けました。改めて、児童の皆さんと先生方に感謝申し上げます。

サステナビリティ部とPR部は、これからの未来を担う若い世代の方々に、当社の医薬品アクセス向上の活動をさらに知っていただけるよう、より一層社外に向けた発信に取り組んでいきます。



## 授業の様子

4年生3クラスの児童の皆さん向け  
一斉に授業を行いました。

1組



PR部 池尻 圭井子さん

2組



サステナビリティ部 オウイさん

3組



PR部 ボルトカン クドゥスさん



サステナビリティ部 飛弾 隆之さん

## 授業で使用したスライド

小学校の児童の皆さんに伝わりやすい内容にするため、幕張小学校の先生方からの意見も取り入れ、社内で議論を重ね、作成しました。



エーザイは、SDGs達成に向けてGOAL3「すべての人に健康と福祉を」のほかに、GOAL1「貧困をなくそう」、GOAL6「安全な水とトイレを世界中に」、GOAL10「人や国の不平等をなくそう」、GOAL17「パートナーシップで目標を達成しよう」について、世界中の多くのパートナーとともに取り組んでいます。

### リンパ系フィラリア症の原因

病原体：寄生虫  
マダネフィラリアの顕微鏡写真

媒介昆虫：蚊  
ネッタイシコガの写真

感染した蚊が健康な人を刺す

フィラリアが人の体内で成長して、感染した人の足などが腫れていく

感染した人の血を吸った蚊がほかの人を刺し、病気がどんどん広がる

(James Guthary CDC)

リンパ系フィラリア症は蚊に刺されて、寄生虫によって広がる病気です。足などが象のように腫れるので、象皮症とも呼ばれています。患者さんの多くは子供時代に感染して、大人になるまでに症状が出てきます。

出典：Eisai ATM Navigator

### 薬を届ける以外に必要なこと

薬を届けて、村の全員に飲んでもらうために色んな人たちが協力し合って、様々な活動を行っているね！

ところで、この病気をなくすためには薬を届けるだけではまだ足りません。貧しい人たちは、水道やトイレが整っていない不衛生な環境で暮らしているため、リンパ系フィラリア症など、様々な病気にしやすいのです。その人たちは、病気によって働けず、お金も稼げないため、ますます貧困から抜け出せなくなります。

病気を完全になくすために、不衛生な環境を改善することもとても重要です！

貧困 → 不衛生な環境 → 疾病感染・蔓延 → 労働力・生産性の低下 → 貧困

出典：Eisai ATM Navigator

### 薬を飲んでもらうための活動～知識を広げる

村の人たちに病気の知識を教える(インド)

現地の言葉で作成したパンフレットとDEC錠の説明書

出典：エーザイ・コールセンターサイト、Eisai ATM Navigator

### 薬を飲んでもらうための活動～集団投与

PENCANANGAN NASIONAL (BULAN ELIMINASI KAKI GAJAH)

MINUM OBAT BERSAMA UNTUK WUDHUKAN BERSAMA

リンパ系フィラリア症をなくすために政府が主催するイベント(ヘルカガ)(インドネシア)

薬の飲み方を村人に示す政府の方(バアニューギニア)

出典：エーザイ・コールセンターサイト、Eisai ATM Navigator



## 「新セルベール整胃プレミアム」 新TVCM放映開始

第2類医薬品



「新セルベール整胃プレミアム」の新イメージキャラクターとして、女優の木村佳乃さんを起用し、新TVCMを12月上旬より全国で放映開始しました。

### 新TVCMストーリーのみどころ

新CMは、母親役の木村佳乃さんと夫と息子の3人家族で登場する、平日の夕飯シーンからはじまる家族のストーリーです。ついうっかり、いつもより食べ過ぎてしまう木村さんは、美味しくそうに唐揚げを頬張ります。夕飯の片付けをしている頃にはなんだか胃が…「あのひとくち、あの一個が…」と後悔…そんなママに夫と息子が、ママの心境を看板タイトルで表現します。やさしい夫はそんなママにスツと「新セルベール整胃プレミアム」を差し出します。服用後はすっかり胃もたれも良くなり、また楽しそうに食事をする家族の日常シーンが描かれています。

今回、日常シーンの中に舞台のような仕立てを入れることで、CMとしてのコミカルさを引き出しています。さらに、美味しく料理を食べる表情から、胃もたれの表情、また元気になる表情と、15秒の中で盛りだくさんの表情を見せてくれる木村さんのチャーミングかつキュートなママの演技にもご注目ください。



### 撮影時のエピソード

残暑厳しい9月に行われた撮影でしたが、セルベールのパッケージのように明るいオレンジとグリーンのエプロンに身を包んだ木村さんが「よろしくお願いします!」という挨拶と共に現れると、スタジオは一気に活気づき、明るい雰囲気の中撮影がはじまりました。夫役、息子役との顔合わせは撮影現場が初めてでしたが、木村さんからお二人にたくさん話しかけられ、すぐに家族の和やかなムードが出来上がっていったのが印象的でした。

「うっかり食べ過ぎてしまう」時の心の機微を、なんとか表現したい作品でしたが、監督からの細部にわたる演技指導にもお応えいただき、時には木村さんからもアイデアをいただきながら、絶妙な表情やナレーションで見事に共感性のあるシーンを表現していただいています。胃もたれしてしまう表情の演技ひとつをとっても、たくさんのバリエーションにチャレンジいただき、どれもチャーミングで捨てがたく、撮影しながら仕上がりへの期待感がぐんぐんと膨らんでいった現場となりました。  
(※感染防止対策を十分に実施し、撮影しています。)



### TVCM概要

TVCMタイトル：「新セルベール整胃プレミアム<錠>」  
(うっかり食べ過ぎ、やっぱり胃もたれ篇)  
放送開始日：2021年12月上旬～ 放送エリア：全国  
出演：木村佳乃さん 公式Youtubeは[こちら](#)

「新セルベール整胃プレミアム」商品の詳細については、[こちら](#)をご覧ください。



Front Line

# コンシューマーhhc 事業部から最近の話題のご紹介

## チョコラBBブランド4品が「マザーズセレクション大賞2021」を受賞!

チョコラBBブランドのチョコラBBプラス（第3類医薬品）、チョコラBBロイヤル2（指定医薬部外品）、チョコラBBライト（指定医薬部外品）、チョコラBBスパークリング（栄養機能食品）の4品が、一般社団法人日本マザーズ協会\*が主催する「第13回マザーズセレクション大賞2021」を受賞しました。



マザーズセレクション大賞は、日本の子育て支援・母親支援の一環として、年に一度、一般のお母さんたちからの投票の得票結果で選出し、表彰されるものです。

※一般社団法人日本マザーズ協会ウェブサイトは[こちら](#)  
投票期間：2020年9月1日～2021年8月31日



アルコールタイプ

本体ボトル：250mL  
(約800プッシュ)  
希望小売価格：  
税込1,408円（雑貨）

つめかえ用：200mL  
希望小売価格：  
税込968円（雑貨）

## イータック® 抗菌化スプレーα

ウイルス・菌が気になるところにシュッとスプレー。抗菌・抗ウイルス作用が1週間持続。持続&速乾のアルコールタイプ

イータック® 抗菌化スプレーαは、持続型抗菌成分Etakを配合し、「ウイルス・菌を寄せ付けたくない」と願う生活者の皆様の想いにお応えしている商品です。

このたび、スプレー後の速乾性を高めたアルコールタイプを新発売しました。毎日のウイルス対策で欠かせない蛇口や洗面台などの水回りにお奨めです。

### 製品担当者からのメッセージ

身の回りのウイルスや菌が気になる今。「触るモノには、イータック！」  
今冬、スプレーαのアルコールタイプを新発売いたしました。  
気になるところを週に1度のイータックで安心エリアに！  
ノンアルコールタイプ、アルコールタイプ、スプレータイプ、ウエットシートタイプ。  
使用場所に依りて、ぜひ使ってみてください。

コンシューマーhhc 事業部 プロダクトマネジメント本部 森園 貴子さん

# 全国フォトレポート



## オンラインレクリエーション特集 オンラインでもコミュニケーション!

### インドへ行った気になるレク

タージマハル・バーチャルツアー+お取り寄せインドカレーを食べるレクを実施しました。現地の方の臨場感あるガイドとカレーの匂いも相まって束の間のインド気分を味わいました。普段は別々の業務をすることの多いメンバーですが、美味しいカレーを食べながらワイガヤ楽しい時間でした!

本社 HX  
永井 尚美さん



インドカレーで  
集合写真



タージマハル  
バーチャルツアー



### オンラインお絵描きで画伯誕生

総環ではTeams機能を利用したオリジナルゲームでチーム対抗戦を実施しました。

下のイラストはオンライン美術館とある重要文化財を鑑賞後、各チーム制限時間3分でホワイトボードに描いた画伯達による名画です。

東京リベンジャーズやクレヨンしんちゃんの母みさえなどの登場に、一同爆笑しましたが、最後は写楽らしい江戸兵衛を描けた芸術の秋でした。

本社 総務・環境安全部  
石橋 健次さん



東京国立博物館オンライン観賞&お絵描き対決：「Teamsホワイトボード」による模倣画  
「三代目大谷鬼次の江戸兵衛・東洲斎写楽筆」



Eisai  
**Rotary**

エーザイ ロータリー421号

2021年12月 発行責任者：三好 良岳

発行：PR部 〒112-8088 東京都文京区小石川4-6-10

☎03-3817-5120 制作：(株)太平洋

※本データには、多くの個人情報を掲載しておりますので、  
取扱いには十分にご留意いただきますよう、よろしくお願い申し上げます。