

Interview

武田薬品の創薬研究部門を分社化したアクセリド・ドラッグ・ディスカバリー・パートナーズ（ADDP）は、今年7月1日に設立5周年を迎える。武田の研究者たちが立ち上げ、仕事内容は「自社創薬」から「受託研究」へと変化した。ADDPの池浦義典社長にこれまでの5年を振り返ってもらった。

——事業の状況は。

池浦 右肩上がりで成長してきた。設立当初は武田からの受託のほか、我われのオフィスがある湘南ヘルスイノベーションパーク内の企業からの依頼が多かった。いまでは武田時代から築いてきたネットワークを生かし、顧客数は160件以上、製薬企業からのリピート率は87%にのぼる。国内もさることながら、欧米のビッグファーマとも契約を結んだ。企業名は開示できないが、こういった実績が我われの自信につながっている。

——受託は低分子創薬が中心か。

池浦 設立当初はそうだったが、幅広い顧客の要望に応じられるよ

池浦義典・アクセリド・ドラッグ ディスカバリー・パートナーズ社長 アウトソーシングで創薬研究を効率化 低分子医薬品の重要性は変わらない



86年3月京都大学大学院薬学研究科卒業後、武田薬品入社。11年4月武田薬品 医薬研究本部 炎症疾患創薬ユニット長、14年11月医薬研究本部湘南サイトヘッド。17年7月Axcel Drug Discovery Partners 設立時にCEOに就任し現在に至る。このほか、マサチューセッツ工科大学ポスドクトラルフェロー、日本製薬工業協会研究開発委員会委員長などを歴任。

うに、評価技術は核酸や細胞医薬といった新たなモダリティにも広がった。さらに、21年4月にメッセンジャーRNA医薬品を受託開発製造する「アルカリス」を設立し、今年7月からサービスを開始する予定。創薬に関わる技術は裾野が

広く、展開が早い。これからも機能強化を進めていく。

——設立当時は武田の完全子会社だったが、投資会社「ウィズ・パートナーズ」の創薬維新ファンドの傘下に入った。変化はあるか。

池浦 武田の子会社だったときは、ほかの製薬企業から「プロジェクトを依頼したときに、武田に漏れないか」という質問をよく受けた。もちろん、そんなことはないと言明して顧客に納得してもらったが、やはり一部からは心配する声も聞こえた。我われとしても製薬企業に幅広く支援するため、武田から完全独立の道を選んだ。これによって「安心して依頼できる」と顧客になってくれた会社もある。

——ターゲットにしている企業は。

池浦 顧客は製薬企業の大手から中堅、アカデミア、ベンチャー、医薬非専門などに分散している。それぞれニーズが異なり、なかでも中堅の製薬企業は自社創薬への危機感が高く、我われの経験値に期待して依頼がくる。アカデミアやベンチャーは限られた予算のなかで、要望に込めている。

——営業はどうかけているか。

池浦 設立当時、営業部門はなかったが、いまはセールス部門とマーケティング部門を設置した。セールス部門は顧客にしっかり情報提供できるように、元研究者でセールスに興味のある人や適性のある人が担当。一方、マーケティング部門は他社で経験がある人に加わってもらった。いかに幅広い顧客に訴求するか、いくつかの顧客カテゴリーに対してどう訴求していくかといった戦略を練っている。

——競合する会社はあるか。

池浦 日本では直接的に競合する会社はないと考えている。一方、海外には我われよりも多くのサービスを提供し、価格が安い企業もある。しかし、創薬研究は単純なものではない。技術をすべて揃えてくるわけではない。我われの競合優位性は、いかに新しいアイデアを出すかにある。顧客の悩みに対し解決策を提案し、実験から得られた結果を我われが解釈して次の提案に結び付ける。だから、テクノロジープロバイダーではなく、創薬ソリューションプロバイダーを標榜している。

——多くの企業がバイオ医薬品の開発に取り組むなか、低分子医薬品の可能性については。

池浦 ひとつの製品の売上高で見ればバイオ医薬品のほうが大きく見えるが、新薬の数で言えば低分子のほうが多い。医療経済的に見ても、今後も低分子の重要性は変わることはないと考えている。とはいえ、低分子創薬をこれまでと同じように進めていたのでは、成功確率の面でまだまだ課題は残っている。だからこそ、我われが継続して改善に取り組まないといけない。

——前身となる武田の湘南研究所は複数のブロックバスターを生み出した一方、分社化する前は生産性の低下が外部から指摘されていた。これまでどう改善してきたか。

池浦 アクセリドが生まれたのは武田の戦略変更に伴うものだが、我われとしても生産性の改善は課題として捉えている。それは、武田がどうこうではなく、業界全体の認識だ。低分子創薬はどうしても時間がかかり、成功確率もあまり高くない。海外ではオープンイノベーションやアウトソーシング

の活用が進むが、日本ではあまり進んでこなかった。理由のひとつに本来の意味で受託できる会社が多かったからだろう。

——創薬研究のアウトソーシングは、生産性の改善につながるか。

池浦 我われがさまざまな試験を集約して受託することで、回転数を上げることができる。例えば、評価するのに1ヵ月かかっていたものを、我われなら1週間で結果を出すことができ、期間の短縮につながる。また、各社が抱えている固定費を外注によって流動費に変え、投資対効果を高められる。何より、アウトソーシングに特化した我われが新たな技術を導入し、生産性の改善に努めている。

——YouTubeで「いけちゃんねる」を開設しているが、反響は。

池浦 創薬の研究者だけでなく、異業種の人からも「見ました」という連絡をもらえた。創薬に関わりのない人でも、興味を持ってもらえる機会になっていると感じている。YouTubeは、社員からの提案だった。私も楽しんで取り組んでいる。ぜひチャンネル登録をお願いします。（長谷川）

——海外市場は狙っているか。

池浦 今後の成長に向けて、海外市場を抜くには語れない。海外からの依頼は創薬プロジェクトをまわること請け負うケースが多く、億単位の売上げが見込める。22年度の海外売上高は21年度の2倍に拡大させ、全体の売上高の最低1割できれば2割をめざしたい。将来的には海外の売上げが大きくなるだろう。もちろん土台は日本だが、グローバル企業になりたい。

——海外顧客の獲得は。

池浦 海外顧客の獲得のために、最近ではSNSを使ったり、ウェビナーを活用したりなどの取り組み

みをしている。また、海外のコンサルタントと契約を結び、ベンチャーを紹介してもらって、個別にプロモーションをかけている。

——新規株式公開の時期は。

池浦 持株会社のアクセリドでは23年度中をメドに準備している。実際に上場するとすると一朝一夕にはいかないから、一昨年から協議を始めた。業績はかなり順調に伸ばしてきたが、いつかは踊り場が来るかもしれない。上場に向けても、今年度がひとつの大きな転換点になる。もう一段気を引き締めて、顧客へのサービスの充実とともに、プロモーションに注力し