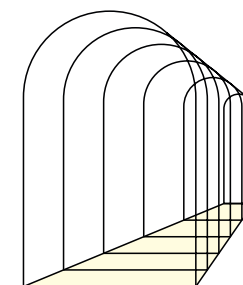


Daiichi Sankyo くすりミュージアム

書籍『企業ミュージアムへようこそ ―PR資産としての魅力と可能性―』下巻より抜粋

企業 ミュージアム へ ようこそ

PR資産としての
魅力と可能性



Welcome to
Corporate Museums.

ブランドストーリーを伝える
究極のオウンドメディア

教育・観光・イノベーション拠点としての
企業ミュージアムを徹底解説

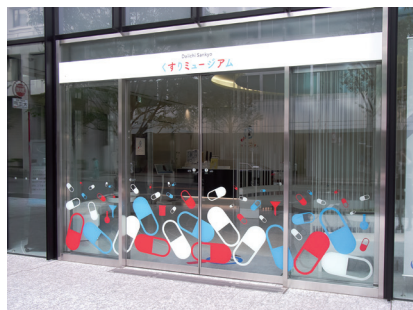
「くすりの楽しさ」で 創薬の未来を変革

Daiichi Sankyo くすりミュージアム

所在地：東京都中央区

運営：第一三共株式会社

オープン：2012年



Daiichi Sankyo くすりミュージアム入り口 (写真提供：第一三共)

「くすりの街」の体験型ミュージアム

江戸時代に城下町として栄え、近年では都市開発で高層ビルが続々と誕生した、東京・日本橋。伝統と近代性が融合するこの町の中で、中心地域の役割を担った本町エリアは、かつて徳川家康から薬種問屋街に指定された歴史を持つことから「くすりの街」としても知られ、今でも多くの大

手製薬会社が本社を構える。

町のシンボルの一つである日本橋三越本店を背に、そびえ立つビル群を進んでいくと、突如としてポップなカプセルの絵が施されたガラス張りの入り口が現れる。第一三共が運営する「Daiichi Sankyo くすりミュージアム」だ。

第一三共は、三共と第一製薬とが2005



Daiichi Sankyo くすりミュージアム2階展示スペース (写真提供：第一三共)

(平成17)年に経営統合して誕生した大手製薬会社である。グループでは、がん領域を中心とした医療用医薬品から、OTC医薬品(処方箋がなくても購入できる医薬品)まで、幅広いくすりを開発・製造・販売する。さかのぼると、三共が創立時に発売した消化酵素剤「タカザアスターゼ」は、夏目漱石の小説「吾輩は猫である」に登場するほど

長い歴史を持つ。2023(令和5)年には、国内で初めて新型コロナウイルス感染症のmRNA(メッセンジャーRNA)ワクチンの製造販売を承認された。

Daiichi Sankyo くすりミュージアムは、2012(平成24)年2月にオープンした無料の体験型施設で、「くすりと、もっと仲良くなる」のコンセプトの下、新薬開発や薬

剤のはたらきについて学べる場となっている。開館以来、当初の目標であった年間1万人を大きく上回る数の来館者を迎え入れ、2022（令和4）年には開館から10年で累計14万人に達した。第一三共本社ビル1階・2階部分に位置し、総床面積は387.23平方メートル。2024（令和6）年時点では事前予約制となっており、4人のスタッフが常駐している。

デジタル技術と体験に特化した、 くすりの情報発信基地

Daiichi Sankyo くすりミュージアムは、一般的な「資料館」や「博物館」とは大きく異なる。歴史的な資料や収集物の展示はなく、あるのは近未来的な空間に並び、大型スクリーンやデジタルゲーム、コンピューターグラフィックス（CG）といったデジタルコンテンツ。ここは、企業ミュージアムとしては珍しく、“デジタル技術”と“体験”に特化したミュージアムなのだ。

また、同ミュージアムが発信しているの

は、自社の製品や歴史ではなく、「くすり」そのものについて。子供から大人までを対象に、専門性が高く、一般の生活者にはあまりなじみのないくすりの楽しさを学び、大切さを理解する機会を提供している。

見て、聞いて、触って！ 「くすりの世界」に没入せよ

館内は、「からだにくすり」「くすりの種」「くすりはたらき」など複数のエリアで構成され、さらにそれらが22の展示コーナーに分かれている。入館すると、まず受付で渡されるのが、ICチップ内蔵のメダル。これをカプセル型のモニター「カプセルエントリー」で登録し、館内の各所に設置されたスポットに置いて、押し回したり操作することで、さまざまなくすりの謎が解明できるという仕組みだ。

エントリーを終えた後は、いざ展示エリアへ。一歩足を踏み入ると、スペースシップのような空間が広がり、胸が高鳴る。この展示エリア「からだにくすり」では、人



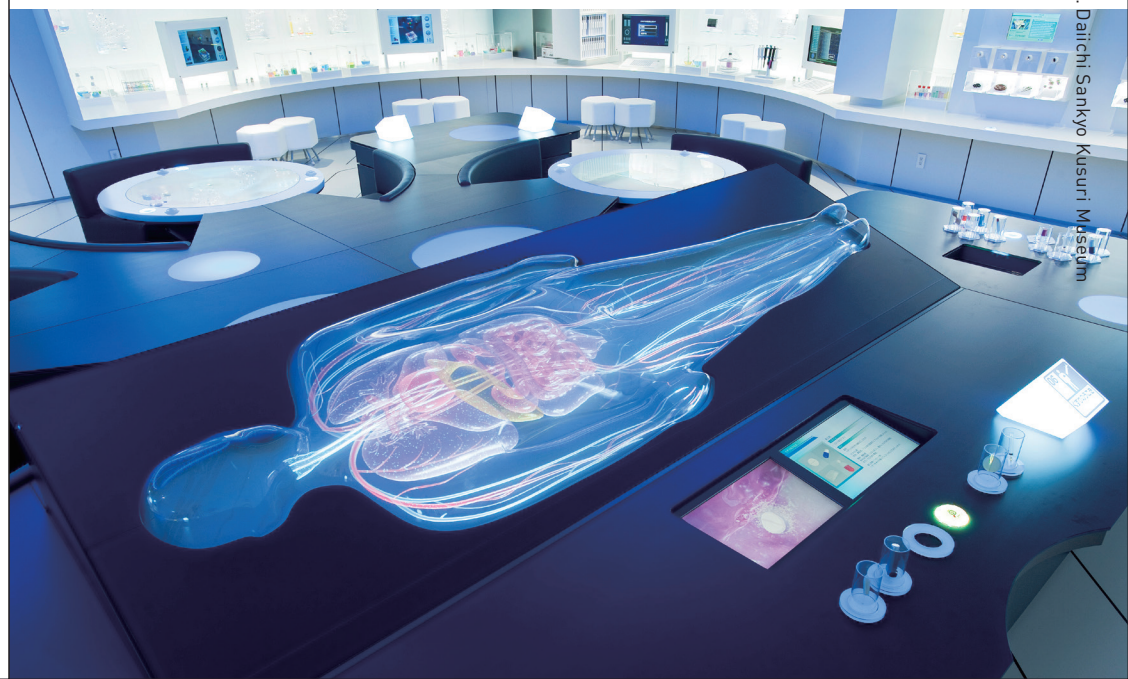
「からだにくすり」の展示エリア（写真提供：第一三共）

体がどのように構成され、病気のときに体内で何が起こるのかを、バーチャル映像で学ぶことができる。「実はこのエリア、人間の消化管をイメージして作られています」と教えてくれたのは、館内を案内してくれた第一三共ビジネスアソシエ総務推進部の薄井健氏。この通路が消化管であれば、

来館者は消化管を通して体内を巡る「くすり」。くすりの世界への冒険が、コンテンツだけではなく、空間全体で演出されていることに気付く。

続いては、メインの展示スペースへ。白を基調とした空間に、くすりの模型や、材料となる植物や生物の標本、実験機材などが並んでおり、その様はまるでラボラトリーをほうふつとさせる。それぞれが独立した展示コーナーとなっていて、メダルを置くとゲームやクイズ、映像コンテンツなどを開始できる。

ここでひときわ存在感を放つのが、スケルトンの巨大人体模型だ。一見すると、白く光るプラスチック製の人体が横たわっているだけのようだが、これも「くすりのうごき」の展示。飲み薬や注射剤、坐剤など、



「くすりのうごき」の展示コーナー（写真提供：第一三共）



2階にある受付と「カプセルエントリー」（写真提供：第一三共）



ICチップ内蔵メダル（写真提供：第一三共）

特定のくすりの種類を選ぶことで、消化管や内臓が人体模型に浮かび上がり、薬剤が体内をどのように巡っていくのか、吸収から排泄までの旅路を見ることができる。

さらに、ゲームコンテンツも充実している。例えば、円卓の展示「くすりはたらき」では、特定の病気に対するくすりの効果を、対戦ゲーム形式で学ぶことができる。試しに「心臓発作」を選んでみると、原因となる血管内のコレステロールを正常値に保つために、余分なコレステロールをすくい上げて排除する、いわゆる「コレステロールすくい対戦」が始まった。ほかにも、最適な化合物を作る「ドラッグデザイン」を模した3D パズルゲームや、くすりとして役立つ化合物を見つけ出す「スクリーニング」のゲームなど、創薬のプロセスについてもゲームを通じて体験できる。

これらの展示コーナーで特筆すべきは、来館者それぞれが、知りたい薬剤や病気について選択できることであろう。ゲームにせよクイズにせよ、幾つかのオプションから選ぶ工程が多くあるため、異なる選択をすると新たな知識や発見に行き着く。限られた空間の中でも、くすりの世界の深遠な広がりを感じ、リピーターも飽きることなく楽しめる仕掛けになっている。

組織横断的に制作する映像コンテンツ

Daiichi Sankyo くすりミュージアムには、映像コンテンツが数多くそろっているのも特長の一つだ。3画面の大型スクリーンを備えた「くすりシアター」では、「くすりの未来」や「くすりと日本橋」など複数の映像が上映されている。動画制作は時に、社内の専門部署の協力を得ることもあ



展示エリア「くすりはたらき」(写真提供：第一三共)



「くすりシアター」(写真提供：第一三共)

り、例えば2023年3月に上映開始となった新作動画「人々を感染症から守るワクチン」は、社内のワクチン開発を担当する部署と連携したという。

また、同ミュージアムで学べるのは、くすりについてだけではない。くすりを作る人々にもスポットライトが当てられていて、社員へのインタビュー映像もその一つだ。研究員やMR（医薬情報担当者）など、実際の新薬開発のさまざまな工程に携わる社員が登場するが、仕事内容や創薬にかける思いを聞ける機会は、なかなかない。

先述の通り、館内には自社に関する歴史的展示物はほぼないが、社員らの専門知識や経験を生かして、組織横断的にコンテンツを制作することで、第一三共ならではのミュージアムとなっているわけだ。もちろん、こういった映像コンテンツは対外向けに発信しているものだが、「自分た

ちの仕事が外に発信されることで、社員の誇りにもつながる」と第一三共調達管理部の臼井文浩氏は話す。同ミュージアムが、インターナル広報として社員の意識向上や一体感の醸成にも寄与している様子がうかがえた。

くすりのパーセプションチェンジを実現

さて、ここまで展示エリアについて紹介してきたが、コンテンツのクオリティーやエンターテインメント性の高さだけをとっても、ここが入館無料の施設であることに感嘆する。「くすり」のミュージアムを運営する背景には、どういった目的や意義があるのだろうか。

取材に協力いただいた第一三共グループ社員の方々に、Daiichi Sankyo くすりミュージアム設立に至った経緯を伺うと、当時、中学校での「医薬品の教育」の義



取材に協力いただいた第一三共グループ社員の皆さま。左から、第一三共ビジネスアソシエの薄井氏、第一三共の高嶋 朗氏、第一三共ビジネスアソシエの岡部宗祐氏、大葉祐子氏、第一三共の臼井氏（写真提供：第一三共）

務化や、くすりの購入経路の多様化などを背景に、製薬企業に対しても、くすりに関する教育や情報開示への期待が社会的に高まっていたとのこと。それならばと、企業としての社会貢献活動の一環として、第一三共のみならず、広くくすりや製薬業界への理解・信頼の醸成に寄与すること、そして、日本橋地域の活性化にもつながる活動を目指して、同ミュージアムが設立された。設計する際に着目したのは、「くすりの楽しさ」。楽しみながら、くすりのはたらきや創薬について学べる場とした。

ところで、「くすり」に対して、皆さんはどんな印象を抱いているだろうか。筆者が同ミュージアムを訪れるまでは、くすりとは、飲み薬の場合は苦くてまずい、塗り薬なら、痛いかもしれない。言われるがまま使用するだけで、よく分からない。好きか嫌いかでいうと、嫌い。こういったネガティブな言葉が出てくるものであった。大半の人は、同様の感情を抱くのではないだろうか。

そう考えると、第一三共が同ミュージアムを通じて実現しているのは、くすりのパーセプションチェンジだと実感する。ゲームや映像といったコンテンツ、そして空間全体の設計が巧みで、これらが面白いのはもちろんだが、そこから得られる知識——例えば、「くすりには、なぜいろいろな形があるのだろうか?」「どうやって作られているのだろうか?」と、一つずつ考えていき、分かってくると、楽しくて身近に感じられるのだ。

このパーセプションチェンジを、Daiichi Sankyo くすりミュージアムのロゴが的確に表現している。「薬」をよく見ることで、今まで気付かなかった「楽しさ」が見えてくるのではないか。この気付きこそが、同ミュージアムが提供している最大の価値であり、存在意義なのである。

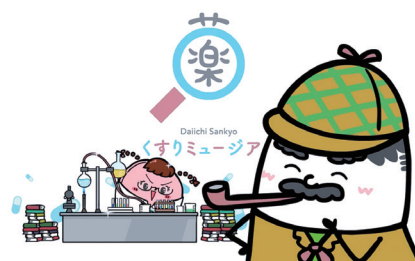


Daiichi Sankyo
くすりミュージアムロゴ
（画像提供：第一三共）

すべての人に開かれた場とする ユニークな仕掛け

くすりに親しみを持ってもらうための、Daiichi Sankyo くすりミュージアムのユニークなアプローチについても触れたい。オリジナルキャラクターの存在だ。

同ミュージアムには、1000のくすりの謎を知る名探偵「ジェームス」と、ジェームス



Daiichi Sankyo くすりミュージアム オリジナルキャラクター。「くすりな」(左)と「ジェームス」(右)（画像提供：第一三共）

の見習い助手「くすりな」という2体のキャラクターがいる。彼らは、館内の資料やウェブサイトで、くすりに関する情報を初心者や子供向けに分かりやすく解説する。また、フォトスポットで撮影できたり、グッズも豊富に展開されていたりと遊び心にあふれている。

企業や製品のキャラクターはよくあるが、企業ミュージアムがオリジナルで設けるケースはかなり珍しい。しかし、難しく思われがちなのトピックだからこそ、有効なアプローチのように思えた。つまり、初心者に寄り添うキャラクターによって、一般の来館者、特に子供たちにとっても親しみやすく、間口を広げる役割を果たす。

すべての人に開かれた場とするこだわりは、このほかにも随所に感じられる。例えば、外国人来館者にも配慮して、日本語以外に英語と中国語にも対応していたり、遠方の生活者にも情報発信できるよう、「オンラインミュージアム」を設けて、映像コンテンツの一部をウェブサイトで公開したりしている。くすりとは、誰もが関わるものだからこそ、ターゲットを線引きせず、インクルーシブにすることが重要であり、同

ミュージアムはそれをまさに体現していた。

創薬の未来にバトンをつなぐ

Daiichi Sankyo くすりミュージアムを訪れて、人生で初めて「くすり」に向き合ったような気がした。特に、創薬のプロセスの果てしなさと、そこに挑む製薬会社の覚悟は、計り知れないものであった。

くすりの開発の成功率は3万分の1といわれる。一般的に、開発期間は9～17年を要し、数千～数万人もの人々が携わる。これはあらゆる製品開発と比較してもトップクラスで、ロケットやスペースシャトルの開発にも匹敵する、もしくはそれ以上の時間と労力を要する。数万人がそれぞれの責任を果たし、バトンをつないで、やっと一粒のくすりが出来上がると聞くと、手元にあるくすりもものすごい発明品のように感じられる。

創薬が壮大なプロジェクトだからこそ、人材育成も極めて重要であることは言うまでもない。バトンをこの先の未来につなぐために、必要な人材を育てていく。製薬業界で恒常的に直面するこの人材面の課題に対して、Daiichi Sankyo くすりミュージアムは一つの答えであった。つまり、ここで体験した「くすりの楽しさ」は、子供たちにとって薬学への興味の種となり、創薬の未来を担う人材育成の可能性を広げていく。それは、体験型ミュージアムだからこそ生み出せる、ソーシャル・イノベーションへの一歩ではないだろうか。同ミュージアムを訪れ、たくさんの子供たちの笑顔を見て、創薬の未来に希望を抱いた。

ウェブ電通報 (<https://dentsu-ho.com/>) の連載『PR資産としての企業ミュージアムのこれから』に掲載された記事を本書刊行に当たって再編集いたしました。掲載されている施設の情報は取材時点(2024〈令和6〉年)のものであり、現在に変更されている場合があることをあらかじめご了承ください。最新の情報につきましては施設にご確認ください。

■ Daiichi Sankyo くすりミュージアム

〒103-8426 東京都中央区日本橋本町3-5-1
<https://kusuri-museum.com/>

執筆 林 紅 (株式会社電通 PR コンサルティング)

発行 株式会社時事通信出版局

デザイン 松田剛・浮岳喜・大矢佳喜子 (東京100ミリパールスタジオ)

無断複製・頒布・転載を禁じます。