

トピックス

2008年度の製薬協メッセージ「グッドコミュニケーション08-09」は、「新薬の価値—治験—」をテーマに11月17日より実施・展開しています。広報委員会では、このキャンペーンを通して、医療消費者の方々とのコミュニケーションを今まで以上に深め、製薬産業がより身近で「見える産業」と感じていただき、医薬品についての理解と信頼を得ることを目指しています。

また本年は航空機内誌での広告をあらたに展開するなど露出の拡大をはかり、また製薬協のウェブサイトへの誘導を促し、治験の情報を動画で提供するために、ウェブビデオを制作しました。

テーマの選定理由

新薬の開発過程で欠かせない治験は、患者さんはもとよりさまざまな人たちの協力が必要です。そしてその結果新たな治療の可能性が広がります。薬はみんなで作るものであり、医療消費者の方々には治験の考え方や「新薬研究開発の必要性や意義」について理解いただく機会にしたいと考えています。治験の啓発が、「一般の方々の医薬品・製薬産業理解向上」につながり、官民をあげて新薬の創出を推進する活動に対する支援になると考えます。

製薬協が一般生活者を対象に実施している「くすりと製薬産業に関する生活者意識調査」では、「治験についてほとんど知らない」という回答が未だ半数近くあります。またその一方では治験に参加してもよいと思う理由に「新しい薬を試すことができる」や「次の世代のためになる」などの回答が多く上げられ、年々治験の認知度は浸透しつつありますが、十分に理解いただけていないのが現状です。昨年度も「新薬の価値—治験—」をテーマとし、治験は患者さんを中心に多くの医療関係者のチームで行われる「チーム・治験」をキャッチコピーに、使命感、安心感を訴求してきました。今後も継続して治験啓発や認知を高める活動が重要であることから、今年は「薬はみんなで作るもの。」というシンプルなメッセージではありますが、ボディコピーで治験の意味についてわかりやすく説明しています。

『新薬の価値—治験—』
“薬はみんなで作るもの。”の訴求点

今回のメッセージでは以下の二点を訴求し、治験

の目的や意義、認知度の向上を目指します。

- ①人々が望む新薬の誕生には、多くの人たちが平等の立場で協力しあうことが必要であり、それぞれの立場で役割を担っている。
- ②関係するすべての人たちの重要な共通テーマである治験の理解が得られるように配慮した。

ビジュアルについて

新薬の開発に関係する人たちを平等に配し、新薬開発には多くの人たちが関わっていることをビジュアル化し、子どもたちを起用することで、前向きで雰囲気のとらぐイメージ表現としました。また、子どもたちの表情と明るさにより、未来への“期待感”を表わしています。

コピーについて

治験は、患者さんはもとより、医師、看護師、治験コーディネーター、製薬企業など多くの関係者の協働によって成り立つものである。この事実をシンプルな表現で、かつ、その意味するところが直接的に伝わる表現にしています。

○キャッチコピー：薬はみんなで作るもの。

○サブコピー：

新しい薬のために、治験が必要なんだって。

シンプルなメッセージではありますが、これに添えて治験の意味についてわかりやすくボディコピーで説明しています。ビジュアルの明るい子どもたちの笑顔は、新薬による未来への希望や期待をイメージしていただく狙いがあります。まずこのビジュアルを目にとめていただき、それから新薬が描く未来

と、その中での治験の役割について認識をいただければと考えます。

○ボディコピー：新しい薬が世に出るためには、“治験”というプロセスが欠かせません。“治験”は新薬候補の「有効性」と「安全性」を確認するための大切な試験で、参加に同意された患者さんをはじめ、医師・看護師・薬剤師・治験コーディネーター・製薬企業など多くの人々の協力や連携によって行われます。「いままで治らなかった病気を治したい」「病気で悩むひとたちの役に立ちたい」というみんなの願いは“治験”によって実現します。“治験”は、わたしたちにできる“未来への貢献”です。

キャンペーンの展開方法

- 1) 11月中旬から新聞紙上(一般紙、業界紙、リビング紙)で広告展開を開始。
- 2) ポスターを治験実施医療機関、保健所、会員企

業等に配布し、長期的なコミュニケーションを行う。

- 3) 医師会、薬剤師会などの、医療関係会報誌へのポスター折込等の実施。
- 4) 主要都市の電車内広告を実施。
- 5) 航空機内誌に広告を掲載。
- 6) 製薬協ウェブサイトキャンペーンサイトを開設。ウェブビデオ方式により、治験の解説を展開。

まとめ

製薬協では、本キャンペーンを通して、治験の理解や環境整備が進み、あわせて新薬開発の重要性を広めることが製薬産業への理解の促進につながると考えています。また治験については今後も継続的に普及活動を行っていく必要があると感じています。

(広報委員会 医療消費者部会 部会長 白井 秀樹)



車内広告



製薬協キャンペーンサイト

