

製薬協コミュニケーション 「ムーブ・イノベーション・キャンペーン」 “新しいくすり、新しい気づき。”

トピックス

製薬協では、製薬産業と医薬品について広く国民の理解と信頼を得るため、製薬協コミュニケーションを毎年実施しています。2012年度からは、従来の「グッドコミュニケーション」から「ムーブ・イノベーション・キャンペーン」と改称しましたが、引き続き、国民とのコミュニケーションを継続的に実施し、製薬産業への理解を促進するとともに、身近な「見える産業」としての認識獲得を目指しています。今回は、キャッチコピーを「新しいくすり、新しい気づき。」として、「新薬の創出」に関するさまざまなトピックスを「気づきのメッセージ」として発信し続け、製薬産業に対する関心を高めていくことを意図しています。本キャンペーンは、2012年11月14日に記者発表し、実施・展開しています。

テーマ選定の理由

製薬産業は、これからの日本の成長戦略に欠かせない基幹産業として、次の3つの貢献を期待されています。「革新的な新薬創出による健康で安心な社会への貢献」、「その革新的な新薬を創出するための先進的な研究開発活動により、特に医学・薬学分野の科学技術レベルの発展および専門人材の育成への貢献」、「研究開発活動を維持・活性化するために確保した収益により、経済・社会情勢に左右されない安定した担税力や、多くの専門領域人材の雇用機会の創出を通じた経済成長への貢献」の3つです。

これらの貢献を果たすには、研究開発を促進し、革新的な新薬を創出して、そのイノベーションを収益として評価していただくサイクルを回していく必要があります。このサイクルを好循環に回すことによってさらなる貢献が行えるようになります。

また、私たち製薬産業は多くの方々とのかかわり合いによって成り立っています。たとえば、研究開発においては医療機関や大学などの研究機関との連携が、医薬品の有効性と安全性を確認する治験においては、医療従事者や患者さんのご協力が必要です。

このように、多くの方々のご協力を得ながら発展し社会に貢献を果たしていく産業であるため、双方

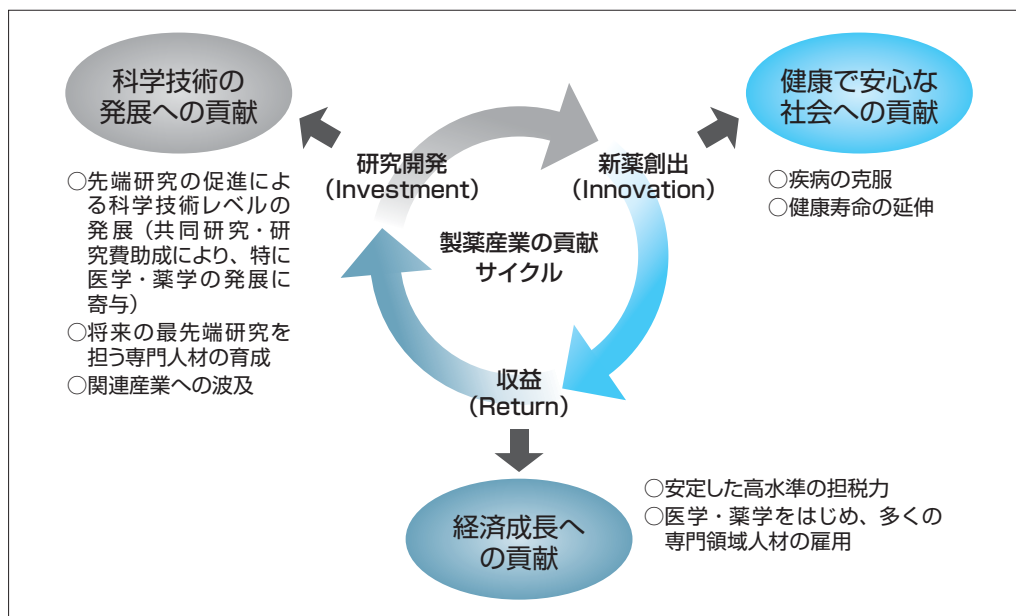


図 製薬産業の貢献サイクル

向のコミュニケーションが極めて重要であり、その活動の礎となるのが国民の製薬産業へのより広く深い理解と信頼であると考えています。今回の「ムーブ・イノベーション・キャンペーン」を通して、よりいっそうの双方向コミュニケーションを推進するきっかけとなるよう、テーマの選定を行いました。

ビジュアルについて

キャンペーンロゴは、「気づき(ひらめき)」「日本からの新薬創出」「世界の人々の健康と福祉の向上」をイメージし、デザインを行いました。また、メッセージを伝えるビジュアルについては、ご覧になられた方に「気づき」を持っていただくように、インフォグラフィックの考え方を取り入れ、親しみのある、わかりやすいものにしました。

コピーについて

「ムーブ・イノベーション・キャンペーン」は私たち製薬産業を取り巻く環境や日々の活動をご理解いただくため、「医療イノベーション」「くすりの価値」「新薬の開発力」「研究開発費」「治験」「育薬」「アンメット・メディカル・ニーズ」「未承認薬・適応外薬」「薬の副作用」「透明性ガイドライン」「製薬協自主規範」をキーワードとして選定し、「気づきのメッセージ」としてテーマに沿ったシンプルなメッセージをわかりやすいビジュアルとともにご紹介しています。本キャンペーンをご覧いただいた方の「気づき」を通して、私たち製薬産業をより深くご理解いただく機会につながると考えています。

(メッセージの例)

○医療イノベーション：

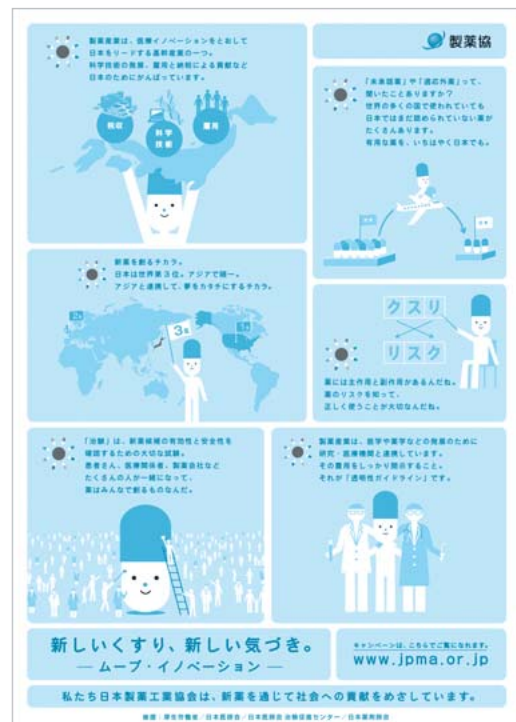
製薬産業は、医療イノベーションをとおして日本をリードする基幹産業の一つ。科学技術の発展、雇用と納税による貢献など日本のためにがんばっています。

○治験：

「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。患者さん、医療関係者、製薬会社などたくさんの方が一緒になって、薬はみんなで作るものなんだ。

○未承認薬・適応外薬：

「未承認薬」や「適応外薬」って、聞いたことありますか？世界の多くの国で使われていても日本ではまだ認められていない薬がたくさんあります。有用な薬を、いち早く日本でも。



キャンペーンポスター

キャンペーンの展開方法

- 1) 医療機関へのポスター掲出
- 2) 業界紙および新聞紙上での広告
- 3) BSテレビ、JR東日本・西日本の車両モニター、主要都市の映画シネアド広告を通じた、動画広告
- 4) 主要都市の電車内広告
- 5) 製薬協ウェブサイトにおける理解推進コンテンツの提供
キャンペーンウェブサイトアドレス
<http://www.jpma.or.jp/event/campaign/campaign2012/>
- 6) 医療関連ウェブサイト、大手検索サイトでのバナー広告
- 7) 会員会社ウェブサイトへのバナー広告

まとめ

2012年度の「ムーブ・イノベーション・キャンペーン」は「新しいくすり、新しい気づき。」をキャッチコピーにしました。製薬協では、本キャンペーンを通して広く国民の皆さまに、わが国製薬産業の立ち位置を知ってもらい、医薬品についての信頼を高めてもらうことが、新薬の開発に日々チャレンジする製薬産業の理解につながっていくと考えています。

(広報委員会 委員長 藤井 彰)