

Information

「2019年度 製薬協コミュニケーションプラン」を展開中

製薬協広報委員会では、「2019年度 製薬協コミュニケーションプラン『ひろがれ未来～新しいくすりが創る、これからの暮らし～』」を展開しています。

製薬協では、製薬産業と医薬品について広く一般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プランを毎年実施しています。本年度は、コミュニケーションのための特設ウェブサイトを立ち上げて、情報発信を展開します。特設サイトでは、創薬イノベーションや製薬産業に関する情報を新規に制作するとともに、過去に発信したコンテンツを有効活用して発信します。

また、特設サイトの認知率を高め、各種コンテンツを一般の方に印象的・効果的に伝えるために、アンバサダーとしてタレントの「鈴木福」さんを起用しました。アンバサダーとして、特設サイトの各種コンテンツに登場するとともに、特設サイトを告知する新聞・雑誌広告に登場します。

なお、今年度の新たな試みとしてYouTubeチャンネル「QuizKnock」とのタイアップ企画も展開します。

1. コミュニケーションプラン名称

「ひろがれ未来～新しいくすりが創る、これからの暮らし～」

2. コミュニケーションプランのフレーム

- ・ 特設ウェブサイトの開設
http://www.jpma.or.jp/event_media/campaign/campaign2019/index.html
- ・ 特設サイトの認知率向上を果たすため、アンバサダー「鈴木福」さんを起用

3. 特設ウェブサイトの主なコンテンツ

- ・ 「福くんのなるほど!くすりの世界」
 - (1) 動画コンテンツ
くすりの研究開発から患者さんのもとに届くまでを鈴木福さんが学ぶストーリー
 - (2) 製薬業界関係者インタビュー
鈴木福さんが研究員、MR、治験担当者に、業務内容や仕事に対する思いをインタビューする内容
- ・ 「創薬イノベーション」
イノベーション関連のキーワードとして「アンメット・メディカル・ニーズ」「ゲノム創薬」「iPS細胞」「治験」等の情報を発信
- ・ 「製薬産業紹介ムービー」(約9分)
「くすりと研究開発の過去・現在・未来」を提示し、製薬産業の創薬への挑戦をわかりやすく伝える内容
- ・ 「くすりで願いが叶ったエピソード」
前回のコミュニケーションプランで制作したコンテンツ

4. コミュニケーションプラン展開の内容

- (1) 製薬協ウェブサイトコミュニケーションプラン特設ウェブサイトの開設
- (2) 新聞・雑誌での広告
- (3) ウェブ広告(バナー広告、デジタル系メディアへの記事広告出稿)
- (4) 製薬協会会員会社ウェブサイトへのバナー掲出
- (5) YouTubeチャンネル「QuizKnock」とのタイアップ企画

2019年度 製薬協コミュニケーションプラン

特設ウェブサイト

http://www.jpma.or.jp/event_media/campaign/campaign2019/index.html



トップページ イメージ

YouTubeチャンネル「QuizKnock」とのタイアップ企画

<http://www.jpma.or.jp/quizknock/>



タイアップ企画ウェブサイト