

2019 年度製薬協コミュニケーションプランについて

日本製薬工業協会
広報委員会

1. 企画意図

製薬協は、2019 年度も引き続き、一般国民に製薬産業を身近に、寄り添っている産業として認知・理解いただき、信頼性を高めていただけるよう継続的にコミュニケーションを図ってまいります。

今年度は、特設 Web サイトを開設し、創薬イノベーションや製薬産業に関するコンテンツを一般の方々の医療・健康への意識やニーズに応じて各種制作し、発信いたします。

2. 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～」

3. コミュニケーションプランのフレーム

- ・ 特設 Web 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

4. 特設 Web 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元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」「ゲノム医療」「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分かりやすく伝える内容
- ・ 「くすりで願いがかなったエピソード」
前回のキャンペーンで制作したコンテンツ

5. 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 Web サイトの開設
- (2) 新聞・雑誌での広告
- (3) Web 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（第一弾は公開済、第二弾を 2 月 28 日公開予定）

以 上

2019 年度 製薬協コミュニケーションプラン

◇特設 Web 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

タイアップ企画 Web サイト (<http://www.jpma.or.jp/quizknock/>)

