

## 2021年度 製薬協コミュニケーションプランを展開中

製薬協広報委員会は、製薬産業について国民のみなさんに理解を深めていただくため、コミュニケーションプランを毎年実施しています。本プランは、さまざまなパブリシティ施策を展開する中で、新薬や製薬産業に関する情報を、さまざまな切り口により発信し、新薬がもつ社会的な価値である「健康寿命の延伸に対する貢献」を、国民のみなさんに身近に感じていただくことを目的としています。

2021年度のコミュニケーションプランは、コロナ禍においてコミュニケーションのデジタル化がいつそう進んだことを受け、2021年9月の製薬協ウェブサイトのリニューアルやSNSからの情報発信を開始したことを踏まえ、デジタルツールやSNS、リアルとオンラインを組み合わせたイベント等を活用した、3つの異なるパブリシティ施策を展開します。

### 学生さんを対象にした「製薬産業体験発見プロジェクト」

本プロジェクトは、学生さんを含む若い層の方々をメインターゲットとし、オンラインの聴講型セミナーと交流会やワークショップを組み合わせたプログラムに参加いただくことにより、製薬産業への理解を深めていただくとともに、将来への産業従事者の意識をもつていただくきっかけとなることを目的に実施します。2022年1月から3月にかけて、3つのステージに分けて実施します。

ファーストステージでは、理系学生や医療系大学に通う学生さんが参画される学生団体を通じて、2021年末より応募を募り、95名の応募がありました。本ステージは、オンラインで応募者に限定配信された動画を視聴して学ぶ「聴講型セミナー」形式で実施しました。2022年1月21日の初回配信プログラムは、製薬産業で働く社員による各部門での仕事の紹介、28日の配信は医療従事者や患者団体に参画されている方を含む各プロフェッショナルによる、ご自身の業務と製薬産業とのかわりについての講演です。

次のステップとなるセカンドステージは、前ステージの参加者を対象にオンラインで開催し、製薬企業で働く社員と参加者の交流会を実施しました。製薬協会会員会社の社員の参画により、製薬企業の開発職、ペイシエント・アドボカシー、マーケットアクセスとヘルスアウトカム研究の3つの職種について、日々の業務内容が紹介されました。さらに、小グループに分かれてフリートークの交流会を実施し、社員との交流を通じて参加者により製薬業界を身近に感じてもらうことができました。

最後のステージは3月18日に開催し、参加者がグループに分かれ、全体を通して学んだ成果を基にプレゼンテーションをまとめて発表、優秀賞を表彰します。この模様は、レポートとして、3月以降特設サイト上にて公開予定です。

特設サイト：<https://www.jpma.or.jp/lp/>



ステージ1の社員登場の聴講型セミナーDAY1

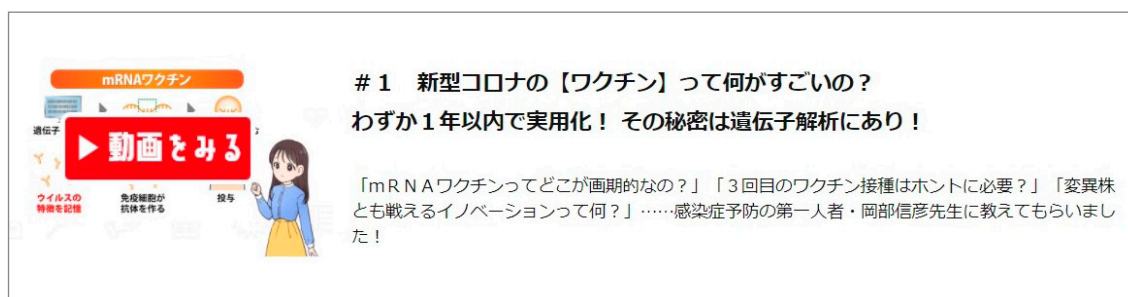
## YouTube動画：新薬の価値を伝える

薬学部で学ぶ「あおい」を主人公に、高齢者層をメインターゲットにしたYouTube動画を配信しました。「感染症の予防・治療」「心血管病」「ぜんそく」等、身近な疾患を毎回採り上げ、新薬の登場が治療や人々の健康に貢献につながったことを再認識してもらうとともに、創薬イノベーションの重要性を伝えます。本動画では、医師の森田豊先生もアニメとして登場し、あおいとの掛け合いの中でユーモアを交えながら、各回のテーマについて掘り下げていく、という親しみをもてる構成になっています。

採り上げた疾患テーマは8つあり、各回のテーマに沿った専門医の先生が、新薬の登場の前と後の世界について語ります。全動画8本は、2022年3月上旬までに製薬協YouTubeチャンネルで公開されました。



特設サイト バナー1枚目



#1のサムネイル画像

特設サイト：<https://www.jpma.or.jp/lp/aoi/>

製薬協YouTubeチャンネル：<https://www.youtube.com/channel/UCaQ0-gUGYxRSY5v2hVByS4g>

### 〈番組内容〉

- #1 新型コロナウイルスの【ワクチン】って何がすごいの？
- #2 【感染症治療薬】って何がすごいの？
- #3 【ぜんそく】の治療ってどうなってるの？
- #4 【白血病】の治療ってどうなってるの？
- #5 【脳梗塞】の治療ってどうなってるの？
- #6 【腎性貧血】の治療ってどうなってるの？
- #7 【関節リウマチ】の治療ってどうなってるの？
- #8 【乳がん】の治療ってどうなってるの？

## 「東京グラフィティ」とのタイアップ「デジタルムック」

若者向けに斬新な切り口で社会のテーマを採り上げるカルチャー誌「東京グラフィティ」とタイアップし、「新薬に期待すること」の声を集めたデジタルムックを制作しました。新薬の誕生について“自分事化”して考えてもらうとともに、日本の製薬産業の現状についても理解を深めてもらうことを目的としています。学生さんを含む若年層、パパ・ママ世代、社会人に対し、“こんなくすりがあったらいいな”をテーマとしたインタビューを実施し、その声をコラージュしたページを作成。また、「なるほど!くすりの世界!」のページを設け、日本の製薬産業に関するデータや情報をイラストやグラフとともに伝えるほか、「知りたい!新薬開発の最前線!」のページでは、AI創薬やビッグデータ等、製薬業界で最新の話題についてもわかりやすく解説します。このデジタルムックは、2022年3月より製薬協のウェブサイトでも閲覧可能となっています。

特設サイト：[https://www.jpma.or.jp/news\\_room/campaign/campaign2021/](https://www.jpma.or.jp/news_room/campaign/campaign2021/)



誌面イメージ

2021年度のパブリシティ施策は、2022年1月に開設した「製薬協 Twitter公式アカウント」(<https://twitter.com/Seiyakukyou>)も活用し、開催レポートやニュースとしてご案内していきます。Twitterもぜひご覧ください。

(広報部 荒井 智子)