

# 私の委員会

vol.1

## 広報委員会

製薬協には、12の委員会と6つの専門組織が存在します。このコーナーでは、これらの委員会・専門組織の活動に焦点をあて、ご紹介します。今回は広報委員会です。委員会・専門組織の一覧は [こちら](#)

### 製薬産業の「今」を伝える 架け橋として

1978年に設立された広報委員会は、製薬協の中でも長い歴史をもつ委員会の一つ。現在は全会員企業70社の広報責任者が主体となり、活動しています。

役割は主に2つあり、1つは医薬品と製薬産業の認知向上と医薬品の適正使用をはじめとした正しい理解を促進するための活動です。もう1つは製薬協が主張する政策の実現に向けて、積極的な広報活動を



実施するという2つの役割を担っています。特に、創薬エコシステムの構築や日本の創薬力強化、医薬品の多様な価値評価等、重要なテーマについて、メディアや国民のみなさんに向けてわかりやすく、かつ積極的に発信していますのでニュースリリースをブックマークいただけると嬉しいです。

### 次世代への発信強化とコミュニケーションの深化を目指して

2024年度は、これまでビジネスパーソンや国民のみなさんを対象としてきた広報活動を、若年層やキッズ層へと広げる活動に注力しています。たとえば、科学技術館「クスリウム」の展示刷新や、マイナビとタイアップした就活生、大学生向けの動画コンテンツの制作、朝日新聞社監修の小・中学生向け教育教材「おしごと年鑑」への記事掲載等、イノベーションの重要性や



広報委員のみなさん  
(2024年12月20日開催の「2024年度 第3回MR部会・OM部会(合同部会)」にて撮影)



製薬産業の魅力を次世代に伝える取り組みを強化しています。また、メディアとの関係構築やSNSを活用した情報発信も充実させ、時代に合わせたコミュニケーション手法を取り入れています。広報活動をしていく中で、製薬産業は、特有の薬価制度や、広告規制等から、記者をはじめとした受け手の方々が「難しそう」とハードルを感じていることもわかってきました。

製薬協の一員として、業界の魅力をわかりやすく伝えることで、個社では実現しにくい製薬業界全体の活性化につなげていければと思います。

## MEMBER'S VOICE

—— 私たちが紹介します！ ——



MR  
(メディアリレーション)部会  
宮田 香絵 さん  
MIYATA KAE

### PROFILE

2023年7月から製薬協に参画。MR部会にて「メディア懇談会」のリーダーを担当。広報歴20年の中外製薬の広報IR部長。



OM  
(オウンドメディア推進)部会  
尾形 美紗希 さん  
OGATA MISAKI

### PROFILE

2023年10月から製薬協に参画。OM部会にて「SNS活用グループ」のリーダーを担当。エーザイのアソシエートディレクター。

## 私の取り組み

各委員会のメンバーが取り組む内容とその思いをご紹介します。



### 製薬業界と記者のギャップを埋める メディア懇談会

私はメディアリレーション (MR) 部会に所属しており、メディアとの関係性を良くしていくため、メディア懇談会を行っています。

製薬業界は、メディア関係者から「難しい業界」だと思われており、広報の課題としてはわかりやすく伝えることが求められています。また、大手新聞社の記者の方等は、部署のローテーションもあり、製薬業界の制度やルールを理解してきたタイミングで違う担当者に引き継がれているという状況も耳にしました。

そういった事情もあり、広報担当が世に広めたい、知ってほしいとニュースリリースを出した際も、記事として文面の一部がそのまま掲載されるだけや、場合によっては記事として採り上げられないことが多いもどかしさを感じていました。どうかこのギャップを埋められないかと「メディア懇談会」を開催しています。実際に記者の方とお会いし対話をする中で、消費者の生活に紐づけられるような情報がほしい、デジタル版で映える写真がほしい等

「メディア側のニーズ」をくみ取れたのは収穫です。

メディアと製薬会社が互いに歩み寄り、対話をしていくことで一歩ずつですが、日本全体で業界やくすりへの正しい理解が進んでいくと感じています。製薬業界で働く醍醐味はなんといっても健康への貢献ができるということ。そのために正しい情報が日本中に届くよう、今後は首都圏だけでなく、地方メディアとの対話の機会を探って正しい情報提供ができる環境を実現していきたいと考えています。



### 各社の知見を集約する SNS担当者交流会

私はオウンドメディア推進 (OM) 部会に所属しており、SNS活用グループを担当しています。

製薬業界でのSNS活用は黎明期であり、広告規制等がある中でいかに情報発信をしていくのか各社がトライ&エラーをしている状況です。そこで製薬各社がトライした知見を集め、集合知として活用し、情報発信を加速していくことを目的に「SNS担当者交流会」を開催しました。今年は、塩野義製薬さん、丸石製薬さん、そして私も勤めるエーザイが登壇し、SNSにおける体験談を紹介しました。自社の活動はもちろん、SNS上でのコラボや懸賞企画をやった際の学びや失敗談を赤裸々に共有いただけたことで参加企業にとって学び深い時間を提供できたと感じています。

これからの時代には、製薬業界もメディアを通じた情報発信だけでなく、SNSをはじめとする自社からのダイレクトな情報発信が重要になってくると思います。製薬協会の会員企業における現在のX活用は20社

程度です。Xに限りませんが、なにかしらの情報発信をしたい、でもどうしたら良いのかという時にサポートできるような活動も今後検討できればと思っています。いまだ正解がない分野ではありますが、業界全体として盛り上げていくことで各社の魅力がより伝わったり、業界のイメージアップにつながったりするような広報のあり方を探していきたいと思います。



「広報委員会」の活動内容は  
こちらからご確認ください！👉

