

2009 年 11 月 19 日

報道関係各位

日本製薬工業協会

**製薬協メッセージ「グッドコミュニケーション 09 - 10」
～1/20000 新薬の開発は、大きな夢への挑戦です～**

日本製薬工業協会（以下製薬協：会長 庄田 隆）は、11 月 27 日から、『新薬の価値』をテーマに「グッドコミュニケーション 09 - 10」キャンペーンを開始します。

製薬協では、製薬産業と医薬品について広く一般生活者の理解と信頼を得るため、よりよいコミュニケーションを図ることを目的とした製薬協メッセージ「グッドコミュニケーション」を毎年実施しています。一般生活者とのコミュニケーションを継続的に実施し、製薬産業の特性について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ます。

今年度は、新薬開発の成功確率 $1/20,000$ に焦点を当てたメッセージを発信します。企画の内容は下記のとおりです。

記

1. 企画意図

- (1) 新薬の開発は年々厳しくなっており、直近の成功確率は $1/21,677$ と $20,000$ 分の 1 を下回る確率となっている。（出典：製薬協発行の DATA BOOK2009）
- (2) 「新薬開発の成功確率 $1/20,000$ 」を訴求することにより、一般生活者に新薬の研究開発に対し関心を持っていただき、研究開発型の製薬企業を身近に感じるきっかけを提供する。
- (3) 新薬の研究開発の困難さを伝えながら、ただ難しいということにとどまらず、その先に「すばらしい未来がある」こと、その夢に向かって挑戦していることを訴求する。

2. キャンペーンの展開方法

- (1) 一般紙・業界紙上での広告
- (2) ポスター配布
- (3) 主要都市の電車内広告
- (4) 雑誌広告、医療機関向けフリーペーパー広告
- (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
- (6) 会員会社におけるバナー広告
- (7) 健康関連ウェブサイトへのバナー広告

3. 広告メッセージについて

- (1) 新薬の成功確率は1/20,000。
- (2) わずかな成功確率であっても、新薬を必要とする人のために、大きな夢に向かって挑戦している。

4. ビジュアルについて

子どもがハシゴに登って星をつかむことで、新薬によって疾病を克服したことを象徴する。地上では、新薬開発に挑戦した研究者たちが長いハシゴを支えていることで、多くの研究者の力が集まり、大きな新薬の星をつかむことができたことを表現する。

また、星をつかむ、という行為を、絵本のタッチと写真のコラージュを組み合わせた世界で表現し、ファンタジックで暖かいビジュアルを作成する。

5. コピーについて

- (1) キャッチコピー

1
—————▶
20000

- (2) サブコピー

新薬の開発は、大きな夢への挑戦です。

- (3) メッセージコピー

新薬の研究開発は、多くの人長い時間をかけ、1/20,000 という成功確率の下で行われる、非常に難しい挑戦であることを伝える。

それでも、研究者たちは、新薬の開発を待っている人たちを想い、新薬の研究開発に挑戦し続けていることをメッセージとして伝える。

以上

☆この件に関する問い合わせ☆

日本製薬工業協会 広報部長 名取 宏祐 TEL:03-3241-0326