



2018年5月14日

ムンディファーマ株式会社

ヘルスケア企業とドラッグストアが連携し取り組む O2O 施策

検索連動型広告の成果を可視化、うがい薬カテゴリ売上向上を達成

総合感染対策ブランド「イソジン[®]」を含む医薬品の研究・開発および製造・販売を行う ムンディファーマ株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：木村昭介）は、福岡県福岡市を中心にドラッグストア・調剤薬局を 91 店舗展開する株式会社大賀薬局（本社：福岡県福岡市、代表取締役社長：大賀崇浩）と連携し、情報化時代における、よりユーザーニーズに則した情報提供を検討する施策として、当社が提供するイソジン[®]ブランド製品の検索連動型広告とユーザー層の位置情報に基づいた実店舗への誘導を促す O2O（オー・ツー・オー）施策を行いました。本施策は、製薬メーカーとドラッグストアが連携して実施する、ユーザーの課題解決に貢献する新たな O2O 施策の今後の可能性を示しました。

■ 背景

スマートフォン等のモバイル機器が普及し、ユーザーは外出先でもインターネット検索を使って得たい情報をすぐに入手することが可能となりました。本施策では、ユーザーがイソジン[®]製品や関連情報を検索した際に、イソジン[®]製品が購入できる近隣店舗への誘導を課題解決に向けた情報として提供し、オンラインで検索したことをきっかけに、オフラインで実店舗への来店を促す O2O 施策として実施しました。また、本施策は実店舗を有するドラッグストアの協力が不可欠であるため、今回の取り組みに共感いただいた大賀薬局と連携し、主に福岡市内の店舗へ誘導する施策として実施しました。

■ 施策内容

「イソジン[®]」に関連するワードの他、症状や感染症に関する検索ワードに対し、イソジン[®]のプロモーション広告と共に、ユーザー層の最寄りの店舗の情報を配信することで、その店舗への誘導を図りました。その後、この情報をクリックしたユーザー層のうち、どのくらいの割合が一定期間中に店舗に来店したかを計測し、検索連動



型広告がどの程度課題解決に貢献しているかを検証しました。

■ 結果

検索に連動して表示された広告をクリックしたユーザーのうち、9.5%が店舗に来店したことが測定されました。また、同期間中に大賀薬局のうがい薬カテゴリの売上が前年比 133%伸長しました。タイムリーな情報提供の売上への影響については更なる分析を要しますが、オンライン上での情報提供と実際の行動を可視化する上では成果があり、メーカーと小売店の連携による今後のO2O施策を発展させる一歩となりました。

当社は、今後も新しいテクノロジーやさまざまな連携を通じて、一般消費者やお取引先の皆様の課題解決に貢献していきます。

<広告配信のイメージ>



■ 本施策に関連する資料

Google オンライン広告活用事例：<https://www.google.co.jp/adwords/learn/case-studies/mundipharma/>

Google 事例紹介動画：https://youtu.be/TOHgh_PWXQw



■ 大賀薬局について

福岡県を中心に九州において、91 店舗のドラッグストア、調剤薬局、および化粧品専門点を展開しています。1902 年に創業、「美と健康に奉仕する」を理念とし、様々な場面で地域のお客様・患者様のお役に立ちたいと願っています。企業の理念を象徴する「ハートクロス」は大賀薬局の真心と優しさを表すハートと、医療、慈愛の象徴のクロスを重ね合わせています。

■ イソジン®について

イソジン®（海外では主にベタダイン®）は、Mundipharma が所有する総合感染対策関連製品のブランドです。1950 年代にイソジン®の殺菌消毒薬が開発された当初は医療現場で普及し、アメリカでは 1969 年に月から帰還したアポロ 11 号の殺菌消毒薬にベタダイン®が選ばれました。現在は世界各国で展開される感染対策関連製品の世界的ブランドへと成長しました。

詳細はこちらをご覧ください：<http://www.isodine.jp/>

®：イソジンとベタダインはムンディファーマの登録商標です。

■ ムンディファーマ株式会社について

世界 120 カ国以上の国と地域で展開する独立関連企業ネットワーク Mundipharma の日本の独立関連法人として、1991 年に設立。日本では「疼痛」、「がん」、イソジン®ブランド製品を含む「コンシューマーヘルスケア」の 3 つの事業を柱に、患者さんの QOL(生活の質)の向上に貢献しています。

当社についてはホームページをご覧ください。<http://mundipharma.co.jp/>