

2016年9月吉日

《「らくらく服薬ゼリー」新CM》

世界で初めて服薬ゼリーを開発した龍角散が 考える服薬ゼリーに大切なことは!?

『責任』篇・『こだわりのある客』篇の2本のCMが9月10日(土)オンエア開始



株式会社龍角散(本社:東京都千代田区)は、薬をつるんと楽に飲めるゼリー状のオブラート「らくらく服薬ゼリー」の新CM『責任』篇・『こだわりのある客』篇を9月10日(日)から全国エリアでオンエアいたします。

龍角散は、「薬を飲むためのゼリー」ということを第一に考えて、世界で初めて服薬ゼリーを開発、世界35ヶ国と1地域で特許を取得しております。1998年の発売以降、医療や介護現場からも高い評価を頂き、これまでに2000万本以上を販売してまいりました。

＜「らくらく服薬ゼリー」の特長＞

- ・用途 … 薬やサプリメントを服用するためのゼリー。
- ・成分 … 砂糖・糖分、合成着色料および保存料は不使用。医薬品の作用や吸収に影響を与えない。
- ・物性 … 喉に詰まらない粘性と流動性。
- ・製法 … 医薬品品質での管理。
- ・容器 … のどに詰まらない粒の大きさに揃える工夫。

一方で、市場や認知の拡大に伴い、近年、類似品やお菓子のゼリーとの違いを訴求する必要性が増しております。そこで、今回の新CMでは、服薬ゼリーを選ぶ際には、「糖分など薬との相互作用が懸念される成分を使用していない」、「流動性があり、のどに詰まる恐れがない」ということをしっかりと確認してほしいというメッセージを発信しております。

龍角散は、医薬品メーカーとして、誰もが正しく、安心して薬を服用できるよう、これからも製品開発・啓発に取り組んでまいります。

《本件に関する報道関係者様からのお問合せ先》

株式会社龍角散 担当：マーケティング部 渡辺

TEL：03-3866-1179 FAX：03-3866-5177

MAIL：syota.watanabe@ryukakusan.co.jp

CM概要

- タイトル : 『責任』篇（15秒）・『こだわりのある客』篇（15秒）
- 放送開始日 : 2016年9月10日（土）～
- 放送エリア : 全国エリア（地上波・BS）
- 対象商品 : らくらく服薬ゼリー
（製品詳細 : <https://www.ryukakusan.co.jp/promotion>）

商品名	らくらく服薬ゼリー 200g	
品名	清涼飲料水	
内容量	200g	
メーカー希望小売価格	350円（税抜）	
商品名	らくらく服薬ゼリースティックタイプ	
品名	清涼飲料水	
内容量	25g × 6本入り	
メーカー希望小売価格	350円（税抜）	
商品名	らくらく服薬ゼリー携帯パック	
品名	清涼飲料水	
内容量	25g × 3本入り	
メーカー希望小売価格	300円（税抜）	

CMコンセプト

■ 『責任』篇

医薬品メーカーとして、服薬ゼリーの開発にける想いを真摯に打ち出したCMです。服薬ゼリーに求められる「のどに付着しない」、「糖分・保存料不使用で薬の作用に影響を与えない」という責任を守れるゼリーかどうか、開発時に行われた試験の再現を盛り込みながら伝えています。

■ 『こだわりのある客』篇

当社のCMでおなじみの立川志の輔さんのナレーションと古川タクさんのアニメーションで、服薬ゼリーを選ぶ際のポイントをユーモアたっぷりに訴求します。

シーンはドラッグストア。服薬ゼリーを買いに来た男性が、薬剤師さんに「のどにひっつかない、ノンシュガーの服薬ゼリーをちょうだい」と矢継ぎ早にこだわりを訴えます。そんな、男性のこだわりを薬剤師さんは「それなら、龍角散の『らくらく服薬ゼリー』ですね」とテンポよく対応。カロリー制限のある方でも使用できることを訴求しております。

『責任』篇 CMカット／ナレーション

1



お薬を飲むためのゼリーには、

2



責任があります。

3



のどに張りつかない。

4



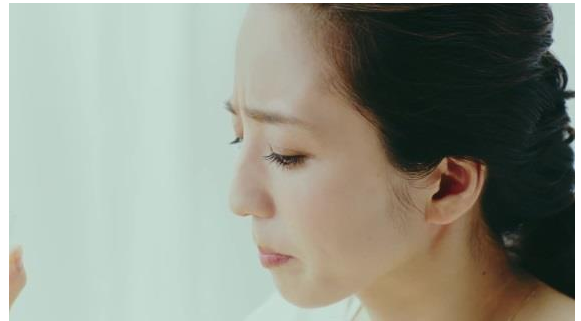
薬の作用に影響しない。

5



その約束を守れるゼリーかどうか。

6



違いは、

7



のどが気づきます。

8



龍角散のらくらく服薬ゼリー。



男「あー、すみません。」



男「薬を飲むゼリー頂戴。」



男「のどにひっつかない、」



男「ノンシュガーで、売れてるやつ。」



男「わかる？」



薬剤師「それなら」



薬剤師「龍角散のらくらく服薬ゼリーでしょ。」



「ゴクンと言えば龍角散！」

男「そう、それよ〜！」