

「医薬品副作用被害救済制度に係る認知度調査」 <<一般国民>>



調査報告書

令和3年度分

■ 調査概要	P4
■ 対象者のプロフィール	P5
■ Summary	P6
■ 調査結果	P13
Q1 医薬品副作用被害救済制度 認知率	P14
Q2 生物由来製品感染等被害救済制度 認知率	P15
Q3 医薬品副作用被害救済制度 内容認知	P16
Q4 医薬品副作用被害救済制度 認知経路	P18
Q5 医薬品副作用被害救済制度 教えてもらった人	P19
Q6 テレビCMの認知率	P20
Q7 テレビCMの評価	P21
Q8 救済制度紹介動画の認知率	P23
Q9 救済制度紹介動画の評価	P24
Q10 新聞広告の認知率	P26
Q11 新聞広告の評価	P27
Q12 薬局ビジョンや院内ビジョンの認知率	P29
Q13 薬局ビジョンや院内ビジョンの評価	P30
Q14 救済制度特設サイトの認知率	P32
Q15 救済制度特設サイトの評価（全体）	P33
Q15 救済制度特設サイトの評価（性・年代別）	P34
Q16 医薬品副作用被害救済制度 関心度	P35
Q17 制度認知の媒体＜自由記述＞	P36

Q18 副作用の経験（本人）	P37
Q19 副作用で治療を受けた経験	P38
Q20 医薬品副作用被害救済制度を利用した経験	P39
Q21 医薬品副作用被害救済制度を利用しなかった理由	P40
Q22 医薬品副作用被害救済制度 情報収集の方法	P41
Q23 医薬品副作用被害救済制度 今後の利用意向	P42
Q24 医薬品副作用被害救済制度 利用したくない理由	P43
Q25 制度周知方法 <自由記述>	P44
Q26 制度の説明文への意見 <自由記述>	P46
 ■付録：調査票	 P47

- 調査目的 医薬品副作用被害救済制度の浸透度を把握し、今後の基礎資料とする
- 調査対象 20歳以上の男女
- 調査地域 全国
- 調査方法 インターネット調査
- 調査時期
 令和3年度調査 令和4年 3月 9日（水）～令和4年 3月11日（金）
 令和2年度調査 令和2年12月21日（月）～令和2年12月24日（木）
- 有効回答数 令和3年度調査 3, 329サンプル／令和2年度調査 3,146サンプル

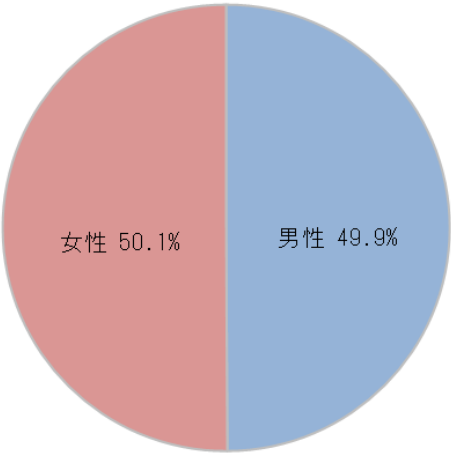
			令和3年	令和2年
性・年代別	男性計		1,662	1,576
		20-29歳	332	313
		30-39歳	330	307
		40-49歳	335	318
		50-59歳	334	320
		60歳代	331	318
	女性計		1,667	1,570
		20-29歳	322	309
		30-39歳	332	317
		40-49歳	332	315
		50-59歳	338	310
		60歳代	343	319
	全体		3,329	3,146

報告書内の記述について

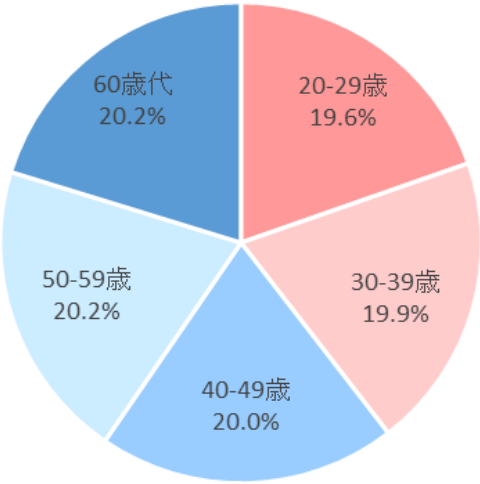
※n=30未満は参考値として記載

- 調査実施機関 株式会社テレビ朝日サービス

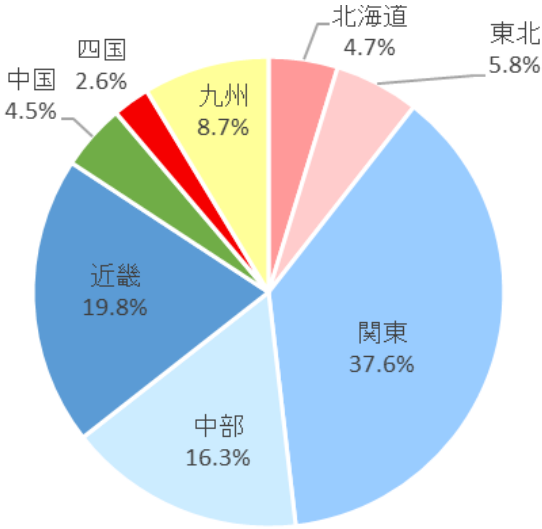
【性別】



【年代】



【居住地方】



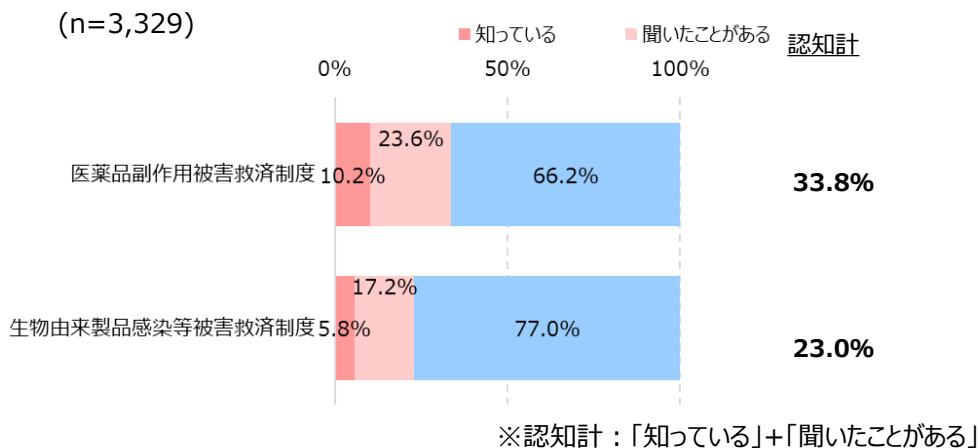


Summary

- 医薬品副作用被害救済制度の認知率（知っている＋聞いたことがある）は34%、生物由来製品感染等被害救済制度の認知率は23%。
- 目的認知、制度内容認知は、認知者の60%前後。
- 医薬品副作用被害救済制度の認知経路で最も多いのは「テレビ放送」が28%。次いで「人から聞いた/教えてもらった」（23%）「病院等に掲示してあるポスター」（21%）が続く。

【健康被害救済制度 認知率】(Q1,Q2)

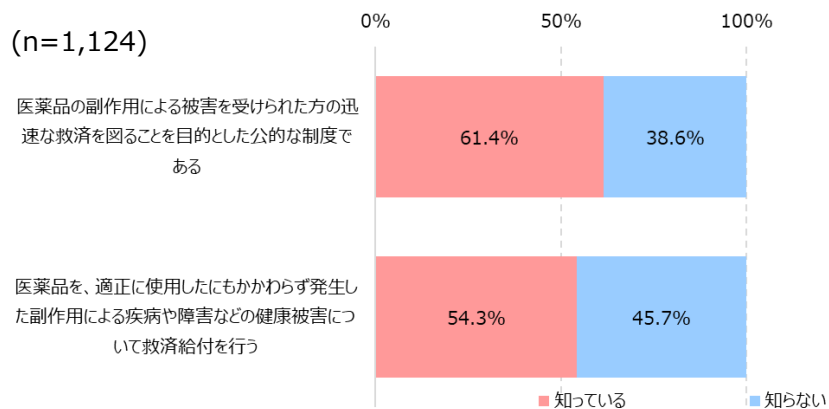
単一回答



【健康被害救済制度 内容認知】(Q3)

単一回答

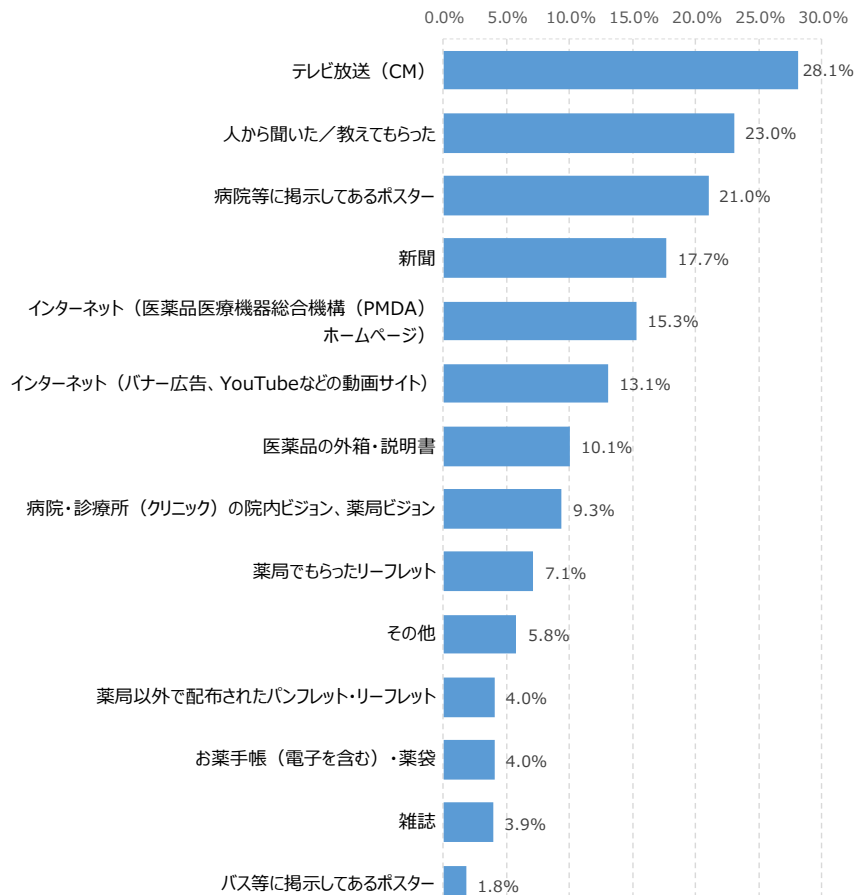
※「医薬品副作用被害救済制度」認知者ベース



【健康被害救済制度 認知経路】(Q4)

複数回答

※「医薬品副作用被害救済制度」認知者ベース

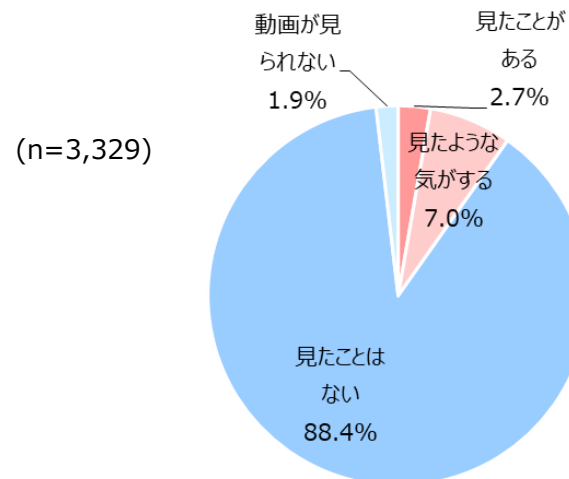
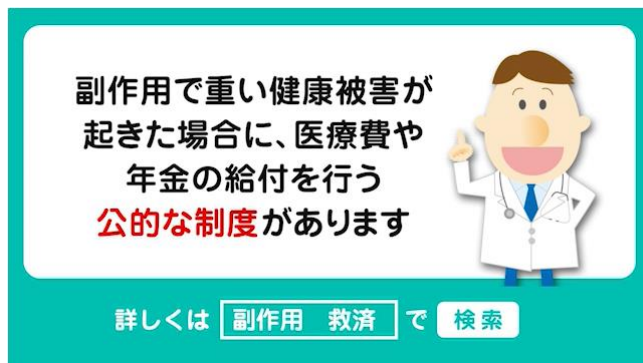


※「全体」のスコアで降順ソート

・テレビCMの認知率（見たことがある＋見たような気がする）は10%、救済制度紹介動画の認知率（見たことがある＋見たような気がする）は7%でテレビCMの方が若干認知率が高い。

【テレビCM 認知率】(Q6)

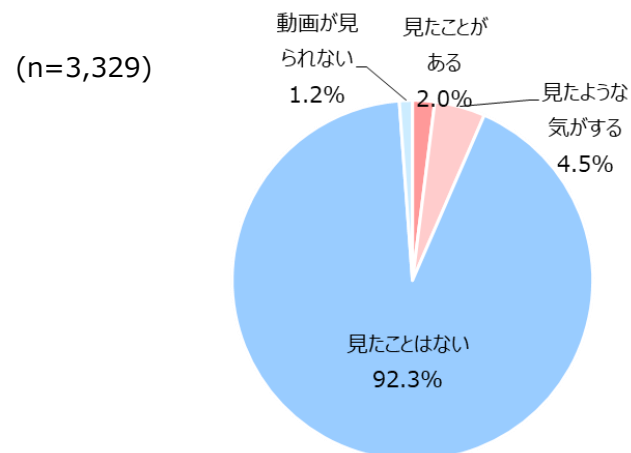
単一回答



見たことがある＋見たような気がする 計9.7%

【救済制度紹介動画 認知率】(Q8)

単一回答



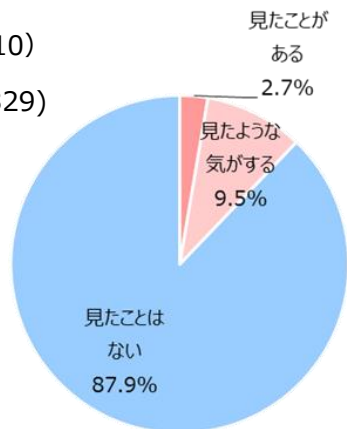
見たことがある＋見たような気がする 計 6.5%

- 新聞広告の認知率（見たことがある＋見たような気がする）は12%
 - 薬局ビジョンや院内ビジョンの認知率（見たことがある＋見たような気がする）は12%
 - 救済制度特設サイトの認知率（見たことがある＋見たような気がする）は10%
- 新聞広告が最も認知率が高い。

【新聞広告 認知率】(Q10)



(n=3,329)

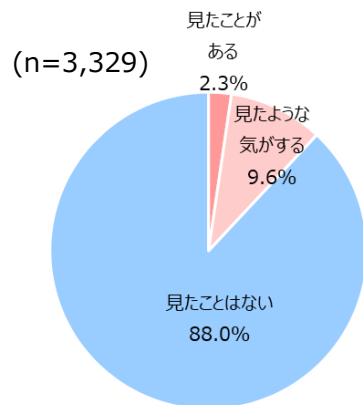


単一回答

見たことがある＋見たような気がする 計 12.2%

【薬局ビジョンや院内ビジョン 認知率】(Q12)

単一回答



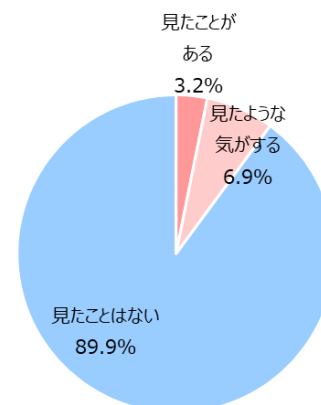
見たことがある＋見たような気がする 計 11.9%

【救済制度特設サイト 認知率】(Q14)

単一回答



(n=3,329)



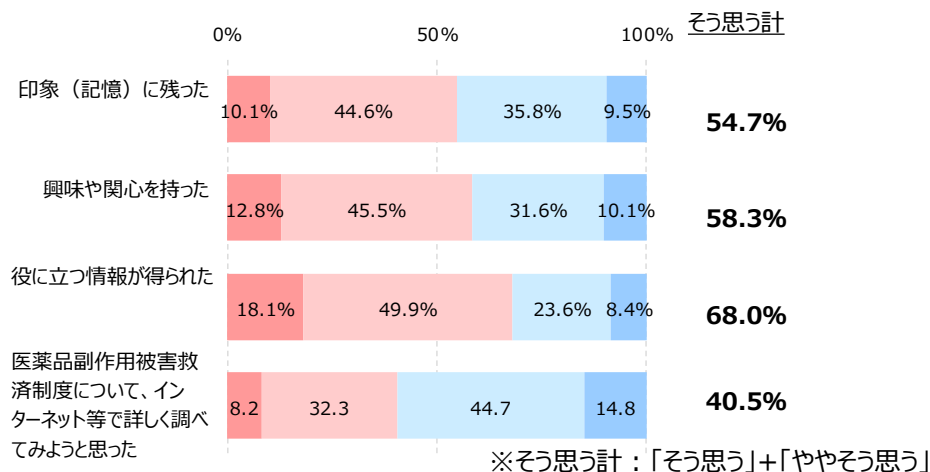
見たことがある＋見たような気がする 計 10.1%

【テレビCMの評価】(Q7)

単一回答

(n=3,273)

■ そう思う ■ ややそう思う ■ あまりそう思わない ■ そう思わない

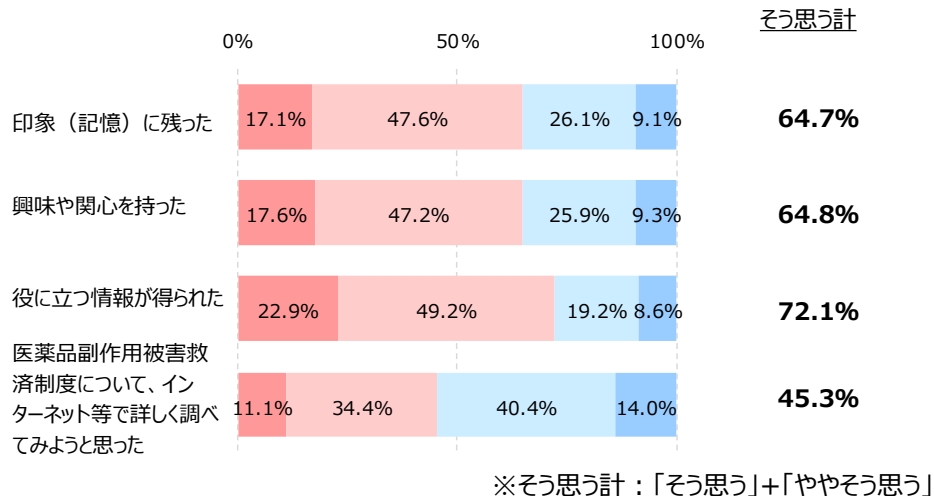


【救済制度紹介動画の評価】(Q9)

単一回答

(n=3,290)

■ そう思う ■ ややそう思う ■ あまりそう思わない ■ そう思わない

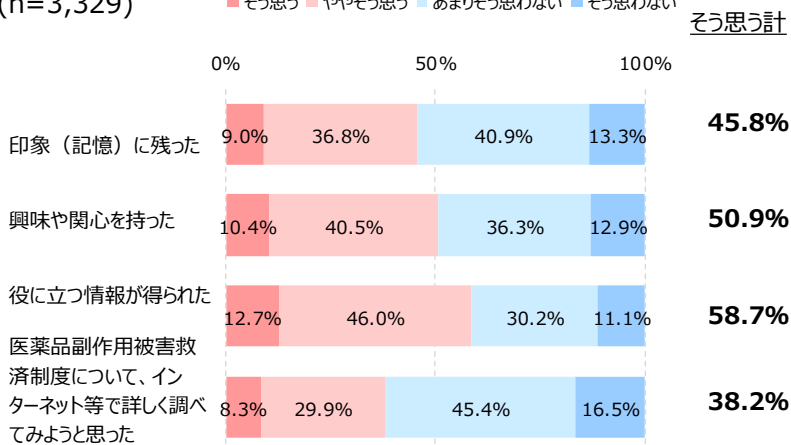


【新聞広告の評価】(Q11)

単一回答

(n=3,329)

■ そう思う ■ ややそう思う ■ あまりそう思わない ■ そう思わない

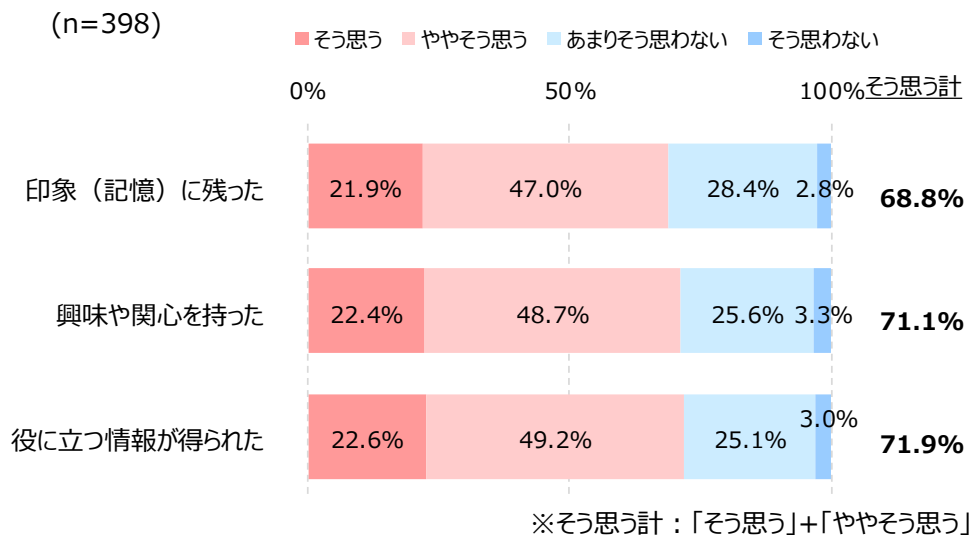


- ・テレビCMの評価（そう思う+ややそう思う）で最も高かった項目は「役に立つ情報が得られた」68%。以下、「興味や関心を持った」58%、「印象（記憶）に残った」55%。
- ・救済制度紹介動画の評価（そう思う+ややそう思う）で最も高かった項目は「役に立つ情報が得られた」72%。以下、「興味や関心を持った」65%、「印象（記憶）に残った」65%。
- ・新聞広告の評価（そう思う+ややそう思う）で最も高かった項目は「役に立つ情報が得られた」59%。以下、「興味や関心を持った」51%、「印象（記憶）に残った」46%、「インターネットで調べてみようと思った」39%。

- 薬局ビジョンや院内ビジョンの評価（そう思う＋ややそう思う）で最も高かった項目は「役に立つ情報が得られた」72%、以下、「興味や関心を持った」71%、「印象（記憶）に残った」69%。
- 救済制度特設サイトの評価（そう思う＋ややそう思う）で最も高かった項目は「役に立つ情報が得られた」77%、以下、「印象（記憶）に残った」77%、「興味や関心を持った」74%。

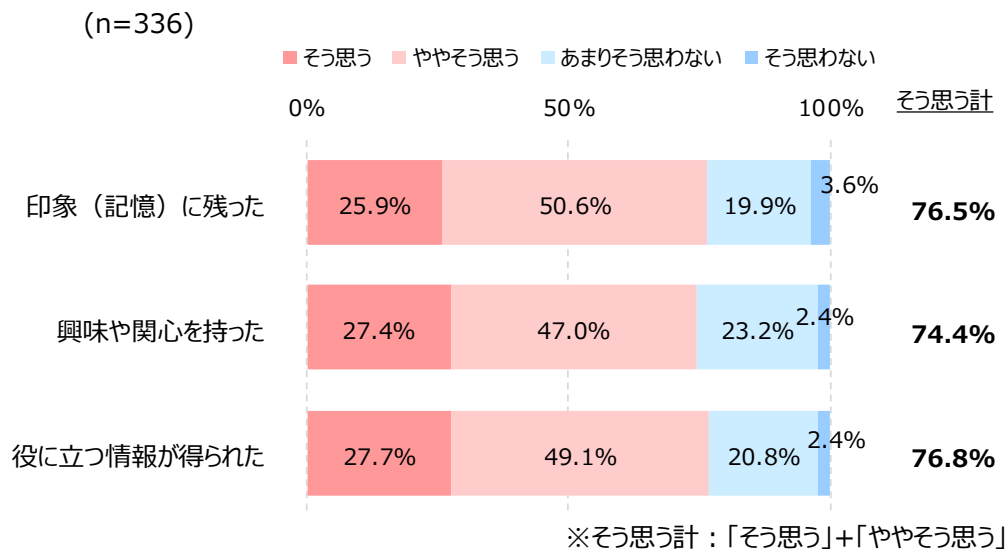
【薬局ビジョンや院内ビジョンの評価】(Q13) 単一回答

※薬局ビジョンや院内ビジョンのCM認知者ベース



【救済制度特設サイトの評価】(Q15) 単一回答

※「救済制度特別サイト」認知者ベース



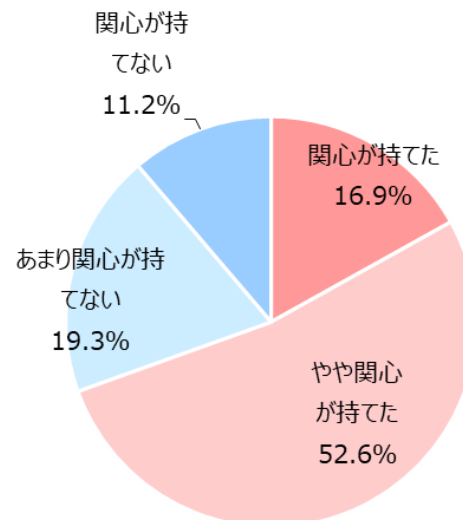
- ・医薬品副作用被害救済制度への関心度（関心が持てた+やや関心が持てた）は70%
- ・医薬品副作用被害救済制度の今後の利用意向（利用したい）は74%

【医薬品副作用被害救済制度 関心度】(Q16)



(n=3,329)

単一回答

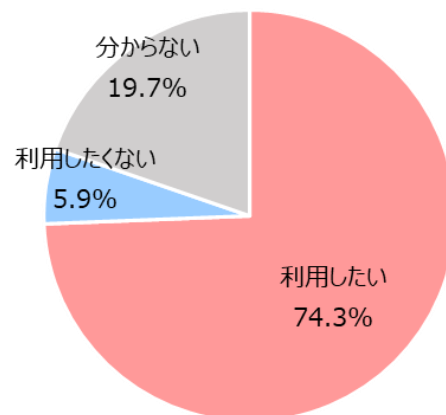


【医薬品副作用被害救済制度 今後の利用意向】(Q23)



(n=3,329)

単一回答



利用したい 74.3%

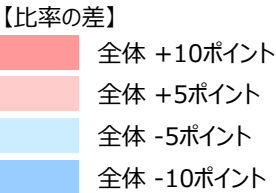


調査結果

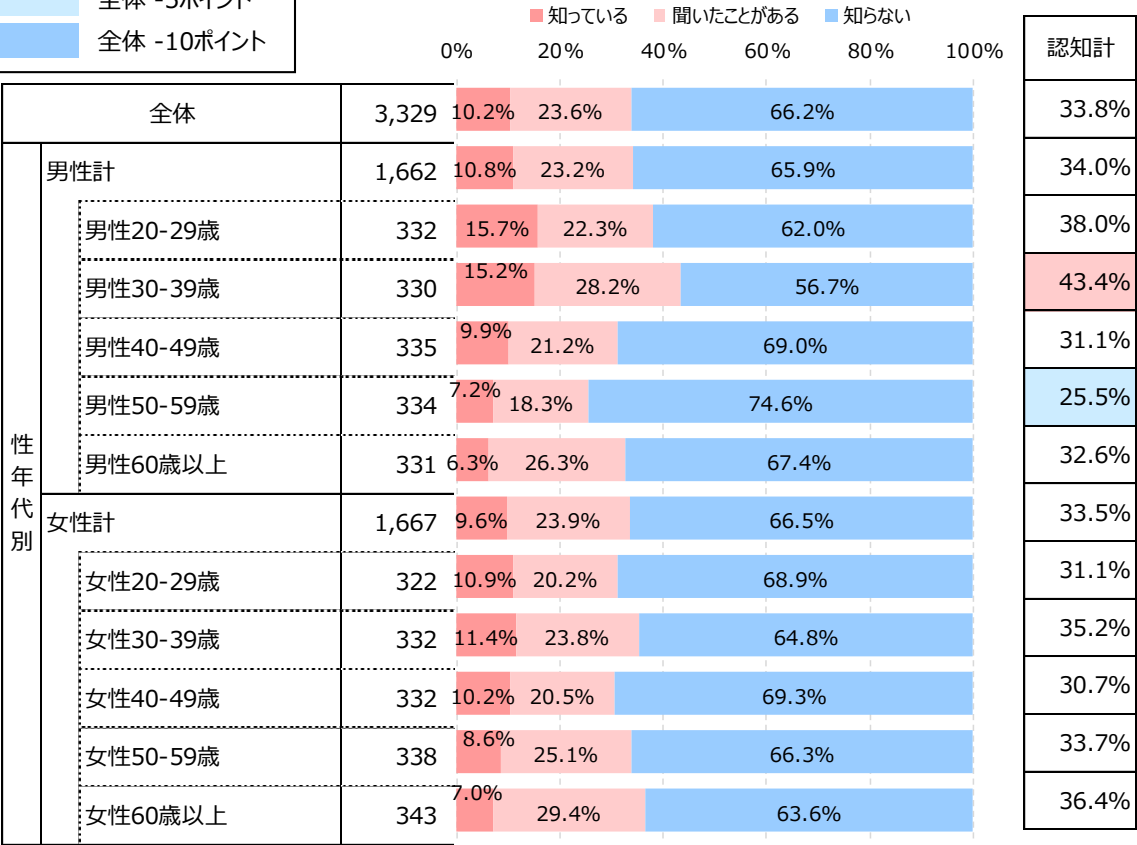
R3/R2 Q1. あなたは、副作用が起きたときに、医療費等の救済給付を行う「医薬品副作用被害救済制度」があることをご存じですか。

- ・ 医薬品副作用被害救済制度の認知率（知っている＋聞いたことがある）は34%で、R2から8ptの増加。
- 【性・年代別】
- ・ 男性では30代、女性では60歳以上の認知率が高く、男性50代の認知率が低い。前回低かった男性30代で23pt、男性40代で12pt増加している。

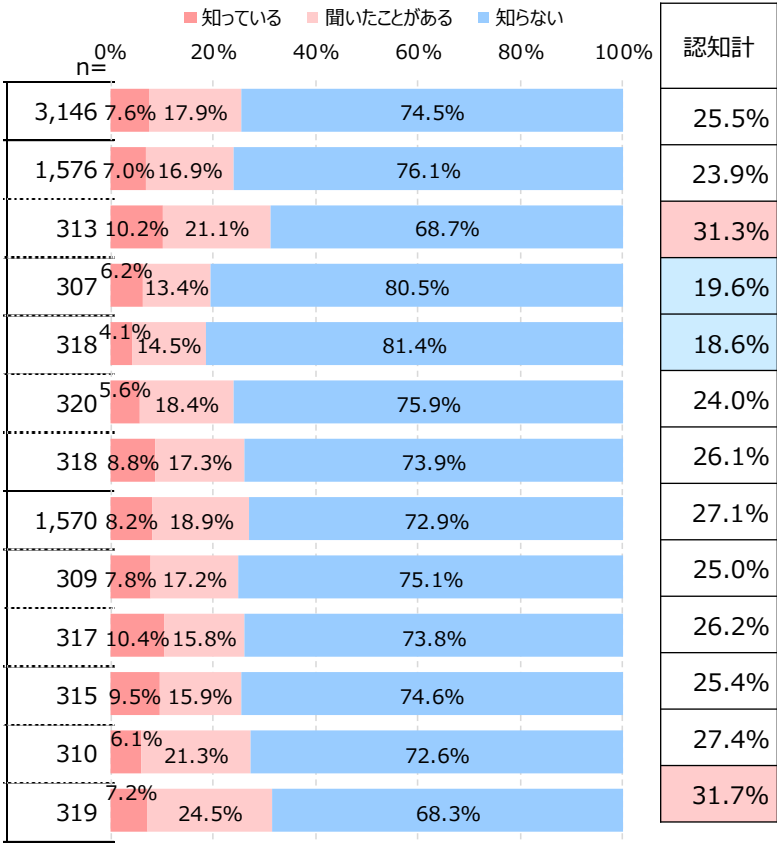
n=30以上の場合



令和3年度調査



令和2年度調査

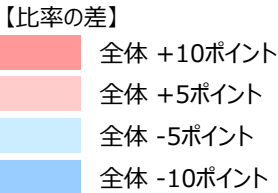


※認知計：「知っている」＋「聞いたことがある」

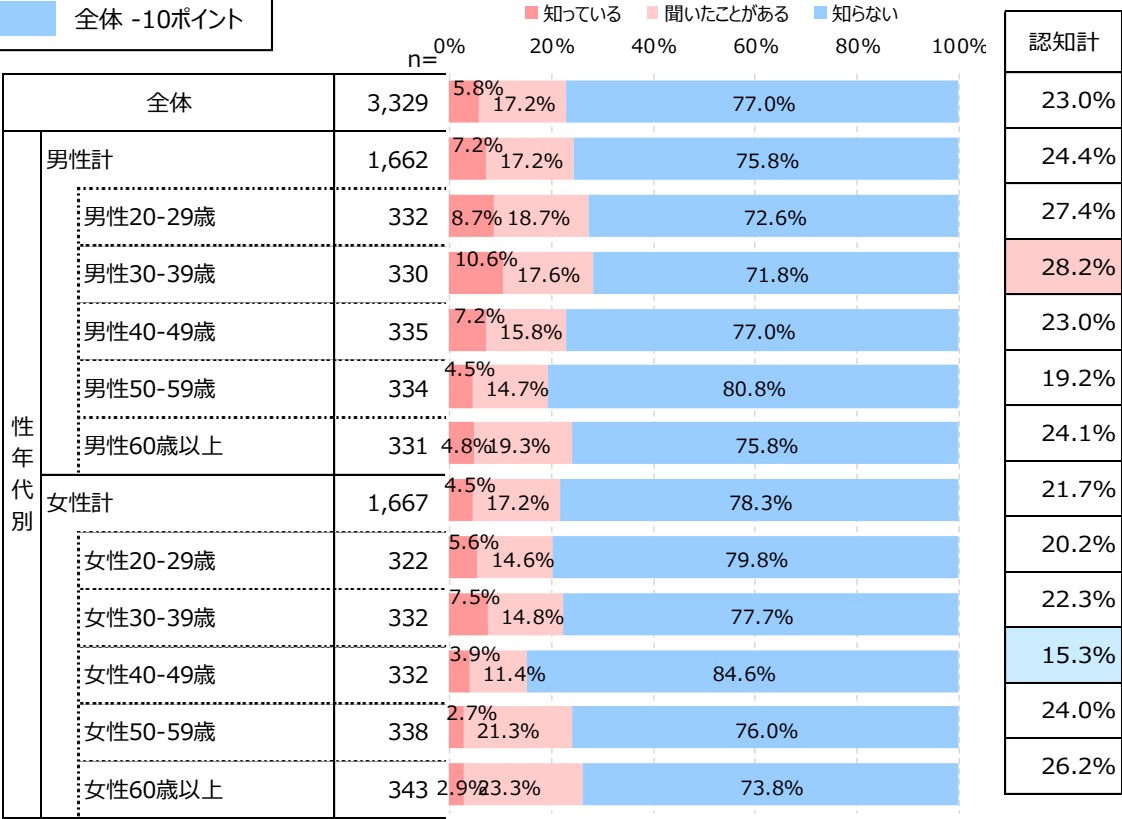
R3/R2 Q2. あなたは、輸血用血液製剤などを介して感染などが発生した場合に、医療費等の救済給付を行う「生物由来製品感染等被害救済制度」があることをご存じですか。

- ・生物由来製品感染等被害救済制度の認知率（知っている＋聞いたことがある）は23%。R2から 3ptの増加。
- 【性・年代別】
- ・男性では30代、女性では60歳以上の認知率が高く、男性50代が低く、女性40代が最も低い。前回低かった男性40代は11pt増加している。

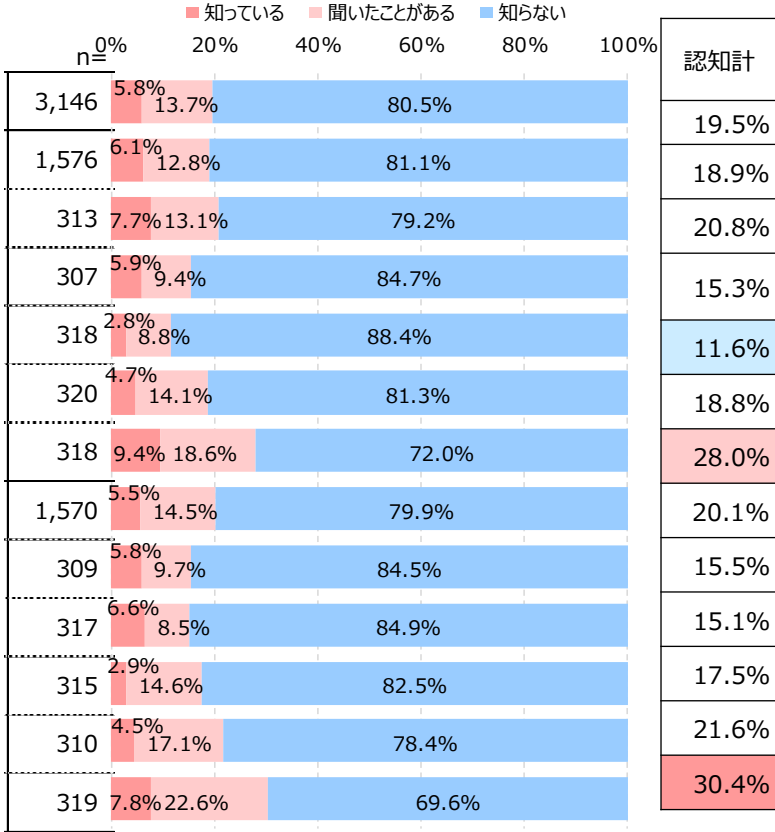
n=30以上の場合



令和3年度調査



令和2年度調査



※認知計：「知っている」＋「聞いたことがある」

R3/R2 Q3.「医薬品副作用被害救済制度」について、以下それぞれにあてはまるものをひとつお選びください。

- ・制度目的は34%、制度内容は23%が認知している。
- ・制度認知者において、認知されている提示内容は、目的認知者が61%、内容認知者が54%となっている。
- ・R2との比較では制度の存在の認知率は上昇したが、制度目的、内容制度認知者ベースでは目的・内容の認知率は目的はほぼ横ばい、内容は5pt低くなっている。

単一回答

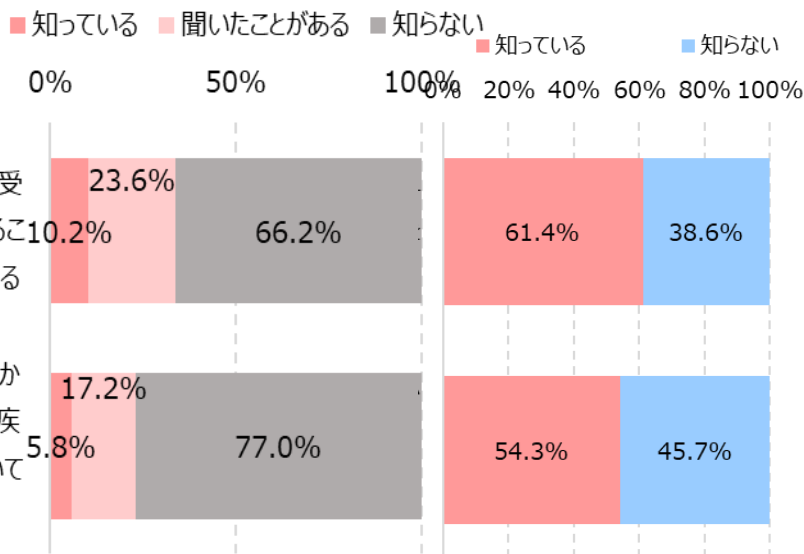
令和3年度調査

全体ベース

(n=3,329)

制度認知者ベース

(n=1,124)



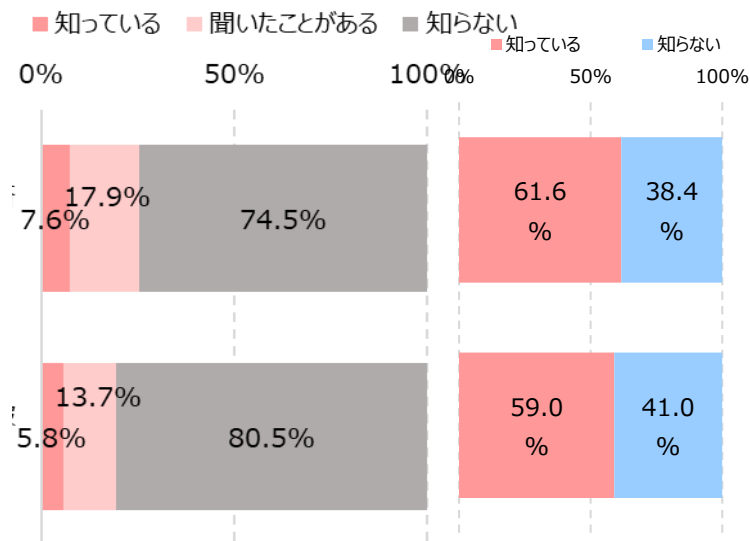
令和2年度調査

全体ベース

(n=3,146)

制度認知者ベース

(n=803)



※認知計：「知っている」+「聞いたことがある」

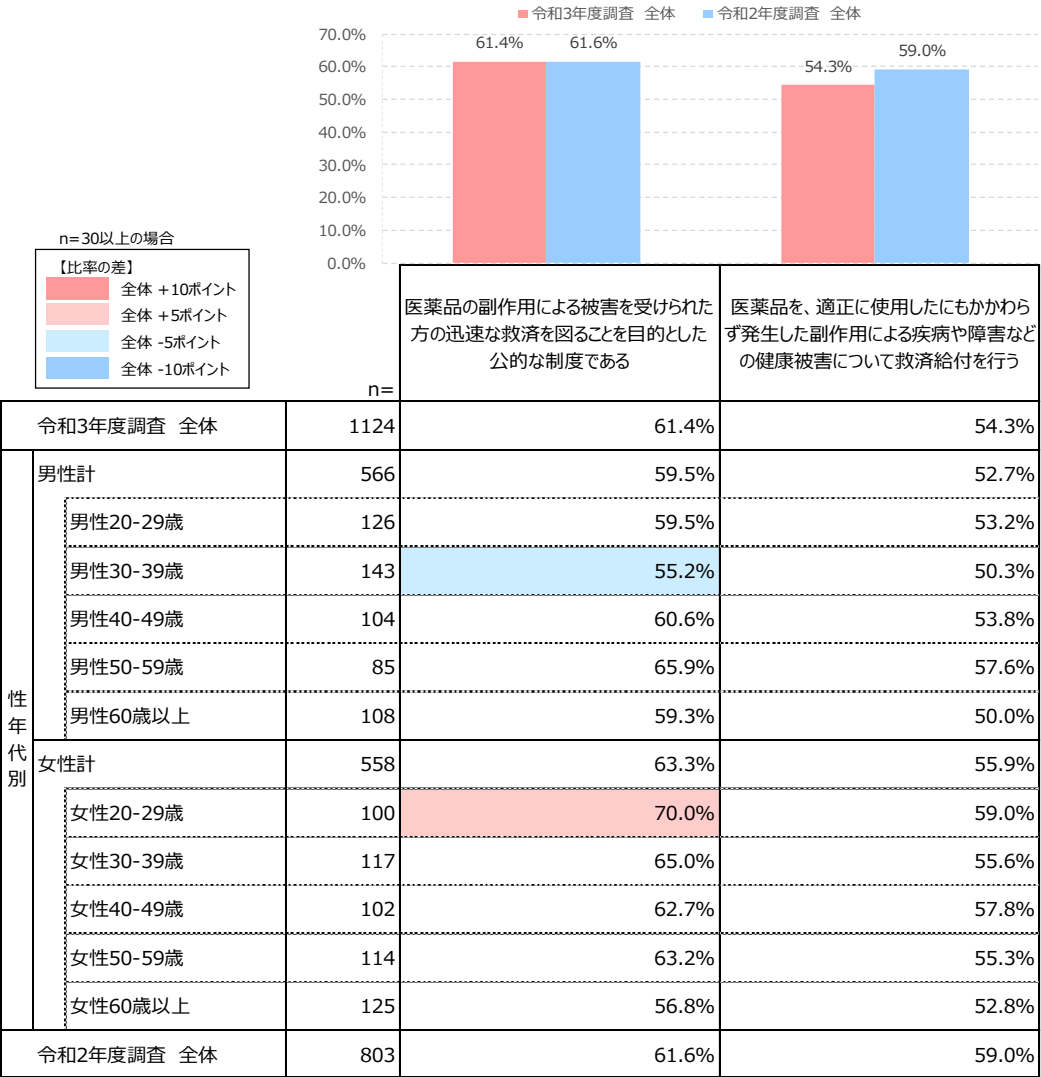
R3/R2 Q3.「医薬品副作用被害救済制度」について、以下それぞれにあてはまるものをひとつお選びください。

【性・年代別】

- 「医薬品の副作用による被害・・・」（制度目的）の認知は、女性の20代と30代が高く、男性30代が低い。
- 「医薬品を、適正に使用した・・・」（制度内容）の認知は、女性の20代でやや高く、男性30代で低い。

※「医薬品副作用被害救済制度」認知者ベース

単一回答



R3/R2 Q4. あなたは「医薬品副作用被害救済制度」をどのようにして（何から）知りましたか。または、どのようにして（何から）聞きましたか。あてはまるものをすべてお選びください。

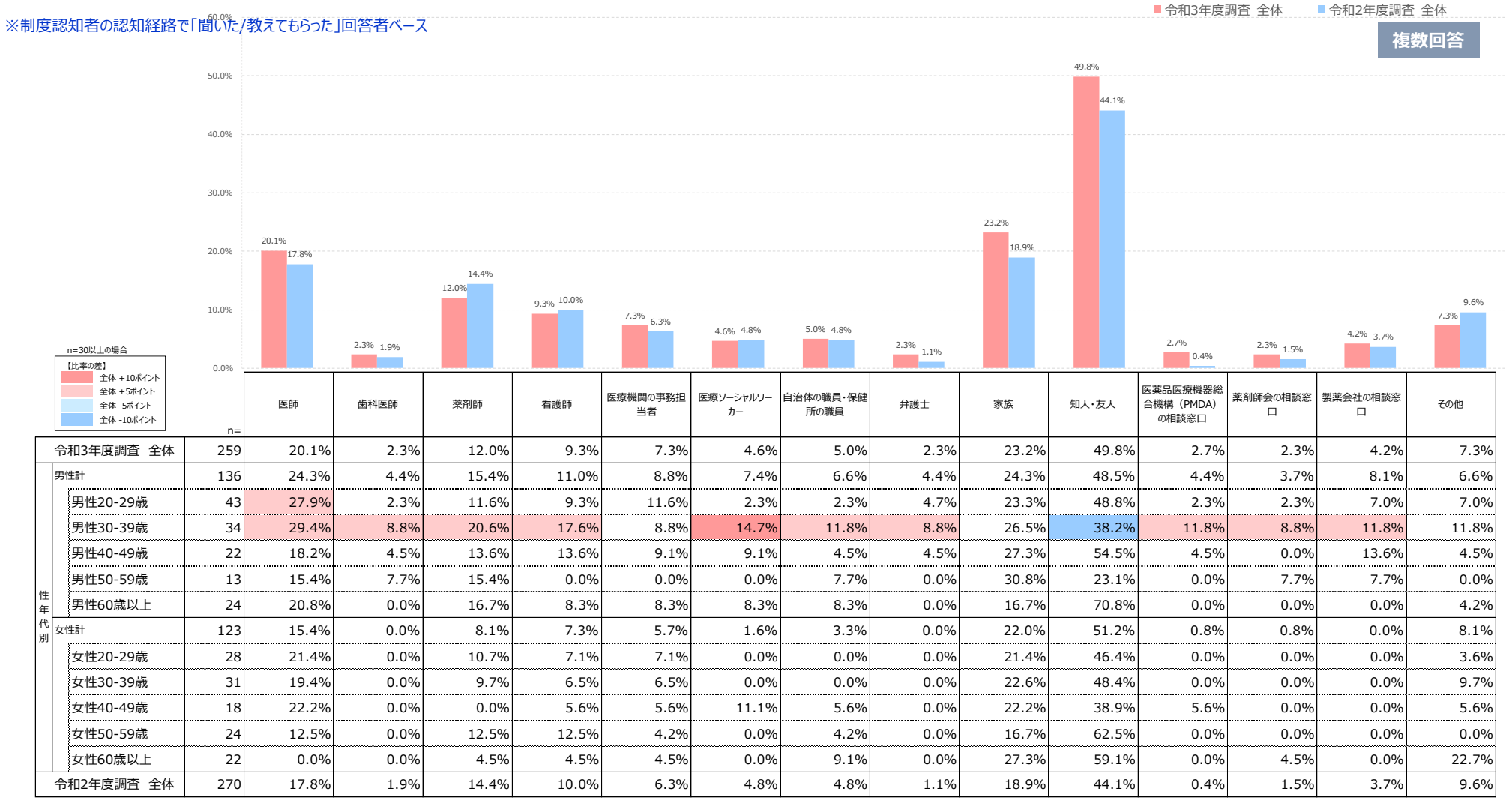
- 主な認知経路は「テレビ放送」28%、「聞いた／教えてもらった」23%、「病院等に掲示してあるポスター」21%と続く。
 - R2との比較では、「聞いた／教えてもらった」の11pt減少している一方、「インターネット（バナー、Youtubeなど）」が6pt、「テレビ放送」が5pt増加している。
- 【性・年代別】
- 「新聞」は男女とも60歳以上の認知度が高く、インターネット関連（PMDA,バナー、Youtube）は男性20～30代の認知度が高く、男女とも50代以上は低い。

※「医薬品副作用被害救済制度」認知者ベース



R3/R2 Q5. あなたは「医薬品副作用被害救済制度」について、誰から知りましたか。あてはまるものをすべてお選びください。

- 「知人・友人」から教えてもらったが50%を占める。以下、「家族」「医師」「薬剤師」「看護師」となっている。R2より「知人友人」は5pt増加、「医師」も2pt増加。
- 【性・年代別】
- 男性30代は全体的に平均より高めだが、「医療ソーシャルワーカー」が最も高く、逆に「知人・友人」が低い。

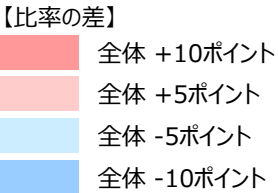


R3/R2 Q6. あなたは、テレビでこのCMを見たことがありますか。

- テレビCMの認知率（見たことがある＋見たような気がする）は10%。R2から5ptの減少。
- 【性、年代別】
- 男性は20代と30代でやや高い。女性は30代と50代の認知率がほぼ全体平均に近いものの、全世代にわたって平均を下回っている。R2で最も高かった女性60歳以上は、12pt減少している。

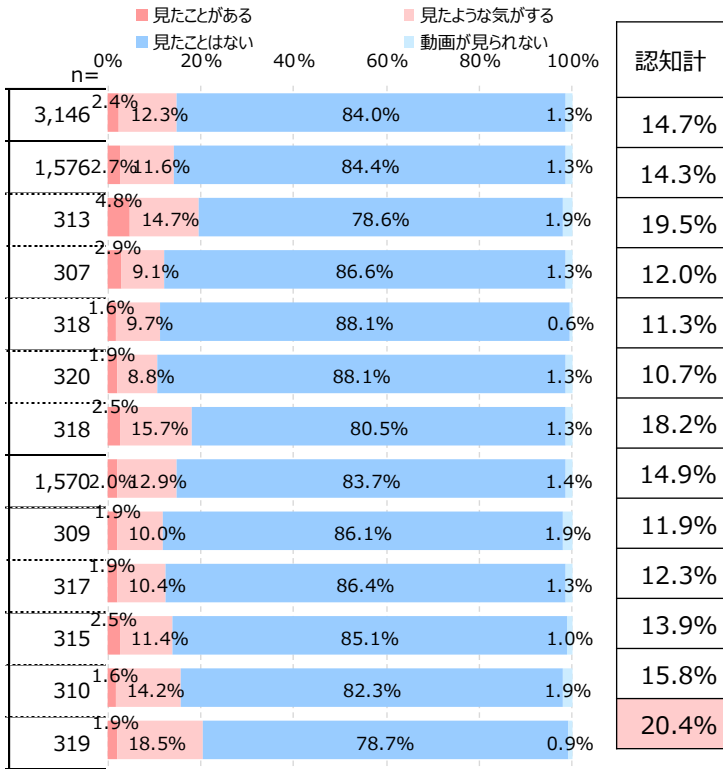
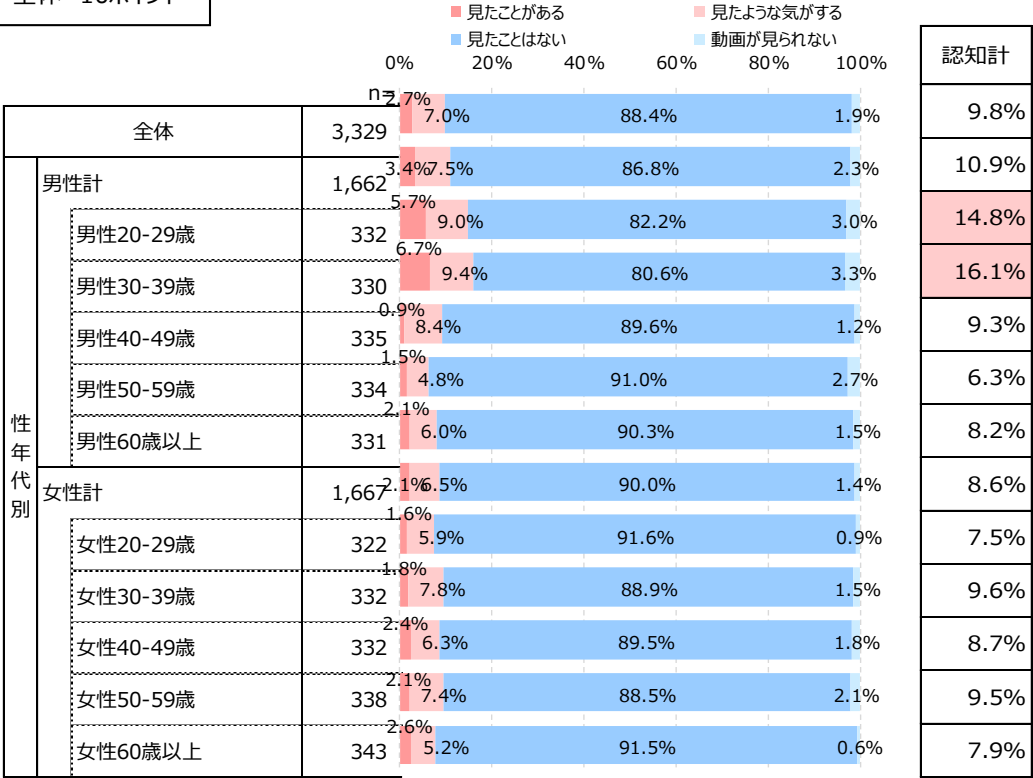
n=30以上の場合

単一回答



令和3年度調査

令和2年度調査



※認知計：「見たことがある」+「見たような気がする」

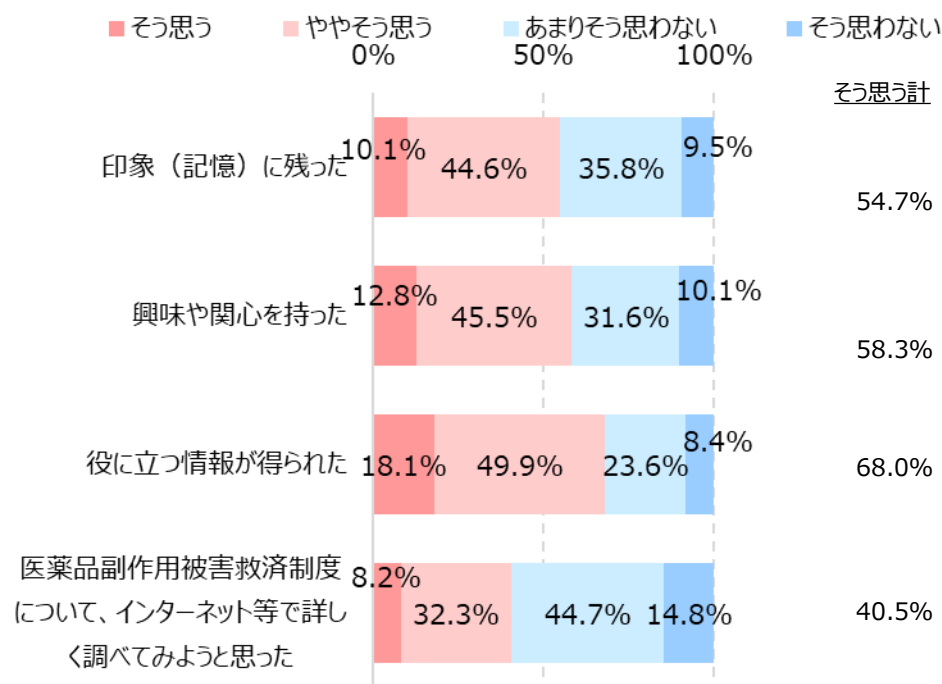
R3/R2 Q7. 動画（TVCM）をご覧になった感想をお聞きます。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

- テレビCMの評価（そう思う＋ややそう思う）が高かった項目は、「役に立つ情報が得られた」68%、「興味や関心を持った」58%と続く。
- R2と比較すると、「そう思う計」がすべての項目で低下している。
- R3で新出の「インターネット等で調べてみようと思った」は40%が「そう思う」と回答している。

単一回答

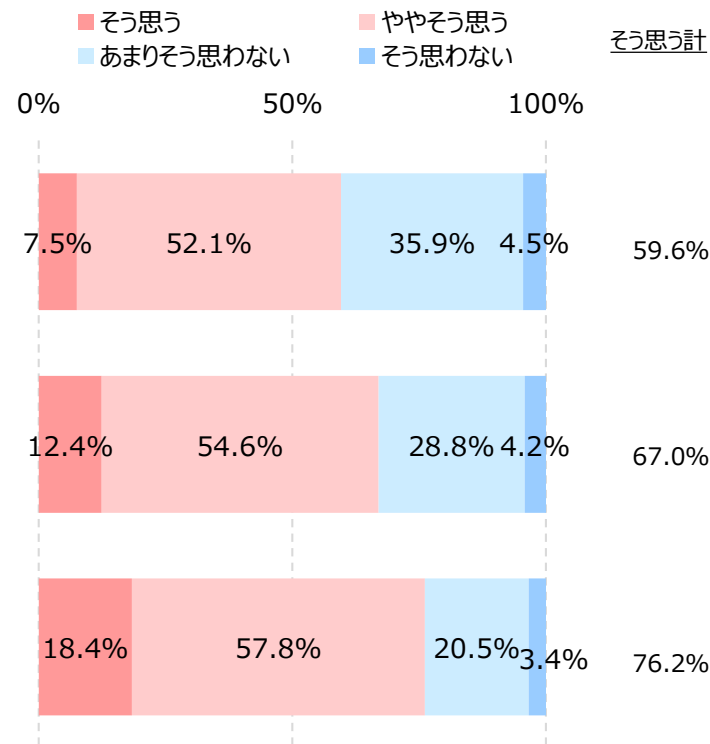
令和3年度調査

(n=3,329)



令和2年度調査

(n=3,146)



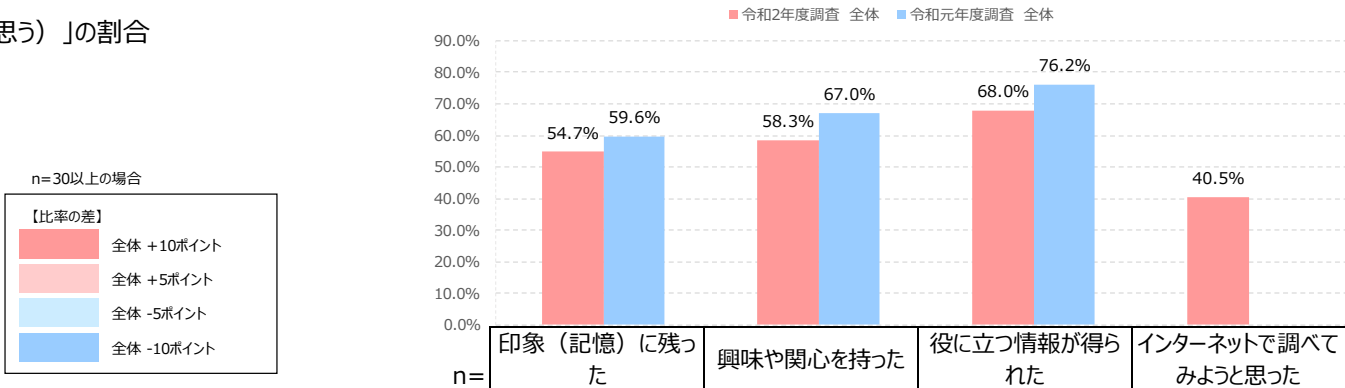
※そう思う計：「そう思う」＋「ややそう思う」

R3/R2 Q7. 動画（TVCM）をご覧になった感想をお聞きます。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

【性・年代別】

- 「印象(記憶)に残った」が最も高いのは女性60歳以上、逆に低いのが男性40代。「興味や関心を持った」が最も高いのは女性50代、低いのが男性40代。
- 男性よりも女性、低年齢層よりも高年齢層で評価が高い傾向なのはR2と同様であった。

「そう思う計（そう思う） + （ややそう思う）」の割合



単一回答

n=30以上の場合		【比率の差】				
		全体 +10ポイント				
		全体 +5ポイント				
		全体 -5ポイント				
		全体 -10ポイント				
令和3年度調査 全体		3,273	54.7%	58.3%	68.0%	40.5%
性 年 代 別	男性計	1,627	50.6%	53.0%	61.9%	37.9%
	男性20-29歳	324	53.4%	51.9%	64.2%	40.1%
	男性30-39歳	319	52.4%	54.9%	63.3%	43.9%
	男性40-49歳	331	43.2%	48.9%	59.5%	36.3%
	男性50-59歳	325	50.5%	49.2%	57.5%	33.8%
	男性60歳以上	328	53.7%	60.1%	64.9%	35.7%
	女性計	1,646	58.8%	63.6%	74.1%	43.0%
	女性20-29歳	319	56.1%	60.5%	72.7%	41.4%
	女性30-39歳	328	49.4%	57.3%	70.4%	38.4%
	女性40-49歳	327	56.3%	63.6%	72.8%	41.6%
	女性50-59歳	331	64.4%	68.3%	77.3%	45.6%
	女性60歳以上	341	67.4%	68.0%	76.8%	47.8%
令和2年度調査 全体		3,104	59.6%	67.0%	76.2%	—

R3/R2 Q8. あなたは、インターネットサイトでこの動画を見たことがありますか。

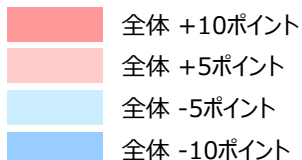
•救済制度紹介動画の認知率（見たことがある＋見たような気がする）は7%。R1から2ptの増加。

【性、年代別】

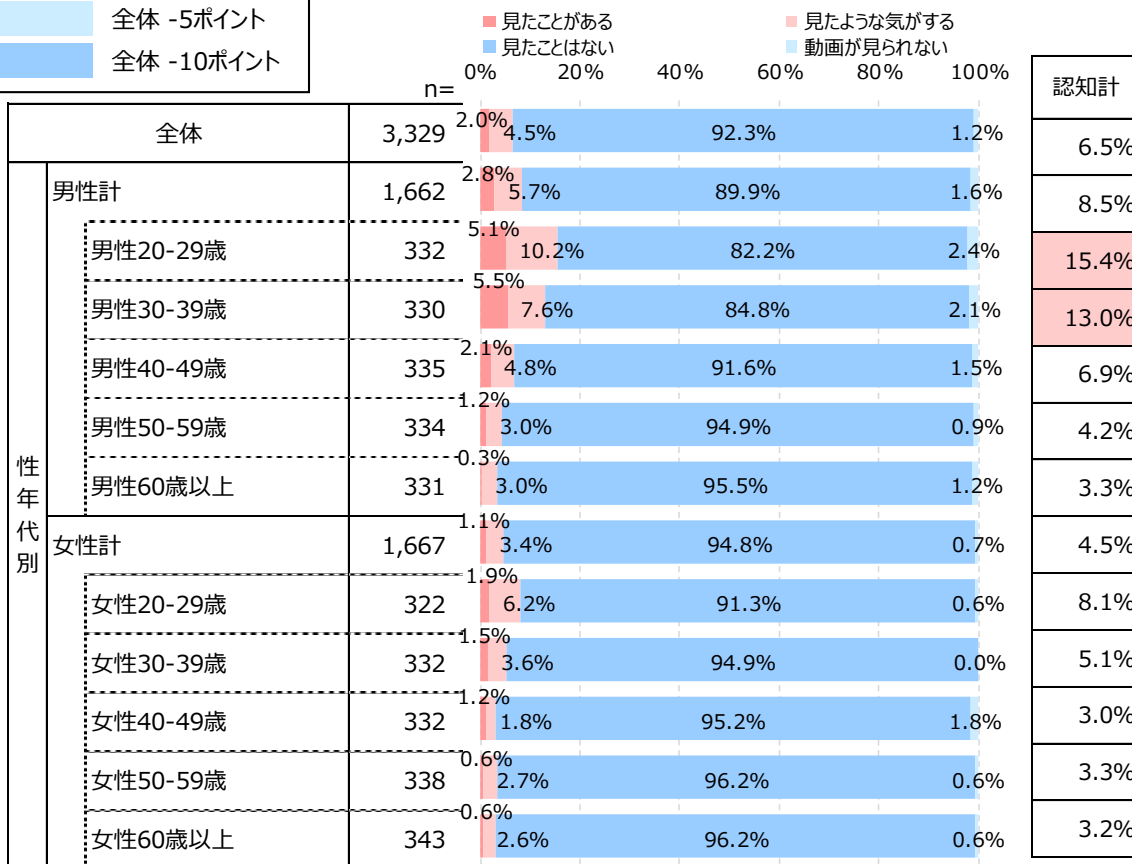
•女性より男性の方が認知率が高く、特に男性30～40代の認知率が高い。男性60歳以上と、女性40代以上の認知率が低い。

n=30以上の場合

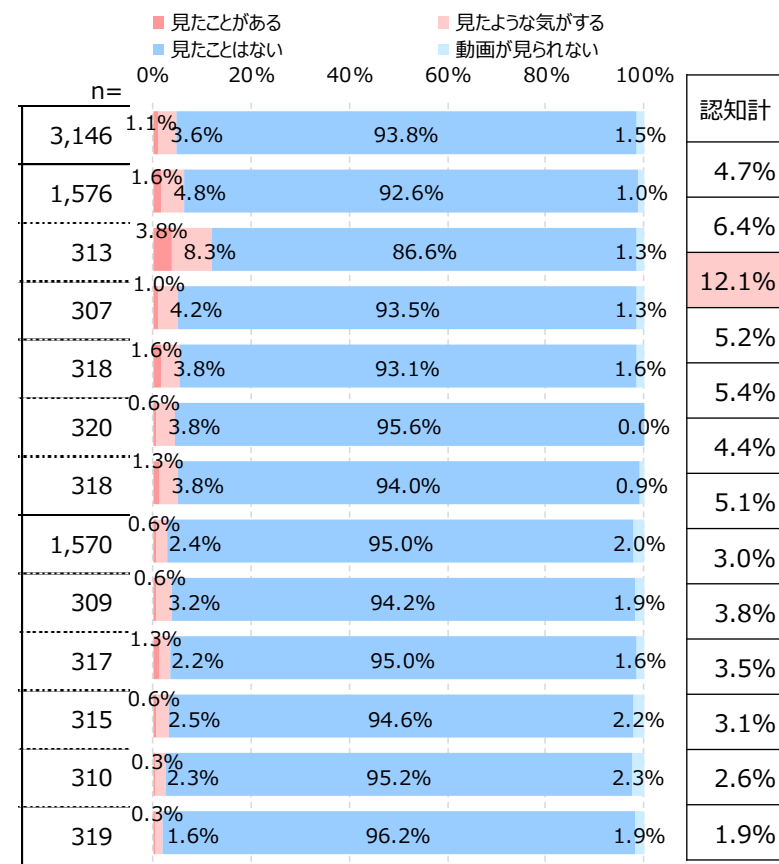
【比率の差】



令和3年度調査



令和2年度調査



※認知計：「見たことがある」＋「見たような気がする」

単一回答

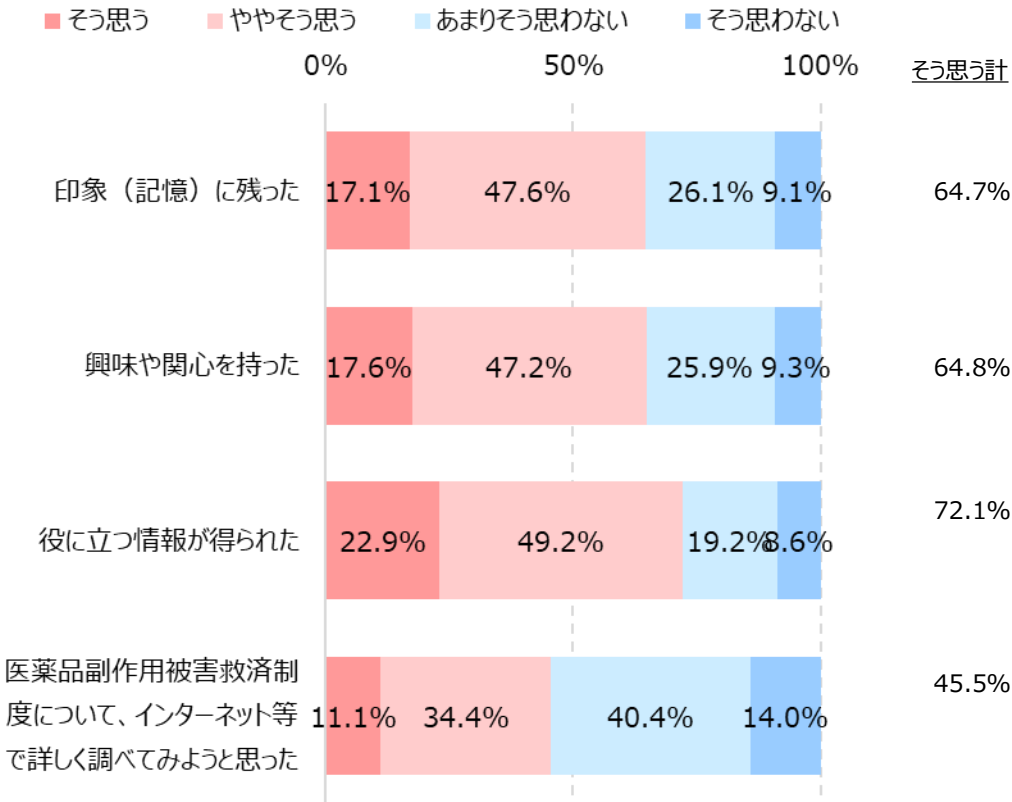
R3/R2 Q9. 動画（救済制度紹介動画）をご覧になった感想をお聞きます。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

- 救済制度紹介動画の評価（そう思う+ややそう思う）が高かった項目は「役に立つ情報が得られた」72%。以下、「興味や関心を持った」65%、「印象（記憶）に残った」65%が続く。
- R2と比較するとすべて減少。「役に立つ情報が得られた」「興味や関心を持った」がそれぞれ8pt、「印象（記憶）に残った」が5pt減少している。
- 「インターネットで調べてみようと思った」が46%となり、半数近くが救済制度について能動的に行動に移そうという意志を持っている。

単一回答

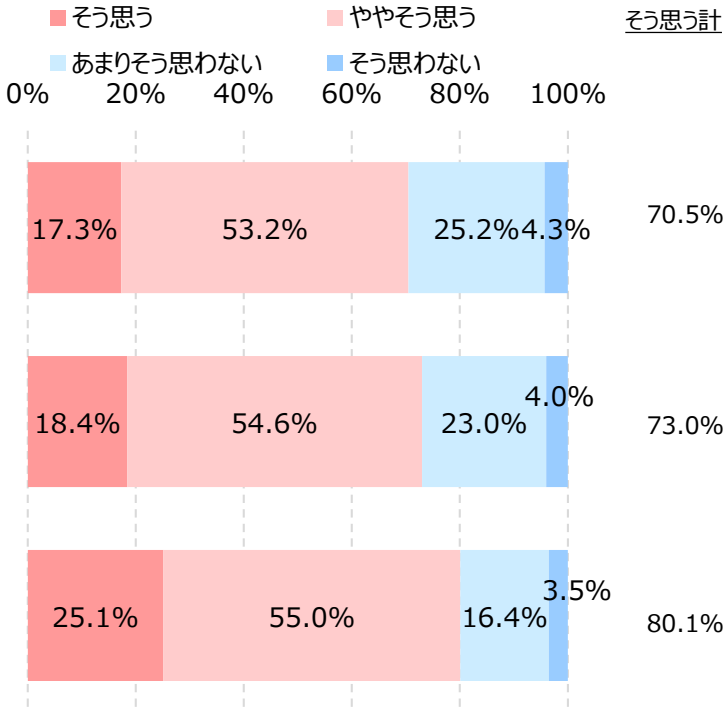
令和3年度調査

(n=3,290)



令和2年度調査

(n=3,146)



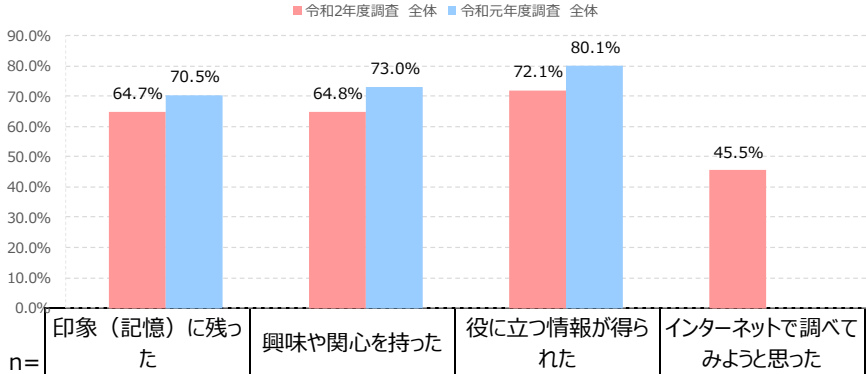
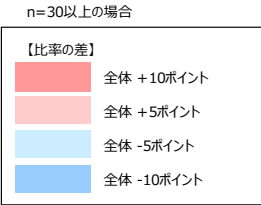
※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

R3/R2 Q9. 動画（救済制度紹介動画）をご覧になった感想をお聞きます。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

【性・年代別】

・男性よりも女性、低年齢層よりも高年齢層で評価が高い傾向にある。男性は20代が4項目中3項目で全体平均を5pt以上下回っている。逆に女性60歳以上はすべての項目で平均を10pt以上上回っている。

「そう思う計（そう思う） + （ややそう思う）」の割合



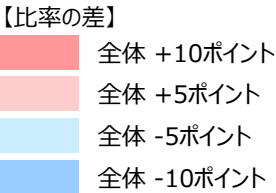
単一回答

令和3年度調査 全体		n=	印象（記憶）に残った	興味や関心を持った	役に立つ情報が得られた	インターネットで調べようと思った
性年代別	男性計	1,635	57.4%	58.5%	64.4%	40.8%
	男性20-29歳	324	51.8%	52.4%	58.3%	39.5%
	男性30-39歳	323	60.7%	58.8%	65.9%	46.1%
	男性40-49歳	330	55.4%	58.8%	65.8%	39.7%
	男性50-59歳	331	56.2%	56.8%	61.9%	38.7%
	男性60歳以上	327	62.6%	65.4%	70.0%	40.1%
	女性計	1,655	72.0%	71.0%	79.7%	50.2%
	女性20-29歳	320	65.0%	65.3%	76.6%	46.6%
	女性30-39歳	332	62.7%	63.6%	71.7%	45.2%
	女性40-49歳	326	71.2%	69.7%	78.8%	48.4%
	女性50-59歳	336	76.8%	77.4%	83.3%	53.0%
	女性60歳以上	341	83.6%	78.6%	87.9%	57.4%
令和2年度調査 全体		3,104	70.5%	73.0%	80.1%	—

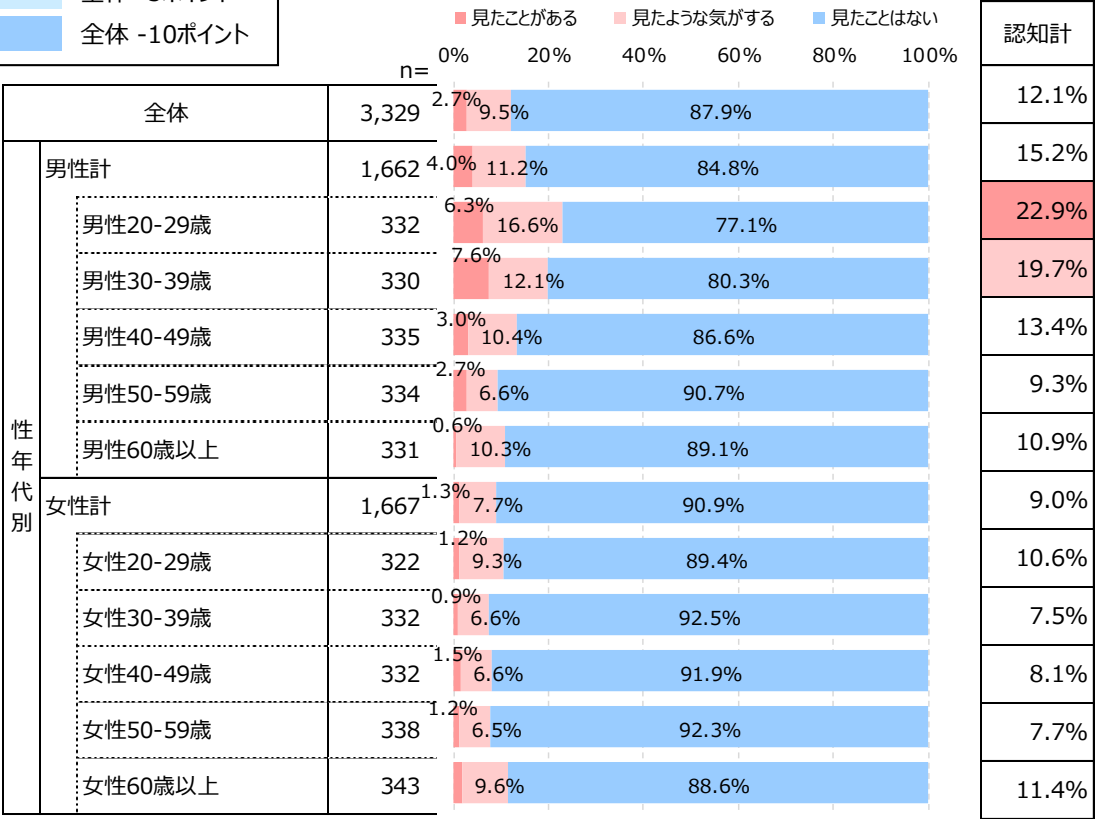
R3/R2 Q10. あなたは、これまでにこの新聞広告を見たことがありましたか。画像（新聞広告）をご覧になってからお答えください。

- 新聞広告の認知率（見たことがある＋見たような気がする）は12%。R2と比較すると1pt増加。
- 【性、年代別】
- 男性の認知率が高い傾向があり、特に男性20代が高い。次いで男性30代となっている。最も低いのは女性の30代となっている。

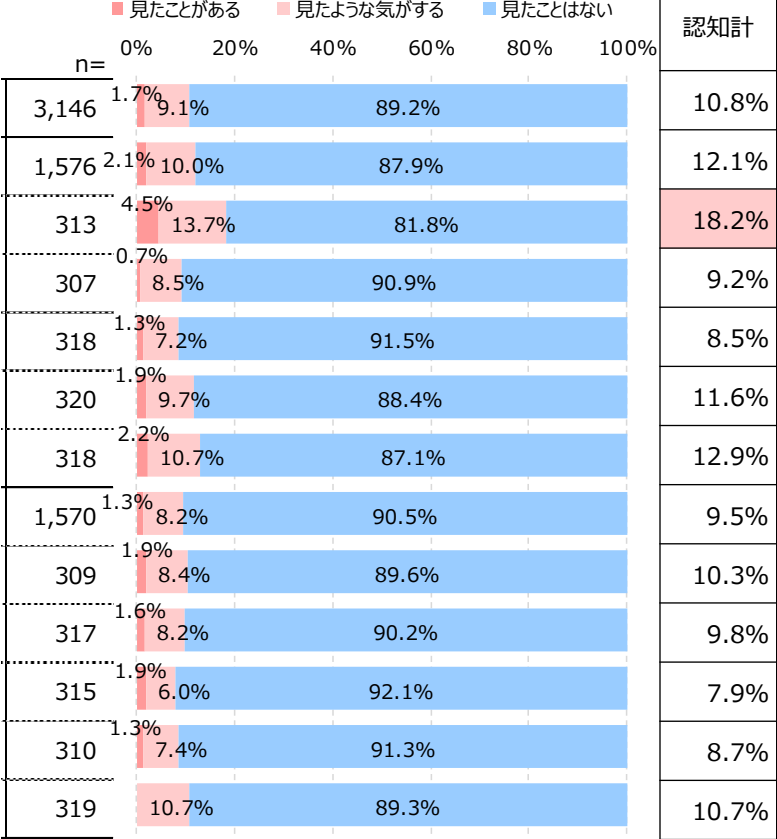
n=30以上の場合



令和3年度調査



令和2年度調査



※認知計：「見たことがある」＋「見たような気がする」

単一回答

Q11 新聞広告の評価（全体）

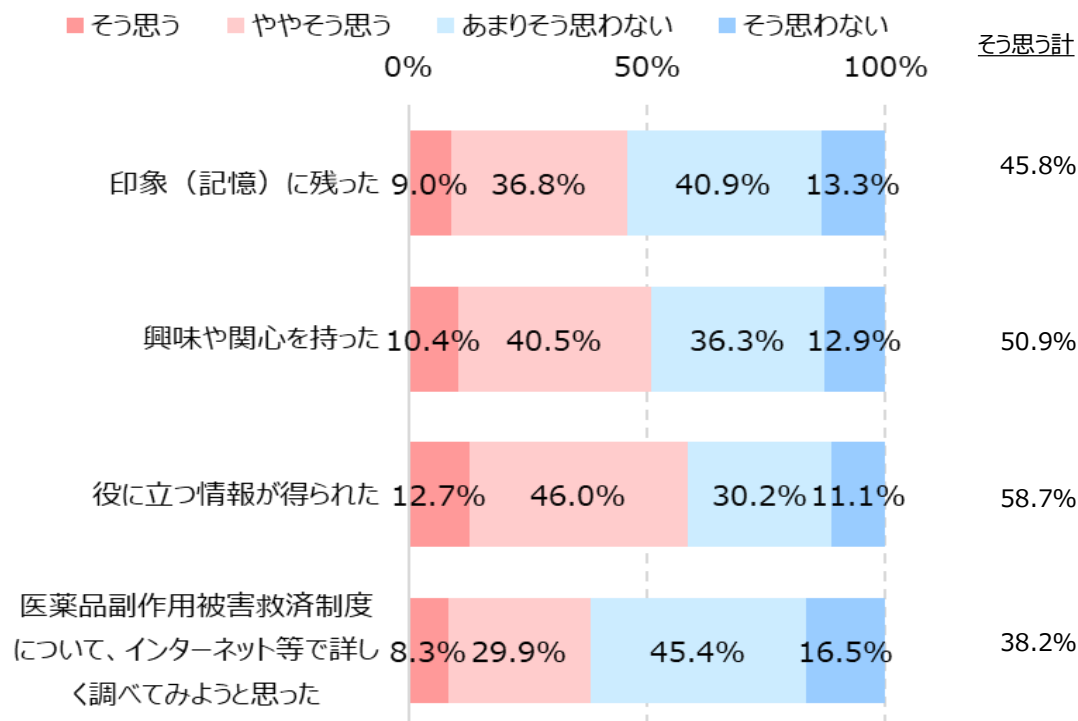
R3/R2 Q11. 新聞広告をご覧になった感想をお聞きます。どう思われましたか。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

- 新聞広告の評価（そう思う＋ややそう思う）が高かった項目は「役に立つ情報が得られた」59%。「興味や関心を持った」51%、「印象（記憶）に残った」46%が続く。R2と比較するとすべて減少している。
- 「インターネットで調べてみようと思った」は38%にどとまり、テレビ（41%）、インターネット（46%）と比べて最も低くなっている。

単一回答

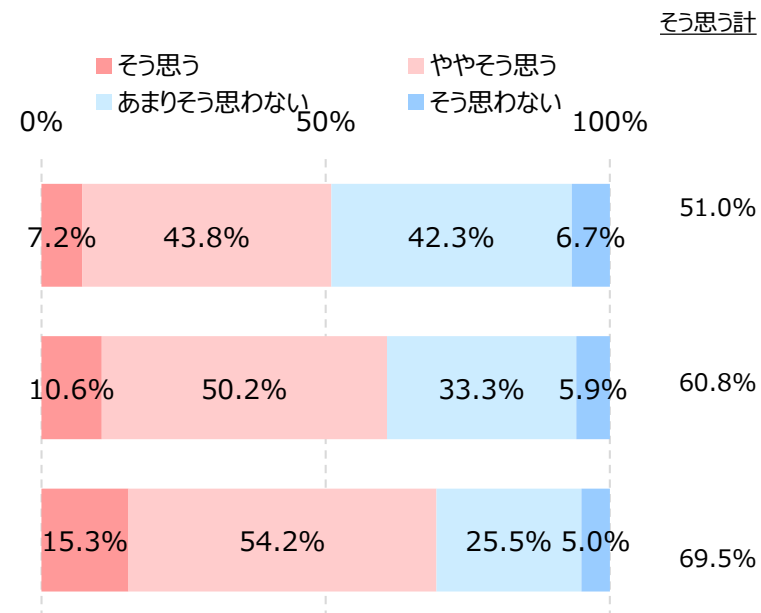
令和3年度調査

(n=3,329)



令和2年度調査

(n=3,146)



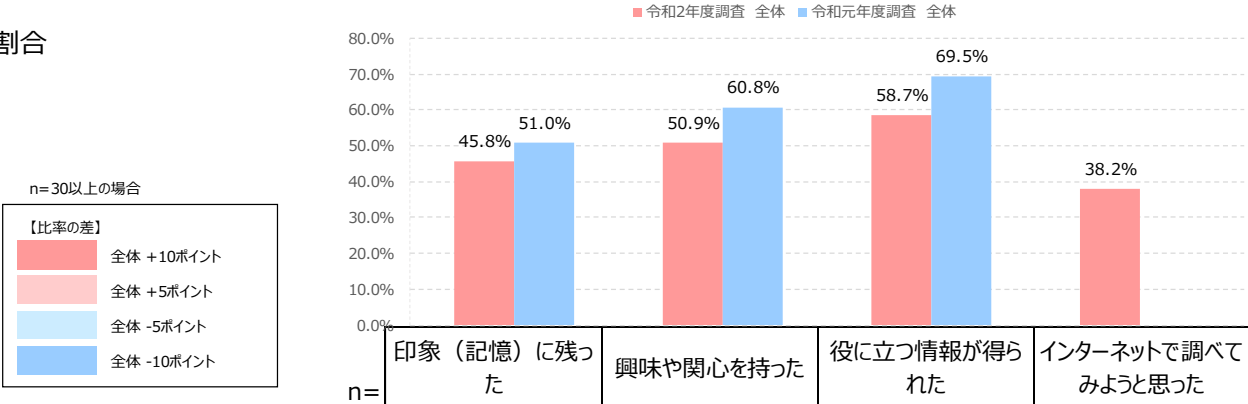
※そう思う計：「そう思う」＋「ややそう思う」

R3/R2 Q11. 新聞広告をご覧になった感想をお聞きます。どう思われましたか。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

【性・年代別】

- 男性よりも女性、低年齢層よりも高年齢層で評価が高い傾向にある。
- 女性全体でも「興味や関心を持った」「役に立つ情報が得られた」が全体平均を5pt以上上回っている。
- 女性50代以上が4項目中3項目で平均より10pt上回っている。

「そう思う計（そう思う） + （ややそう思う）」の割合



単一回答

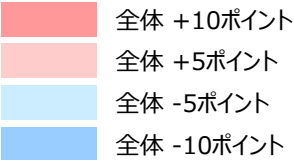
令和3年度調査 全体			3,329	45.8%	50.9%	58.7%	38.2%
性 年 代 別	男性計		1,662	41.6%	45.7%	52.6%	35.6%
		男性20-29歳	332	39.2%	42.2%	47.3%	35.2%
		男性30-39歳	330	44.8%	49.4%	53.9%	41.5%
		男性40-49歳	335	39.1%	44.5%	54.0%	33.4%
		男性50-59歳	334	43.7%	46.7%	53.0%	35.3%
		男性60歳以上	331	41.1%	45.9%	54.7%	32.3%
	女性計		1,667	50.0%	56.0%	64.8%	40.8%
		女性20-29歳	322	38.8%	48.1%	60.6%	36.6%
		女性30-39歳	332	41.0%	45.8%	55.7%	35.8%
		女性40-49歳	332	51.2%	56.9%	63.9%	37.7%
		女性50-59歳	338	57.4%	63.9%	68.9%	45.9%
		女性60歳以上	343	60.6%	64.4%	74.3%	47.5%
令和2年度調査 全体			3,104	51.0%	60.8%	69.5%	—

R3/R2 Q12. あなたは、これまでに薬局ビジョンや院内ビジョンで救済制度のCM（動画）を見たことがありますか。

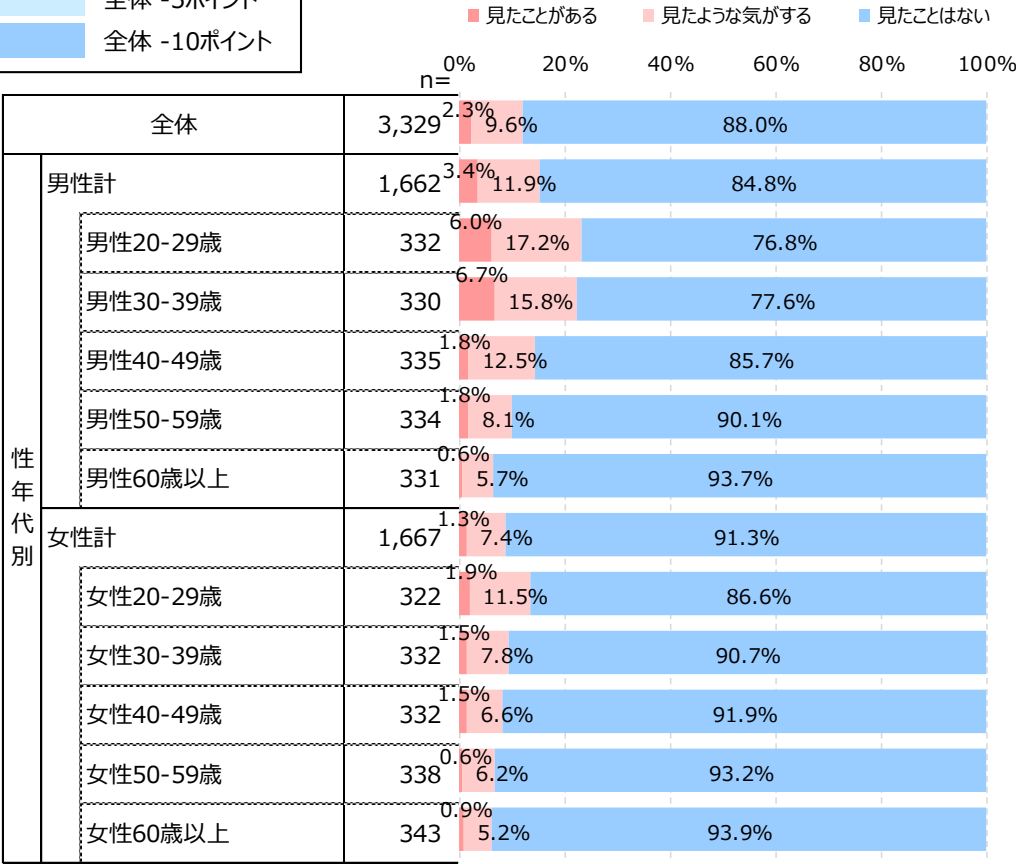
- 薬局ビジョンや院内ビジョンの認知率（見たことがある＋見たような気がする）は12%。R2から 1pt増加。
- 【性、年代別】
- 男性20～30代の認知率が高く、平均を10pt以上上回っている。R2と比較しても、20代は3pt、30代は9pt増。逆に低いのが男性60歳以上と女性50代以上で、男女とも高年齢層よりも低年齢層で高い傾向にある。

n=30以上の場合

【比率の差】

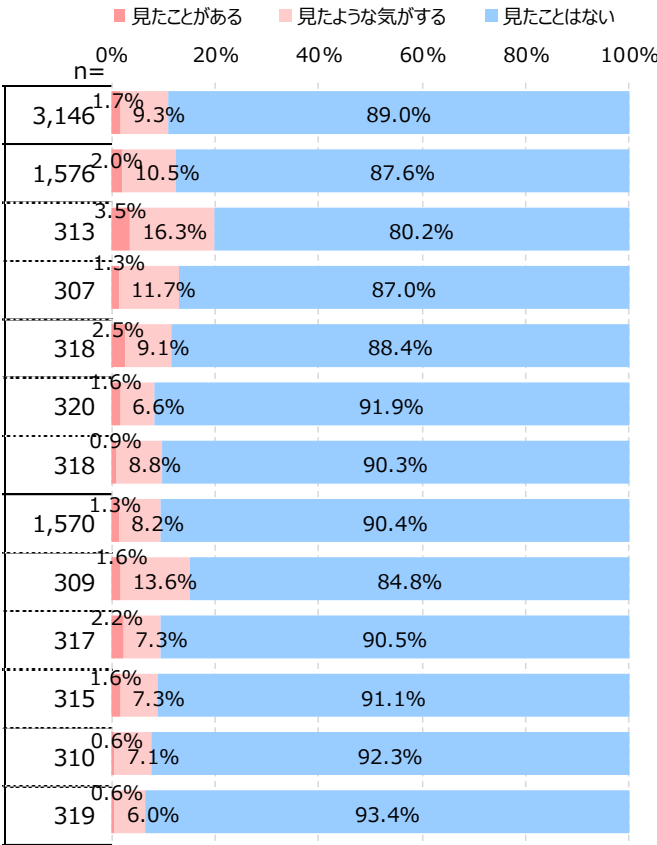


令和3年度調査



認知計
12.0%
15.3%
23.2%
22.4%
14.3%
9.9%
6.3%
8.7%
13.4%
9.3%
8.1%
6.8%
6.1%

令和2年度調査



認知計
11.0%
12.4%
19.8%
13.0%
11.6%
8.2%
9.7%
9.6%
15.2%
9.5%
8.9%
7.7%
6.6%

※認知計：「見たことがある」＋「見たような気がする」

単一回答

Q13 薬局ビジョンや院内ビジョンの評価（全体）

30

R3/R2 Q13. 薬局ビジョンや院内ビジョンのCMをご覧になった感想をお聞きます。どう思われましたか。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

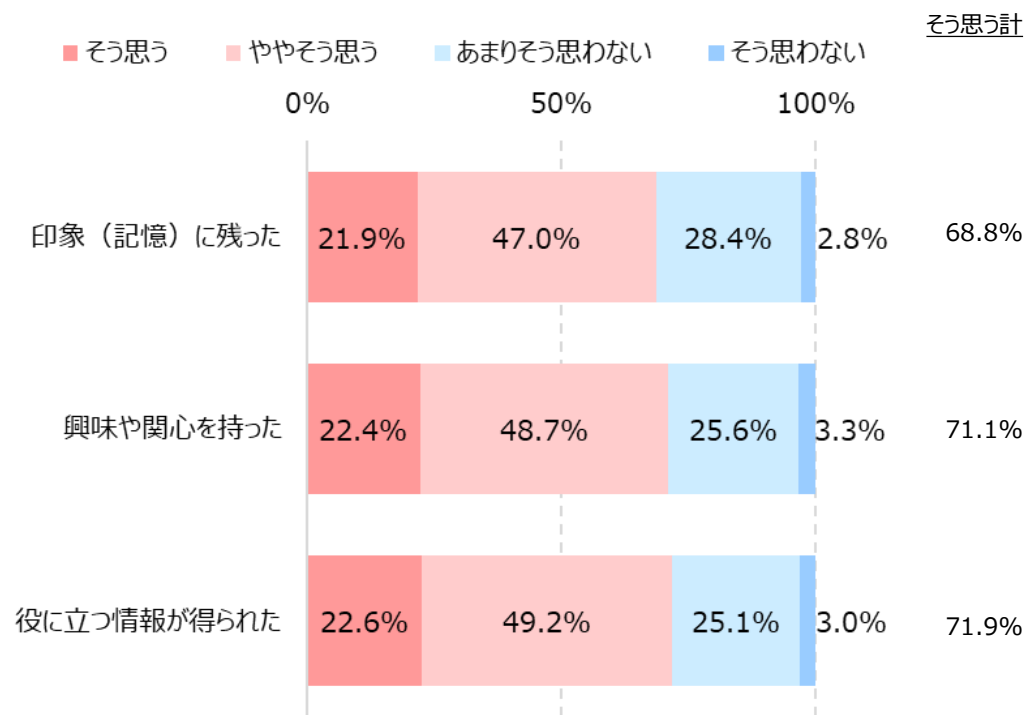
- 薬局ビジョンや院内ビジョンの評価（そう思う+ややそう思う）が高かった項目は「役に立つ情報が得られた」72%。以下、「興味や関心を持った」71%、「印象（記憶）に残った」69%が続く。
- R2との比較で2項目が減少しているが、「印象（記憶）に残った」は3pt増加した。

※薬局ビジョンや院内ビジョンのCM認知者ベース

単一回答

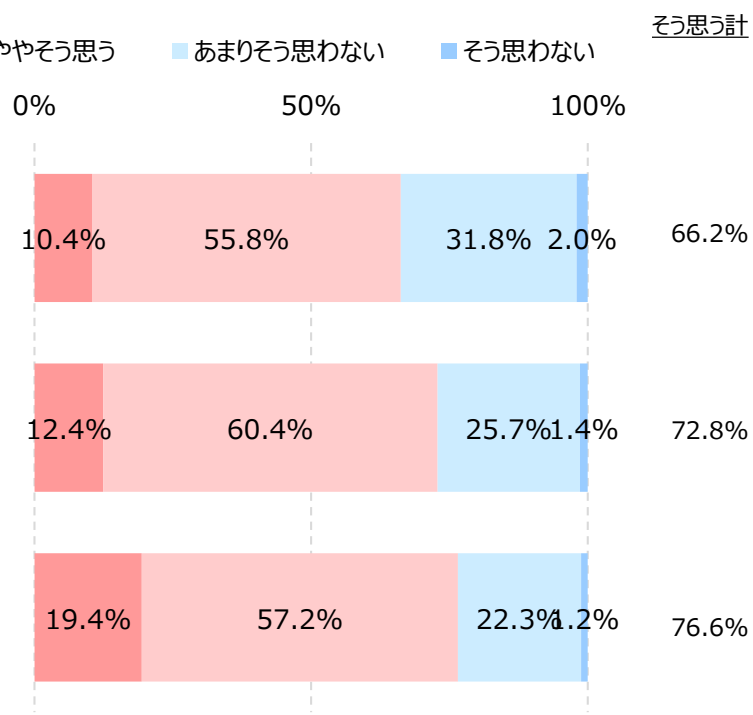
令和3年度調査

(n=398)



令和2年度調査

(n=346)



※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

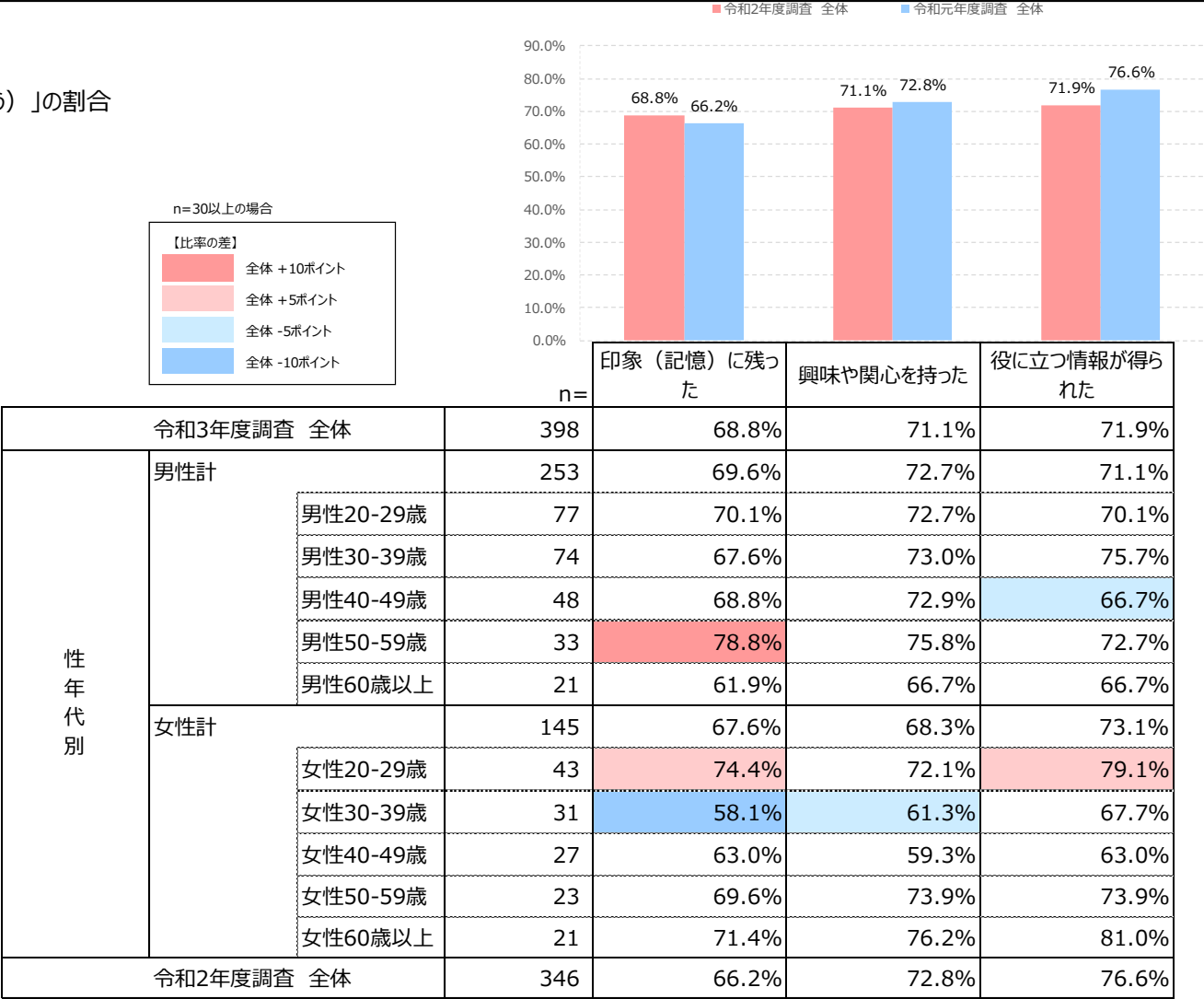
R3/R2 Q13. 薬局ビジョンや院内ビジョンのCMをご覧になった感想をお聞きます。どう思われましたか。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

【性・年代別】

- ・女性は「印象（記憶）に残った」「興味や関心を持った」率が低いが、男性よりも「役に立つ情報が得られた」率が若干高い。
- ・男性50代が「印象（記憶）に残った」が全体の10pt以上上回っているのに対し、逆に女性30代は10pt下回っている。

※薬局ビジョンや院内ビジョンのCM認知者ベース

「思う計（思う） + （やや思う）」の割合

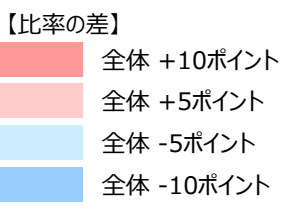


単一回答

R3/R2 Q14. あなたは、これまでにインターネットで救済制度特設サイトを見たことがありますか。画像（救済制度特設サイトトップページ）をご覧になってからお答えください。

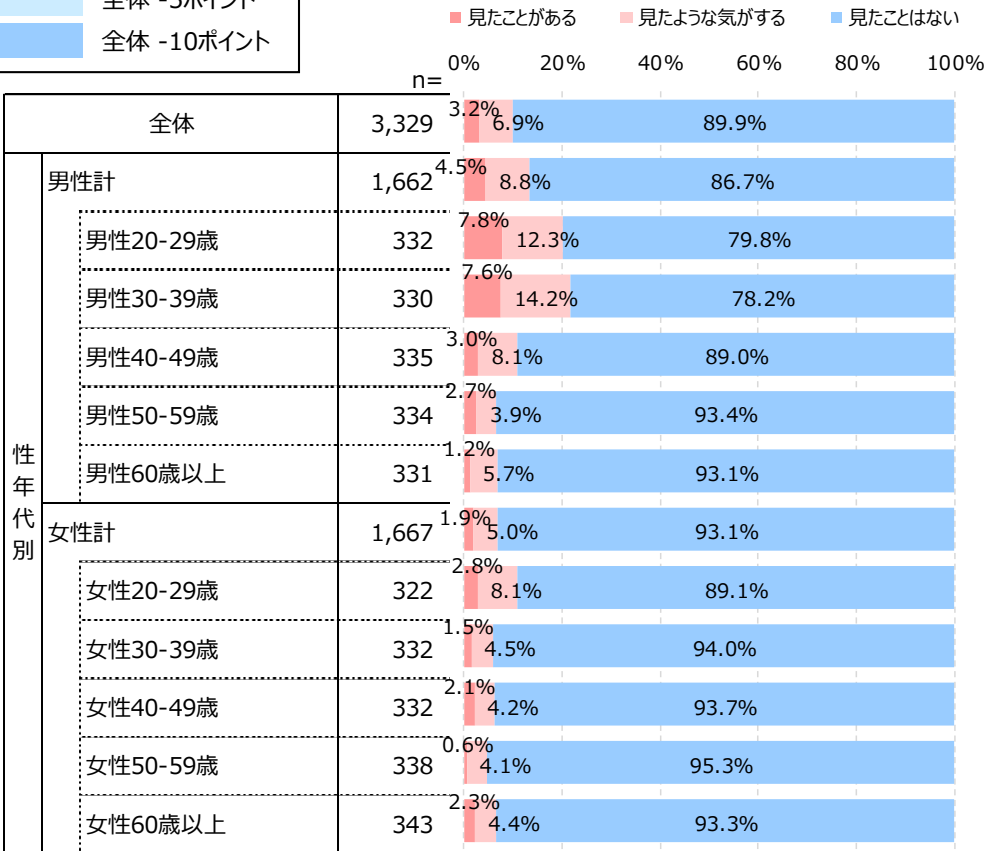
- ・救済制度特設サイトの認知率（見たことがある＋見たような気がする）は10%。R2から 2ptの増加。R2で高かった男性20代はR3でも高く、5pt増加している【性、年代別】
- ・女性より男性の方が認知率が高め。特に男性20～30代の認知率が高く、全体を10pt以上上回っている。特に女性50代の認知率は低く、5pt下回っている。

n=30以上の場合



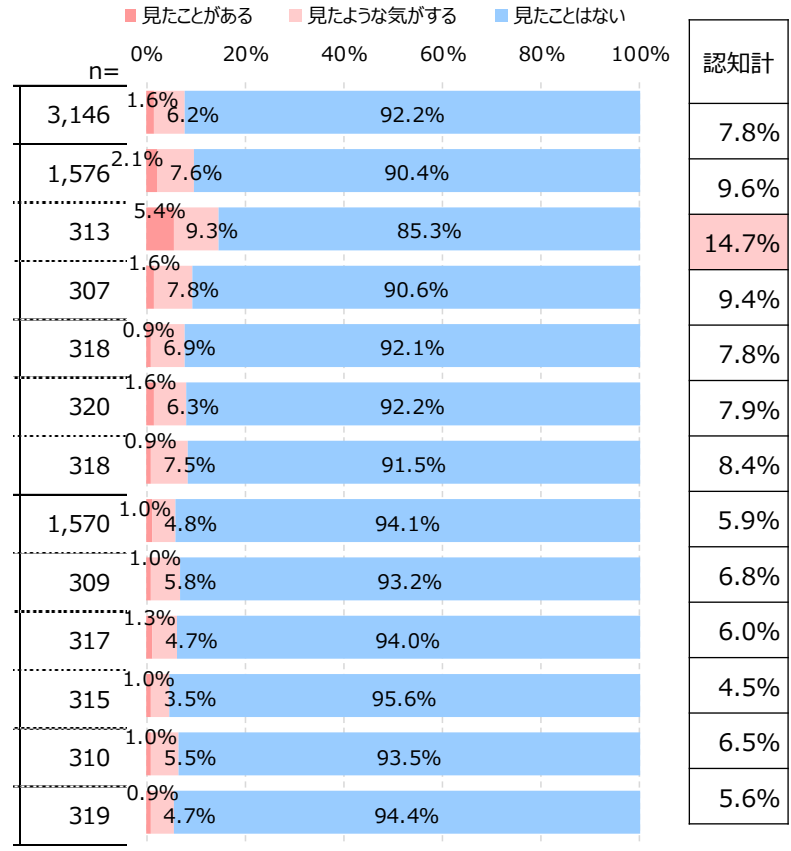
単一回答

令和3年度調査



認知計
10.1%
13.3%
20.2%
21.8%
11.0%
6.6%
6.9%
6.9%
6.9%
10.9%
6.0%
6.3%
4.7%
6.7%

令和2年度調査



認知計
7.8%
9.6%
14.7%
9.4%
7.8%
7.9%
8.4%
5.9%
6.8%
6.0%
4.5%
6.5%
5.6%

※認知計：「見たことがある」＋「見たような気がする」

Q15 救済制度特設サイトの評価（全体）

R3/R2 Q15. 救済制度特設サイトをご覧になった感想をお聞きます。どう思われましたか。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

- 救済制度特設サイトの評価（そう思う＋ややそう思う）が高かった項目は「役に立つ情報が得られた」77%。以下、「印象（記憶）に残った」77%、「興味や関心を持った」74%となっている。
- R2と比較すると「興味や関心を持った」は減少したが、「役に立つ情報が得られた」が微増、「印象（記憶）に残った」が4pt増加した。

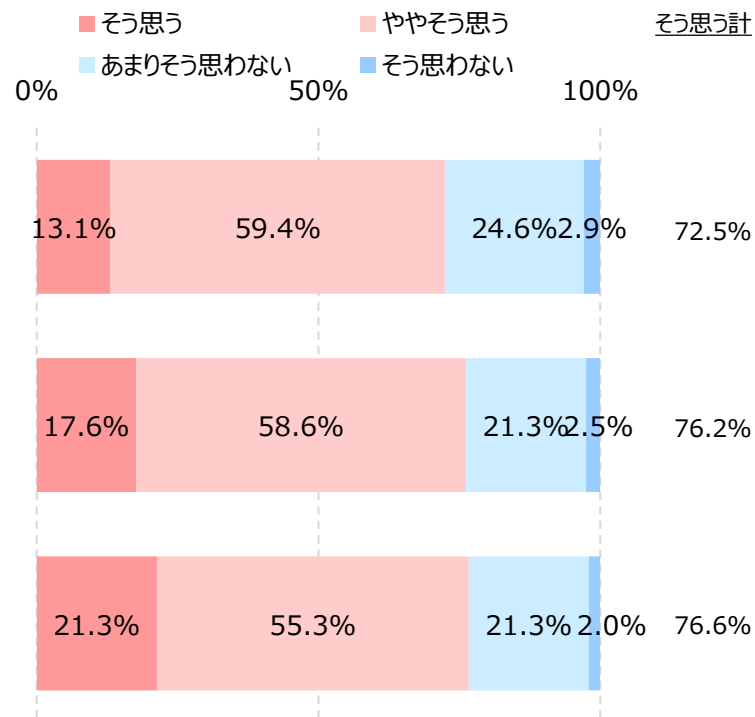
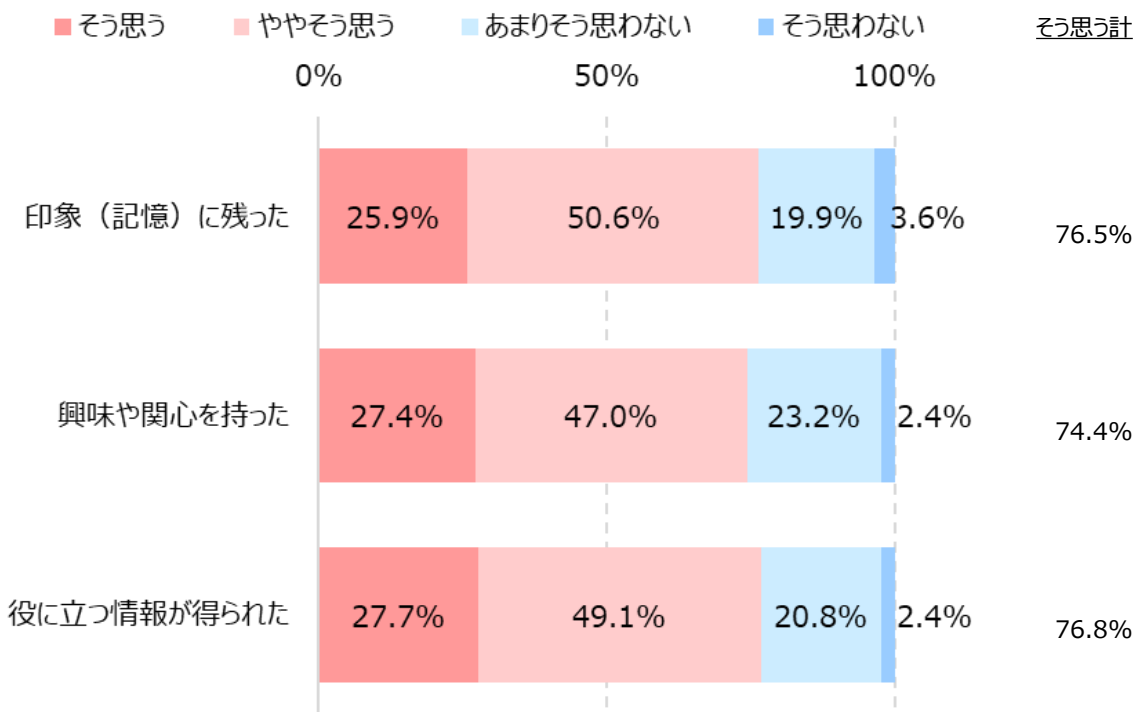
※「救済制度特別サイト」認知者ベース

単一回答

令和3年度調査

令和2年度調査

(n=244)



※そう思う計：「そう思う」＋「ややそう思う」

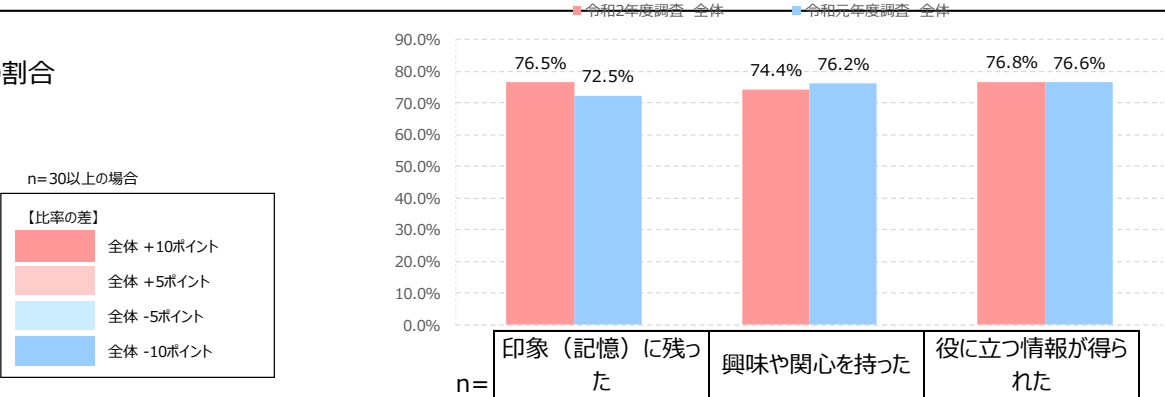
R3/R2 Q15. 救済制度特設サイトをご覧になった感想をお聞きます。どう思われましたか。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

【性・年代別】

- 女性は「役に立つ情報が得られた」が男性より高い。その他はそれほど差はない。
- 男性40代が「役に立つ情報が得られた」で全体平均より7pt高くなっている。
- R2全体平均と比較すると、「印象（記憶）に残った」が4pt増加している。

※「救済制度特別サイト」認知者ベース

「思う計（思う） + （やや思う）」の割合



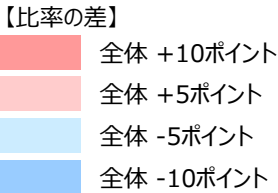
令和3年度調査 全体			336	76.5%	74.4%	76.8%
性 年 代 別	男性計		221	76.4%	73.7%	75.1%
		男性20-29歳	67	79.1%	73.1%	76.1%
		男性30-39歳	72	73.6%	77.8%	73.6%
		男性40-49歳	37	78.4%	70.3%	83.8%
		男性50-59歳	22	81.8%	72.7%	72.7%
		男性60歳以上	23	69.6%	69.6%	65.2%
		女性計		115	76.6%	75.6%
	女性20-29歳		35	77.1%	74.3%	74.3%
	女性30-39歳		20	80.0%	70.0%	65.0%
	女性40-49歳		21	66.7%	71.4%	90.5%
	女性50-59歳		16	75.0%	81.3%	81.3%
	女性60歳以上		23	82.6%	82.6%	91.3%
令和2年度調査 全体			244	72.5%	76.2%	76.6%

単一回答

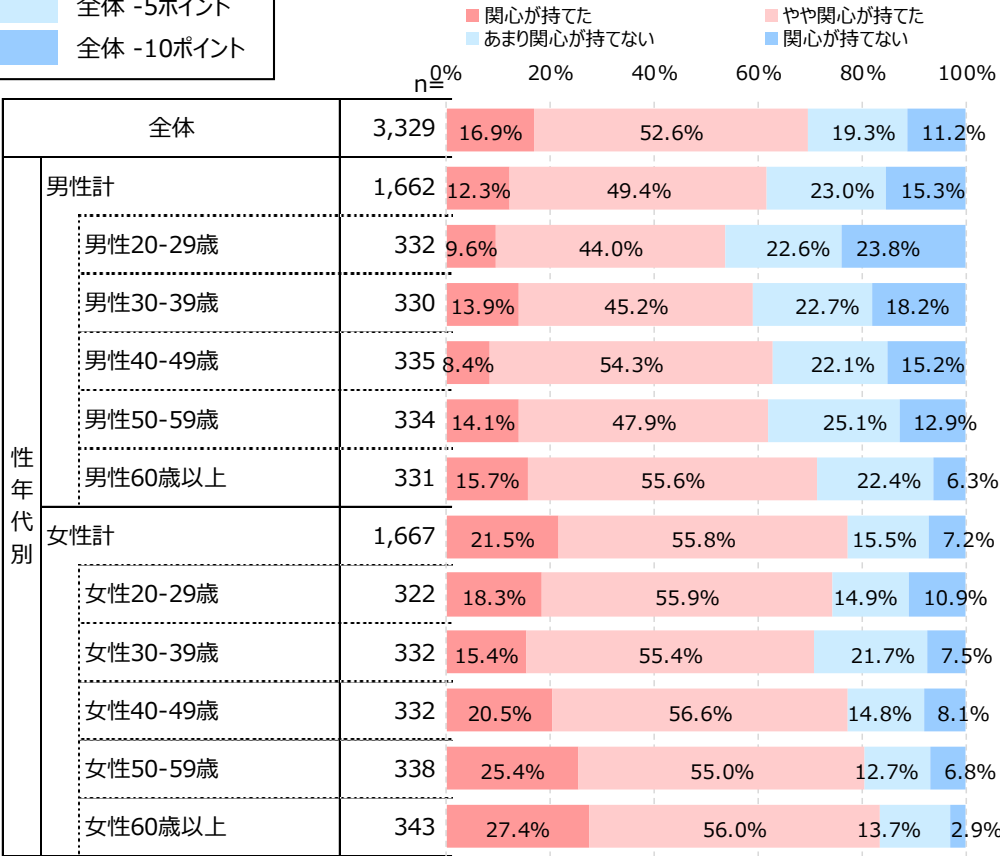
R3/R2 Q16. 画像（リーフレット）をよくお読みになってからお答えください。あなたは「医薬品副作用被害救済制度」について、どの程度関心が持てましたか。

- 医薬品副作用被害救済制度についての関心度（関心を持てた + やや関心を持てた）は70%。R2から 11ポイント減少した。
- 【性・年代別】
- 女性の方が関心が高く、女性全体でも平均を7pt以上上回っている。特に女性50～60歳以上では80%台となっているが、R2と比較すると減少傾向にある。
- 男性は20～30代が全体平均を10pt以上下回っている。この年代が低いのはR2と同様。

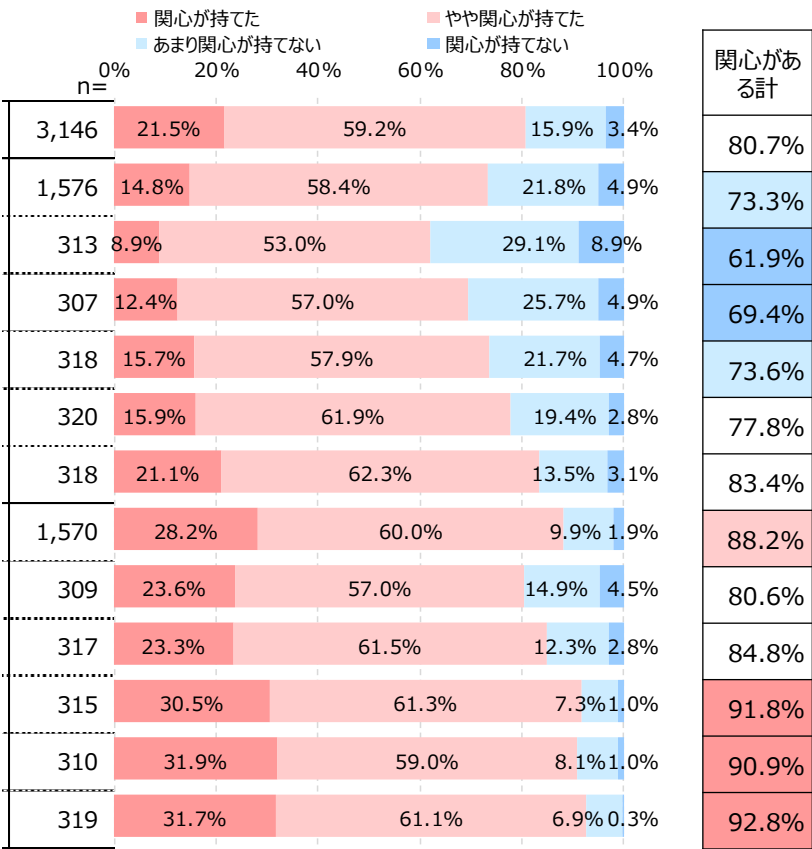
n=30以上の場合



令和3年度調査



令和2年度調査



※ 関心がある計：「関心を持てた」+「やや関心を持てた」

R3/R2 Q17.テレビCM、新聞、WEB広告、院内ビジョン、薬局ビジョン、ポスター以外で、制度認知に有効とお考えの媒体がありましたら、ご回答ください。

- 制度認知に有効な媒体としては、テレビCM、新聞、WEB広告、院内ビジョン、薬局ビジョン、ポスター以外には「ない」との回答が多数。
- キャンペーンソングを作る、駅構内・ショッピングモール・ドラッグストアなど、人が多く集まる場所にリーフレットを設置するなどの回答もあった。
- ラジオ、タクシーなどで見られる動画、保険証の更新にあわせて配布するなどもあったが、新機軸のアイデアはほぼなかった。
- 制度認知の媒体としては、WEB,SNSを使った周知が圧倒的に多く、それ以外の媒体は考えにくいと思われる。

回答は別添。

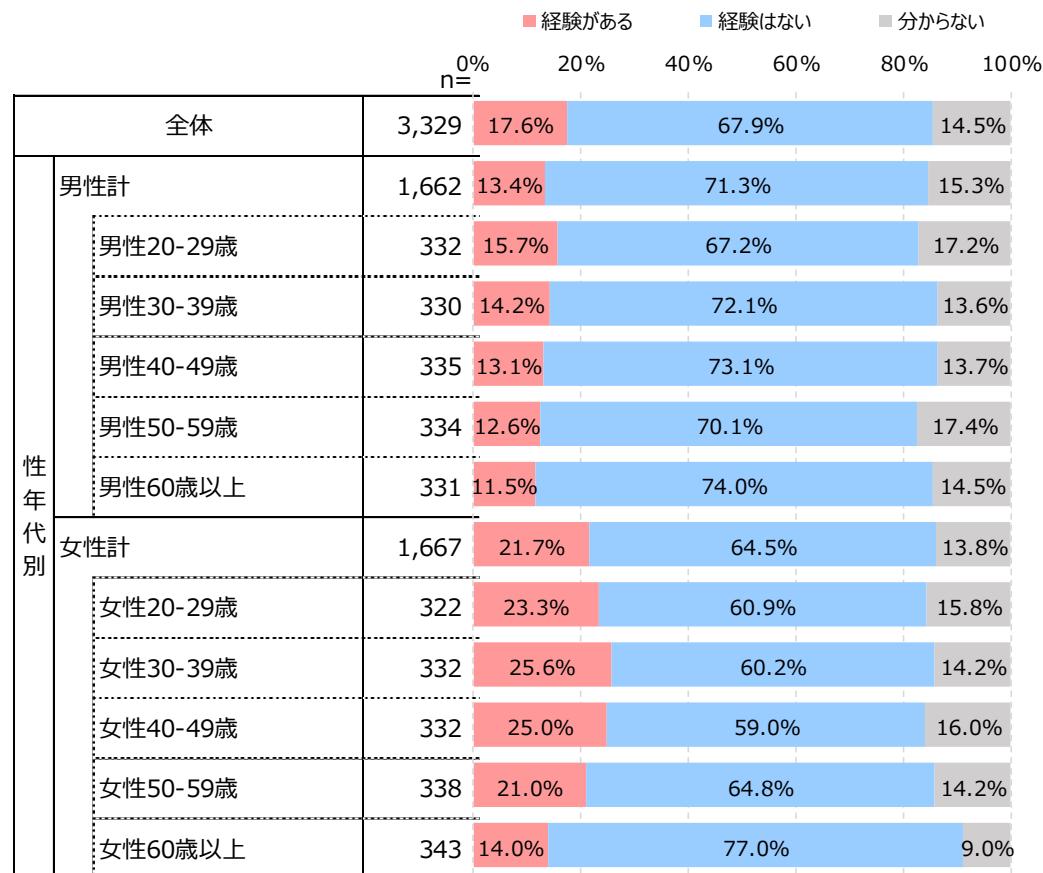
Q18 副作用の経験（本人）

R3/R2 Q18. あなたは、これまでに医薬品による副作用または副作用と思われる経験をしたことがありますか。

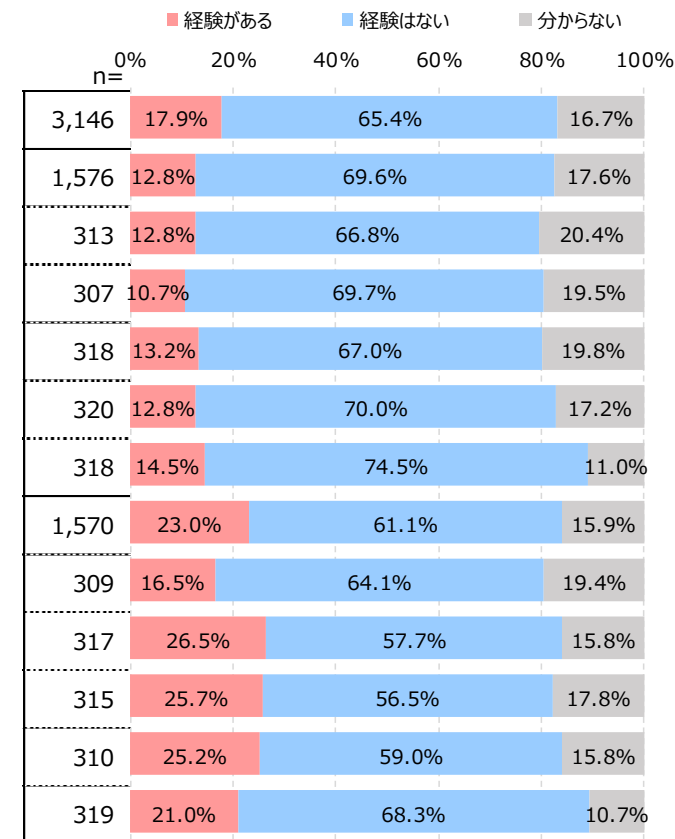
- ・医薬品による副作用と思われる経験が「ある」は18%で、R2から微減。
- 【性・年代別】
- ・女性の方が副作用と思われる経験率が高く、特に30～40代が高い。
- ・最も経験率が低いのは男性の60歳以上、次いで男性50代となっている。

単一回答

令和3年度調査



令和2年度調査



R3/R2 Q19. あなたが医薬品による副作用にあった際に、医療機関で副作用の治療を受けたことがありますか。

- ・医薬品による副作用経験者のうち、医療機関で副作用の治療を受けた経験が「ある」は26%。R2と比較すると全体では5pt減少、男性は8pt、女性は2pt減少。
- 【性・年代別】
- ・男性は60歳以上が全体平均を10pt以上上回り、女性は50代が7pt上回っている。逆に低いのが男性40代で12pt下回る。
- ・男性50代はR2には全体平均を10pt以上上回ったが、R3では逆に全体平均を9pt下回っている。R2からは27pt下回っている。

※医薬品による副作用経験者ベース

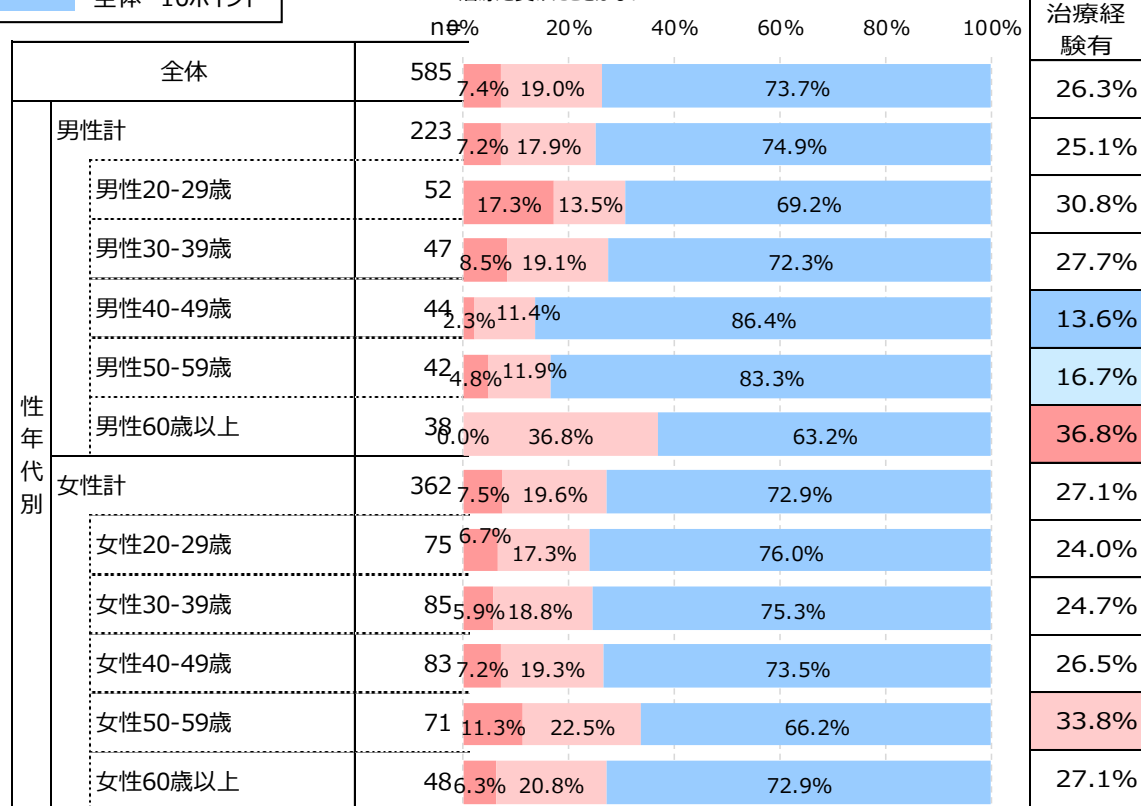
n=30以上の場合

【比率の差】



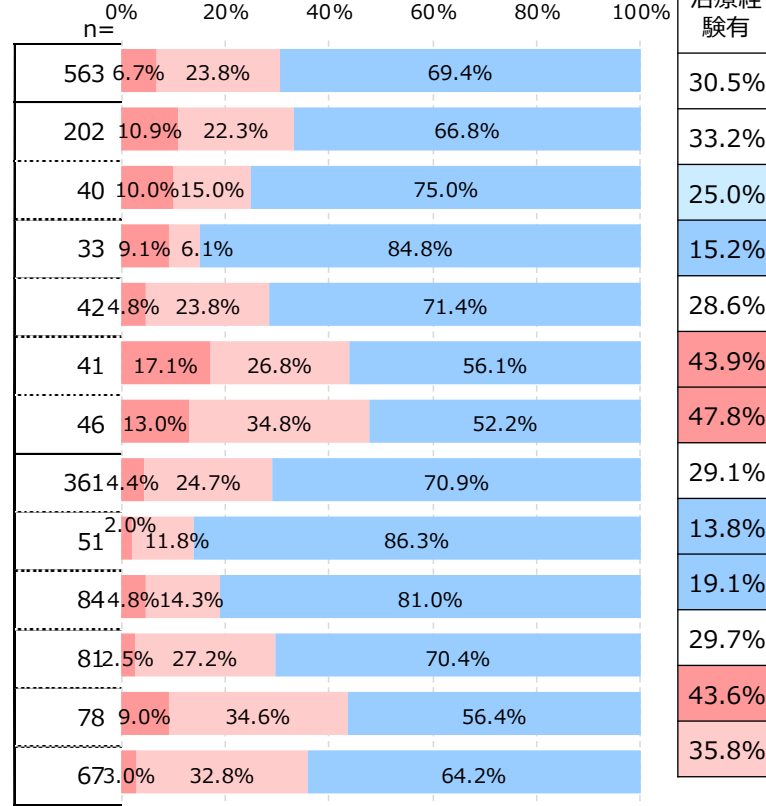
令和3年度調査

■ 入院して治療を受けたことがある ■ 通院して治療を受けたことがある
 ■ 治療を受けたことはない



令和2年度調査

■ 入院して治療を受けたことがある ■ 通院して治療を受けたことがある
 ■ 治療を受けたことはない



※治療経験有：「入院して治療を受けたことがある」+「通院して治療を受けたことがある」

単一回答

R2/R1 Q20. あなたは医薬品の副作用の治療を受けた際に、「医薬品副作用被害救済制度」を利用したことがありますか。

•医薬品の副作用による入院・通院の治療経験者のうち、医薬品副作用被害救済制度の利用経験は14%。R2から8ptの増加。

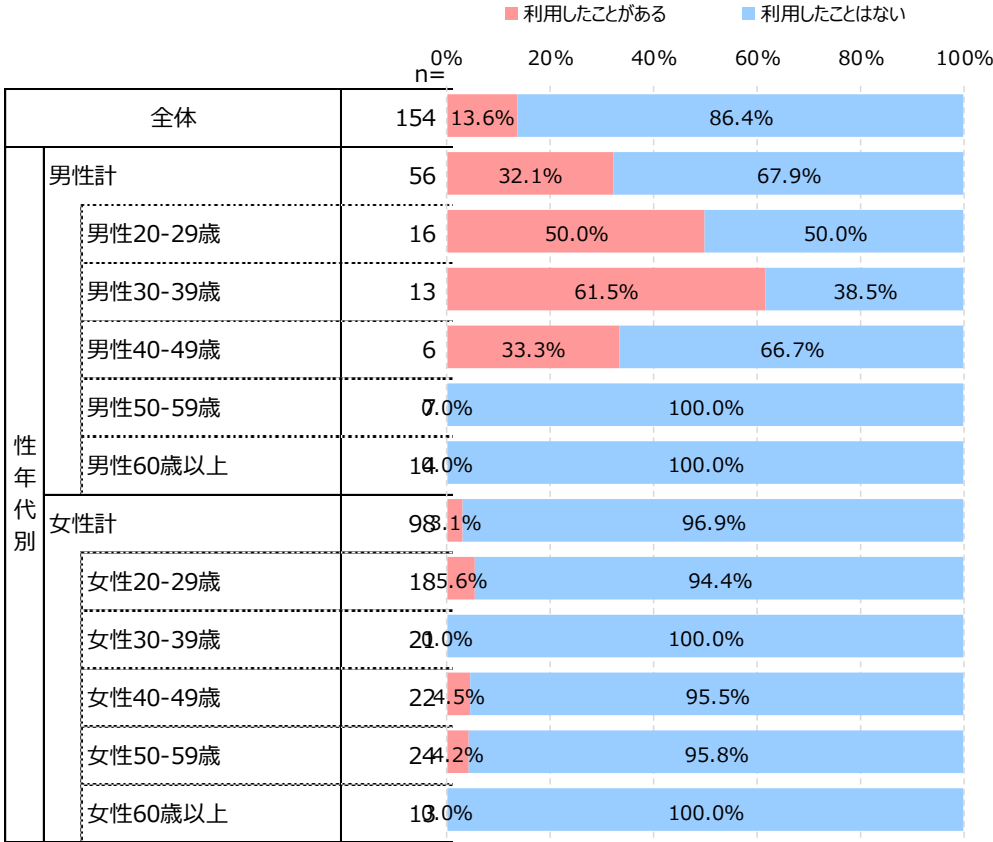
【性・年代別】

•女性より男性の方が利用率が高い。最も利用率が高いのは男性30代、次いで男性20代、40代と年齢的に低い層となっている。

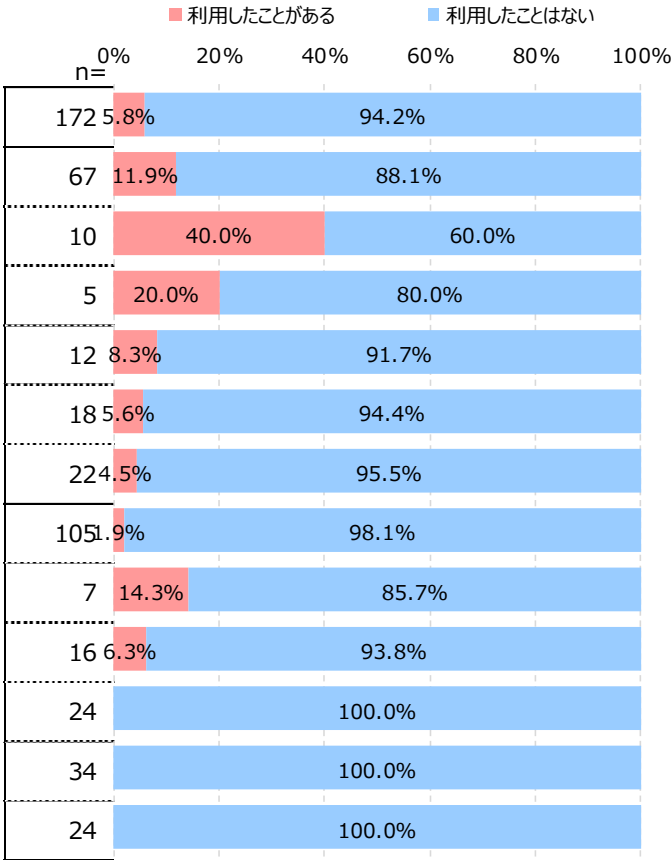
※医薬品による副作用で入院・通院の治療経験者ベース

単一回答

令和3年度調査



令和2年度調査

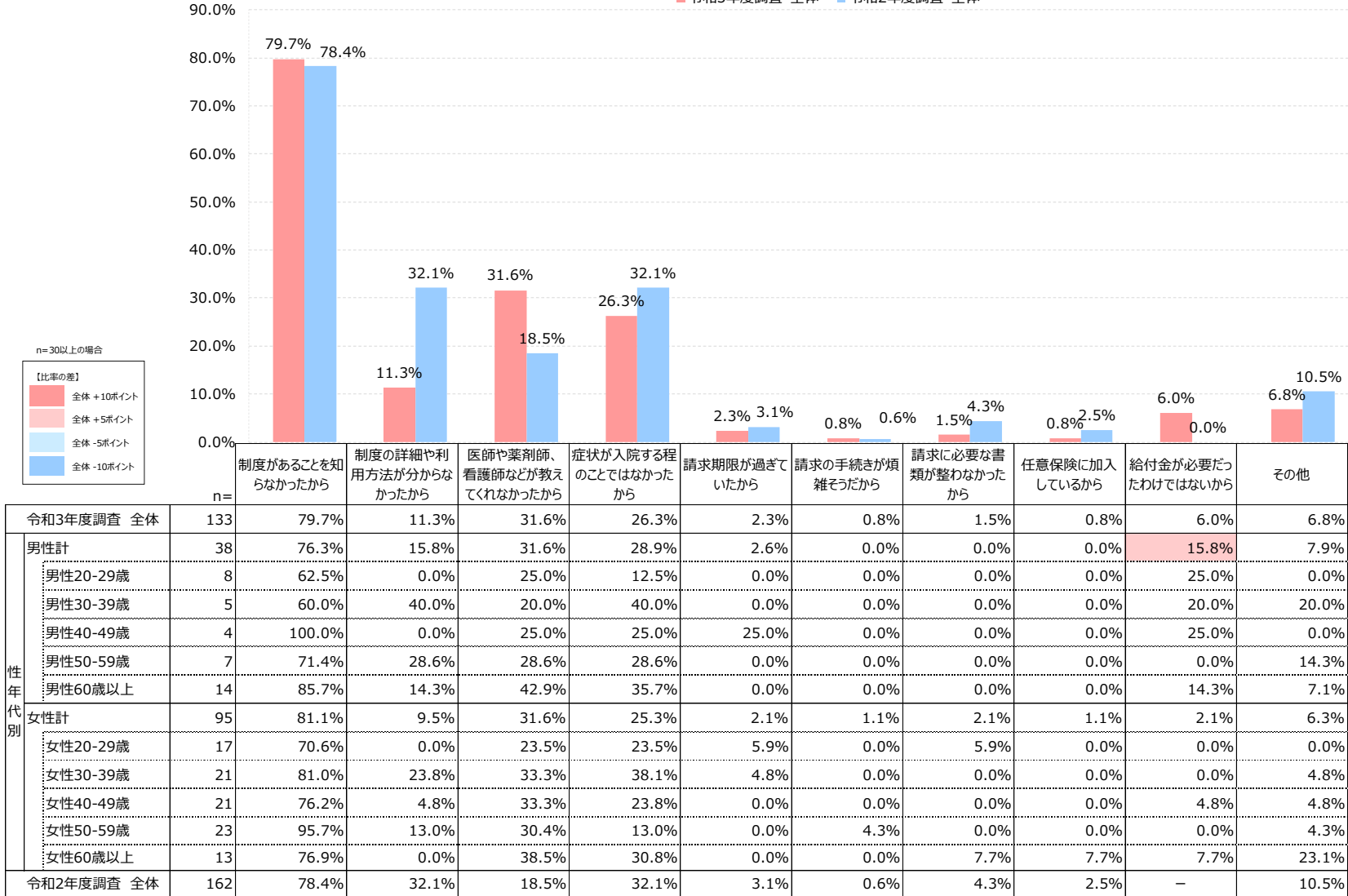


R3/R2 Q21. あなたが「医薬品副作用被害救済制度」を利用しなかった理由について、あてはまるものをすべてお選びください。

- 制度を利用しなかった理由は、R2と同様「制度があることを知らなかったから」が圧倒的に高くなっている。
- 男性全体では、「給付金が必要だったわけではないから」（R3初出）が全体平均を10pt近く上回っている。
- 制度の詳細や利用方法がわからないかったから」がR2から21pt大幅減少した。

※医薬品による副作用で入院・通院の治療経験者 かつ 「医薬品副作用被害救済制度」非利用者ベース

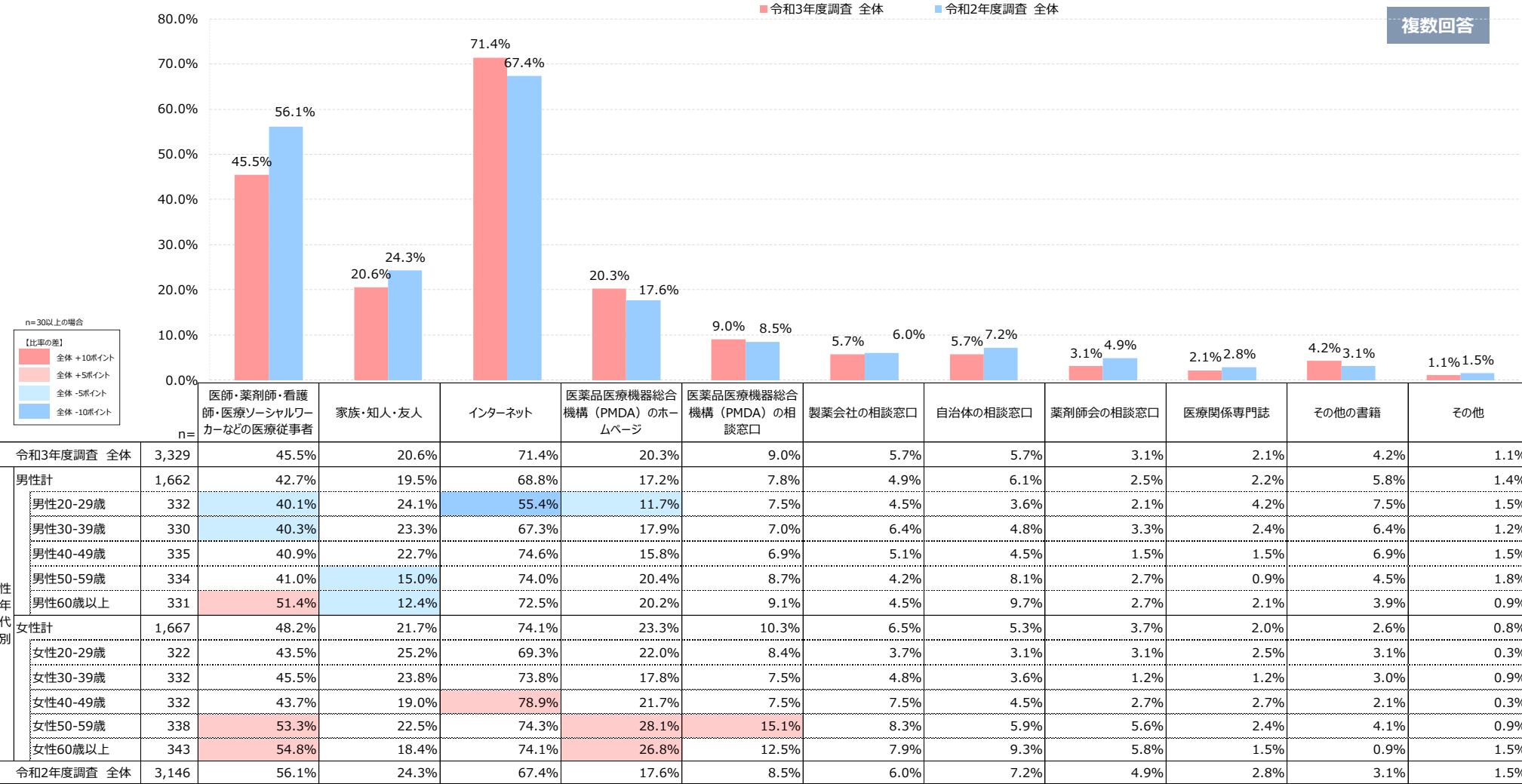
令和3年度調査 全体 令和2年度調査 全体



複数回答

R3/R2 Q22. あなたが「医薬品副作用被害救済制度」や「薬の副作用」について詳細な情報を収集する場合、どのような方法で情報を入手しますか。あてはまるものをすべてお選びください。

- よく利用されている情報収集の方法として、「インターネット」71%、「医師・薬剤師・看護師などの医療従事者」46%、「家族、知人・友人」21%となっている。
- R2と比較すると、「インターネット」「PMDAホームページ」が増加し、逆に「医師・薬剤師・看護師などの医療従事者」「家族、知人・友人」が減少している。
- 【性・年代別】
- 「医師・薬剤師・看護師などの医療従事者」は男性20～30代で低く、女性50～60歳以上で高くなっている。



n=30以上の場合

【比率の差】

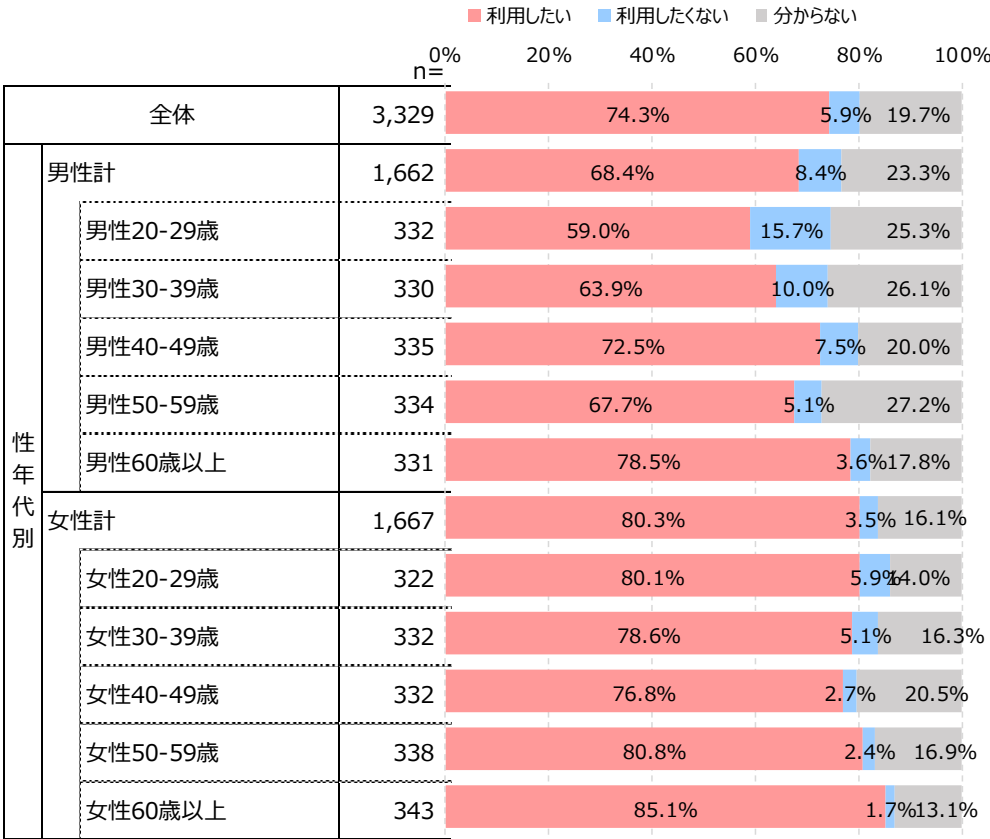
- 全体 +10ポイント
- 全体 +5ポイント
- 全体 -5ポイント
- 全体 -10ポイント

R3/R2 Q23. 今後、あなたが制度の対象となるような重篤な副作用にあった場合、「医薬品副作用被害救済制度」を利用したいと思いますか。

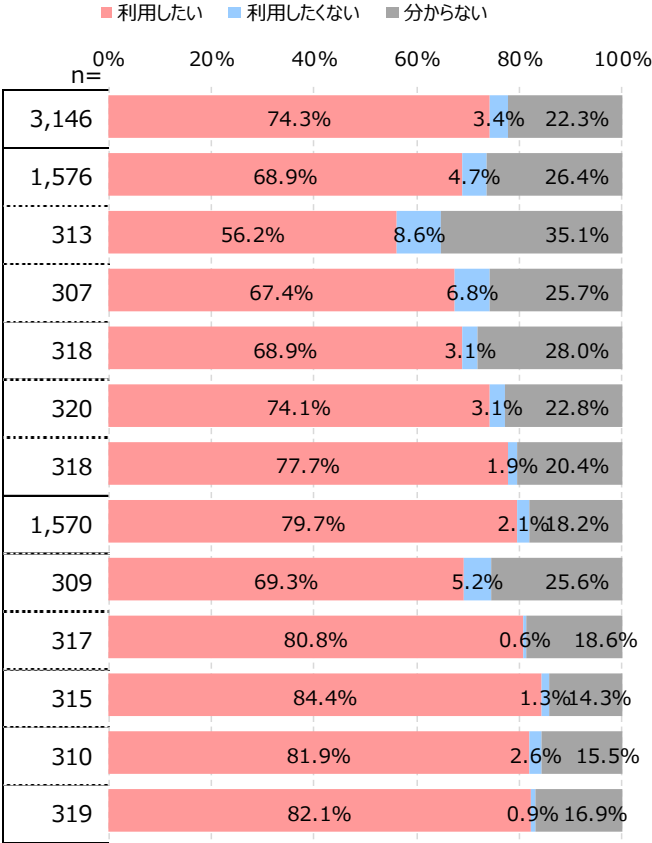
- 今後の利用意向は74%で、R2と同率となった。逆に「利用したくない」がR2では3%だったのに対し、R3では6%となり、3pt増加している。
- 【性・年代別】
- 今後の利用意向は、男性と比べて女性の方が高く、特に女性60歳以上は85%が利用意向が高い傾向。男性でも60歳以上が最も高く、60歳以上は男女とも男女別では最も高い結果となった。

単一回答

令和3年度調査



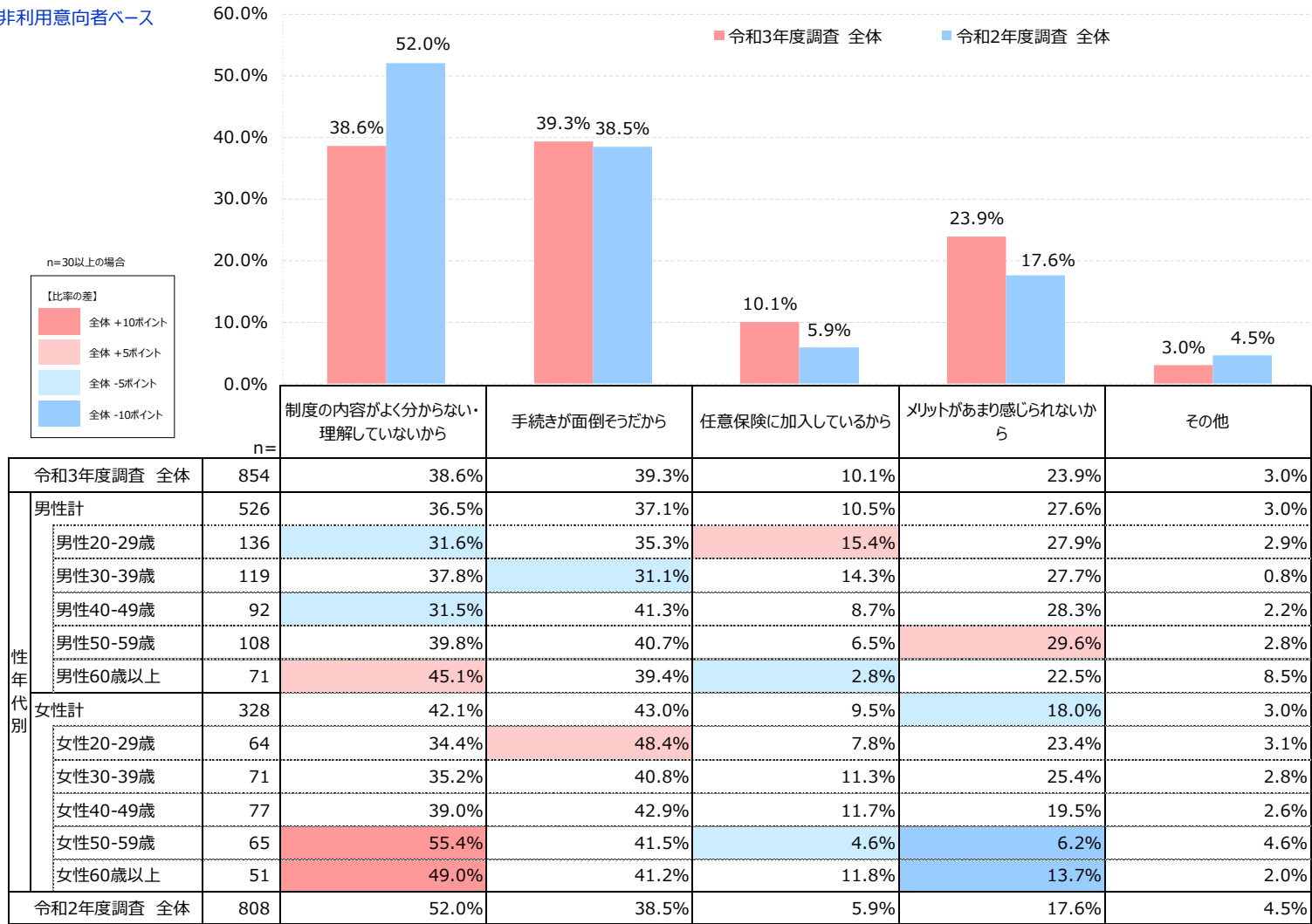
令和2年度調査



R3/R2 Q24. 今後、あなたが医薬品の重篤な副作用にあった場合、「医薬品副作用被害救済制度」の利用について【Q23回答引用】と回答されましたが、その理由は何ですか。

- ・制度を利用したくない理由は、「手続きが面倒そうだから」39%、「制度の内容がよく分からない・理解していないから」が39%。以下「メリットがあまり感じられないから」24%と続く。R2よりも「制度の内容がよく分からない・理解していないから」は13ptの大幅減少したが、その他を除くそれ以外の項目は増加した。
- 【性・年代別】
- ・女性50代以上は「制度の内容がよく分からない・理解していないから」が高く、全体平均を10pt以上上回っているが、逆に「メリットがあまり感じられないから」が10pt以上下回っている。

※「医薬品副作用被害救済制度」非利用意向者ベース



複数回答

R2/R1 Q25.「医薬品副作用被害救済制度」を広く皆様に知っていただくためには、どのような広報が効果的だと思いますか。

・周知の手段としては、「テレビCM/テレビ番組・ニュース」、「インターネット/SNS/YouTube関連の告知」「薬局、薬剤師、薬袋、薬手帳、処方箋、医薬品パッケージでの告知」が多く上げられている。特に年配層にはテレビ関連、若年層にはインターネット関連との意見が多くみられた。

■自由記述の抜粋

テレビCM/テレビ番組・ニュース

有名人にCMしてもらったり、薬剤師や医師から説明があると知るきっかけになると思う
多くの普通の人々が必ず目にする媒体での広報。テレビ番組やYouTube、Tverなどのネット広告。テレビCMなら情報番組やニュース番組のCM。
病院の待合室とかでモニターに流したり、キー局の朝の情報番組やゴールデンタイムのテレビCMで流すと効果的だと思います。
テレビでの広報が一番良いのではないかと思う。
有名芸能人を広報大使として任命し、テレビなどで優しい言葉で訴えてもらう。
テレビのワイドショーでの話題になることだと思います。
健康維持に特化したテレビ番組で特集してもらう
この制度を使った人たちの実際の話を聞けるようなテレビのニュースやニュースアプリで見れるネット記事にする。偶然流れている程度の広告では見てみようと思わないと思う。
SNS、新聞、テレビなどを使い分けて、全年齢層に届くようにする。
お年寄りも良く見るのは新聞やテレビだと思うので、コマーシャルや広告を出すのが良いと思います。
人気のある俳優さんや女優さん、お笑い芸人さんなどに出演してもらい、CMなどを作ったらいと思う
薬を出されるときに薬剤師が説明する 被害者の救済されたケースをテレビで扱う
テレビCMで流したり、ニュースなどの情報番組で特集を組んでもらう。
広く知ってもらうためには、まだまだTVの力が大きいと思います。TVCMはもちろん、夕方のニュース番組などで、事例について取材されたものを流す、などはどうか。
テレビCMが一番、目にする機会が多い。 必要な場合に病院から説明を受けること。
CMで流す。メリットがあることを前面に押し出した番組を作る。 医薬品パッケージに印刷することを義務付ける。
テレビなどで放送して、国民はまずは知ってもらうところから、救済制度を認知していない人々がたくさん居ると思う
俳優さんや芸人さんなどに出演してもらい、ドラマ仕立てのCMを作る。
市報への掲載、いろいろな時間帯でのテレビCM
テレビ番組で、この制度を利用した事例の再現VTRや再現ドラマで放送するのが効果的だと思う。
テレビCMは、なんとなくでも見ている人が多いと思うので、効果的だと思います。 病院や薬局では、順番を長く待つことがあるので、ポスターが貼ってあると見ると思います。

薬局・薬剤師・薬関係

薬局にポスターを貼ったりテレビCMなどで流す	自由回答
薬局内に、大きなポスター 病院に、大きなポスター TV番組で取り上げるなど	
薬局で貰う薬を入れる袋の裏面に印字したり、薬の説明書と一緒に説明のチラシ、EPARKアプリや病院のホームページに紹介・説明のページを入れる。	
薬局などで薬を貰う時に説明してもらいたい	
薬局でお薬を貰う時にチラシを入れておく	
薬局で薬を受けとる時に声かけをする	
薬局で制度が記載されてリーフレットを配ってもらう。	
薬局や病院内のビジョンで繰り返し流すなど（私は今まで見たことがなかった）。	
薬局からもらう、薬袋に記載すれば良いと思う。	
薬局でお薬をもらうときの薬袋の裏などにイラストと制度名などの情報を印刷しておく。	
薬局で医薬品を販売した際に、注意として伝える。 薬局に冊子を置く。 SNSに実際に制度を利用した方の経験談をのせる。	
薬局での広報（ポスター、チラシ） お薬手帳に広告を入れてもらう お薬手帳に貼れるシールを薬局で配布	
薬局や病院の中で、救済制度について詳しく説明している紙を掲示することが効果的だ	
薬局で薬を受け取る際にチラシを同封して渡すことや口頭で伝えることが効果的だと思います。薬局は信頼できるから。	

インターネット/SNS

このアンケートの中で出てきた動画は、わかりやすいので、TwitterかInstagramなどSNSで視聴することができれば、幅広く情報が行き渡ると思います。
SNS、新聞、テレビなどを使い分けて、全年齢層に届くようにする。
若者はあまり病院に行かないので、youtubeなどのsnsで広告を流すべきだと思います
インターネットが一番広く知られると思います。年配のかたはテレビCMが効果的だと思います。若い人はSNSが身近なのでよいと思います。
TwitterなどSNSによる情報発信
SNSでそういった制度があることをインフルエンサーに広めてもらう
ブログやSNSに載せてもらえる様にクリック課金型のアフィリエイト広告を出す
薬局で医薬品を販売した際に、注意として伝える。 薬局に冊子を置く。 SNSに実際に制度を利用した方の経験談をのせる。
SNSに広く伝え分りやすく完結に教える事
広告や新聞よりも人の集まる場所へよポスター掲示や、よく使うSNSでの宣伝
テレビの情報番組などに取り上げてもらう YouTube等SNSのターゲティング広告
TVやYouTubeでの広告参加。SNSでの発信
人気アニメとコラボしてSNSで宣伝する
SNS、特にInstagramで発信を呼びかける。インフルエンサーに情報発信をして貰うとすぐに広がると思う。

R3/R2 Q25.「医薬品副作用被害救済制度」を広く皆様に知っていただくためには、どのような広報が効果的だと思いますか。

- 周知の場所としては、薬局・ドラッグストア、病院・クリニックが多い。
- 媒体としてはテレビに次いでインターネット関連があがっている。しかし、電子媒体だけでなく、チラシ、リーフレット、ポスター、新聞・雑誌、薬局・病院で必ずもらうおくすり手帳や薬袋、処方箋などがあがっている。
- 展開方法としてはCM,情報番組やワイドショーで取り上げる、youtuberやインフルエンサーに取り上げてもらうなどの意見もあった。

■周知場所、媒体、展開方法別数

(n=3,329)

自由回答

場所	薬局・ドラッグストア		359
	病院・クリニック		305
	役所、公共機関		19
媒体	テレビ		828
	インターネット	SNS全般	169
		youtube・ユーチューブ	102
		全般	62
		twitter・ツイッター	38
		instagram・インスタグラム	37
		インターネット計	408
	チラシ、リーフレット、パンフレットなど		242
	ポスター		158
	新聞・雑誌		47
	おくすり手帳		33
	処方箋		32
	薬のパッケージ		9
薬袋		6	
展開方法	CM/コマーシャル/宣伝（テレビ）		352
	CM/コマーシャル/宣伝（インターネット）		123
	動画投稿		52
	情報番組		19
	ワイドショー		10
	なし		302
	わからない		206

R3/R2 Q26下記は本アンケートで扱った制度に関する説明文です。ご意見等ありましたら自由にご回答ください。（回答は具体的に）

- 文章が固い、わかりにくいという意見があった。表現が堅苦しいので、イラストや図表を使うべきなどの意見があった。
- 申請の流れがわかりにくい、申請書類が難しく、興味がわからないなどもあった。
- 制度を知っている人は少ないのではないか、このアンケートで初めて制度を知ったという意見もあった。
- 手続に手間がかかりそうで躊躇する、わかりやすくして周知してほしいなどの意見があった。

付録：調査票

医療品副作用被害救済制度に係る認知度調査

注意事項

回答中にブラウザの「戻る」を使用しないでください。
回答は、各ページ60分以内に送信をしてください。
JavaScriptおよびCookieを有効にしてください。

推奨ブラウザ

Microsoft Internet Explorer 11
Firefox 14.0以降
Google Chrome 21.0以降

推奨OS

Windows10
Windows8

[次へ](#)

-----<改ページ>-----

[必須]

F1 あなたの性別をお選びください。（1つだけ）

☐ 男性☐ 女性

-----<改ページ>-----

[必須]

F2 あなたの年齢をお答えください。

歳 (半角数字)

[46問]

F3 あなたのお住まいをお選びください。（1つだけ）

■北海道地方

● 北海道

■東北地方

● 青森県

● 岩手県

● 宮城県

● 秋田県

● 山形県

● 福島県

■関東地方

● 茨城県

● 栃木県

● 群馬県

● 埼玉県

● 千葉県

● 東京都

● 神奈川県

■中部地方

● 新潟県

● 富山県

● 石川県

● 福井県

● 山梨県

● 長野県

● 岐阜県

● 静岡県

● 愛知県

● 三重県

■近畿地方

● 滋賀県

● 京都府

● 大阪府

● 兵庫県

● 奈良県

● 和歌山県

■中国地方

● 鳥取県

● 島根県

● 岡山県

● 広島県

● 山口県

■四国地方

● 徳島県

● 香川県

● 愛媛県

● 高知県

■九州地方

● 福岡県

● 佐賀県

● 長崎県

● 熊本県

● 大分県

● 宮崎県

● 鹿児島県

● 沖縄県

[必須]

F4 あなたは、現在ご結婚されていますか。

☐ 未婚（離別・死別含む）☐ 既婚

-----<改ページ>-----

[必須]

F5 あなたには、現在お子様がいらっしゃいますか。

☐ 子供がいない☐ 子供がいる

-----<改ページ>-----

F6 あなたの世帯年収（税込）を教えてください。（ひとつだけ）

☐ 200万円未満☐ 200～400万円未満☐ 400～600万円未満☐ 600～800万円未満☐ 800～1000万円未満☐ 1000～1200万円未満☐ 1200～1500万円未満☐ 1500～2000万円未満☐ 2000万円以上☐ わからない

-----<改ページ>-----

F7 あなたの個人年収（税込）をお答えください。（ひとつだけ）

☐ 200万円未満☐ 200～400万円未満☐ 400～600万円未満☐ 600～800万円未満☐ 800～1000万円未満☐ 1000～1200万円未満☐ 1200～1500万円未満☐ 1500～2000万円未満☐ 2000万円以上☐ わからない

-----<改ページ>-----

[必須]

F8 あなたの現在のご職業をお答えください。

☐ 公務員☐ 経営者・役員☐ 会社員(事務系)☐ 会社員(技術系)☐ 会社員(その他)☐ 自営業☐ 自由業☐ 専業主婦（主夫）☐ パート・アルバイト☐ 学生☐ その他☐ 無職

-----<改ページ>-----

【回答者条件】

F8で『10.学生』 いずれかを選択した方のみ

学生の方にお伺いします。

[必須]

F9 現在のご自身の学生区分をお答えください。

● 小学生

● 中学生

● 高校生・高専生

● 専門学校生

● 短大生

● 大学生

● 大学院生

● その他学生

-----<改ページ>-----

[必須]

Q1 あなたは、医薬品による副作用が発生したときに、医療費等の給付を行う「医薬品副作用被害救済制度」があることをご存じですか。

● 知っている

● 聞いたことがある

● 知らない

-----<改ページ>-----

-----<改ページ>-----

[必須]

Q2 あなたは、輸血用血液製剤などを介して感染などが発生した場合に、医療費等の救済給付を行う「生物由来製品感染等被害救済制度」があることをご存じですか。

● 知っている

● 聞いたことがある

● 知らない

-----<改ページ>-----

【回答者条件】

Q1で『1.知っている』～『2.聞いたことがある』 いずれかを選択した方のみ

[必須]

Q3 「医薬品副作用被害救済制度」について、以下それぞれにあてはまるものをひとつお選びください。

	知 っ て い る	知 ら な い
医薬品の副作用による被害を受けられた方の迅速な救済を図ることを目的とした公的な制度である	→ ●	●
医薬品を、適正に使用したにもかかわらず発生した副作用による疾病や障害などの健康被害者に対して、救済給付金を支給する	→ ●	●

-----<改ページ>-----

【回答者条件】
Q1で『1.知っている』～『2.聞いたことがある』 いずれかを選択した方のみ

[必須]

Q4 あなたは「医薬品副作用被害救済制度」をどのようにして（何から）知りましたか。または、どのようにして（何から）聞きましたか。あてはまるものをすべてお選びください。

☐	インターネット（医薬品医療機器総合機構（PMDA）ホームページ）
☐	インターネット（バナー広告、YouTubeなどの動画サイト）
☐	テレビ放送（CM）
☐	新聞
☐	病院等に掲示してあるポスター
☐	病院・診療所（クリニック）の院内ビジョン、薬局ビジョン
☐	バス等に掲示してあるポスター
☐	薬局でもらったリーフレット
☐	薬局以外で配布されたパンフレット・リーフレット
☐	雑誌
☐	医薬品の外箱・説明書
☐	お薬手帳（電子を含む）・薬袋
☐	人から聞いた／教えてもらった
☐	その他

-----<改ページ>-----

【回答者条件】
Q4で『13.人から聞いた／教えてもらった』 いずれかを選択した方のみ

[必須]

Q5 あなたは「医薬品副作用被害救済制度」について、誰から知りましたか。あてはまるものをすべてお選びください。

☐	医師
☐	歯科医師
☐	薬剤師
☐	看護師
☐	医療機関の事務担当者
☐	医療ソーシャルワーカー
☐	自治体の職員・保健所の職員
☐	弁護士
☐	家族
☐	知人・友人
☐	医薬品医療機器総合機構（PMDA）の相談窓口
☐	薬剤師会の相談窓口
☐	製薬会社の相談窓口
☐	その他

-----<改ページ>-----

「動画1（TVCM）をご覧になってからお答えください。」

※この動画は音声流れます。

音量をONにして、音声とともにご覧ください。（聞き取りにくい場合は音量を大きくしてください。）

※ファイルを再生する準備が完了していますが、画像が表示されない場合がございます。

画面を押して、動画を最後までご覧になってからお答えください。

※動画は場合によっては表示に時間がかかる場合がございます。

※下記画像をクリックしていただき、**動画視聴**をお願いいたします。

【動画視聴後】

- ・パソコンの場合は動画ページタブを開いてアンケートにお戻りください。
- ・スマホ、タブレットの場合は戻るボタン（「<」や「←」）をクリックしてアンケートにお戻りください。

※救済制度のCM（動画）が流れる前に、他社のCMが流れることがあります。

救済制度のCM（動画）を視聴後アンケートにお答えください。



【必須】

Q6 あなたは、テレビ及びインターネットサイトでこのCMを見たことがありますか。

※動画視聴完了後**回答可能**となります。

	見たことがある	見たような気がする	見たことはない	動画が見られない
テレビの放送で	→	●	●	●
インターネットサイトで	→	●	●	●

-----<改ページ>-----

【回答者条件】

Q6で「1.テレビの放送で」で『1.見たことがある』～『3.見たことはない』 いずれかを選択した

または

Q6で「2.インターネットサイトで」で『1.見たことがある』～『3.見たことはない』 いずれかを選択した方のみ

【必須】

Q7 動画（TVCM）をご覧になった感想をお聞きます。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

	そう思う	ややそう思う	あまりそう思わない	そう思わない
印象（記憶）に残った	→	●	●	●
興味や関心を持った	→	●	●	●
役に立つ情報が得られた	→	●	●	●
医薬品副作用被害救済制度について、インターネット等で詳しく調べてみようと思った	→	●	●	●

-----<改ページ>-----

- 「動画2（救済制度紹介動画）をご覧になってからお答えください。」
- ※この動画は音声のみです。
 - ※この動画は音声とともにご覧ください。（聞き取りにくい場合は音声を大きくしてください。）
 - ※ファイルを再生する準備が完了していますが、画像が表示されない場合がございます。
 - ※画面を押して、動画を最後までご覧になってからお答えください。
 - ※動画は場合によっては表示に時間がかかる場合がございます。

- ※下記画像をクリックしていただき、動画視聴をお願いいたします。
- 【動画視聴後】
- ・パソコンの場合は動画ページタブを開いてアンケートにお戻りください。
 - ・スマホ、タブレットの場合は戻るボタン（「<」や「―」）をクリックしてアンケートにお戻りください。
- ※救済制度のCM（動画）が流れる前に、他社のCMが流れることがあります。
- ※救済制度のCM（動画）を視聴後アンケートにお答えください。



[必須]
Q8 あなたは、インターネットサイトでこの動画を見たことがありますか。

※動画視聴完了後回答可能となります。

☐	見たことがある
☐	見たような気がする
☐	見たことはない
☐	動画が見られない

-----<改ページ>-----

【回答者条件】

Q8で「1.見たことがある」～「3.見たことはない」 いずれかを選択した方のみ

[必須]
Q9 動画（救済制度紹介動画）をご覧になった感想をお聞きます。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

	そう思わない	あまりそう思わない	ややそう思わない	そう思う
印象（記憶）に残った	☐	☐	☐	☐
興味や関心を持った	☐	☐	☐	☐
役に立つ情報が得られた	☐	☐	☐	☐
医薬品副作用被害救済制度について、インターネット等で詳しく調べてみようと思った	☐	☐	☐	☐

-----<改ページ>-----

画像（新聞広告）をご覧になってからお答えください。



[必須]
Q10 あなたは、これまでにこの新聞広告を見たことがありましたか。

☐	見たことがある
☐	見たような気がする
☐	見たことはない

-----<改ページ>-----

[必須]

Q11 新聞広告をご覧になった感想をお聞きます。どう思われましたか。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

	そう思う	ややそう思う	あまりそう思わない	そう思わない
印象（記憶）に残った	→	●	●	●
興味や関心を持った	→	●	●	●
役に立つ情報が得られた	→	●	●	●
医薬品副作用被害救済制度について、インターネット等で詳しく調べてみようと思った	→	●	●	●

-----<改ページ>-----

[必須]

Q12 あなたは、これまでに薬局ビジョンや院内ビジョンで救済制度のCM（動画）を見たことがありますか。

- ☐ 見たことがある
- ☐ 見たような気がする
- ☐ 見たことはない

-----<改ページ>-----

【回答者条件】

Q12で『1.見たことがある』～『2.見たような気がする』 いずれかを選択した方のみ

[必須]

Q13 薬局ビジョンや院内ビジョンのCMをご覧になった感想をお聞きます。どう思われましたか。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

	そう思う	ややそう思う	あまりそう思わない	そう思わない
印象（記憶）に残った	→	●	●	●
興味や関心を持った	→	●	●	●
役に立つ情報が得られた	→	●	●	●

-----<改ページ>-----

救済制度特設サイトトップページをご覧になってからお答えください。

※下記画像をクリックしていただき、サイト参照をお願いいたします。



[必須]

Q14 あなたは、これまでにインターネットで救済制度特設サイトを見たことがありますか。

※画像クリックしサイト参照後に回答可能となります。

- ☐ 見たことがある
- ☐ 見たような気がする
- ☐ 見たことはない

-----<改ページ>-----

【回答者条件】

Q14で『1.見たことがある』～『2.見たような気がする』 いずれかを選択した方のみ

[必須]

Q15 救済制度特設サイトをご覧になった感想をお聞きます。どう思われましたか。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

	そう思う	ややそう思う	あまりそう思わない	そう思わない
印象（記憶）に残った	→	●	●	●
興味や関心を持った	→	●	●	●
役に立つ情報が得られた	→	●	●	●

10



-----<改ページ>-----

【回答者条件】

Q18で『1.経験がある』 いずれかを選択した方のみ

[必須]

Q19 あなたが医薬品による副作用にあった際に、医療機関で副作用の治療を受けたことがありますか。

- ☐ 入院して治療を受けたことがある
- ☐ 通院して治療を受けたことがある
- ☐ 治療を受けたことはない

-----<改ページ>-----

【回答者条件】

Q19で『1.入院して治療を受けたことがある』～『2.通院して治療を受けたことがある』 いずれかを選択した方のみ

[必須]

Q20 あなたは医薬品の副作用の治療を受けた際に、「医薬品副作用被害救済制度」を利用したことがありますか。

- ☐ 利用したことがある
- ☐ 利用したことはない

-----<改ページ>-----

【回答者条件】

Q20で『2.利用したことはない』 いずれかを選択した方のみ

[必須]

Q21 あなたが「医薬品副作用被害救済制度」を利用しなかった理由について、あてはまるものをすべてお選びください。

- ☐ 制度があることを知らなかったから
- ☐ 制度の詳細や利用方法が分からなかったから
- ☐ 医師や薬剤師、看護師などが教えてくれなかったから
- ☐ 症状が入院する程のことではなかったから
- ☐ 請求期限が過ぎていたから
- ☐ 請求の手続きが複雑そうだから
- ☐ 請求に必要な書類がそろわなかったから
- ☐ 任意保険に加入しているから
- ☐ 給付金が必要だったわけではないから
- ☐ その他

-----<改ページ>-----

[必須]

Q22 あなたが「医薬品副作用被害救済制度」や「薬の副作用」について詳細な情報を収集する場合、どのような方法で情報を入手しますか。あてはまるものをすべてお選びください。

- ☐ 医師・薬剤師・看護師・医療ソーシャルワーカーなどの医療従事者
- ☐ 家族・知人・友人
- ☐ インターネット
- ☐ 医薬品医療機器総合機構（PMDA）のホームページ
- ☐ 医薬品医療機器総合機構（PMDA）の相談窓口
- ☐ 製薬会社の相談窓口
- ☐ 自治体の相談窓口
- ☐ 薬剤師会の相談窓口
- ☐ 医療関係専門誌
- ☐ その他の書籍
- ☐ その他

-----<改ページ>-----

「医薬品副作用被害救済制度」は、病院・診療所（クリニック）で処方された医薬品や薬局などで購入した医薬品を適正に使用したにもかかわらず発生した副作用による入院が必要な程度の疾病や障害などの健康被害を受けた方に対して、救済給付を行う公的な制度です。

【必須】

Q23 今後、あなたが制度の対象となるような重篤な副作用にあった場合、「医薬品副作用被害救済制度」を利用したいと思いますか。

- ☐ 利用したい
- ☐ 利用したくない
- ☐ 分からない

-----<改ページ>-----

【回答者条件】

Q23で『2.利用したくない』～『3.分からない』 いずれかを選択した方のみ

【必須】

Q24 今後、あなたが医薬品の重篤な副作用にあった場合、「医薬品副作用被害救済制度」の利用について「[回答：Q23]」と回答されましたが、その理由は何ですか。あてはまるものをすべてお選びください。

- ☐ 制度の内容がよく分からない・理解していないから
- ☐ 手続きが面倒そうだから
- ☐ 任意保険に加入しているから
- ☐ メリットがあまり感じられないから
- ☐ その他

-----<改ページ>-----

【必須】

Q25 「医薬品副作用被害救済制度」を広く皆様に知っていただくためには、どのような広報が効果的だと思いますか。
(回答は具体的に)

-----<改ページ>-----

【必須】

Q26 下記は本アンケートで扱った制度に関する説明文です。ご意見等ありましたら自由にご回答ください。
(回答は具体的に)

【参考】

・医薬品副作用被害救済制度

昭和55年5月1日以降に使用した医薬品（病院・診療所で処方されたものの他、薬局で購入したものも含みます。）を適正に使用したにもかかわらず発生した副作用により、入院治療を必要とする程度の疾病や障害などの健康被害が生じた場合に、医療費、医療手当、障害年金などの給付を行う制度です（再生医療等製品については、平成26年11月25日以降より適用）。

・生物由来製品感染等被害救済制度

平成16年4月1日以降に使用した生物由来製品（輸血用血液製剤、ブタ心臓弁など）を適正に使用したにもかかわらず、その製品を介して感染症にかかり、入院治療を必要とする程度の疾病や障害などの健康被害が生じた場合に、医療費、医療手当、障害年金などの給付を行う制度です（再生医療等製品については、平成26年11月25日以降より適用）。

救済給付の請求にあたっては、請求区分に応じた請求書、診断書、受診証明書、投薬証明書などの書類が必要となりますので、事前に必要書類を機構の「救済制度相談窓口」にお問い合わせください。ホームページにも救済制度の説明や請求書類などのダウンロードサイトを設けていますので、併せてご覧ください。

なお、救済制度のリーフレットやQ&A等の広報資料を無償で配布しておりますので、フリーダイヤルまでご連絡いただければお送りします。

PMDA 独立行政法人医薬品医療機器総合機構

【救済制度相談窓口】

フリーダイヤル：0120-149-931

受付時間：9時～17時（土日祝日、年末年始を除く）

ホームページ：<http://www.pmda.go.jp>特設サイト：http://www.pmda.go.jp/kenkouhigai_camp/index.html