

**「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 2 年度調査分

■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（全体）	P16
Q3 医薬品副作用被害救済制度 内容認知（性・年代別）	P17
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（全体）	P21
Q7 テレビCMの評価（性・年代別）	P22
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（全体）	P24
Q9 救済制度紹介動画の評価（性・年代別）	P25
Q10 新聞広告の認知率	P26
Q11 新聞広告の評価（全体）	P27
Q11 新聞広告の評価（性・年代別）	P28
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（全体）	P30
Q13 薬局ビジョンや院内ビジョンの評価（性・年代別）	P31

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
Q18 副作用の経験（本人）	P36
Q19 副作用で治療を受けた経験	P37
Q20 医薬品副作用被害救済制度を利用した経験	P38
Q21 医薬品副作用被害救済制度を利用しなかった理由	P39
Q22 医薬品副作用被害救済制度 情報収集の方法	P40
Q23 医薬品副作用被害救済制度 今後の利用意向	P41
Q24 医薬品副作用被害救済制度 利用したくない理由	P42
Q25 制度周知方法 <自由記述>	P43
付録：調査票	P45

- 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2年度調査 令和2年12月21日（月）～令和2年12月24日（木）
令和元年度調査 令和元年12月16日（月）～令和元年12月17日（火）

- 有効回答数 令和2年度調査 3,146サンプル／令和元年度調査 3,090サンプル

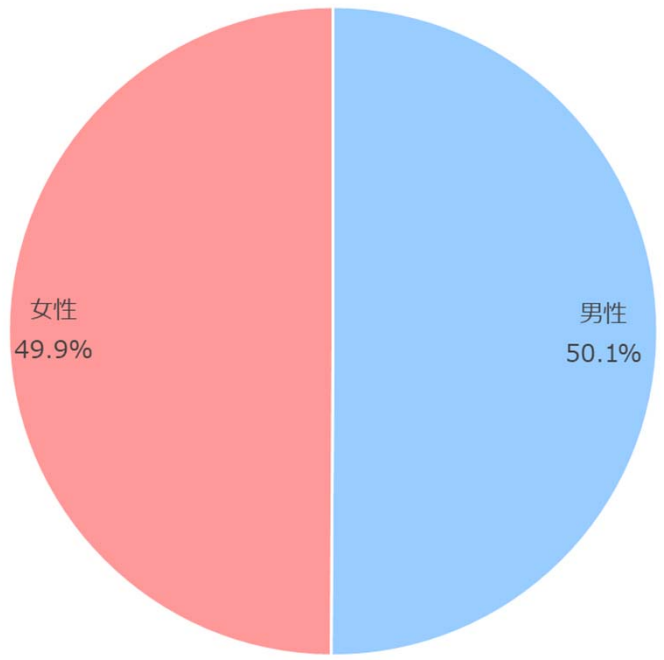
		令和2年	令和元年
性 年 代 別	男性計	1,576	1,545
	男性20-29歳	313	309
	男性30-39歳	307	309
	男性40-49歳	318	309
	男性50-59歳	320	309
	男性60歳以上	318	309
	女性計	1,570	1,545
	女性20-29歳	309	309
	女性30-39歳	317	309
	女性40-49歳	315	309
	女性50-59歳	310	309
	女性60歳以上	319	309
全体		3,146	3,090

報告書内の記述について

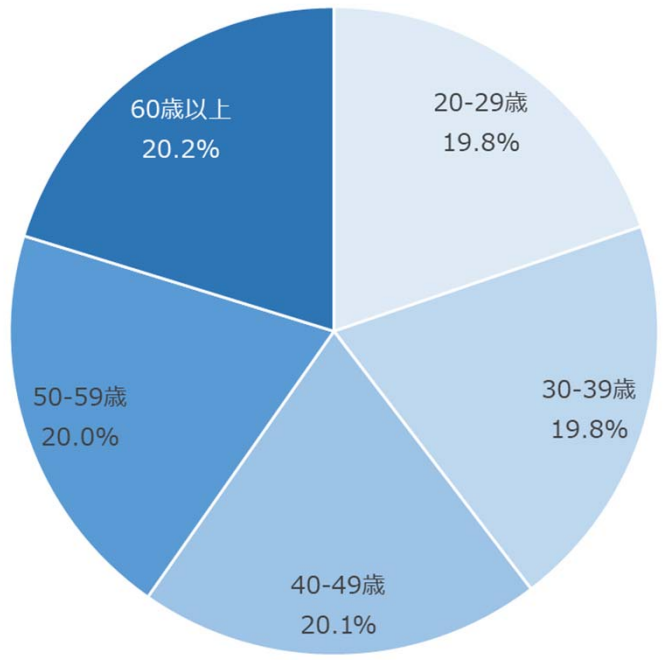
※n=30未満は参考値として記載

- 調査実施機関 GMC株式会社

【性別】



【年代】



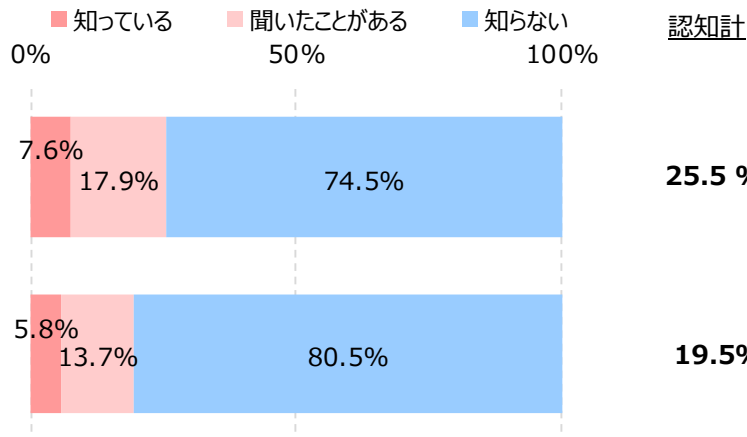
Summary

- 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26%、生物由来製品感染等被害救済制度の認知率は20%。（内容認知は、認知者の6割程度）
- 医薬品副作用被害救済制度の認知経路で最も多いのは「聞いた／教えてもらった」が34%。次いで「テレビ放送」（23%）「病院等に掲示してあるポスター」（21%）が2割台で続く。

【健康被害救済制度 認知率】(Q1,Q2)

単一回答

(n=3,146)

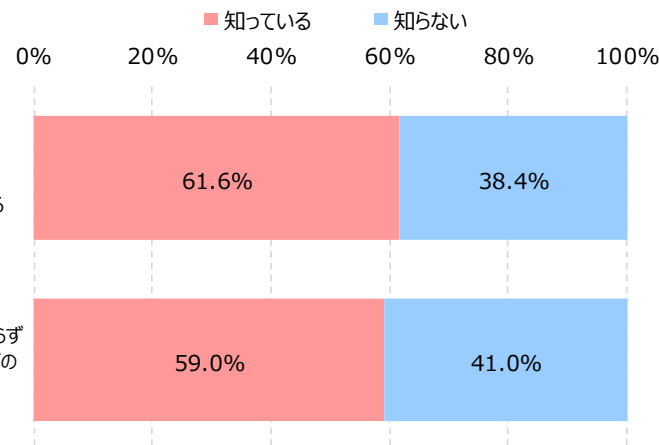


※認知計：「知っている」＋「聞いたことがある」

【健康被害救済制度 内容認知】(Q3)

単一回答

(n=803)

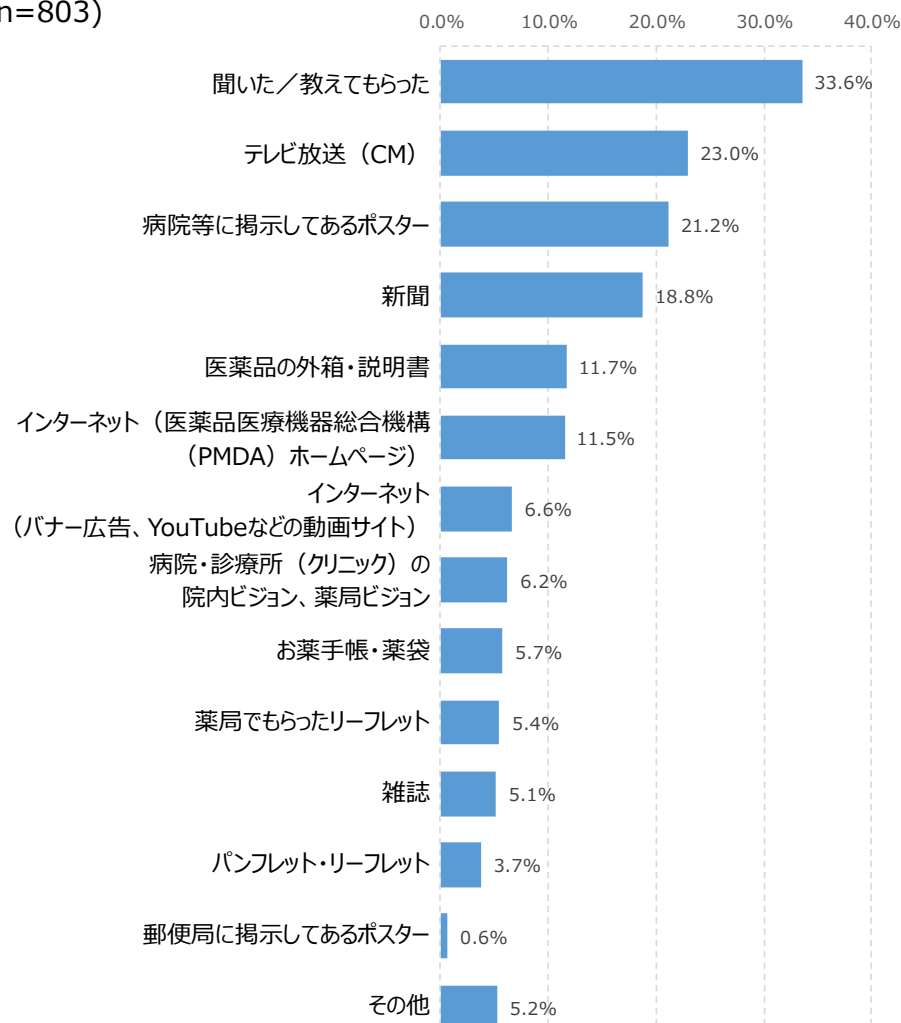


【健康被害救済制度 認知経路】(Q4)

複数回答

※「医薬品副作用被害救済制度」認知者ベース

(n=803)

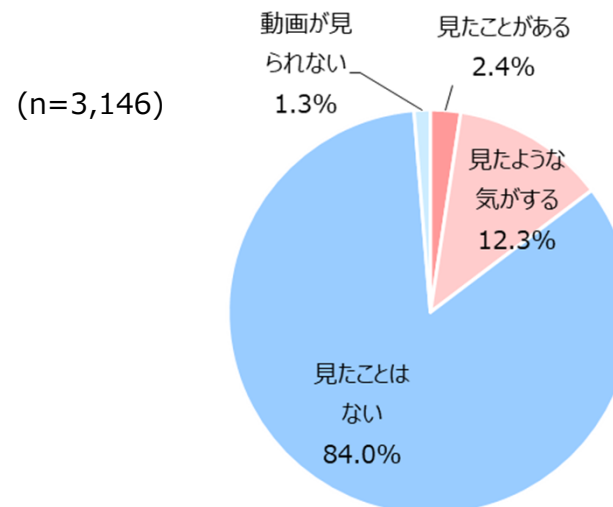
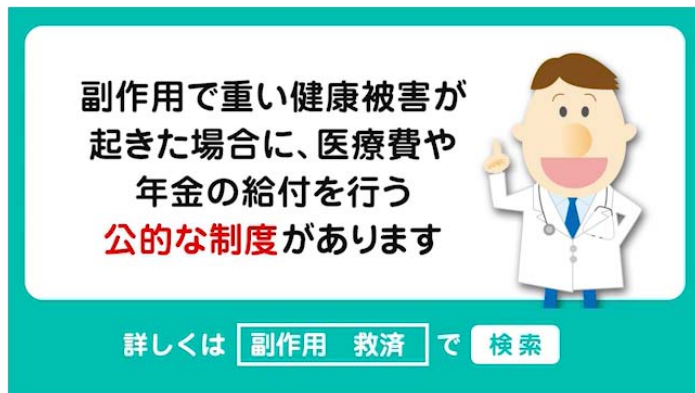


※「全体」のスコアで降順ソート

- 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15%
- 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5%

【テレビCM 認知率】(Q6)

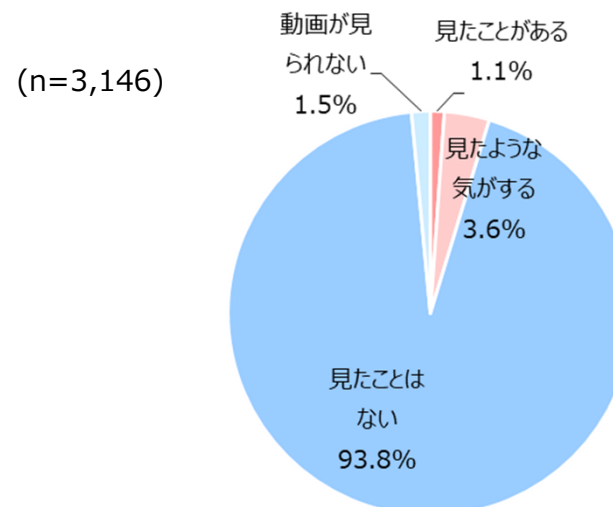
単一回答



見たことがある＋見たような気がする 計 14.7%

【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 4.7%

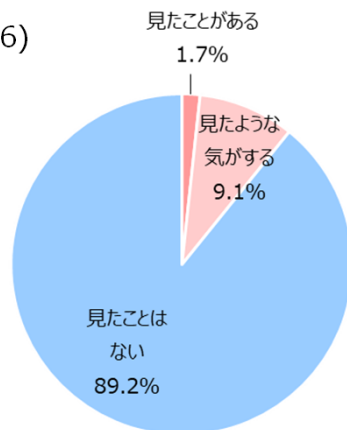
- 新聞広告の認知率（見たことがある＋見たような気がする）は11%
- 薬局ビジョンや院内ビジョンの認知率（見たことがある＋見たような気がする）は11%
- 救済制度特設サイトの認知率（見たことがある＋見たような気がする）は8%

【新聞広告 認知率】(Q10)

単一回答



(n=3,146)

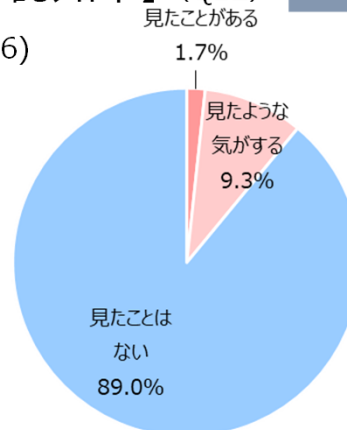


見たことがある＋見たような気がする 計 10.8%

【薬局ビジョンや院内ビジョン 認知率】(Q12)

単一回答

(n=3,146)

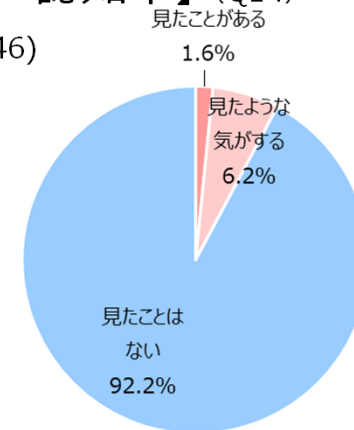


見たことがある＋見たような気がする 計 11.0%

【救済制度特設サイト 認知率】(Q14)

単一回答

(n=3,146)



見たことがある＋見たような気がする 計 7.8%

【テレビCMの評価】(Q7)

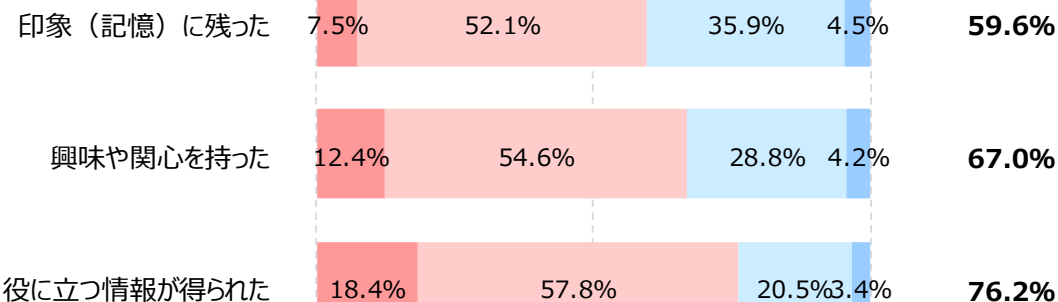
単一回答

(n=3,104)

■ 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

0% 50% 100%

そう思う計



※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

【救済制度紹介動画の評価】(Q9)

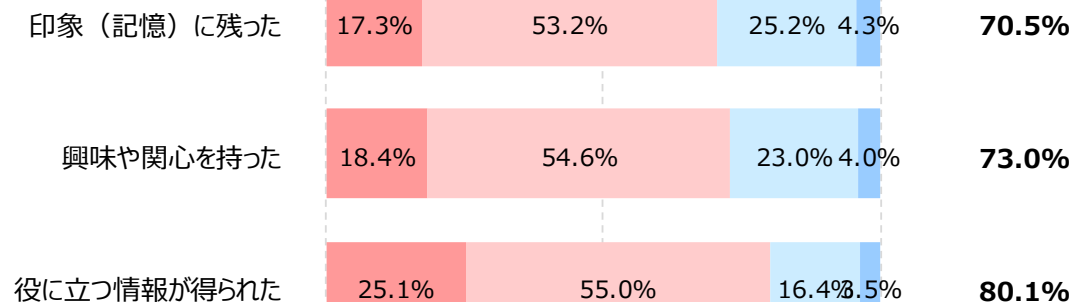
単一回答

(n=3,099)

■ 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

0% 50% 100%

そう思う計



※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

【新聞広告の評価】(Q11)

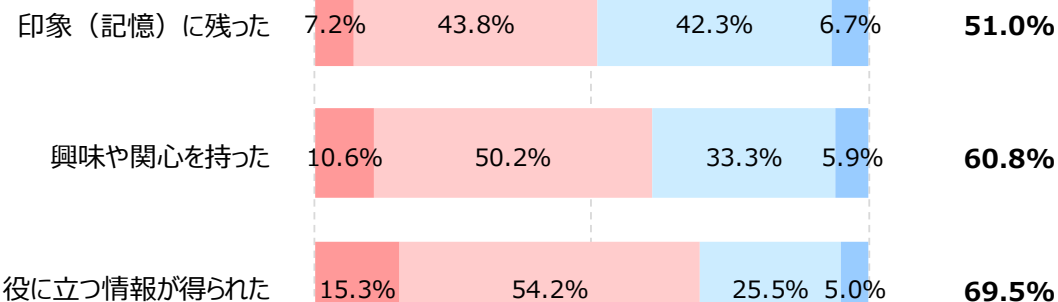
単一回答

(n=3,104)

■ 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

0% 50% 100%

そう思う計



※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

・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」76%。以下、「興味や関心を持った」67%、「印象（記憶）に残った」60%。

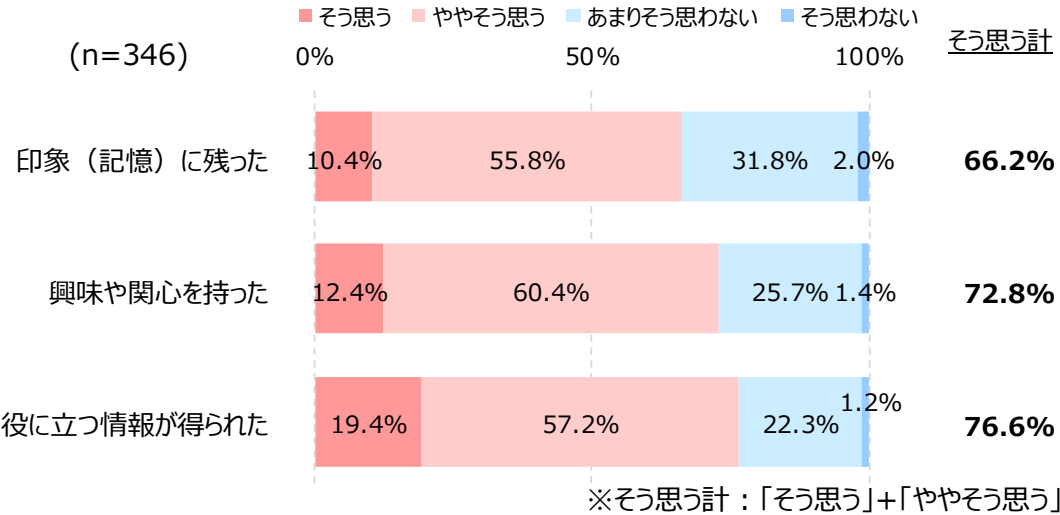
・救済制度紹介動画の評価（そう思う+ややそう思う）で最も高かった項目は「役に立つ情報が得られた」80%。以下、「興味や関心を持った」73%、「印象（記憶）に残った」71%。

・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」70%。以下、「興味や関心を持った」61%、「印象（記憶）に残った」51%。

- 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」77%。
以下、「興味や関心を持った」73%、「印象（記憶）に残った」66%。
- 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、「興味や関心を持った」76%、「印象（記憶）に残った」73%。

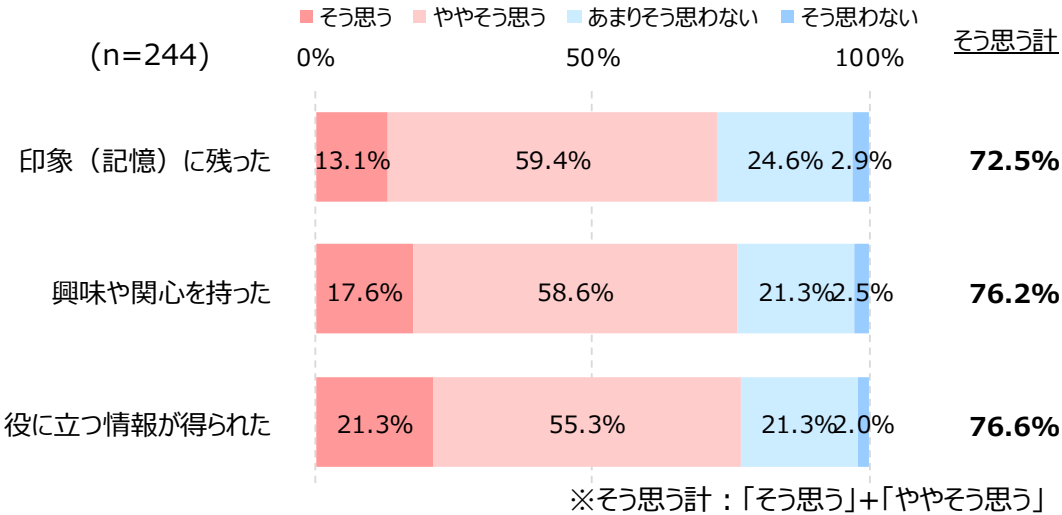
【薬局ビジョンや院内ビジョンの評価】 (Q13) 単一回答

※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

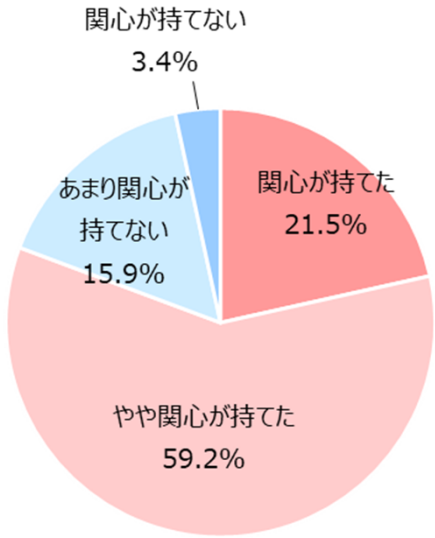


- ・医薬品副作用被害救済制度への関心度（関心を持てた+やや関心を持てた）は81%
- ・医薬品副作用被害救済制度の今後の利用意向（利用したい）は74%

【医薬品副作用被害救済制度 関心度】(Q16)

単一回答

(n=3,146)

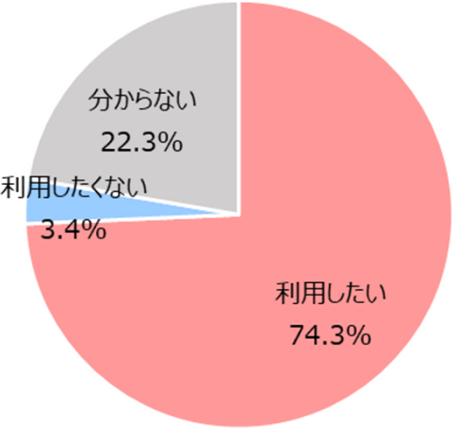


関心を持てた + やや関心を持てた 計80.7%

【医薬品副作用被害救済制度 今後の利用意向】(Q23)

単一回答

(n=3,146)

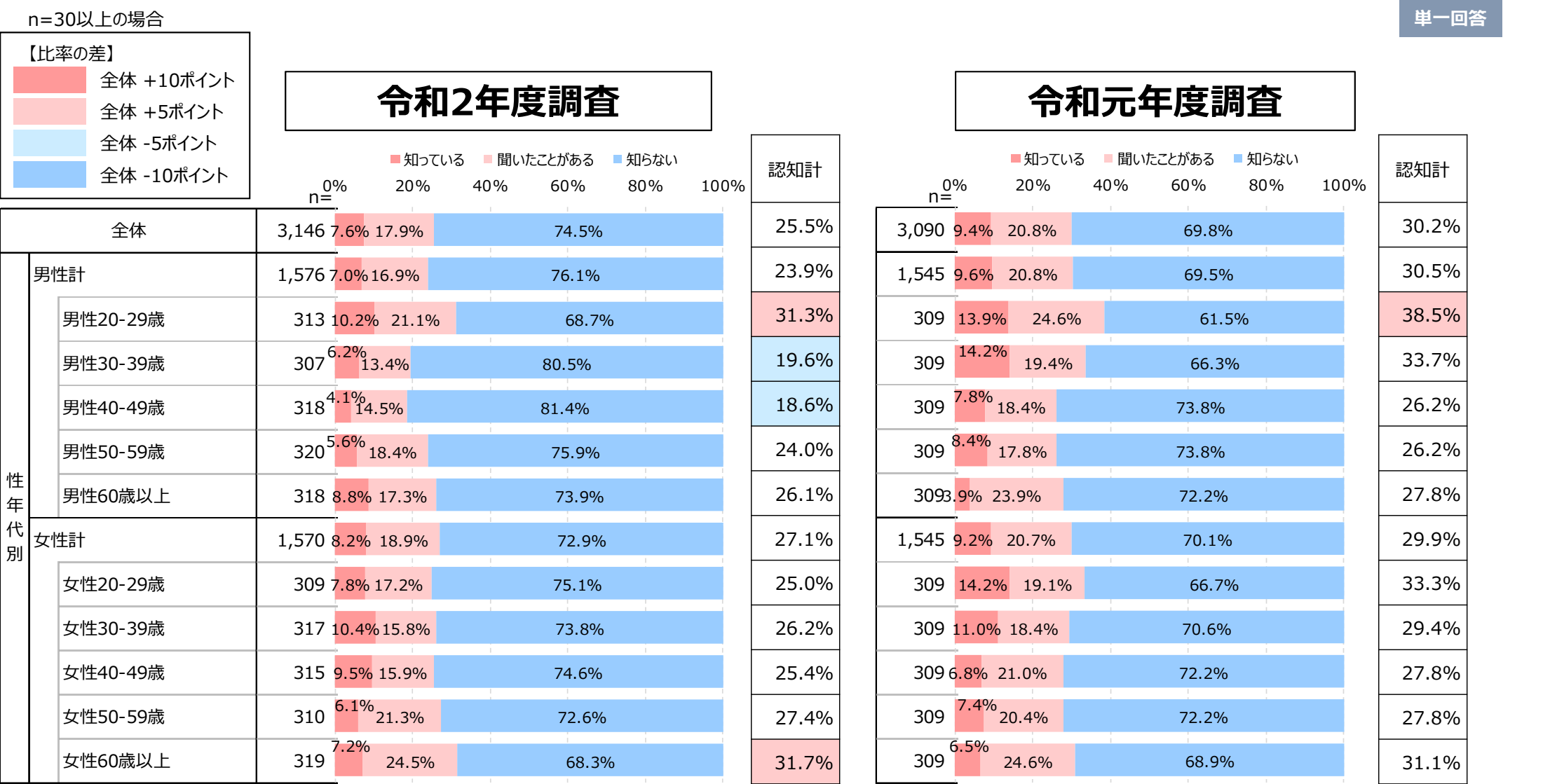


利用したい 74.3%

調査結果

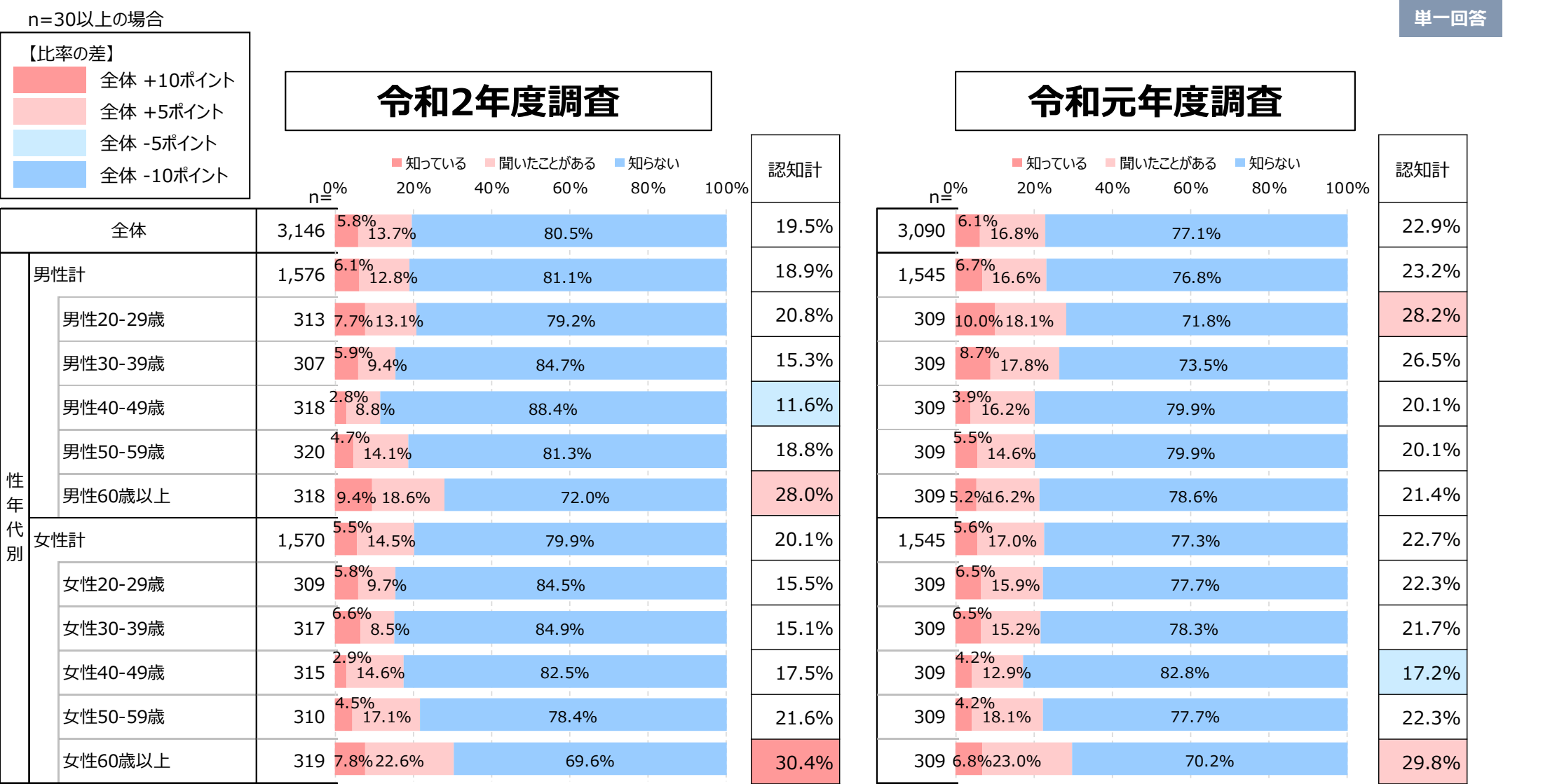
R2/R1 Q1. あなたは、副作用が起きたときに、医療費等の救済給付を行う「医薬品副作用被害救済制度」があることをご存じですか。

- 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26％で、R1から4ptの減少。
- 【性・年代別】
- 男性20代と女性60代以上の認知率が高く、男性30代・40代の認知率が特に低い。前回との比較でも、男性30代で14pt、男性40代で7pt低下している。



R2/R1 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20%。R1から 3ptの減少。
- 【性・年代別】
- ・男女とも60代以上の認知率が高い。前回との比較では、男性60代以上の増加が目立つ。



※認知計：「知っている」+「聞いたことがある」

R2/R1 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。

- ・制度認知者において、認知されている提示内容は、どちらもほぼ6割程度の方が認知している。
- ・R1との比較では、どちらの提示内容も認知者ベースで2～3ポイントの減少となっている。

単一回答

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)

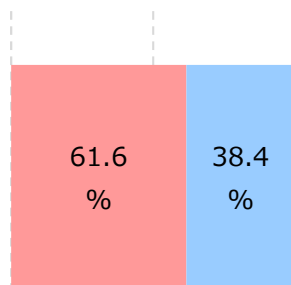
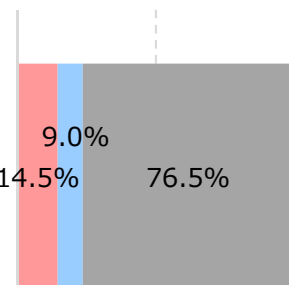
■ 知っている ■ 知らない ■ 制度非認知者

■ 知っている ■ 知らない

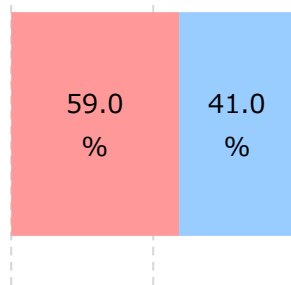
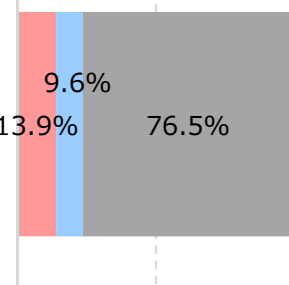
0% 50% 100%

0% 50% 100%

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について救済給付を行う



令和元年度調査

全体ベース
(n=3,090)

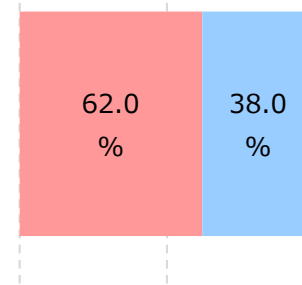
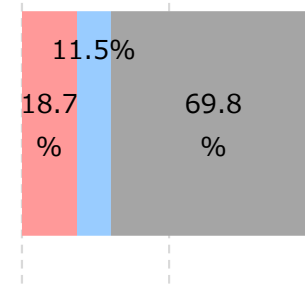
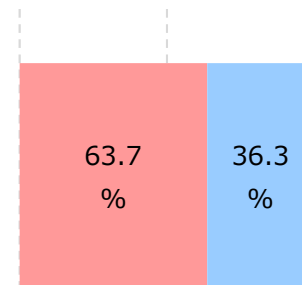
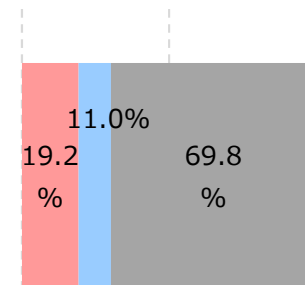
制度認知者ベース
(n=933)

■ 知っている ■ 知らない ■ 制度非認知者

■ 知っている ■ 知らない

0% 50% 100%

0% 50% 100%



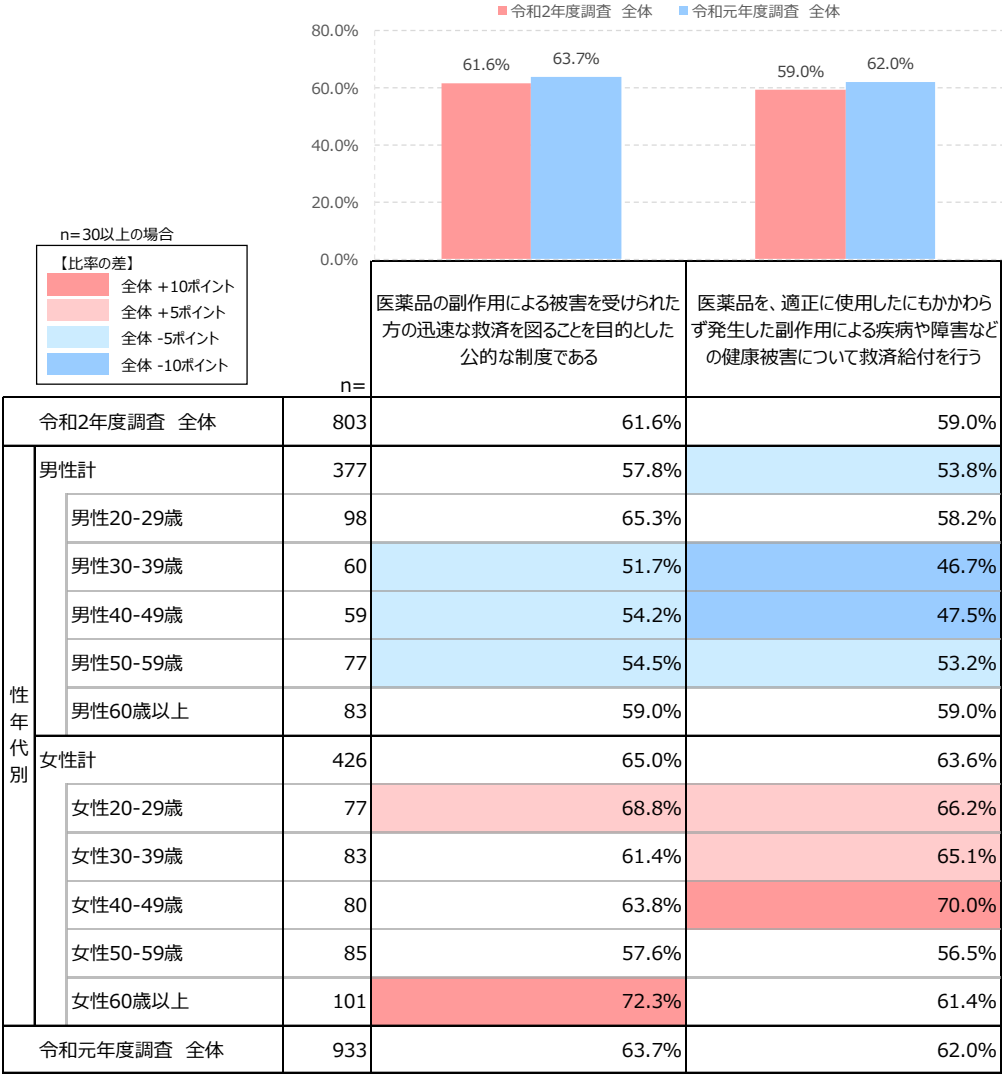
R2/R1 Q3.「医薬品副作用被害救済制度」について、以下それぞれにあてはまるものをひとつお選びください。

【性・年代別】

- 「医薬品の副作用による被害・・・」の認知は、女性の20代と60代が高く、男性30～50代で低い。
- 「医薬品を、適正に使用した・・・」の認知は、女性の20～40代が高く、男性30～50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

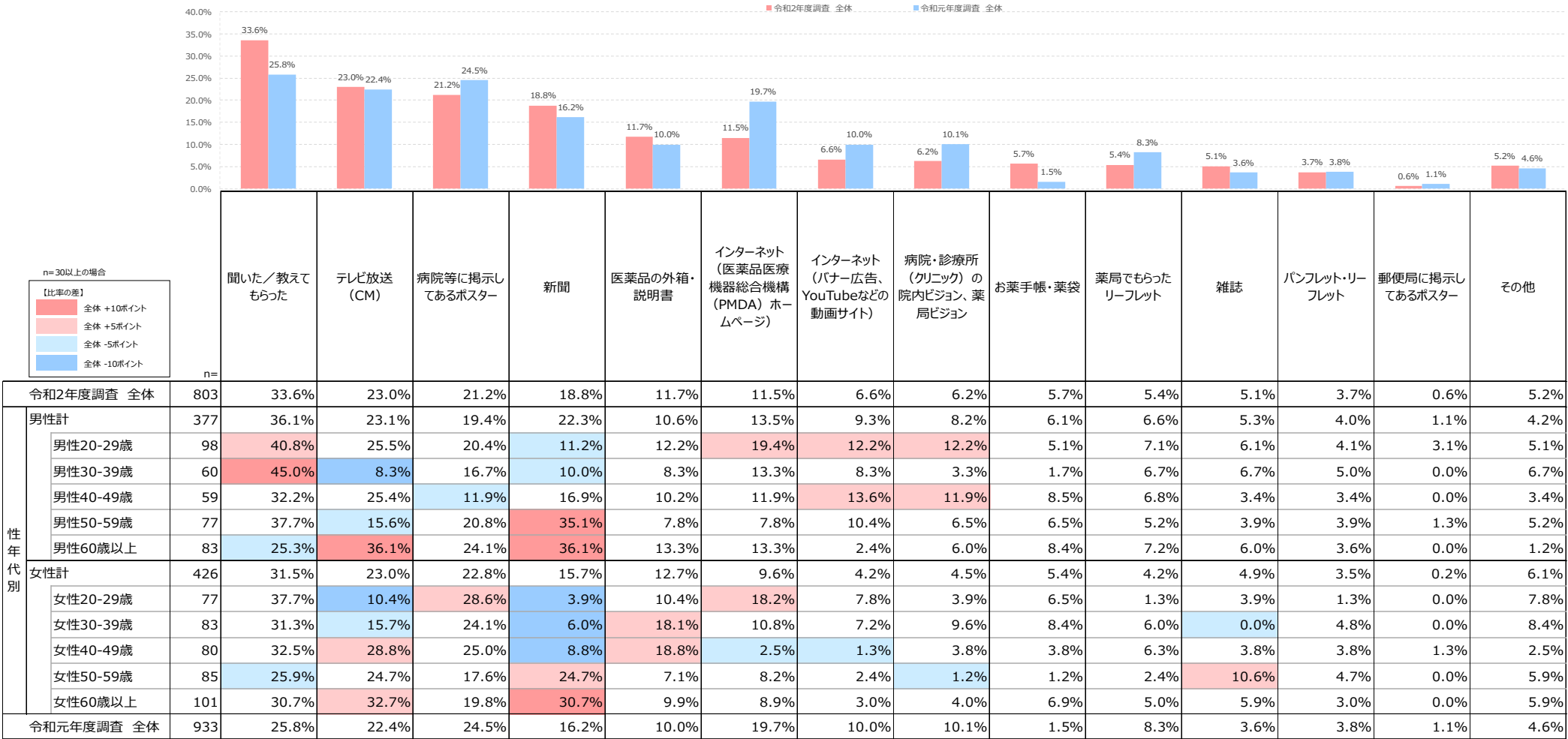


R2/R1 Q4. あなたは「医薬品副作用被害救済制度」をどのようにして（何から）知りましたか。または、どのようにして（何から）聞きましたか。あてはまるものをすべてお選びください。

- 主な認知経路は「聞いた／教えてもらった」34%、「テレビ放送」23%、「病院等に掲示してあるポスター」21%と続く。
- R1との比較では、「聞いた／教えてもらった」の8pt減が目立つ。
- 【性・年代別】
- 『インターネット関連』は男性20代の認知度が高く、「新聞」は男女とも50代以上で認知度が高い。

※「医薬品副作用被害救済制度」認知者ベース

複数回答



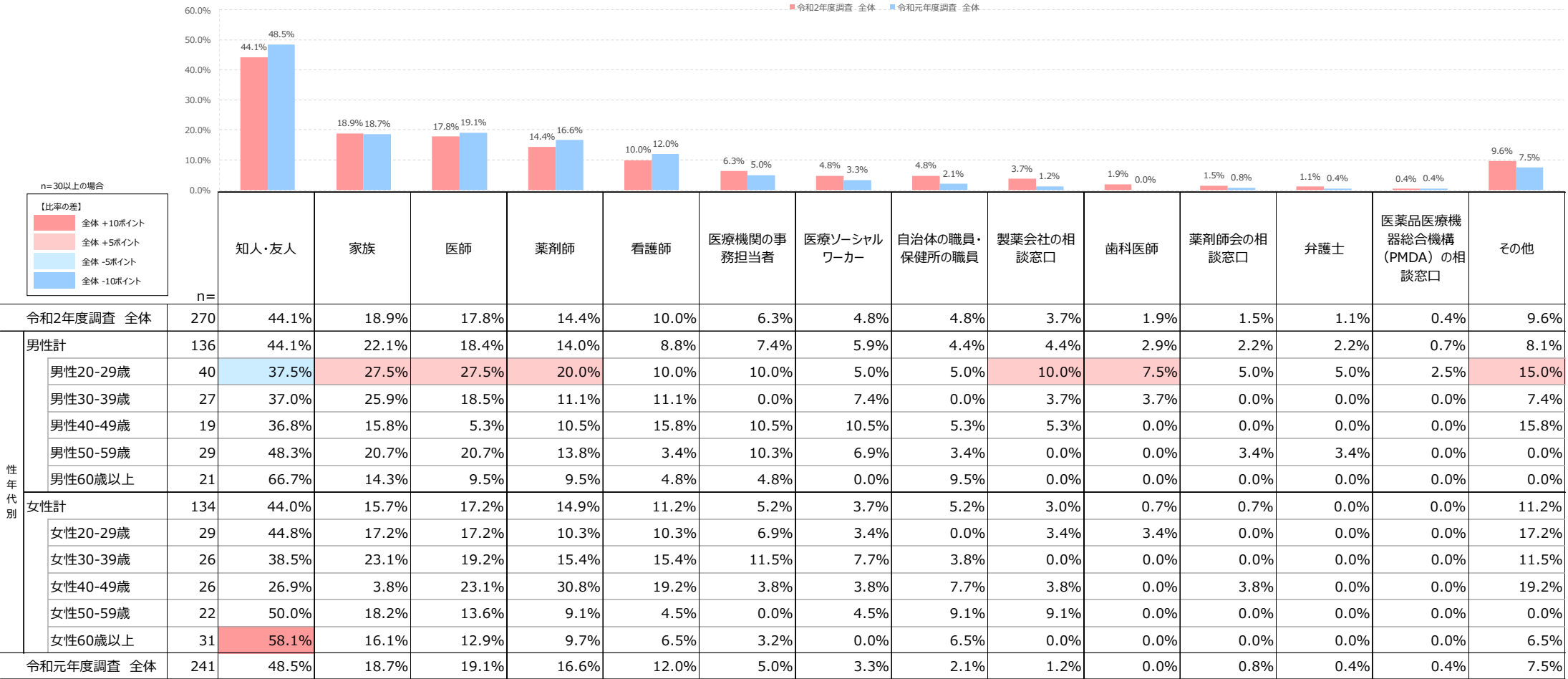
※「令和2年度調査 全体」のスコアで降順ソート

R2/R1 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人が半数弱を占める。以下、「家族」「医師」「薬剤師」「看護師」からが1割台で続く。
- ・「知人・友人」はR1との比較では5ポイントの減少。

※制度認知者の認知経路で「聞いた/教えてもらった」回答者ベース

複数回答



※「令和2年度調査 全体」のスコアで降順ソート

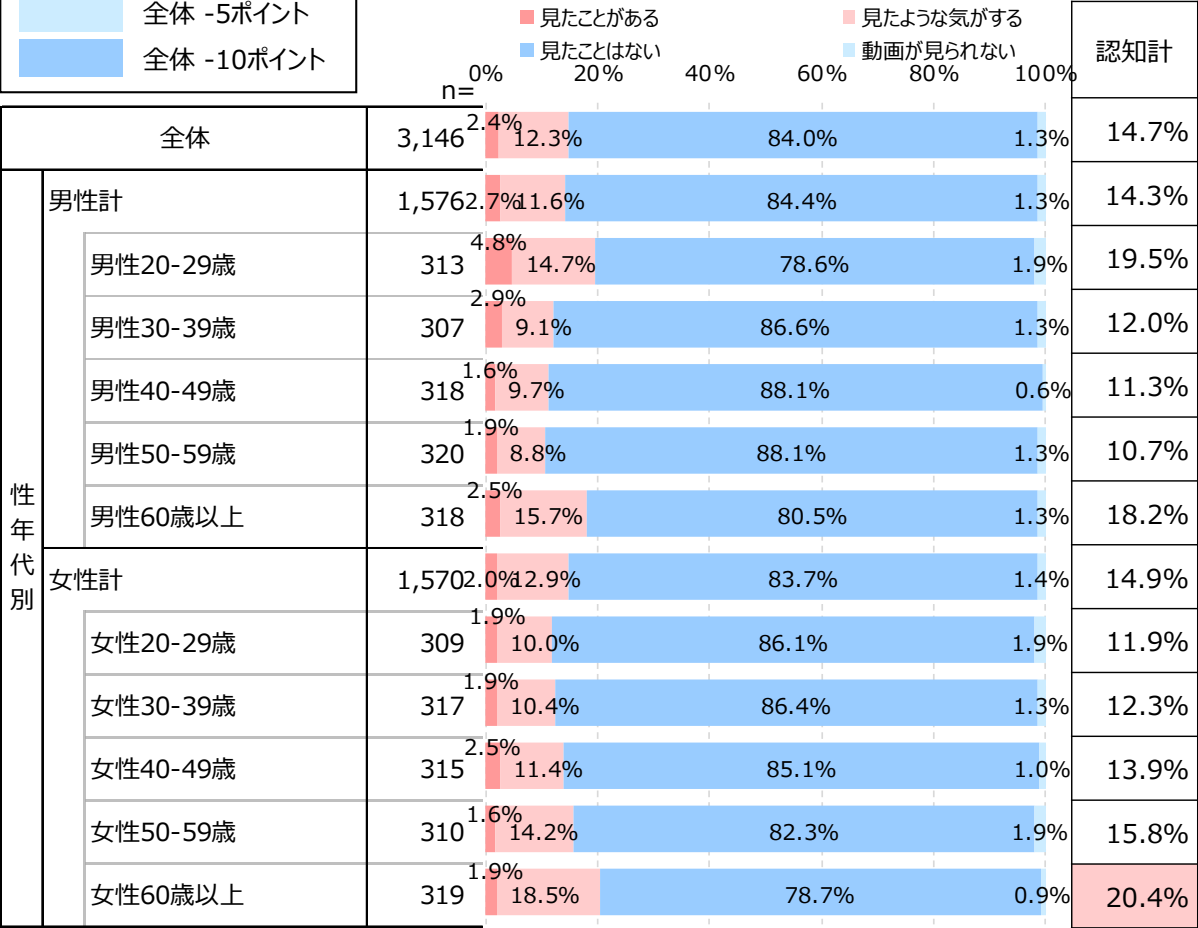
R2/R1 Q6. あなたは、テレビでこのCMを見たことがありますか。

- 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15%。R1から2ptの減少。
- 【性、年代別】
- 男性は20代と60歳以上でやや高く、女性は60代以上の認知率が高い。

n=30以上の場合

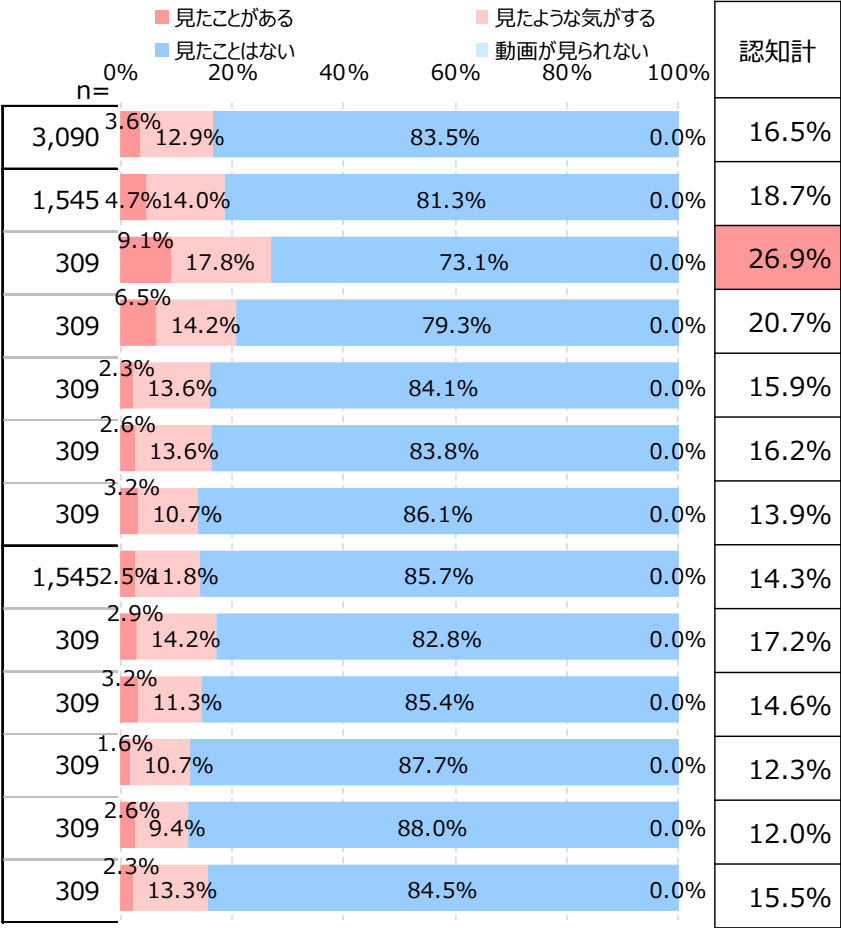


令和2年度調査



単一回答

令和元年度調査



※認知計：「見たことがある」＋「見たような気がする」

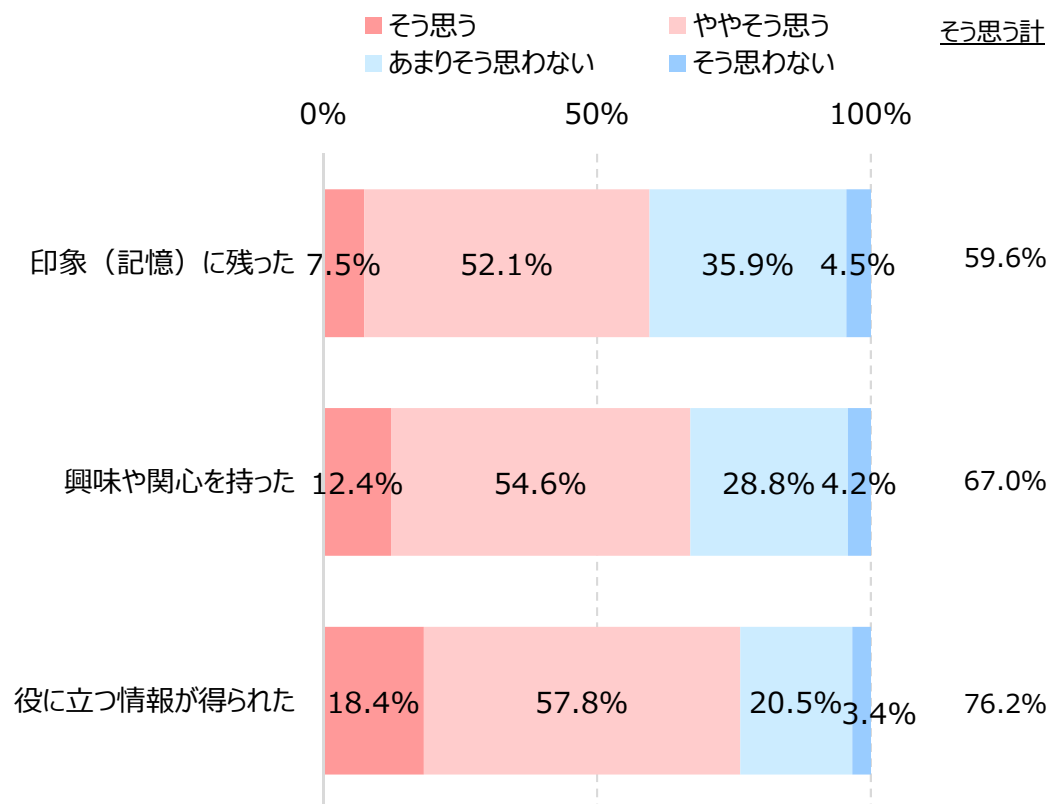
R2/R1 Q7. 動画（TVCM）をご覧になった感想をお聞きます。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

- 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」76%、「興味や関心を持った」67%と続く。
- R1よりも、「役に立つ情報が得られた」が3pt、それ以外は微減となっており、大きな変化は見られない。

単一回答

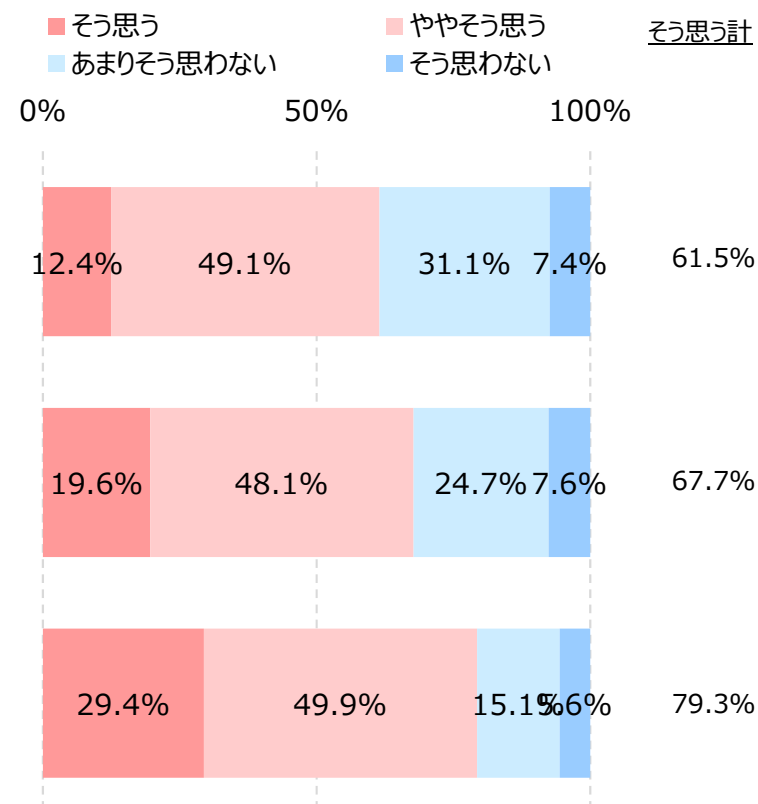
令和2年度調査

(n=3,146)



令和元年度調査

(n=3,090)



※そう思う計：「そう思う」＋「ややそう思う」

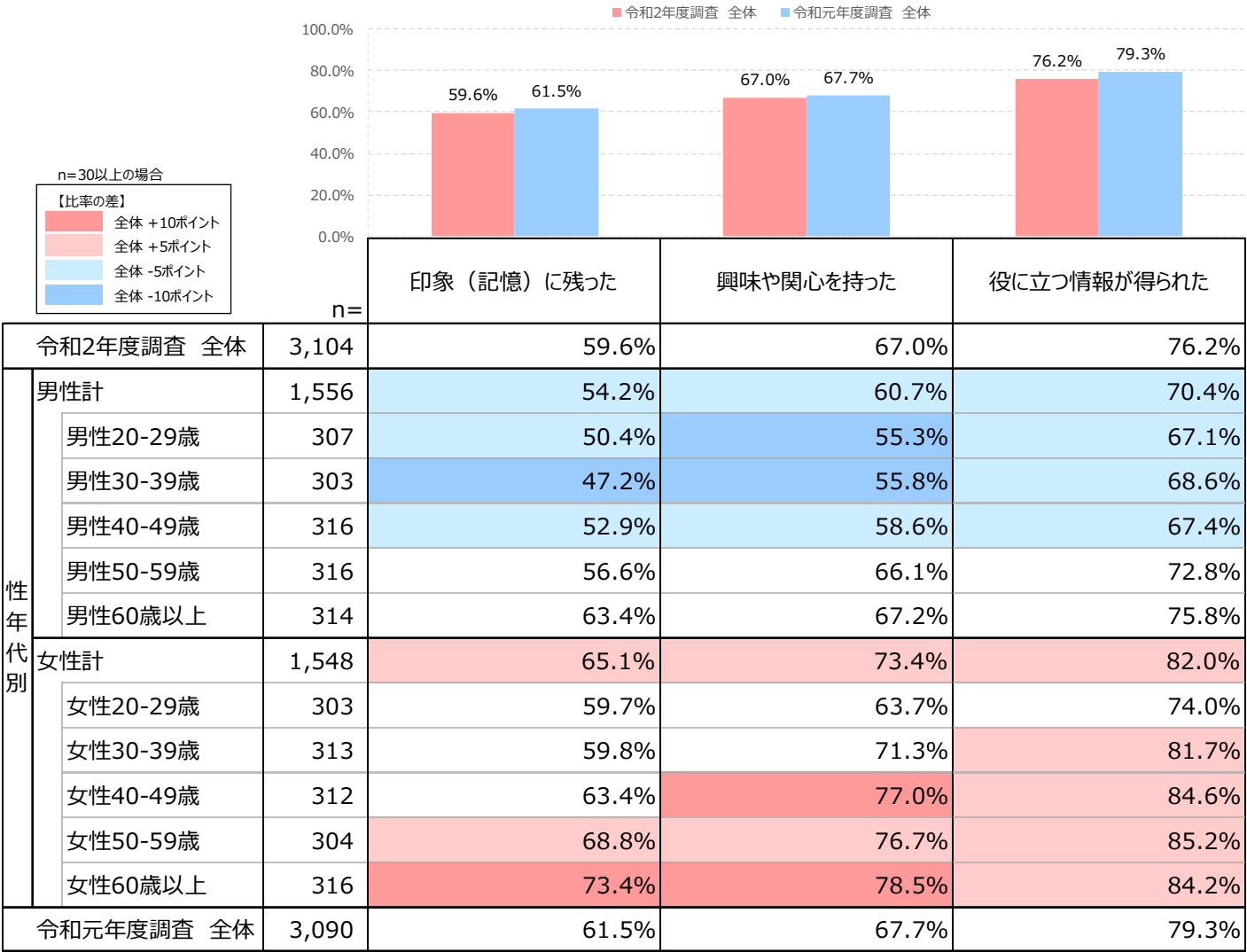
R2/R1 Q7. 動画（TVCM）をご覧になった感想をお聞きます。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

【性・年代別】

・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。

「そう思う計（そう思う） + （ややそう思う）」の割合

単一回答

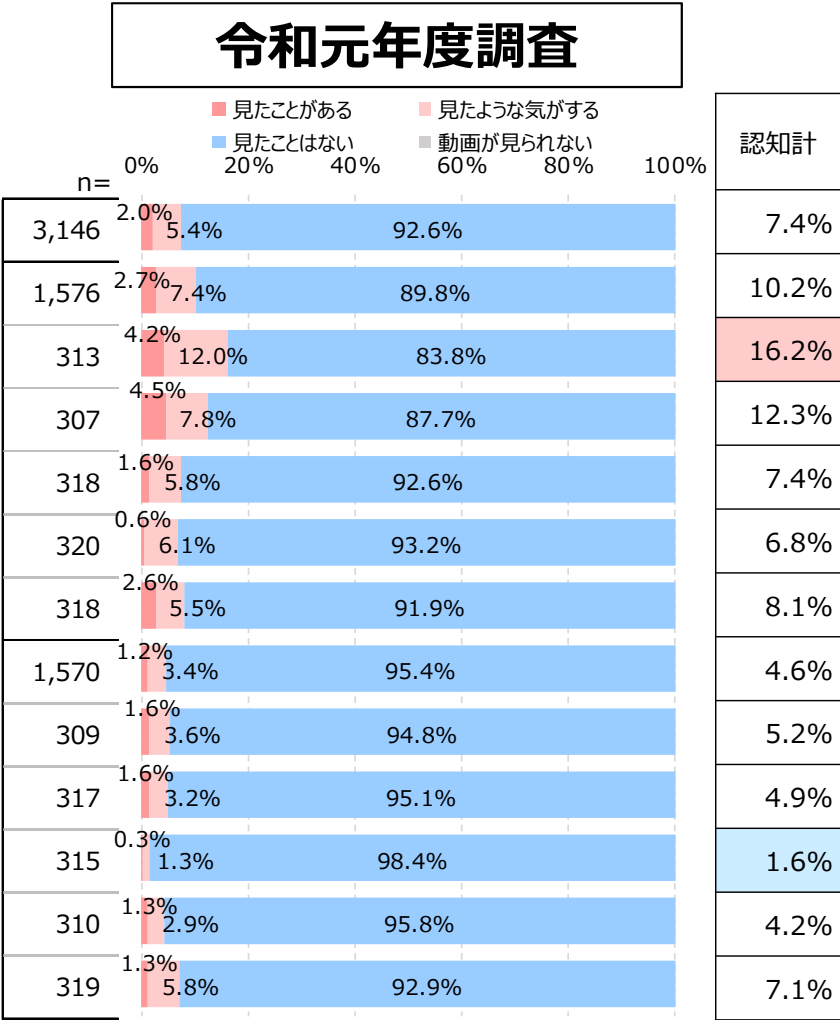
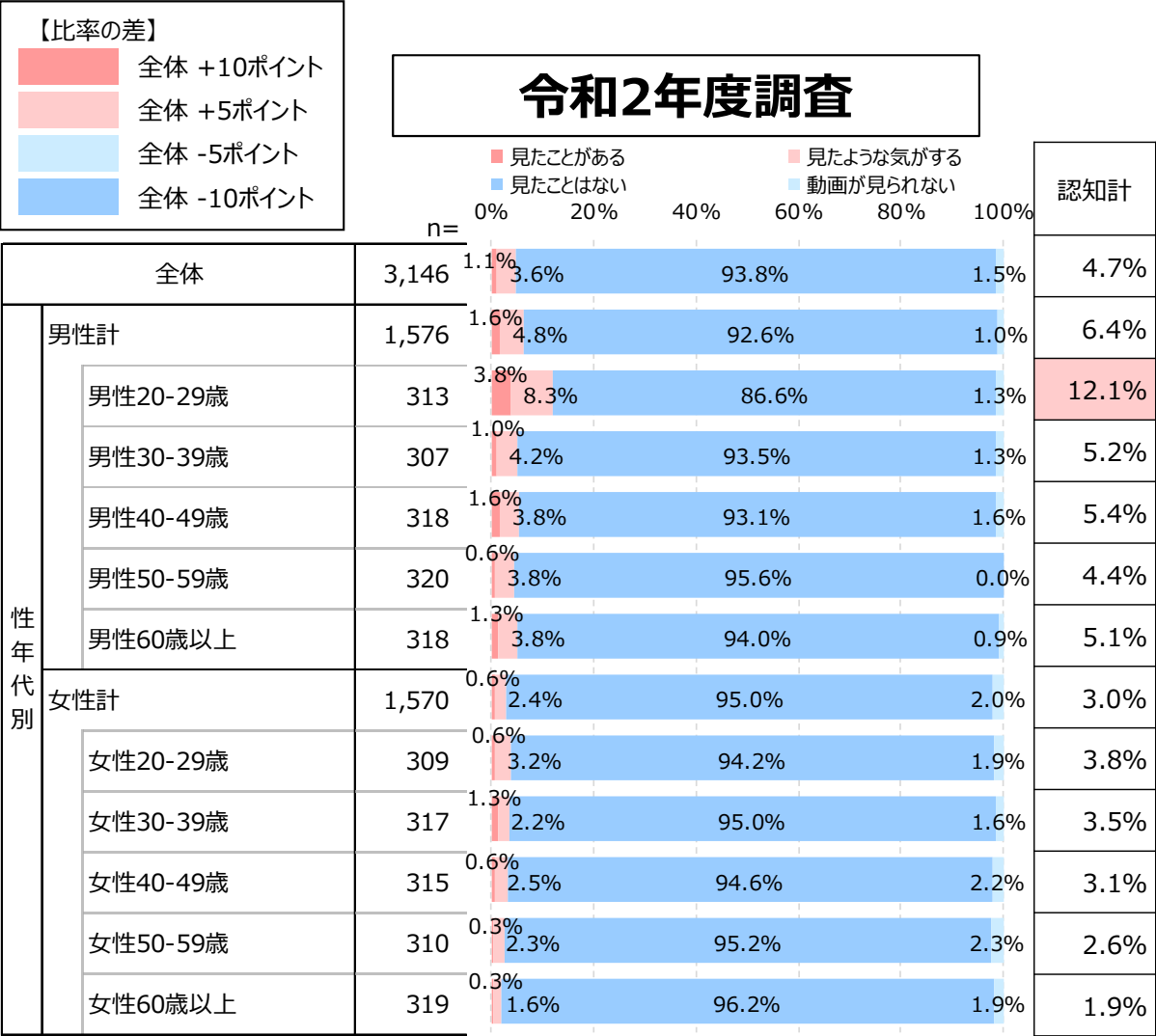


R2/R1 Q8. あなたは、インターネットサイトでこの動画を見たことがありますか。

- 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5%。R1から2ptの減少。
- 【性、年代別】
- 男性20代の認知率は高め。女性60代以上の認知率は低い。

n=30以上の場合

単一回答



※認知計：「見たことがある」＋「見たような気がする」

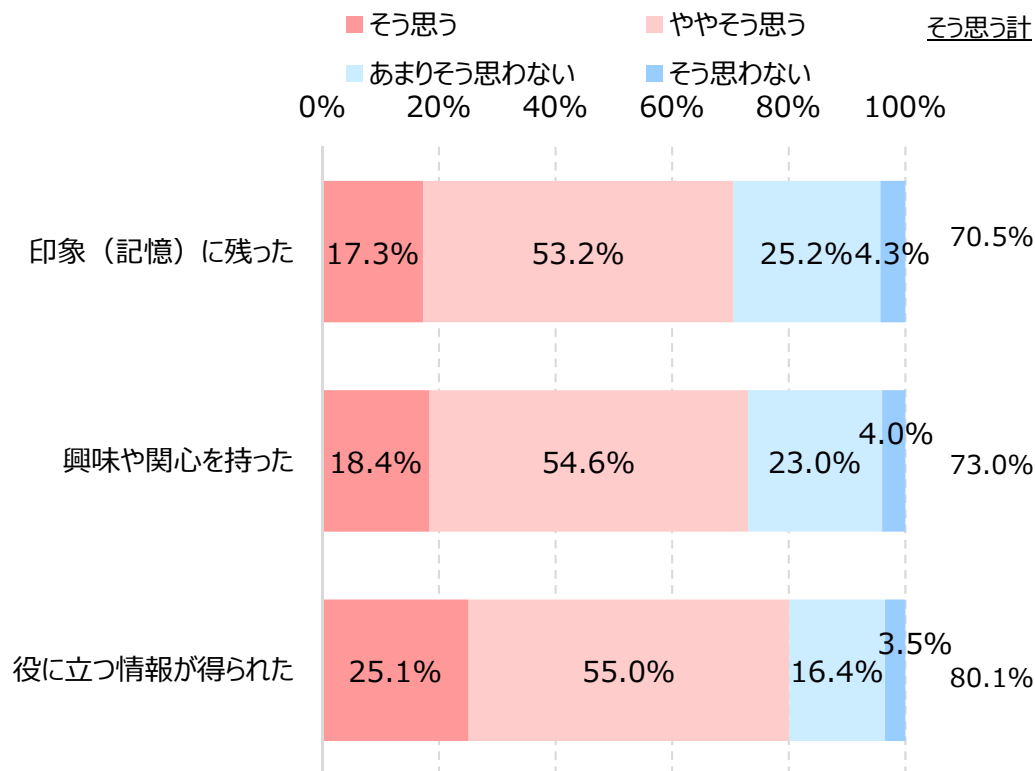
R2/R1 Q9. 動画（救済制度紹介動画）をご覧になった感想をお聞きます。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

- 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」80%。以下、「興味や関心を持った」73%、「印象（記憶）に残った」71%が続く。R1よりも「印象（記憶）に残った」の項目で4pt増加。

単一回答

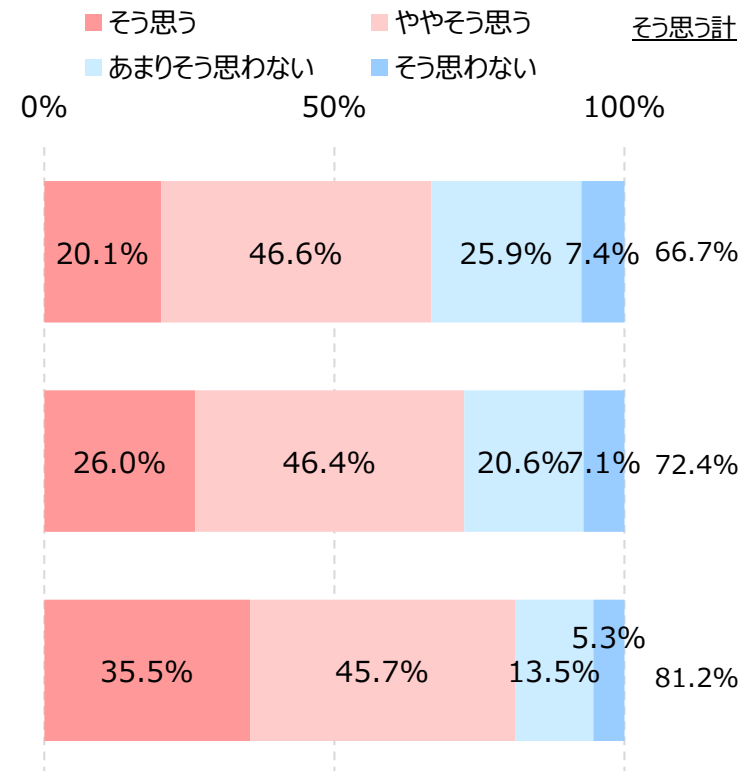
令和2年度調査

(n=3,146)



令和元年度調査

(n=3,090)



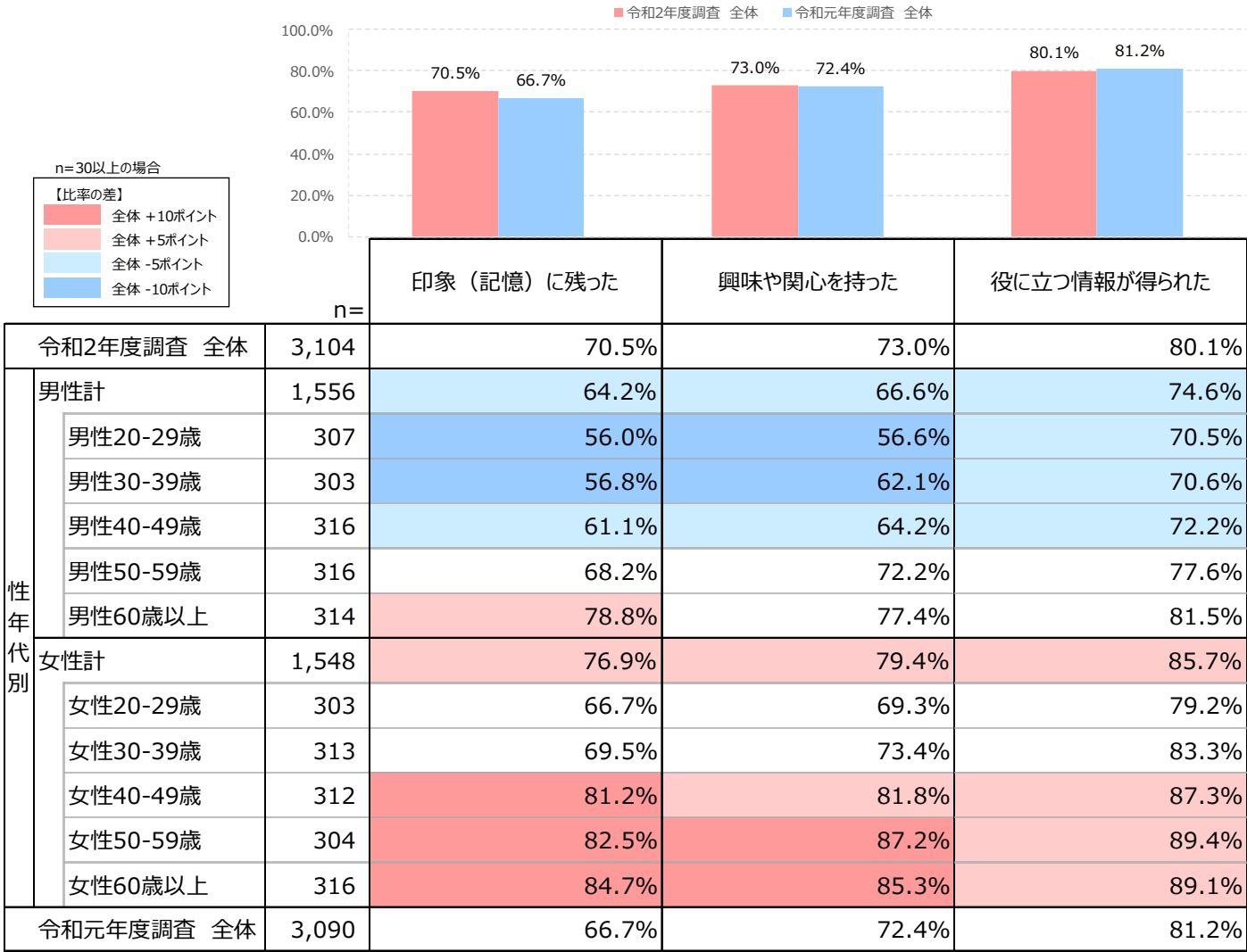
※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

R2/R1 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。

「そう思う計（そう思う）＋（ややそう思う）」の割合

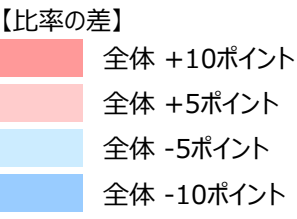
単一回答



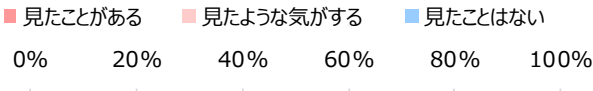
R2/R1 Q10. あなたは、これまでにこの新聞広告を見たことがありましたか。画像（新聞広告）をご覧になってからお答えください。

- 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11%。昨年度から 2ptの微減。
- 【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。

n=30以上の場合



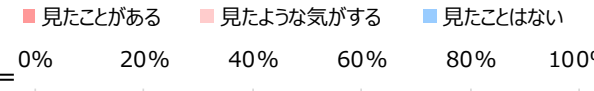
令和2年度調査



		n=	0% 20% 40% 60% 80% 100%			認知計
全体		3,146	1.7%	9.1%	89.2%	10.8%
性年代別	男性計	1,576	2.1%	10.0%	87.9%	12.1%
	男性20-29歳	313	4.5%	13.7%	81.8%	18.2%
	男性30-39歳	307	0.7%	8.5%	90.9%	9.2%
	男性40-49歳	318	1.3%	7.2%	91.5%	8.5%
	男性50-59歳	320	1.9%	9.7%	88.4%	11.6%
	男性60歳以上	318	2.2%	10.7%	87.1%	12.9%
	女性計	1,570	1.3%	8.2%	90.5%	9.5%
	女性20-29歳	309	1.9%	8.4%	89.6%	10.3%
	女性30-39歳	317	1.6%	8.2%	90.2%	9.8%
	女性40-49歳	315	1.9%	6.0%	92.1%	7.9%
	女性50-59歳	310	1.3%	7.4%	91.3%	8.7%
	女性60歳以上	319		10.7%	89.3%	10.7%

単一回答

令和元年度調査



		n=	0% 20% 40% 60% 80% 100%			認知計
全体		3,090	3.5%	9.5%	87.0%	13.0%
	男性計	1,545	4.5%	10.8%	84.7%	15.3%
	男性20-29歳	309	8.4%	14.9%	76.7%	23.3%
	男性30-39歳	309	5.5%	12.3%	82.2%	17.8%
	男性40-49歳	309	3.6%	8.4%	88.0%	12.0%
	男性50-59歳	309	3.2%	8.1%	88.7%	11.3%
	男性60歳以上	309	1.6%	10.4%	88.0%	12.0%
	女性計	1,545	2.6%	8.2%	89.3%	10.7%
	女性20-29歳	309	2.6%	10.0%	87.4%	12.6%
	女性30-39歳	309	3.2%	8.4%	88.3%	11.7%
	女性40-49歳	309	2.6%	7.1%	90.3%	9.7%
	女性50-59歳	309	1.6%	7.8%	90.6%	9.4%
	女性60歳以上	309	2.9%	7.4%	89.6%	10.4%

※認知計：「見たことがある」＋「見たような気がする」

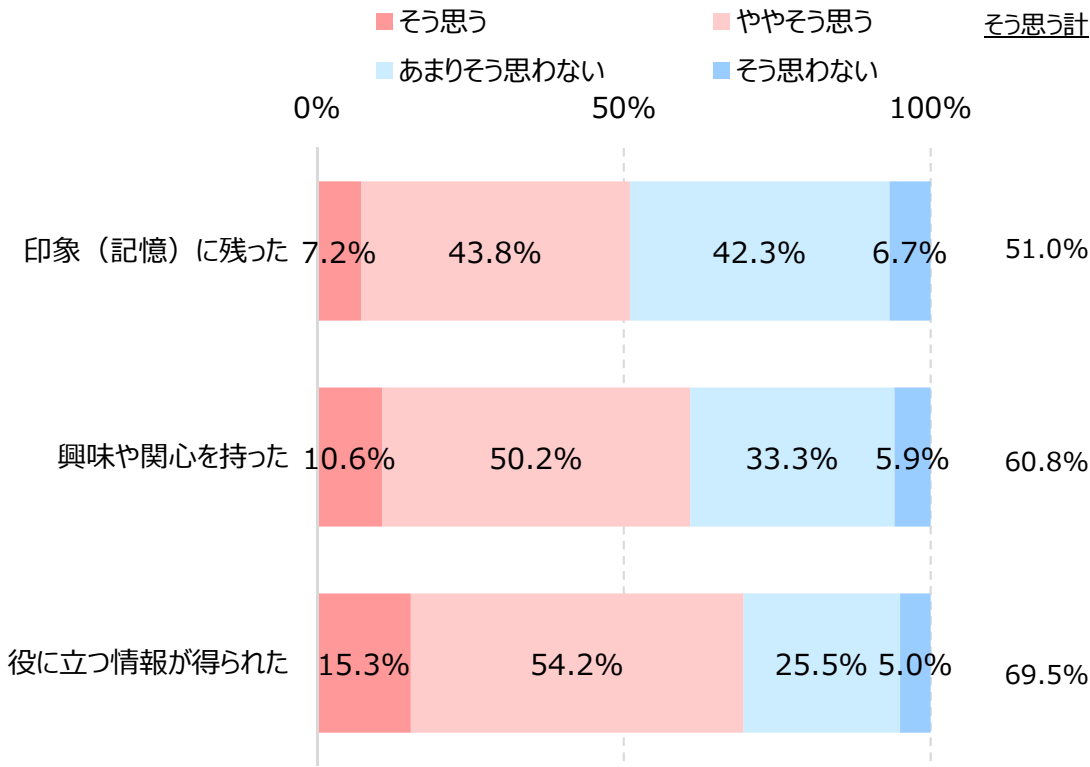
R2/R1 Q11. 新聞広告をご覧になった感想をお聞きます。どう思われましたか。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

- 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」70%。以下、「興味や関心を持った」61%、「印象（記憶）に残った」51%が続く。R1よりも、それぞれ微減。

単一回答

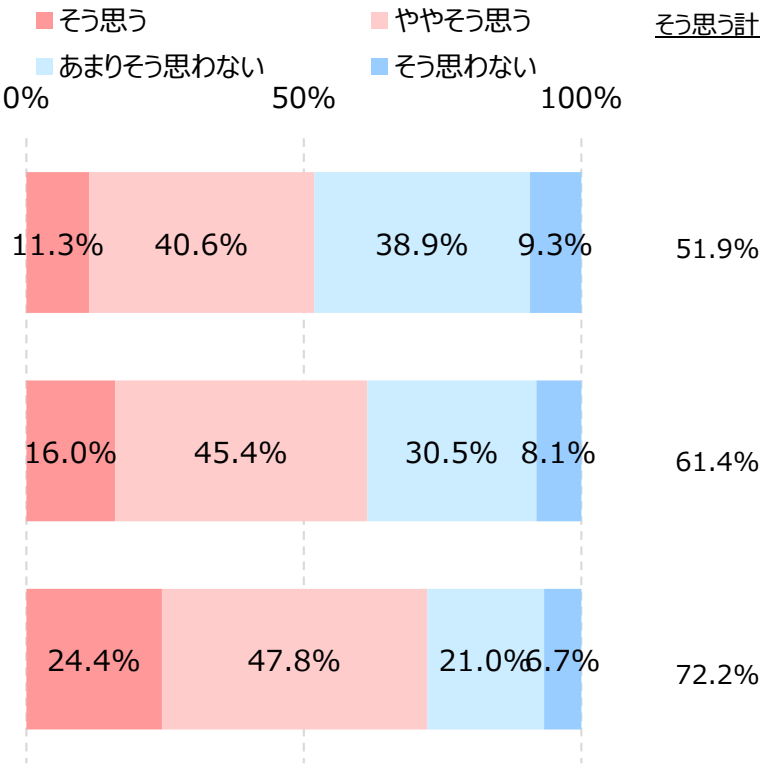
令和2年度調査

(n=3,146)



令和元年度調査

(n=3,090)



※そう思う計：「そう思う」＋「ややそう思う」

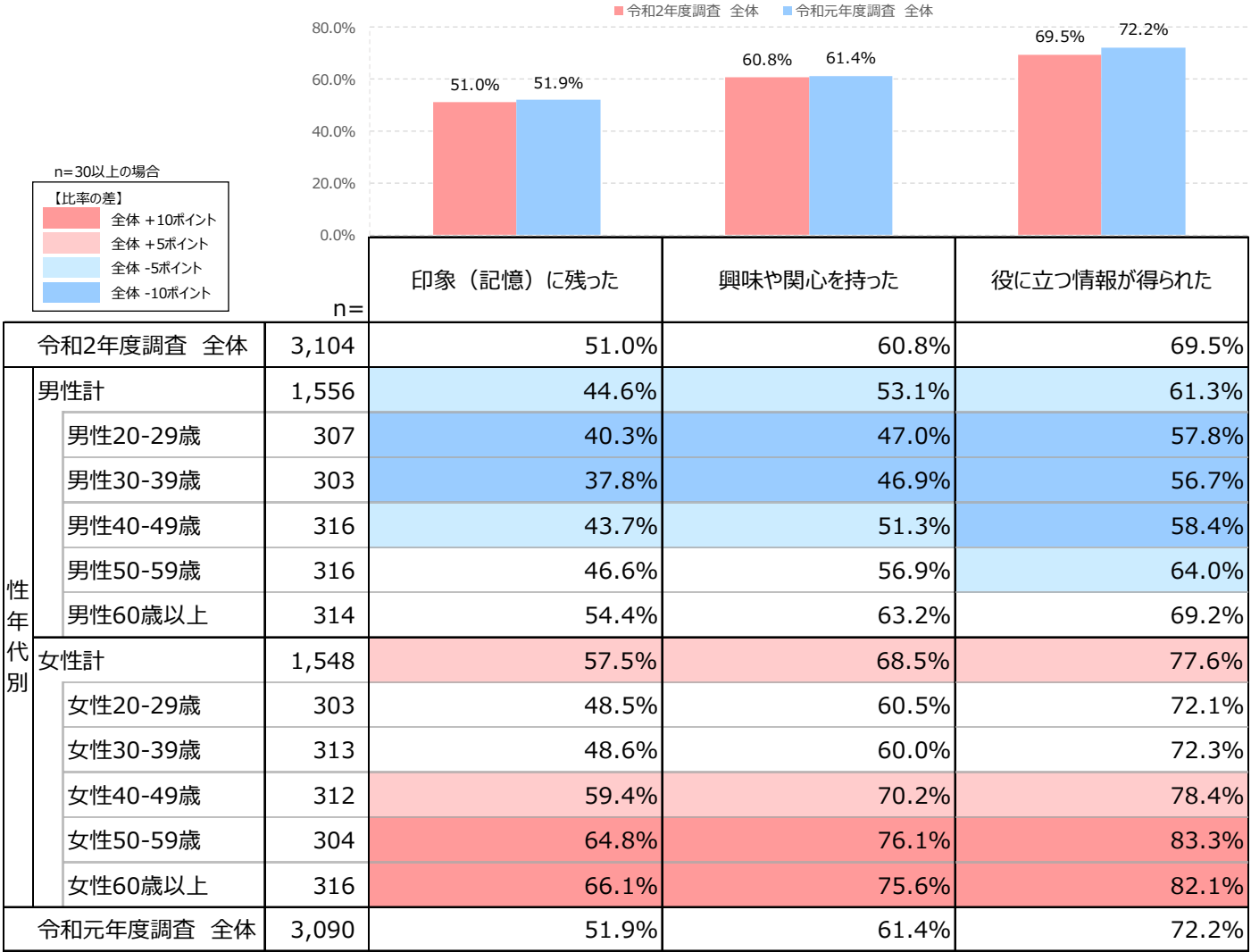
R2/R1 Q11. 新聞広告をご覧になった感想をお聞きます。どう思われましたか。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

【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。

「そう思う計（そう思う） + （ややそう思う）」の割合

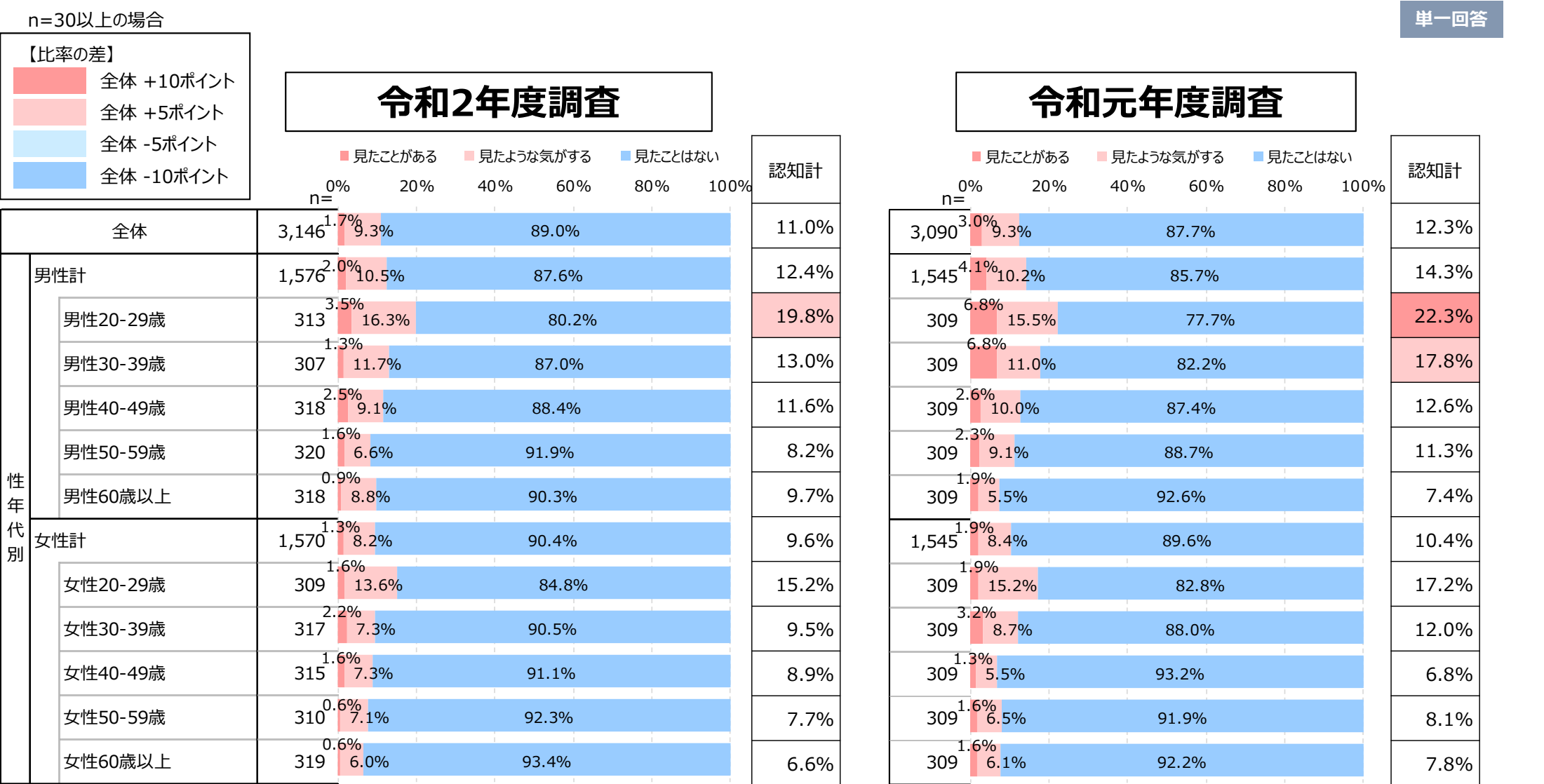
単一回答



Q12 薬局ビジョンや院内ビジョンの認知率

R2/R1 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11％。R1から 1ptの減少。
- 【性、年代別】
- 男性20代の認知率が高め。男女とも高年齢層よりも低年齢層で高い傾向にある



単一回答

※認知計：「見たことがある」+「見たような気がする」

R2/R1 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。

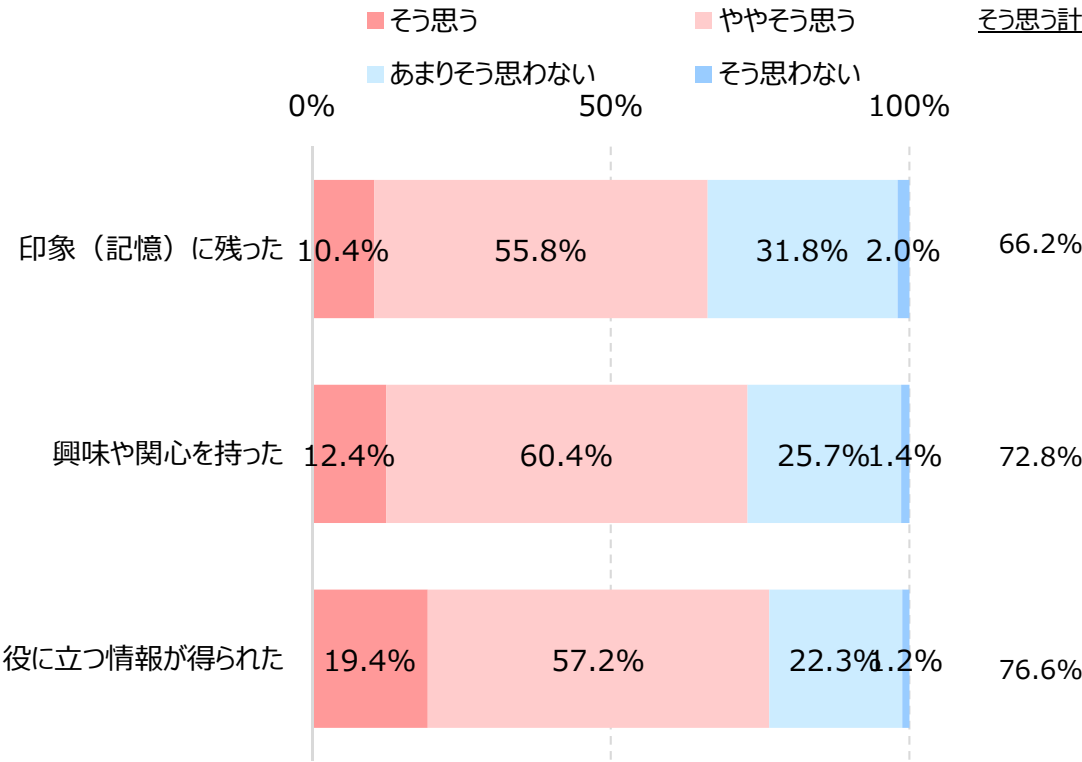
- 薬局ビジョンや院内ビジョンの評価（そう思う+ややそう思う）が高かった項目は「役に立つ情報が得られた」77%。以下、「興味や関心を持った」73%、「印象（記憶）に残った」66%が続く。
- R1との比較で3項目とも減少したが、特に「印象（記憶）に残った」が13pt減少した。

※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

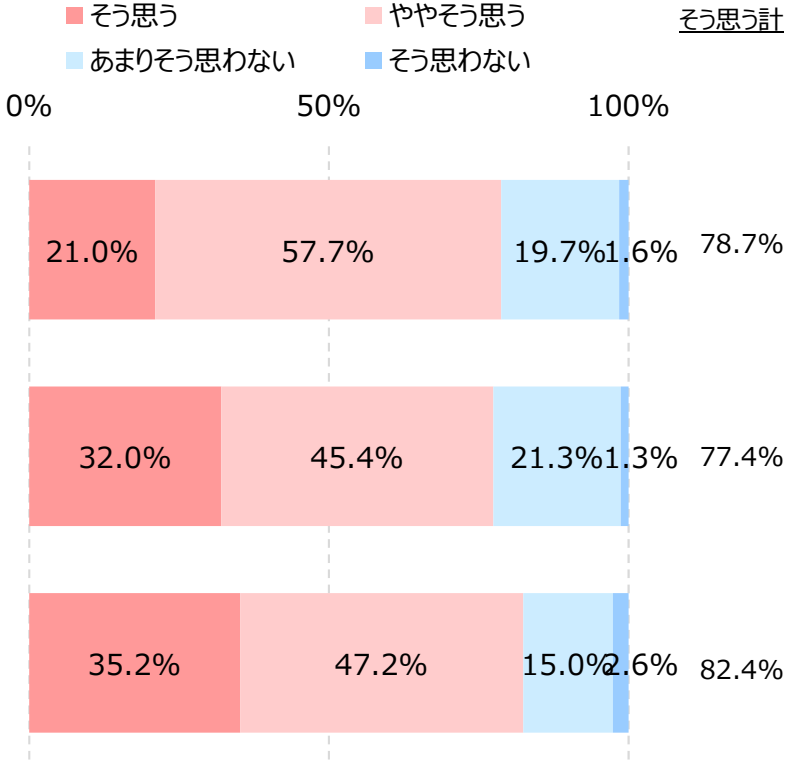
令和2年度調査

(n=346)



令和元年度調査

(n=381)



※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

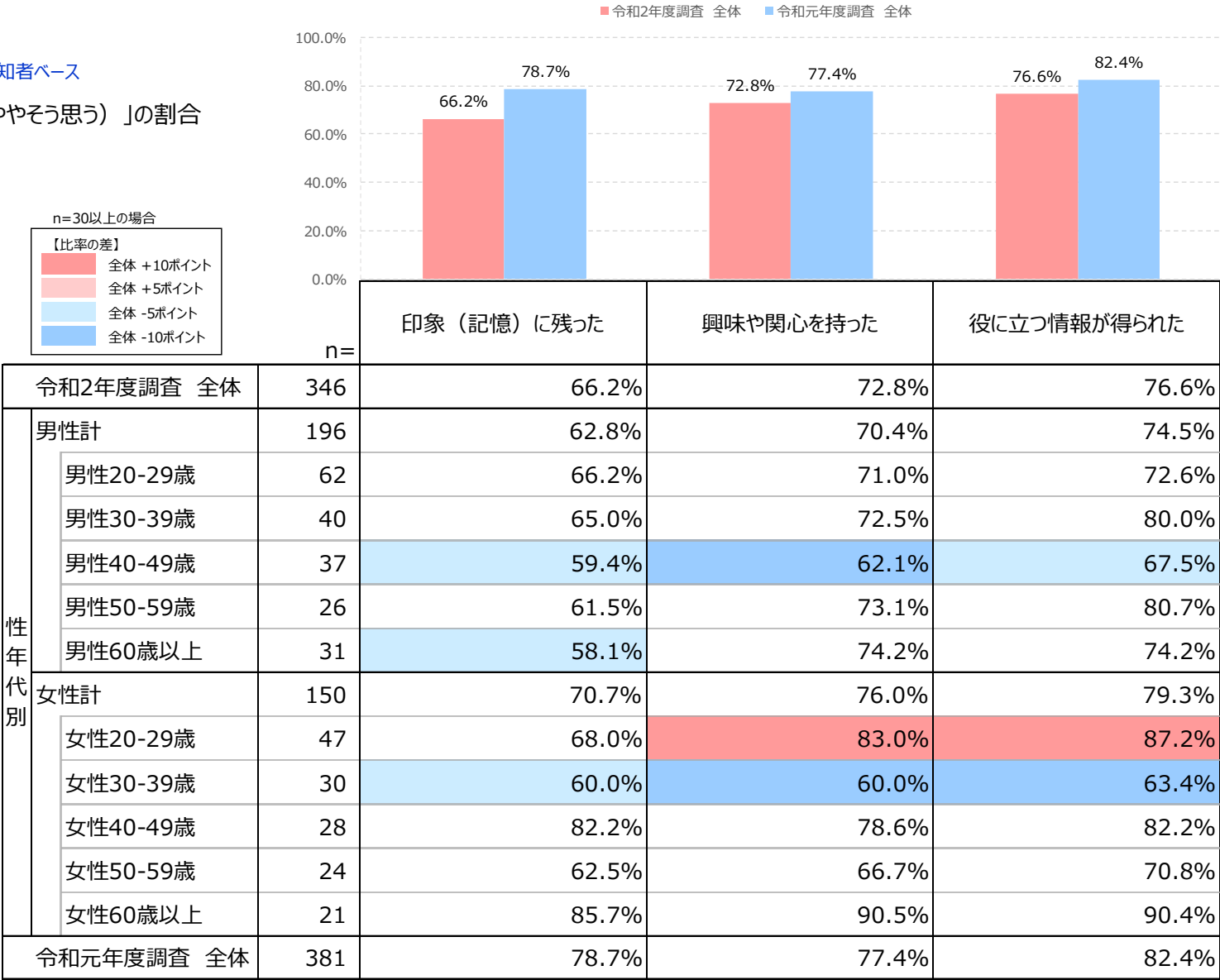
R2/R1 Q13. 薬局ビジョンや院内ビジョンのCMをご覧になった感想をお聞きます。どう思われましたか。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

【性・年代別】

・男性よりも女性で評価が若干高い傾向にある。女性40代・60代以上の評価が高め、男性40代は3項目とも評価が低め。

※薬局ビジョンや院内ビジョンのCM認知者ベース

「そう思う計（そう思う）＋（ややそう思う）」の割合



単一回答

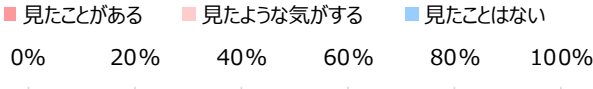
R2/R1 Q14. あなたは、これまでにインターネットで救済制度特設サイトを見たことがありますか。画像（救済制度特設サイトトップページ）をご覧になってからお答えください。

- ・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8%。昨年度から 4ptの減少。
- 【性、年代別】
- ・男性20代の認知率が高め。女性40代・60代の認知率は低い。

n=30以上の場合



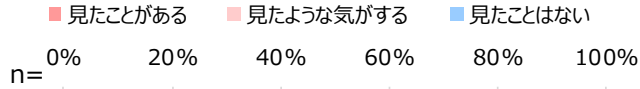
令和2年度調査



		n=	0% 20% 40% 60% 80% 100%			認知計
全体		3,146	1.6%	6.2%	92.2%	7.8%
性年代別	男性計	1,576	2.1%	7.6%	90.4%	9.6%
	男性20-29歳	313	5.4%	9.3%	85.3%	14.7%
	男性30-39歳	307	1.6%	7.8%	90.6%	9.4%
	男性40-49歳	318	0.9%	6.9%	92.1%	7.8%
	男性50-59歳	320	1.6%	6.3%	92.2%	7.9%
	男性60歳以上	318	0.9%	7.5%	91.5%	8.4%
	女性計	1,570	1.0%	4.8%	94.1%	5.9%
	女性20-29歳	309	1.0%	5.8%	93.2%	6.8%
	女性30-39歳	317	1.3%	4.7%	94.0%	6.0%
	女性40-49歳	315	1.0%	3.5%	95.6%	4.5%
	女性50-59歳	310	1.0%	5.5%	93.5%	6.5%
	女性60歳以上	319	0.9%	4.7%	94.4%	5.6%

単一回答

令和元年度調査



		n=	0% 20% 40% 60% 80% 100%			認知計
全体		3,090	3.7%	8.3%	88.0%	12.0%
	男性計	1,545	4.9%	10.0%	85.2%	14.8%
	男性20-29歳	309	7.1%	13.3%	79.6%	20.4%
	男性30-39歳	309	8.4%	10.0%	81.6%	18.4%
	男性40-49歳	309	3.2%	10.7%	86.1%	13.9%
	男性50-59歳	309	2.9%	9.4%	87.7%	12.3%
	男性60歳以上	309	2.6%	6.5%	90.9%	9.1%
	女性計	1,545	2.5%	6.7%	90.9%	9.1%
	女性20-29歳	309	2.6%	10.7%	86.7%	13.3%
	女性30-39歳	309	4.5%	7.4%	88.0%	12.0%
	女性40-49歳	309	1.3%	4.9%	93.9%	6.1%
	女性50-59歳	309	1.9%	6.5%	91.6%	8.4%
	女性60歳以上	309	1.9%	3.9%	94.2%	5.8%

※認知計：「見たことがある」+「見たような気がする」

R2/R1 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、「興味や関心を持った」76%、「印象（記憶）に残った」73%が続く。R1よりもそれぞれ10ptの減少。

※「救済制度特別サイト」認知者ベース

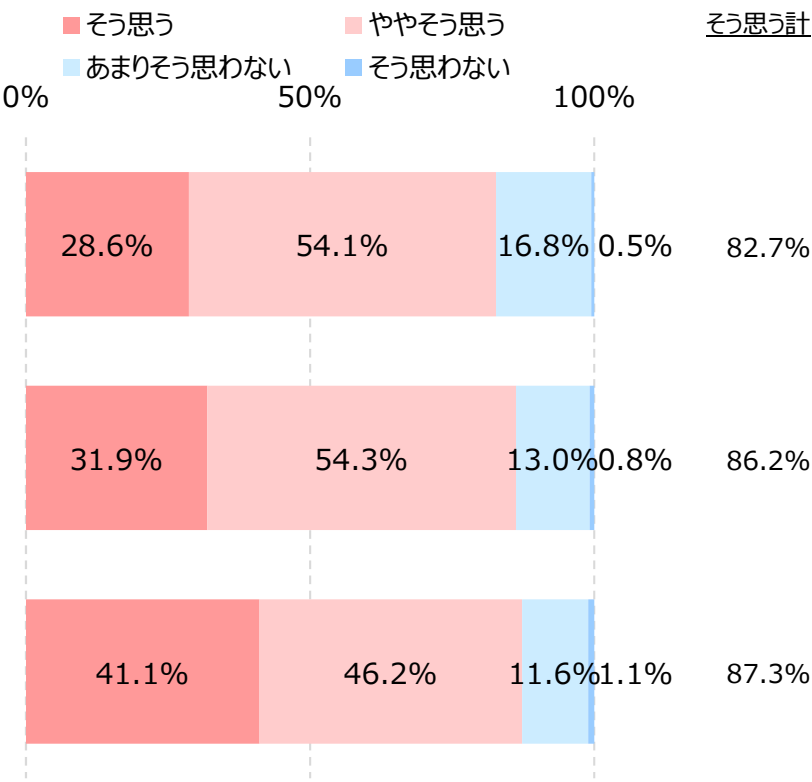
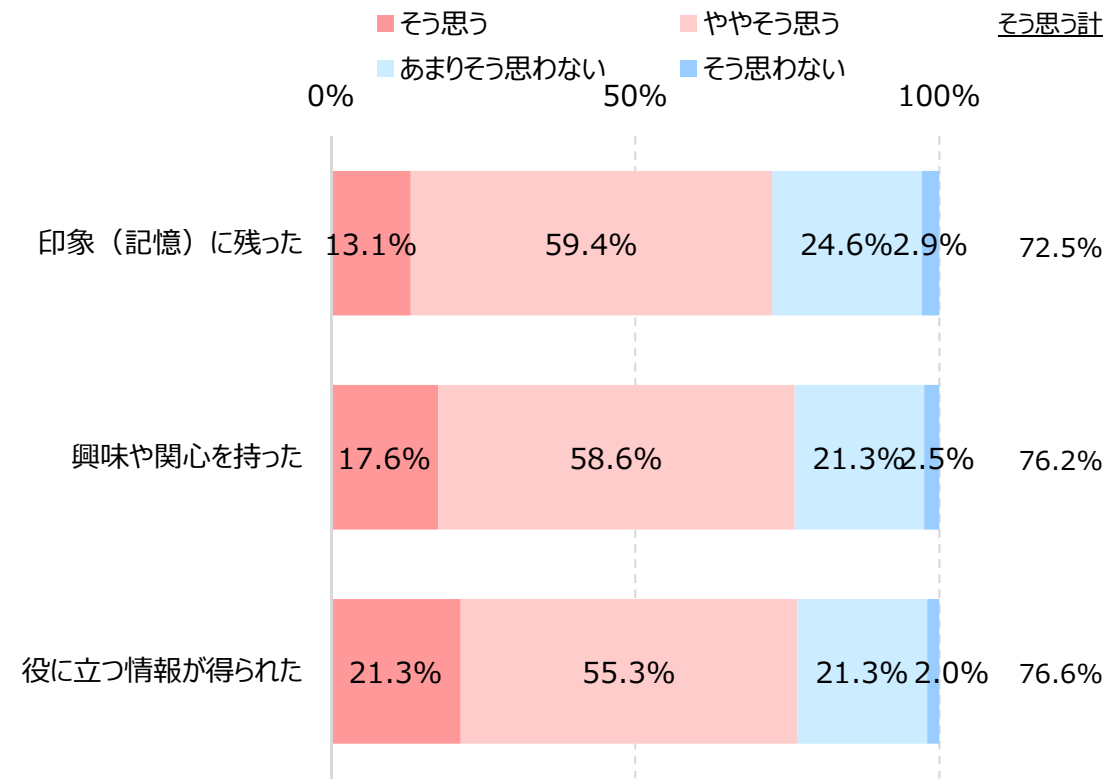
単一回答

令和2年度調査

(n=244)

令和元年度調査

(n=370)

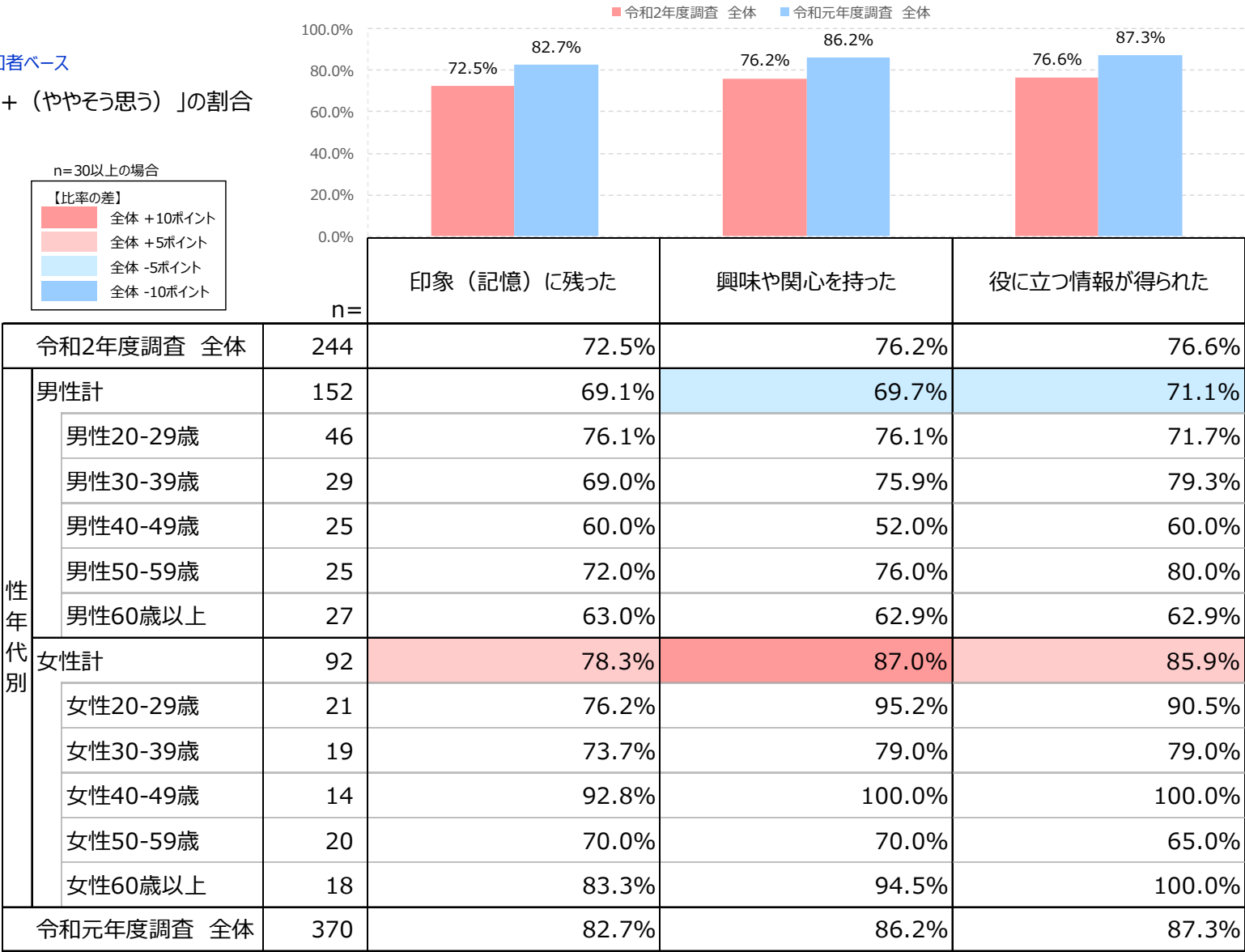


※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

R2/R1 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】
・3項目とも女性の方が評価が高い。特に40代・60代以上の評価が高い傾向にある。

※「救済制度特別サイト」認知者ベース
「そう思う計（そう思う）＋（ややそう思う）」の割合

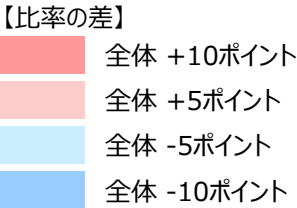


単一回答

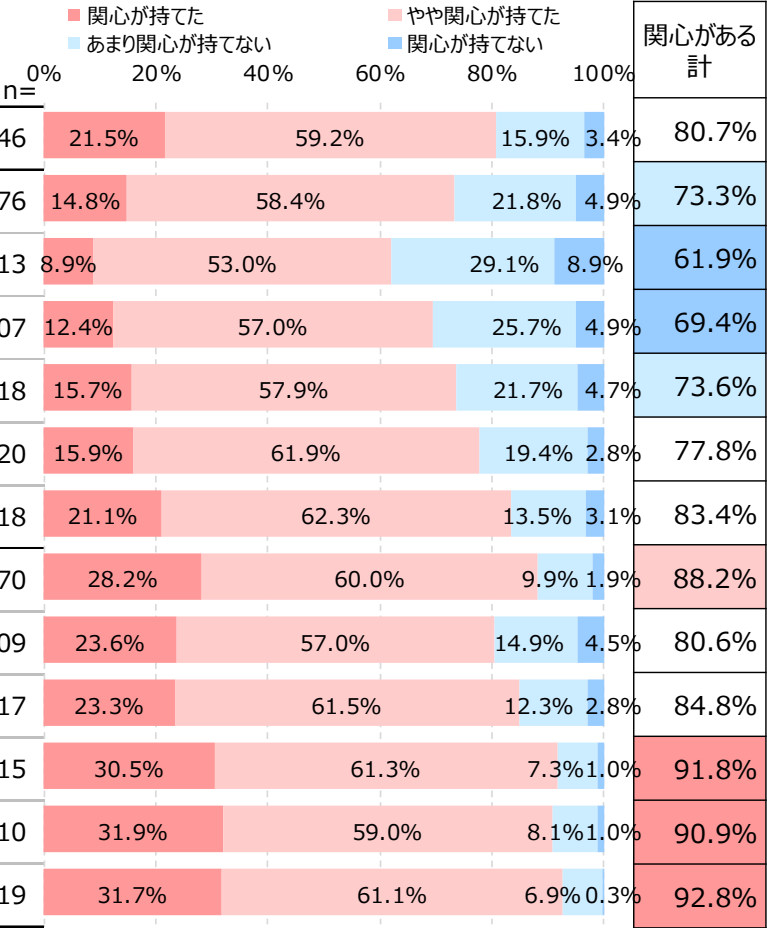
R2/R1 Q16. 画像（リーフレット）をよくお読みになってからお答えください。あなたは「医薬品副作用被害救済制度」について、どの程度関心が持てましたか。

- ・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81%。R1から 4ポイントの増加。
- 【性・年代別】
- ・「女性」の関心が高く、どの年代でも80%以上。特に女性40～60代以上では90%台。

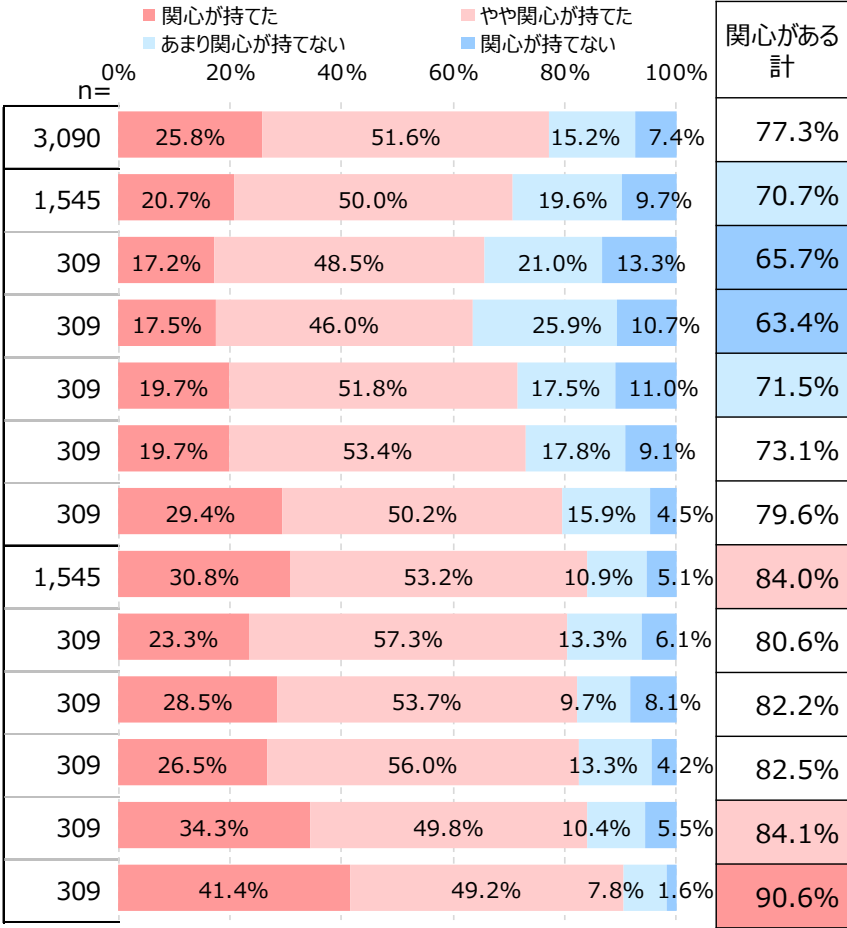
n=30以上の場合



令和2年度調査



令和元年度調査



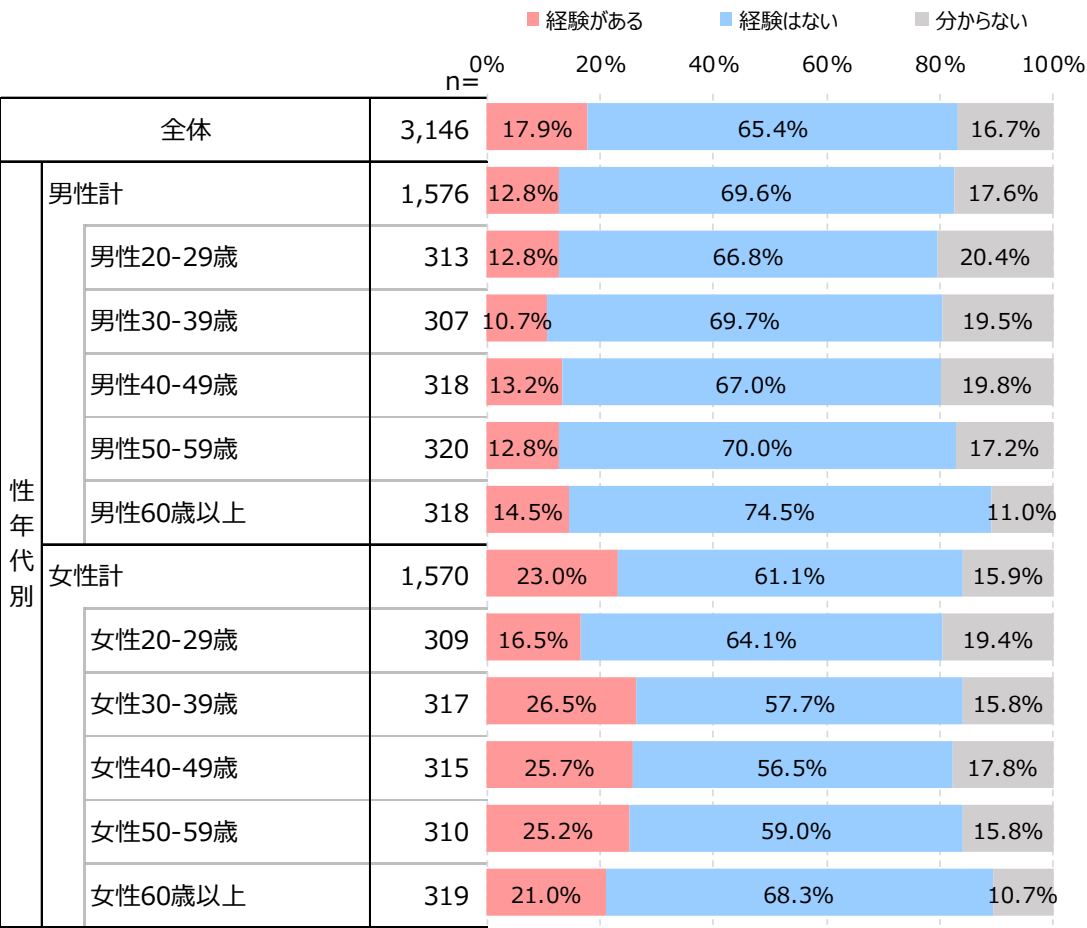
※関心がある計：「関心を持てた」+「やや関心を持てた」

R2/R1 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。

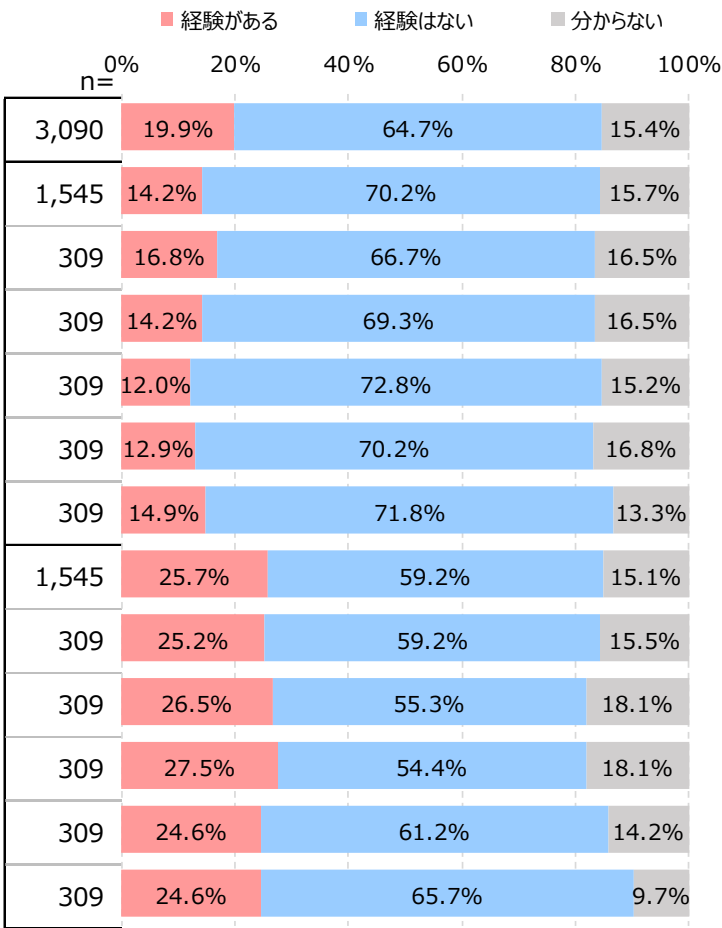
- 医薬品による副作用と思われる経験が「ある」は18%で、R1から 2ptの減少。
【性・年代別】
- 女性の方が副作用と思われる経験率が高い。

単一回答

令和2年度調査



令和元年度調査

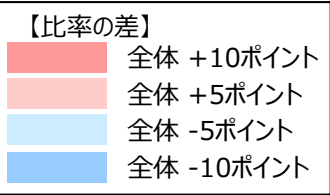


R2/R1 Q19. あなたが医薬品による副作用にあった際に、医療機関で副作用の治療を受けたことがありますか。

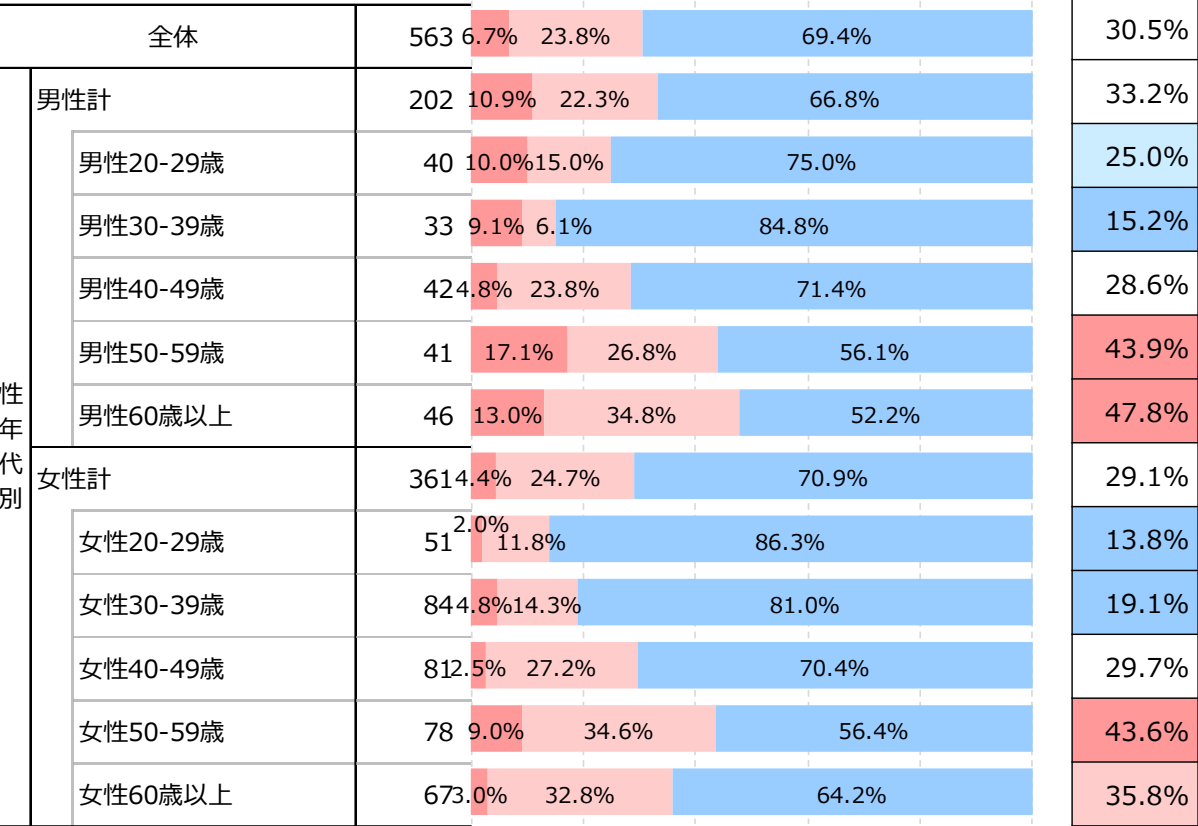
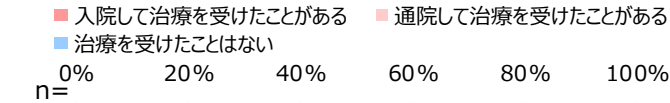
- ・ 医薬品による副作用経験者のうち、医療機関で副作用の治療を受けた経験が「ある」は31%。R1から横ばい。
【性・年代別】
- ・ 男性は50~60代以上、女性は50代が4割以上と高い。

※医薬品による副作用経験者ベース
n=30以上の場合

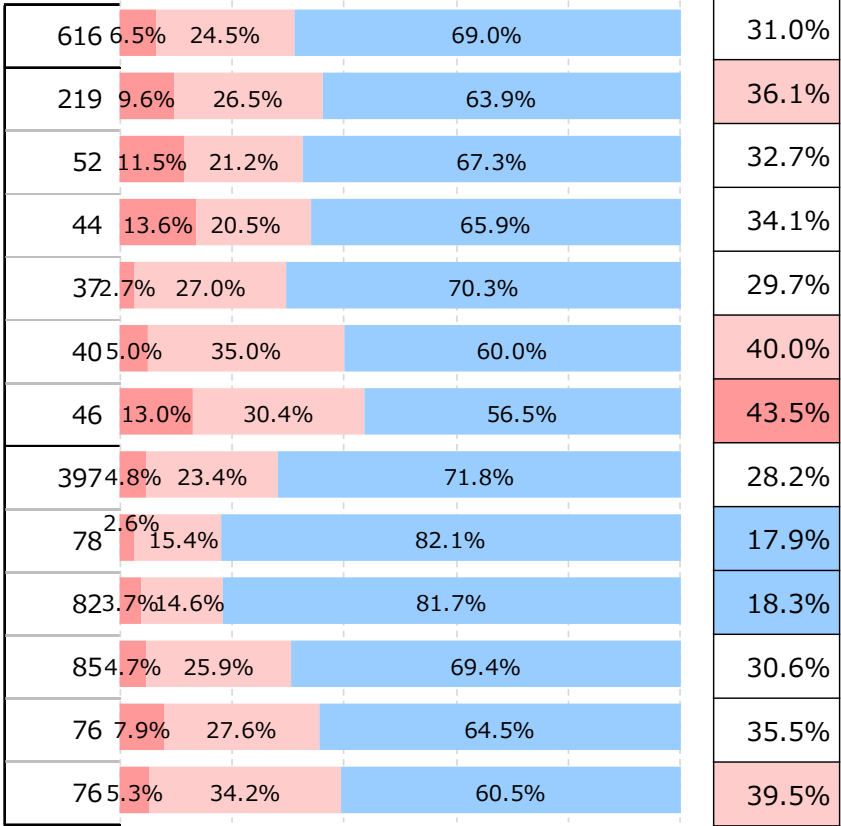
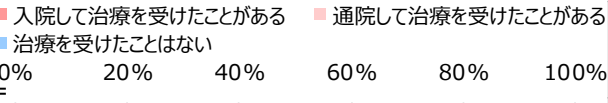
単一回答



令和2年度調査



令和元年度調査



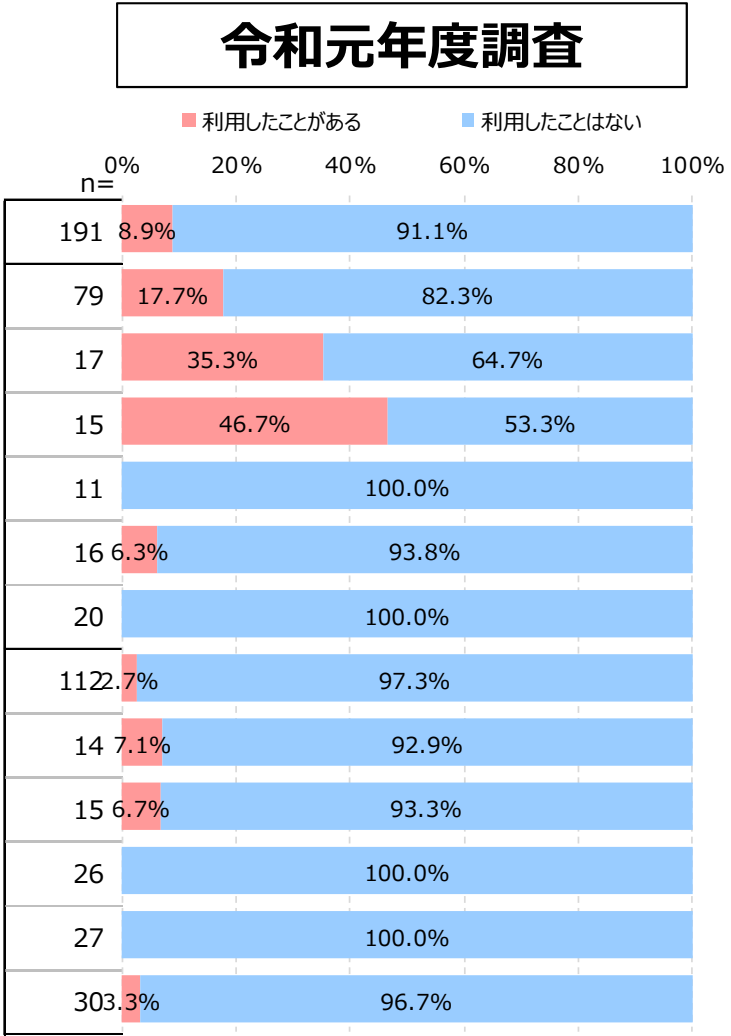
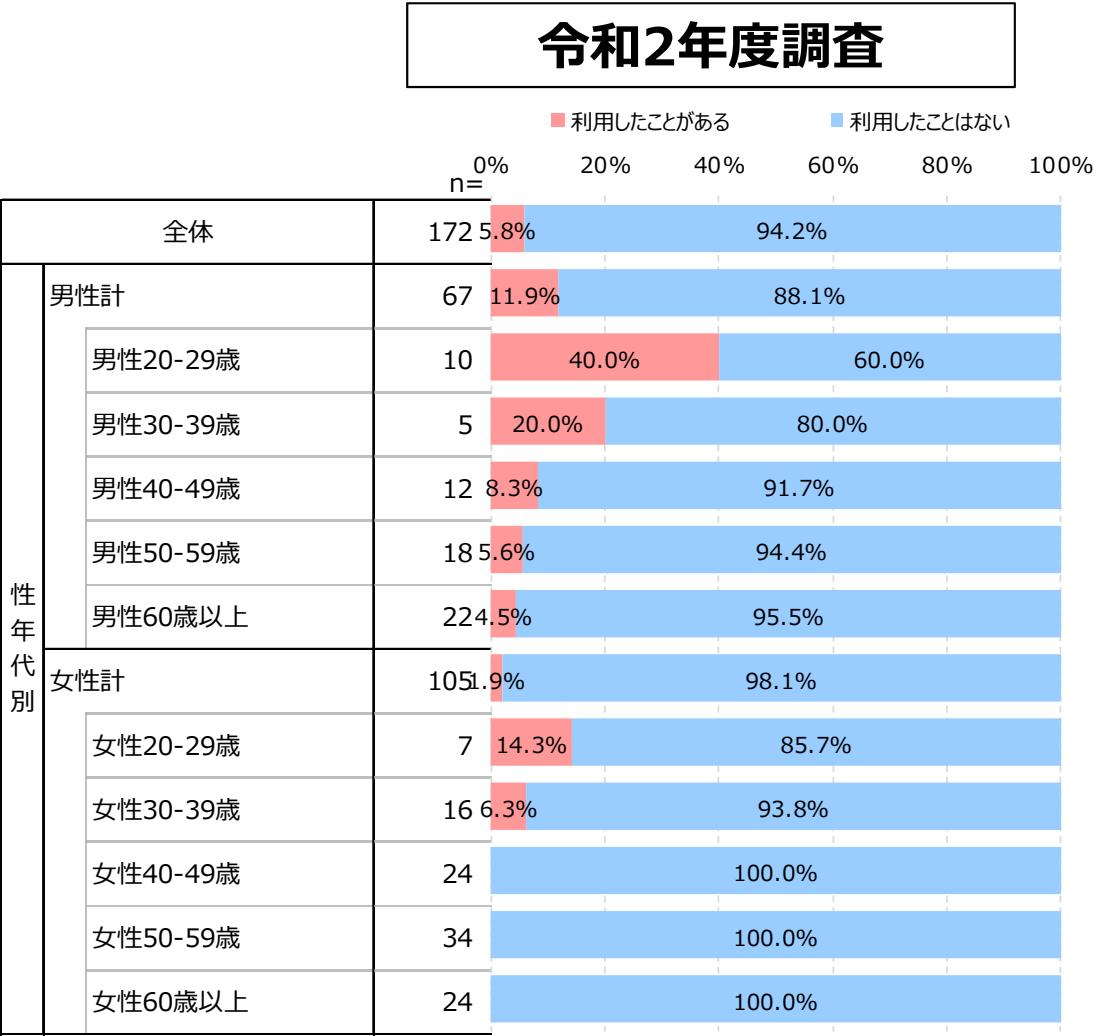
※治療経験有：「入院して治療を受けたことがある」+「通院して治療を受けたことがある」

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6%。R1から3ptの減少。

※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

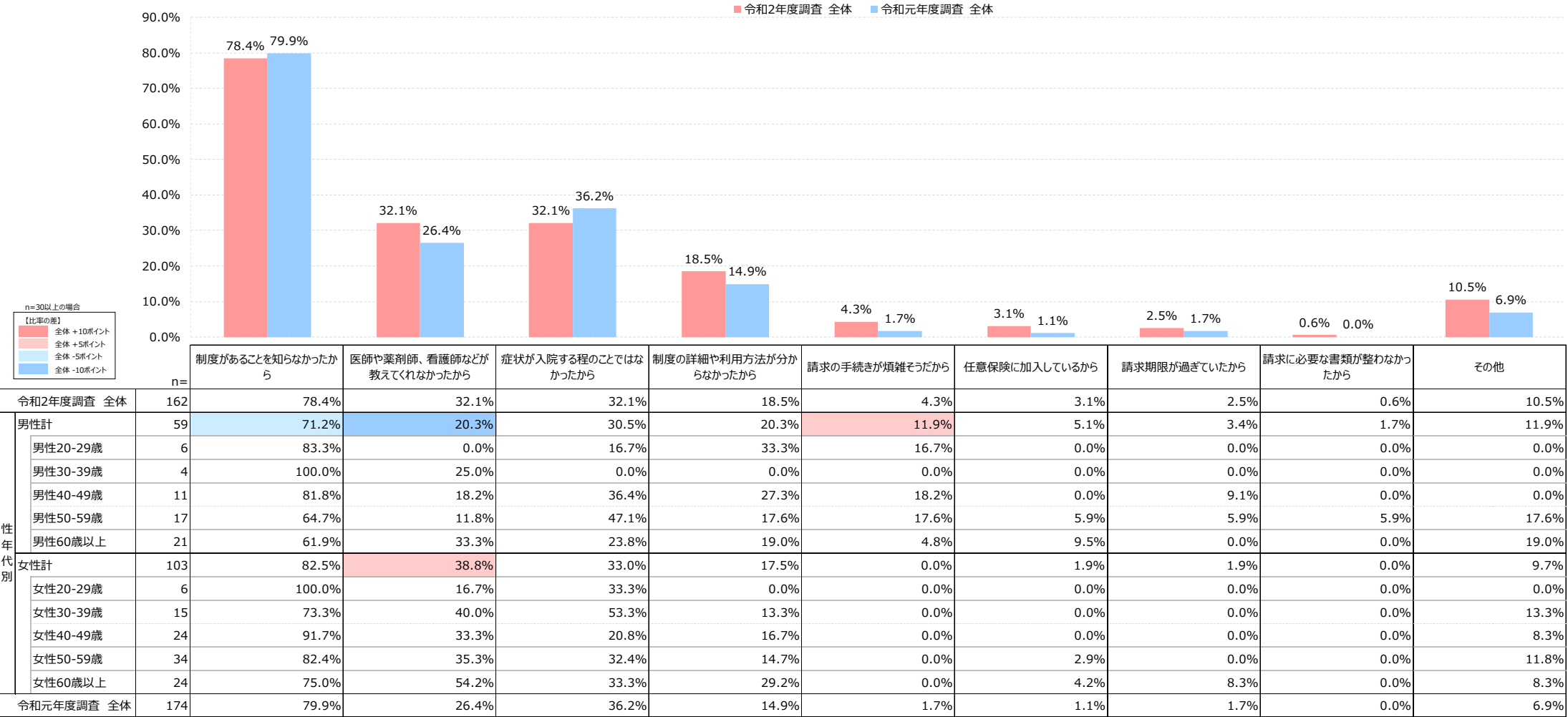


R2/R1 Q21. あなたが「医薬品副作用被害救済制度」を利用しなかった理由について、あてはまるものをすべてお選びください。

- ・制度を利用しなかった理由は、R1と同様「制度があることを知らなかったから」が最も高くなっている。

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

複数回答

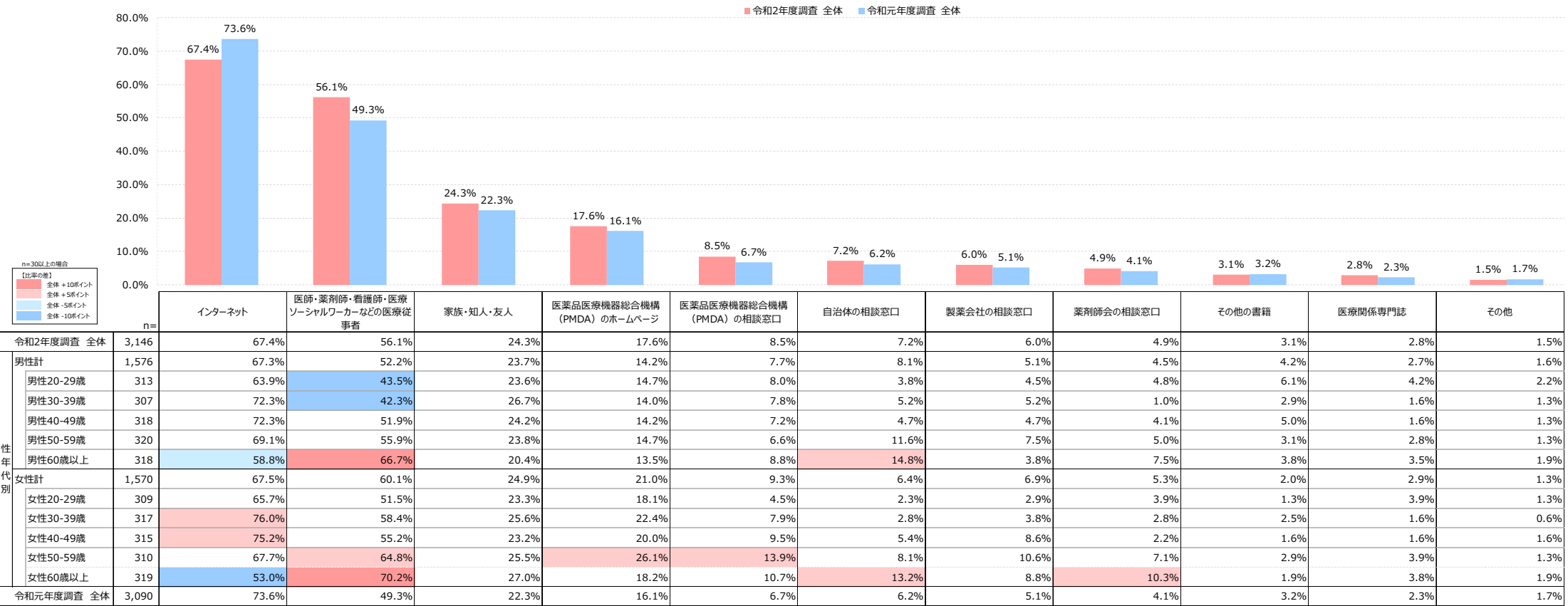


※「令和2年度調査 全体」のスコアで降順ソート

R2/R1 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」67%、「医師・薬剤師・看護師などの医療従事者」56%、「家族、知人・友人」24%が上位となっている。R1と比較しても、いずれもほぼ同水準。
- 【性・年代別】
- 男女とも60代以上は「医師・薬剤師・看護師などの医療従事者」「自治体の相談窓口」が高め。

複数回答



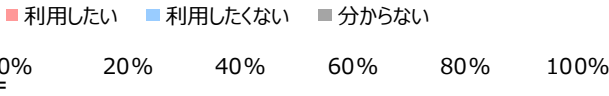
※「令和2年度調査 全体」のスコアで降順ソート

R2/R1 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、R1から3ptの減少。
- 【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30代以上は80%以上で利用意向が高い傾向。

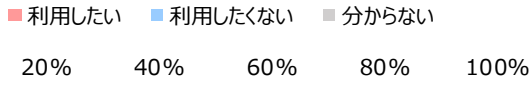
単一回答

令和2年度調査



全体		3,146	74.3%	3.4%	22.3%
性年代別	男性計	1,576	68.9%	4.7%	26.4%
	男性20-29歳	313	56.2%	8.6%	35.1%
	男性30-39歳	307	67.4%	6.8%	25.7%
	男性40-49歳	318	68.9%	3.1%	28.0%
	男性50-59歳	320	74.1%	3.1%	22.8%
	男性60歳以上	318	77.7%	1.9%	20.4%
	女性計	1,570	79.7%	2.1%	18.2%
	女性20-29歳	309	69.3%	5.2%	25.6%
	女性30-39歳	317	80.8%	0.6%	18.6%
	女性40-49歳	315	84.4%	1.3%	14.3%
	女性50-59歳	310	81.9%	2.6%	15.5%
	女性60歳以上	319	82.1%	0.9%	16.9%

令和元年度調査

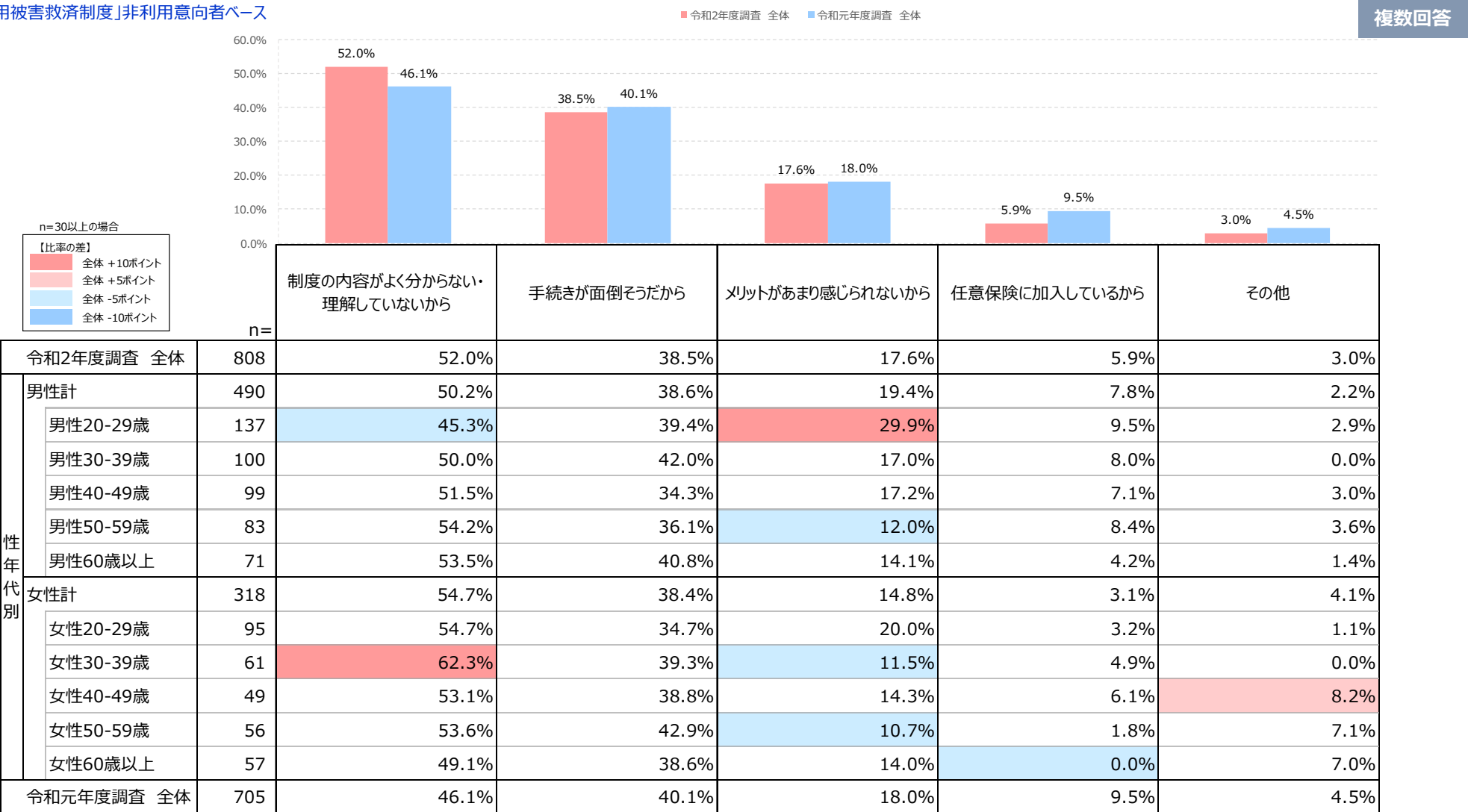


3,090	77.2%	4.3%	18.5%
1,545	73.3%	5.8%	20.8%
309	66.0%	9.1%	24.9%
309	65.7%	9.1%	25.2%
309	73.8%	5.5%	20.7%
309	76.1%	4.2%	19.7%
309	85.1%	1.3%	13.6%
1,545	81.0%	2.7%	16.2%
309	76.7%	4.2%	19.1%
309	77.7%	2.6%	19.7%
309	80.9%	1.9%	17.2%
309	81.6%	3.9%	14.6%
309	88.3%	1.0%	10.7%

R2/R1 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、「制度の内容がよく分からない・理解していないから」が52%。以下「手続きが面倒そうだから」39%、メリットがあまり感じられないから」18%と続く。R1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6pt増加したが、それ以外の項目は減少した。
- 【性・年代別】
- 女性30代は「制度の内容がよく分からない・理解していないから」が高め。

※「医薬品副作用被害救済制度」非利用意向者ベース



※「令和2年度調査 全体」のスコアで降順ソート

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」、「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」、「インターネット/SNS/YouTube 関連の告知」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。

■令和2年度調査 自由記述の抜粋

テレビCM/テレビ番組・ニュース

有名人を使ったTV のCM
有名人が利用した体験談をメディアで流す。ゴールデン帯 テレビで特集する。
有名芸能人を使用してテレビCMをもっと流す
健康について扱うテレビ番組で取り上げる。
民間テレビラジオなどを、活用して下さい。もっと!!
毎月決まった日にテレビCMや広報紙、新聞で目にするようになれば多くの人が気かけられるようになると思う
難しいかもしれないが、21時辺りの皆がテレビをみているであろう時間にもっと、CMを流す。
田舎は、高齢者が多く、又情報が少ないので、頻繁にテレビ・ラジオ・広報で、分かりやすく、制度を広めて欲しい。
朝6時～8時頃のテレビのニュースで流したり、有名人が実際に制度を利用してその体験談の口コミがあれば広まりやすいと思います。
地道にテレビやニュース等で取り上げていく
大々的なテレビコマーシャル ニュースに取り上げて全国ニュースにしてみよう。
体験談をテレビなどで聞く。
制度を利用したTVドラマ化
人気番組のTVCM 簡単なショートストーリーでの物語的なCM 人気女優や男優のインスタを使用しでの告知
身近な所での広報、テレビ、ラジオ、ネット等に積極的に出して欲しい。
新聞、テレビCMを多くして、内容をインパクトあるものにして欲しい
若者はインターネットやYoutubeをよく見るのでそれがいいと思う。高齢者はテレビをよく見るのでそれがいいと思う。後は電車などは年齢関係なく多くの人が目にすると思う。
今はステイホームの時期なので、やはりWEV配信やTVCMが効果的だと思います。
今はコロナで在宅している人もおおいので、テレビの番組などで取りあげる
今は、ネットの時代と言われてるが、やっぱりテレビのCMが一番印象に残るので、テレビを活用して欲しい。
現在テレビニュースで、コロナワクチンの副作用の特集をしているので、そこでとりあげてもらえばよいと思います。
健康情報のテレビ番組
具体的な事例をテレビ媒体にて教える。またどのようなメリットがあるか。

薬局・薬剤師・薬関係

薬局等でお薬を処方していただく際に パンフレット等を配布し 薬剤師さんのお声掛けをあおぐ
薬局等で 薬を渡す際 処方薬と一緒に副作用救済制度がある事のメッセージも手渡す
薬局窓口でのご案内
薬局や病院の入り口など、目立つところにポスターを掲示する。
薬局や病院で薬を処方される時に、チラシ配布と同時に説明する
薬局や医者でのポスター
薬局やドラッグストアで薬を購入した際にリーフレット等で広報する
薬局やドラッグストアでの配布が早いと思います
薬局の薬コーナーに置く
処方薬をもらう時にチラシを1枚入れる。お薬手帳にカラーで載せる。
処方薬の袋に書いてあること
処方される薬に同封する
処方される時が一番患者も関心が高いので、薬に添付や処方袋などが効果的かと。

インターネット/SNS

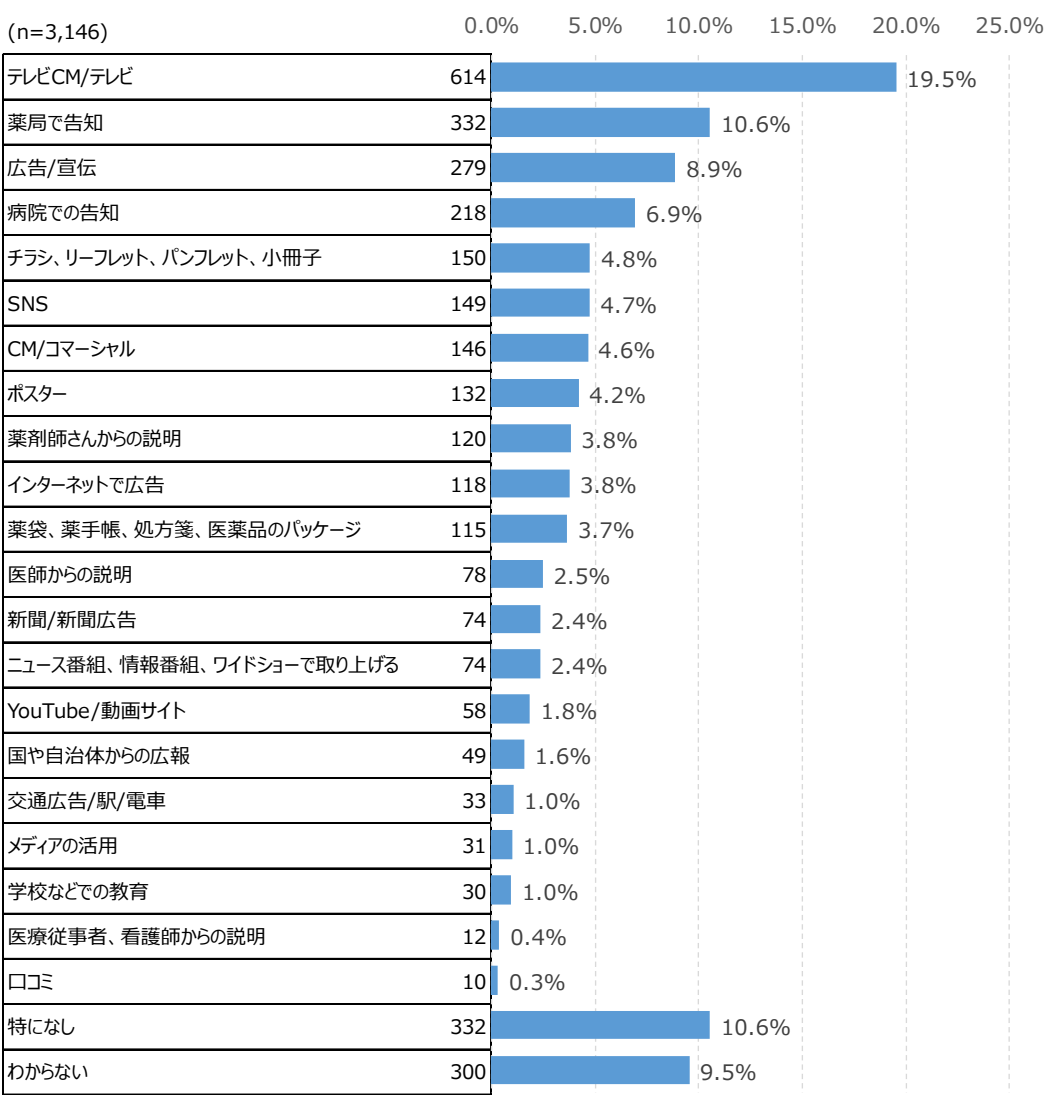
幅広い年齢層の人に知ってもらうことが重要ではないかと考えます。若年層は新聞やテレビ等の媒体から、インターネット等の媒体へ情報収集の中心が移っているように思うので、Webでの動画広告やSNSでの広報は有効だと思います。
年代別で良く使われている媒体(Twitterなど)
若い人にはSNSで流すのがいいと思う
若い子でも簡単に目に入るようにSNSで短い文章で紹介。各種広報文書も長すぎる。
広告の回数を増やす。 世界一受けたい授業で講義する。 テレビ、youtube、SNSなどで発信力のある人の力を借りる。
金銭的な補助が得られるケースもあるので、日常的に触れるSNSで見られれば拡散は早いと思う
テレビやyoutubeのcmや、snsの広告などで、その情報にアクセスしようとしていない人も目につくような広報。
CMはもちろん、若年層に認知していただきたければSNSしかないと思う。
CM、You Tube、LINE、動画を見るとポイントが貰えるものなど。
20～30代にはSNSの活用が有効。私自身も地震や災害、災害時に役立つ情報をSNSで見て学ぶことが多いから。

自由回答

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、テレビ関連の告知（「テレビCM/テレビ」「ニュース番組・情報番組・ワイドショーで取り上げる」）、薬局関連の告知（「薬局での告知」、「薬剤師さんからの説明」、「薬袋、薬手帳、処方箋、医薬品パッケージでの告知」）、ネット関連の告知（「インターネットで広告」「SNS」「/YouTube/動画サイト」）が多く上げられている。特に年配層にはテレビ関連、若年層にはネット関連との意見が多くみられた。

■ 令和2年度調査 アフターコーディング一覧



自由回答

付録：調査票

● 沖縄県

令和2年度調査

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。

知っている

聞いたことがある

知らない

-----<改ページ>-----

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>-----

【条件】
Q1の選択肢『1. 知っている』、『2. 聞いたことがある』の中でいずれかを選択した

Q1で「医薬品副作用被害救済制度」を「知っている」「聞いたことがある」と回答された方にお聞きます。

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。

1 / 2

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

知っている

知らない

次を表示

【条件】
Q1の選択肢『1. 知っている』、『2. 聞いたことがある』の中でいずれかを選択した

Q1で「医薬品副作用被害救済制度」を「知っている」「聞いたことがある」と回答された方にお聞きます。

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（リバー広告、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

郵便局に掲示してあるポスター

薬局でもらったリーフレット

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・薬袋

聞いた／教えてもらった

その他

【条件】
Q4の選択肢『1. 3. 聞いた／教えても...』を選択した

Q4で「聞いた／教えてもらった」と回答された方にお聞きます。

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

令和2年度調査

「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 が流れます。
※ 音 が出せる環境で回答してください。
※ 必ず 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）
※ 一部機種でミュート設定を有効にしている場合 音声 が流れなくなる場合がございます。ミュート設定を解除しご覧ください。

※ 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。
※ Android端末をお使いの方で下の画面に「FlashPlayerがみつかりません。FlashPlayerをインストールしてください。」と表示される場合は、Android端末のメニューなどを聞いていただき「PO版を表示」の設定を解除してください。

※EO動画（視聴必須制御なし）
【この設問文はモニター回答時には画面に表示されません】

Q6 あなたは、テレビでこのCM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

☐ 動画が見られない

【条件】
Q6の選択肢①「見たことがある」～③「見たことはない」の中でいずれかを選択した

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。

1/3

印象（記憶）に残った

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

「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 が流れます。
※ 音 が出せる環境で回答してください。
※ 必ず 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）
※ 一部機種でミュート設定を有効にしている場合 音声 が流れなくなる場合がございます。ミュート設定を解除しご覧ください。

※ 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。
※ Android端末をお使いの方で下の画面に「FlashPlayerがみつかりません。FlashPlayerをインストールしてください。」と表示される場合は、Android端末のメニューなどを聞いていただき「PO版を表示」の設定を解除してください。

※EO動画（視聴必須制御なし）
【この設問文はモニター回答時には画面に表示されません】

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。

☐ 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

【条件】
Q8の選択肢①「見たことがある」～③「見たことはない」の中でいずれかを選択した

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。

1/3

印象（記憶）に残った

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

令和2年度調査

画像(新聞広告)をご覧になってからお答えください。



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

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。

1/3

印象（記憶）に残った

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

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>-----

【条件】
Q12の選択肢『1.見たことがある』、『2.見たような気がする』の中でいずれかを選択した

Q12で「薬局ビジョンや院内ビジョンのCM」を「見たことがある」「見たような気がする」と回答された方へお聞きます。

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。

1/3

印象（記憶）に残った

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

令和2年度調査

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。



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。

☐ 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>-----

【条件】
Q14の選択肢『1.見たことがある』『2.見たような気がする』の中でいずれかを選択した

Q14で「救済制度特設サイト」を「見たことがある」「見たような気がする」と回答された方にお聞きます。

Q15 救済制度特設サイトを閲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。

1/3

印象（記憶）に残った

☐ 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

リーフレットの評価を「関心度」で聴取します。



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。

☐ 関心が持てた

☐ やや
関心が持てた

☐ あまり
関心が持てない

☐ 関心が持てない

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。

-----<改ページ>-----

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。

☐ 経験がある

☐ 経験はない

☐ 分からない

令和2年度調査

【条件】

Q18の選択肢『1 経験がある』を選択した

Q18で「経験がある」と回答された方にお聞きます。

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>

【条件】

Q19の選択肢『1 入院して治療を受..』『2 通院して治療を受..』の中でいずれかを選択した

Q19で「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」と回答された方にお聞きます。

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>

【条件】

Q20の選択肢『2 利用したことはない』を選択した

Q20で「利用したことはない」と回答された方にお聞きます。

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
- ☐ 請求の手続きが煩雑そうだから
- ☐ 請求に必要な書類が整わなかったから
- ☐ 任意保険に加入しているから
- ☐ その他
-

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>

Q23

「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。

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

令和2年度調査

【条件】
Q23の選択肢『2.利用したくない』、『3.分からない』の中でいずれかを選択した

Q23で「利用したくない」、「分からない」と回答された方にお聞きします。

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※】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。
☐	制度の内容及く分からない・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>-----

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)

■ 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。

FMDA 独立行政法人医薬品医療機器総合機構

Q26	上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。特になし場合は、「なし」とご入力のうえ、お進みください
-----	---

(回答は具体的に)