

**「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4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 救済制度のリーフレットの受け取り率	P32
Q15 救済制度のリーフレットの評価	P33
Q16 救済制度特設サイトの認知率	P35

Q17 救済制度特設サイトの評価	P36
Q18 医薬品副作用被害救済制度 関心度.....	P38
Q19 制度認知の媒体<自由記述>	P39
Q20 副作用の経験 (本人)	P40
Q21 副作用で治療を受けた経験	P41
Q22 医薬品副作用被害救済制度を利用した経験.....	P42
Q23 医薬品副作用被害救済制度を利用しなかった理由.....	P43
Q24 医薬品副作用被害救済制度 情報収集の方法.....	P44
Q25 医薬品副作用被害救済制度 今後の利用意向.....	P45
Q26 医薬品副作用被害救済制度 利用したくない理由.....	P46
Q27 制度周知方法 <自由記述>	P47
Q28 制度の説明文への意見 <自由記述>.....	P49
■付録：調査票.....	P50

- 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4年度調査 令和4年12月9日（金）～令和4年12月23日（金）**
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）
- 有効回答数 **令和4年度調査 サンプル 3,399サンプル**

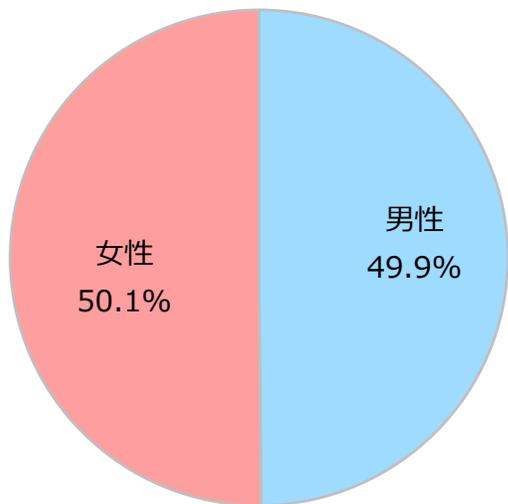
		令和4年	令和3年
性・年代別	男性計	1,695	1,662
	20-29歳	344	332
	30-39歳	329	330
	40-49歳	332	335
	50-59歳	358	334
	60歳代	332	331
	女性計	1,704	1,667
	20-29歳	330	322
	30-39歳	341	332
	40-49歳	352	332
	50-59歳	339	338
60歳代	342	343	
全体		3,399	3,329

報告書内の記述について

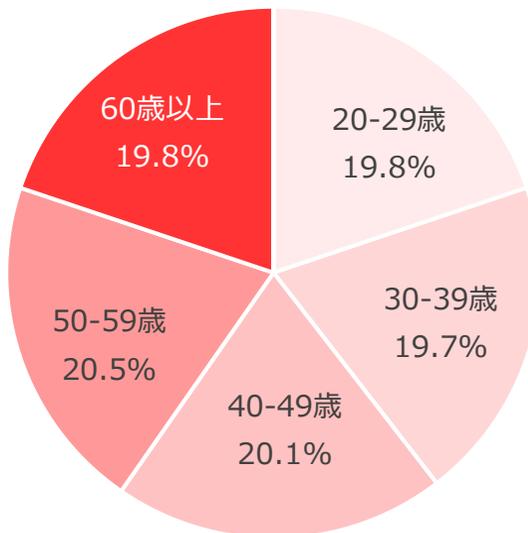
※n=30未満は参考値として記載

- 調査実施機関 **株式会社テレビ朝日サービス**

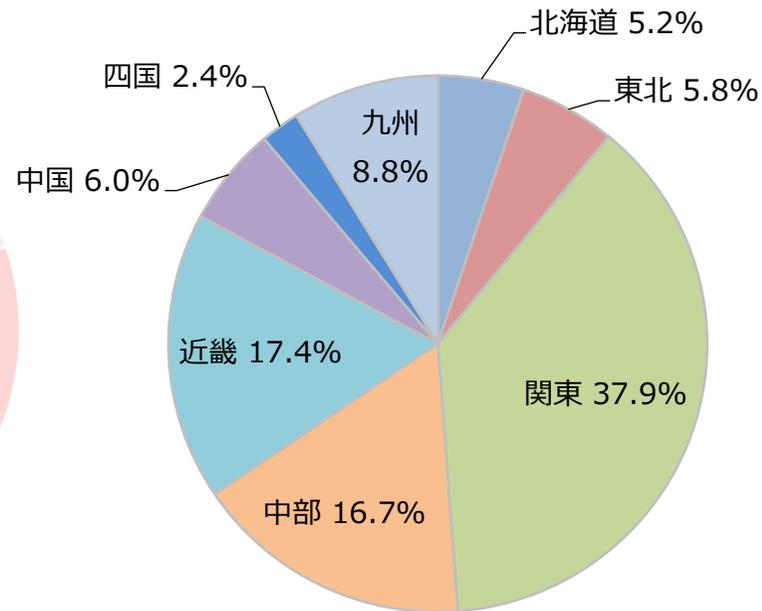
【性別】



【年代】



【居住地方】

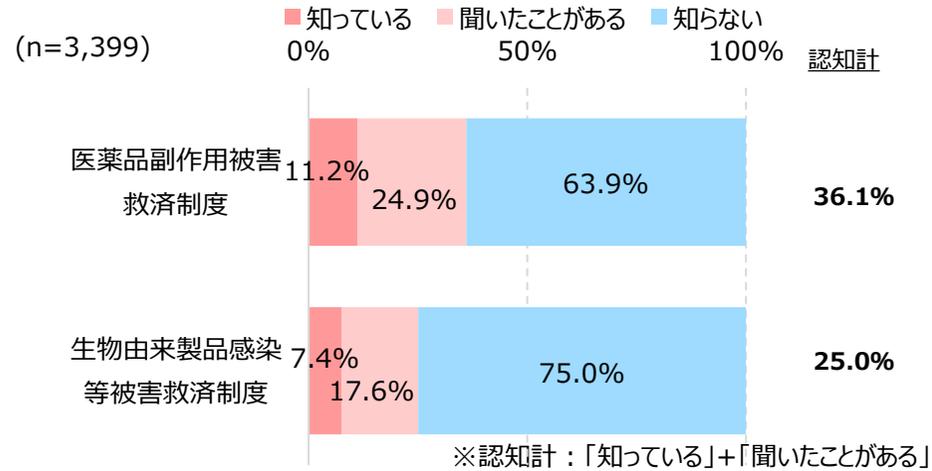


Summary

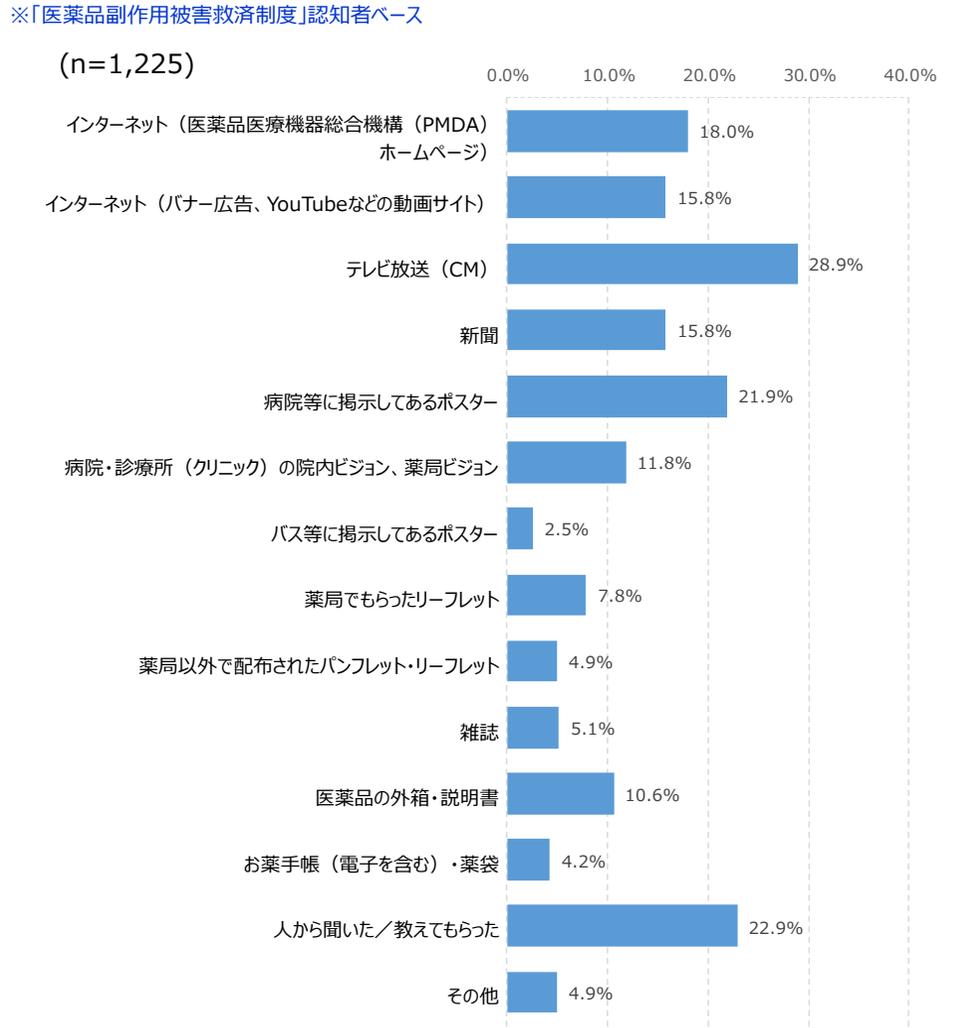
※コメント中、“%”は小数点第1位を四捨五入。“pt”は“%”の小数点第1位を四捨五入せず計算し、出た結果の小数点第1位を四捨五入して算出している。

- 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36%、生物由来製品感染等被害救済制度の認知率は25%。
- 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29%。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」22%が続く。

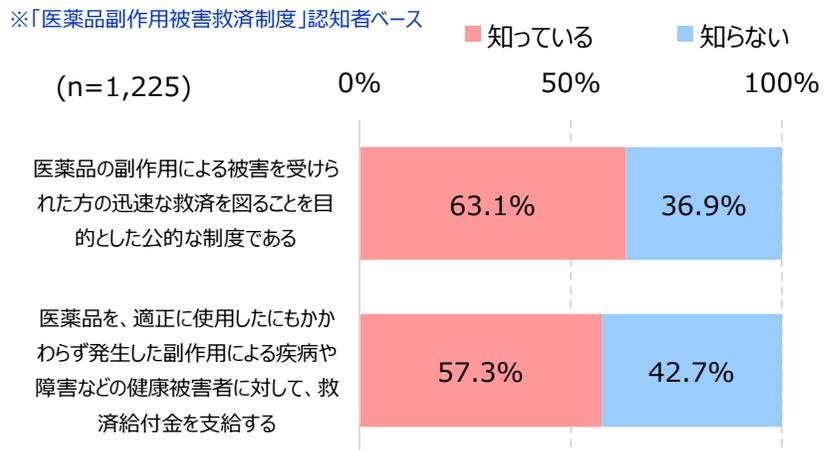
【健康被害救済制度 認知率】 (Q1,Q2) 単一回答



【健康被害救済制度 認知経路】 (Q4) 複数回答



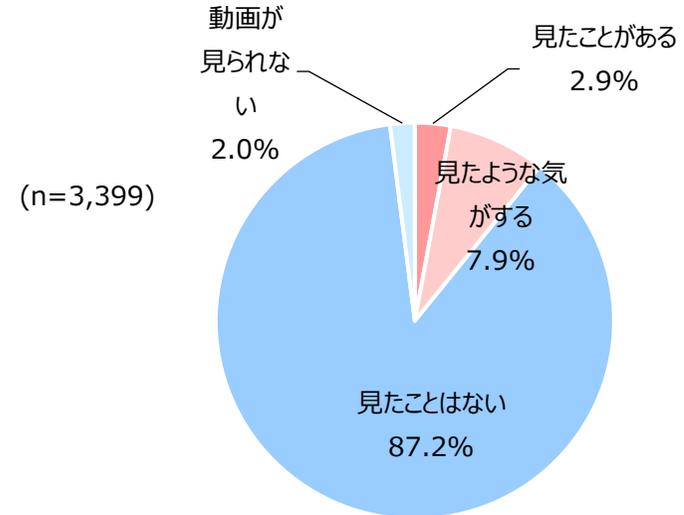
【健康被害救済制度 内容認知】 (Q3) 単一回答



•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11%、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)

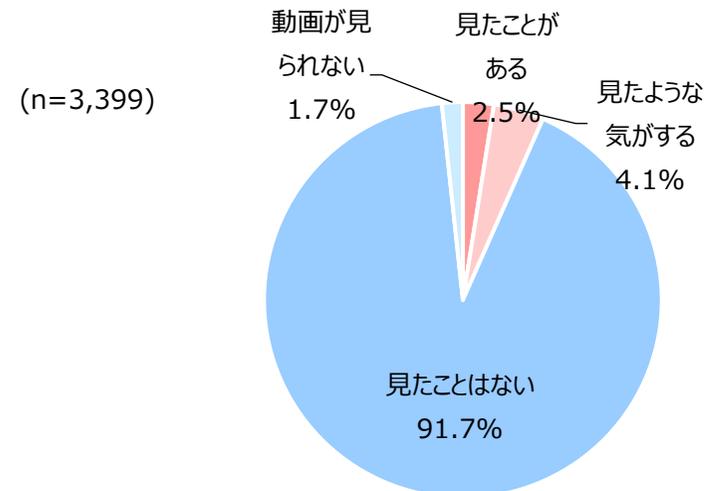
単一回答



見たことがある+見たような気がする 計10.8%

【救済制度紹介動画 認知率】 (Q8)

単一回答

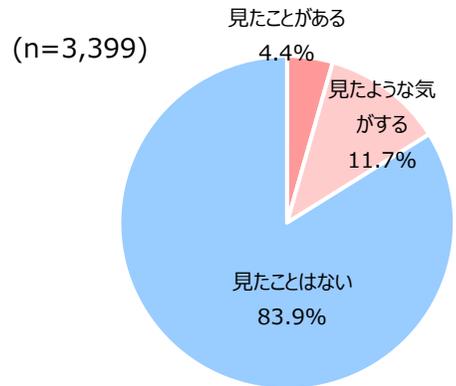


見たことがある+見たような気がする 計 6.6%

•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16%、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14%、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11%で3媒体の中で新聞広告が最も認知率が高い。
 •リーフレットの受け取り率（受け取ったことがある+受け取ったような気がする）は10%となった。

【新聞広告 認知率】 (Q10)

単一回答

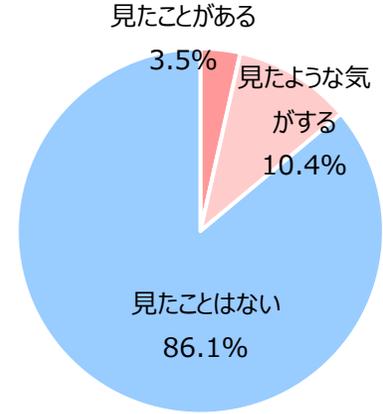


見たことがある+見たような気がする 計 16.1%

【薬局ビジョンや院内ビジョン 認知率】 (Q12)

単一回答

(n=3,399)

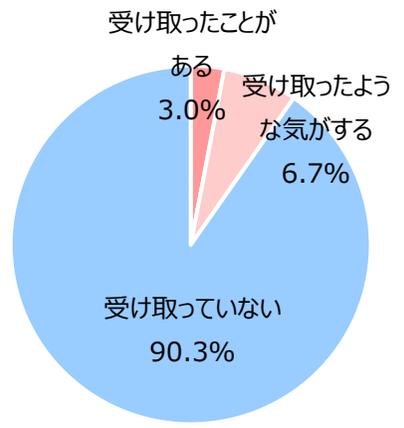


見たことがある+見たような気がする 計 13.9%

【救済制度リーフ 受け取り率】 (Q14)

単一回答

(n=3,399)

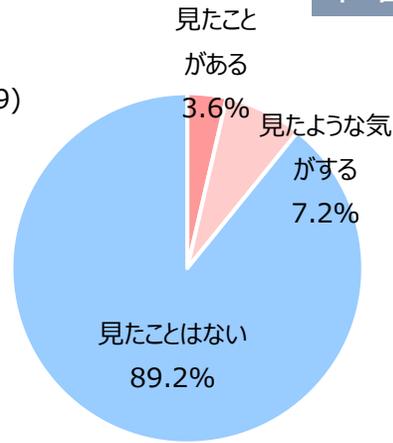


受け取ったことがある+受け取ったような気がする 計 9.7%

【救済制度特設サイト 認知率】 (Q16)

単一回答

(n=3,399)

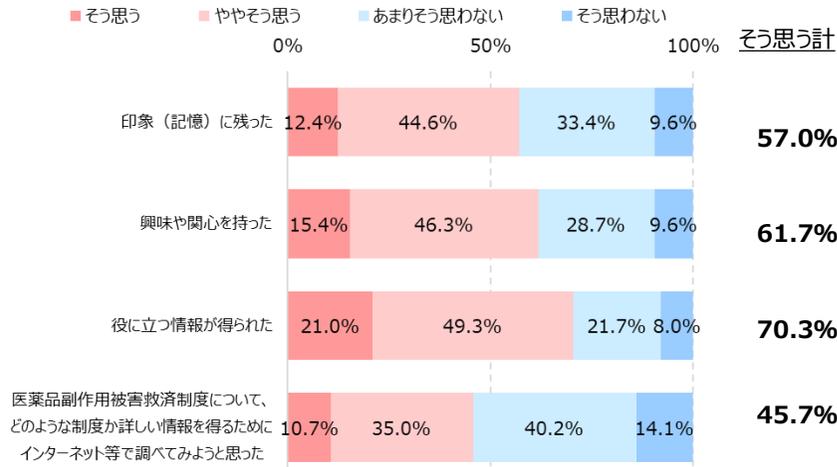


見たことがある+見たような気がする 計 10.8%

【テレビCMの評価】 (Q7)

(n=3,337)

単一回答

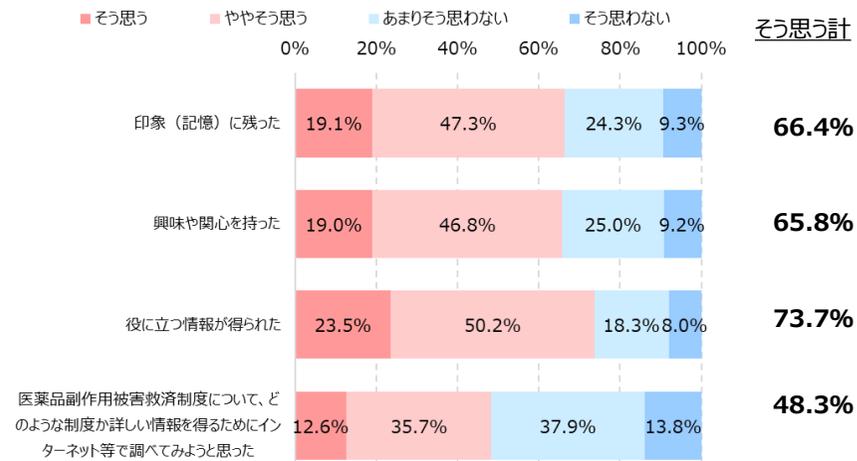


※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

【救済制度紹介動画の評価】 (Q9)

(n=3,341)

単一回答

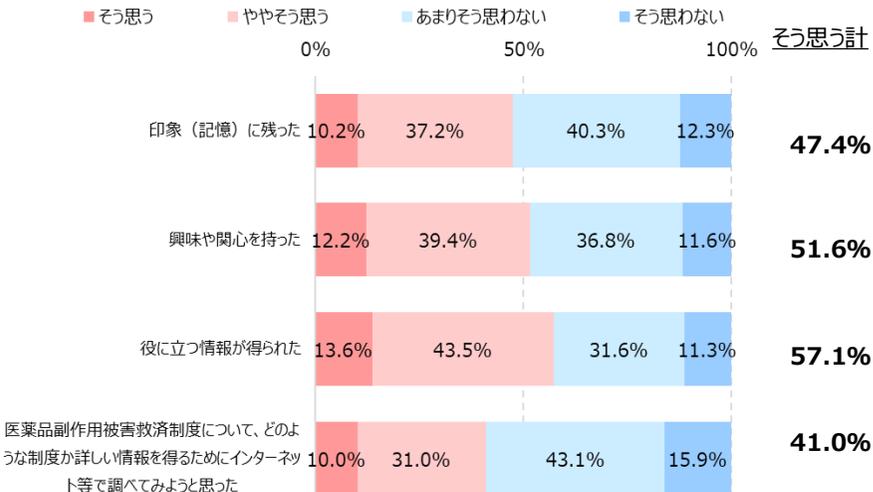


※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

【新聞広告の評価】 (Q11)

(n=3,399)

単一回答

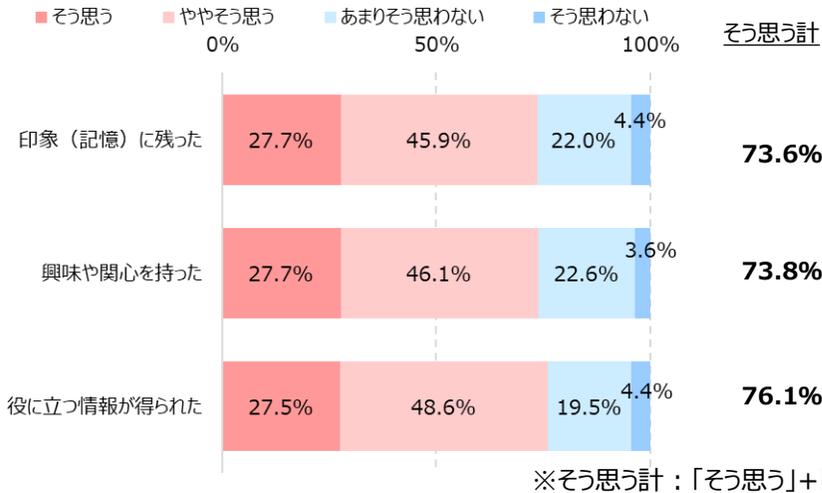


※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

- ・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」70%。以下、「興味や関心を持った」62%、「印象（記憶）に残った」57%。
- ・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」74%。以下、「印象（記憶）に残った」66%、「興味や関心を持った」66%。
- ・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」57%。以下、「興味や関心を持った」52%、「印象（記憶）に残った」47%。
- ・「インターネット等で調べてみようと思った」はいずれの媒体も最も低くなった。

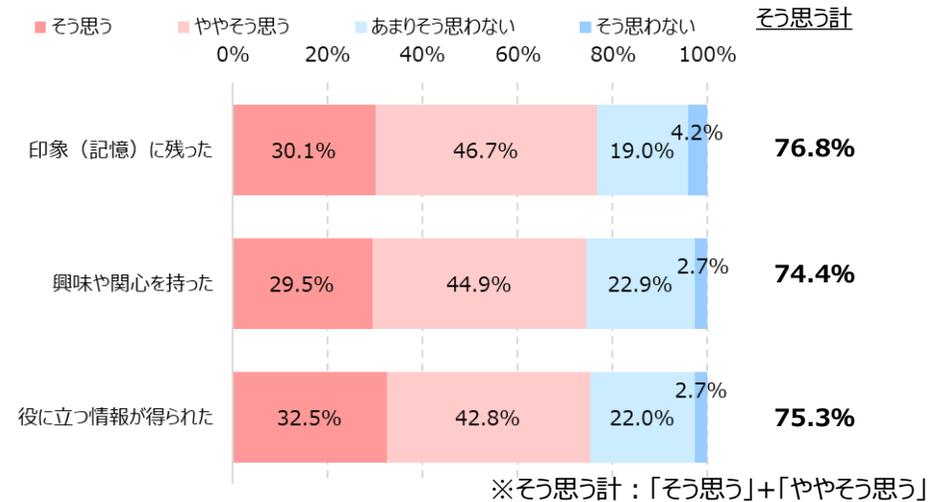
【薬局ビジョンや院内ビジョンの評価】 (Q13) 単一回答

(n=473)



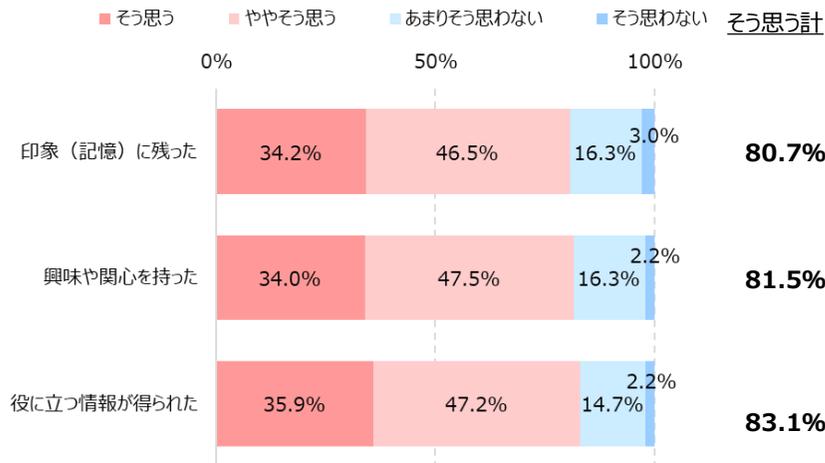
【救済制度のリーフレットの評価】 (Q15) 単一回答

(n=332)



【救済制度特設サイトの評価】 (Q17) 単一回答

(n=368)



- ・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）で最も高かったのは「役に立つ情報が得られた」76%。以下、「興味や関心を持った」74%、「印象（記憶）に残った」74%。
- ・救済制度のリーフレットの評価（そう思う+ややそう思う）で最も高かったのは「印象（記憶）に残った」77%。以下、「役に立つ情報が得られた」75%、「興味や関心を持った」74%。
- ・救済制度特設サイトの評価（そう思う+ややそう思う）で最も高かったのは「役に立つ情報が得られた」83%。以下、「興味や関心を持った」82%、「印象（記憶）に残った」81%。
- ・「救済制度特設サイト」の評価がすべての項目において他2媒体より高くなった。

- 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69%。
- 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75%。

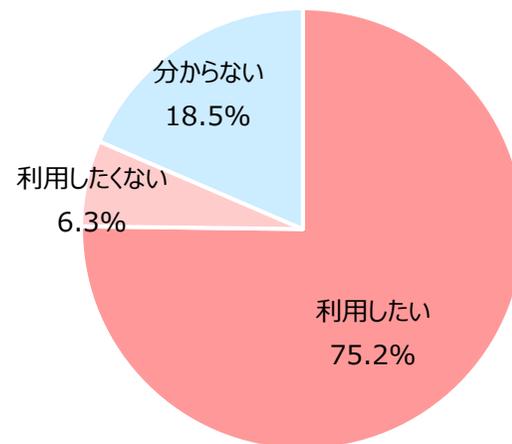
【医薬品副作用被害救済制度 関心度】(Q18)

【医薬品副作用被害救済制度 今後の利用意向】(Q25)



(n=3,399)

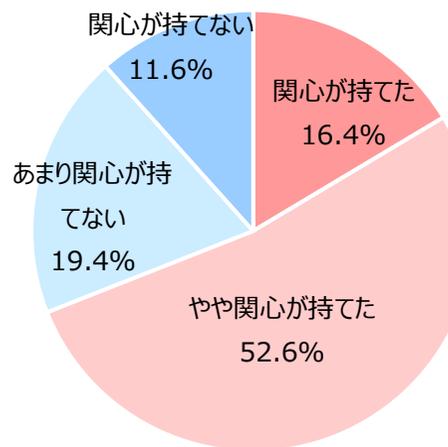
単一回答



利用したい 75.2%

(n=3,399)

単一回答



関心が持てた+やや関心が持てた 69.0%

調査結果

R4/R3 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36%で、R3から3pt増加。
- 男性では20代、女性では60歳以上の認知率が高く、男性40代の認知率が低い。前回低かった男性50代で9pt、女性40代で4pt増加している。

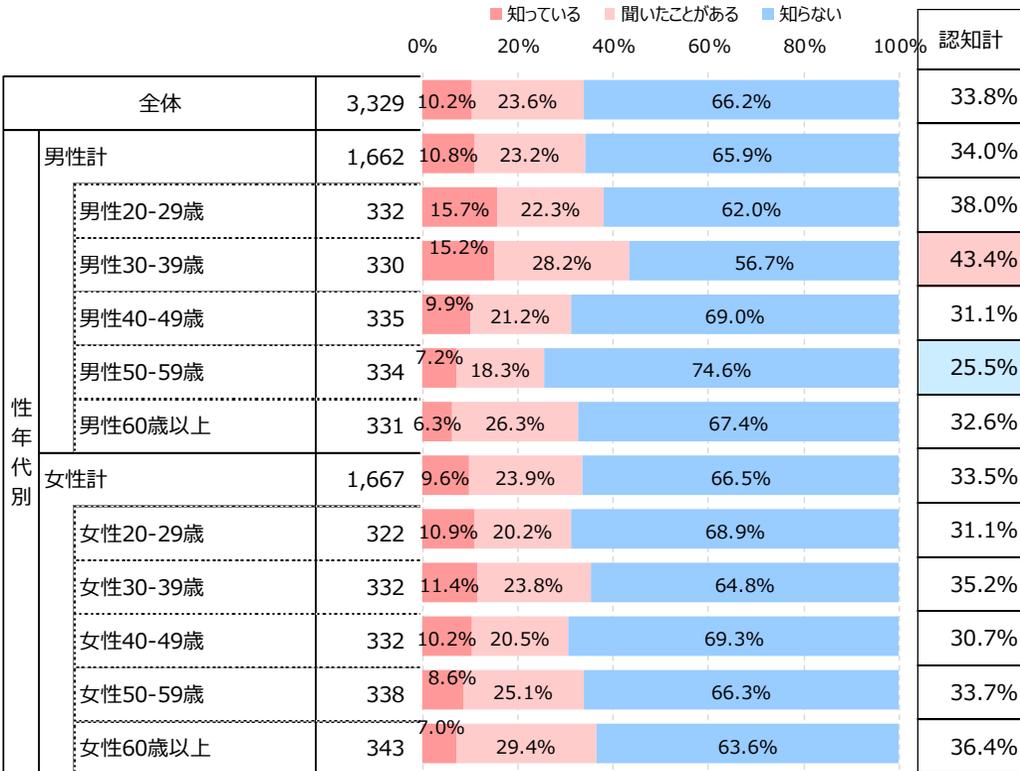
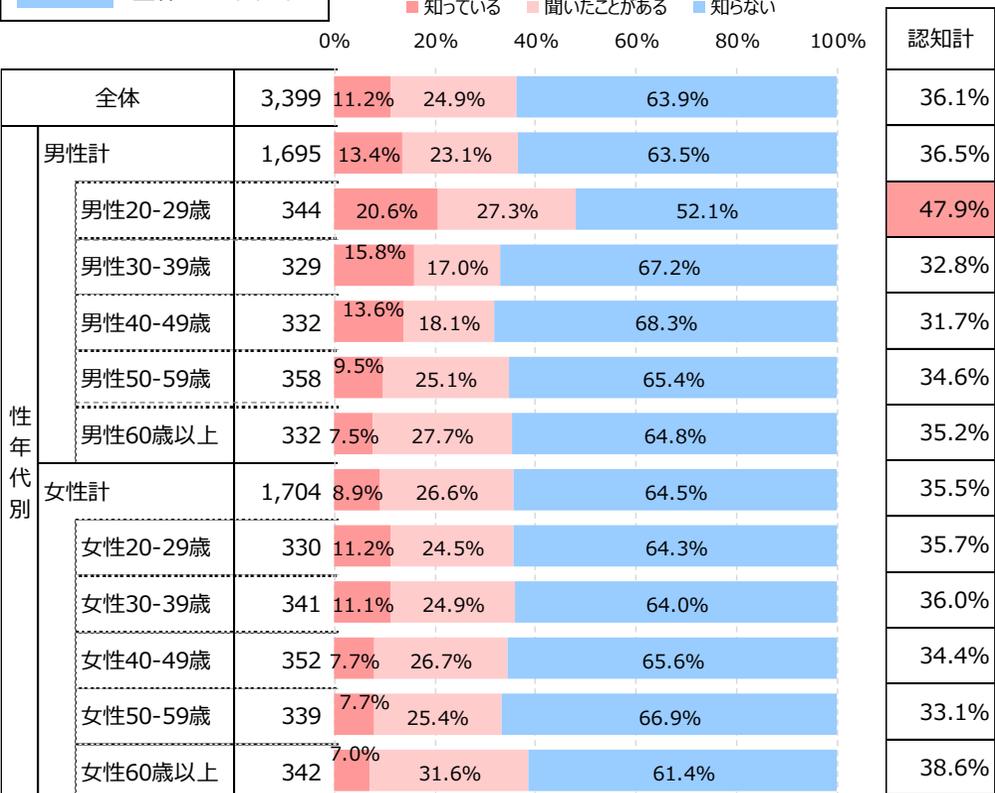
n=30以上の場合

単一回答



令和4年度調査

令和3年度調査

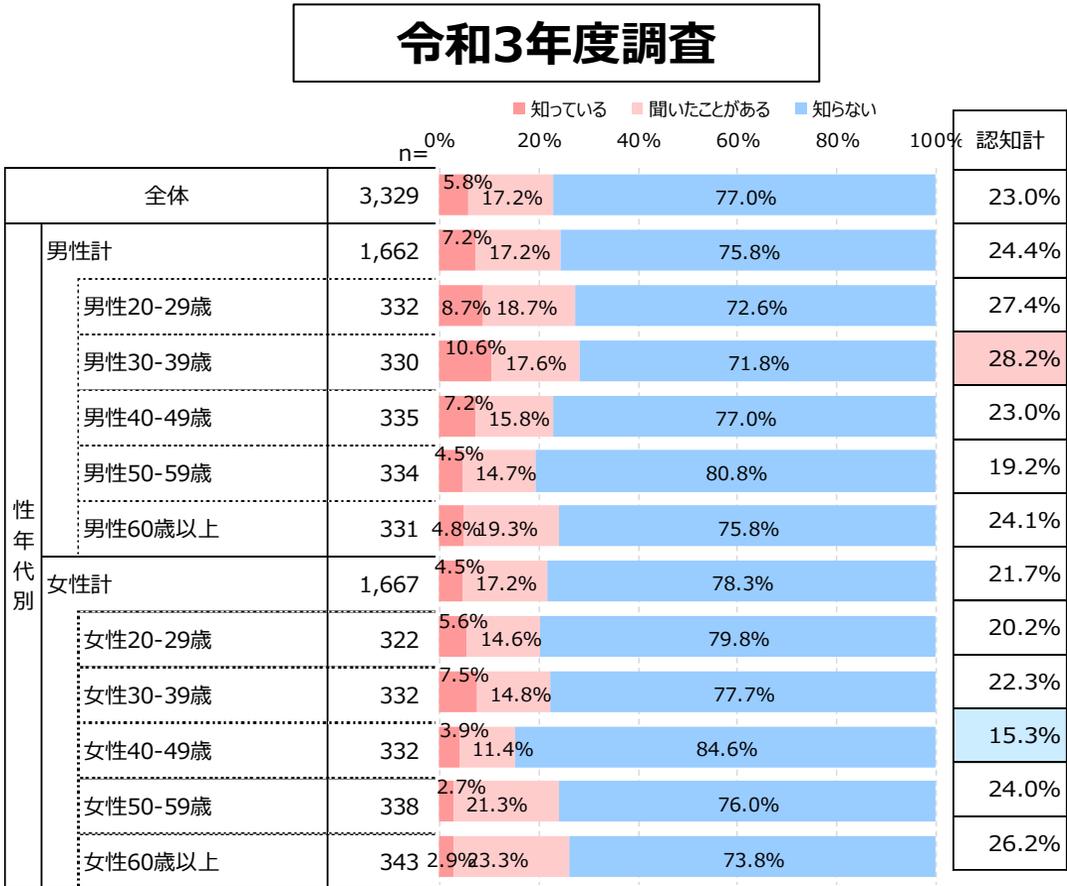
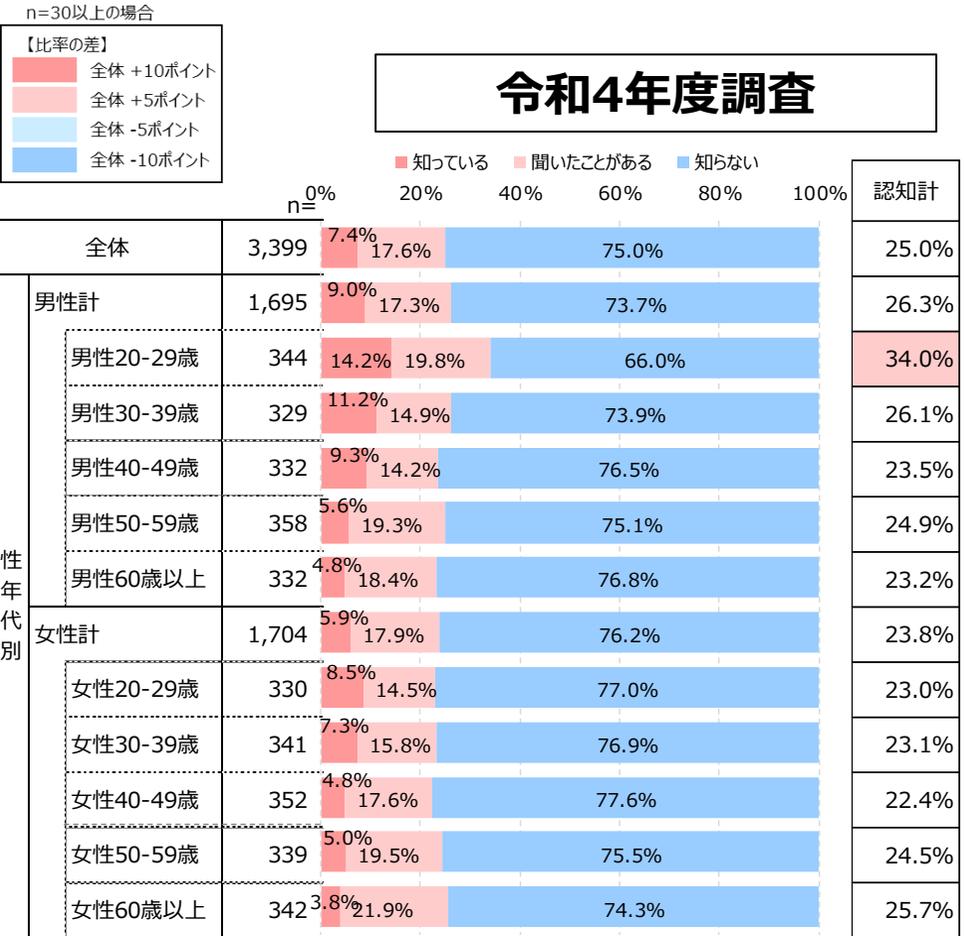


※認知計：「知っている」+「聞いたことがある」

R4/R3 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25%。R3から 2pt増加している。
- ・男性では20代、女性では60歳以上の認知率が高い。
- ・男性では60代が低く、女性では40代が男女別年齢別で最も低かったものの、前回より7pt増加している。

単一回答



※認知計：「知っている」+「聞いたことがある」

R4/R3 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 (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)。

- 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63%、内容認知者が57%となっている。
- R3との比較では制度の目的の認知率は2pt増加、内容認知率は3pt増加している。

※「医薬品副作用被害救済制度」認知者ベース

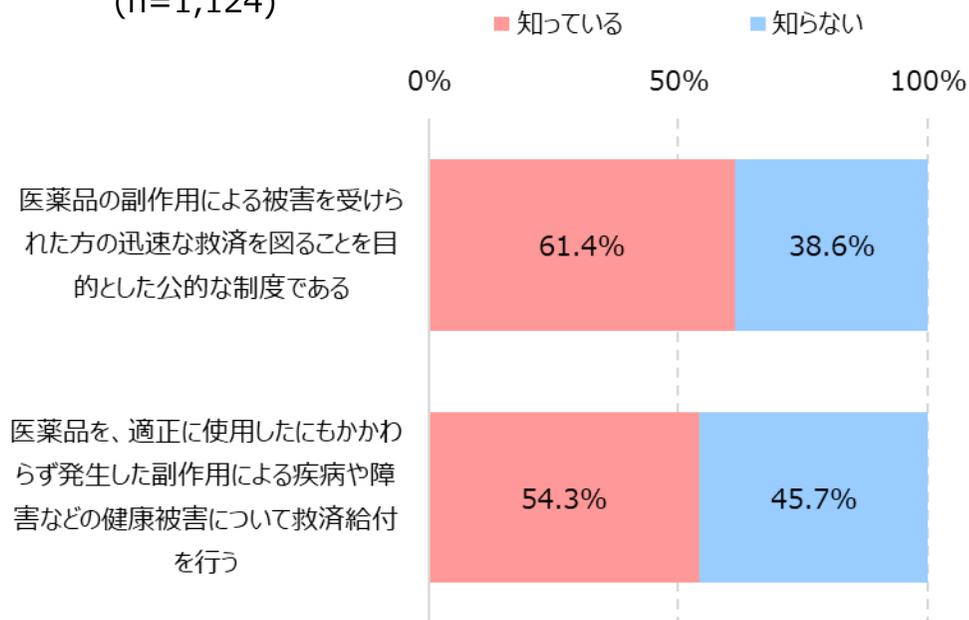
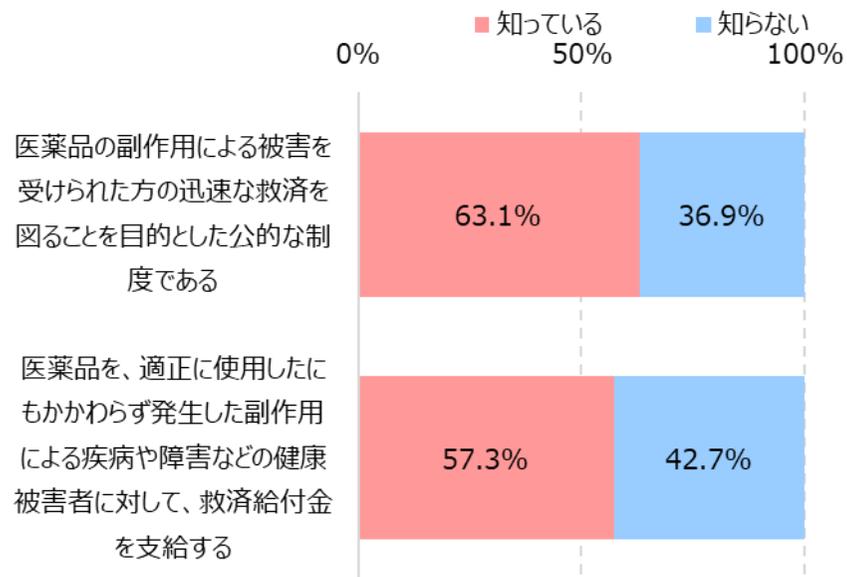
単一回答

令和4年度調査

令和3年度調査

(n=1,225)

(n=1,124)



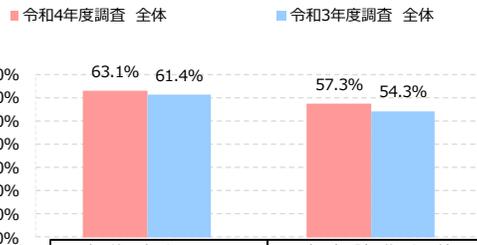
※制度認知者：「知っている」+「聞いたことがある」

Q3 医薬品副作用被害救済制度 内容認知 (性・年代別)

R4/R3 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。

- 「医薬品の副作用による被害・・・」(制度目的)の認知は、男性の30代70%、女性の40代69%で高く、女性50代58%でやや低い。
- 「医薬品を、適正に使用した・・・」(制度内容)の認知は、男性の30代62%、女性の20代63%で高く、男性20代55%、女性30代55%でやや低い。

※「医薬品副作用被害救済制度」認知者ベース

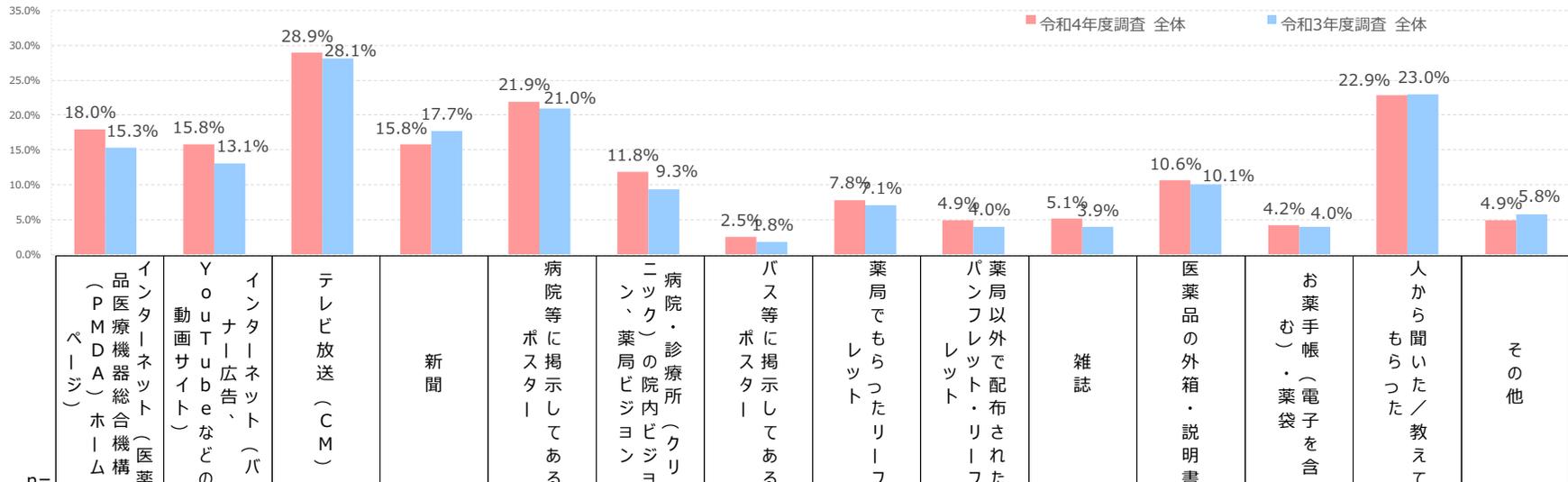


		n=	「医薬品の副作用による被害・・・」(制度目的)	「医薬品を、適正に使用した・・・」(制度内容)
令和4年度調査 全体		1,225	63.1%	57.3%
性年代別	男性計	619	63.0%	57.0%
	男性20-29歳	165	61.8%	55.2%
	男性30-39歳	108	69.4%	62.0%
	男性40-49歳	105	61.0%	56.2%
	男性50-59歳	124	59.7%	55.6%
	男性60歳以上	117	64.1%	57.3%
	女性計	606	63.2%	57.6%
	女性20-29歳	118	62.7%	62.7%
	女性30-39歳	123	65.9%	55.3%
	女性40-49歳	121	68.6%	55.4%
	女性50-59歳	112	58.0%	58.9%
女性60歳以上	132	60.6%	56.1%	
令和3年度調査 全体		1124	61.4%	54.3%

単一回答

R4/R3 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」29%、「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」22%と続く。
- R3との比較では、「新聞」が2pt減少している一方、「インターネット関連（PMDAホームページ、バナー、Youtubeなど）」が3pt増加している。
- 女性の50代で「テレビ放送（CM）」の認知度が特に高く、男性20～30代でインターネット関連（バナー、Youtube）の認知度が高い。女性の20～30代で「新聞」の認知度が低い。



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

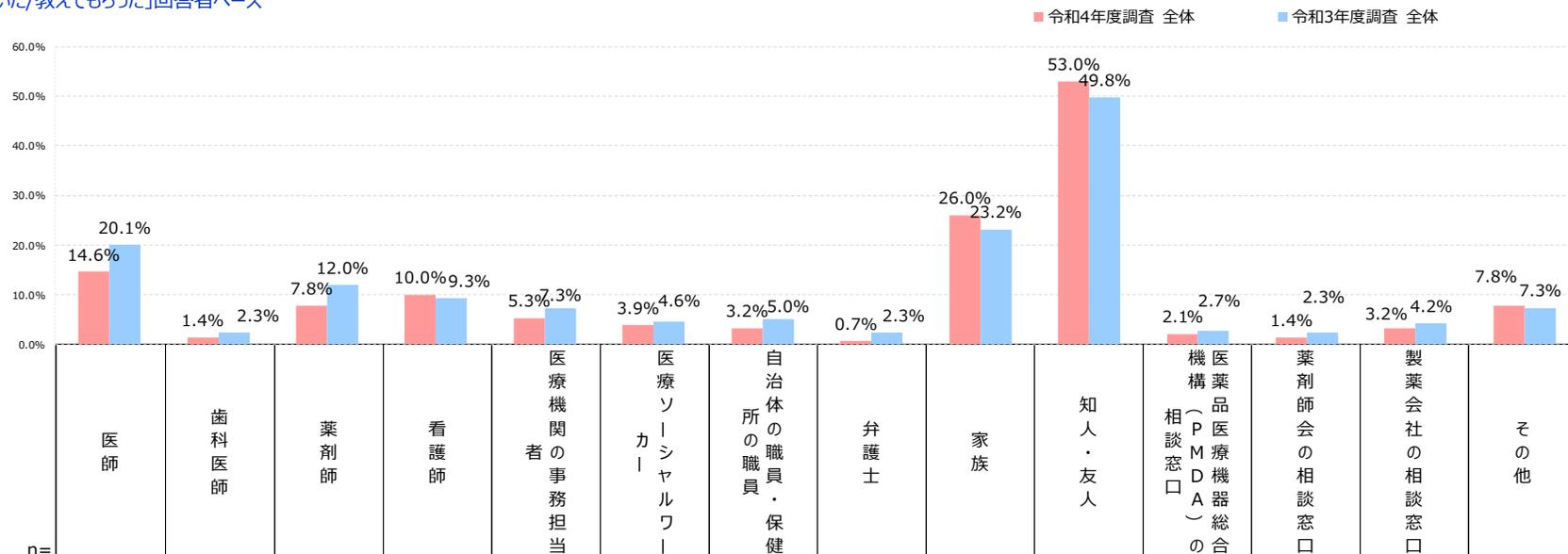
n=		令和4年度調査 全体	1,225	18.0%	15.8%	28.9%	15.8%	21.9%	11.8%	2.5%	7.8%	4.9%	5.1%	10.6%	4.2%	22.9%	4.9%
性別	男性計	619	22.9%	21.3%	27.8%	18.9%	21.8%	13.6%	4.5%	8.9%	6.3%	6.6%	8.9%	5.7%	21.0%	3.9%	
	男性20-29歳	165	26.1%	35.2%	22.4%	14.5%	25.5%	17.0%	8.5%	11.5%	8.5%	6.7%	12.7%	10.3%	32.1%	2.4%	
	男性30-39歳	108	34.3%	30.6%	25.0%	15.7%	20.4%	17.6%	9.3%	12.0%	10.2%	9.3%	12.0%	6.5%	19.4%	1.9%	
	男性40-49歳	105	27.6%	18.1%	27.6%	12.4%	21.0%	13.3%	1.9%	6.7%	6.7%	4.8%	3.8%	3.8%	21.9%	1.0%	
	男性50-59歳	124	16.1%	7.3%	29.0%	21.0%	21.0%	9.7%	1.6%	6.5%	3.2%	7.3%	8.1%	4.0%	13.7%	7.3%	
	男性60歳以上	117	11.1%	11.1%	36.8%	31.6%	19.7%	9.4%	0.0%	6.8%	2.6%	5.1%	6.0%	1.7%	13.7%	6.8%	
	女性計	606	12.9%	10.2%	30.0%	12.7%	21.9%	9.9%	0.5%	6.6%	3.5%	3.5%	12.4%	2.8%	24.9%	5.9%	
	女性20-29歳	118	19.5%	9.3%	17.8%	3.4%	23.7%	10.2%	1.7%	4.2%	5.1%	3.4%	6.8%	1.7%	38.1%	8.5%	
	女性30-39歳	123	15.4%	12.2%	25.2%	6.5%	22.8%	9.8%	0.0%	5.7%	3.3%	4.9%	13.0%	2.4%	29.3%	5.7%	
	女性40-49歳	121	13.2%	12.4%	25.6%	9.1%	24.8%	11.6%	0.0%	7.4%	3.3%	2.5%	13.2%	5.0%	19.8%	8.3%	
	女性50-59歳	112	11.6%	9.8%	44.6%	18.8%	18.8%	11.6%	0.9%	8.0%	4.5%	3.6%	13.4%	0.0%	22.3%	1.8%	
女性60歳以上	132	5.3%	7.6%	37.1%	25.0%	19.7%	6.8%	0.0%	7.6%	1.5%	3.0%	15.2%	4.5%	15.9%	5.3%		
令和3年度調査 全体	1124	15.3%	13.1%	28.1%	17.7%	21.0%	9.3%	1.8%	7.1%	4.0%	3.9%	10.1%	4.0%	23.0%	5.8%		

Q5 医薬品副作用被害救済制度 教えてもらった人

R4/R3 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圧倒的に高く、53%を占める。以下、「家族」「医師」「看護師」「薬剤師」となっている。R3より「知人・友人」は3pt増加、「医師」が6pt減少。
 •男性60歳以上で「知人・友人」の認知率が94%と特に高い。

※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



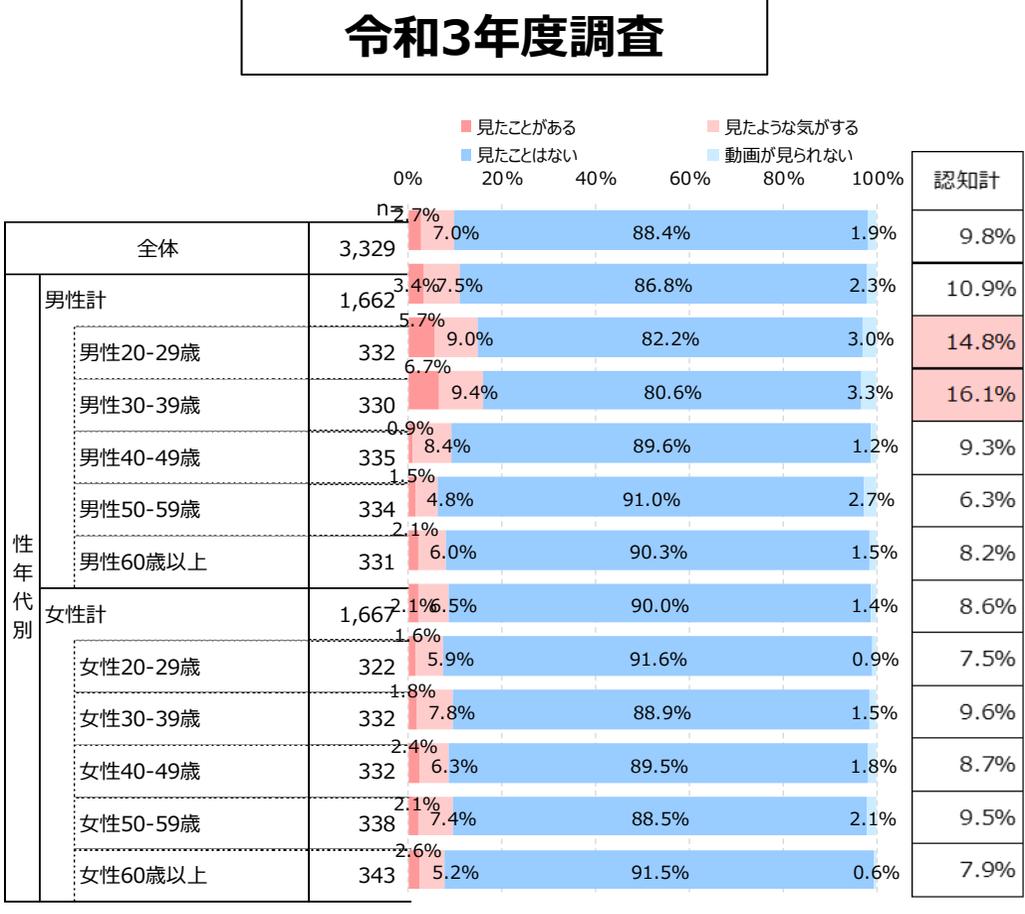
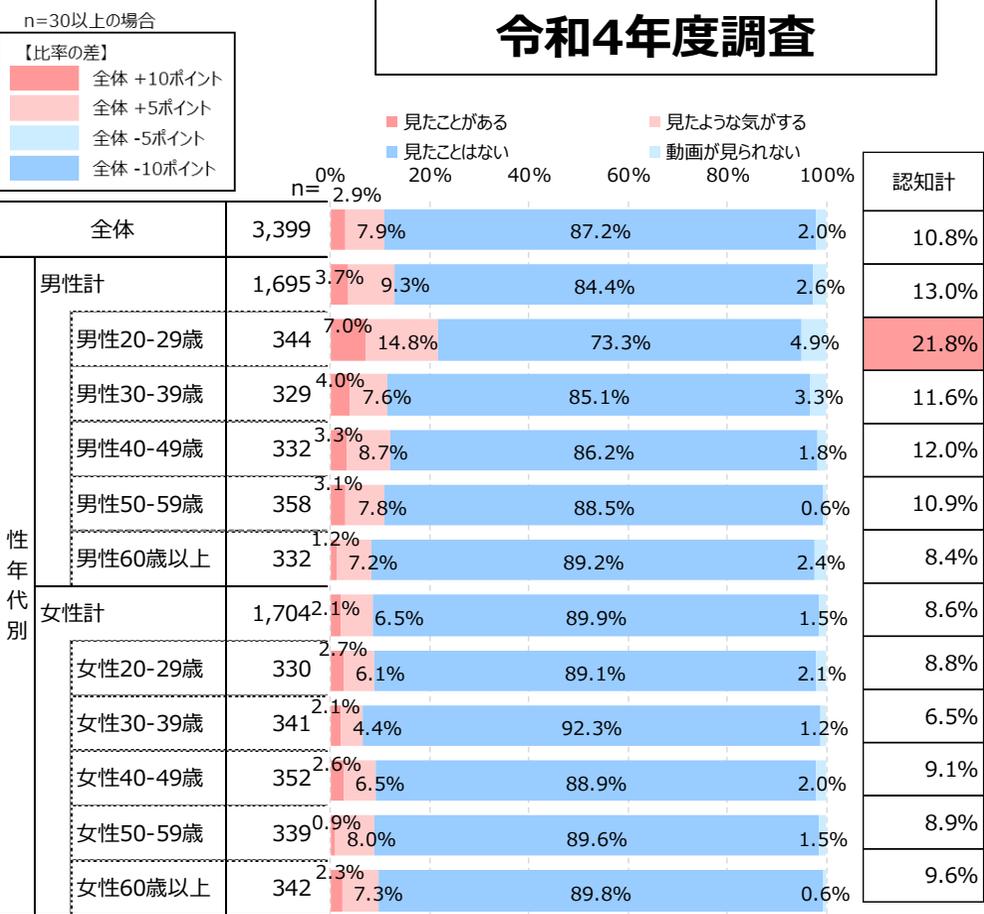
n=		医師	歯科医師	薬剤師	看護師	医療機関の事務担当	医療ソーシャルワーカー	自治体の職員・保健所の職員	弁護士	家族	知人・友人	医薬品医療機器総会の相談窓口	薬剤師会の相談窓口	製薬会社の相談窓口	その他	
令和4年度調査 全体	281	14.6%	1.4%	7.8%	10.0%	5.3%	3.9%	3.2%	0.7%	26.0%	53.0%	2.1%	1.4%	3.2%	7.8%	
性年代別	男性計	130	15.4%	3.1%	10.0%	7.7%	6.2%	6.2%	5.4%	1.5%	27.7%	60.0%	3.1%	2.3%	3.8%	4.6%
	男性20-29歳	53	28.3%	1.9%	9.4%	13.2%	11.3%	13.2%	7.5%	3.8%	35.8%	64.2%	3.8%	5.7%	5.7%	3.8%
	男性30-39歳	21	4.8%	4.8%	14.3%	0.0%	4.8%	0.0%	0.0%	0.0%	38.1%	47.6%	4.8%	0.0%	9.5%	0.0%
	男性40-49歳	23	4.3%	4.3%	8.7%	8.7%	0.0%	4.3%	4.3%	0.0%	26.1%	43.5%	4.3%	0.0%	0.0%	13.0%
	男性50-59歳	17	11.8%	5.9%	11.8%	5.9%	5.9%	0.0%	11.8%	0.0%	11.8%	52.9%	0.0%	0.0%	0.0%	5.9%
	男性60歳以上	16	6.3%	0.0%	6.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.3%	93.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	女性計	151	13.9%	0.0%	6.0%	11.9%	4.6%	2.0%	1.3%	0.0%	24.5%	47.0%	1.3%	0.7%	2.6%	10.6%
	女性20-29歳	45	11.1%	0.0%	4.4%	11.1%	4.4%	2.2%	2.2%	0.0%	28.9%	40.0%	0.0%	2.2%	4.4%	15.6%
	女性30-39歳	36	19.4%	0.0%	2.8%	19.4%	5.6%	5.6%	0.0%	0.0%	25.0%	41.7%	5.6%	0.0%	5.6%	8.3%
	女性40-49歳	24	16.7%	0.0%	8.3%	16.7%	8.3%	0.0%	4.2%	0.0%	16.7%	58.3%	0.0%	0.0%	0.0%	4.2%
女性50-59歳	25	16.0%	0.0%	4.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.0%	60.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.0%	
女性60歳以上	21	4.8%	0.0%	14.3%	9.5%	4.8%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	42.9%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	
令和3年度調査 全体	259	20.1%	2.3%	12.0%	9.3%	7.3%	4.6%	5.0%	2.3%	23.2%	49.8%	2.7%	2.3%	4.2%	7.3%	

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

R4/R3 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11%。R3から1pt増加している。
 •男性は20代で高い。女性は60代の認知率が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。R3で最も高かった男性30代は、R4では5pt減少している。

単一回答



※認知計：「見たことがある」+「見たような気がする」

R4/R3 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）が高かったのは、「役に立つ情報が得られた」70%、「興味や関心を持った」62%と続く。
- R3と比較すると、すべての項目で評価（そう思う+ややそう思う）が高くなっている。

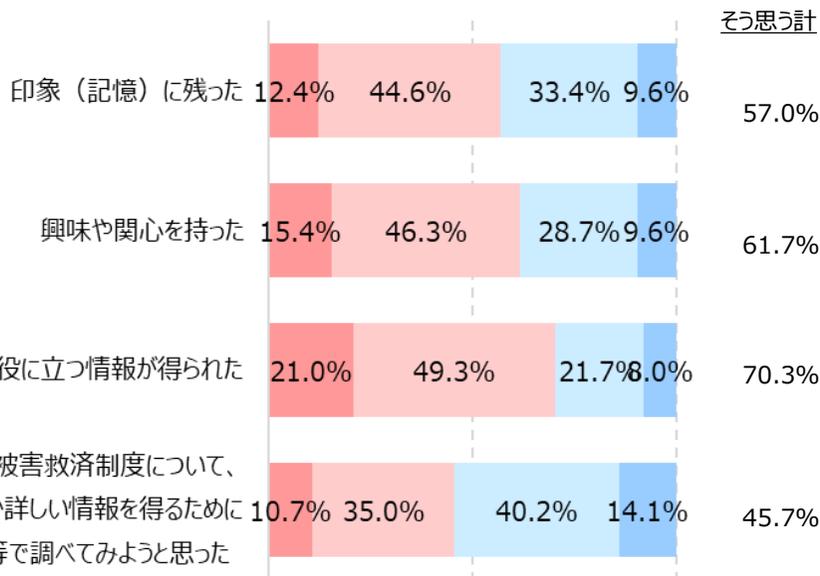
単一回答

令和4年度調査

(n=3,377)

■ 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%

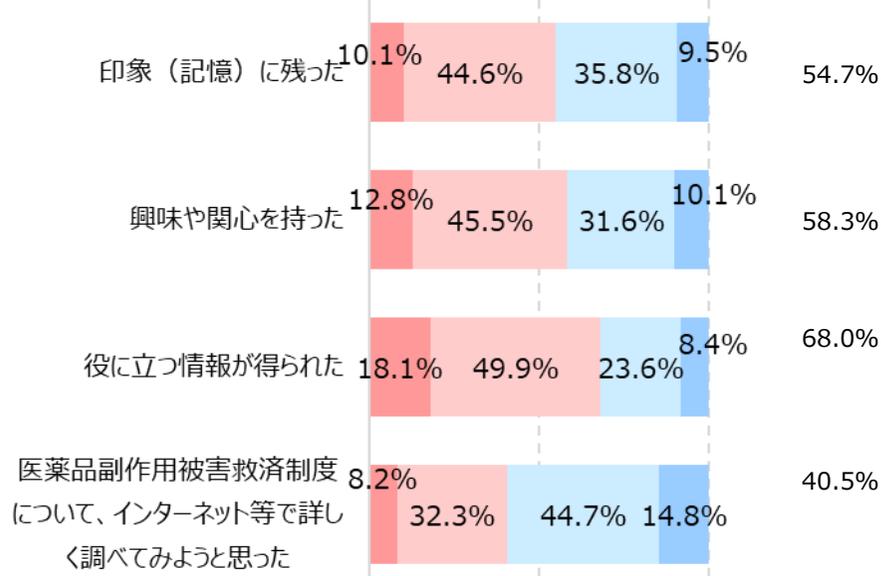


令和3年度調査

(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

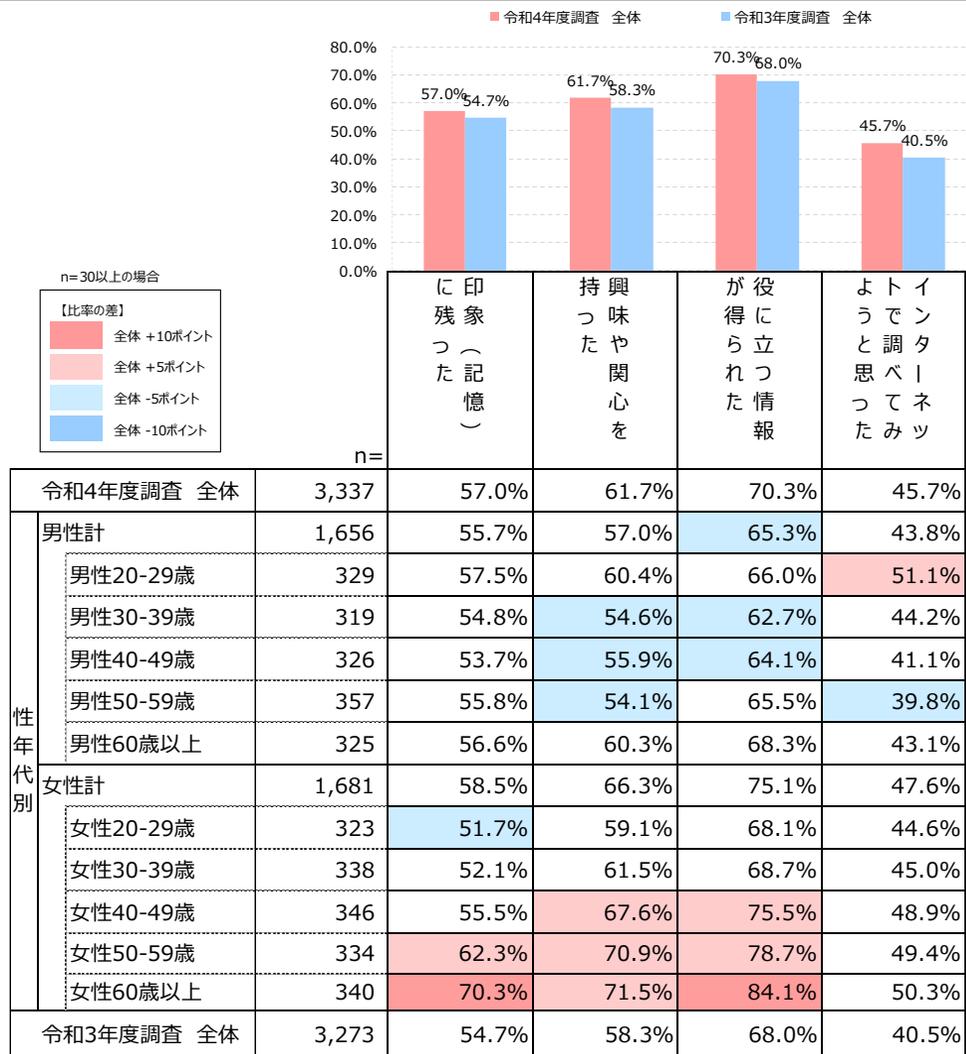
0% 50% 100%



※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

R4/R3 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。

- 「印象(記憶)に残った」が最も高いのは女性60歳以上で70%。逆に低いのが女性20代52%。「興味や関心を持った」が最も高いのは女性60歳以上で72%、低いのが男性50代の54%。
- 「役に立つ情報が得られた」が最も高いのは女性60歳以上で84%、逆に低いのは男性40代で64%。「インターネットで調べてみようと思った」が最も高いのは男性20代の51%、逆に低いのは男性50代の40%。
- 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。



単一回答

※「そう思う計（そう思う） + （ややそう思う）」の割合

R4/R3 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%で、R3から微増。
- 女性より男性の方が認知率が高く、特に男性20代は18%、30代は12%。逆に男性60歳以上は2%、女性60歳以上は3%と認知率の差が大きくなった。
- 男性20～30代はR3と同様に、他の年代に比べて非常に認知率が高くなっている。

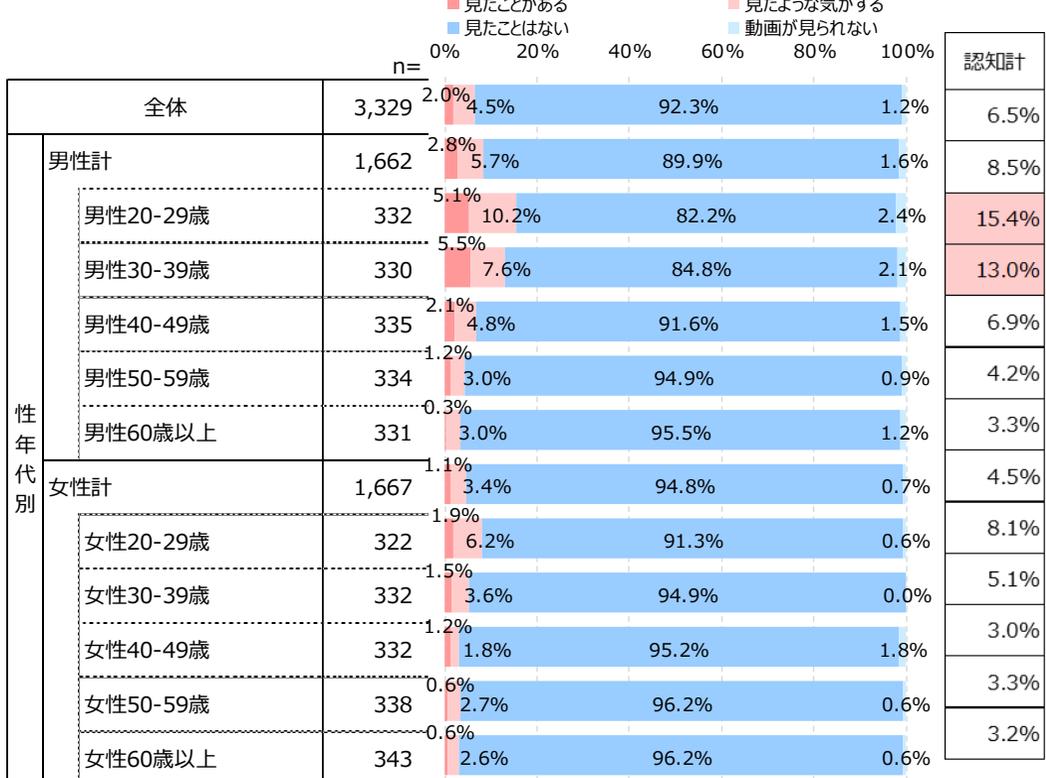
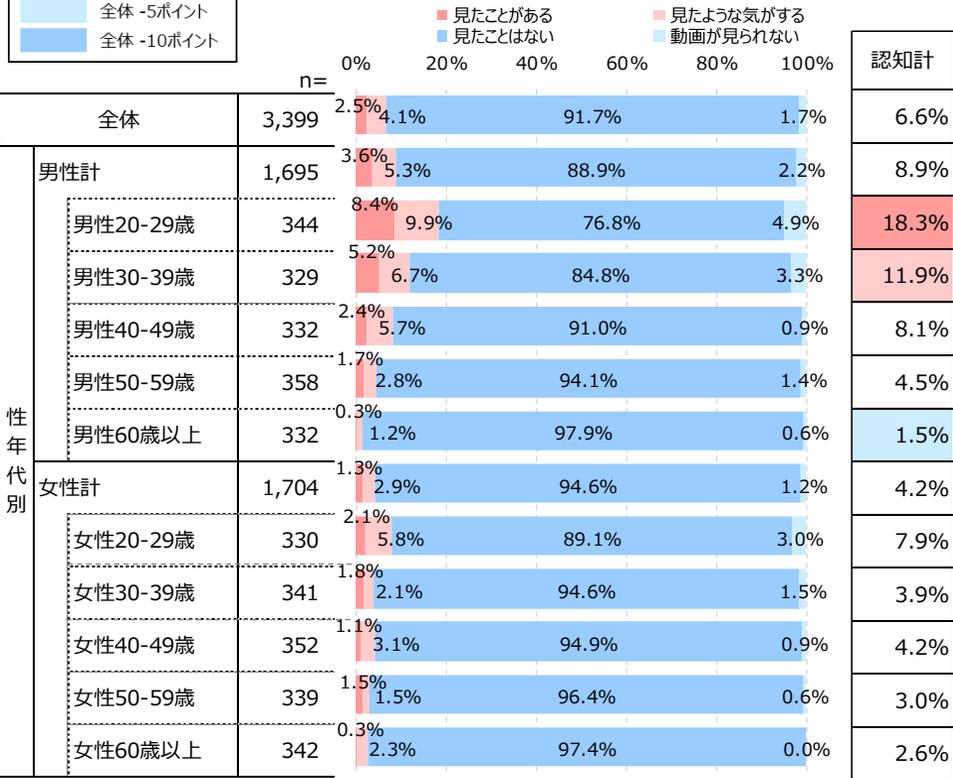
単一回答

令和4年度調査

令和3年度調査

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



※認知計：「見たことがある」+「見たような気がする」

Q9 救済制度紹介動画の評価（全体）

R4/R3 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」74%。以下、「印象（記憶）に残った」66%、「興味や関心を持った」66%となっている。
- R3と比較するとすべて増加。「インターネットで調べてみようと思った」が3pt、「印象（記憶）に残った」「役に立つ情報が得られた」がそれぞれ2pt増加、「興味や関心を持った」が1pt増加している。

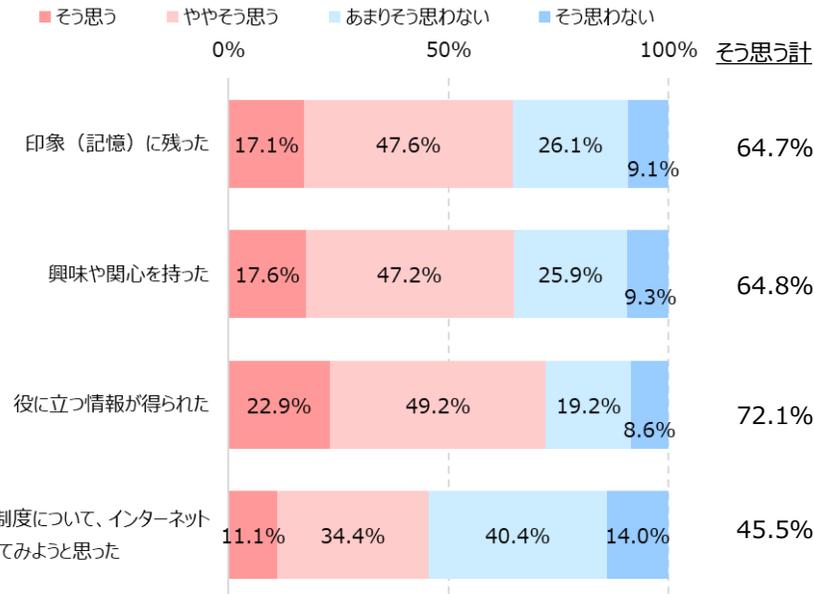
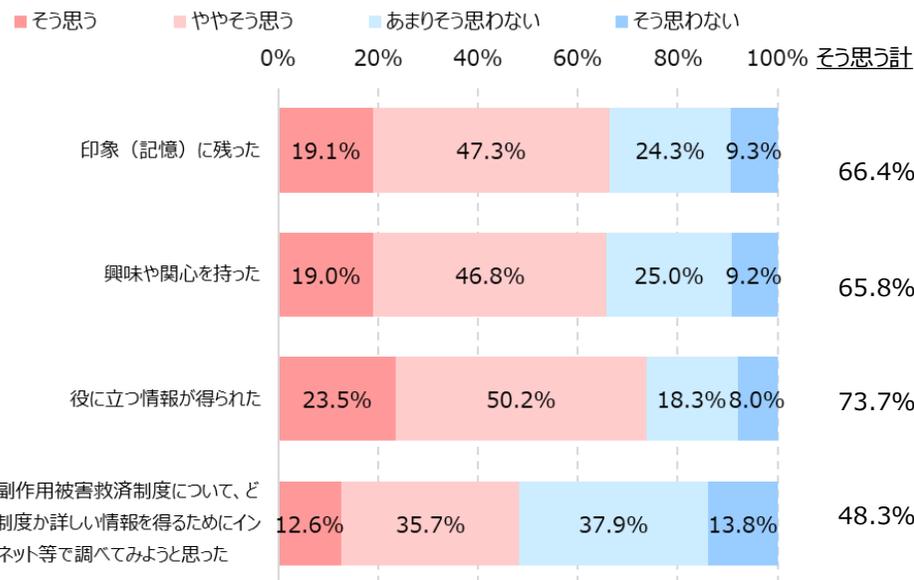
単一回答

令和4年度調査

(n=3,341)

令和3年度調査

(n=3,290)



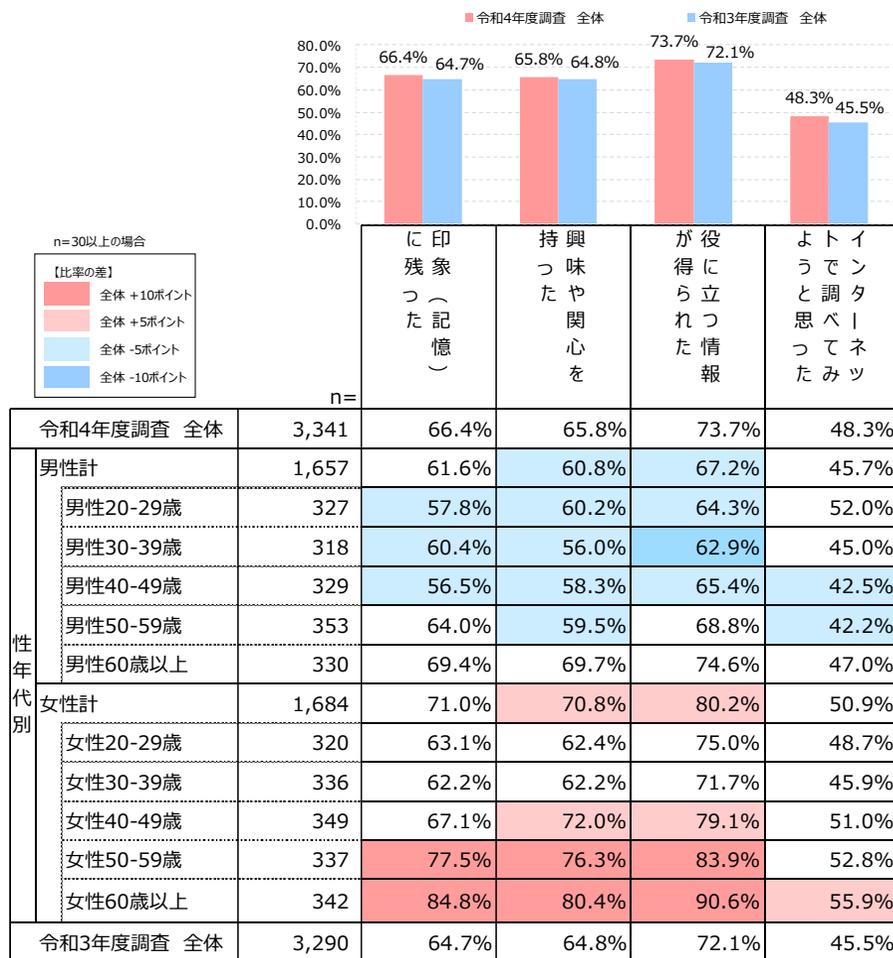
※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

Q9 救済制度紹介動画の評価（性・年代別）

R4/R3 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。

- 「印象に残った」が最も高いのは女性60歳以上で85%、逆に最も低いのは男性40代で57%。「興味や関心を持った」が最も高いのは女性60歳以上で80%、最も低いのは男性30代で56%。
- 「役に立つ情報が得られた」が最も高いのは女性60歳以上で91%、最も低いのは男性30代で63%。「インターネットで調べてみようと思った」で最も高いのは女性60歳以上で56%、最も低いのは男性50代で42%。
- 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50歳以上は「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」の3項目で、全体平均を10pt以上上回っている。

単一回答



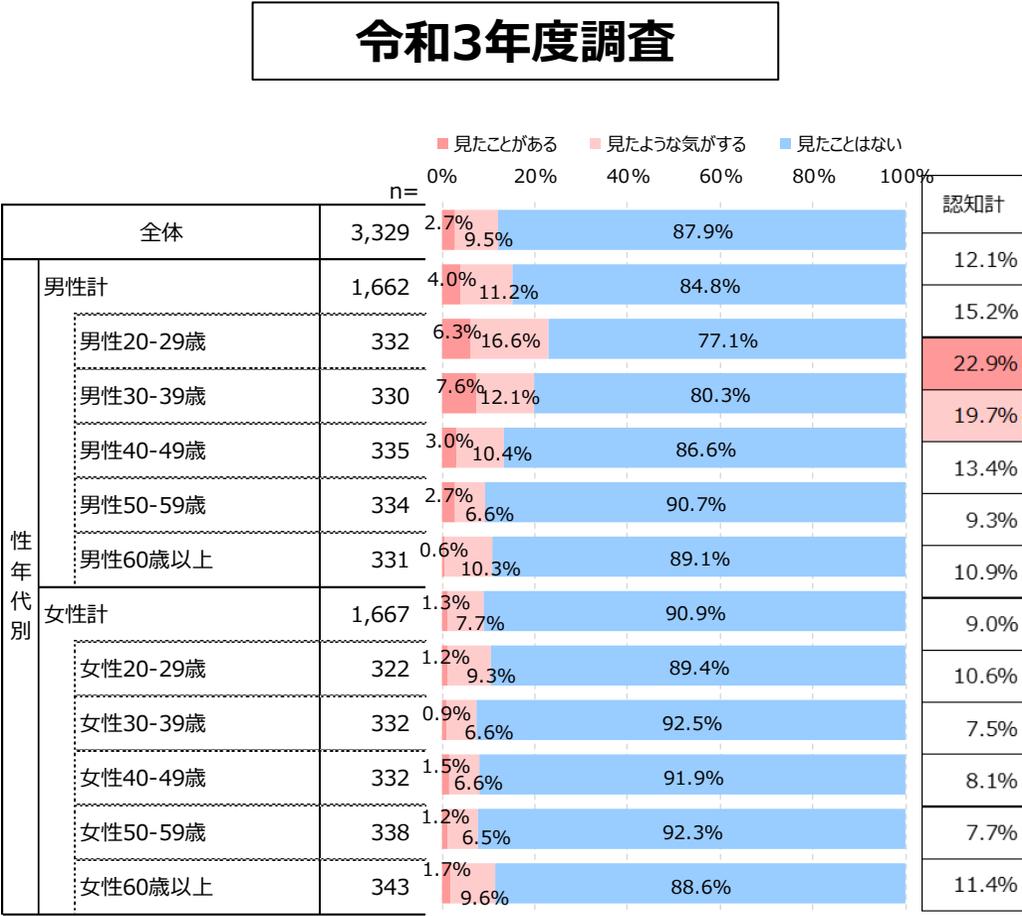
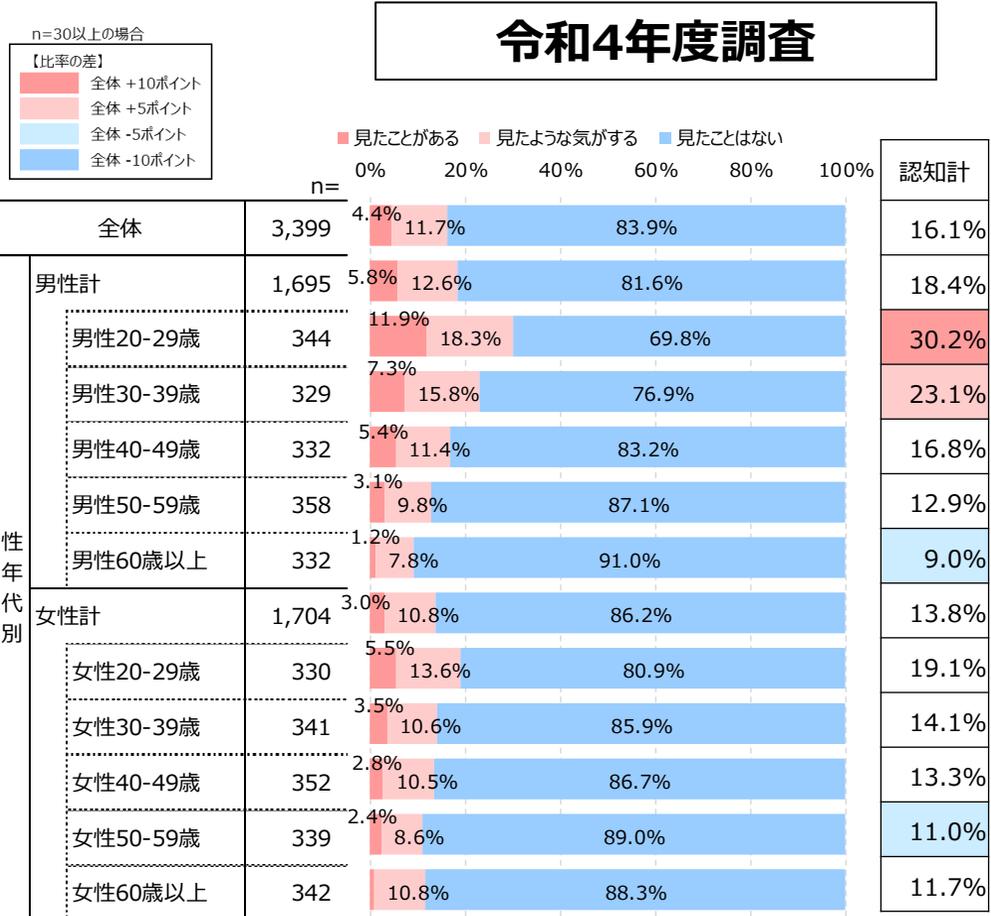
※「そう思う計（そう思う）+（ややそう思う）」の割合

Q10 新聞広告の認知率

R4/R3 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16%。R3と比較すると4pt増加している。
- 男性の認知率が高い傾向があり、特に男性20代が30%と全体より14pt高い。次いで男性30代23%となっている。最も低いのは男性の60歳以上で9%となっている。
- R3と比べて男性20～30代の認知度が高い傾向に変化はない。

単一回答



※認知計：「見たことがある」+「見たような気がする」

Q11 新聞広告の評価（全体）

R4/R3 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」57%。「興味や関心を持った」52%、「印象（記憶）に残った」47%が続く。
- R3と比べて、「役に立つ情報が得られた」が2pt減少したものの、他の項目は1～3pt増加している。最も増加したのは「インターネットで調べてみようと思った」で3pt。

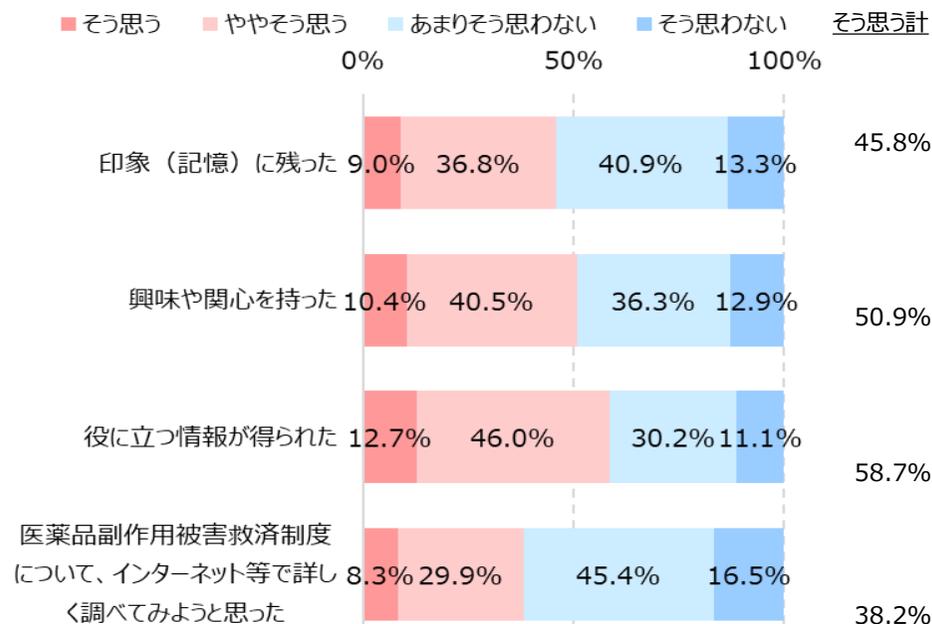
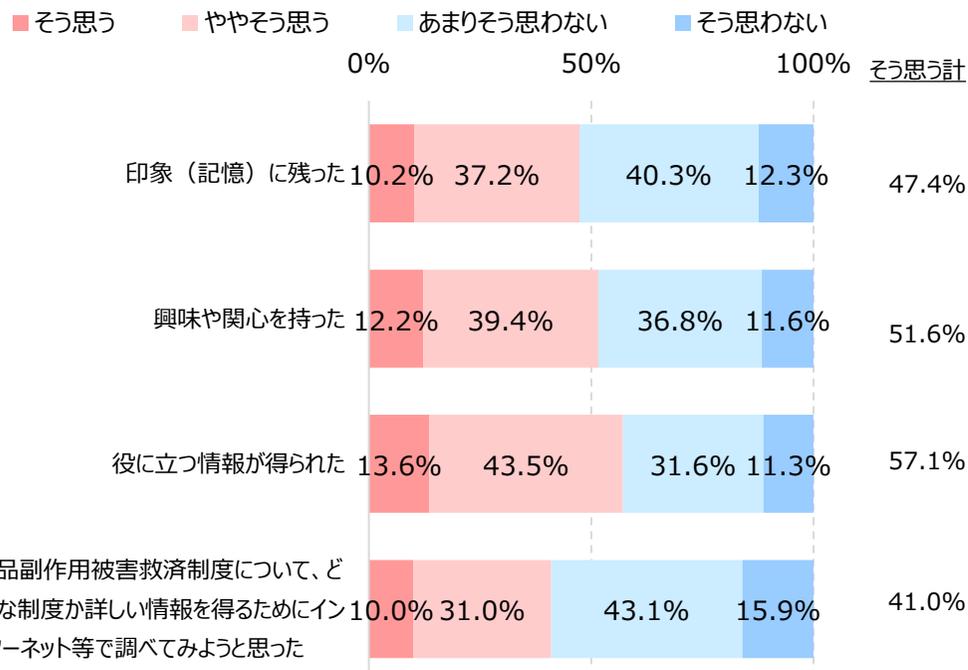
単一回答

令和4年度調査

(n=3,399)

令和3年度調査

(n=3,329)



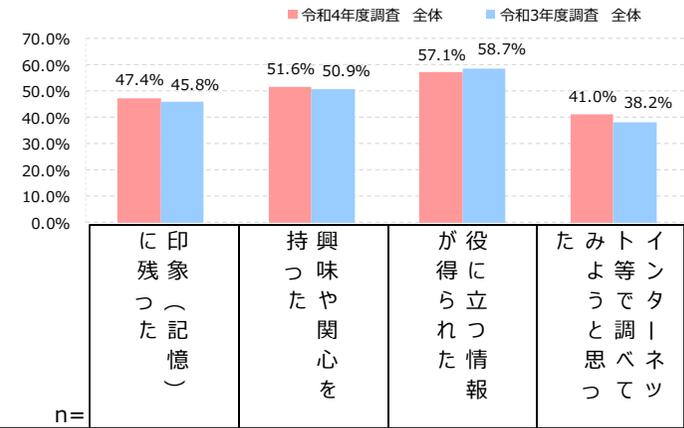
※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

Q11 新聞広告の評価 (性・年代別)

R4/R3 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。

- 「印象（記憶）に残った」が最も高かったのは女性60歳以上で64%、最も低かったのは女性20代で42%。「興味や関心を持った」が最も高かったのは女性60歳以上で67%、最も低かったのは男性50代で44%。「役に立つ情報が得られた」で最も高かったのは女性60歳以上で77%、低かったのは男性30代で48%。「インターネットで調べてみようと思った」が最も高かったのは女性60歳以上で49%、最も低かったのは男性50代で35%。
- 男性よりも女性で評価が高い傾向にある。男性では世代による評価の違いが少ないのに対し、女性では、低年齢層よりも高年齢層で評価が高い傾向にある。
- 女性60歳以上が「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」の3項目で全体平均より15pt以上上回っている。

単一回答



		n=	印象に残った(記憶)	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てみようと思った
令和4年度調査 全体		3,399	47.4%	51.6%	57.1%	41.0%
性年代別	男性計	1,695	45.0%	47.3%	52.8%	39.4%
	男性20-29歳	344	45.7%	48.3%	55.5%	46.5%
	男性30-39歳	329	42.2%	46.2%	47.8%	39.8%
	男性40-49歳	332	47.2%	48.8%	54.8%	36.7%
	男性50-59歳	358	44.9%	44.2%	50.3%	35.4%
	男性60歳以上	332	44.8%	49.4%	55.5%	38.5%
	女性計	1,704	49.8%	55.8%	61.6%	42.5%
	女性20-29歳	330	41.8%	48.8%	53.4%	37.6%
	女性30-39歳	341	42.5%	48.7%	51.6%	39.6%
	女性40-49歳	352	49.8%	55.4%	59.1%	44.6%
	女性50-59歳	339	51.3%	58.7%	66.9%	42.2%
女性60歳以上	342	63.5%	67.3%	76.7%	48.5%	
令和3年度調査 全体		3,329	45.8%	50.9%	58.7%	38.2%

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

※「そう思う計（そう思う） + （ややそう思う）」の割合

Q12 薬局ビジョンや院内ビジョンの認知率

R4/R3 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14%。R3から 2pt増加している。
- 男性20代の認知率が高く30%、全体平均を16pt上回っている。R3と比較しても、20代は7pt増加。逆に低いのが男女とも60歳以上で、高年齢層よりも低年齢層で高い傾向にある。

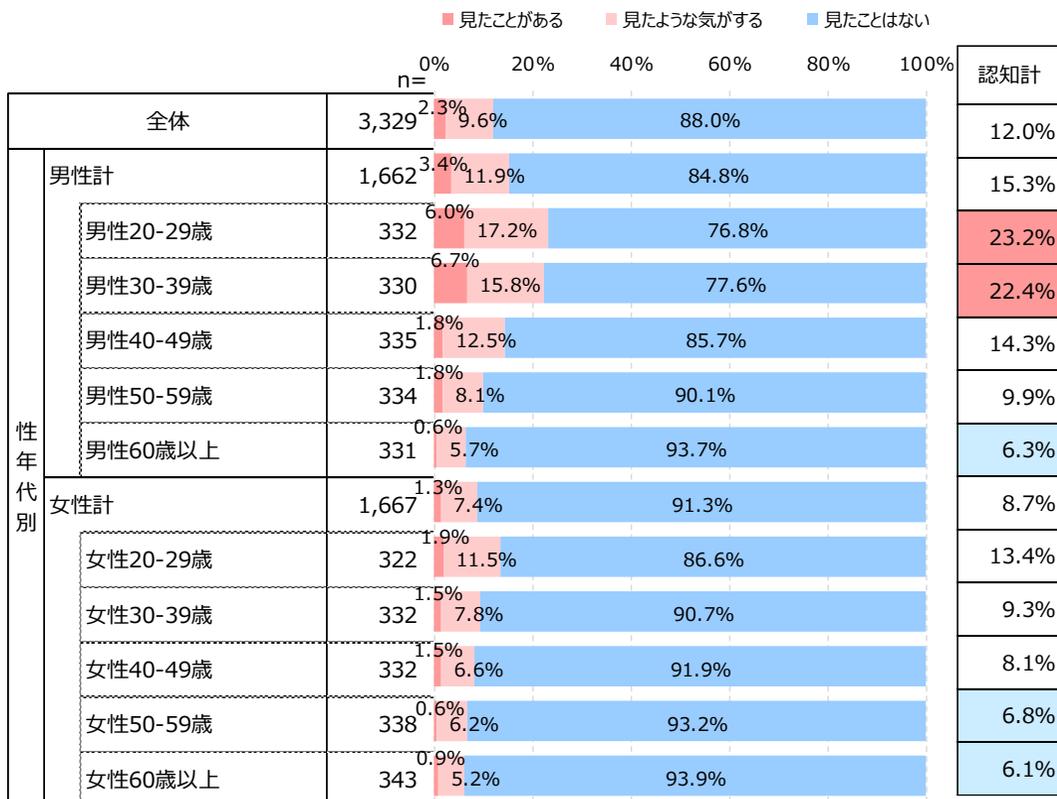
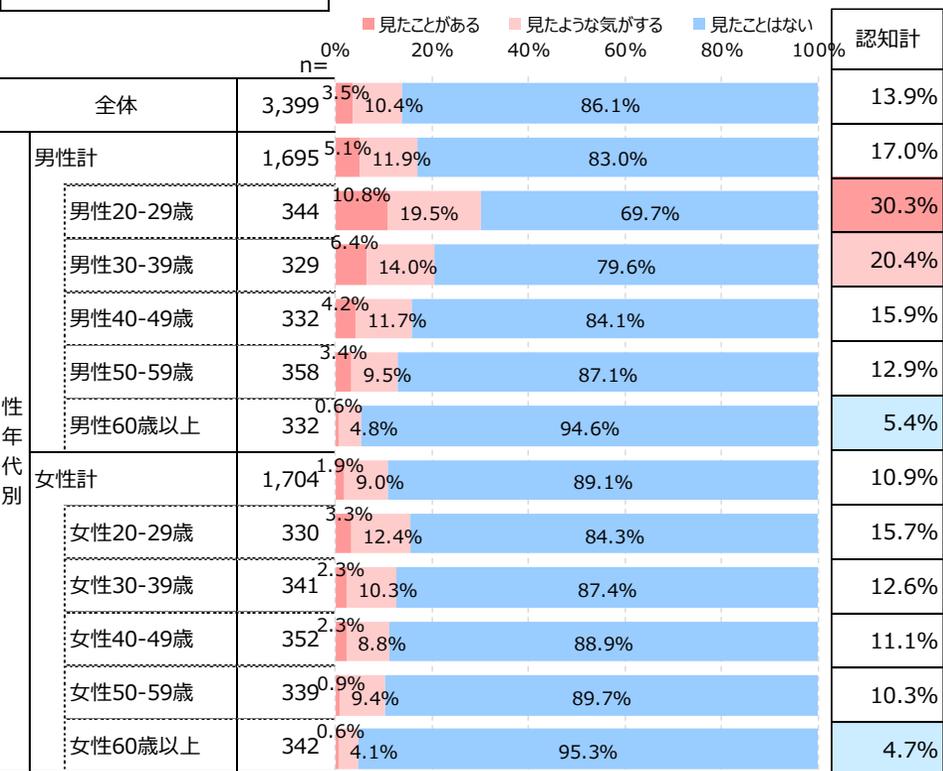
n=30以上の場合



単一回答

令和4年度調査

令和3年度調査



※認知計：「見たことがある」+「見たような気がする」

R4/R3 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」76%。以下、「興味や関心を持った」74%、「印象（記憶）に残った」74%が続く。
- R3との比較では、3項目とも増加しており、もっとも増加率が高かったのは「印象（記憶）に残った」で、5ptとなっている。

※薬局ビジョンや院内ビジョンのCM認知者ベース

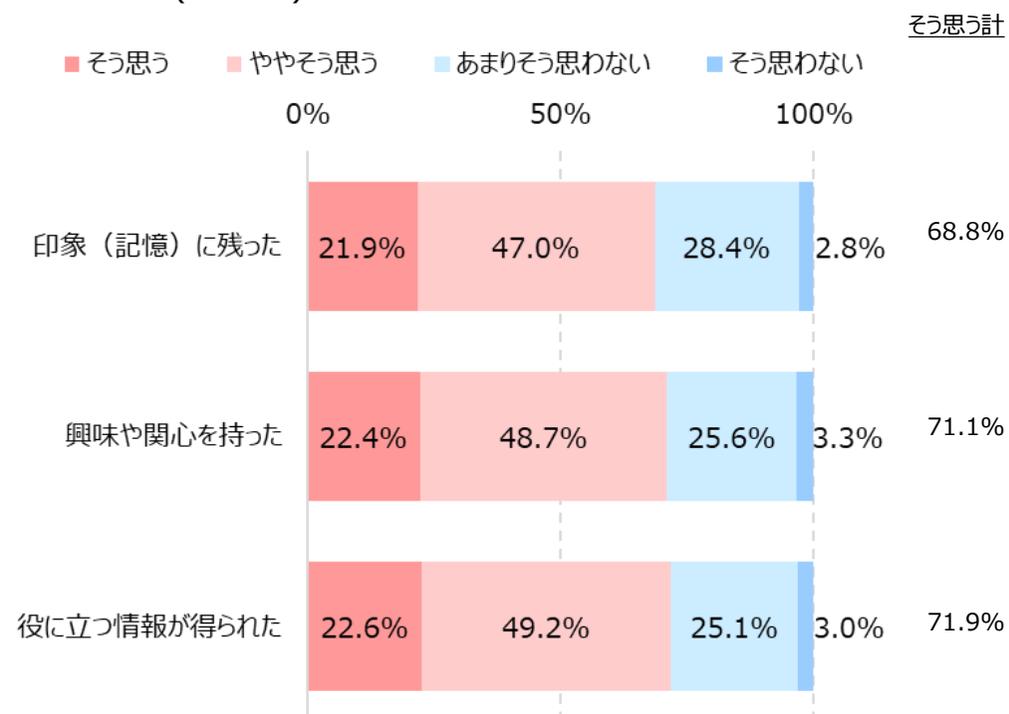
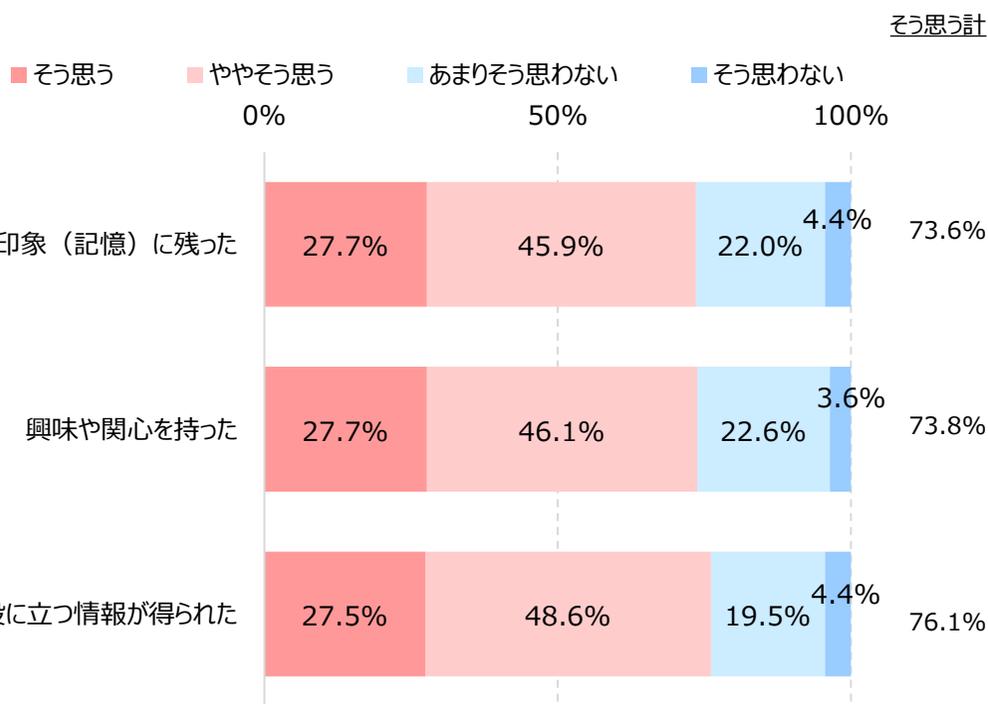
単一回答

令和4年度調査

令和3年度調査

(n=473)

(n=398)



※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

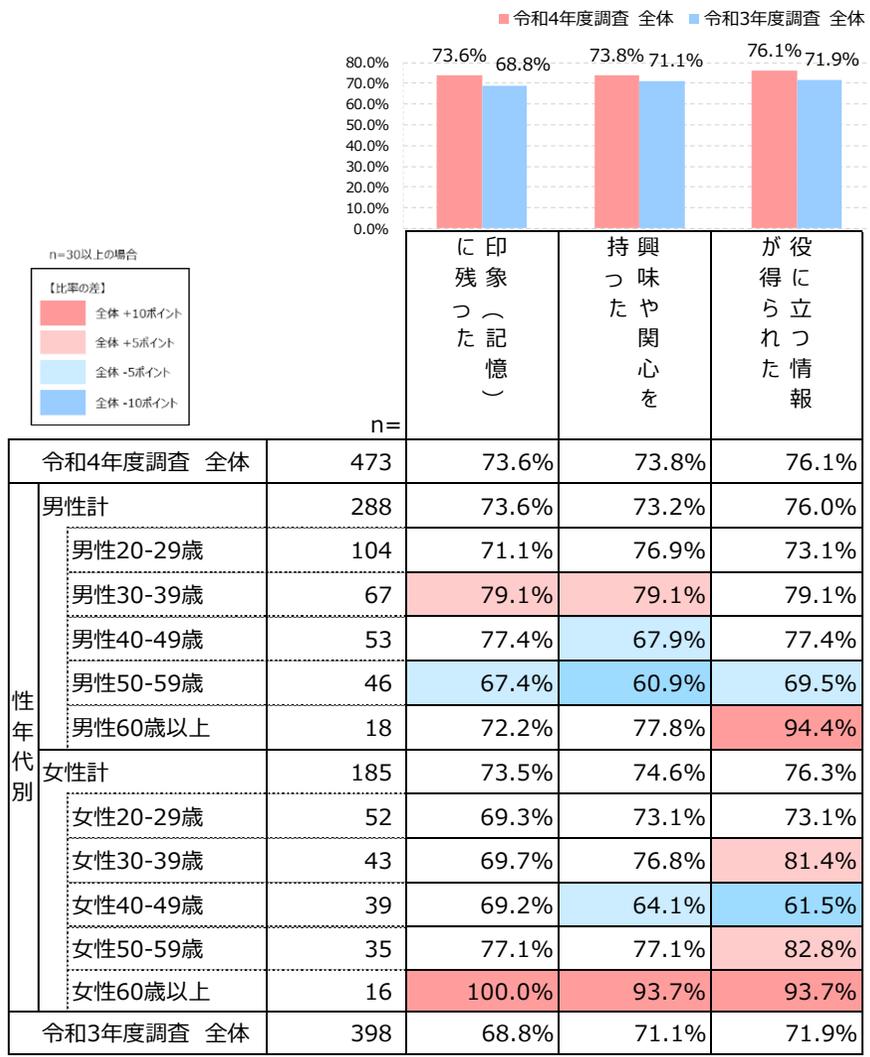
Q13 薬局ビジョンや院内ビジョンの評価 (性・年代別)

R4/R3 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。

- ・「印象（記憶）に残った」が最も高かったのは女性60歳以上で100%、最も低かったのは男性50代で67%。「興味や関心を持った」が最も高かったのは女性60歳以上で94%、最も低かったのは男性50代で61%。「役に立つ情報が得られた」が最も高かったのは女性60歳以上で94%、最も低かったのは男性50代で70%。
- ・男女間における評価の差は小さい。女性における世代間の差が男性よりも大きい。
- ・女性60歳以上で、3項目ともに全体を18pt以上上回っている。

※薬局ビジョンや院内ビジョンのCM認知者ベース

単一回答



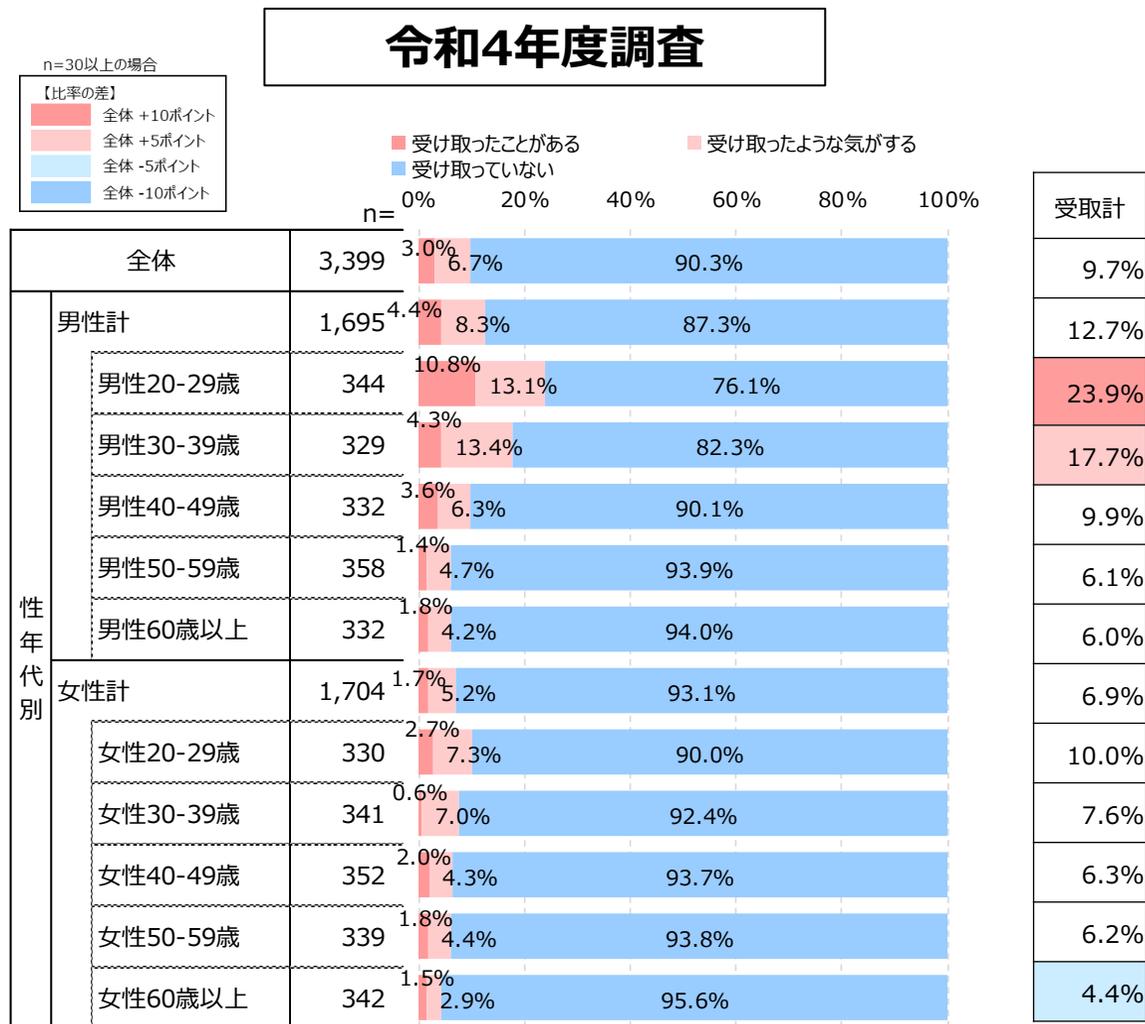
※「そう思う計（そう思う） + （ややそう思う）」の割合

Q14 救済制度のリーフレットの受け取り率

R4新規 Q14.あなたは、これまでに薬局で救済制度のリーフレットを受け取ったことがありますか。

- 救済制度のリーフレットの受け取り率（受け取ったことがある + 受け取ったような気がする）は10%。
- 女性より男性の方が受け取り率が高い傾向にある。特に男性20代の受け取り率が高く、全体を14pt上回っている。女性60歳以上の受け取り率が4%と最も低い。

単一回答



R4新規 Q15.救済制度のリーフレッ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。

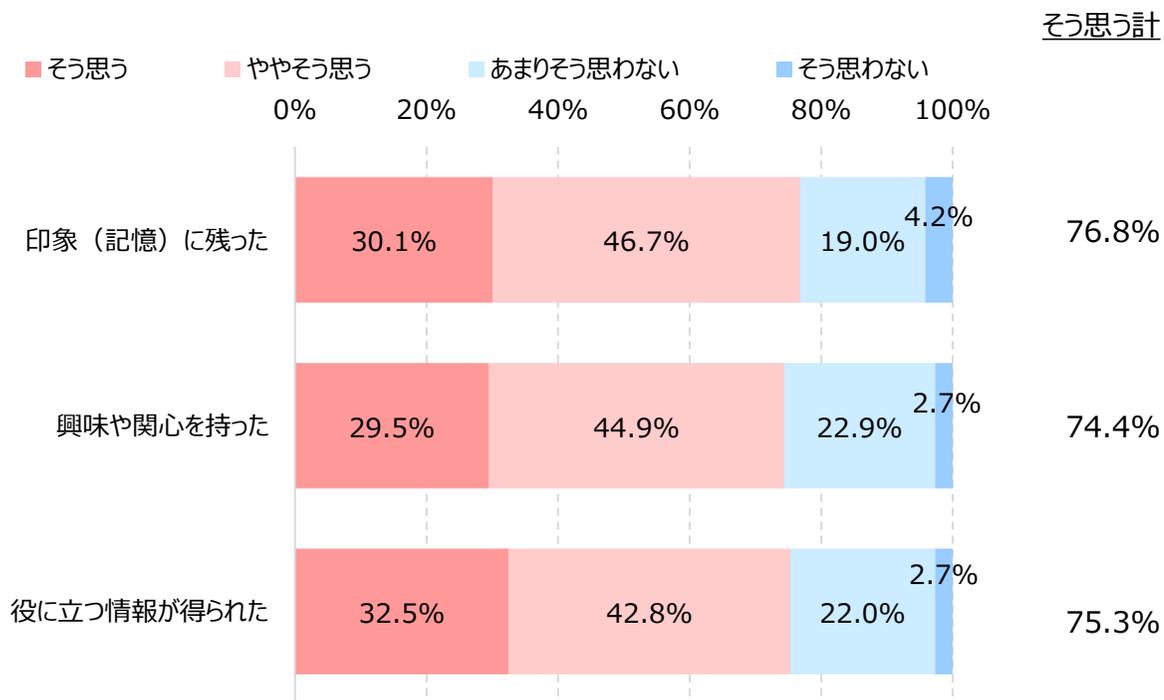
- 救済制度のリーフレットの評価（そう思う+ややそう思う）が高かった項目は「印象（記憶）に残った」77%。以下、「役に立つ情報が得られた」75%、「興味や関心を持った」74%が続く。

※救済制度リーフレット受け取り者ベース

単一回答

令和4年度調査

(n=332)



※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

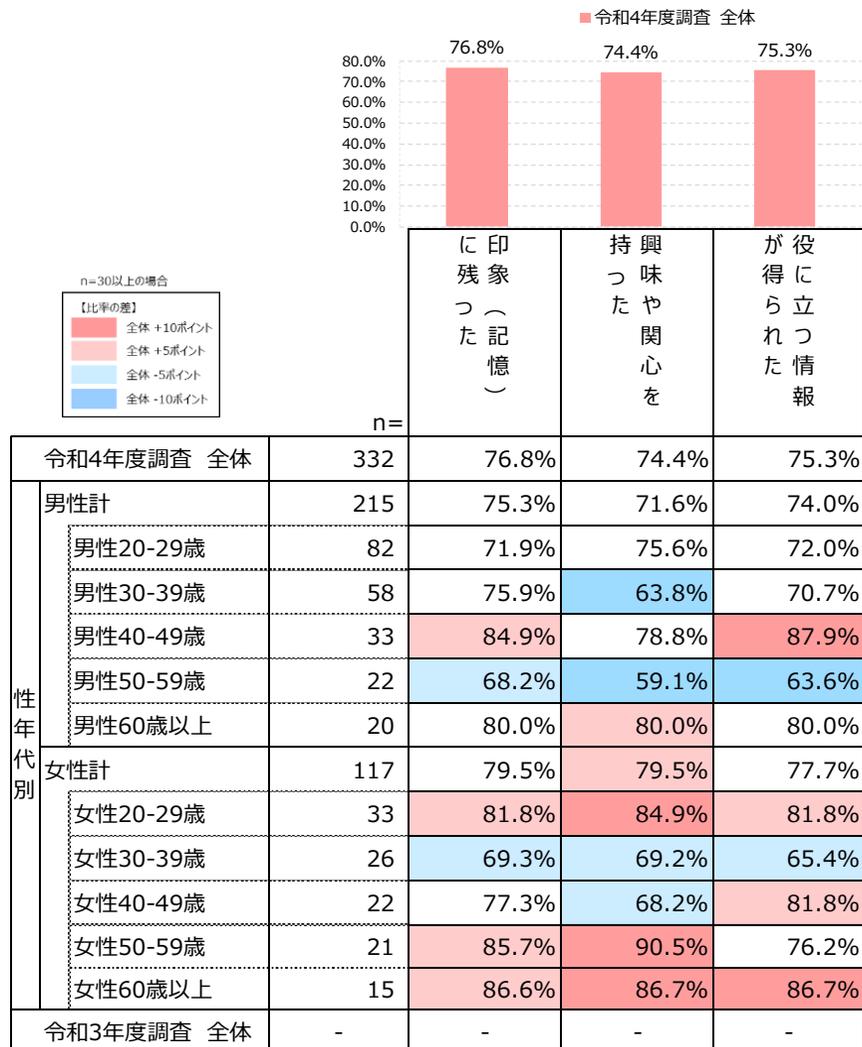
Q15 救済制度のリーフレットの評価（性・年代別）

R4新規 Q15.救済制度のリーフレッ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。

- ・「印象（記憶）に残った」が最も高かったのは女性60歳以上で87%、最も低かったのは男性50代で68%。「興味や関心を持った」で最も高かったのは女性50代で91%、最も低かったのは男性50代で59%。「役に立つ情報が得られた」で最も高かったのは男性40代で88%、最も低かったのは男性50代で64%。
- ・男性50代は3項目とも全体を9pt以上、女性30代は3項目とも5pt以上下回っている。逆に女性60歳以上は3項目とも全体を10pt以上上回っている。

※救済制度リーフレット受け取り者ベース

単一回答



※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

Q16 救済制度特設サイトの認知率

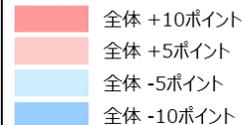
R4/R3 Q16/Q14. あなたは、これまでにインターネットで救済制度特設サイトを見たことがありますか。画像（救済制度特設サイトトップページ）をご覧になってからお答えください。

- 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11%で、R3から微増。R3で最も高かった男性30代はR4で6pt減少しているものの、男性20代では7pt増加している。
- 女性より男性、特に20～30代の方が認知率が高い傾向にある。男性の20代の認知率が特に高く27%で全体を16pt上回っている。男性60歳以上の認知率が最も低く5%となっている。

単一回答

n=30以上の場合

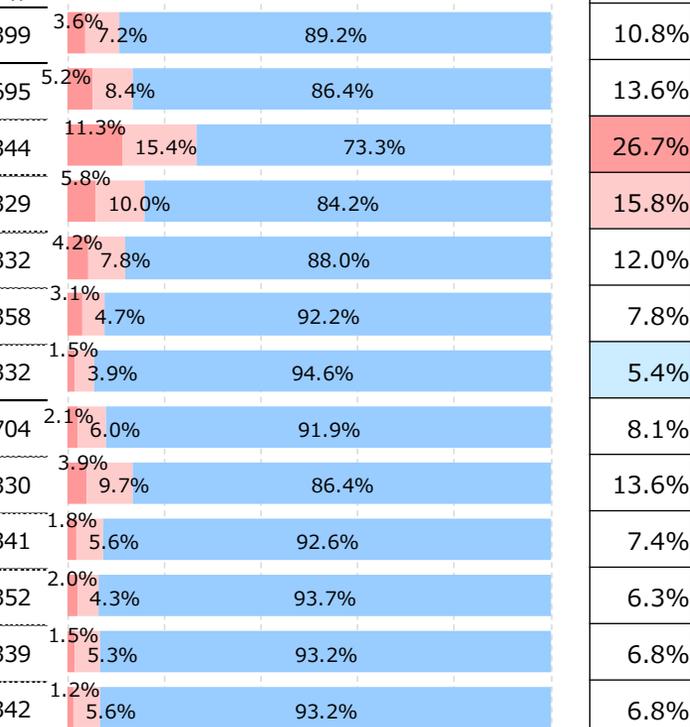
【比率の差】



令和4年度調査

■ 見たことがある ■ 見たような気がする ■ 見たことはない

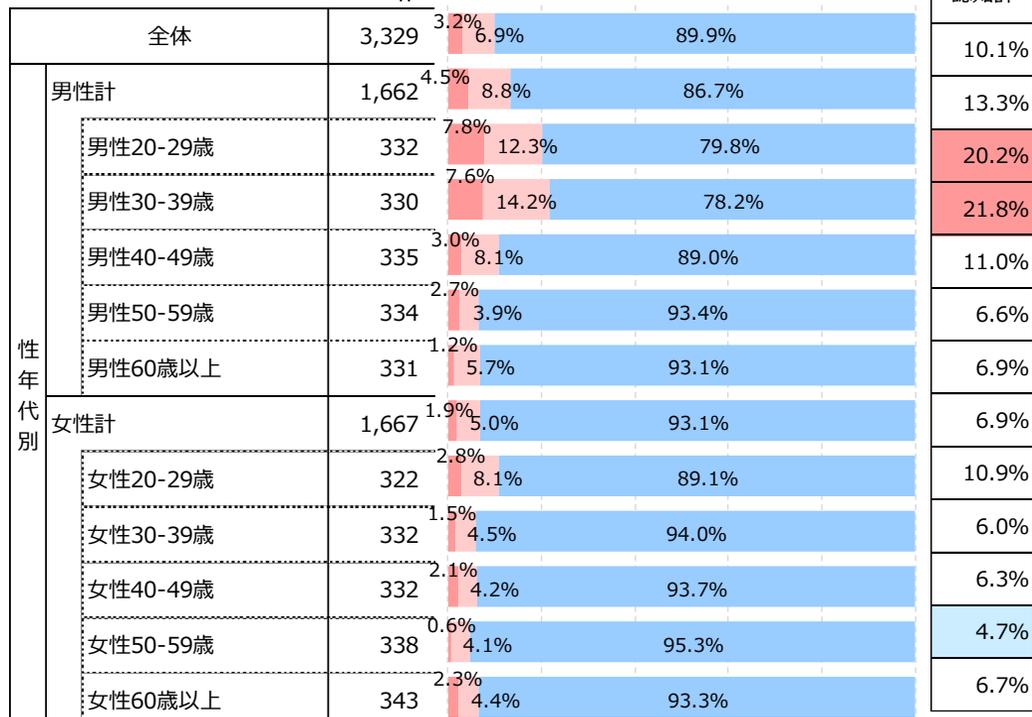
n=



令和3年度調査

■ 見たことがある ■ 見たような気がする ■ 見たことはない

n=



※認知計：「見たことがある」＋「見たような気がする」

R4/R3 Q17/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」83%。以下、「興味や関心を持った」82%、「印象（記憶）に残った」81%となっている。
- R3と比較すると「興味や関心を持った」が7pt、「役に立つ情報が得られた」が6pt、「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

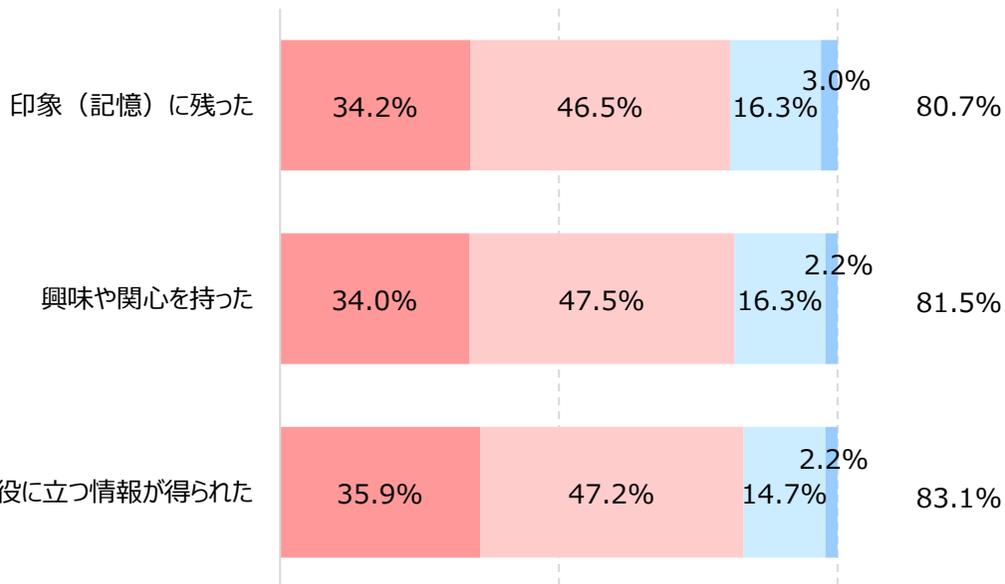
単一回答

令和4年度調査

(n=368)

■ 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 そう思う計

0% 50% 100%

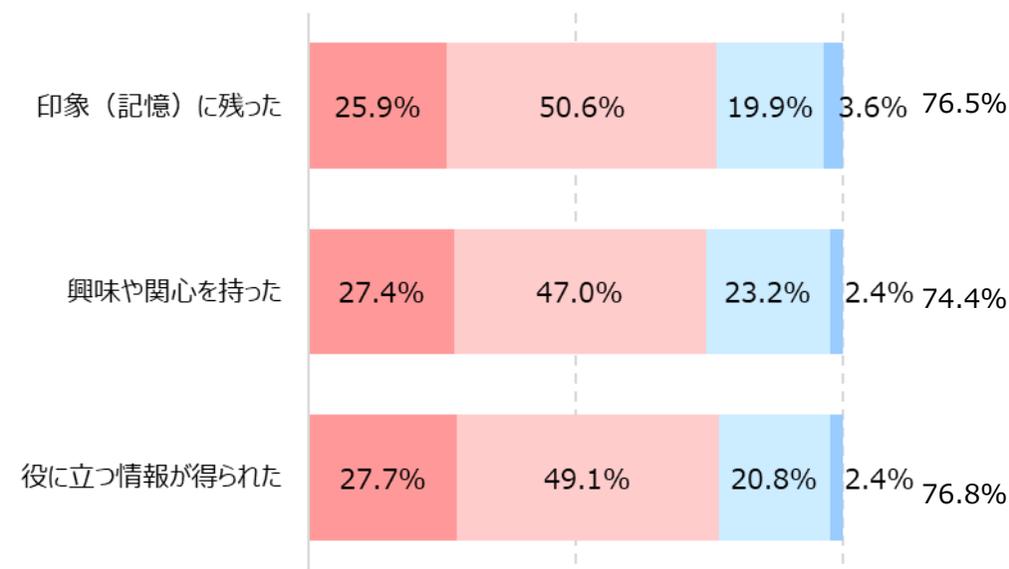


令和3年度調査

(n=336)

■ 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 そう思う計

0% 50% 100%



※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

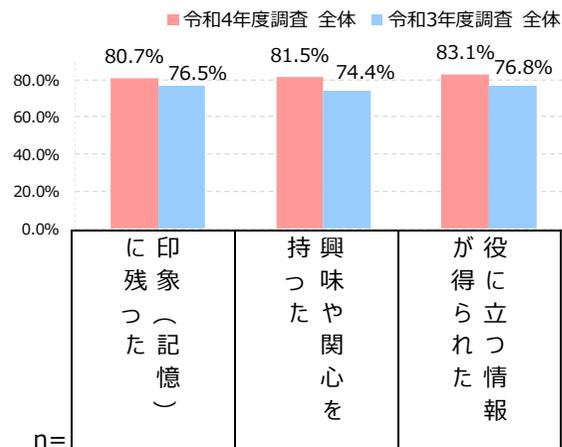
Q17 救済制度特設サイトの評価（性・年代別）

R4/R3 Q17/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。

- 「印象（記憶に残った）が最も高かったのは女性60歳以上で96%、最も低かったのは女性20代で73%。「興味や関心を持った」が最も高かったのは女性60歳以上で96%、最も低かったのは男性50代で71%。「役に立つ情報が得られた」が最も高かったのは女性30歳代で96%、最も低かったのは女性20代で76%。
- 男性よりも女性の方が3項目ともに評価が高い。特に女性60歳以上は3項目とも全体より13～15pt高い。

※「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

		n=	印象に残った（記憶）	興味や関心を持った	役に立った情報が得られた
令和4年度調査 全体		368	80.7%	81.5%	83.1%
性年代別	男性計	230	79.6%	77.4%	81.3%
	男性20-29歳	92	73.9%	76.1%	77.1%
	男性30-39歳	52	80.8%	75.0%	82.7%
	男性40-49歳	40	90.0%	82.5%	87.5%
	男性50-59歳	28	75.0%	71.4%	78.6%
	男性60歳以上	18	88.9%	88.9%	88.9%
	女性計	138	82.6%	88.5%	86.3%
	女性20-29歳	45	73.4%	80.0%	75.6%
	女性30-39歳	25	80.0%	92.0%	96.0%
	女性40-49歳	22	95.5%	90.9%	90.9%
	女性50-59歳	23	78.3%	91.3%	82.6%
女性60歳以上	23	95.7%	95.7%	95.7%	
令和3年度調査 全体		336	76.5%	74.4%	76.8%

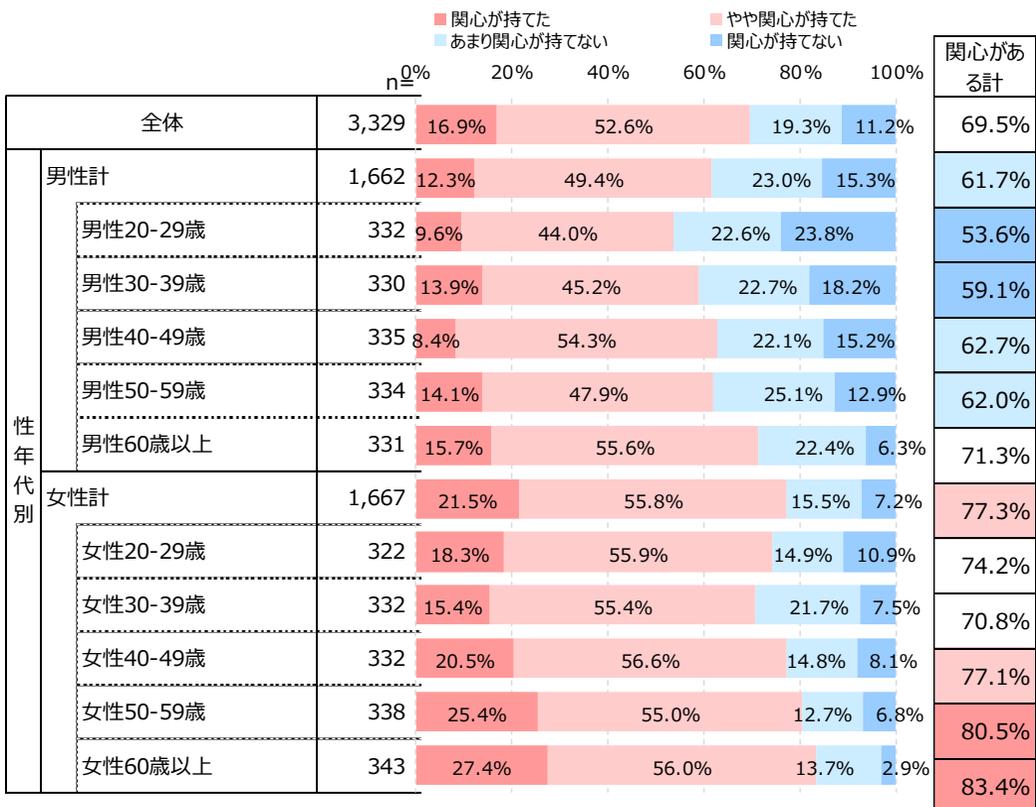
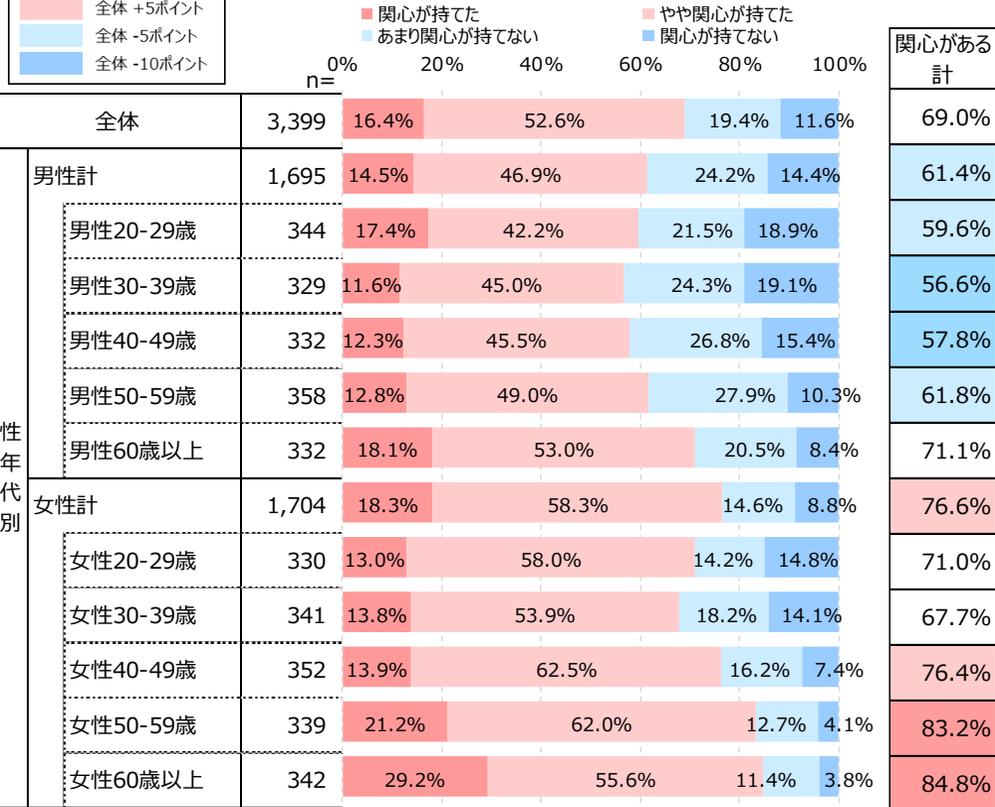
R4/R3 Q18/Q16. 画像（リーフレット）をよくお読みになってからお答えください。あなたは「医薬品副作用被害救済制度」について、どの程度関心が持てましたか。

- 医薬品副作用被害救済制度についての関心动（関心が持てた+やや関心が持てた）は69%で、R3から微減している。
- 女性の方が関心动が高く、女性全体でも全体平均を8pt上回っている。特に女性50歳以上では80%台となっており、R3からさらに増加傾向にある。
- 関心动が最も低いのは男性30代の57%で、全体平均を12pt下回っている。

単一回答

令和4年度調査

令和3年度調査



※関心がある計：「関心が持てた」+「やや関心が持てた」

R4/R3 Q19/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。

- ・年齢層によって媒体を変えるべき（若年者にはSNSをはじめとするインターネット、高齢者には自治体の広報誌、テレビ、ラジオなど）との意見もあった。
- ・電子媒体だけでなく、小冊子やおくすり手帳の裏、薬袋の裏などを使うべきとの意見もあった。
- ・薬剤師などたとえば薬を渡す際にひと言説明してはどうかという意見もあった。

自由回答

■自由記述の抜粋

お薬手帳の内容から見て少しでも気になる患者さんがいたら、処方するときにも薬剤師さんからお知らせがあるといいと思います。
Instagramのストーリーがよろしいかと思ます。
薬を貰う時に薬剤師からの声かけ等があると、もっと伝わると思ます。
無理だとは思いますが、市販薬に説明が記載されてたら分かりやすいと思う。
このようなアンケートでの宣伝などが有効だと思ます。
病院、薬局への掲示で良いと思ます。
SNSをもっと活用することが大事だと思ます。
駅構内や電車に乗る内のビジョンで見られれば、もっと認知が高まると思ます。
病院や薬局で待ち時間に流れると嫌でも目に入ると思ます
テレビCMや病院のデジタルサイネージが一番印象に残ると思ました
様々な形で知らせてほしいと思ます。テレビCMは一番目に入りやすいですが、薬を処方される人にとっては、院内や薬局などは目に入ると思ますのでたくさんの人知ってもらうには媒体数は必要だと思ます 色々な制度は知ってているものだと思うからです
公的制度であるなら市町村の広報誌でも制度が載っていると目を留める人が増えると思ます。また、市町村の子の健診時やがん検診・人間ドック等そのような場面でも会場で情報掲示やチラシ配布で教えてくれると嬉しいです。
私の場合はコロナワクチン接種後に発症し、Googleで調べたのでこの程度の情報を流しておけば認知されると思ます。
インターネットのパナー広告で出れば目につくと思ます。病院や処方箋薬局で説明がある方がよいと思す。
SNS、電車内の広告 年金給付のお知らせなど 気づく媒体に掲載した方がよいと思ます。
薬をいれる病院または薬局からの袋に広告をいれれば目につくと思ます
全然知らなかったこれからは関心を持って行きたいと思ます。
自分は服薬以前に薬局にも世話にならないが、何かあったら調べようと思す程度に認知している。必要な人には十分目につくようになっていると思ます。
認知はそれぐらいで良いんじゃないでしょうか。実際に被害に遭われたり、関心がある人がすぐに分かるようになっていけば、その他の人は殆どが関心が無いと思ます。
費用を考えなければDMとか小冊子の投函やクリアファイルの配布くらいか思い浮かびません。
医者にもあまり行かないので聞くことがなかった 思い当たらない
患者やその家族となっている場合は医師や薬剤師との会話の中で触れると必ず記憶に残るし安心を得られると思す 実際はまだその立場にない人には媒体として他に思いつかないが頻度と数を増やせば認知度は上がると思す
私は自分のも両親の病院にも通っていますが、1度も聞いたことがありませんでした。出来たら、薬局に目につくようにポスターをはっていただいたり、薬を受け取る時に、チラシを渡していただけたら、何かなと見ると思ます。特に、お年寄りには老眼鏡をかけたらしないといけないので、目を通してみてくださいなど薬局の方が声を掛けてあげないと、制度認知は出来ないと思ます。
若い人にはwv広告が一番かと思ますが高齢者にはやはりテレビCMや病院、診療所などのポスターや薬を変えた時チラシを渡し読むように言葉をかける事だと思ます
YouTubeのCMが良いと思ます
若い方でしたらSNSが1番目に留まると思ます。インスタ、Twitterなど。
テレビCMは、見ようとしてもなんとなく見ることがあります。院内と薬局のビジョンは、待ち時間に見ると思ます。
やはり薬剤の取引をする場面を知っておく必要があると思すので、薬局でリーフレットを渡すのがいいのかと思ます
もう少し、内容が詳しく説明があると、良いと思ます。
最初に見たテレビcmが非常に軽い気がして、あまり真面目な制度ではないかのような印象を受けた。今の媒体で十分だと思すが、もう少し表現を改めた方がいいかと思ます。
SNSが良いと思ます
お医者さんに話してもらうのが一番いいのではないかと思ます。
薬局のレジ前にポスターかPopを設置するとか病院内の受付にポスターやPopを設置するとか？よく目につく場所以外は意外とあんまり目にする事が無いので目に止まりやすい場所に設置した方が見る機会が多いと思ます
実際に病院にかかった時にチラシをもらったら読むと思ます。
よく目を通すSNSなどに載っていると見ると思ます。
web広告はどちらかというと若年層の方が見ると思ます。薬を飲んでいる方は、高齢者の方が多いと思すので、各市町村から配布される広報なども認知に役立つと思ます。

ライン広告やツイッター等にも若い世代は特に情報を得る機会になる媒体だと思ます、制度認知には欠かせないぐらい有効だと個人的に思ます。とっかかりが大事なので気になったり共感したものは自ら情報を取りに行く時代なのでネット検索などからこれから浸透していけばよいと思ました。
TwitterやFacebookなどで拡散すると良いと思ます。あと電車広告も不特定多数の人が見るので有効だと思ます。
とても有用な制度なので、有名なVチューバーなどに協力してもらい、彼ら彼女らの拡散力を頼りにし、認知を広めることをしたほうが良いと思ました。
お薬手帳の裏面や、目に入るところに書いてあると再度認知につながると思ます。
電車内の広告や、バスの車内の広告、特に、電車内では乗る時間が長いので、サイネージ広告を流してもらったり、大きな建物にも、サイネージ広告があれば、もっと周知が広がると思ます。
担当医からの説明があれば広く知られると思ます。
ラジオ放送が有効と思ます
薬の説明してもらうときに一緒にリーフレットを渡してもらって読むと思ます。
薬の袋に記載されていると見ると思ます。
役所から届くハガキなどに掲載されてれば、少なくとも一家で目にするようになると思すので、初めて知る人は増えると思ます。
学校とかで講演をしたらいいと思ます。
薬局などで薬をもらった時に、薬剤師さんにこういう制度がある事を教えてもらえたらいいと思ます。
今まで気にして見ていなかったのに、特に思いつきません
薬剤師さんに薬を受け取る時に一声あるといいと思ます。過去に薬の副作用で意識がなくなったり発疹が出たりと薬の副作用が出やすいタイプなので、いつも新しい薬を飲む時には不安になりますが、今まで医者も薬剤師もそのような制度の事は教えてくれませんでした。
電車内のモニター広告は多くの世代が見るので有効だと思ます。
SNSアカウントを作成した情報発信するのがいいと思ます
テレビCMが1番効果的だと思ます
小学校や中学校でチラシを配れば親は見ると思ます。認知度は上がると思ます。
実際に目につくことが多いのは、テレビです。院内や薬局はみんな好きなことをしているのでそこまで目に入らない。ポスターはもう少し色や字に工夫すれば目に入るが、そこまでこれは何かな？とおも？とおもえるポスターではない気がします。子供や30代くらいにはYou Tubeの広告でも行けると思ます、全国民でならば、テレビが有効かと思ます
年配者にはテレビCM、ラジオCM、若者向けにはユーチューブやラインでの広告配信、公共交通機関の車内ポスターや広告動画配信が良いと考えます。まずは広告媒体のチャンネルを増やし、認知度の向上を図るべきだと思ました。
企業、会社などの掲示板にポスターなどで知らせたいと思ます。知らない人が多いと思すので。
初めて見てとても参考になりました。今度から意識してみたいと思ます
本人や家族が病気でないと関心を持ち難いと思ます。私は喘息で診療待ちの時にポスターで見ました。役所等でポスターを掲示するか、証明書を入れてくれる袋に印刷しては如何でしょうか。
特に思い浮かばない
芸能人が出ていたりとかしたら興味は湧くと思ます。
自分自身が化学治療を行った際には、このような制度があることを知りませんでした。できれば、病院内のオンコロセンター内や掲示板、待合室に掲示してもらえと目に付くので情報を知り得ると思ます。
タレントを使われたらいいと思ます。
病院での診断中に、医師から直接一言あると興味を持つと思ます。
調剤薬局、一般薬局で薬をもらう際の声かけがいいと思ます。
YouTube広告以外思いつかなかった
薬局で貰う薬の袋に書いてあると必ず目を通すと思ます。
学校教育、職場研修などではどうでしょうか。ただ、ブロードキャストするより注意を引くと思ます。
薬剤師からの薬の説明時にこの制度の説明も入っていると良いと思ます。

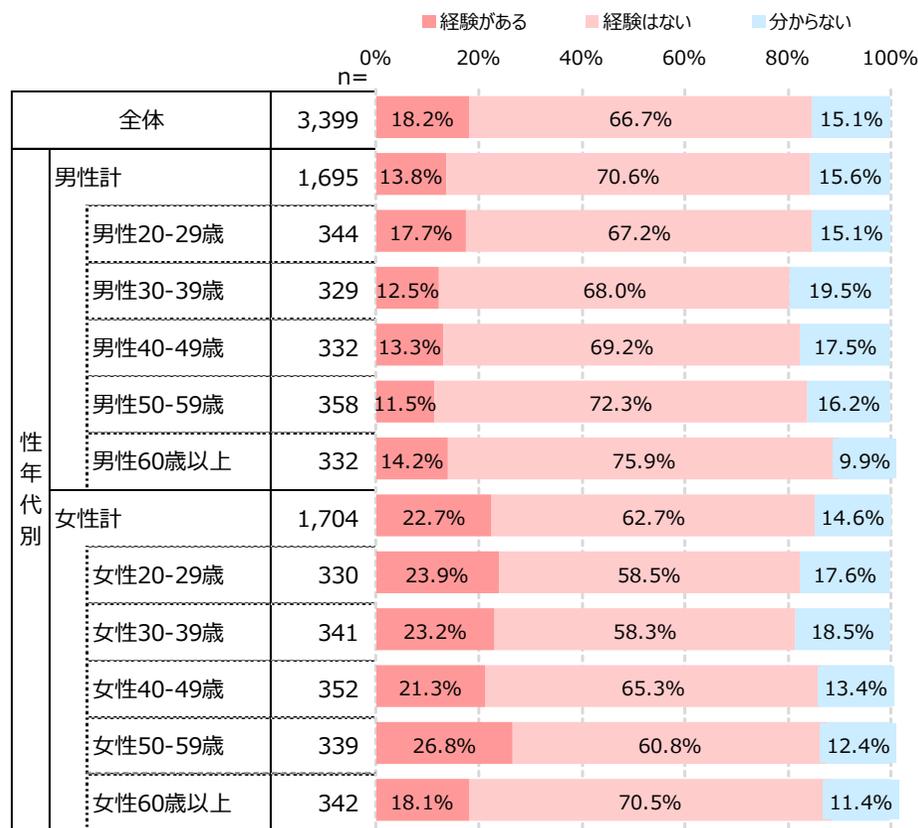
Q20 副作用の経験（本人）

R4/R3 Q20/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。

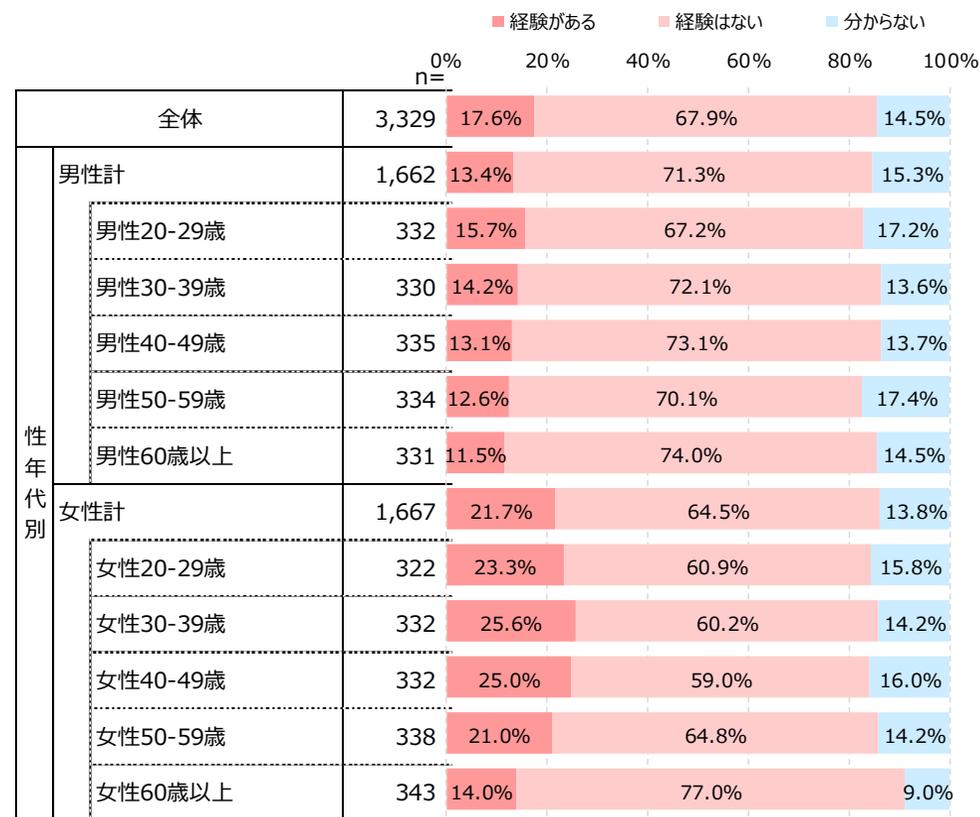
- 医薬品による副作用と思われる経験が「ある」は18%で、R3から微増。
- R3と同様、女性の方が副作用と思われる経験率が高く、特に女性50代は27%で全体より9pt高い。
- 最も経験率が低いのは男性50代で12%、次いで男性30代13%となっている。

単一回答

令和4年度調査



令和3年度調査



Q21 副作用で治療を受けた経験

R4/R3 Q21/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30%。R3と比較すると全体では4pt増加、男性は11pt増加、女性は1pt減少。
- 男性は20代43%、女性は50代41%と全体平均を11pt以上上回っている。逆に低いのが女性20代18%、40代19%で全体を11pt以上下回る。
- 男性60歳以上はR3では全体平均を10pt以上上回ったが、R4では、平均を2pt上回るにとどまっている。

※医薬品による副作用経験者ベース

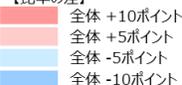
単一回答

令和4年度調査

令和3年度調査

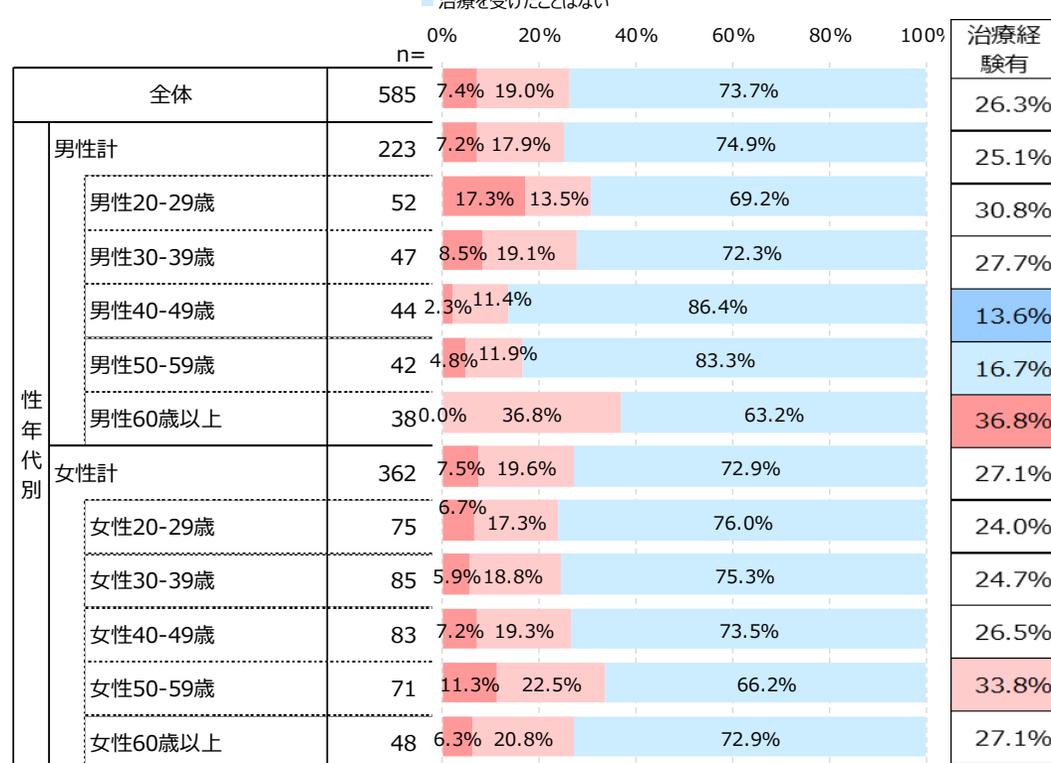
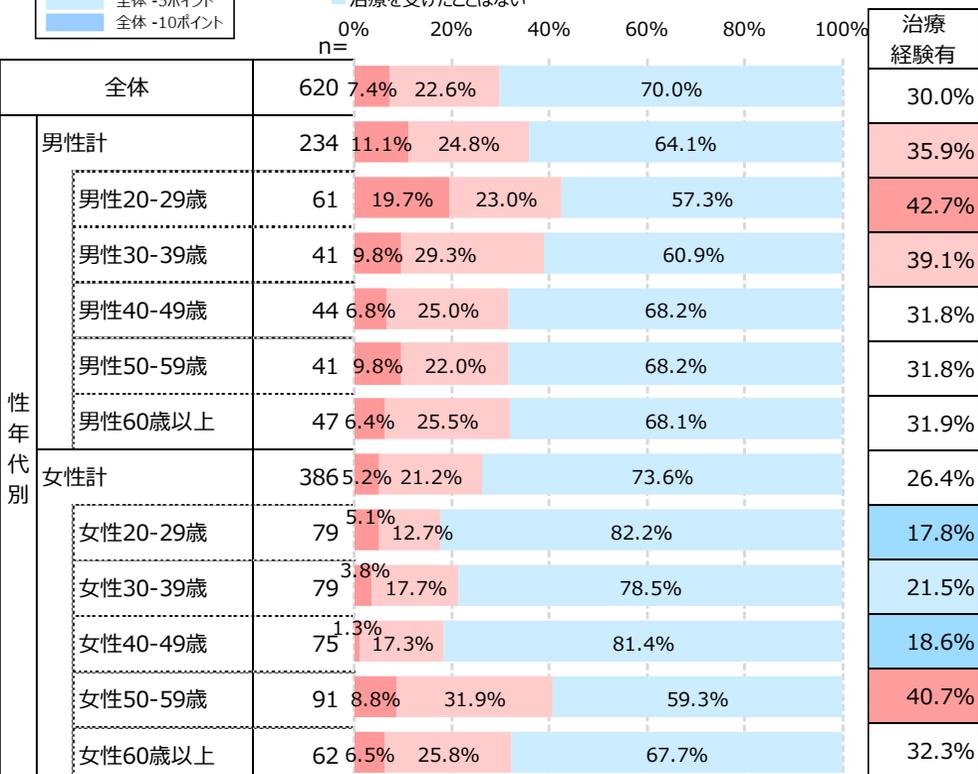
n=30以上の場合

【比率の差】



■ 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

■ 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」

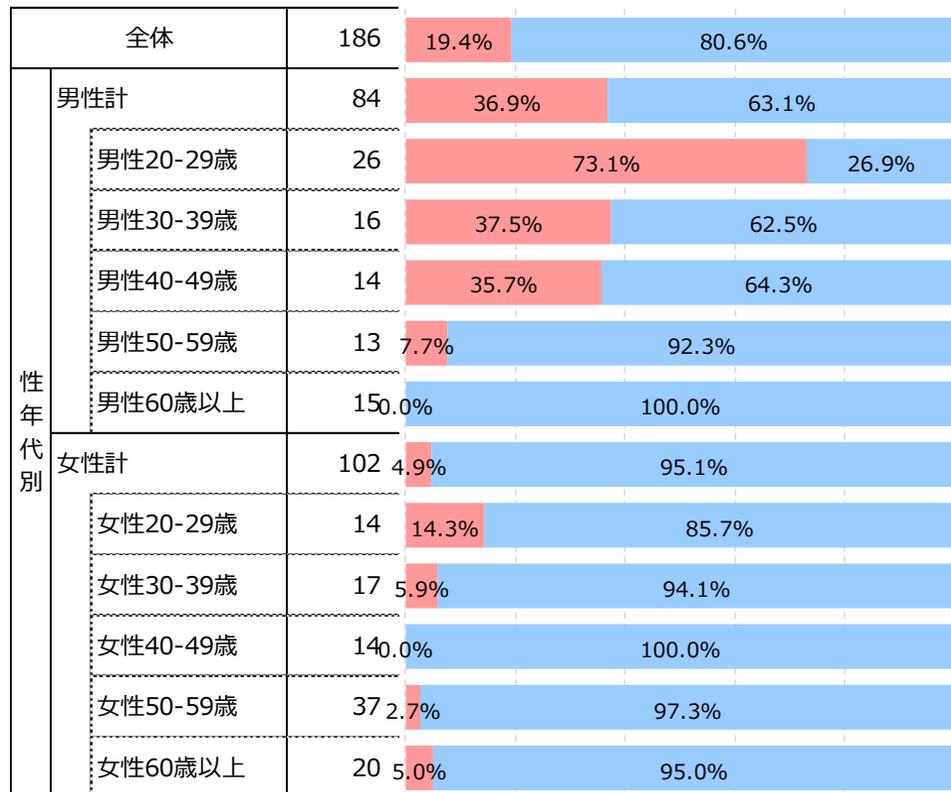
R4/R3 Q22/Q20. あなたは医薬品の副作用の治療を受けた際に、「医薬品副作用被害救済制度」を利用したことがありますか。

- 医薬品副作用被害救済制度の利用経験は全体で19%。R3から6ptの増加。男女とも比較的若年層の利用率が高い。
- 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20代で73%となり突出している。次いで男性30代38%、40代36%となっている。
- 女性は20代が14%で女性の中で最も高いが、全体平均を5pt下回る。

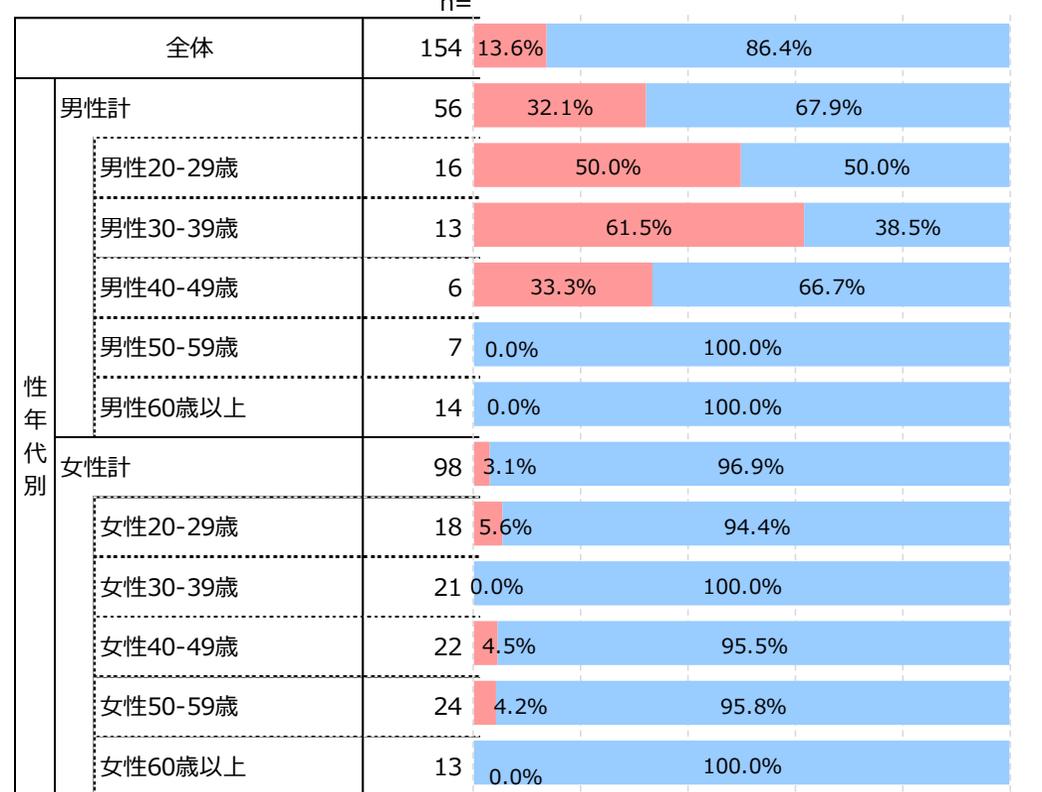
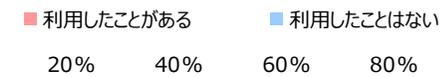
※医薬品による副作用で入院・通院の治療経験者ベース

単一回答

令和4年度調査



令和3年度調査



Q23 医薬品副作用被害救済制度を利用しなかった理由

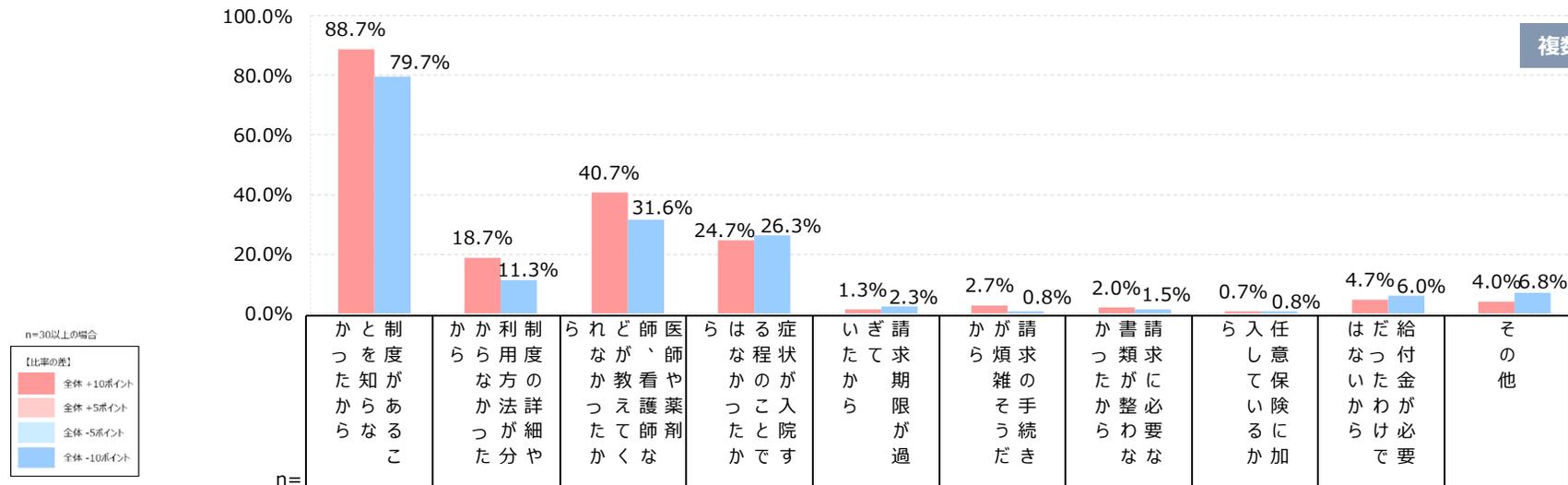
R4/R3 Q23/Q21. あなたが「医薬品副作用被害救済制度」を利用しなかった理由について、あてはまるものをすべてお選びください。

- 利用しなかった理由として最も高かったのは「制度があることを知らなかったから」で89%と、R3と同様に圧倒的に高くなり、R3より9pt増加した。次いで「医師や…教えてくれなかったから」が41%となり、R3より9pt増加した。
- 最も低かったのは「任意保険に加入しているから」となり、男性30代10%と突出している。

※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

■ 令和4年度調査 全体 ■ 令和3年度調査 全体

複数回答

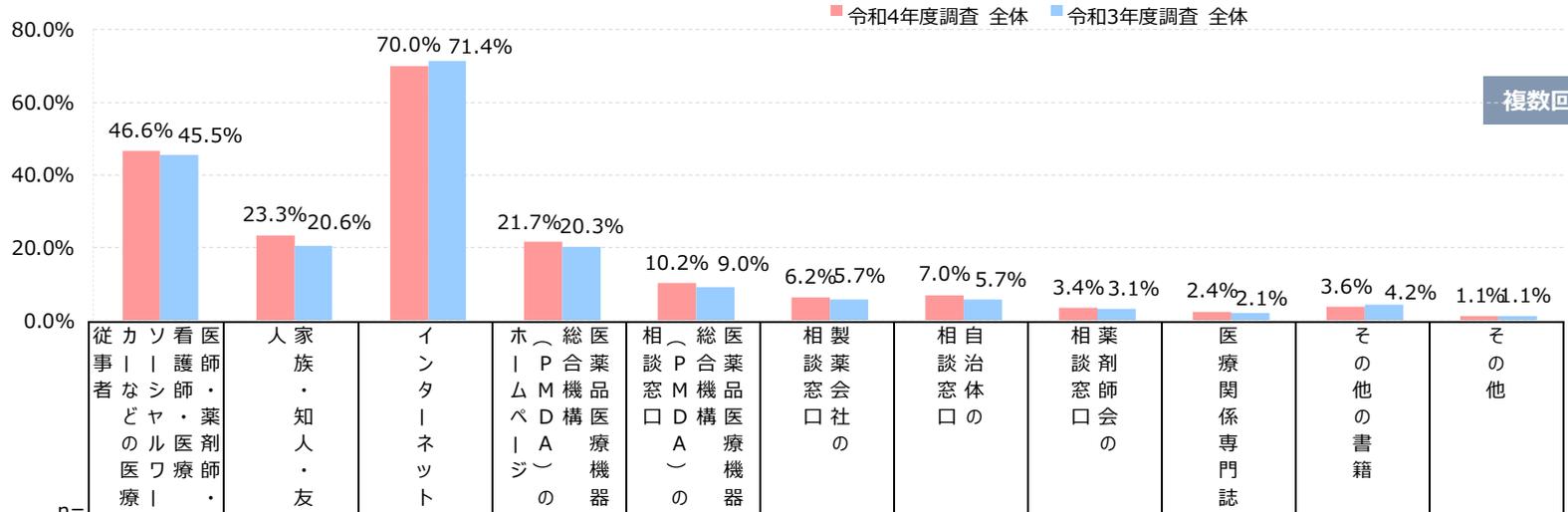


n=30以上の場合
【比率の差】
■ 全体 +10ポイント
■ 全体 +5ポイント
■ 全体 -5ポイント
■ 全体 -10ポイント

n=		150	88.7%	18.7%	40.7%	24.7%	1.3%	2.7%	2.0%	0.7%	4.7%	4.0%
令和4年度調査 全体												
性別	男性計	53	84.9%	24.5%	39.6%	22.6%	1.9%	5.7%	1.9%	1.9%	7.5%	3.8%
	男性20-29歳	7	85.7%	28.6%	28.6%	14.3%	0.0%	14.3%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%
	男性30-39歳	10	90.0%	30.0%	40.0%	30.0%	0.0%	10.0%	0.0%	10.0%	0.0%	0.0%
	男性40-49歳	9	66.7%	44.4%	44.4%	44.4%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	11.1%
	男性50-59歳	12	83.3%	16.7%	41.7%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.3%
	男性60歳以上	15	93.3%	13.3%	40.0%	13.3%	0.0%	6.7%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%
	女性計	97	90.7%	15.5%	41.2%	25.8%	1.0%	1.0%	2.1%	0.0%	3.1%	4.1%
	女性20-29歳	12	83.3%	16.7%	41.7%	25.0%	0.0%	0.0%	8.3%	0.0%	0.0%	8.3%
	女性30-39歳	16	93.8%	12.5%	37.5%	37.5%	0.0%	6.3%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%
	女性40-49歳	14	100.0%	14.3%	50.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
女性50-59歳	36	97.2%	19.4%	38.9%	27.8%	2.8%	0.0%	2.8%	0.0%	0.0%	2.8%	
女性60歳以上	19	73.7%	10.5%	42.1%	21.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.3%	10.5%	
令和3年度調査 全体		133	79.7%	11.3%	31.6%	26.3%	2.3%	0.8%	1.5%	0.8%	6.0%	6.8%

R4/R3 Q24/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。

- ・情報収集方法として最も高かったのは「インターネット」70%、次いで「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」47%、「家族、知人・友人」23%となっている。
- ・R3と比較すると、「インターネット」「その他の書籍」は減少しているが、他の全ての項目で増加している（その他除く）。
- 「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」は、男女ともに60歳以上で高く、男性20～40代で低くなっている。



複数回答

		令和4年度調査 全体	3,399	46.6%	23.3%	70.0%	21.7%	10.2%	6.2%	7.0%	3.4%	2.4%	3.6%	1.1%
性年代別	令和4年度調査 全体	3,399	46.6%	23.3%	70.0%	21.7%	10.2%	6.2%	7.0%	3.4%	2.4%	3.6%	1.1%	
	男性計	1,695	43.0%	21.4%	67.5%	18.6%	9.4%	5.5%	8.0%	2.9%	2.8%	5.3%	1.8%	
	男性20-29歳	344	36.6%	29.4%	54.4%	19.2%	9.6%	10.5%	8.1%	6.7%	5.5%	9.3%	1.7%	
	男性30-39歳	329	39.2%	22.8%	65.7%	16.1%	9.7%	4.6%	6.4%	2.1%	1.8%	6.4%	1.8%	
	男性40-49歳	332	36.7%	22.6%	74.1%	17.2%	10.2%	3.9%	6.6%	0.6%	3.0%	4.5%	1.8%	
	男性50-59歳	358	45.3%	17.6%	73.2%	20.9%	6.7%	2.8%	5.9%	0.6%	1.7%	2.8%	1.4%	
	男性60歳以上	332	57.2%	14.8%	70.2%	19.3%	10.8%	6.0%	13.0%	4.8%	1.8%	3.3%	2.1%	
	女性計	1,704	50.2%	25.2%	72.5%	24.8%	11.1%	6.9%	6.0%	3.9%	2.0%	1.9%	0.4%	
	女性20-29歳	330	46.7%	27.9%	66.1%	21.8%	9.7%	4.8%	3.0%	1.2%	3.6%	3.3%	0.6%	
	女性30-39歳	341	48.4%	22.9%	73.0%	20.8%	10.9%	6.2%	3.2%	3.2%	2.1%	3.5%	0.9%	
女性40-49歳	352	48.0%	26.4%	77.8%	24.1%	10.8%	5.1%	4.8%	3.7%	1.1%	1.4%	0.0%		
女性50-59歳	339	51.0%	23.6%	74.6%	27.7%	12.1%	6.5%	7.7%	4.4%	1.5%	1.2%	0.6%		
女性60歳以上	342	56.7%	25.4%	70.8%	29.2%	12.0%	11.7%	11.1%	7.0%	1.8%	0.3%	0.0%		
令和3年度調査 全体	3,329	45.5%	20.6%	71.4%	20.3%	9.0%	5.7%	5.7%	3.1%	2.1%	4.2%	1.1%		

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

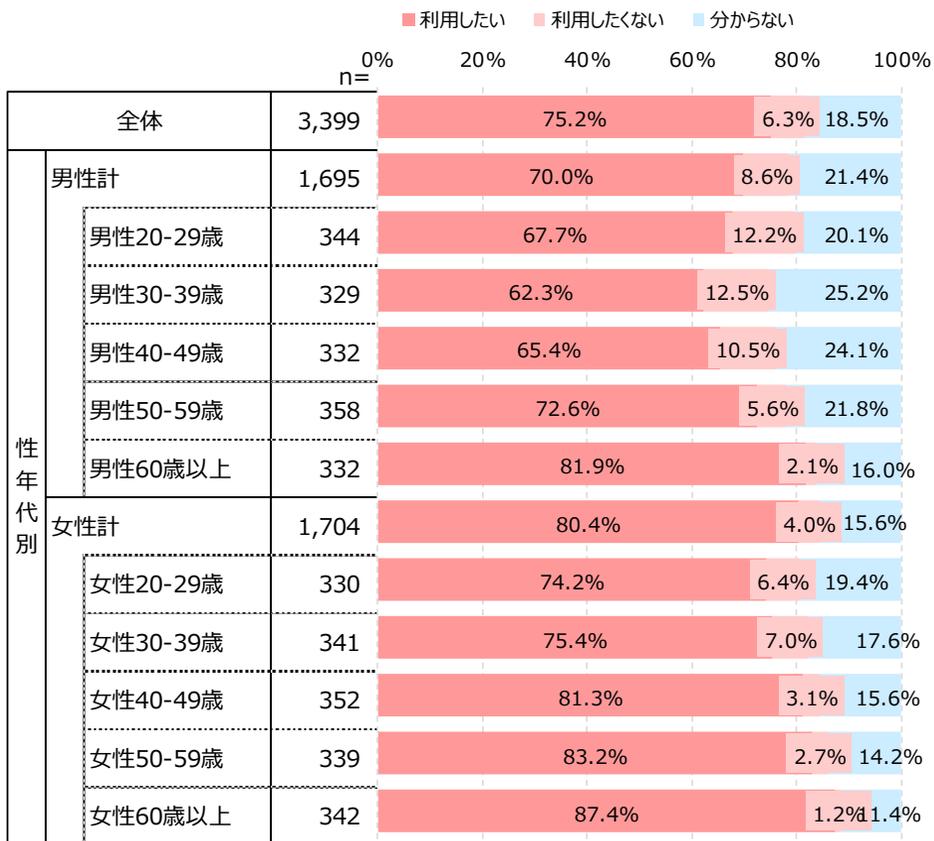
Q25 医薬品副作用被害救済制度 今後の利用意向

R4/R3 Q25/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。

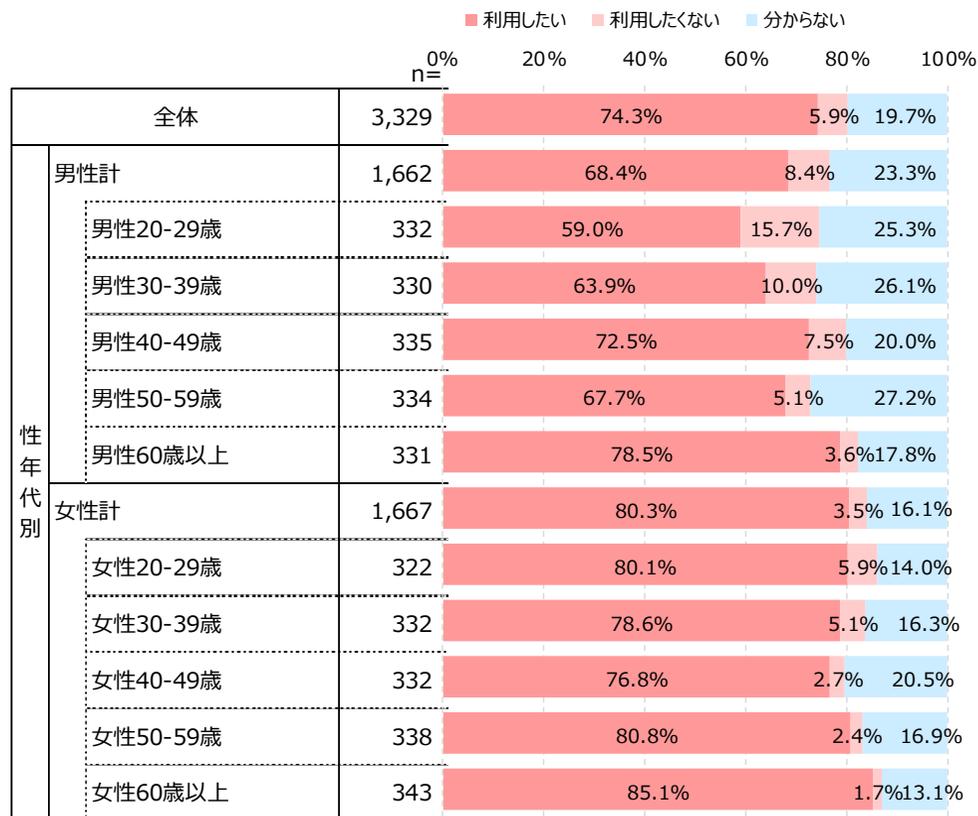
- 今後の利用意向（利用したい）は75%で、R3から微増。「利用したくない」は6%で、R3から微増。
- 今後の利用意向は男性と比べて女性の方が10pt高い。女性60歳以上は87%で最も利用意向が高い。逆に男性30代が62%と最も利用意向が低い。

単一回答

令和4年度調査



令和3年度調査



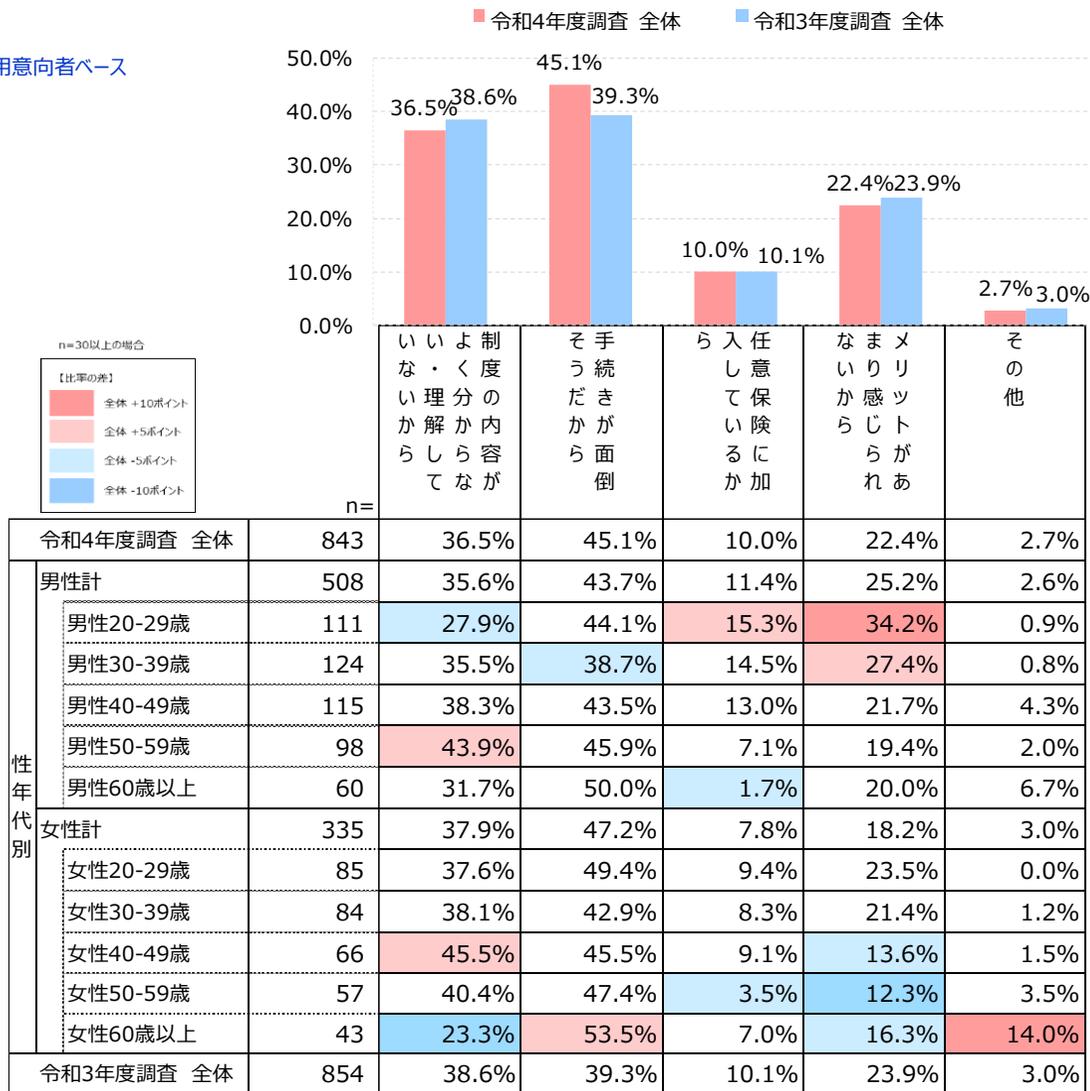
Q26 医薬品副作用被害救済制度 利用したくない理由

R4/R3 Q26/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「利用したくない」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」45%、「制度の内容がよく分からない・理解していないから」が37%。以下「メリットがあまり感じられないから」22%と続く。R3よりも「手続きが面倒そうだから」が6pt増加したが、それ以外の項目は減少。
- 男性50代、女性40代は「制度の内容がよく分からない・理解していないから」が高い。女性60歳以上は同項目は23%となったが、「手続きが面倒そうだから」が性別年代別で最も高く54%となった。「メリットがあまり感じられないから」は男性20～30代では高いが、女性40代以上では低い傾向にある。

※「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



R4/R3 Q27/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。

■自由記述の抜粋

テレビCM/テレビ番組・ニュース

同じ日本国民でも世代や性別、職業などによって訪れる場所や目にする媒体は様々である。そのため、可能な限り多くの場所や媒体での広報が必要である。また、新聞広告では真面目な雰囲気、テレビCMには有名人を起用、Web上ではインフルエンサーに協力してもらうなど、その媒体の特性に合った広報が効果的と考えられる。
耳や目に残りやすい印象のテレビCMやネット広告を展開する
医療機関で薬を処方された時に、医療従事者からそのような制度があることを告知することを義務化する。それをテレビCMや新聞、ラジオ等のマスメディアで義務化されたことを広報する。
テレビCM。処方されたときに副作用による被害があれば救済制度があると告知する。
まずはテレビCMを各時間に流す。薬局で処方薬を受けとる人にリーフレットを配る。
一番は医薬品をよく摂取する世代が見ている時間帯にテレビCMを流すこと。あとは、医薬品を受け取る時にパンフレットを入れとく。
今現在人気のタレントさんが出演するテレビCMなどで放送する。
DM 頻繁なテレビCM ニュースで取り扱う
みんな自分が被害にあうまで興味持たないと思うので、テレビCMやYouTubeなどの動画の広告で 流せば目に入りやすいと思う。
頻繁にテレビCMで流す、情報番組などで取り上げてもらう
ゴールデンタイム枠のテレビCM放送 薬局で処方箋を渡して薬をもらうまでの待機時にパンフを渡して読んでもらうようにする、またその薬局の数を増やす
テレビCM、診療所、病院で薬を処方する時チラシも渡す 新たな薬を処方する時にはチラシを読むように声をかける事
テレビCMやネット動画はほとんど見ることがないので、病院、薬局でポスター等の告知があれば待ち時間に見ると思う。
テレビCMで流すのがいいと思う。そしたらみんなに伝わると思うし、ご飯時に流れるととてもいいと思うので誰でもわかりやすく説明して頂けるようテレビCMなどで流していただきたいです。
テレビCMやSNSなどよく見るので若い世代も知る機会が増えると思います。
テレビの有名報道番組で特集する
まずテレビやSNSで認知度を上げる。若い人は認知すれば自分で色々調べるので 細かい情報よりも大枠を教えて欲しい
やはり、テレビCMが一番、広く知ってもらえると思います。また、病院・薬局(動画・パンフレット)YouTube・先程の電車・バス・大きな建物でのサイネージ広告でもっと広がると思います。
マスメディア(テレビ、新聞、ネットニュース)、地元の広報、医療機関窓口でのアピール
テレビやネットのCMがまず手取り早いかなと思います。それでも見てない人には届かないので、やはり役所などから家庭にハガキで届くのが手取り早いですし、家庭の誰かがそれを見たらそれだけで家族全員に伝わり、どんどん知られて普及していくと思います。家に手紙なりハガキなり届けば、必ず一度は目を通すので、今や古い手法ですがある意味で伝わりやすい方法かなと思います。
テレビの番組などでクロスアップしてもらおう効果があると思います。
テレビCMや薬局ポスター、芸能人のインスタやブログ等、同時期に各広告を大々的にする事が認知度アップになると思う。
薬局で薬を待っている間、テレビ画面に出たら、きっと見るでしょう。薬を飲んでいる人なのですから。
テレビでスポット広告を入れる。地域のコミュニティセンターで地道に広報活動する。
一番はやはりテレビコマーシャルだと思う。あと、薬を飲んだ時の副作用であるから薬を手渡された時に読めるようなチラシもあったらいいと思う。薬局や病院の待ち合いのラックにあったらいいと思う。

薬局・薬剤師・薬関係

薬局でリーフレットを配る曜日を決め、配布する。日本語だけではなく英語版も作る。薬局アプリや健康アプリなどで配信する。
病院での受診した際、または薬局で購入して服用した際に起こりうる事なので薬の袋、箱に目立つ注意書きをして知らしめる方法が良いのではないかとと思う
病院の調剤薬局で、お薬をもらうときに、薬剤師さんから説明を受ける。
薬局で薬剤師から説明を受けること 薬局にポスターを貼ること
保険証の配布時にリーフレットの同封。病院、薬局でリーフレット配布とご案内。駅や電車に広告物の掲示。健康診断時に案内、配布。
薬局での処方待ち時間と薬局スペースを大いに活用すべき。
薬局で説明を義務化してはどうでしょうか。
薬局やお薬手帳に情報をわかりやすく明示
処方薬局などで薬と一緒にパンフレットを渡してほしい。
病院や薬局、役所などにポスターを貼る。テレビ番組で取り上げてもらい知ってもらう。新聞広告を出す。
薬局や病院窓口で啓発パンフレット配布と声かけをする。
このアンケート内で紹介されたようなCM等での広報や、パンフレット、リーフレット等での広報。病院、薬局、自治体で。
病院や薬局で渡される薬の袋もしくは説明書にその旨を記載する 市販薬も同様
処方箋薬局で薬をもらう時に簡単な説明とチラシをもらえたらいいと思う
薬局で薬を待っている間、テレビ画面に出たら、きっと見るでしょう。薬を飲んでいる人なのですから。
薬局での地道な宣伝活動が必要であると考えます
薬局で、わかりやすく説明を受けること
薬を飲まなくてはならない人に必要なものだからやはり病院や薬局の待ち合いに広告が貼ってあると目につきやすいと思う。
薬局でお薬手帳を提出した際に、初めて処方される薬の場合にはリーフレットを入れてもらえたり、市販薬にはパッケージ裏面や説明書に注意書きを記載してもらえると良いと思う。それに伴い、詳しく知りたいと思ったときにQRコードからホームページにアクセスできると正しく知ることができて良いと思う。

自由回答

インターネット/SNS

SNSの配信→若い世代にも興味を持ってもらう。医薬品副作用被害者救済制度のイベントを開催する。実際に起きた事例などを紹介。自分に起きた場合、どのように対応したら良いかわからない人が多いと思うので、相談窓口や連絡先などを紹介する。
コロナワクチンの副作用に絡めて、テレビCM、You Tube、SNSなど、一般人の目につくところで紹介する。
学校でチラシ配布など 若年層向けにSNS活用 青年・中年・壮年・老年にはポステイング
新型コロナウイルス感染症が流行している今だからこそ、副反応という言葉を知っている人がほとんどだとと思うので、副反応と調べたときに検索結果の上位にあつたら目に留まると思います。あとは、10代、20代など若い人たちが認知が低いと思うので若者がよく使用するSNS(TwitterやInstagram)の広告にこの制度を表示させるようにしたら広まると思います。
テレビCMやSNSアカウントを作成する YouTubeに短い動画を投稿する
その制度を使用して実際に助かった人の体験談など。口コミのような形で気軽にSNSで拡散されると良いと思う。
みんなの目につくようなSNSでの広告や薬をもらう際、そのようなチラシと一緒にいれれば目にする機会も増えると思う。

R4/R3 Q27/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、処方箋などもあがっている。
- 展開方法としてはCM（テレビ、インターネット）、動画投稿、情報番組やワイドショーで取り上げるなどの意見もあった。

■周知場所、媒体、展開方法別数

自由回答

(n=3,399)

場所	薬局・ドラッグストア		334
	病院・クリニック		227
	役所・公共機関		20
媒体	テレビ・TV		637
	インターネット	SNS全般	178
		Youtube	104
		全般	51
		Twitter・Instagram	60
		インターネット計	393
	チラシ・リーフレット・パンフレット等		172
	ポスター		103
	新聞・雑誌		63
	おくすり手帳		28
	処方箋		34
薬のパッケージ・薬袋		16	
展開方法	CM・コマーシャル・広告(テレビ)		368
	CM・コマーシャル・広告(インターネット)		78
	動画投稿		56
	情報番組		17
	ワイドショー		15

R4/R3 Q28/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）

- 文章が難しく理解が大変、内容がわかりにくいなどの意見があった一方、とても良い情報を知るきっかけになったという意見もあった。
- 説明文を読んでPMDAのホームページを閲覧したいと思った、制度をより良く知りたいと思ったという積極的な意見もあった。
- まだ周知不足で制度を知っている人は多くないので周知徹底が必要という意見があった。

自由回答

付録：調査票

調査概要	
質問番号	質問内容
回答者条件：全員	
表示形式：ラジオボタン	
F1 SA B	あなたの性別をお選びください。(1つだけ)
	1. 男性 2. 女性
回答者条件：全員	
表示形式：ラジオボタン	
F2 SA B	あなたの年齢をお答えください。
	1. <input type="text"/> 歳
回答者条件：全員	
表示形式：ラジオボタン	
F3 SA B	あなたのお住まいをお選びください。(1つだけ)
	<p>■北海道地方</p> 1. 北海道 <p>■東北地方</p> 2. 青森県 3. 岩手県 4. 宮城県 5. 秋田県 6. 山形県 7. 福島県 <p>■関東地方</p> 8. 茨城県 9. 栃木県 10. 群馬県 11. 埼玉県 12. 千葉県 13. 東京都 14. 神奈川県 <p>■中部地方</p> 15. 新潟県 16. 富山県 17. 石川県 18. 福井県 19. 山梨県 20. 長野県 21. 岐阜県 22. 静岡県 23. 愛知県 24. 三重県 <p>■近畿地方</p> 25. 滋賀県 26. 京都府 27. 大阪府 28. 兵庫県 29. 奈良県 30. 和歌山県 <p>■中国地方</p> 31. 鳥取県 32. 島根県 33. 岡山県 34. 広島県 35. 山口県 <p>■四国地方</p> 36. 徳島県 37. 香川県 38. 愛媛県 39. 高知県 <p>■九州地方</p> 40. 福岡県 41. 佐賀県 42. 長門県 43. 熊本県 44. 大分県 45. 宮崎県 46. 鹿児島県 47. 沖縄県

回答者条件：全員	
表示形式：ラジオボタン	
F4 SA B	あなたは、現在ご結婚されていますか。
	1. 未婚（離別・死別含む） 2. 既婚
回答者条件：全員	
表示形式：ラジオボタン	
F5 SA B	あなたには、現在お子様がいらっしゃいますか。
	1. 子供がいない 2. 子供がいる
回答者条件：全員	
表示形式：ラジオボタン	
F6 SA B	あなたの世帯年収（税込）を教えてください。(ひとつだけ)
	1. 200万円未満 2. 200～400万円未満 3. 400～600万円未満 4. 600～800万円未満 5. 800～1000万円未満 6. 1000～1200万円未満 7. 1200～1500万円未満 8. 1500～2000万円未満 9. 2000万円以上 10. わからない
回答者条件：全員	
表示形式：ラジオボタン	
F7 SA B	あなたの個人年収（税込）をお答えください。(ひとつだけ)
	1. 200万円未満 2. 200～400万円未満 3. 400～600万円未満 4. 600～800万円未満 5. 800～1000万円未満 6. 1000～1200万円未満 7. 1200～1500万円未満 8. 1500～2000万円未満 9. 2000万円以上 10. わからない
回答者条件：全員	
表示形式：ラジオボタン	
F8 SA B	あなたの現在のご職業をお答えください。
	1. 公務員 2. 経営者・役員 3. 会社員(事務系) 4. 会社員(技術系) 5. 会社員(その他) 6. 自営業 7. 自由業 8. 専業主婦(主夫) 9. パート・アルバイト 10. 学生 11. その他 12. 無職

回答者条件： F8で「10.学生」 いずれかを選択した方のみ
表示形式： ラジオボタン

F9
SA
B

学生の方にお伺いします。
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

回答者条件： 全員
表示形式： ラジオボタン

Q1
SA
B

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」があることを存じですか。

- 知っている
- 聞いたことがある
- 知らない

回答者条件： 全員
表示形式： ラジオボタン

Q2
SA
B

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「生物由来製品感染被害救済制度」があることを存じですか。

- 知っている
- 聞いたことがある
- 知らない

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
表示形式： ラジオボタン

Q3
MTB
B

「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選びください。

=====**項目**=====

- 医薬品の副作用による被害を受けた方の出退を救済す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

=====**選択数**=====

- 知っている
- 知らない

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
表示形式： ラジオボタン

Q4
B

あなたは「医薬品副作用被害救済制度」までのようにして（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

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

Q5
MA
B

あなたは「医薬品副作用被害救済制度」について、誰から知りましたが、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

回答者条件： 全員
表示形式： ラジオボタン

Q6
MTB
B
G



「動画1（TVCM）まご宛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。



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。

=====**項目**=====

- テレビの放送で
- インターネットサイトで

=====**選択数**=====

- 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

回答者条件： Q6で「1.テレビの放送で」「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」「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
表示形式： ラジオボタン

Q7
MTS
8

動画（TVCM）をご覧ください。以下それぞれにあてはまると思われるものひとつお選びください。

=====**項目**=====

1. 印象（記憶）に残った
2. 興味や関心を持った
3. 役に立つ情報が得られた
4. 医薬品副作用被害救済制度について、どのような制度が詳しい情報を得るためにインターネット等で調べてみようと思った

=====**選択肢**=====

1. そう思う
2. ややそう思う
3. あまりそう思わない
4. そう思わない

回答者条件： 全員
表示形式： ラジオボタン

Q8
SA
4 5



「動画2（医薬品副作用被害救済制度紹介動画）をご覧ください。」

※この動画は音声が流れます。
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**をお願いします。
【動画視聴後】
・パソコンの場合は動画ページタブを閉じ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。



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。

1. 見たことがある
2. 見たような気がする
3. 見たことはない
4. 動画が見られない

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
表示形式： ラジオボタン

Q9
MTS
8

動画（救済制度紹介動画）をご覧ください。以下それぞれにあてはまると思われるものひとつお選びください。

=====**項目**=====

1. 印象（記憶）に残った
2. 興味や関心を持った
3. 役に立つ情報が得られた
4. 医薬品副作用被害救済制度について、どのような制度が詳しい情報を得るためにインターネット等で調べてみようと思った

=====**選択肢**=====

1. そう思う
2. ややそう思う
3. あまりそう思わない
4. そう思わない

回答者条件： 全員
表示形式： ラジオボタン

Q10
SA
8

画像（新聞広告）をご覧ください。



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。

1. 見たことがある
2. 見たような気がする
3. 見たことはない

回答者条件： 全員
表示形式： ラジオボタン

Q11
MTS
8

新聞広告をご覧ください。以下それぞれにあてはまると思われるものひとつお選びください。

=====**項目**=====

1. 印象（記憶）に残った
2. 興味や関心を持った
3. 役に立つ情報が得られた
4. 医薬品副作用被害救済制度について、どのような制度が詳しい情報を得るためにインターネット等で調べてみようと思った

=====**選択肢**=====

1. そう思う
2. ややそう思う
3. あまりそう思わない
4. そう思わない

回答者条件： 全員
表示形式： ラジオボタン

Q12
SA
8

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。

1. 見たことがある
2. 見たような気がする
3. 見たことはない

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
表示形式： ラジオボタン

Q12
M17
B

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かせします。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。

=====
項目
=====
1. 印象（記憶）に残った
2. 興味や関心を持った
3. 役に立つ情報が得られた

=====
選択数
=====
1. そう思う
2. ややそう思う
3. あまりそう思わない
4. そう思わない

回答者条件： 全員
表示形式： ラジオボタン

Q14
CA
B

あなたは、これまでに薬局で救済制度のリーフレットを受け取ったことがありますか。

1. 受け取ったことがある
2. 受け取ったような気がする
3. 受け取っていない

回答者条件： Q14で「1.受け取ったことがある」～「2.受け取ったような気がする」 いずれかを選択した方のみ
表示形式： ラジオボタン

Q15
M18
B

救済制度のリーフレットをご覧になった感想をお聞かせします。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。

=====
項目
=====
1. 印象（記憶）に残った
2. 興味や関心を持った
3. 役に立つ情報が得られた

=====
選択数
=====
1. そう思う
2. ややそう思う
3. あまりそう思わない
4. そう思わない

回答者条件： 全員
表示形式： ラジオボタン

Q16
CA
B

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します。



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。

※画像をクリックしサイト参照後に回答可能となります。

1. 見たことがある
2. 見たような気がする
3. 見たことはない

回答者条件： Q16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
表示形式： ラジオボタン

Q17
M19
B

救済制度特設サイトをご覧になった感想をお聞かせします。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。

=====
項目
=====
1. 印象（記憶）に残った
2. 興味や関心を持った
3. 役に立つ情報が得られた

=====
選択数
=====
1. そう思う
2. ややそう思う
3. あまりそう思わない
4. そう思わない

回答者条件： 全員
表示形式： ラジオボタン

Q18
CA
B

リーフレットの評価を「関心度」で聴取します。

【表】



【表】



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。

1. 関心が持てた
2. やや関心が持てた
3. あまり関心が持てない
4. 関心が持てない

回答者条件： 全員

Q19
BF
B

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、制度認知に有効と考えられる媒体がありましたら、ご回答ください。

回答者条件：全員
表示形式：ラジオボタン

Q20
SA
SA

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。

1. 経験がある
2. 経験はない
3. 分からない

回答者条件：Q20で「1.経験がある」 いずれかを選択した方のみ
表示形式：ラジオボタン

Q21
SA
SA

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。

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
3. 治療を受けたことはない

回答者条件：Q21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
表示形式：ラジオボタン

Q22
SA
SA

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。

1. 利用したことがある
2. 利用したことはない

回答者条件：Q22で「2.利用したことはない」 いずれかを選択した方のみ

Q23
MA
SA

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。

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

回答者条件：全員

Q24
MA
SA

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力しますか。あてはまるものをすべてお選びください。

1. 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
2. 家族・知人・友人
3. インターネット
4. 医薬品医療機器総合機構（PMDA）のホームページ
5. 医薬品医療機器総合機構（PMDA）の相談窓口
6. 製薬会社の相談窓口
7. 自治体の相談窓口
8. 薬剤師会の相談窓口
9. 医療関係専門誌
10. その他の書籍
11. その他

回答者条件：全員
表示形式：ラジオボタン

Q25
QA
A

「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機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**重要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せんか。

1. 利用したい
2. 利用したくない
3. 分からない

回答者条件：Q25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

Q26
QA
A

今後、あなたが**医薬品の重要な副作用**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：Q25**」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。

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

回答者条件：全員

Q27
QA
A

「医薬品副作用被害救済制度」を広く皆様を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）

回答者条件：全員

Q28
QA
A

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、プア心臓弁など）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、致害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：0120-149-921
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