

**「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6年度分

■ 調査概要	P3
■ 対象者のプロフィール	P4
■ Summary	P6
■ 調査結果	P15
1. 医薬品副作用被害救済制度認知	P16
2. 生物由来製品感染等被害救済制度認知	P17
3. 医薬品副作用被害救済制度内容認知	P18
4. 医薬品副作用被害救済制度認知経路	P20
5. TVCM広告認知	P22
6. TVCM広告評価	P23
7. 救済制度紹介動画広告認知	P25
8. 救済制度紹介動画広告評価	P26
9. 新聞広告認知	P28
10. 新聞広告評価	P29
11. 薬局ビジョンや院内ビジョン認知	P31
12. 薬局ビジョンや院内ビジョン評価	P32
13. 救済制度特設サイト認知	P34
14. 救済制度特設サイト評価	P35
15. リーフレット広告認知	P37
16. リーフレット広告評価	P38
17. 医薬品副作用被害救済制度関心度	P40
18. 医薬品副作用被害救済制度周知方法	P41
19. 医薬品副作用経験	P43
20. 医薬品副作用治療経験	P44
21. 医薬品副作用被害救済制度利用経験	P45
22. 医薬品副作用被害救済制度未利用理由	P46
23. 医薬品副作用被害救済制度情報収集方法	P47
24. 医薬品副作用被害救済制度今後の利用意向	P48
25. 医薬品副作用被害救済制度利用したくない理由	P49
26. 医薬品副作用被害救済制度周知方法	P50
27. 医薬品副作用被害救済制度についての意見	P51
■ 付録：調査票	P52

- 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6年度調査 令和7年 2月25日（火）～ 令和7年 2月28日（金）**  
**令和5年度調査 令和5年12月15日（金）～ 令和5年12月17日（日）**
- 有効回答数 **令和6年度調査 3,094サンプル／令和5年度調査 3,090サンプル**

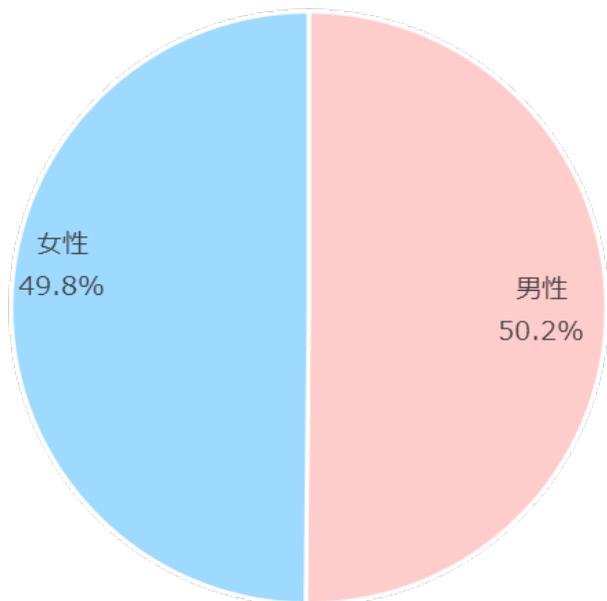
		令和6年	令和5年
性 年 代 別	男性計	1,552	1,545
	男性20-29歳	301	309
	男性30-39歳	309	309
	男性40-49歳	308	309
	男性50-59歳	316	309
	男性60歳以上	318	309
	女性計	1,542	1,545
	女性20-29歳	308	309
	女性30-39歳	307	309
	女性40-49歳	314	309
	女性50-59歳	307	309
	女性60歳以上	306	309
全体		3,094	3,090

報告書内の記述について

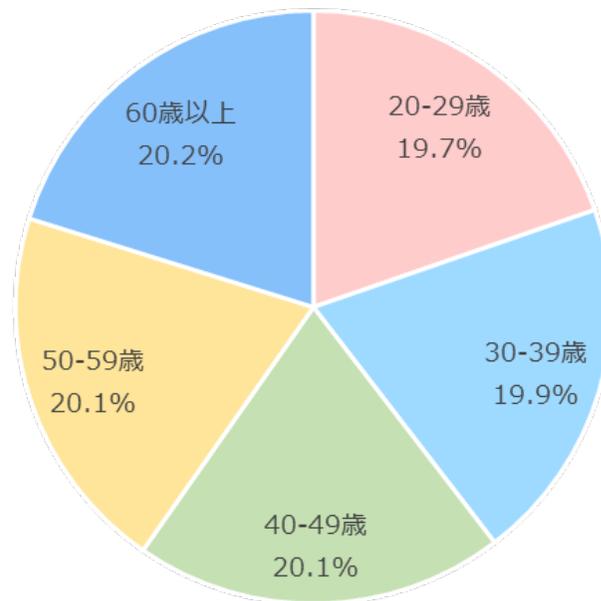
※n=30未満は参考値として記載

- 調査実施機関 **GMC株式会社**

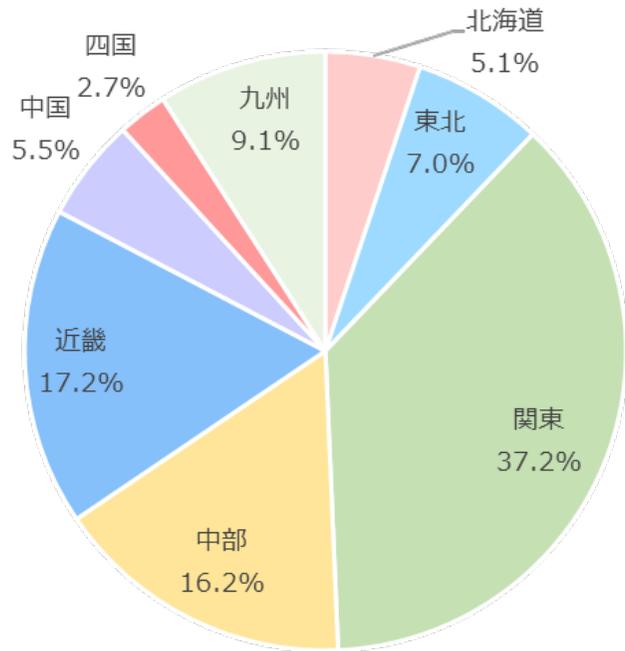
【性別】



【年代】

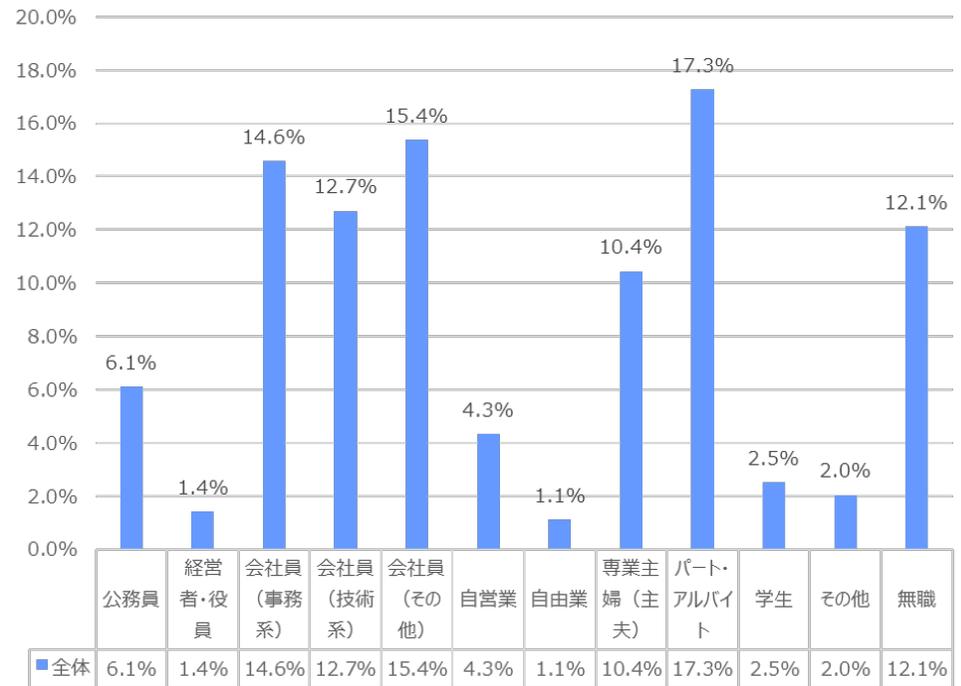


## 【居住地方】



## 【職業】

※対象者につき、「医療・福祉」の業種は除外しております。



## Summary

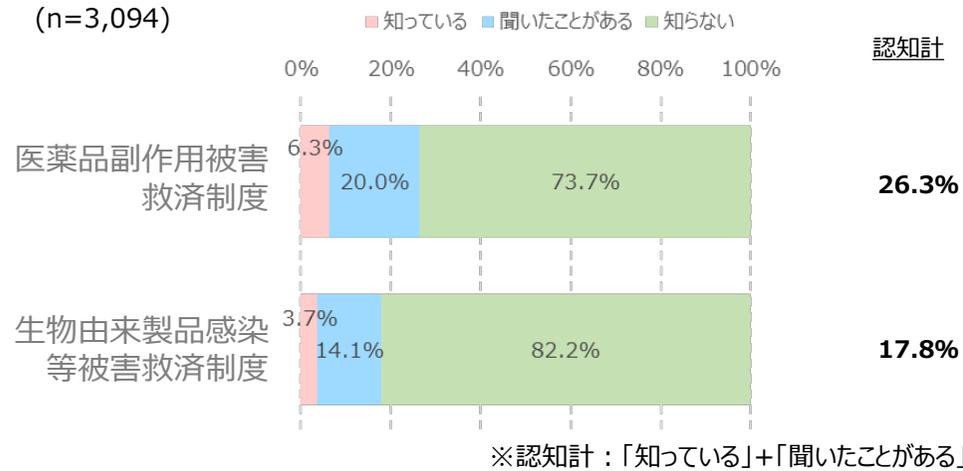
※コメント中、“%”は小数点第1位を四捨五入、“pt”は“%”の小数点第1位を四捨五入せず計算し、出た結果の小数点第1位を四捨五入して算出している。  
※グラフ内構成比は、小数点第2位を四捨五入しているため、構成比の合計は必ずしも100%とならない場合がある。

- 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26%、生物由来製品感染等被害救済制度の認知率は18%。（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「テレビ放送」が30%。次いで「病院等に掲示してあるポスター」（23%）「人から聞いた/教えてもらった」（21%）が2割台で続く。

## 【健康被害救済制度 認知率】(Q5,Q6)

単一回答

(n=3,094)

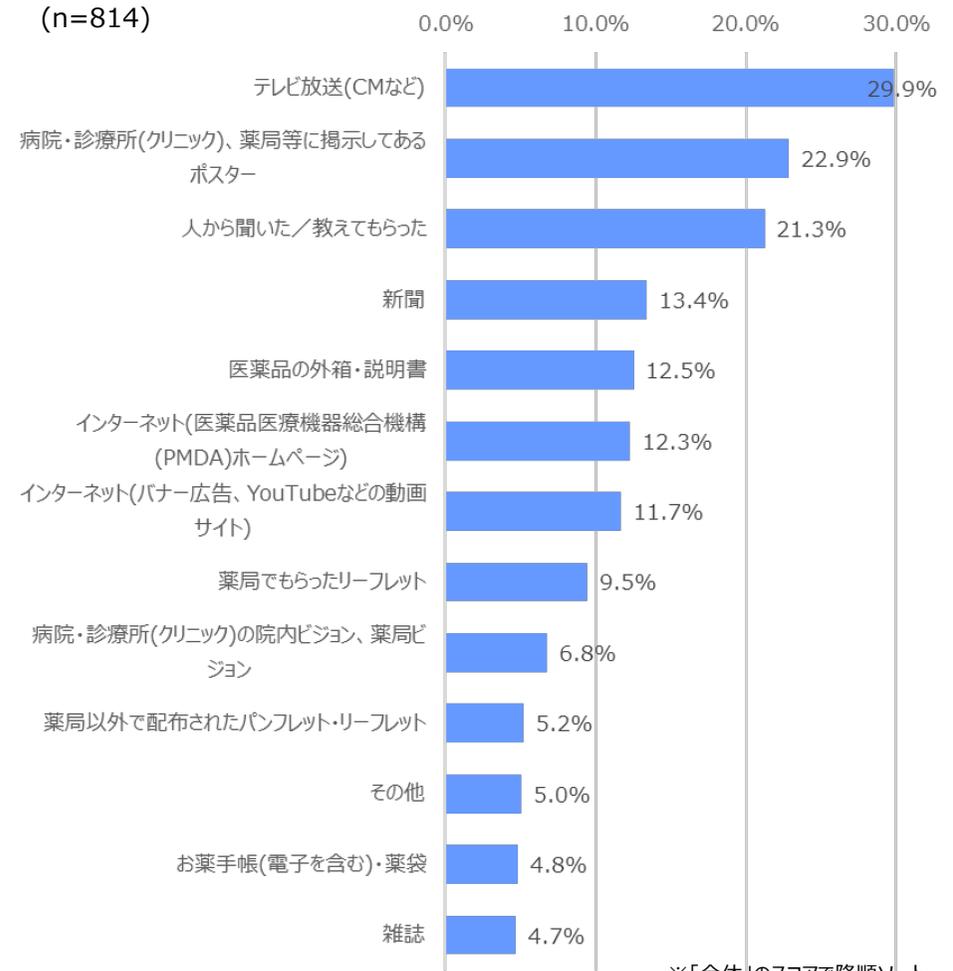


## 【健康被害救済制度 認知経路】(Q8)

複数回答

※「医薬品副作用被害救済制度」認知者ベース

(n=814)

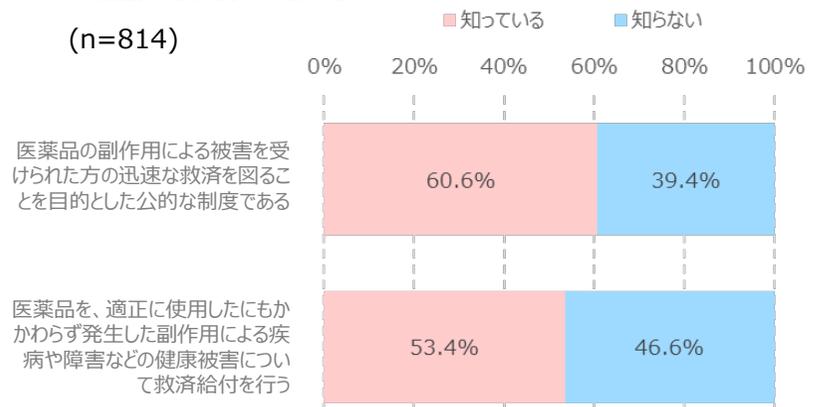


## 【健康被害救済制度 内容認知】(Q7)

単一回答

※「医薬品副作用被害救済制度」認知者ベース

(n=814)

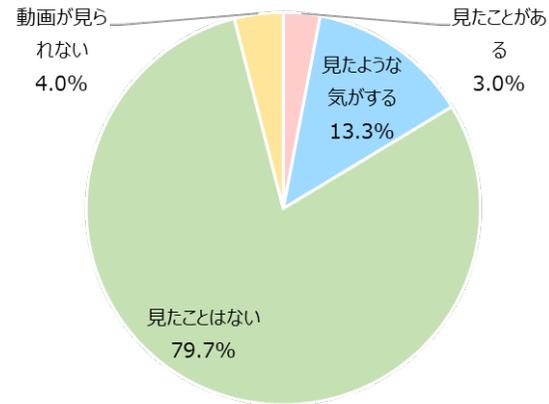
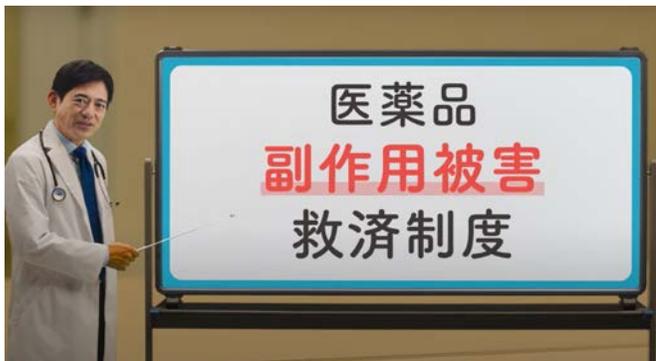


- テレビCM（テレビの放送で）の認知率（見たことがある+見たような気がする）は16%
- テレビCM（インターネットサイトで）の認知率（見たことがある+見たような気がする）は9%

## 【テレビCM 認知率（テレビの放送で）】（Q10-1）

単一回答

(n=3,094)

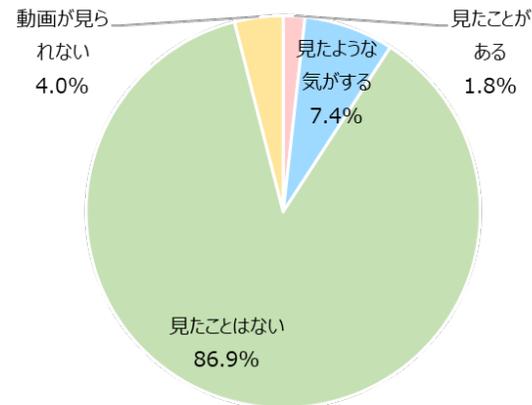
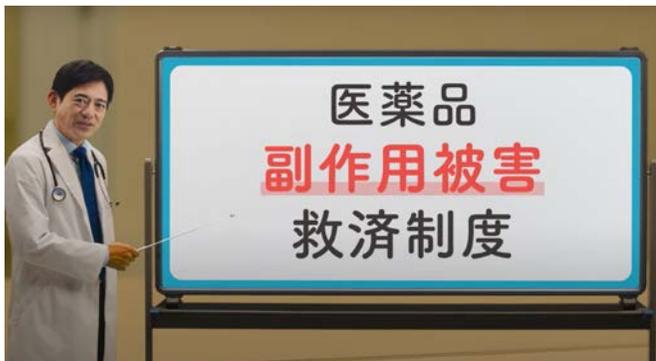


見たことがある+見たような気がする 計 16.3%

## 【テレビCM 認知率（インターネットサイトで）】（Q10-2）

単一回答

(n=3,094)



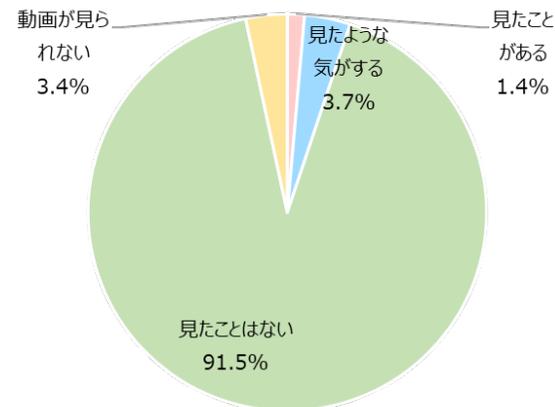
見たことがある+見たような気がする 計 9.1%

- 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%
- 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9%

## 【救済制度紹介動画 認知率】(Q12)

単一回答

(n=3,094)

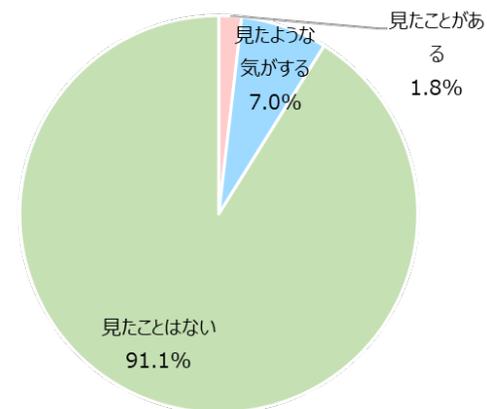


見たことがある+見たような気がする 計 5.1%

## 【新聞広告 認知率】(Q14)

単一回答

(n=3,094)



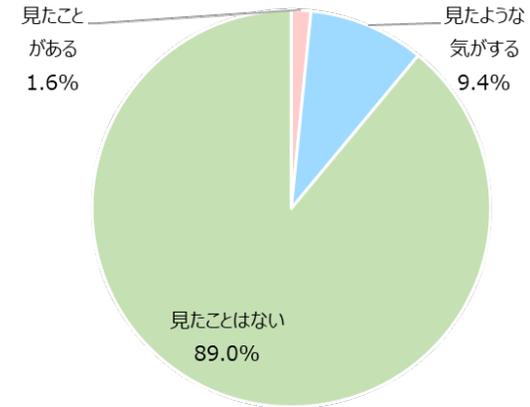
見たことがある+見たような気がする 計 8.9%

- 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10%

## 【薬局ビジョンや院内ビジョン 認知率】（Q16）

単一回答

(n=3,094)

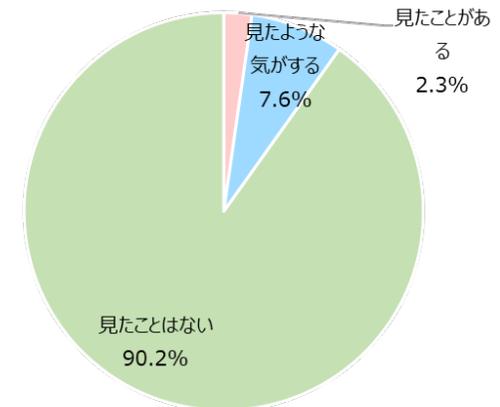


見たことがある＋見たような気がする 計 11.0%

## ●【救済制度特設サイト 認知率】（Q18）

単一回答

(n=3,094)



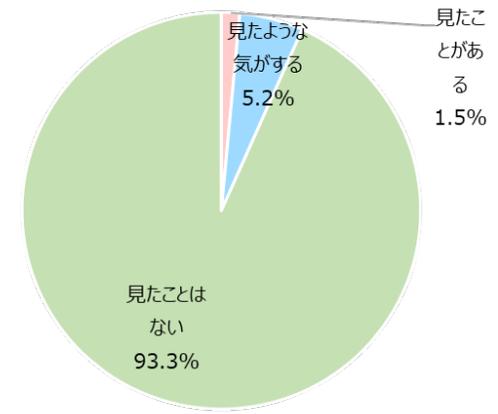
見たことがある＋見たような気がする 計 9.8%

●救済制度のリーフレットの認知率（見たことがある＋見たような気がする）は7%

## 【救済制度のリーフレット 認知率】（Q20）

単一回答

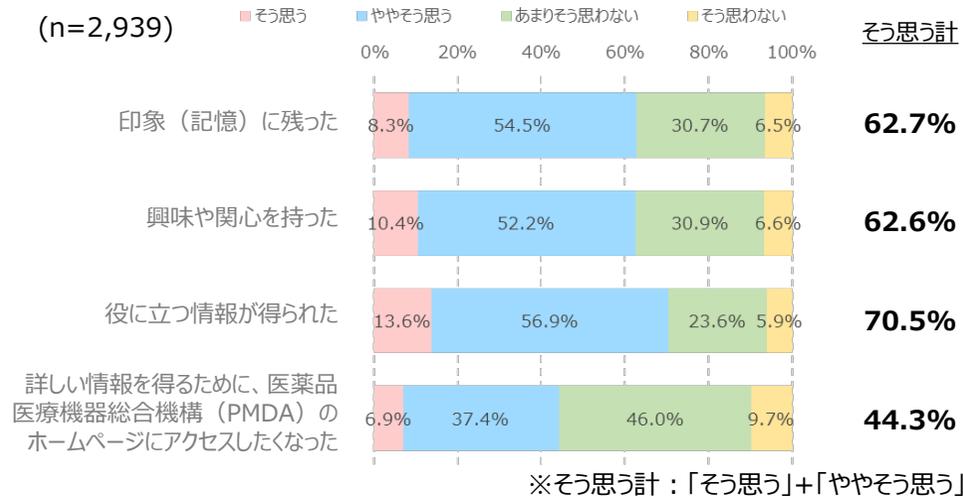
(n=3,094)



見たことがある＋見たような気がする 計 6.7%

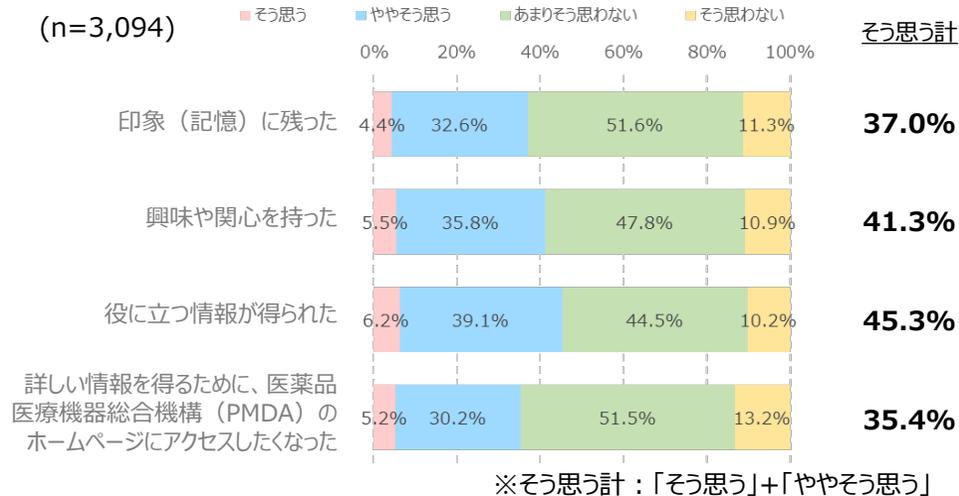
## 【テレビCMの評価】(Q11)

単一回答



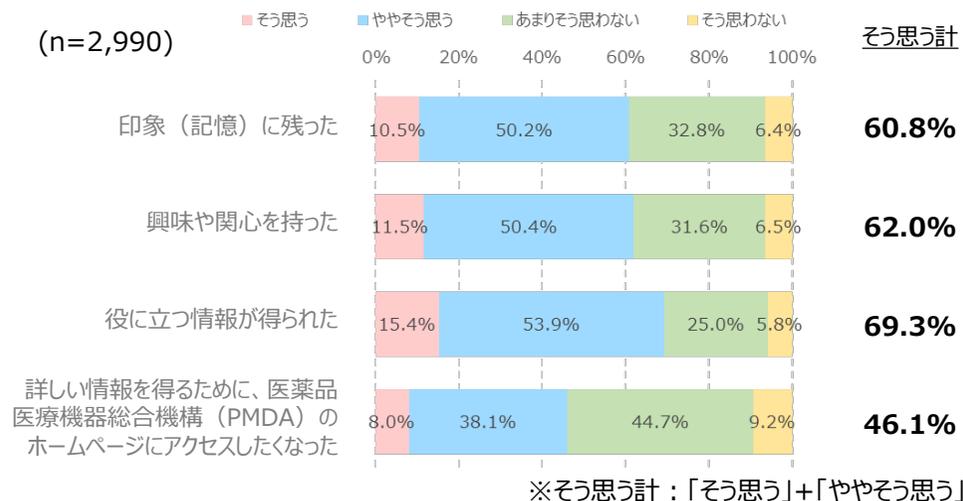
## 【新聞広告の評価】(Q15)

単一回答



## 【救済制度紹介動画の評価】(Q13)

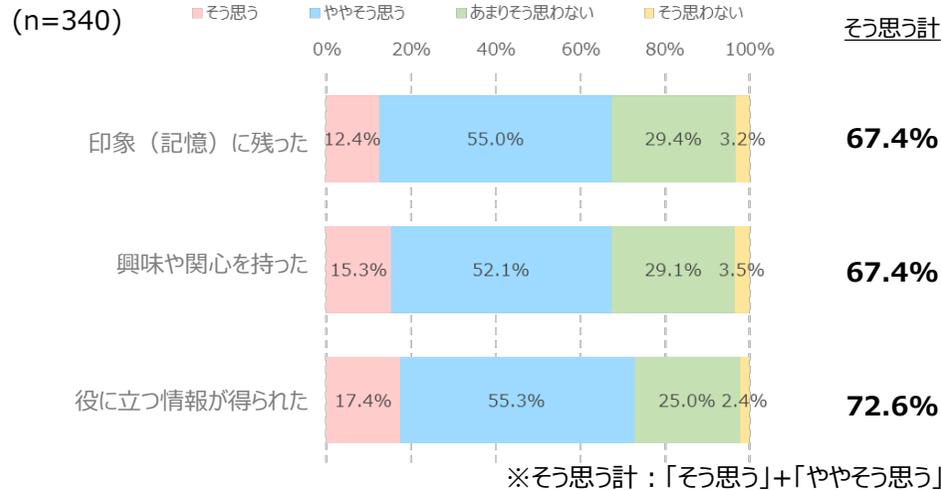
単一回答



- ・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」71%。以下、「印象（記憶）に残った」63%、「興味や関心を持った」63%。
- ・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」69%。以下、「興味や関心を持った」62%、「印象（記憶）に残った」61%。
- ・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」45%。以下、「興味や関心を持った」41%、「印象（記憶）に残った」37%。

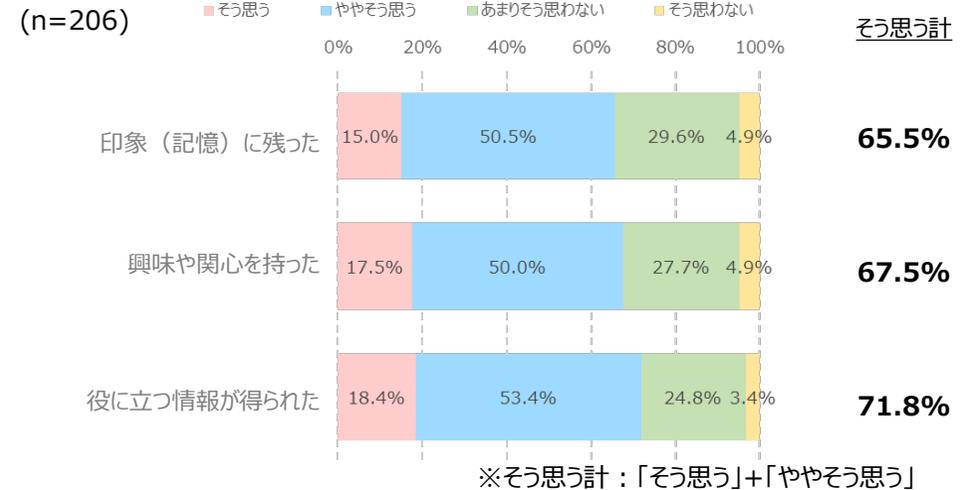
## 【薬局ビジョンや院内ビジョンの評価】(Q17)

単一回答



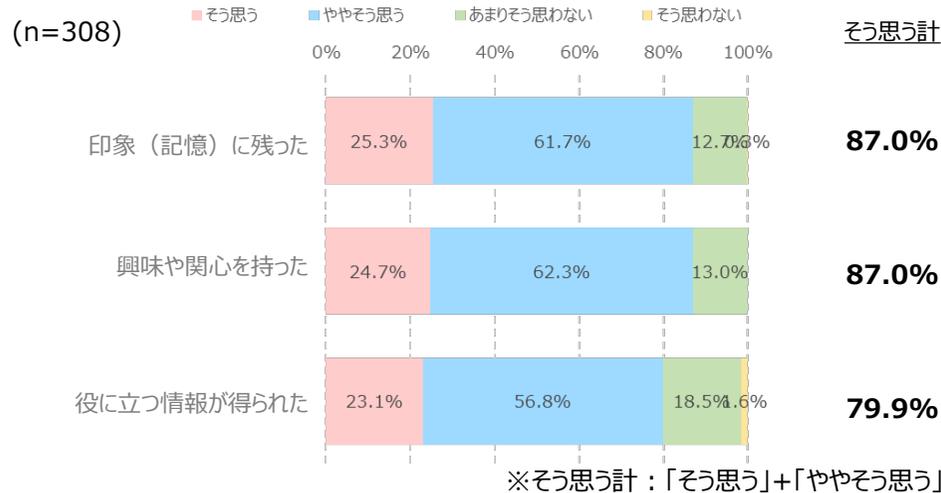
## 【救済制度のリーフレットの評価】(Q21)

単一回答



## 【救済制度特設サイトの評価】(Q19)

単一回答



- ・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」73%。以下、「興味や関心を持った」、「印象（記憶）に残った」67%。
- ・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「興味や関心を持った」、「印象（記憶）に残った」87%、以下、「役に立つ情報が得られた」80%。
- ・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」68%、「印象（記憶）に残った」66%。

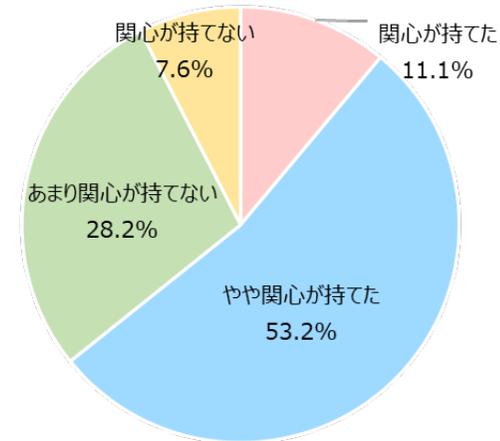
- 医薬品副作用被害救済制度への関心度（関心が持てた+やや関心が持てた）は64%
- 医薬品副作用被害救済制度の今後の利用意向（利用したい）は64%

## 【医薬品副作用被害救済制度 関心度】(Q22)

(n=3,094)



単一回答



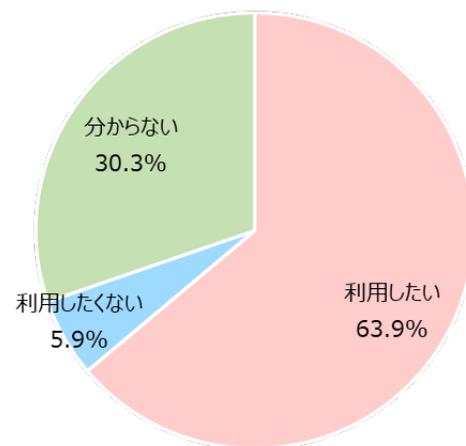
関心が持てた+やや関心が持てた 計 64.2%

## 【医薬品副作用被害救済制度 今後の利用意向】(Q29)

(n=3,094)



単一回答



利用したい 63.9%

調査結果

R6\_Q5/R5\_Q3. 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。

- 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、R5から7ptの減少。
- 【性・年代別】
- 男性20代と女性40代の認知率が高く、男性50代と60代以上の認知率が低い。前回との比較でも、男性60代で13pt低下している。

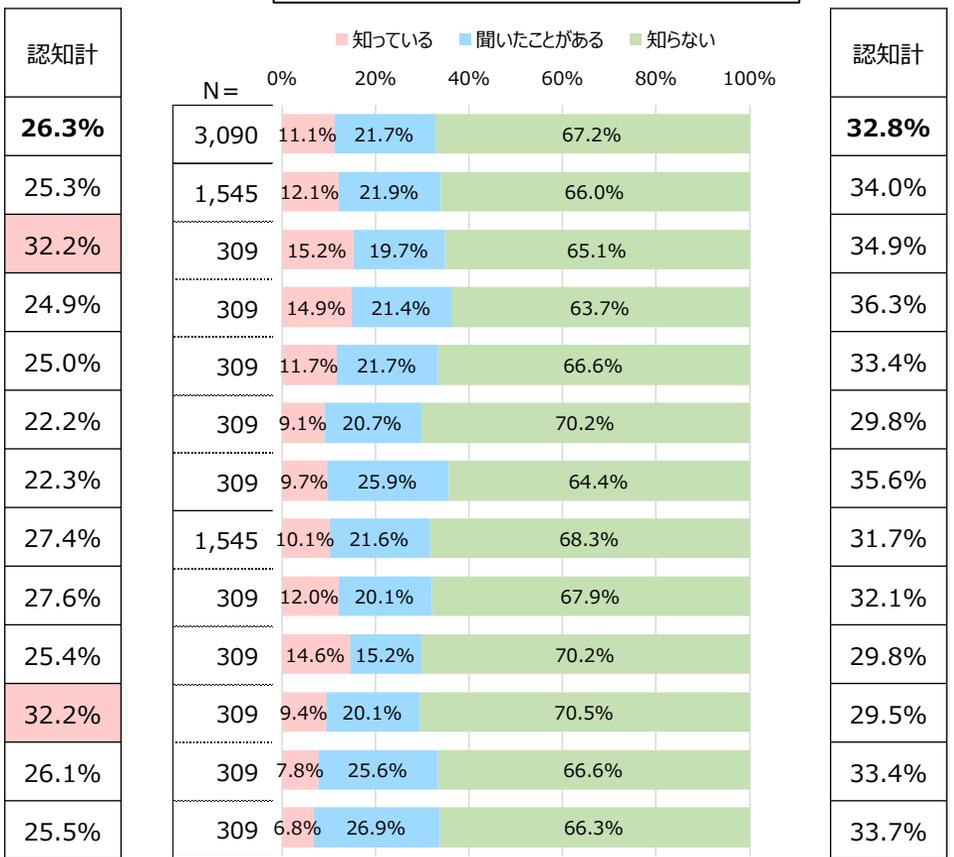
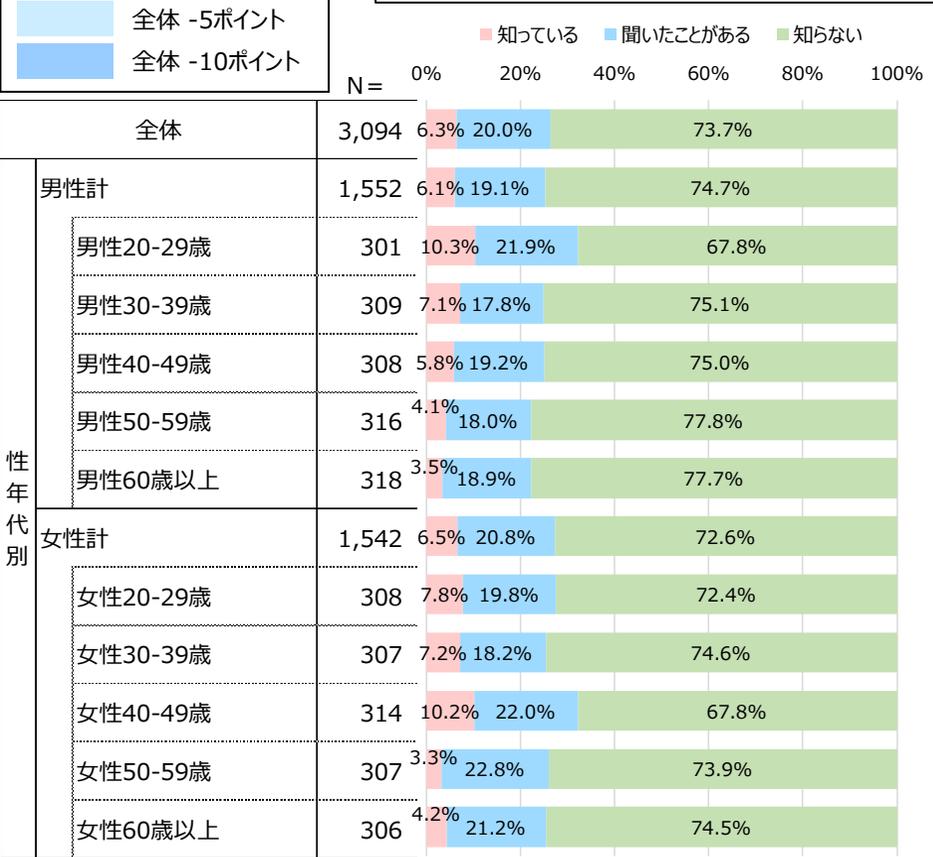
n=30以上の場合



単一回答

## 令和6年度調査

## 令和5年度調査



認知計

26.3%
25.3%
32.2%
24.9%
25.0%
22.2%
22.3%
27.4%
27.6%
25.4%
32.2%
26.1%
25.5%

認知計

32.8%
34.0%
34.9%
36.3%
33.4%
29.8%
35.6%
31.7%
32.1%
29.8%
29.5%
33.4%
33.7%

※認知計：「知っている」+「聞いたことがある」

R6\_Q6/R5\_Q4. 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17.8%。R5から5ptの減少。

【性・年代別】

・男女とも60代以上の認知率が高い。女性30代の認知率が最も低い。

n=30以上の場合

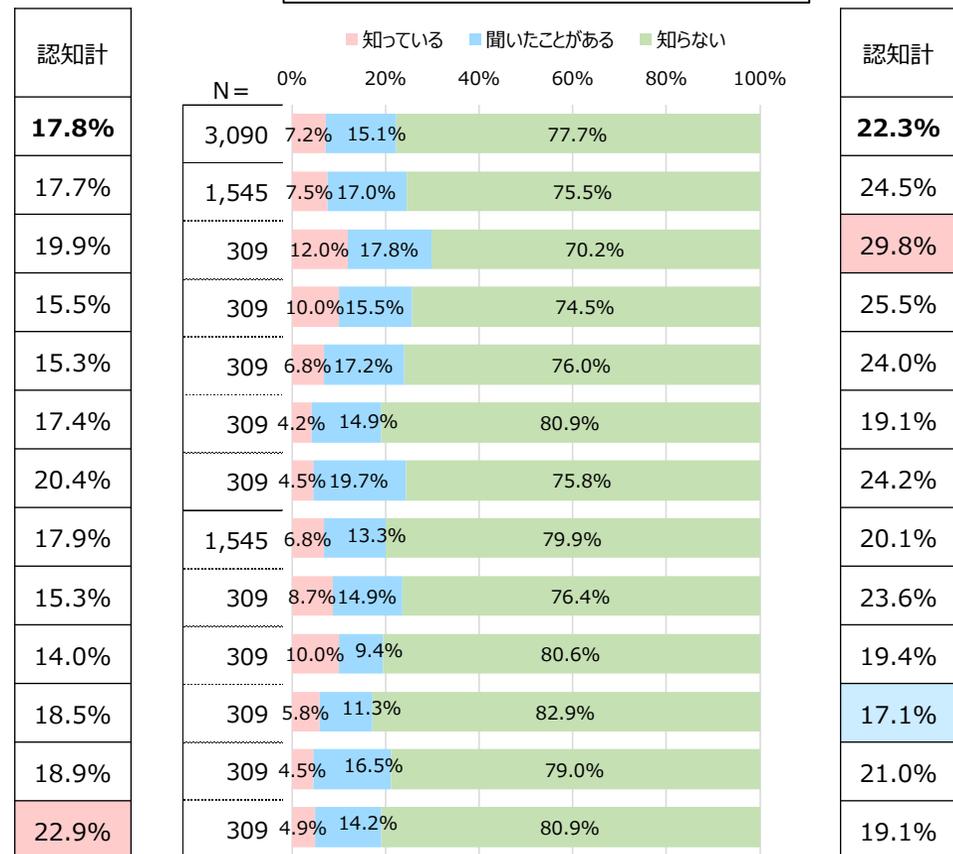
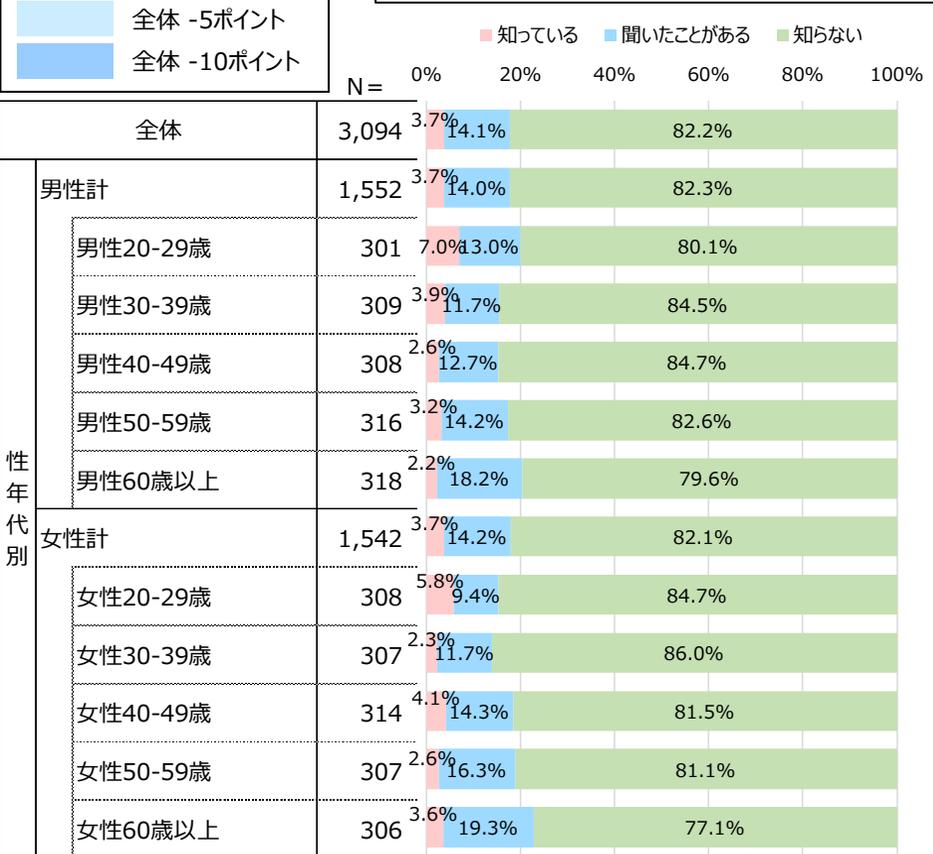
【比率の差】



## 令和6年度調査

## 令和5年度調査

単一回答



※認知計：「知っている」+「聞いたことがある」

### 3. 医薬品副作用被害救済制度内容認知

R6\_Q7/R5\_Q5. 「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。

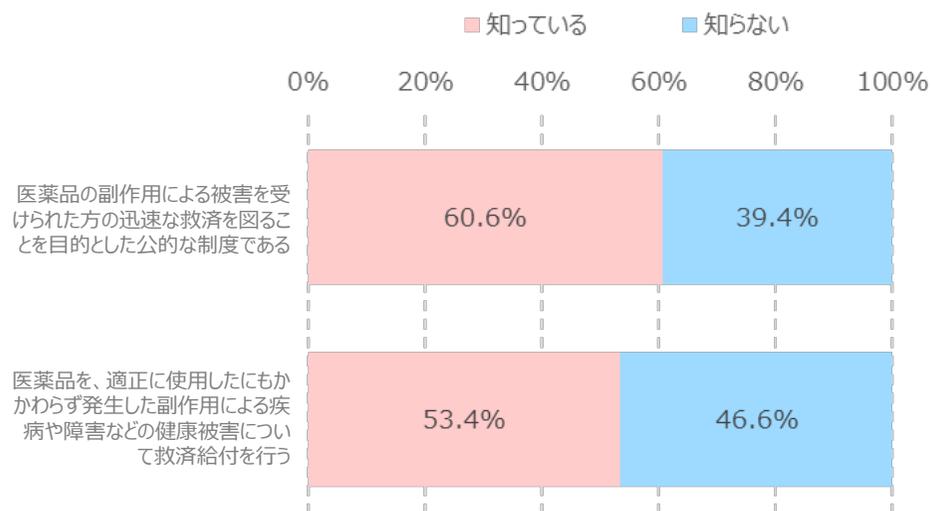
- 制度認知者において、認知されている提示内容に関する目的の認知者は61%、内容の認知者は53%となっている。
- R5との比較では制度の目的の認知率は3pt増加、内容認知率は2pt減少している。

※「医薬品副作用被害救済制度」認知者ベース

単一回答

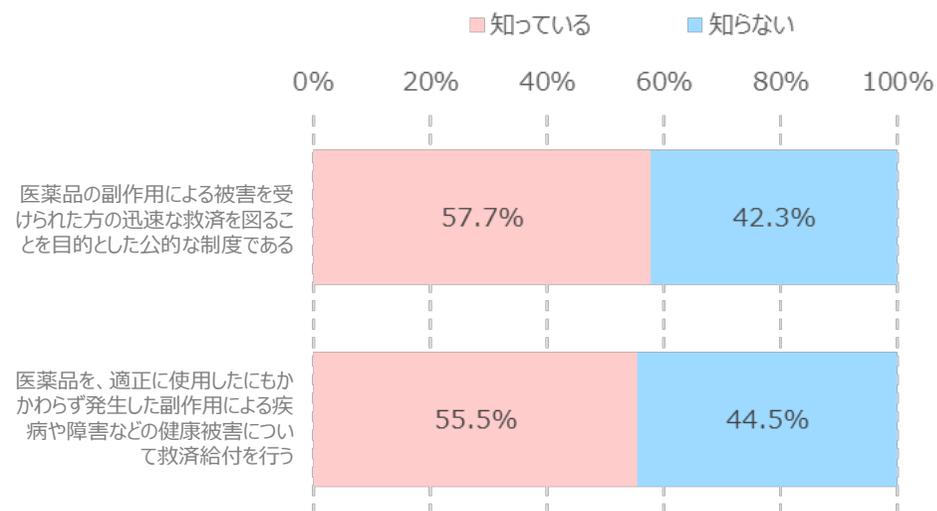
#### 令和6年度調査

(n=814)



#### 令和5年度調査

(n=1,014)



### 3. 医薬品副作用被害救済制度内容認知（性・年代別）

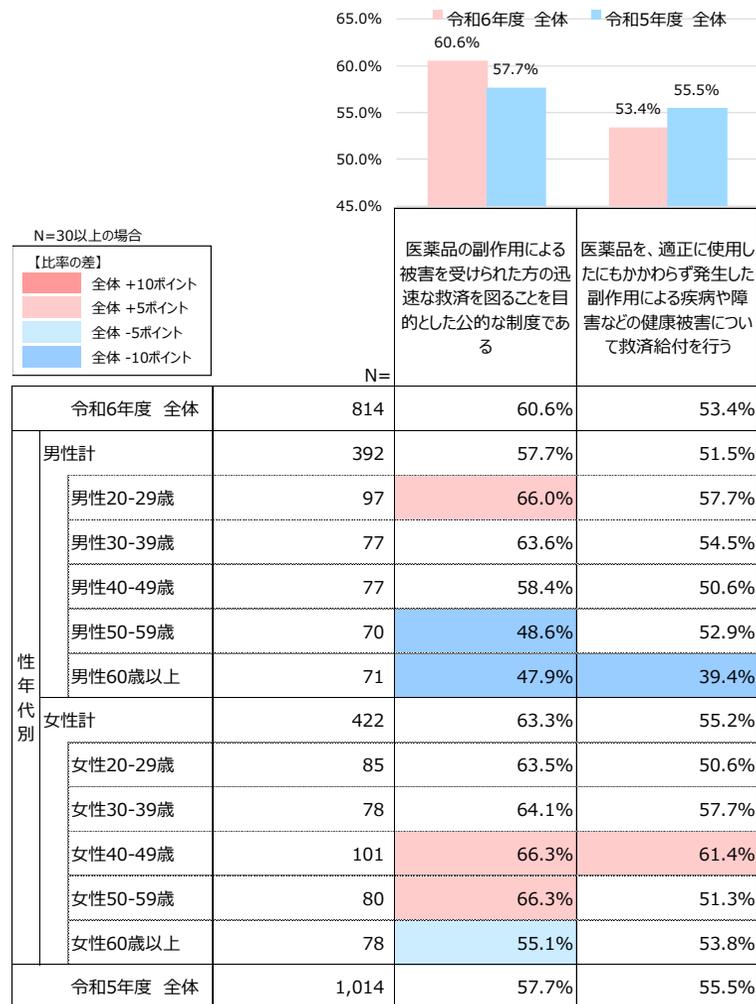
R6\_Q7/R5\_Q5. 「医薬品副作用被害救済制度」について、以下それぞれにあてはまるものをひとつお選びください。

#### 【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40～50代及び男性20代が66%と高く、男性50代と60代以上が低い。
- 「医薬品を、適正に使用した・・・」（制度内容）の認知は、女性の40代が61%で最も高く、男性60代以上が39%で最も低い。

※「医薬品副作用被害救済制度」認知者ベース

単一回答



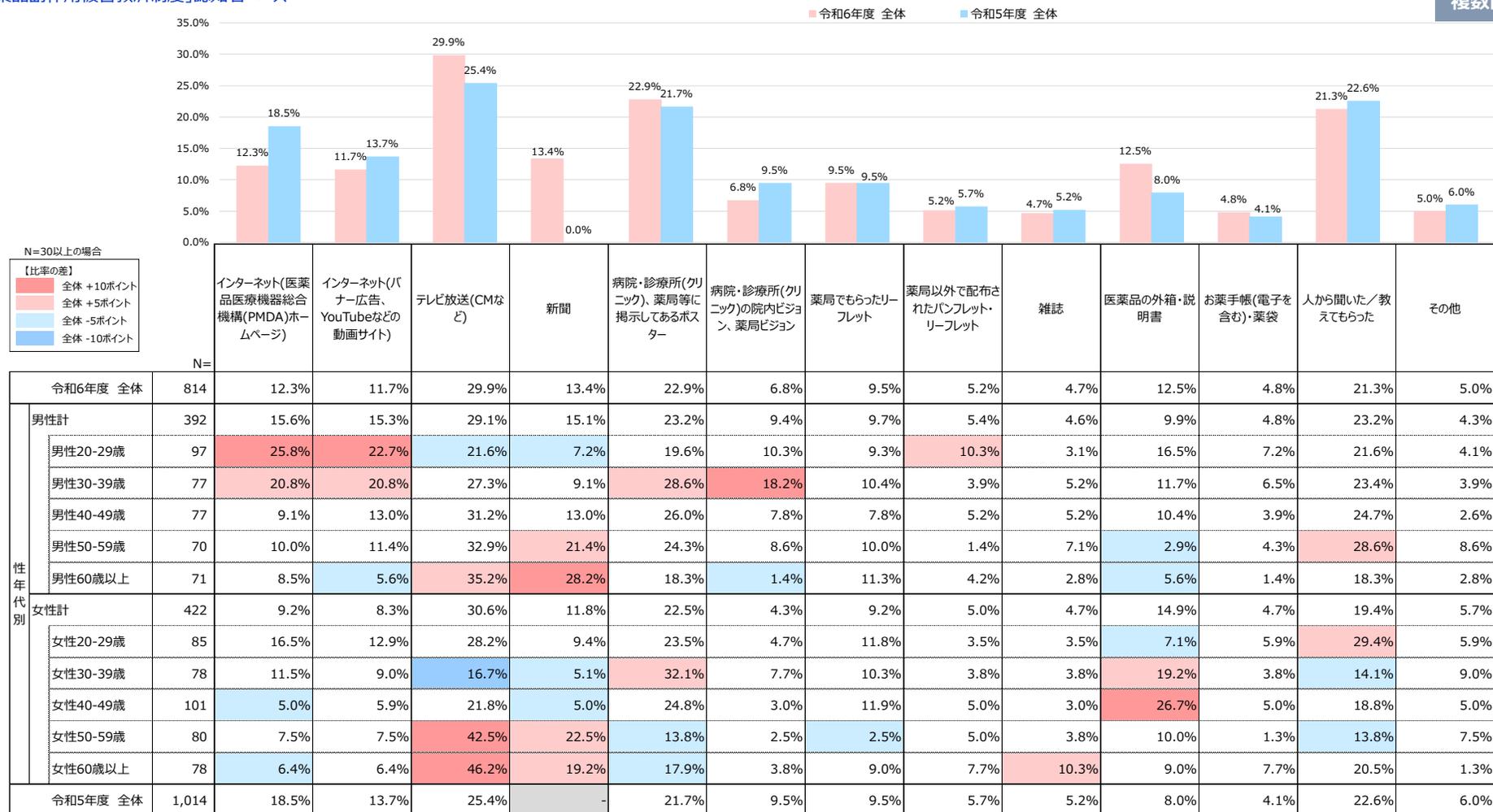
## 4. 医薬品副作用被害救済制度認知経路（媒体）

R6\_Q8/R5\_Q6. 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」30%、「病院等に掲示してあるポスター」23%、「人から聞いた／教えてもらった」21%と続く。
  - R5との比較では、「インターネット関連（PMDAホームページ）」の6pt減が特に目立つ。「テレビ放送」は5pt増加している。
- 【性・年代別】
- 「テレビ放送」の認知度は女性50代と60代以上が40%以上で、女性30代は17%で最も低い。「インターネット関連」は男性20～30代で認知度が高い。

※「医薬品副作用被害救済制度」認知者ベース

複数回答



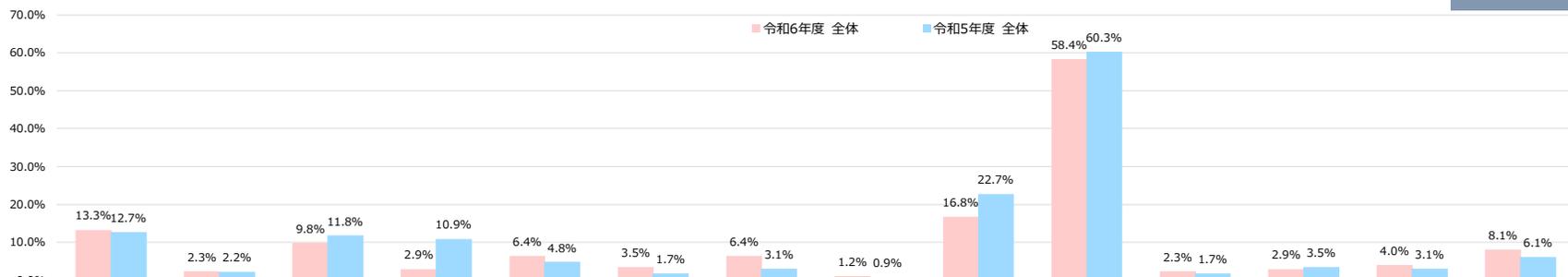
## 4. 医薬品副作用被害救済制度認知経路（人）

R6\_Q9/R5\_Q7. 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圧倒的に高く、58%を占める。以下、「家族」「医師」「薬剤師」と続く。
- R5より「看護師」は8pt、「家族」は6pt減少。一方、「自治体や保健所の職員」は3pt増加している。
- 男性60代以上で「知人・友人」からの認知経路が92%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

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=		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6年度 全体	173	13.3%	2.3%	9.8%	2.9%	6.4%	3.5%	6.4%	1.2%	16.8%	58.4%	2.3%	2.9%	4.0%	8.1%	
性年代別	男性計	91	15.4%	4.4%	11.0%	3.3%	5.5%	4.4%	7.7%	2.2%	12.1%	62.6%	3.3%	5.5%	6.6%	6.6%
	男性20-29歳	21	9.5%	4.8%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	4.8%	4.8%	9.5%	61.9%	0.0%	9.5%	9.5%	0.0%
	男性30-39歳	18	27.8%	5.6%	11.1%	0.0%	16.7%	5.6%	16.7%	0.0%	22.2%	22.2%	11.1%	11.1%	5.6%	11.1%
	男性40-49歳	19	21.1%	10.5%	10.5%	10.5%	5.3%	5.3%	10.5%	5.3%	15.8%	78.9%	5.3%	5.3%	10.5%	5.3%
	男性50-59歳	20	5.0%	0.0%	10.0%	5.0%	0.0%	10.0%	5.0%	0.0%	5.0%	65.0%	0.0%	0.0%	5.0%	15.0%
	男性60歳以上	13	15.4%	0.0%	7.7%	0.0%	7.7%	0.0%	0.0%	0.0%	7.7%	92.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	女性計	82	11.0%	0.0%	8.5%	2.4%	7.3%	2.4%	4.9%	0.0%	22.0%	53.7%	1.2%	0.0%	1.2%	9.8%
	女性20-29歳	25	0.0%	0.0%	12.0%	0.0%	4.0%	0.0%	0.0%	0.0%	24.0%	52.0%	4.0%	0.0%	4.0%	12.0%
	女性30-39歳	11	45.5%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	27.3%	18.2%	0.0%	0.0%	0.0%	18.2%
	女性40-49歳	19	10.5%	0.0%	5.3%	0.0%	0.0%	0.0%	5.3%	0.0%	15.8%	78.9%	0.0%	0.0%	0.0%	5.3%
	女性50-59歳	11	0.0%	0.0%	9.1%	18.2%	9.1%	0.0%	9.1%	0.0%	18.2%	63.6%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%
女性60歳以上	16	12.5%	0.0%	12.5%	0.0%	18.8%	12.5%	12.5%	0.0%	25.0%	43.8%	0.0%	0.0%	0.0%	6.3%	
令和5年度 全体	229	12.7%	2.2%	11.8%	10.9%	4.8%	1.7%	3.1%	0.9%	22.7%	60.3%	1.7%	3.5%	3.1%	6.1%	

R6\_Q10/R5\_Q8.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。

- 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16%。R5から7ptの増加。
- 【性、年代別】
- 女性60代以上の認知率が最も高く、男性は60代以上でやや高い。

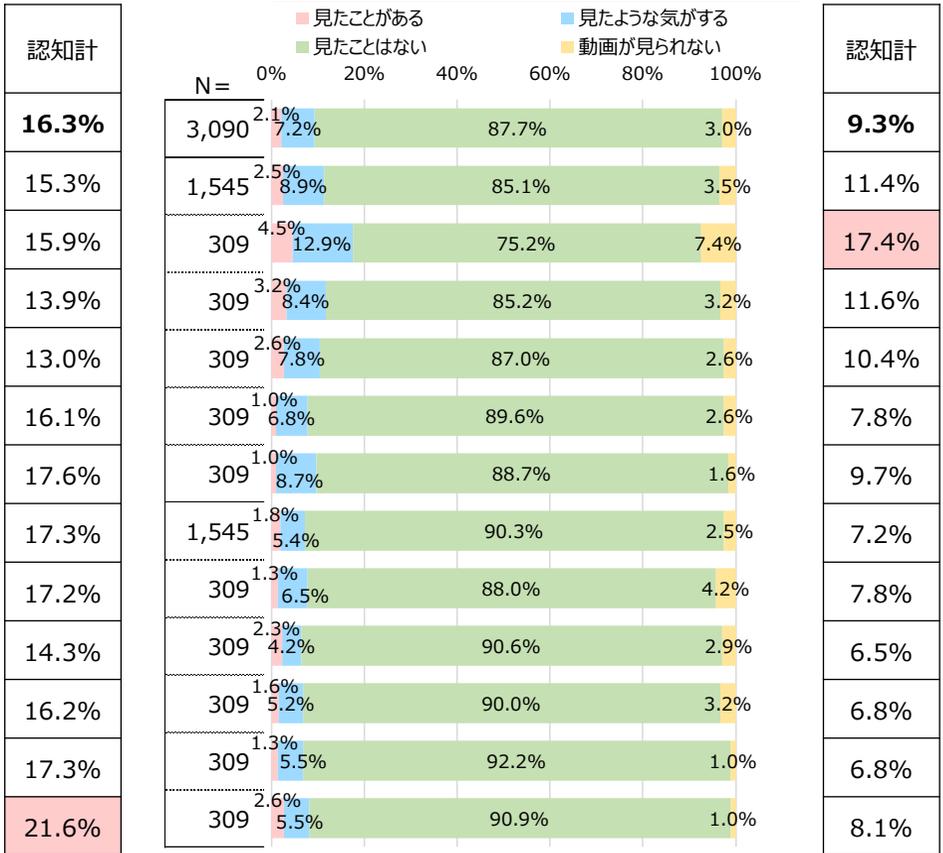
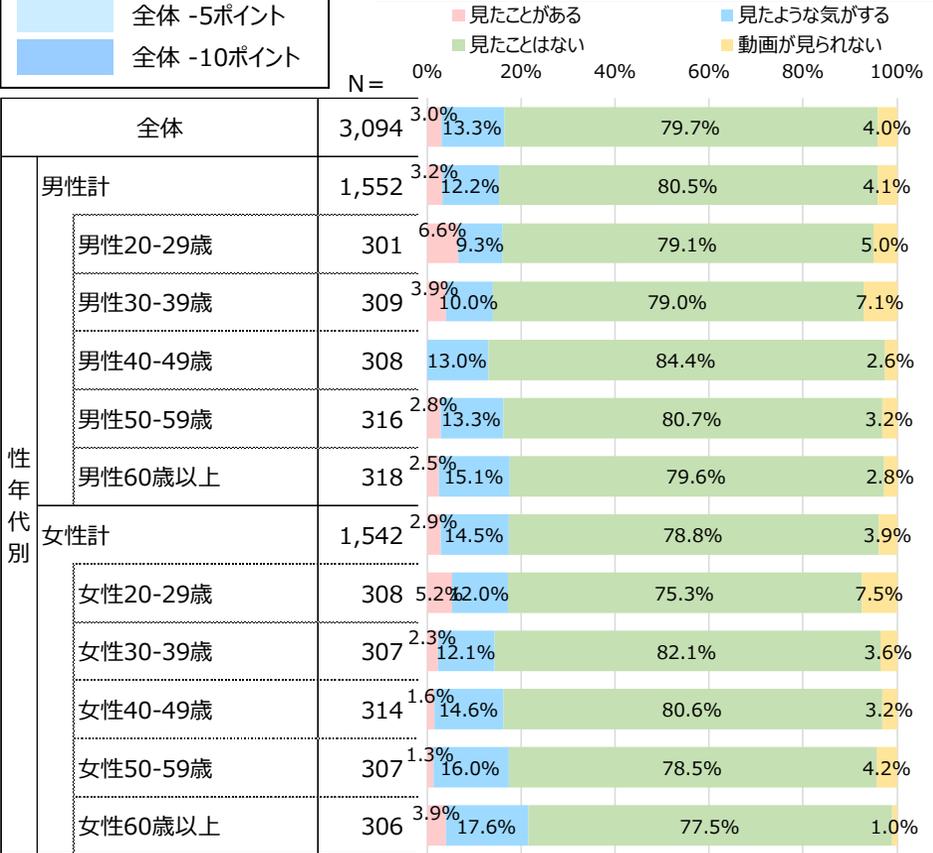
n=30以上の場合



単一回答

## 令和6年度調査

## 令和5年度調査



※認知計：「見たことがある」+「見たような気がする」

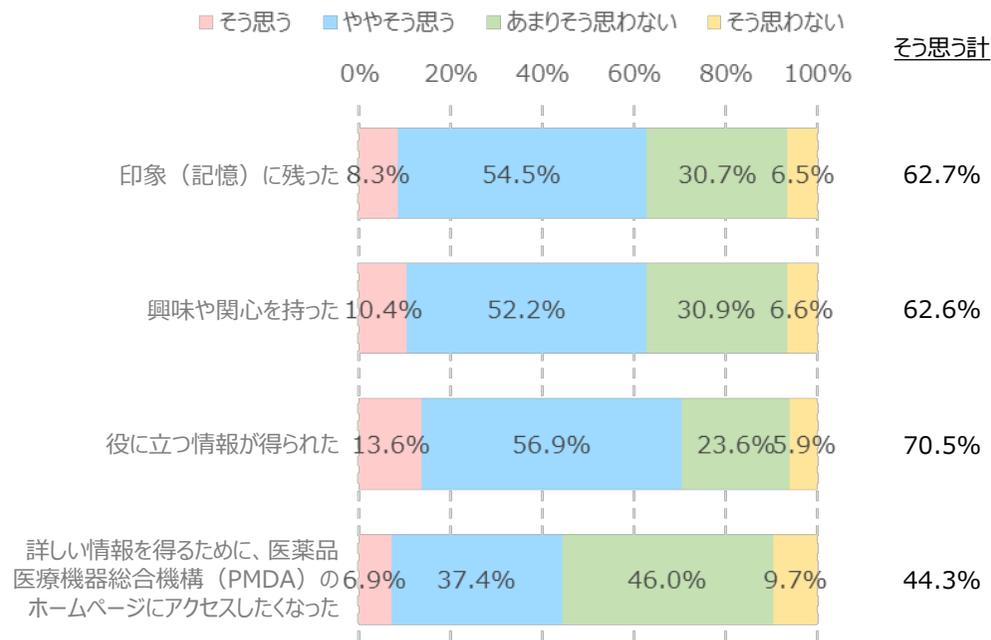
R6\_Q11/R5\_Q9. 動画（TVCM）をご覧になった感想をお聞きます。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

- 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」71%、「印象（記憶）に残った」63%と続く。
- R5と比較して、「役に立つ情報が得られた」以外の評価は高まっている。

単一回答

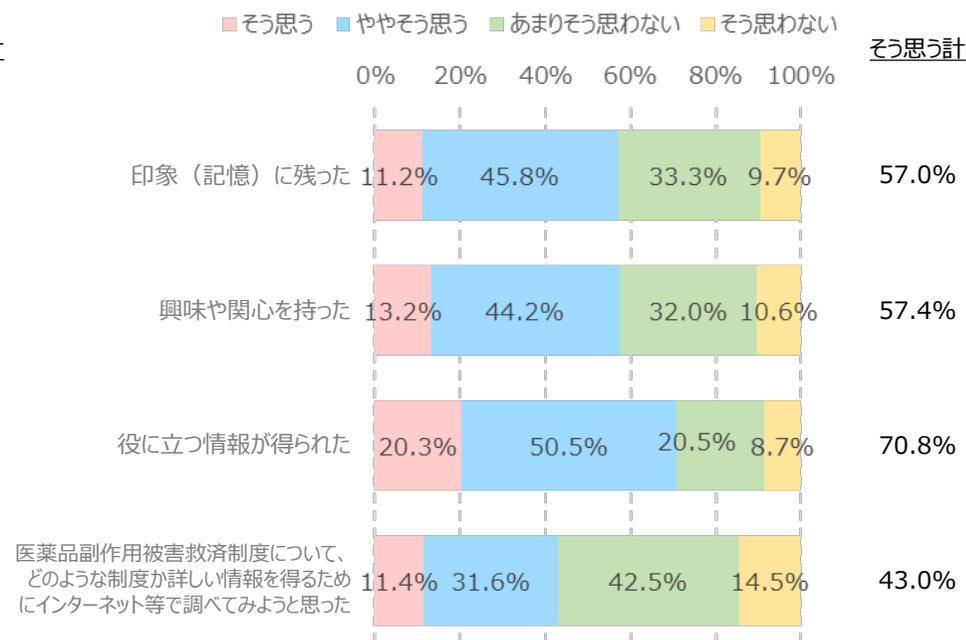
## 令和6年度調査

(n=2,939)



## 令和5年度調査

(n=2,983)



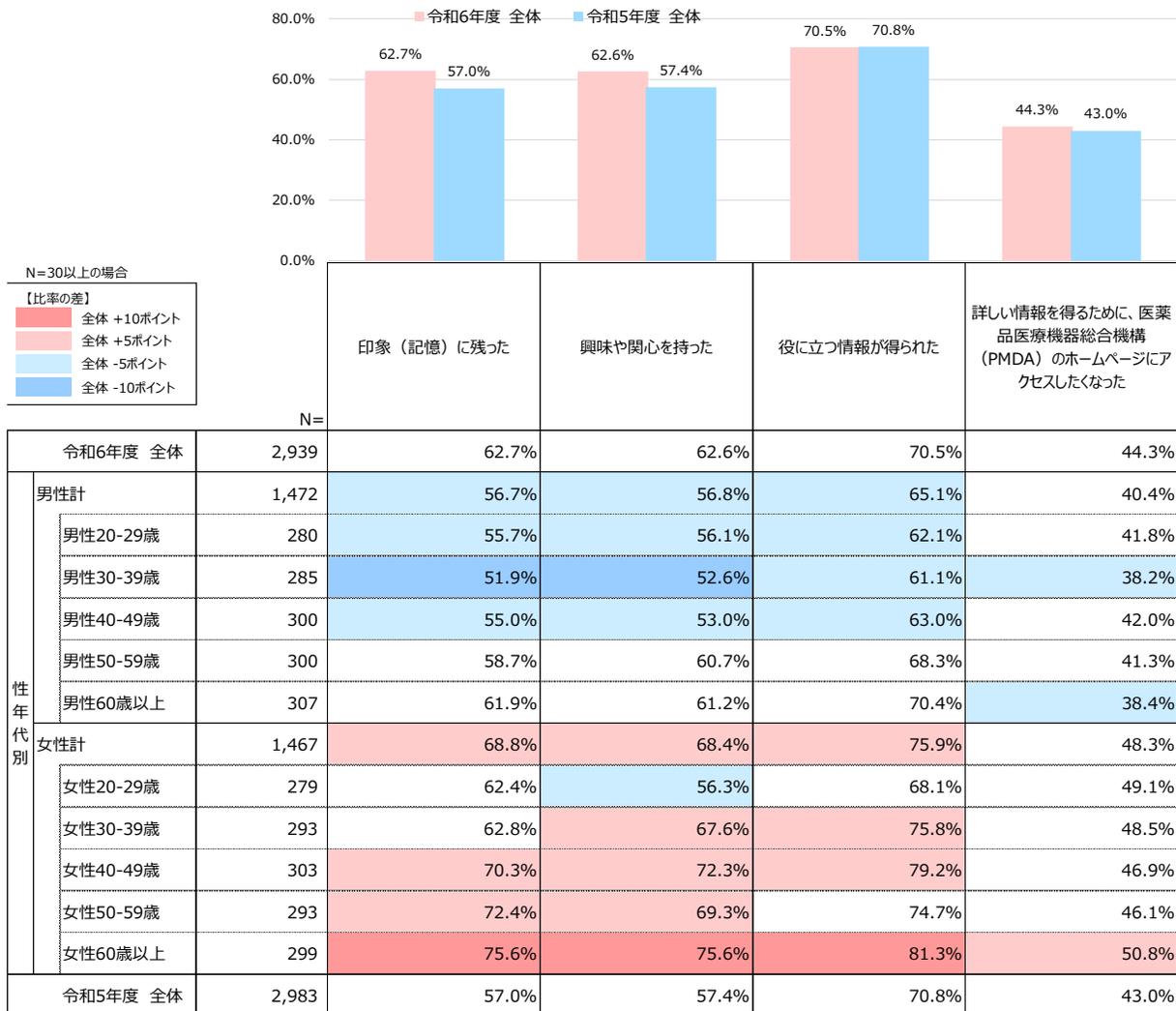
※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

## 6. TVCM広告評価（性・年代別）

R6\_Q11/R5\_Q9. 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。



単一回答

※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

# 7. 救済制度紹介動画広告認知

R6\_Q12/R5\_Q10. 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%。R5から1ptの減少。  
 【性、年代別】  
 ●男性20代の認知率は最も高く、女性50代の認知率は最も低い。

n=30以上の場合

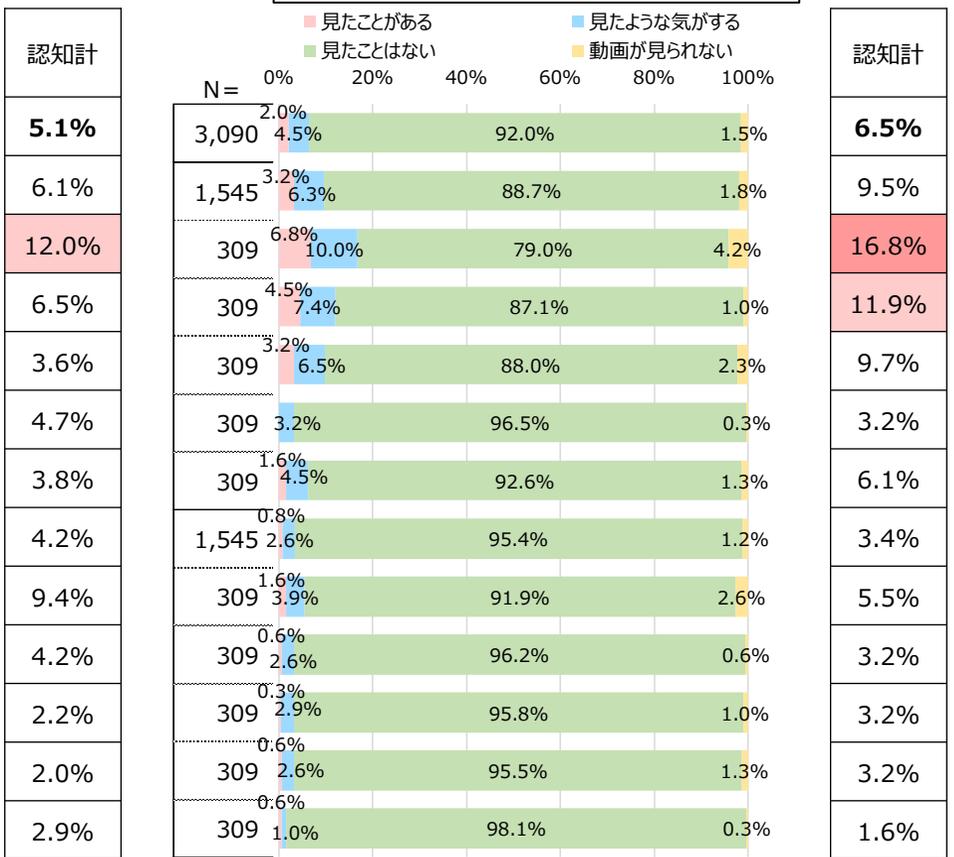
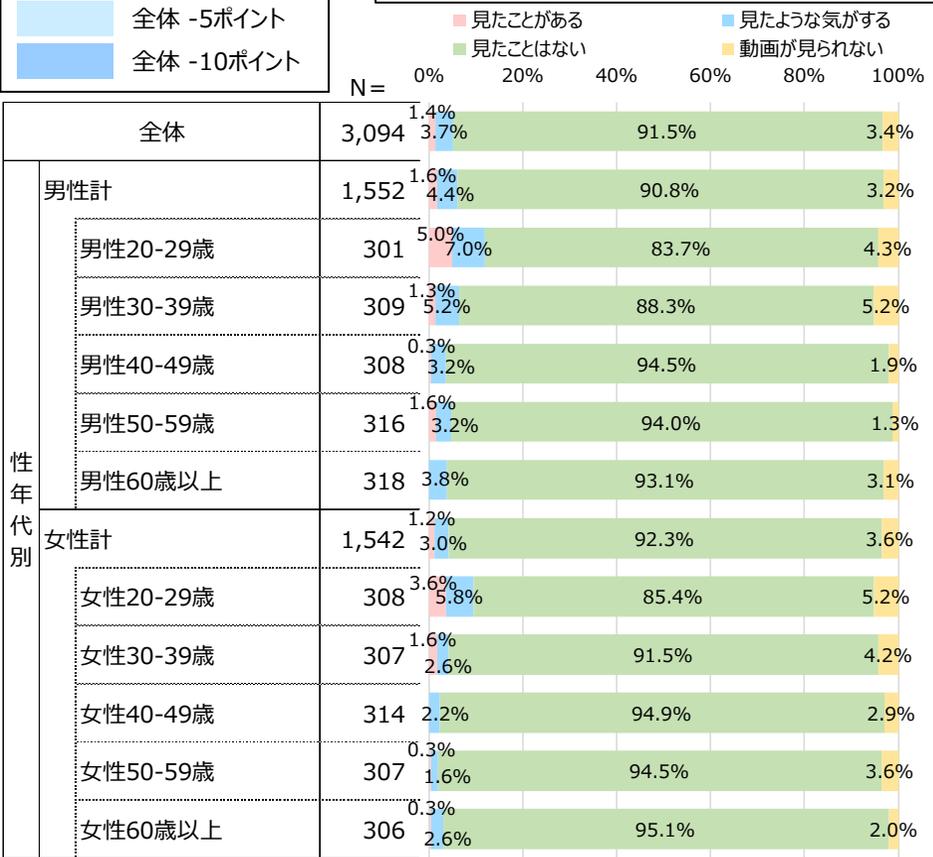
【比率の差】

- 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

単一回答

## 令和6年度調査

## 令和5年度調査



認知計

5.1%
6.1%
12.0%
6.5%
3.6%
4.7%
3.8%
4.2%
9.4%
4.2%
2.2%
2.0%
2.9%

認知計

6.5%
9.5%
16.8%
11.9%
9.7%
3.2%
6.1%
3.4%
5.5%
3.2%
3.2%
3.2%
1.6%

※認知計：「見たことがある」＋「見たような気がする」

## 8. 救済制度紹介動画広告評価

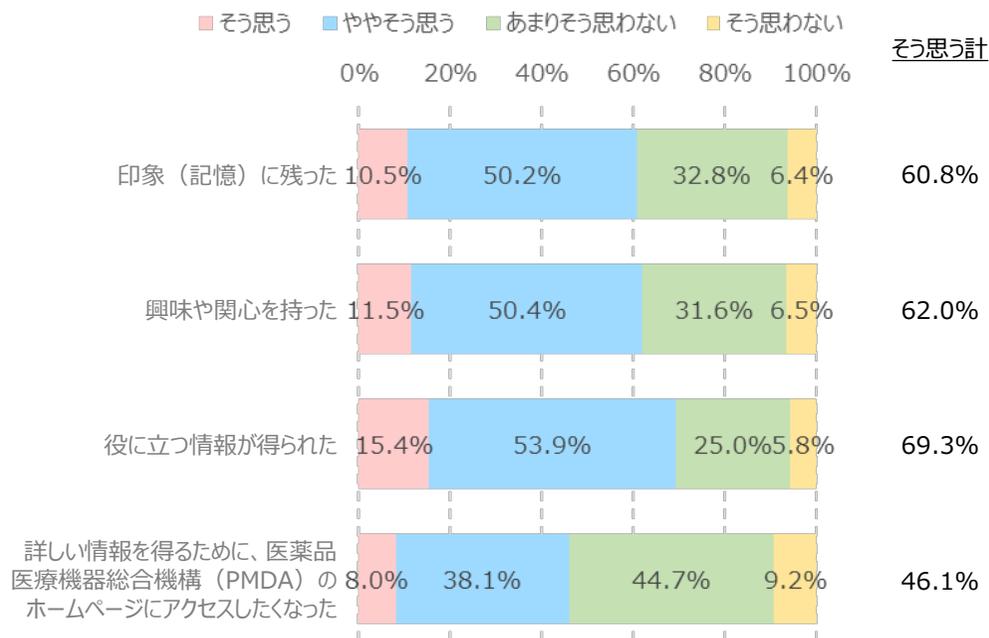
R6\_Q13/R5\_Q11. 動画（救済制度紹介動画）をご覧になった感想をお聞きます。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

- 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」69%。以下、「興味や関心を持った」62%、「印象（記憶）に残った」61%が続く。
- R5と比較して「役に立つ情報が得られた」は3pt減少。

単一回答

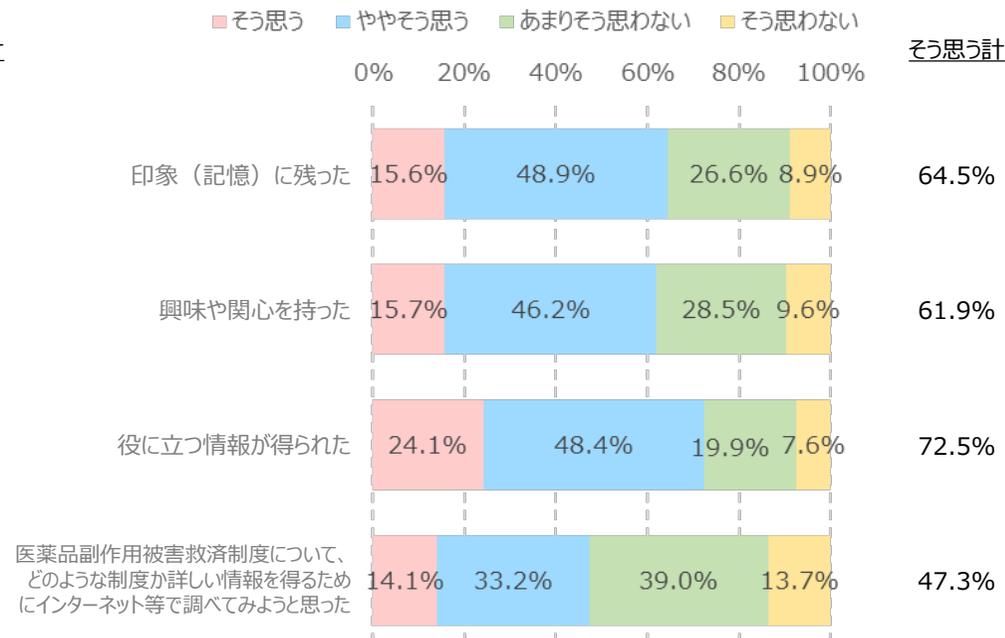
### 令和6年度調査

(n=2,990)



### 令和5年度調査

(n=3,044)



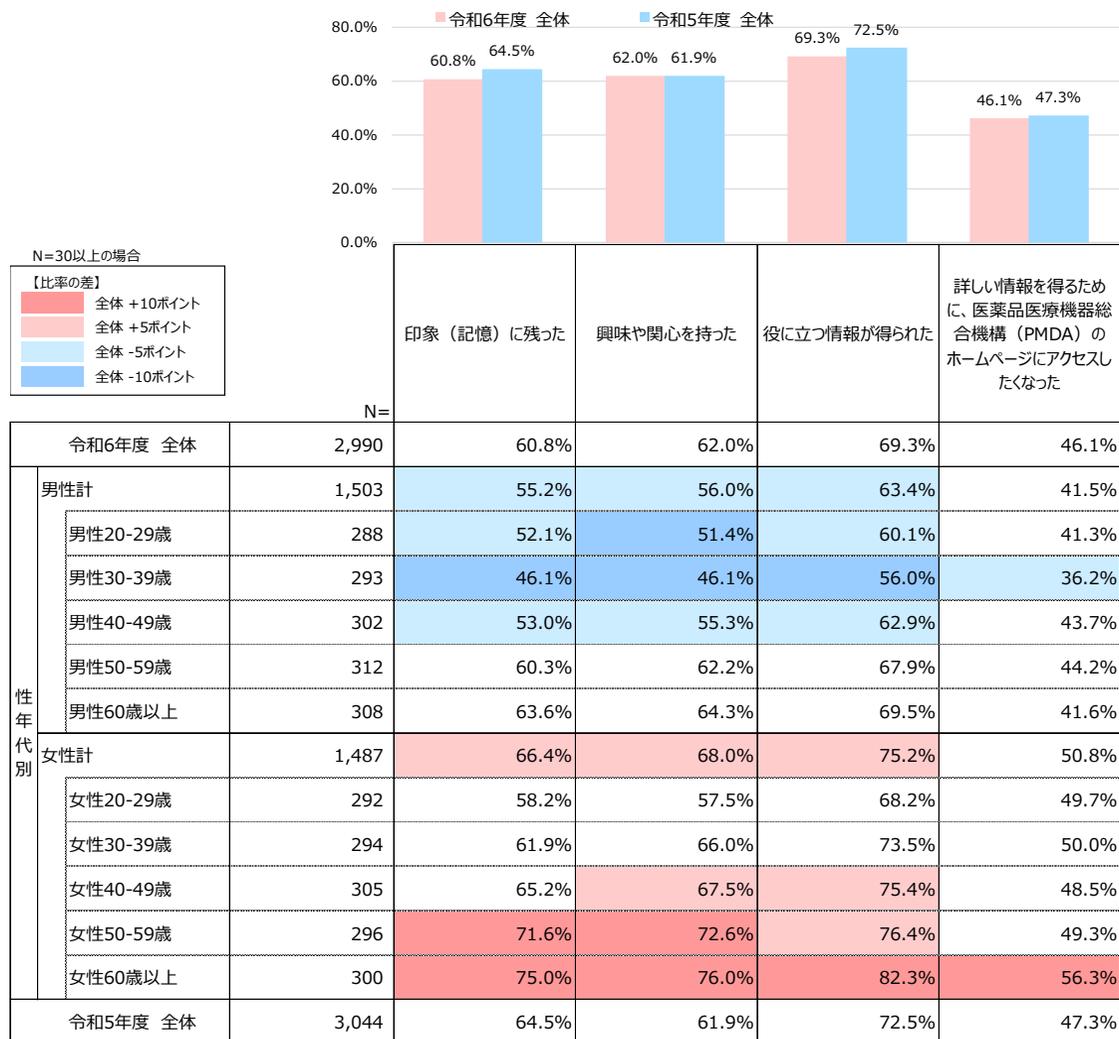
※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

## 8. 救済制度紹介動画広告評価（性・年代別）

R6\_Q13/R5\_Q11. 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」

# 9. 新聞広告認知

(New) R6\_Q14. 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9%。
- 【性、年代別】
- 男性の認知率が高い傾向があり、男性20代が最も高い。女性も20代の認知率が高い。

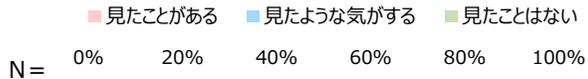
n=30以上の場合

単一回答

【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6年度調査



		N =	0%	20%	40%	60%	80%	100%
全体		3,094	1.8%	7.0%	91.1%			
性年代別	男性計	1,552	1.7%	8.2%	90.1%			
	男性20-29歳	301	6.3%	9.3%	84.4%			
	男性30-39歳	309	1.6%	8.4%	90.0%			
	男性40-49歳	308	0.6%	7.8%	91.6%			
	男性50-59歳	316	0.3%	7.9%	91.8%			
	男性60歳以上	318	7.5%	92.5%				
	女性計	1,542	1.9%	5.9%	92.2%			
	女性20-29歳	308	5.5%	9.4%	85.1%			
	女性30-39歳	307	1.6%	6.2%	92.2%			
	女性40-49歳	314	0.6%	3.8%	95.5%			
女性50-59歳	307	1.3%	4.2%	94.5%				
女性60歳以上	306	0.7%	5.9%	93.5%				

## 令和5年度調査

認知計
8.9%
9.9%
15.6%
10.0%
8.4%
8.2%
7.5%
7.8%
14.9%
7.8%
4.5%
5.5%
6.5%



※令和5年度実施なし

※認知計：「見たことがある」+「見たような気がする」

(New) R6\_Q15. 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。

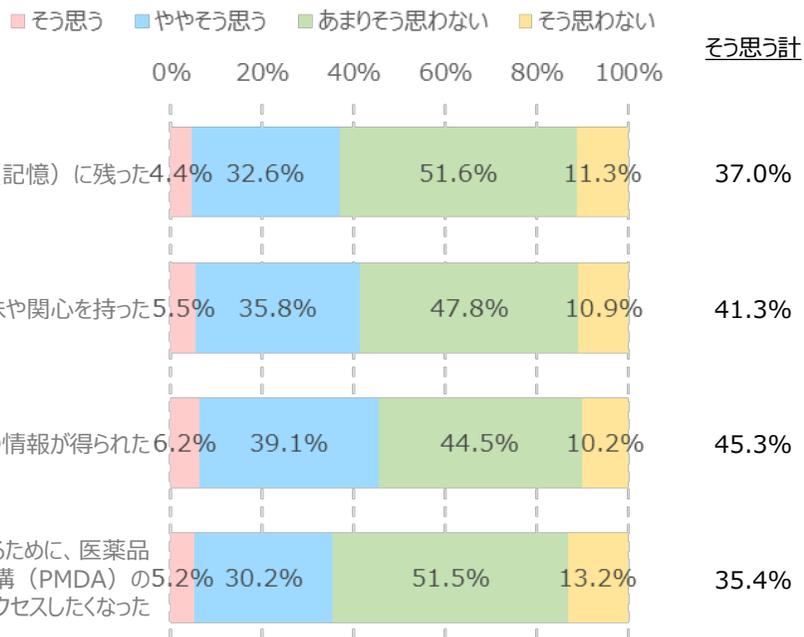
- 新聞広告の評価（そう思う+ややそう思う）が高かった項目は「役に立つ情報が得られた」45%。以下、「興味や関心を持った」41%、「印象（記憶）に残った」37%が続く。

単一回答

## 令和6年度調査

## 令和5年度調査

(n=3,094)



※令和5年度実施なし

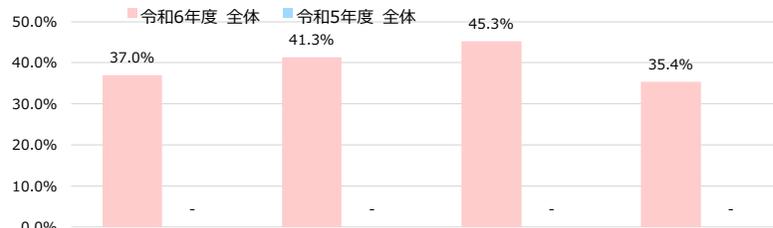
※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

# 10. 新聞広告評価（性・年代別）

(New) R6\_Q15. 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】

•どの項目においても、男性よりも女性の評価が高い傾向にある。



単一回答

※令和5年度実施なし

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=	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	詳しい情報を得るために、医薬品医療機器総合機構（PMDA）のホームページにアクセスしなくなった
令和6年度 全体		3,094	37.0%	41.3%	45.3%	35.4%
性年代別	男性計	1,552	32.8%	37.4%	40.9%	31.3%
	男性20-29歳	301	39.2%	42.9%	42.5%	34.2%
	男性30-39歳	309	30.4%	30.4%	36.2%	25.9%
	男性40-49歳	308	28.6%	35.7%	39.0%	31.2%
	男性50-59歳	316	33.2%	38.9%	43.7%	32.3%
	男性60歳以上	318	32.7%	39.3%	43.1%	33.0%
	女性計	1,542	41.2%	45.2%	49.7%	39.4%
	女性20-29歳	308	39.3%	39.6%	44.8%	39.0%
	女性30-39歳	307	35.2%	41.0%	44.0%	36.5%
	女性40-49歳	314	43.6%	47.1%	52.9%	37.9%
	女性50-59歳	307	43.6%	48.2%	51.8%	38.1%
女性60歳以上	306	44.4%	50.0%	54.9%	45.8%	
令和5年度 全体			※令和5年度実施なし			

※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

R6\_Q16/R5\_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%。R5から1ptの減少。

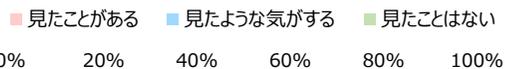
【性、年代別】

- 男女とも20代の認知率が高く、高年齢層よりも低年齢層で高い傾向にある。

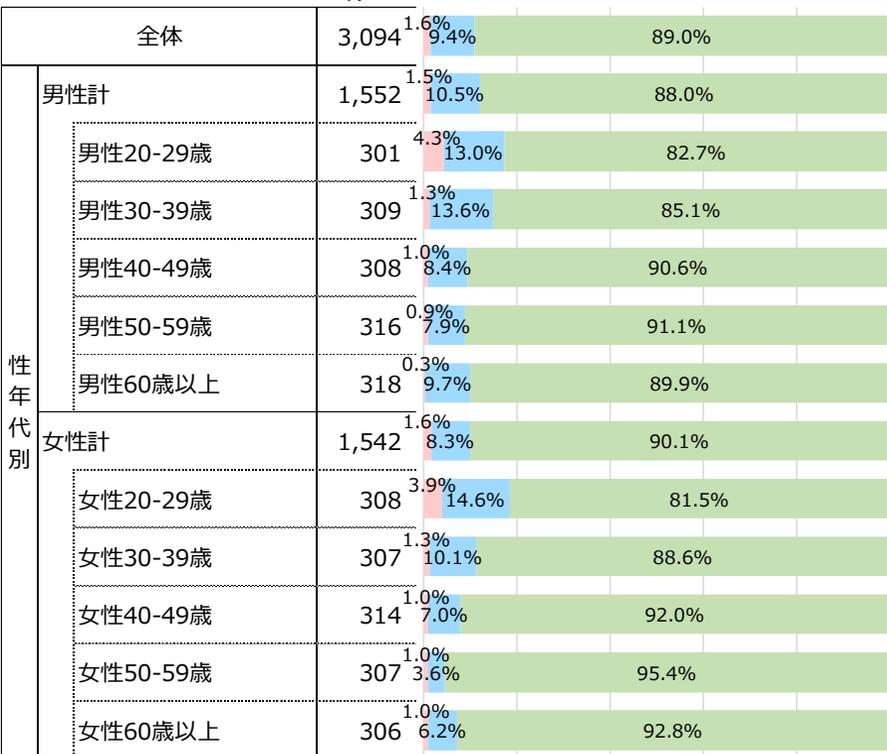
n=30以上の場合



## 令和6年度調査

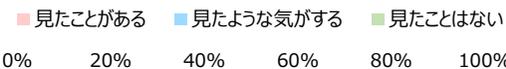


N = 0% 20% 40% 60% 80% 100%

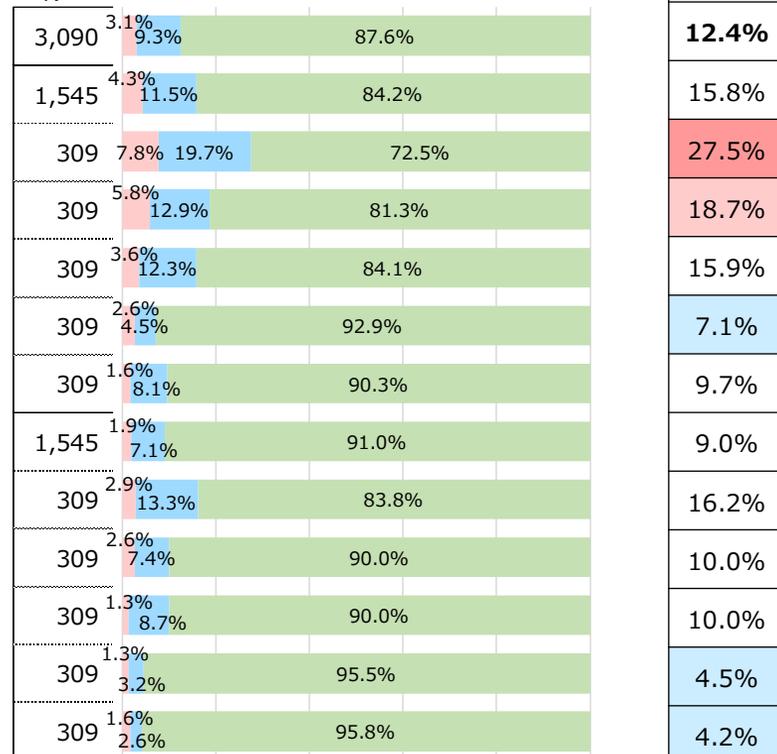


認知計
11.0%
12.0%
17.3%
14.9%
9.4%
8.9%
10.1%
9.9%
18.5%
11.4%
8.0%
4.6%
7.2%

## 令和5年度調査



N = 0% 20% 40% 60% 80% 100%



認知計
12.4%
15.8%
27.5%
18.7%
15.9%
7.1%
9.7%
9.0%
16.2%
10.0%
10.0%
4.5%
4.2%

単一回答

※認知計：「見たことがある」+「見たような気がする」

R6\_Q17/R5\_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。

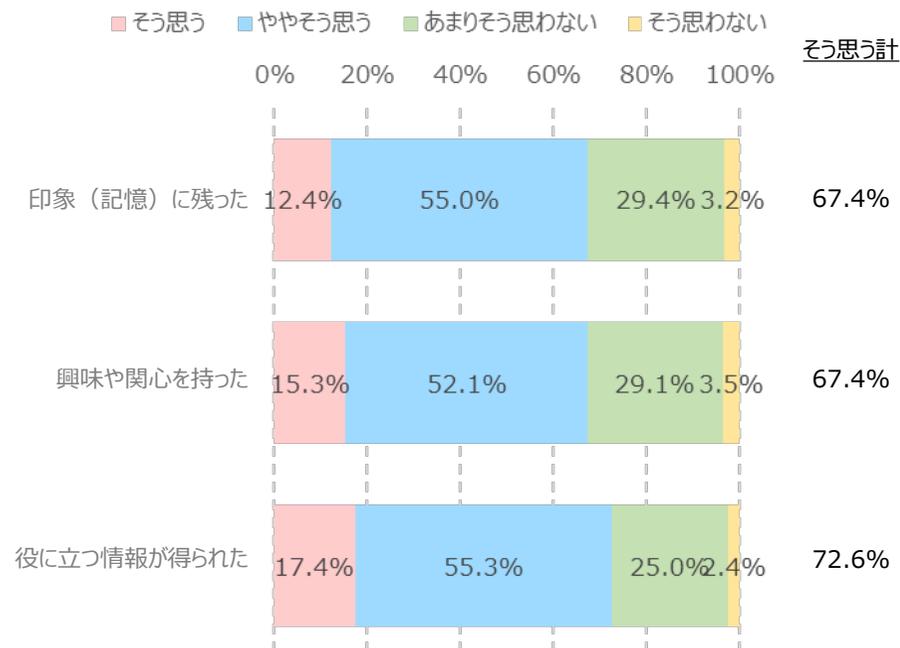
- 薬局ビジョンや院内ビジョンの評価（そう思う+ ややそう思う）が高かった項目は「役に立つ情報が得られた」73%。以下、「興味や関心を持った」、「印象（記憶）に残った」がともに67%。
- R5との比較で「印象（記憶）に残った」、「役に立つ情報が得られた」が減少した。

※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

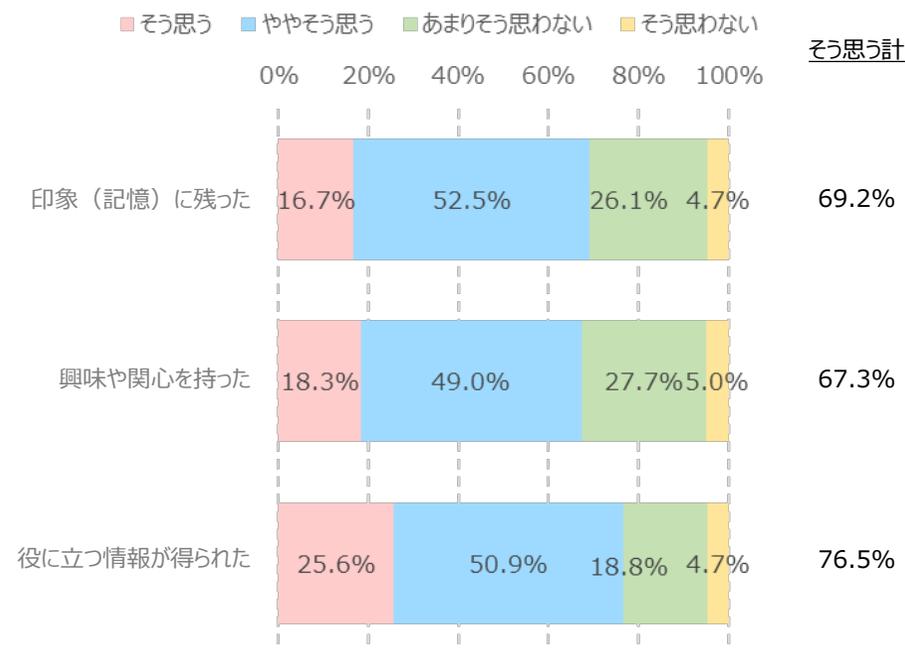
## 令和6年度調査

(n=340)



## 令和5年度調査

(n=383)



※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

# 12. 薬局ビジョンや院内ビジョン評価（性・年代別）

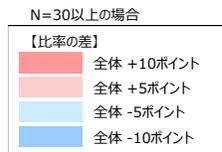
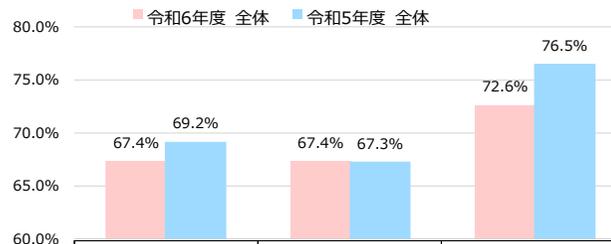
R6\_Q17/R5\_Q13. 薬局ビジョンや院内ビジョンのCMをご覧になった感想をお聞きます。どう思われましたか。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

### 【性・年代別】

•性別では女性の評価が高い傾向にある。女性の20代・50代の評価が高く、男性の50代は3項目とも評価が低い。

※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



		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
令和6年度 全体		340	67.4%	67.4%	72.6%
性 年 代 別	男性計	187	62.6%	61.5%	65.8%
	男性20-29歳	52	76.9%	69.2%	75.0%
	男性30-39歳	46	58.7%	56.5%	71.7%
	男性40-49歳	29	62.1%	69.0%	58.6%
	男性50-59歳	28	46.4%	50.0%	46.4%
	男性60歳以上	32	59.4%	59.4%	65.6%
	女性計	153	73.2%	74.5%	81.0%
	女性20-29歳	57	80.7%	77.2%	86.0%
	女性30-39歳	35	65.7%	68.6%	80.0%
	女性40-49歳	25	64.0%	68.0%	76.0%
女性50-59歳	14	85.7%	85.7%	85.7%	
女性60歳以上	22	68.2%	77.3%	72.7%	
令和5年度 全体		383	69.2%	67.3%	76.5%

※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

R6\_Q18/R5\_Q16. 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%。昨年度とほぼ等しい。
- 【性、年代別】
- 男女とも20代の認知率が高い。男性は60代以上、女性は50代の認知率が低い。

n=30以上の場合

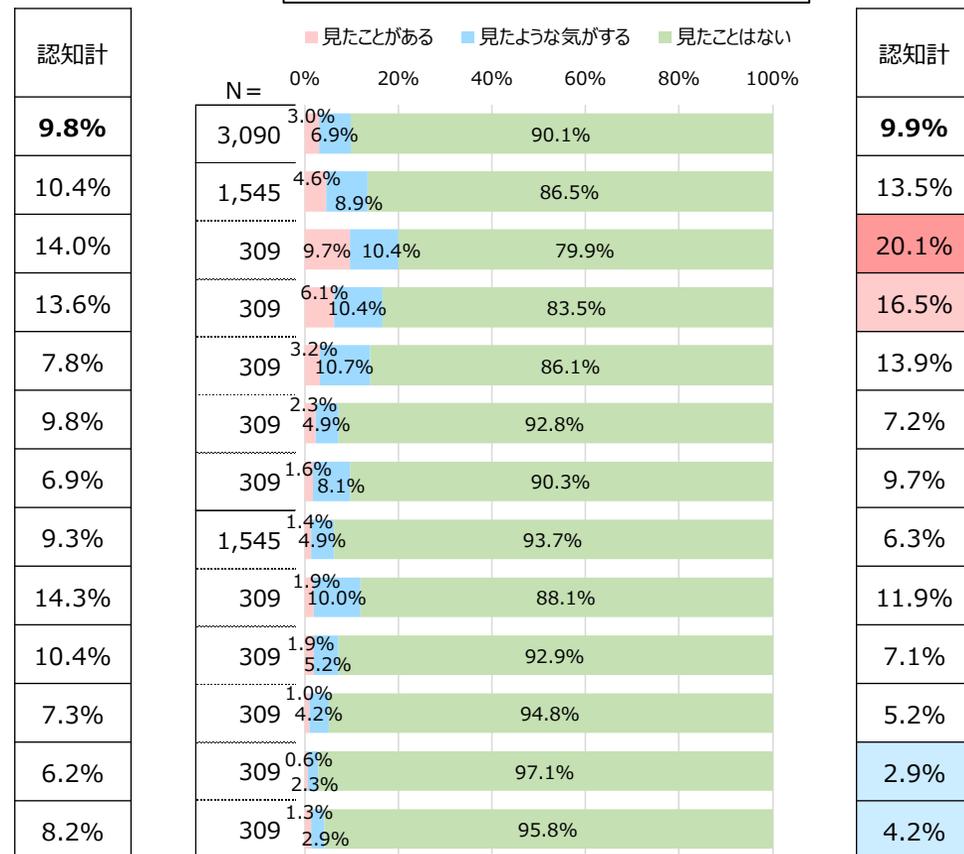
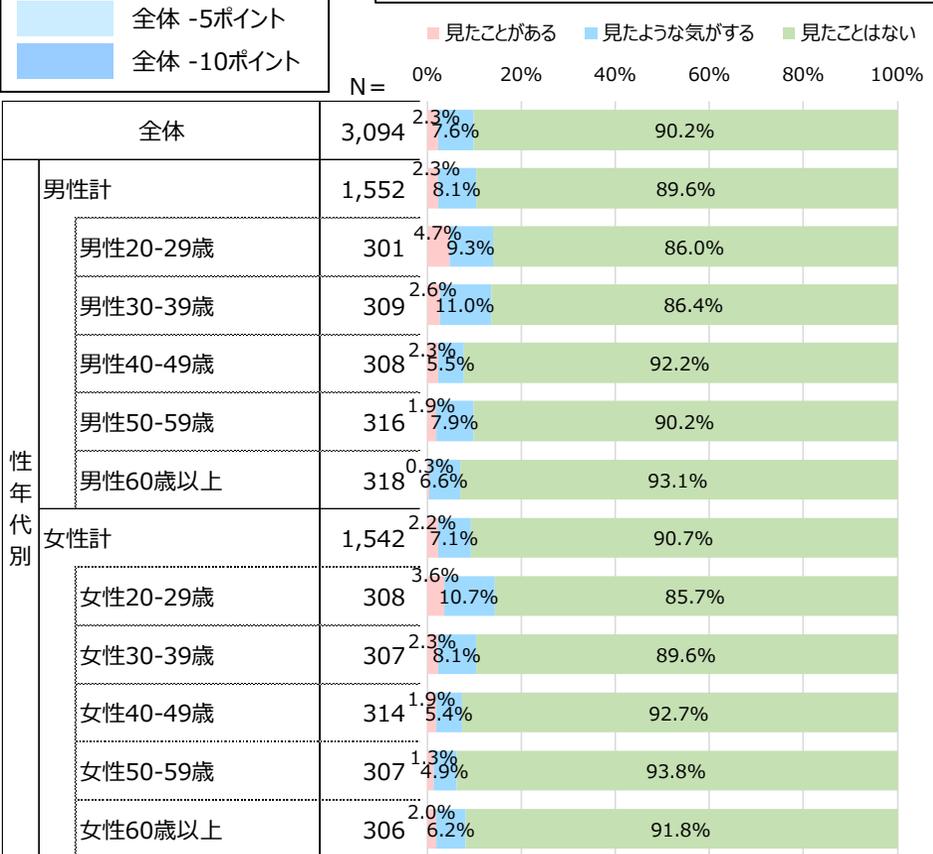
【比率の差】

- 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

単一回答

## 令和6年度調査

## 令和5年度調査



※認知計：「見たことがある」+「見たような気がする」

R6\_Q19/R5\_Q17. 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。

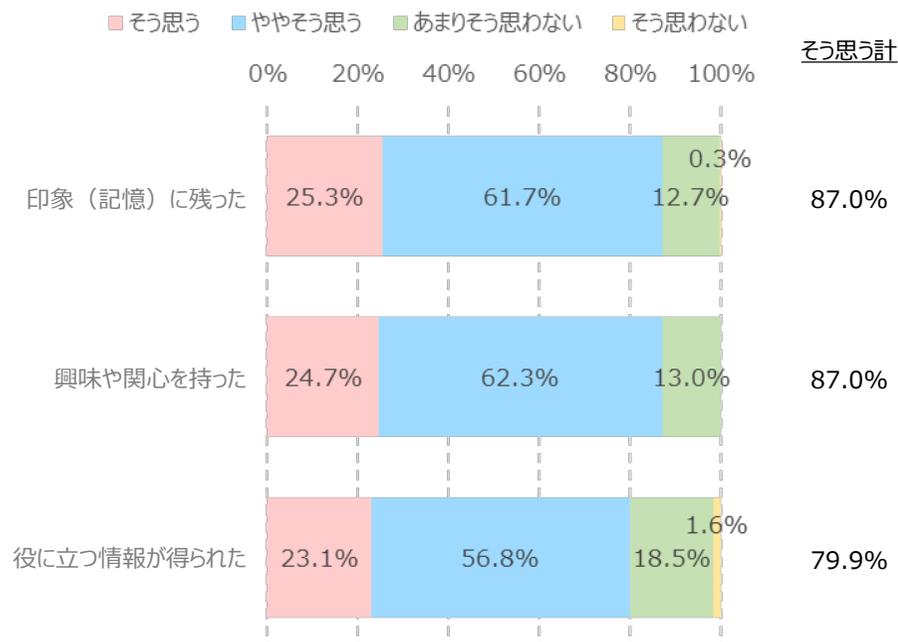
- 救済制度特設サイトの評価（そう思う+ややそう思う）が高かった項目は「印象（記憶）に残った」、「興味や関心を持った」87%、「役に立つ情報が得られた」80%となっている。総じてR5よりも評価は高まっており、特に「印象（記憶）に残った」は16pt上昇した。

※「救済制度特別サイト」認知者ベース

単一回答

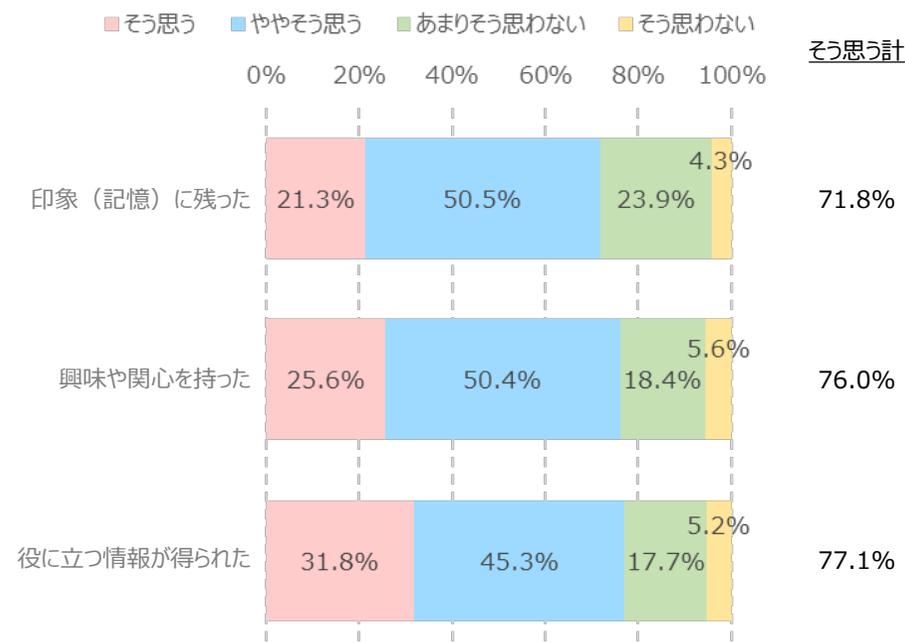
## 令和6年度調査

(n=308)



## 令和5年度調査

(n=305)



※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

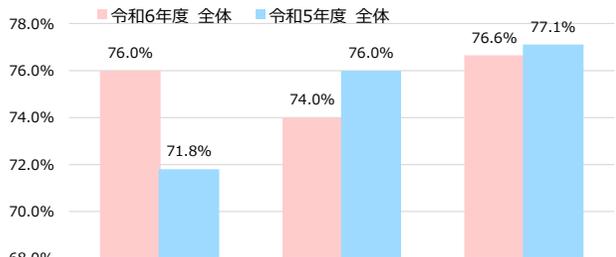
R6\_Q19/R5\_Q17. 救済制度特設サイトをご覧になった感想をお聞きます。どう思われましたか。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

【性・年代別】

●3項目とも女性の方が評価が高い。特に50代・60代以上の評価が高い傾向にある。男性では20代の評価がやや高い。

※「救済制度特別サイト」認知者ベース

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

		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
令和6年度 全体		304	76.0%	74.0%	76.6%
性年代別	男性計	161	73.3%	68.9%	72.0%
	男性20-29歳	42	83.3%	83.3%	81.0%
	男性30-39歳	42	66.7%	54.8%	66.7%
	男性40-49歳	24	70.8%	66.7%	66.7%
	男性50-59歳	31	74.2%	67.7%	74.2%
	男性60歳以上	22	68.2%	72.7%	68.2%
	女性計	143	79.0%	79.7%	81.8%
	女性20-29歳	44	77.3%	77.3%	86.4%
	女性30-39歳	32	68.8%	68.8%	65.6%
	女性40-49歳	23	78.3%	82.6%	82.6%
	女性50-59歳	19	89.5%	94.7%	94.7%
女性60歳以上	25	88.0%	84.0%	84.0%	
令和5年度 全体		305	71.8%	76.0%	77.1%

※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

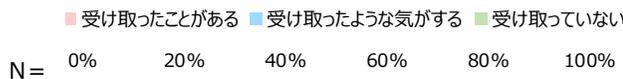
R6\_Q20/R5\_Q14. あなたは、これまでに薬局で救済制度のリーフレットを受け取ったことがありますか。

- 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7%。
- 男性20代の受け取り率が高く、全体を5pt上回っている。男性60代以上の受け取り率が4%と最も低い。
- R5との比較では、男性20代で高い傾向が続いている。

n=30以上の場合

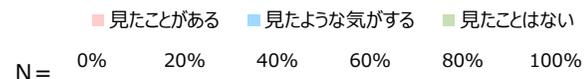


## 令和6年度調査



認知計

## 令和5年度調査



認知計

単一回答

		N=	0%	20%	40%	60%	80%	100%
全体		3,094	1.5%	5.2%	93.3%			
性 年 代 別	男性計	1,552	1.6%	5.5%	92.9%			
	男性20-29歳	301	3.3%	8.6%	88.0%			
	男性30-39歳	309	2.9%	5.8%	91.3%			
	男性40-49歳	308	0.6%	6.2%	93.2%			
	男性50-59歳	316	1.3%	3.5%	95.3%			
	男性60歳以上	318	3.5%		96.5%			
	女性計	1,542	1.4%	4.9%	93.8%			
女性20-29歳	308	2.9%	7.1%	89.9%				
女性30-39歳	307	2.0%	5.2%	92.8%				
女性40-49歳	314	1.0%	4.5%	94.6%				
女性50-59歳	307	3.6%		96.4%				
女性60歳以上	306	1.0%	3.9%	95.1%				

6.7%
7.1%
12.0%
8.7%
6.8%
4.7%
3.5%
6.2%
10.1%
7.2%
5.4%
3.6%
4.9%

		N=	0%	20%	40%	60%	80%	100%
全体		3,090	3.6%	6.6%	89.8%			
性 年 代 別	男性計	1,545	5.0%	8.1%	86.9%			
	男性20-29歳	309	7.4%	15.2%	77.4%			
	男性30-39歳	309	5.5%	8.4%	86.1%			
	男性40-49歳	309	5.2%	7.4%	87.4%			
	男性50-59歳	309	2.3%	5.2%	92.5%			
	男性60歳以上	309	4.5%	4.2%	91.3%			
	女性計	1,545	2.1%	5.0%	92.9%			
女性20-29歳	309	2.9%	8.1%	89.0%				
女性30-39歳	309	3.2%	5.5%	91.3%				
女性40-49歳	309	1.3%	6.5%	92.2%				
女性50-59歳	309	1.6%	3.6%	94.8%				
女性60歳以上	309	1.6%	1.6%	96.8%				

10.2%
13.1%
22.6%
13.9%
12.6%
7.5%
8.7%
7.1%
11.0%
8.7%
7.8%
5.2%
3.2%

R6\_Q21/R5\_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。

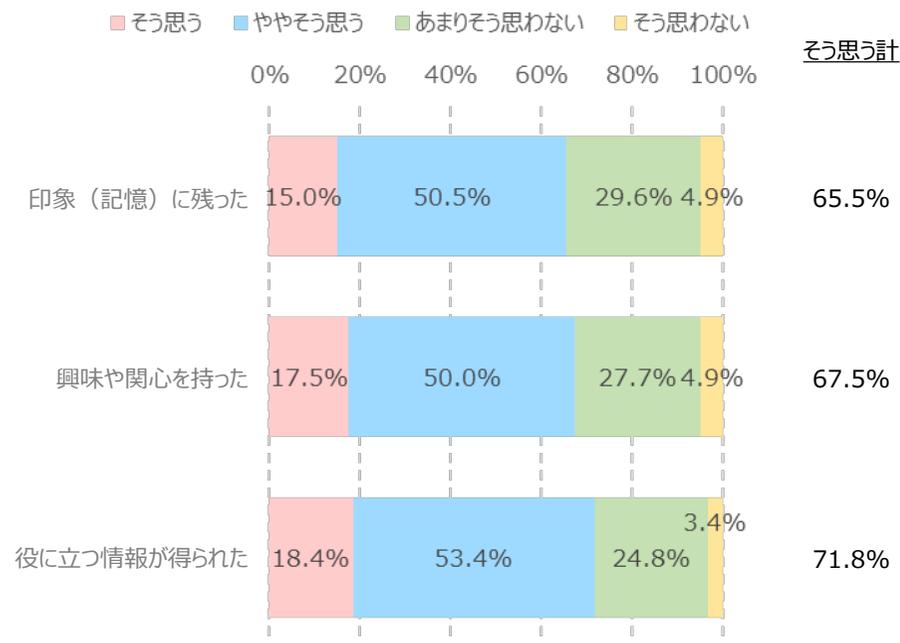
●救済制度のリーフレットの評価（そう思う+ややそう思う）が高かった項目は「役に立つ情報が得られた」72%、以下、「興味や関心を持った」68%、「印象（記憶）に残った」66%となっている。R5と比較して、R6での評価は3項目とも減少している。

※救済制度リーフレット受け取り者ベース

単一回答

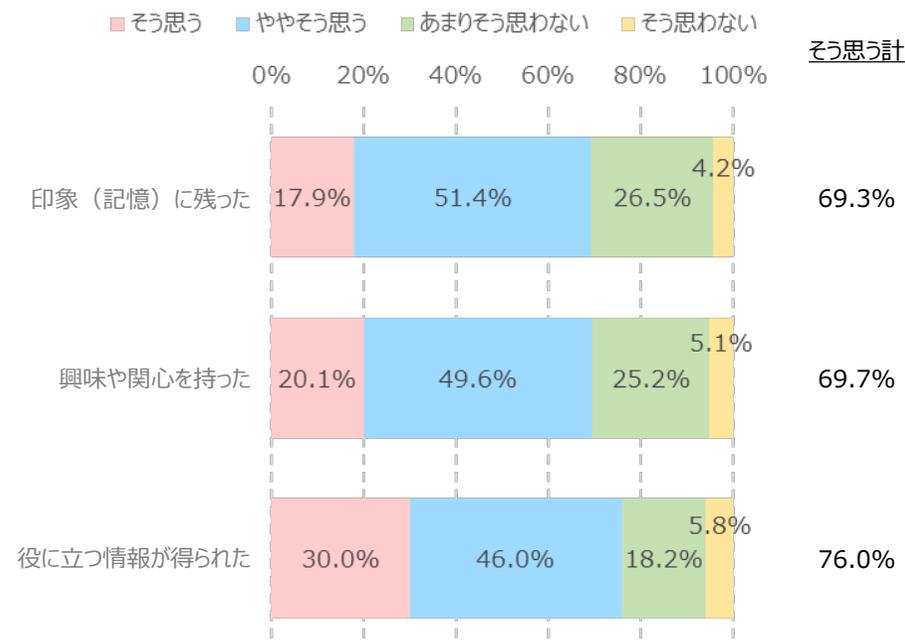
## 令和6年度調査

(n=308)



## 令和5年度調査

(n=305)



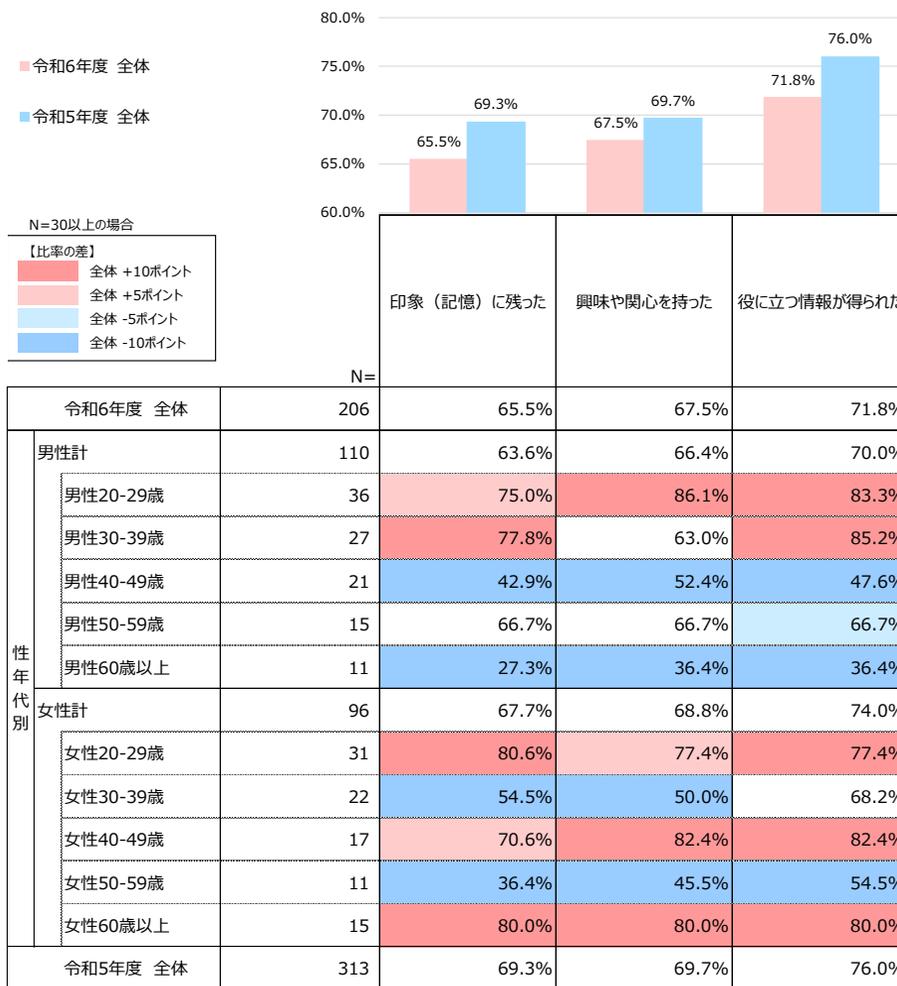
※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

R6\_Q21/R5\_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20代で81%、最も低かったのは男性60代で27%。「興味や関心を持った」で最も高かったのは男性20代で86%、最も低かったのは男性60代で36%。「役に立つ情報が得られた」で最も高かったのは男性30代で85%、最も低かったのは男性60代以上で36%。
- 男性40代・60代以上、女性50代は3項目とも、全体を10pt以上下回っている。

※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」

# 17. 医薬品副作用被害救済制度関心度

R6\_Q22/R5\_Q18. 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（関心が持てた+やや関心が持てた）は64%。R5から4ptの減少。

【性・年代別】

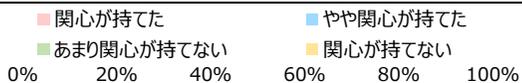
●女性の方が関心が高く、最も高かったのは女性60代以上で83%。最も低かったのは男性30代で48%。

n=30以上の場合

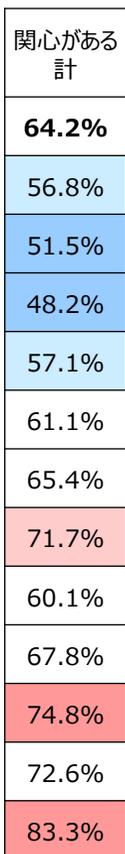
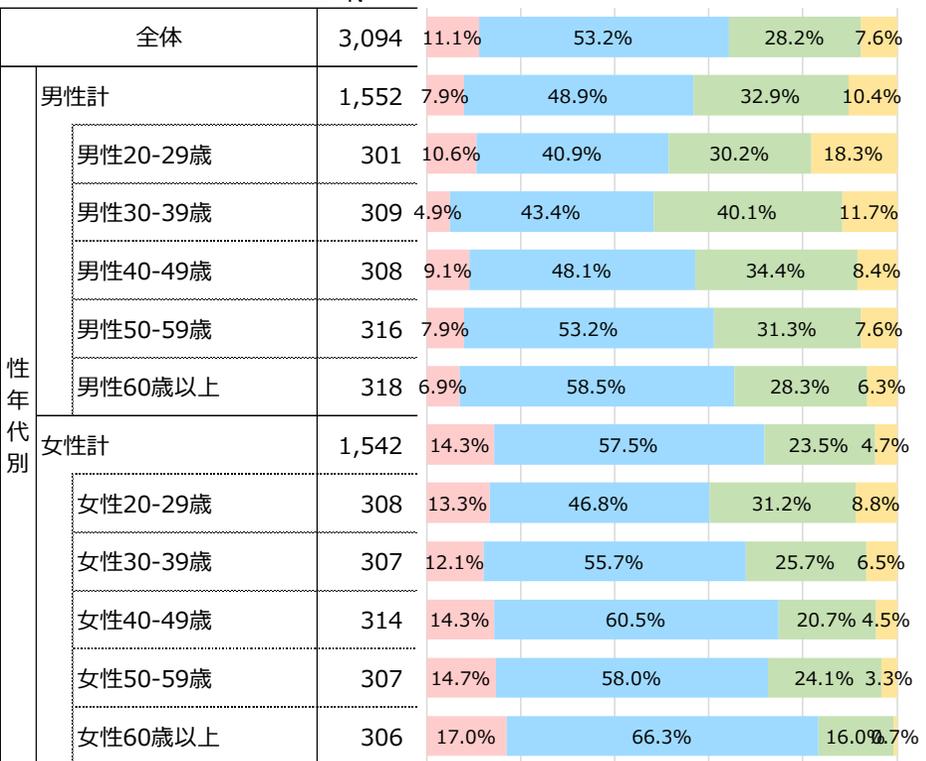
【比率の差】



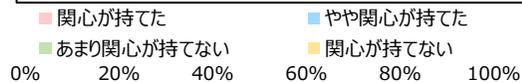
## 令和6年度調査



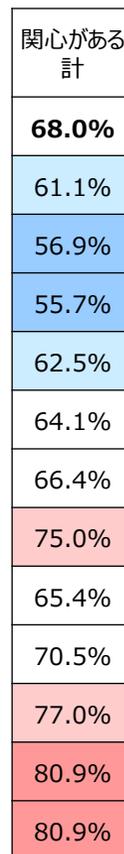
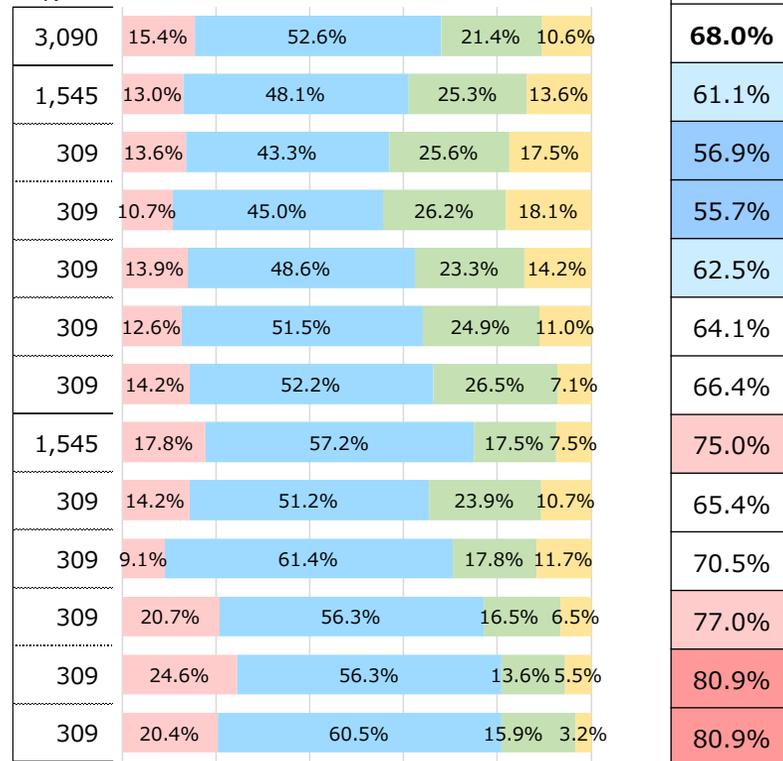
N= 0% 20% 40% 60% 80% 100%



## 令和5年度調査



N= 0% 20% 40% 60% 80% 100%



単一回答

※関心がある計：「関心が持てた」+「やや関心が持てた」

R6\_Q23/R5\_Q19. 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、「医薬品副作用被害救済制度」の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。特にない場合は、「なし」とご入力の上、お進みください。

- R5に続き、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、高齢者にはテレビ、ラジオなど）との回答、また電車やバスなどの公共交通機関、病院等公共施設でポスター掲載との意見もあった。
- 電子媒体だけでなく、直接「人」（薬剤師、医師など）から説明があれば認知度向上につながると考えられる。又はチラシやパンフレットを配布されると良いという回答もあった。

### ■自由回答の抜粋

#### テレビCM/テレビ番組・ニュース/ラジオCM

わたしはテレビをよく見るので、テレビCMで印象的なものだと関心を持ちます。
ラジオをよく聴くのでラジオCMも流してほしい。特に高齢者や自営業の方はラジオを聴きながら作業されている方が多いので有効だと思う。
テレビだったら、良く見るので有効だと思います。
テレビ番組の特集
全体的に、こういう制度もあるのかと興味をもつきっかけになると思いました。テレビは同居家族も見ていて、なんとなく見る機会も多いので良いのかなと思いました。
テレビのニュースで流す。町内放送で知らせる。
テレビCMがやはり一番分かりやすいと思った
テレビCMで流せばおのずと知ることになり記憶に残ると思われる
テレビのニュースの時間に字幕で流す。
テレビ番組での特集
健康・身体をテーマにしたテレビ番組内で詳しく扱ってもらう。
ラジオでも、発信出来ると思う
ラジオなど有効かなと思いました。
テレビCMを増やすと有効かと思えます

#### 薬剤師・薬局関連

自由回答

お薬手帳やお薬袋への広告
お薬手帳にも簡単にいいから記載があるといいと思う
薬手帳の表紙に印刷したらいいかでしょうか。薬で副作用が出たら問い合わせ先を記載
お薬手帳の表紙に、この制度についての記載をすること。
お薬手帳に貼れるようなステッカー
お薬手帳の見開きを書く
薬が変わった際に、薬局で薬と一緒にリーフレットを頂いたのは記憶に残っています。
薬局で薬を買ったり、もらう時にチラシをもらう。
病院や薬局で貰う薬の袋に印刷する
薬局の処方された薬袋に記載したら見るのではないのでしょうか
薬局に初回で行った際にチラシをもらえれば、初回の場合は、薬局からのお知らせを丁寧に読むので有効と思います。
薬局で何でも購入の後に定員に手渡しでチラシと一言添えて伝えて欲しい。風邪薬の説明の様に、簡単で良いので知らせて欲しい。
雑誌広告、特集記事。病院、薬局以外(役所や保健所、福祉事務所、保健所やスーパー等)でのリーフレットの配布
薬局でもらうお薬袋の中にチラシやパンフレットを定期的に入れれば認知度が上がると思います。
調剤薬局で薬をもらう時に配布して欲しい。病院でもよく分かる場所に掲示するかパンフレットを置いておいて欲しい。
実際に薬に触れるタイミングで知りたいので病院や薬局では、最低限告知した方がいいと思うし、ネットで流す事で若者にも知らせる事ができると思う。
薬局で1患者に対して入れるチラシ、病院や薬局の待ち時間に読んでもらえる冊子を渡す

R6\_Q23/R5\_Q19. 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、「医薬品副作用被害救済制度」の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。特にない場合は、「なし」とご入力のうえ、お進みください。

- R5に続き、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、高齢者にはテレビ、ラジオなど）との回答、また電車やバスなどの公共交通機関、病院等公共施設でポスター掲載との意見もあった。
- 電子媒体だけでなく、直接「人」（薬剤師、医師など）から説明があれば認知度向上につながると考えられる。又はチラシやパンフレットを配布されると良いという回答もあった。

### ■自由回答の抜粋

自由回答

## インターネット/SNS

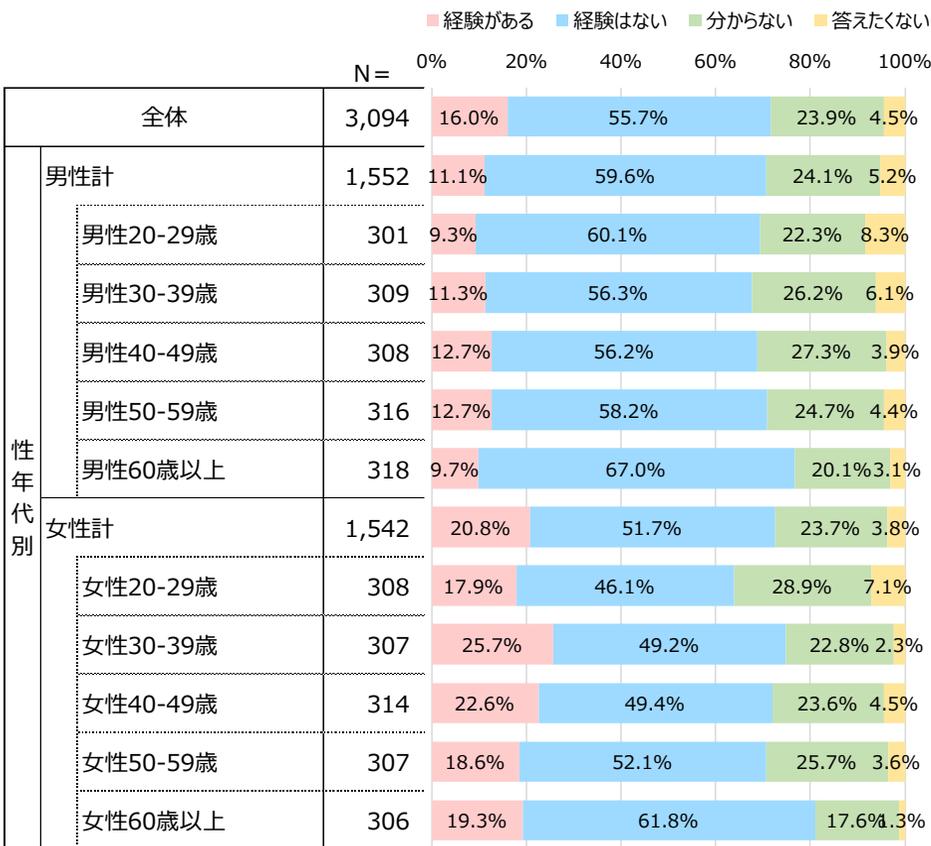
YouTube動画の前に流れる動画広告
テレビ番組、ウェブ記事（Yahooニュースなど）
YouTube広告、Twitter広告など
LINEやInstagram等のSNSが良いと思う。
Web広告に含まれてると思うが、インターネットのバナー広告
YouTubeでの広告が効果的だと思う
若い世代もよくみるインスタやTikTok
若い方にはInstagramが有効だと思います
これまであまり見る機会がなかったのがYouTubeなどよく視聴されるものに掲載されると視聴機会が増えるかもしれない
snsの広告があっても見てもらえると思います
若い人向けならSNSとか 色んな人が見るならニュースとかで取り上げたら関心が、深まる気がする
SNSで若者にも見せよう
やっているかもしれませんが、YouTubeの広告
web広告が一番いいと思う。テレビ番組は最近は見ない人が多いので。また、町内の回覧板なども活用していくといいと思う
インスタやSNSの投稿があると若者も見ると思う
S N Sは若い年代にも周知されやすいとおもう
YouTubeなどの人気動画サイトやSNS
YouTubeやTVerなどでの広告
インスタ、ライン、YouTubeのショート動画 お薬手帳への掲載

R6\_Q24/R5\_Q20. 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。

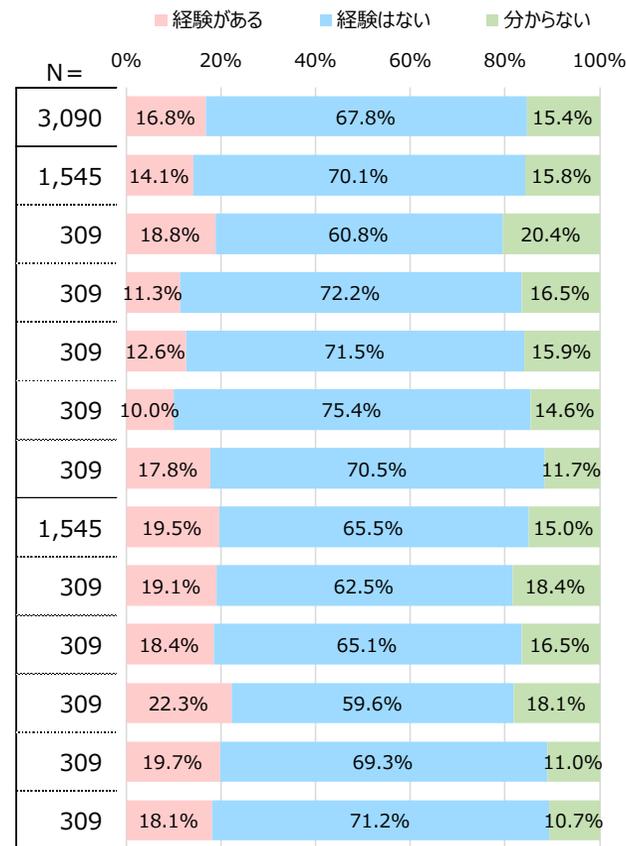
- 医薬品による副作用と思われる経験が「ある」は16%で、R5から1ptの減少。  
【性・年代別】
- 女性の方が副作用と思われる経験がある割合が高い。

単一回答

## 令和6年度調査



## 令和5年度調査



R6\_Q25/R5\_Q21. 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%。R5より3pt減少。

【性・年代別】

- 女性60代以上は51%で最も高く、次いで男性50代が38%となった。

※医薬品による副作用経験者ベース

n=30以上の場合

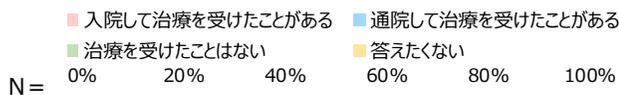
【比率の差】



単一回答

## 令和6年度調査

## 令和5年度調査



		N =	0%	20%	40%	60%	80%	100%
全体		494	6.9%	22.9%	68.6%	1.6%		
性年代別	男性計	173	10.4%	17.3%	70.5%	1.7%		
	男性20-29歳	28	17.9%	7.1%	71.4%	3.6%		
	男性30-39歳	35	20.0%		80.0%			
	男性40-49歳	39	7.7%	17.9%	71.8%	2.6%		
	男性50-59歳	40	15.0%	22.5%	62.5%			
	男性60歳以上	31	12.9%	16.1%	67.7%	3.2%		
	女性計	321	5.0%	25.9%	67.6%	1.6%		
女性20-29歳	55	1.8%	27.3%	69.1%	1.8%			
女性30-39歳	79	3.8%	20.3%	74.7%	1.3%			
女性40-49歳	71	5.6%	15.5%	74.6%	4.2%			
女性50-59歳	57	5.3%	28.1%	66.7%				
女性60歳以上	59	8.5%	42.4%	49.2%				

治療経験あり
29.8%
27.7%
25.0%
20.0%
25.6%
37.5%
29.0%
30.8%
29.1%
24.1%
21.1%
33.3%
50.8%

		N =	0%	20%	40%	60%	80%	100%
全体		520	10.2%	22.5%	67.3%			
治療経験有	20-29歳	218	15.1%	21.6%	63.3%			
	30-39歳	58	20.7%	22.4%	56.9%			
	40-49歳	35	22.9%	20.0%	57.1%			
	50-59歳	39	10.3%	15.4%	74.3%			
	60歳以上	31	3.2%	19.4%	77.4%			
	20-29歳	55	14.5%	27.3%	58.2%			
	30-39歳	302	6.6%	23.2%	70.2%			
	40-49歳	59	20.3%		79.7%			
	50-59歳	57	8.8%	21.1%	70.1%			
	60歳以上	69	5.8%	23.2%	71.0%			
	20-29歳	61	6.6%	29.5%	63.9%			
	30-39歳	56	12.5%	21.4%	66.1%			

※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」

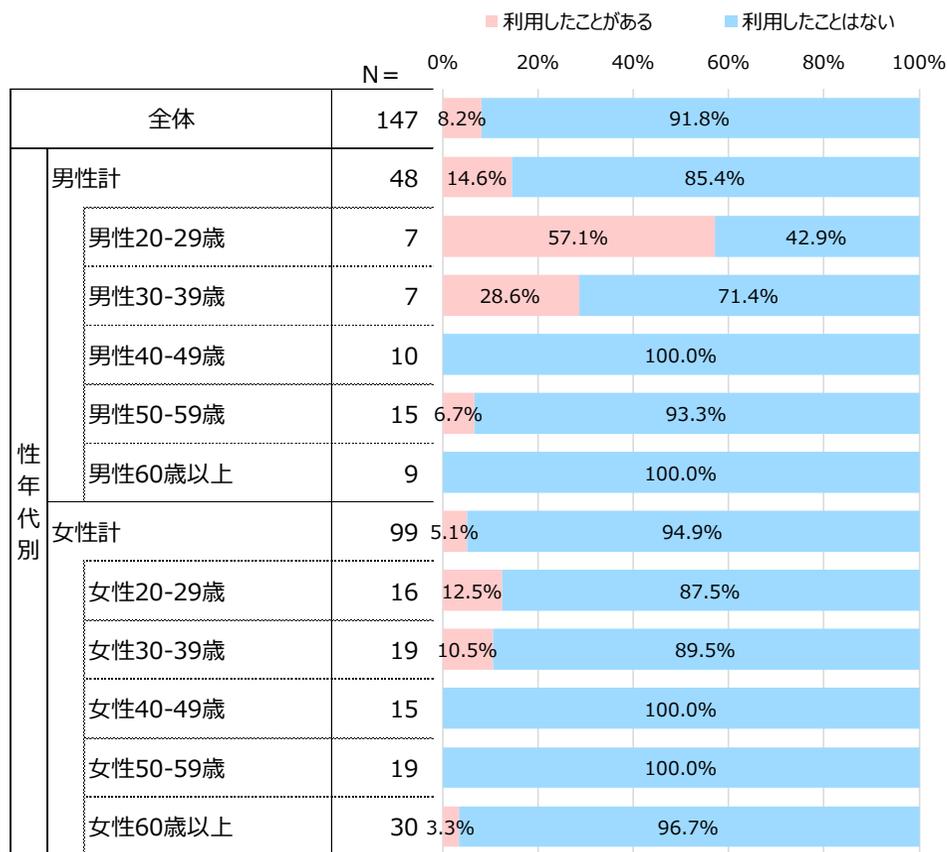
R6\_Q26/R5\_Q22. あなたは医薬品の副作用の治療を受けた際に、「医薬品副作用被害救済制度」を利用したことがありますか。

• 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8%。R5から9ptの減少。

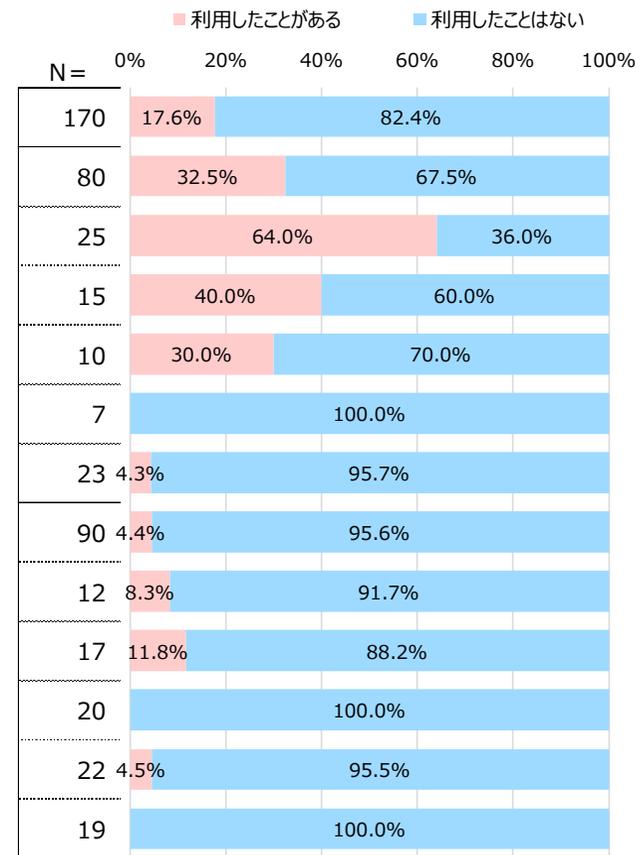
※ 医薬品による副作用で入院・通院の治療経験者ベース

単一回答

## 令和6年度調査



## 令和5年度調査

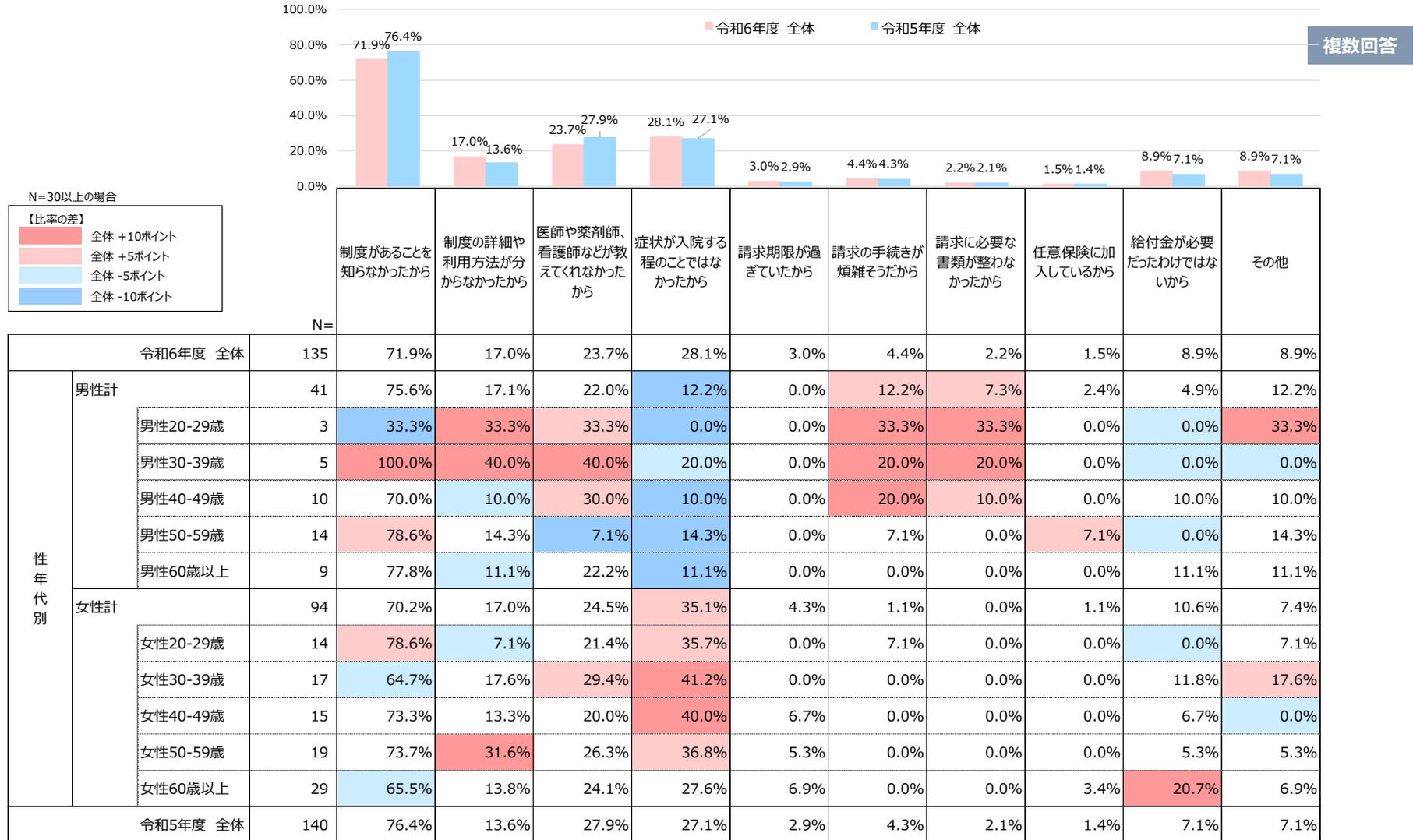


# 22. 医薬品副作用被害救済制度未利用理由

R6\_Q27/R5\_Q23. 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、R5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

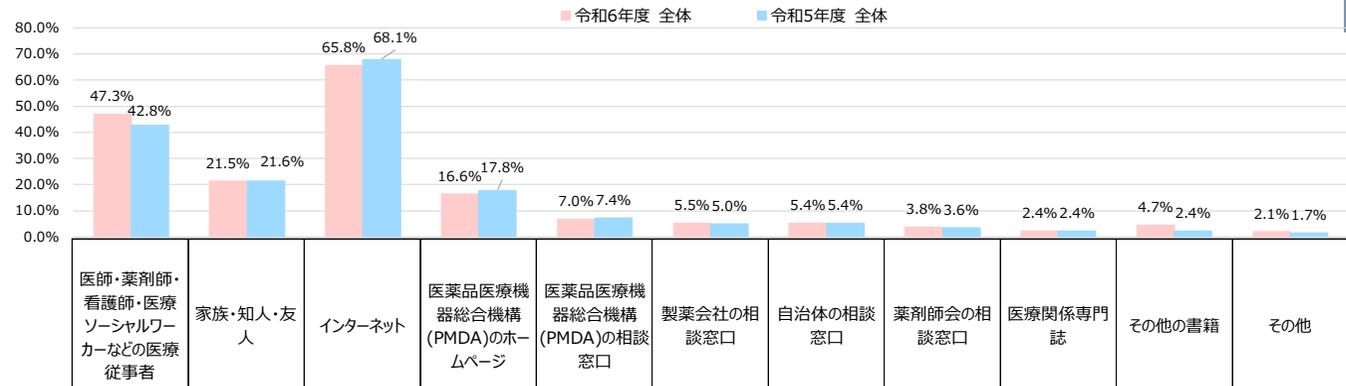
N=30以上の場合  
【比率の差】  
全体 +10ポイント  
全体 +5ポイント  
全体 -5ポイント  
全体 -10ポイント

# 23. 医薬品副作用被害救済制度情報収集方法

R6\_Q28/R5\_Q24. 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」66%、「医師・薬剤師・看護師などの医療従事者」47%、「家族、知人・友人」22%が上位となっている。R5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」、40代・50代は「インターネット」が高い

複数回答



N=30以上の場合

【比率の差】

- 全体 +10ポイント (Dark Red)
- 全体 +5ポイント (Light Red)
- 全体 -5ポイント (Light Blue)
- 全体 -10ポイント (Dark Blue)

		N=	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
令和6年度 全体		3,094	47.3%	21.5%	65.8%	16.6%	7.0%	5.5%	5.4%	3.8%	2.4%	4.7%	2.1%
性年代別	男性計	1,552	45.2%	20.4%	66.1%	14.7%	7.0%	5.6%	6.1%	3.9%	2.6%	4.8%	2.6%
	女性20-29歳	301	37.5%	18.9%	56.8%	11.0%	7.3%	6.6%	3.7%	4.7%	5.3%	10.0%	3.3%
	女性30-39歳	309	40.5%	19.1%	65.0%	17.2%	4.9%	5.5%	4.2%	3.2%	3.6%	5.8%	2.9%
	女性40-49歳	308	46.4%	23.7%	72.4%	13.3%	7.8%	5.5%	6.8%	4.5%	2.3%	2.3%	0.6%
	女性50-59歳	316	44.9%	21.8%	71.5%	16.1%	7.9%	6.3%	6.3%	3.8%	1.3%	3.8%	3.2%
	女性60歳以上	318	56.0%	18.6%	64.5%	15.7%	6.9%	4.1%	9.1%	3.5%	0.9%	2.5%	2.8%
	女性計	1,542	49.4%	22.6%	65.5%	18.5%	7.0%	5.4%	4.8%	3.8%	2.1%	4.5%	1.7%
	女性20-29歳	308	41.2%	25.6%	56.8%	13.0%	4.9%	4.2%	3.2%	3.9%	4.2%	10.7%	1.6%
	女性30-39歳	307	45.3%	20.5%	69.7%	23.1%	6.2%	2.9%	2.6%	3.6%	1.3%	5.2%	2.3%
	女性40-49歳	314	47.5%	20.4%	72.3%	16.2%	5.7%	2.9%	2.9%	1.0%	0.6%	2.5%	1.3%
	女性50-59歳	307	46.9%	22.5%	71.0%	23.5%	10.1%	8.5%	7.2%	4.9%	2.0%	2.6%	2.3%
	女性60歳以上	306	66.0%	23.9%	57.5%	16.7%	8.2%	8.8%	8.2%	5.6%	2.3%	1.3%	1.0%
令和5年度 全体		3,090	42.8%	21.6%	68.1%	17.8%	7.4%	5.0%	5.4%	3.6%	2.4%	2.4%	1.7%

# 24. 医薬品副作用被害救済制度今後の利用意向

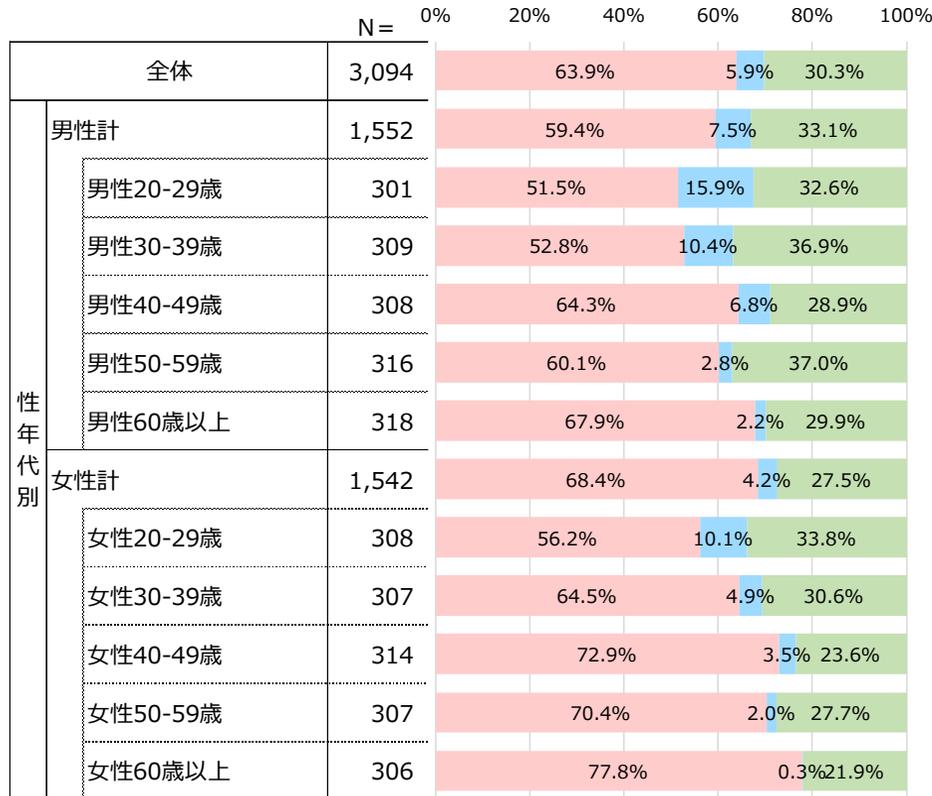
R6\_Q29/R5\_Q25. 今後、あなたが制度の対象となるような重篤な副作用にあった場合、「医薬品副作用被害救済制度」を利用したいと思いますか。

- 今後の利用意向は64%で、R5から4pt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60代以上は78%と利用意向が高い。

単一回答

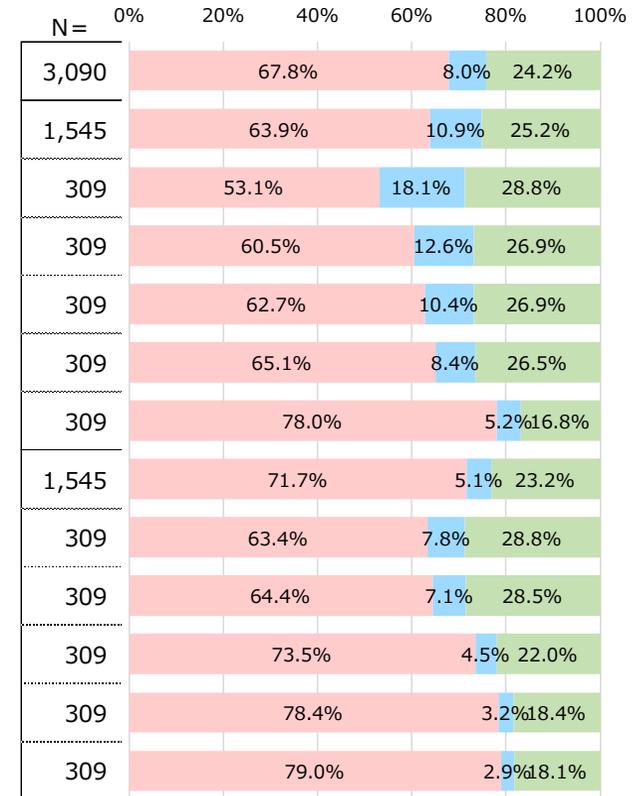
## 令和6年度調査

■ 利用したい ■ 利用したくない ■ 分からない



## 令和5年度調査

■ 利用したい ■ 利用したくない ■ 分からない



## 25. 医薬品副作用被害救済制度利用したくない理由

R6\_Q30/R5\_Q26. 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【Q29回答引用】と回答されましたが、その理由は何ですか。

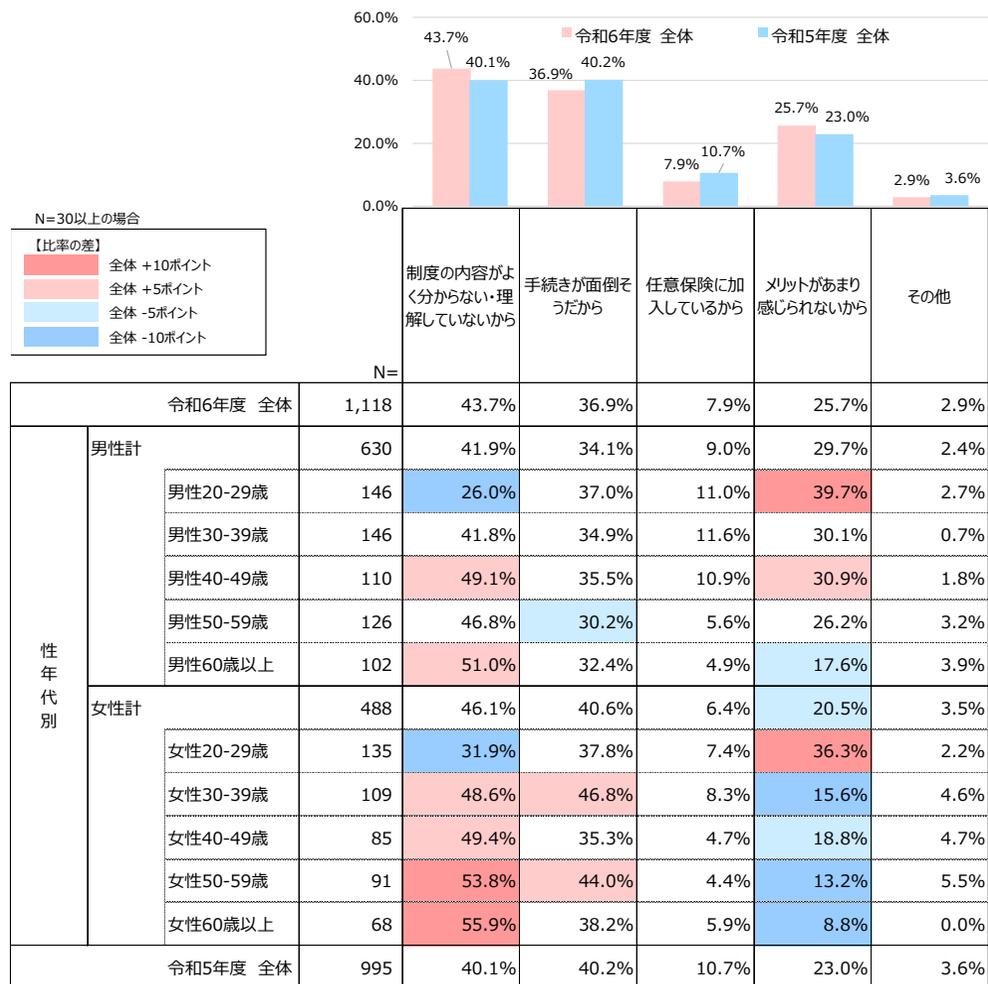
- 「制度を利用したくない理由は、「制度の内容がよく分からない・理解していないから」が44%。以下「手続きが面倒そうだから」37%、メリットがあまり感じられないから」26%と続く。R5よりも「制度の内容がよく分からない・理解していないから」は4pt増加した。

【性・年代別】

- 女性50代・60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。

※「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



## 26. 医薬品副作用被害救済制度周知方法

R6\_Q31/R5\_Q27. 「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。
- 媒体では、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、CM（テレビ、インターネット）、動画投稿、情報番組などで取り上げるなどの意見もあった。

### ■自由回答の抜粋

#### テレビCM

CMと、TVのワイドショーで毎日コーナーを作ってみる。しつこいぐらいやらないと一般人は覚えなない。
新聞やテレビのCMなどで観る事が出来れば良い
もっとテレビなどでPRしたほうがよい
テレビCMを積極的に流して周知する
テレビCMを普及させること
深夜帯ではない時間帯でのTVCM
テレビのCMやニュースで積極的に報道をすると良いと思います
TVCMや番組で取り扱うと良いのではないのでしょうか。

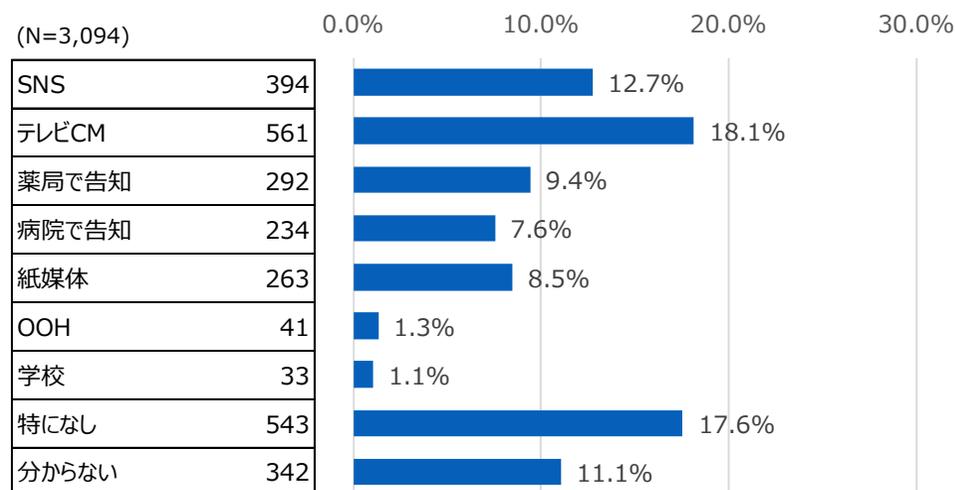
#### 紙媒体

実際に助かることを病院や薬局の窓口でチラシなど配る
ドラッグストアや病院でのパンフレット設置や配布
どの医療機関に行ってもその案内があると思う（パンフレットを入れる、お会計時に説明など）
薬を渡される時に一緒に資料を頂いたのは、今の自分に直結している情報だと感じてリーフレットを読み、お薬手帳に挟んでいるので、薬と同タイミングがいいと思います
どの薬局にもポスターが貼ってあれば、信頼度や知名度が上がると思います。
各医療機関及び薬局にポスター及びチラシを置く。待ち時間で、目に留まるチャンスがあるかも。広告見たらマイナポイントが貰えるとかすれば、フックにはなるかも
薬を渡す時に口頭で伝えるかチラシを配るとか、薬袋に印刷するとか

#### SNS

インターネットで知らせる
若者がよく使うSNSで広告を流す
tiktokなどのsns
継続的なネットによる発信
インターネットのネット記事 経験者の情報があるのと関心が持てる
ネットを利用した広告。出来れば実例をあげたものが効果的だと思う。
紹介ビデオをYouTubeなどビデオサイトにアップデートできれば宣伝効果あると思います
ネット環境で見てもらえるような機会をつくる。

自由回答



## 27. 医薬品副作用被害救済制度についての意見

R6\_Q32/R5\_Q28. 本アンケートで扱った制度について、ご意見等ありましたら自由にご回答ください。

- 文章がわかりやすく、入ってきやすいとする意見もあった一方、もう少し文章を短くして簡単に読めるようにしてほしいとの意見があった。
- 制度の認知率が低いので、医療関係者による説明や告知物によってもっと積極的に制度の周知を図ってほしいとの意見があった。

### ■自由回答の抜粋

#### 自由回答

多くの人がこの「医薬品副作用被害救済制度」の存在を知らないと思うので、ACジャパンのCMなどを活用して、より多く徹底周知することが大事だと思います。私は病院で処方された総合感冒薬で、薬剤性急性肝機能障害を患ったし、母は結核の手術の際に輸血でC型肝炎を発症し、肝臓で亡くなりました。もっと早くこの救済制度があれば金銭的に助かったと思いました。
難しい専門用語ばかりで素人には何一つ意味がわからない。本当に利用させる気でしょうか？あわよくば利用させない様にしていないかと思えない。
制度があってもスムーズに使えないと人は行動しない。面倒ばかりで難しくして制度を使わせないかんじがある。
webページなんて情報を無限に載せられるのだから、どういったことでどの様な治療および救済を受け、金額はどれほどだったかをたくさん掲載した方がいいでしょう。具体例がないと胡散臭くて警戒されると思います。手間暇かけて申請したら1000円だったとかそんな内容を考えてしまいがちです。
救済制度があるのに認知度が低くてもったいないと思う。薬局で積極的にアピールしてほしい。
知らない人が、多いと思われるので、周知徹底が必要
あまり認知されていない。もっと広報活動をするべきでは
自治体の制度は積極的に申請側から調査しないと知らないものが多く、関係団体や自治体の窓口できちんと案内できる体制を整えないといけないと思う。
あまり世間に知られていないので、当事者が知らないままできていることが多くありそう
適用される要件が厳しくなりすぎないようにしていただきたい。
こういった制度があった事を知らなかった。請求できる方の欄に「本人」しか無かった場合、医療費や医療手当など遺族は請求できないのか不安になった。また、本人が植物状態になってしまった場合も、請求できないのではないかと心配になった。医療費が高額になり続けているので、申請しても認めてもらえない可能性もあるのが心配。
診断書が必要とのことで、医者にかかるのが前提なのであれば、医者もしくは病院関係者からその都度適切に説明があれば、制度自体が広く認知される必要はないように感じた。国民全員に広く認知させるより、医者もしくは病院関係者に、該当する患者には必ず説明させるようにできないか。患者側からは、例えば制度を知っていても、医者が診断書を書いてくれなかったら対象者ではないと思ってしまう、言い出せないと思う。

まだ知らない人が多そう
周知徹底をしてください。新聞は部数が減っていく傾向があり広告の効果はほとんどないと思います。若年層になるほど新聞広告には効果はないと思います。
まずはこういう仕組みがあるということを知っていると、身近でそうした例が発生した時に救済が使えない。いざという時までには名前だけでもいいので知っておくことが大切。
知らない人が多すぎるのでは？と思う もっと伝えるように工夫したほうがいい
必要になるまでその重要性になかなか気づかないため、周知啓発も進みにくいかもしれないですが、粘り強く広めて行っていただきたいです。
知らない制度だったので、もっと色々な場面や場所で制度の存在をお知らせしてほしいです。
大手(全国展開している)薬局以外でもリーフレットを見やすい所に置くとかポスターを見える場所に貼るなど病院に通わない人にも周知してもらえるアピールをしても良いと思います
知らない人が多いと思うので積極的に宣伝してほしい
状況にならないと気にしない制度 医療機関で受診した際に必要な場合の対応があれば良いと感じる 一般常識としての周知よりは利用時の事前説明の方が意識に上りやすい
結局は担当医が副作用と認めるか認めないかで変わってくる曖昧な制度だと思います。
世の中、知らないことが多いなあと感じました。広く知れ渡るといいと思います。
あまり知られていないと思う
テレビCMを見たような気がしますが、正直なところあまり印象に残っておらず、今回のアンケートでどういふものか、そもそもこういう制度があると言う事を知る事ができて良かったです。副作用は起こって欲しくないですが、もしもの時は この制度のことを思い出し利用したいと思います。そういう意味では、こういうアンケートはたくさんの人に知られる良いきっかけだと思いました。
知らない制度だったので、知ることができて良かった。
重篤な病気は何が原因か一般の人にはわからない。お医者様を信じるしかないけど、優秀な人を推薦してほしい、推薦マークを病院に貼り付けてほしい。
このようなアンケートでも知らないことを知ることができた

付録：調査票

令和6年度調査

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	
Q1 SA A	あなたの性別をお答えください。 1. 男性 2. 女性
回答者条件：全員 表示形式：ラジオボタン	
Q2 SA A	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	
Q3 SA A	お住まいの都道府県をお選び下さい。 1. 北海道 2. 青森県 3. 岩手県 4. 宮城県 5. 秋田県 6. 山形県 7. 福島県 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 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 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 31. 鳥取県 32. 島根県 33. 岡山県 34. 広島県 35. 山口県 36. 徳島県 37. 香川県 38. 愛媛県 39. 高知県 40. 福岡県 41. 佐賀県 42. 長崎県 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	
Q4 SA A	あなたの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：全員 表示形式：ラジオボタン	Q5 SA A	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。 1. 知っている 2. 聞いたことがある 3. 知らない
回答者条件：全員 表示形式：ラジオボタン	Q6 SA A	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「生体由来製剤感染被害救済制度」があることをご存じですか。 1. 知っている 2. 聞いたことがある 3. 知らない
回答者条件：Q5の選択が「1.知っている」、「2.聞いたことがある」の中ですべてを回答した 表示形式：ラジオボタン	Q7 SA A	「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。 ***** 項目 ***** 1. 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法的な制度である 2. 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 ***** 選択肢 ***** 1. 知っている 2. 知らない
回答者条件：Q5の選択が「1.知っている」、「2.聞いたことがある」の中ですべてを回答した 表示形式：ラジオボタン	Q8 SA A	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。 1. 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） 2. インターネット（パンフレット、YouTubeなどの動画サイト） 3. テレビ放送（CMなど） 4. 新聞 5. 病院・診療所（クリニック）、薬局等に掲示してあるポスター 6. 病院・診療所（クリニック）の院内ビジョン、薬局ビジョン 7. 薬局でもらったリーフレット 8. 薬局以外で配布されたパンフレット・リーフレット 9. 雑誌 10. 医薬品の外箱・説明書 11. お薬手帳（電子処方箋）・要約 12. 入から聞いた／教えられた 13. その他 <input type="text"/>
回答者条件：Q8の選択が「12.入から聞いた／教えられた」を選択した	Q9 SA A	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。 1. 医師 2. 薬剤師 3. 看護師 4. 看護師 5. 医療機関の事務担当者 6. 医療ソーシャルワーカー 7. 自治体の職員、保健所の職員 8. 弁護士 9. 家族 10. 知人・友人 11. 医薬品医療機器総合機構（PMDA）の相談窓口 12. 薬剤師会の相談窓口 13. 製薬会社の相談窓口 14. その他 <input type="text"/>

回答者条件：全員 表示形式：ラジオボタン	Q10 SA A	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。 ***** 項目 ***** 1. テレビの放送で 2. インターネットサイトで ***** 選択肢 ***** 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：Q10の項目「1.テレビの放送で」、「2.インターネットサイト」(複選AND)の選択が「1.見たことがある」～「3.見たことはない」の中ですべてを回答した 表示形式：ラジオボタン	Q11 SA A	動画（TVCM）をご覧になった感想をお聞かせ下さい。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. 役に立つ情報があった 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 A	あなたは、インターネットサイトでこの動画を再生し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 4. 動画が見られない

「動画1（TVCM）をご覧になってからお答えください。」  
YouTube動画視聴にあたって

- ・ 調査画面上で視聴いただいた該当のYouTube動画が再生履歴やおすそ分けコンテンツに残る可能性があります。
- ・ 動画の前後および再生中に広告が表示される場合がありますが、アンケートとは関係ありません。広告が表示された場合は、お手数ですがスキップをお願いします。
- ・ 曲、スキップできない広告の場合は、お手数ですが広告が終了するまでお待ちください。

※ この動画は音声は流れず、  
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）  
※ 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。

ここに設問文を入力します。  
【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】

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。  
\*\*\*\*\* 項目 \*\*\*\*\*  
1. テレビの放送で  
2. インターネットサイトで  
\*\*\*\*\* 選択肢 \*\*\*\*\*  
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

Q10の項目「1.テレビの放送で」、「2.インターネットサイト」(複選AND)の選択が「1.見たことがある」～「3.見たことはない」の中ですべてを回答した  
表示形式：ラジオボタン

Q11  
SA  
A

動画（TVCM）をご覧になった感想をお聞かせ下さい。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. 役に立つ情報があった  
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

「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。」  
YouTube動画視聴にあたって

- ・ 調査画面上で視聴いただいた該当のYouTube動画が再生履歴やおすそ分けコンテンツに残る可能性があります。
- ・ 動画の前後および再生中に広告が表示される場合がありますが、アンケートとは関係ありません。広告が表示された場合は、お手数ですがスキップをお願いします。
- ・ 曲、スキップできない広告の場合は、お手数ですが広告が終了するまでお待ちください。

※ この動画は音声は流れず、  
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）  
※ 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。

ここに設問文を入力します。  
【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】

あなたは、インターネットサイトでこの動画を再生し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  
4. 動画が見られない

令和6年度調査

回答者条件： Q12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。  
表示形式： ラジオボタン

**Q13**  
MFB

動画（救済制度紹介動画）をご覧になった感想をお聞かせください。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**=====

- 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、どのような制度が詳しい情報を知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**=====

- 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

回答者条件： Q16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。  
表示形式： ラジオボタン

**Q17**  
MFB

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ください。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**=====

- 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

=====**選択肢**=====

- 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

回答者条件： Q20の選択肢「1.受け取ったことがある」、「2.受け取ったような…」の中でいずれかを選択した。  
表示形式： ラジオボタン

**Q21**  
MFB

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ください。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**=====

- 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

=====**選択肢**=====

- 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

回答者条件： 全員  
表示形式： ラジオボタン

**Q14**  
MFB

画像（新聞広告）をご覧になってからお答えください。



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。

- 見たことがある
- 見たような気がする
- 見たことはない

回答者条件： 全員  
エラーチェック 1： URLをクリックしてご覧になってからお答えください。  
!\${(1)}->#!!  
!QH18の回答欄「1」を記入している

**QH18**  
MFB

※クリック必須欄  
【この説明文はモニター回答時には画面に表示されません】

- 

回答者条件： 全員  
表示形式： ラジオボタン

**Q22**  
MFB

リーフレットの詳細を「関心度」で教えてください。



=====**選択肢**=====

- 関心度が高い
- 関心度がある
- 関心度が低い
- 関心度がありません

回答者条件： 全員  
表示形式： ラジオボタン

**Q18**  
MFB



次のURL（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。（必ずクリックしてください）  
[https://www.pmda.go.jp/kenkouhigai\\_camp/index.html](https://www.pmda.go.jp/kenkouhigai_camp/index.html)  
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

=====**項目**=====

※画像はピンチアウトをして拡大してご覧ください。  
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、どの程度関心が持っていましたか。

- 関心が高かった
- 関心があった
- あまり関心が高くない
- 関心が高くない

回答者条件： 全員  
表示形式： ラジオボタン

**Q15**  
MFB

新聞広告をご覧になった感想をお聞かせください。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**=====

- 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、どのような制度が詳しい情報を知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**=====

- 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

回答者条件： 全員  
表示形式： ラジオボタン

**Q19**  
MFB

救済制度特設サイトをご覧になった感想をお聞かせください。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**=====

- 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

=====**選択肢**=====

- 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

回答者条件： 全員  
表示形式： ラジオボタン

**Q23**  
MFB

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、「医薬品副作用被害救済制度」の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。特になし場合は、「なし」とご入力の上、お読みください。

回答者条件： 全員  
表示形式： ラジオボタン

**Q16**  
MFB

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

回答者条件： 全員  
表示形式： ラジオボタン

**Q24**  
MFB

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
- 答えたくない

回答者条件： 全員  
表示形式： ラジオボタン

**Q20**  
MFB

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。

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

回答者条件： Q24の選択肢「1.経験がある」を選択した。  
表示形式： ラジオボタン

**Q25**  
MFB

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
- 答えたくない

令和6年度調査

回答者条件： Q25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  
表示形式： ラジオボタン

Q26  
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： Q26の選択肢「2.利用したことはない」を選択した

Q27  
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、あてはまるものを全てお選びください。

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. 請求期間が過ぎていたから
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整わなかったから
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

Q28  
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りますか。あてはまるものを全てお選びください。

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. 雑誌・知入・記事
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

Q29  
「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剤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があった場合、「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： Q29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

Q30  
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（%%#Q29%%）と回答されましたが、その理由は何ですか。あてはまるものを全てお選びください。

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

Q31  
「医薬品副作用被害救済制度」を広く皆様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

Q32  

- ・ 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）。

 本アンケートで選んだ制度について、ご感想等ありましたら自由にご回答ください。特にない場合は、「なし」とご入力のうえ、お読みください。