

「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5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
1 医薬品副作用被害救済制度 認知率	P14
2 生物由来製品感染等被害救済制度 認知率	P15
3 医薬品副作用被害救済制度 内容認知	P16
4 医薬品副作用被害救済制度 認知経路	P18
5 医薬品副作用被害救済制度 教えてもらった人	P19
6 テレビCMの認知率	P20
7 テレビCMの評価	P21
8 救済制度紹介動画の認知率	P23
9 救済制度紹介動画の評価	P24
10 薬局ビジョンや院内ビジョンの認知率	P26
11 薬局ビジョンや院内ビジョンの評価	P27
12 救済制度のリーフレットの受け取り率	P29
13 救済制度のリーフレットの評価	P30
14 救済制度特設サイトの認知率	P32
15 救済制度特設サイトの評価	P33
16 医薬品副作用被害救済制度 関心度	P35
17 制度認知の媒体 <自由記述>	P36

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

- 調査目的 医薬品副作用被害救済制度の浸透度を把握し、今後の基礎資料とする
- 調査対象 20歳以上の男女
- 調査地域 全国
- 調査方法 インターネット調査
- 調査時期 令和5年度調査 令和5年12月15日（金）～令和5年12月17日（日）
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）
- 有効回答数 令和5年度調査 サンプル 3,090サンプル

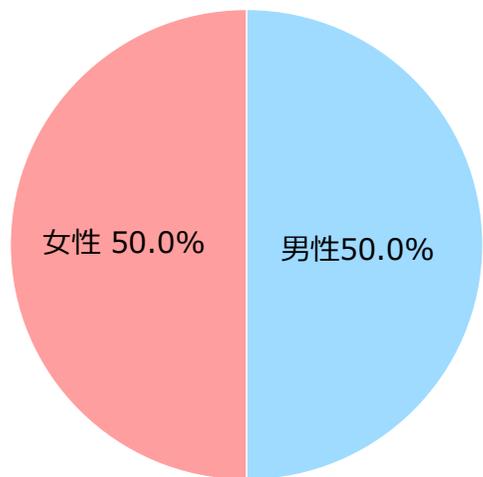
		令和5年	令和4年
性・年代別	男性計	1,545	1,695
	20-29歳	309	344
	30-39歳	309	329
	40-49歳	309	332
	50-59歳	309	358
	60歳代	309	332
	女性計	1,545	1,704
	20-29歳	309	330
	30-39歳	309	341
	40-49歳	309	352
	50-59歳	309	339
60歳代	309	342	
全体		3,090	3,399

報告書内の記述について

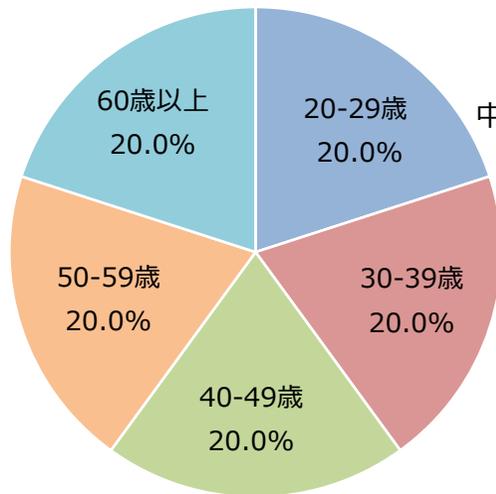
※n=30未満は参考値として記載

- 調査実施機関 株式会社テレビ朝日サービス

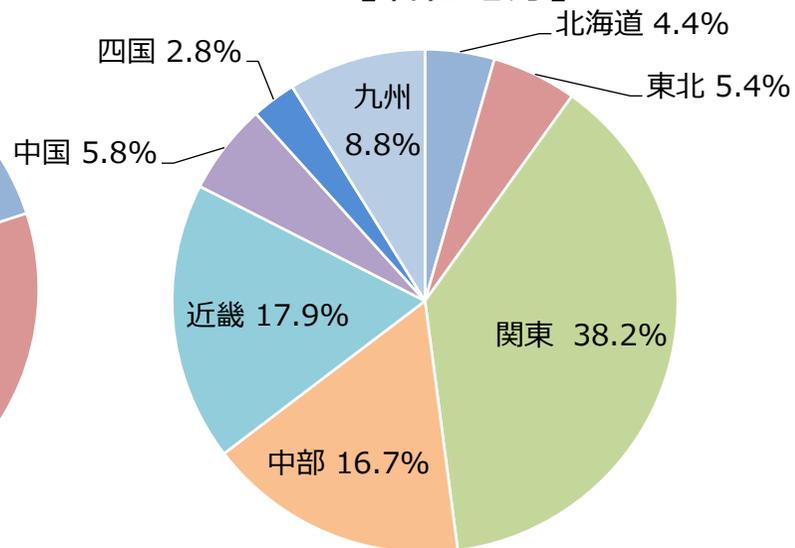
【性別】



【年代】



【居住地方】

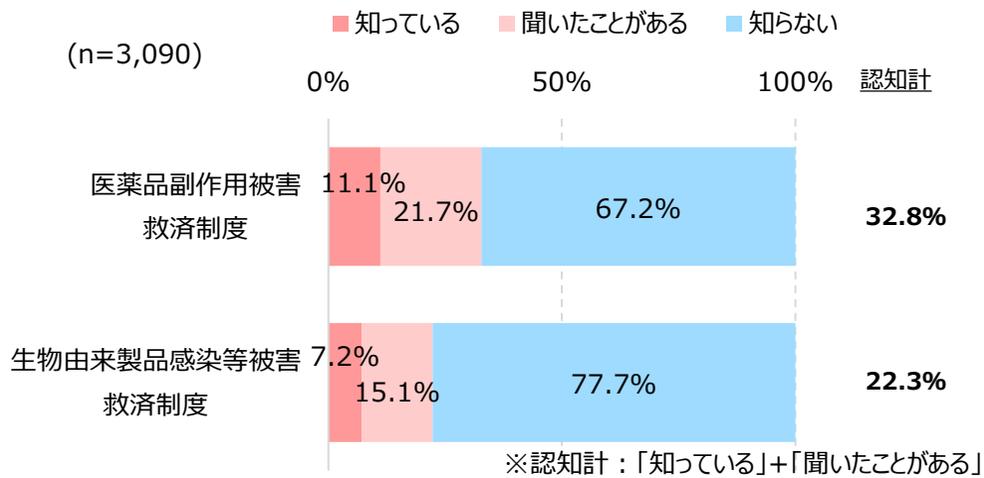


Summary

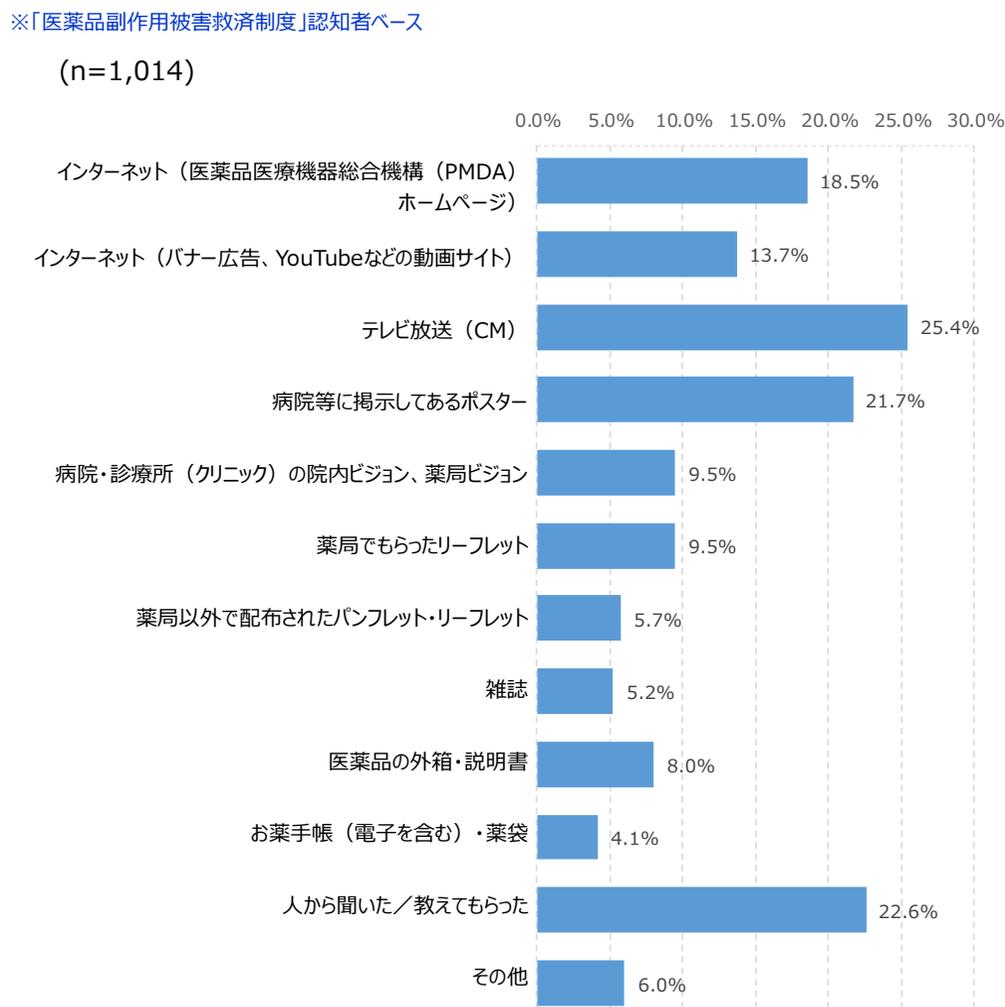
※コメント中、“%”は小数点第1位を四捨五入。“pt”は“%”の小数点第1位を四捨五入せず計算し、出た結果の小数点第1位を四捨五入して算出している。

- 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33%、生物由来製品感染等被害救済制度の認知率は22%。
- 健康被害救済制度の目的認知は制度認知者のうち58%、制度内容認知は56%。
- 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」で25%。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。

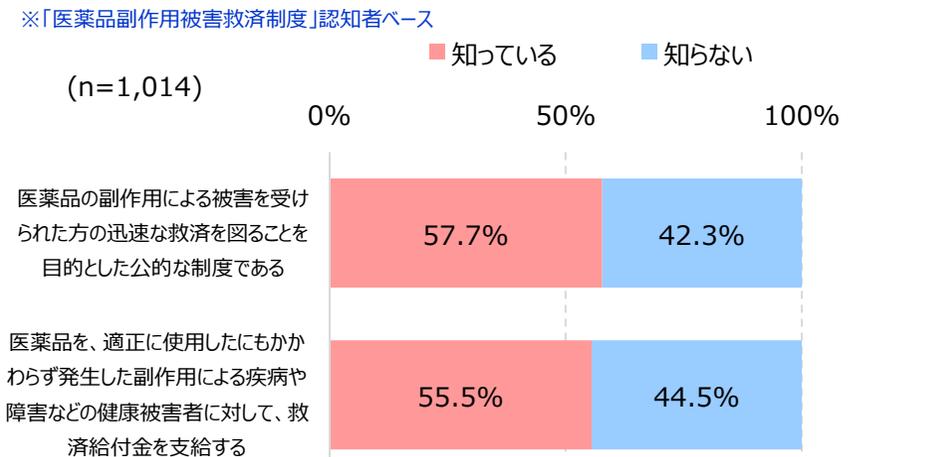
【健康被害救済制度 認知率】 (Q3, Q4) 単一回答



【健康被害救済制度 認知経路】 (Q6) 複数回答



【健康被害救済制度 内容認知】 (Q5) 単一回答



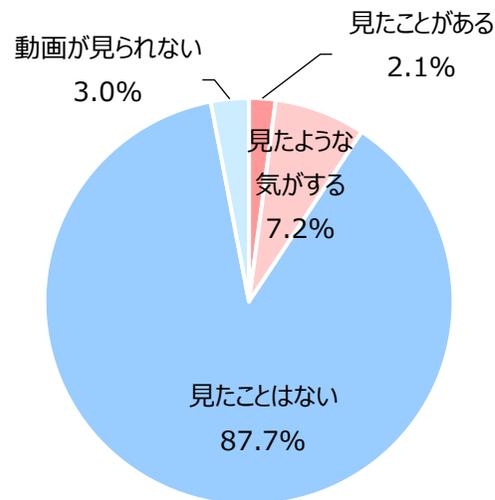
•テレビCMの認知率（見たことがある+見たような気がする）は9%、救済制度紹介動画の認知率（見たことがある+見たような気がする）は7%でテレビCMの方が若干認知率が高い。

【テレビCM 認知率】 (Q8)



単一回答

(n=3,090)



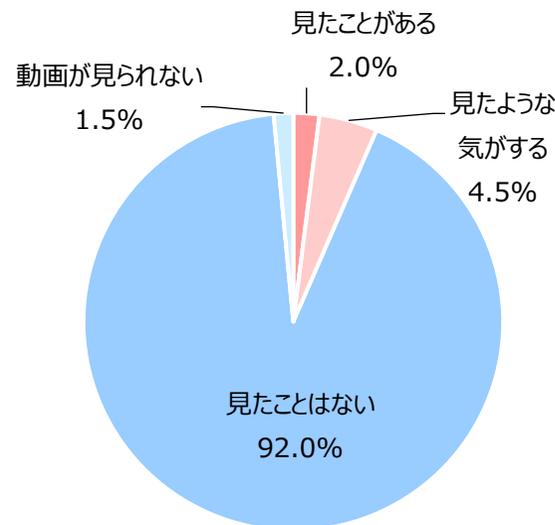
見たことがある + 見たような気がする 計 9.3%

【救済制度紹介動画 認知率】 (Q10)



単一回答

(n=3,090)

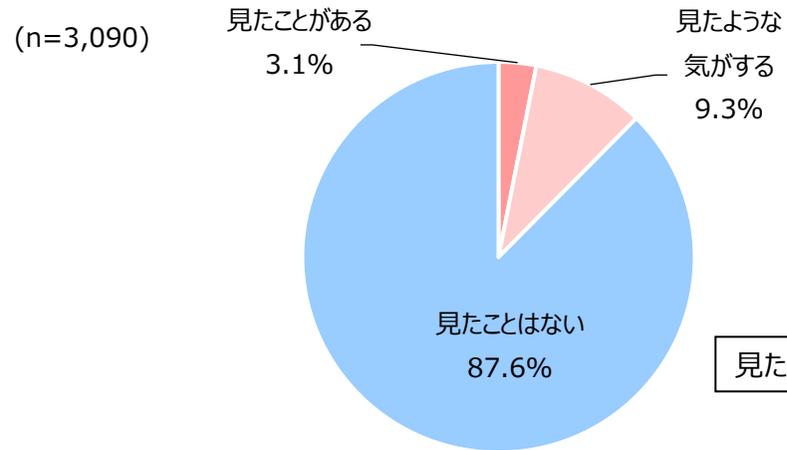


見たことがある + 見たような気がする 計 6.5%

- 薬局ビジョンや院内ビジョンの認知率（見たことがある+見たような気がする）は12%、救済制度特設サイトの認知率（見たことがある+見たような気がする）は10%。
- 救済制度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%。

【薬局ビジョンや院内ビジョン 認知率】(Q12)

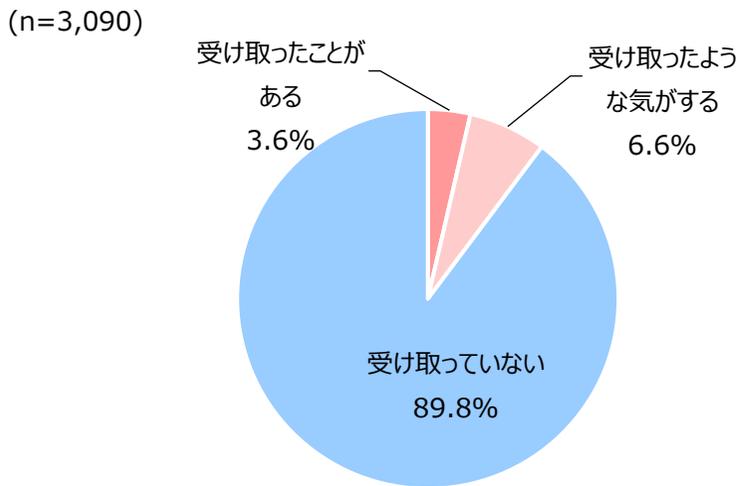
単一回答



見たことがある+見たような気がする 計 12.4%

【救済制度リーフ 受け取り率】(Q14)

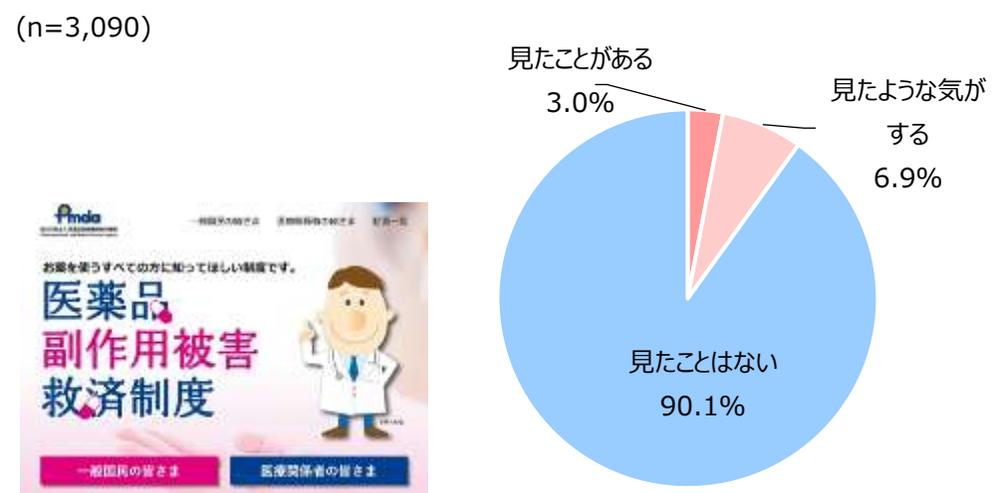
単一回答



受け取ったことがある+受け取ったような気がする 計 10.2%

【救済制度特設サイト 認知率】(Q16)

単一回答



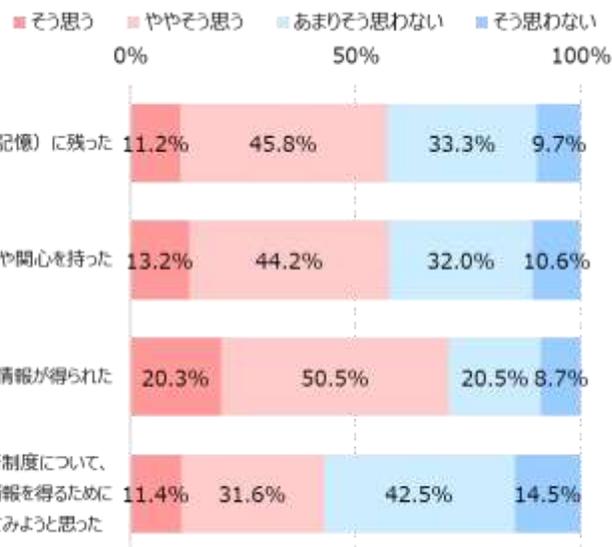
見たことがある+見たような気がする 計 9.9%



【テレビCMの評価】 (Q9)

(n=2,983)

単一回答



そう思う計

57.0%

57.4%

70.8%

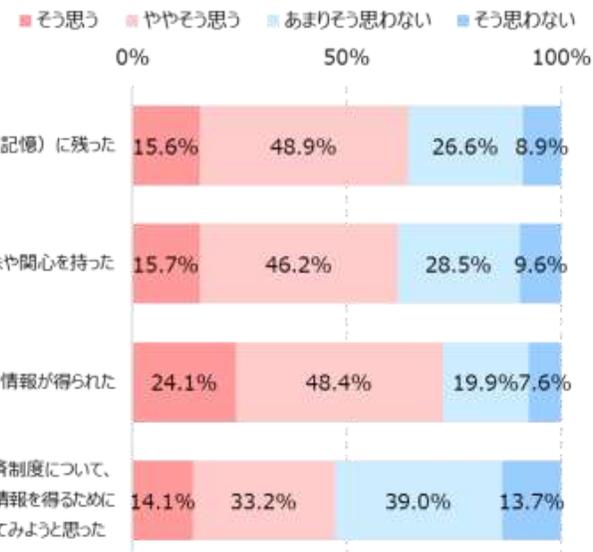
43.0%

※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】 (Q11)

(n=3,044)

単一回答



そう思う計

64.5%

61.9%

72.5%

47.3%

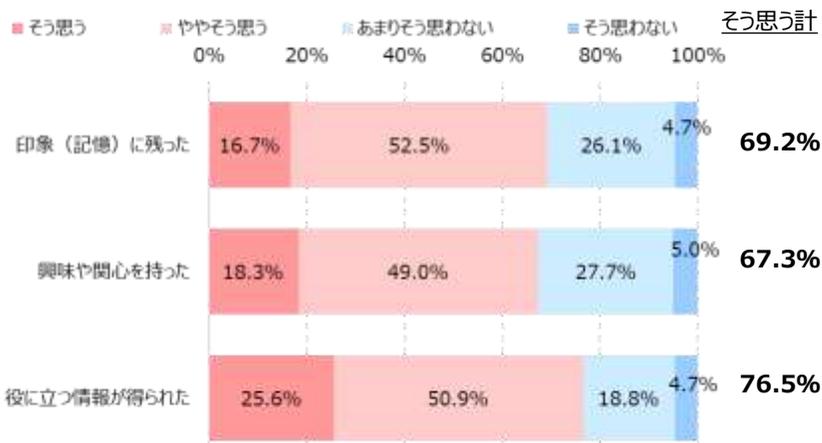
※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

- ・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」71%。以下、「興味や関心を持った」と「印象（記憶）に残った」が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」73%。以下、「印象（記憶）に残った」65%、「興味や関心を持った」62%。
- ・「インターネット等で調べてみようと思った」はいずれの媒体においても最も低かった。

【薬局ビジョンや院内ビジョンの評価】 (Q13)

単一回答

(n=383)

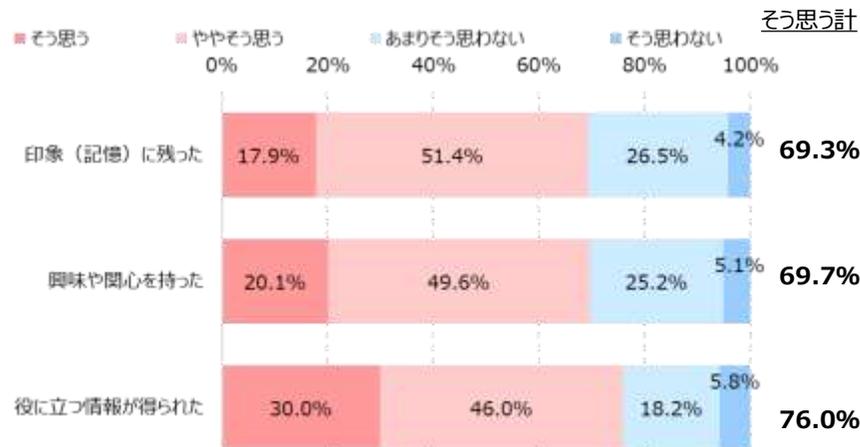


※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

【救済制度のリーフレットの評価】 (Q15)

単一回答

(n=313)

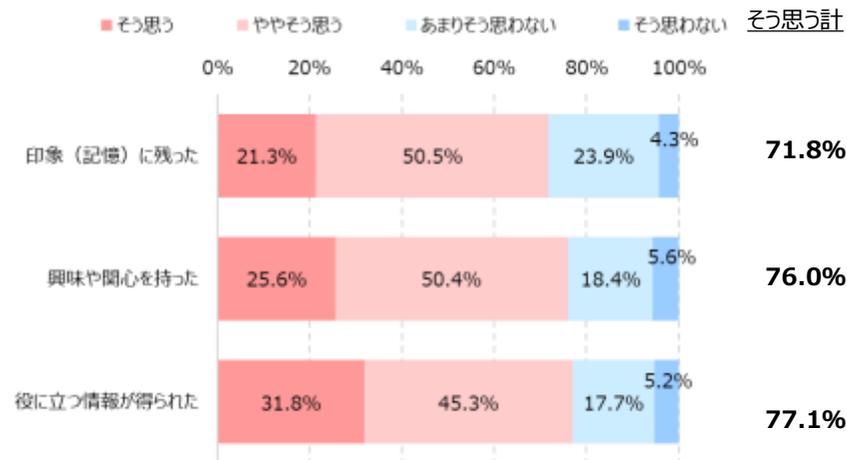


※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

【救済制度特設サイトの評価】 (Q17)

単一回答

(n=305)



※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

- ・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」77%。以下、「印象（記憶）に残った」69%、「興味や関心を持った」67%。
- ・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、「役に立つ情報が得られた」76%。以下、「興味や関心を持った」70%、「印象（記憶）に残った」69%。
- ・救済制度特設サイトの評価（そう思う+ややそう思う）で最も高かったのは「役に立つ情報が得られた」77%。以下、「興味や関心を持った」76%、「印象（記憶）に残った」72%。
- ・「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媒体よりも高くなった。

- 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68%。
- 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68%。

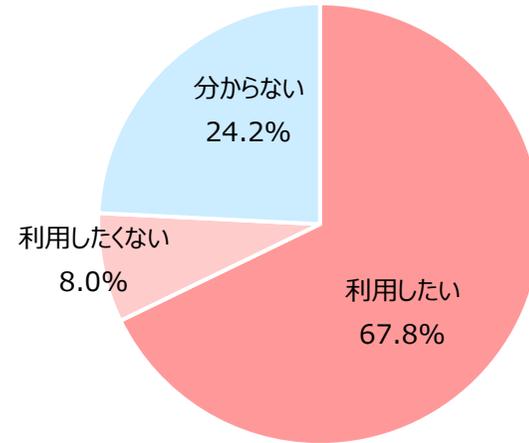
【医薬品副作用被害救済制度 関心度】 (Q18)

【医薬品副作用被害救済制度 今後の利用意向】 (Q25)



(n=3,090)

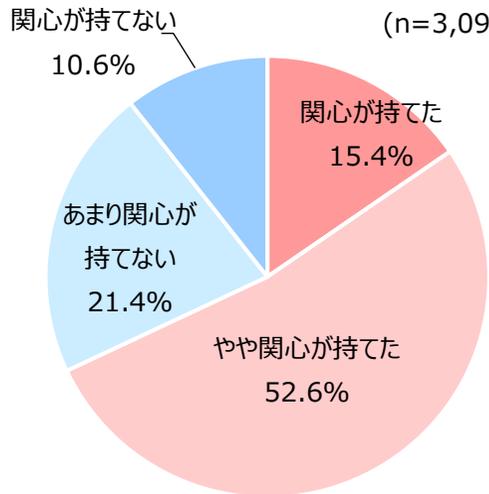
単一回答



利用したい 67.8%

(n=3,090)

単一回答



関心が持てた+やや関心が持てた 68.0%

調査結果

1 医薬品副作用被害救済制度 認知率

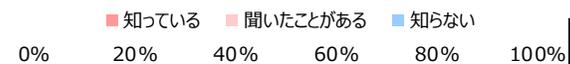
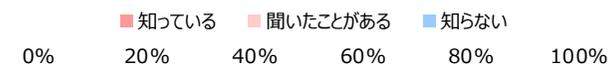
R5_Q3/R4_Q1. あなたは、副作用が起きたときに、医療費等の救済給付を行う「医薬品副作用被害救済制度」があることをご存じですか。

- 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33%で、R4から3pt減少。
- 男性では30代、女性では60歳以上の認知率が高く、男性50代と女性40代の認知率が低い。R4で高かった男性20代で13pt減少している。

単一回答

令和5年度調査

令和4年度調査



		全体	3,090	11.1%	21.7%	67.2%	認知計
性年代別	全体	3,090	11.1%	21.7%	67.2%	32.8%	
	男性計	1,545	12.1%	21.9%	66.0%	34.0%	
	男性20-29歳	309	15.2%	19.7%	65.1%	34.9%	
	男性30-39歳	309	14.9%	21.4%	63.7%	36.3%	
	男性40-49歳	309	11.7%	21.7%	66.6%	33.4%	
	男性50-59歳	309	9.1%	20.7%	70.2%	29.8%	
	男性60歳以上	309	9.7%	25.9%	64.4%	35.6%	
	女性計	1,545	10.1%	21.6%	68.3%	31.7%	
	女性20-29歳	309	12.0%	20.1%	67.9%	32.1%	
	女性30-39歳	309	14.6%	15.2%	70.2%	29.8%	
	女性40-49歳	309	9.4%	20.1%	70.5%	29.5%	
	女性50-59歳	309	7.8%	25.6%	66.6%	33.4%	
	女性60歳以上	309	6.8%	26.9%	66.3%	33.7%	

		全体	3,399	11.2%	24.9%	63.9%	認知計
性年代別	全体	3,399	11.2%	24.9%	63.9%	36.1%	
	男性計	1,695	13.4%	23.1%	63.5%	36.5%	
	男性20-29歳	344	20.6%	27.3%	52.1%	47.9%	
	男性30-39歳	329	15.8%	17.0%	67.2%	32.8%	
	男性40-49歳	332	13.6%	18.1%	68.3%	31.7%	
	男性50-59歳	358	9.5%	25.1%	65.4%	34.6%	
	男性60歳以上	332	7.5%	27.7%	64.8%	35.2%	
	女性計	1,704	8.9%	26.6%	64.5%	35.5%	
	女性20-29歳	330	11.2%	24.5%	64.3%	35.7%	
	女性30-39歳	341	11.1%	24.9%	64.0%	36.0%	
	女性40-49歳	352	7.7%	26.7%	65.6%	34.4%	
	女性50-59歳	339	7.7%	25.4%	66.9%	33.1%	
	女性60歳以上	342	7.0%	31.6%	61.4%	38.6%	

※認知計：「知っている」+「聞いたことがある」

R5_Q4/R4_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全体の認知率（知っている+聞いたことがある）は22%。R4から 3pt減少している。
- ・男女とも、20代の認知率が最も高くなっている。男性20代はR4に引き続き全体で最も高くなっている。
- ・男性では50代が低く、女性ではR4に引き続き40代が低い。

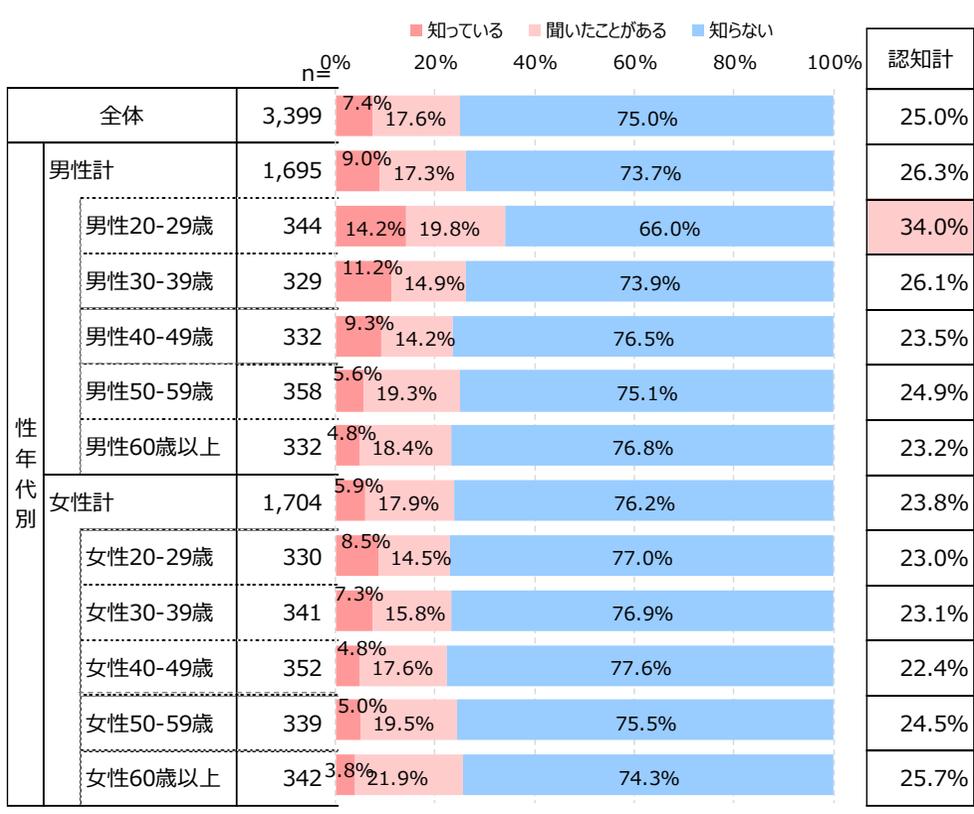
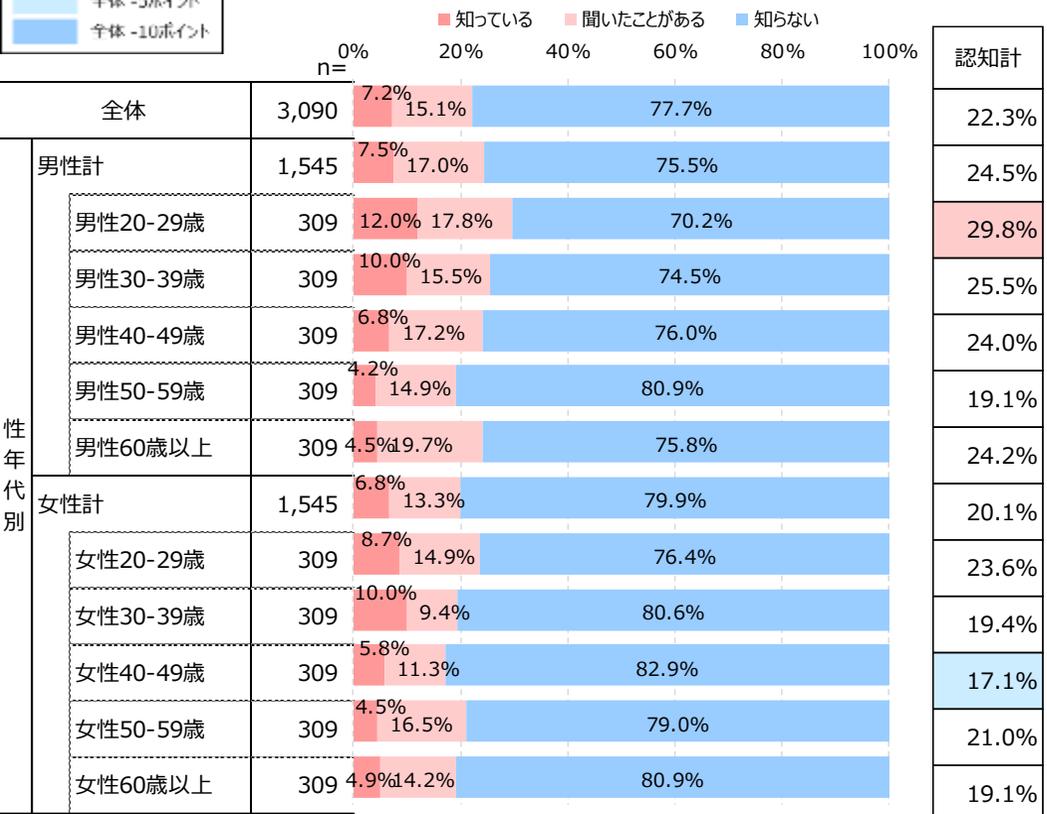
単一回答

n=30以上の場合



令和5年度調査

令和4年度調査



※認知計：「知っている」+「聞いたことがある」

R5_Q5/R4_Q3. 「医薬品副作用被害救済制度」について、以下それぞれにあてはまるものをひとつお選びください。

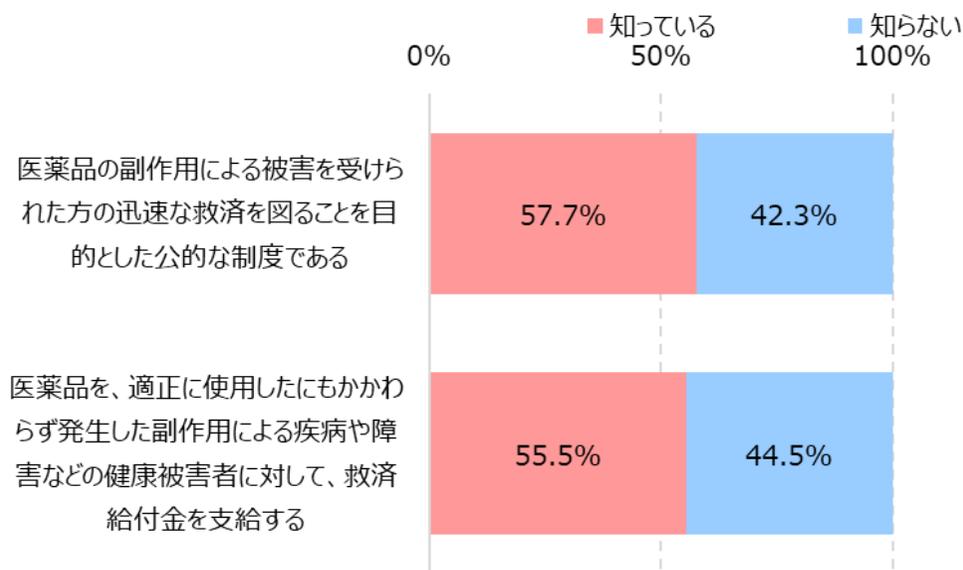
- 制度認知者において、認知されている提示内容に関する目的の認知者は58%、内容の認知者は56%となっている。
- R4との比較では制度の目的の認知率は5pt減少、内容認知率は2pt減少している。

※「医薬品副作用被害救済制度」認知者ベース

単一回答

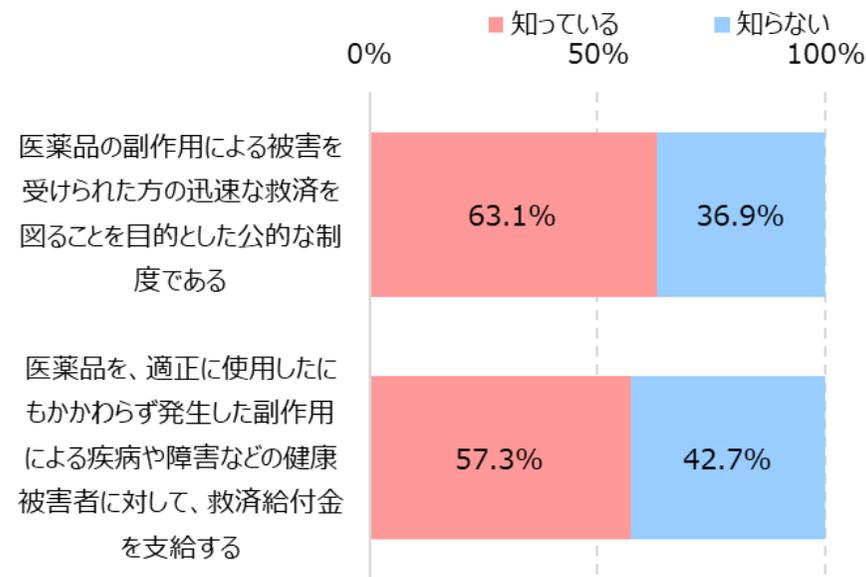
令和5年度調査

(n=1,014)



令和4年度調査

(n=1,225)



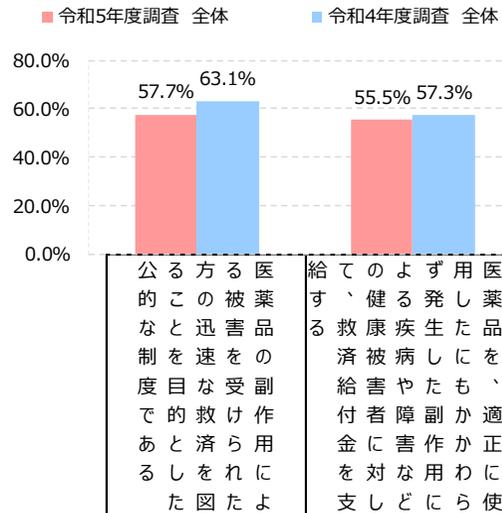
※制度認知者：「知っている」+「聞いたことがある」

3 医薬品副作用被害救済制度 内容認知（性・年代別）

R5_Q5/R4_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60代がやや低く53%。女性の60代が65%と高い。女性40代が48%で最も低い。
- 「医薬品を、適正に使用した・・・」（制度内容）の認知は、男性の20代が66%と最も高く、次いで30代となり、女性は40代と60代が47%と低い。

※「医薬品副作用被害救済制度」認知者ベース



単一回答

n=30以上の場合

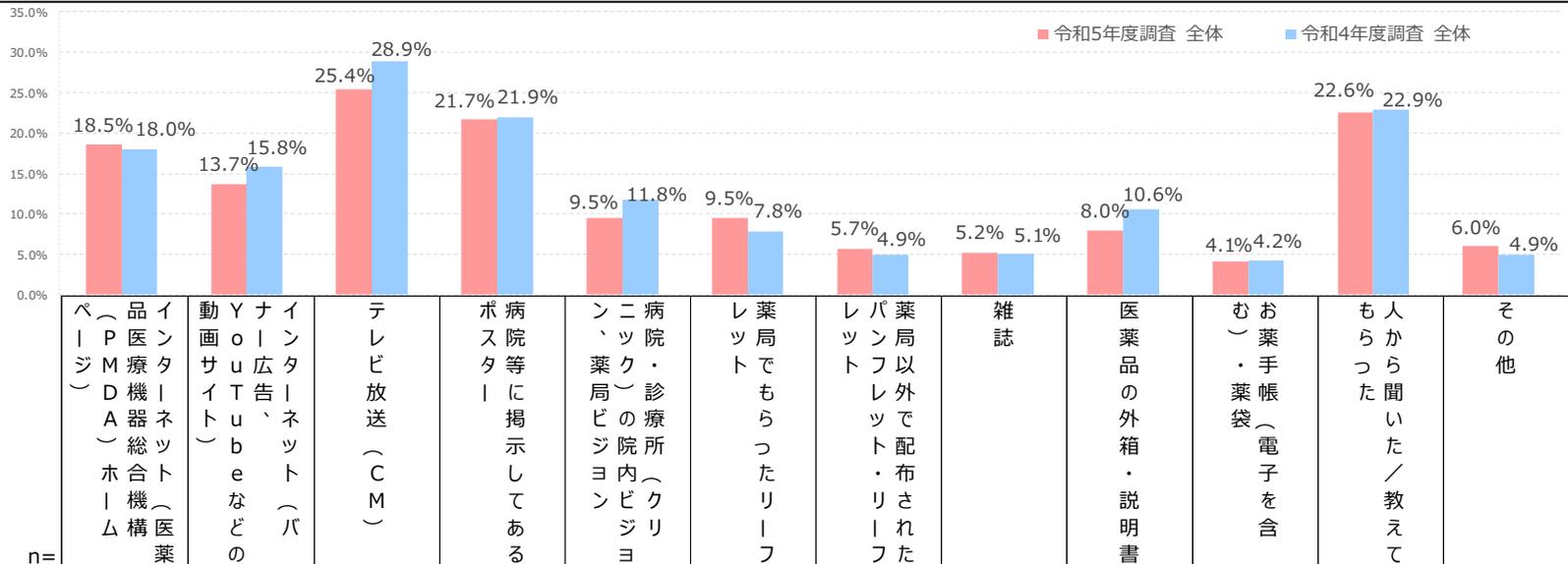
【比率の差】

- 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=	給する救済金	医師による健康被害の発生を防止するための措置
令和5年度調査 全体		1,014	57.7%	55.5%
性年代別	男性計	525	56.6%	58.3%
	男性20-29歳	108	56.5%	65.7%
	男性30-39歳	112	58.9%	64.3%
	男性40-49歳	103	58.3%	53.4%
	男性50-59歳	92	56.5%	54.3%
	男性60歳以上	110	52.7%	52.7%
	女性計	489	58.9%	52.6%
	女性20-29歳	99	61.6%	56.6%
	女性30-39歳	92	59.8%	57.6%
	女性40-49歳	91	48.4%	47.3%
	女性50-59歳	103	58.3%	54.4%
女性60歳以上	104	65.4%	47.1%	
令和4年度調査 全体		1,225	63.1%	57.3%

R5_Q6/R4_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」25%、「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%と続く。
- R4との比較では、「テレビ放送」が4pt、「医薬品の外箱・説明書」が3pt減少している。「薬局でもらったリーフレット」は2pt増加している。
- 男性20代で「インターネット関連（PMDAホームページ）」「インターネット関連（バナー、YouTube）」の認知度が特に高く、女性の20代と30代は「人から聞いた／教えてもらった」が高く、女性の50代と60歳以上で「テレビ放送（CM）」の認知度が高い。



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

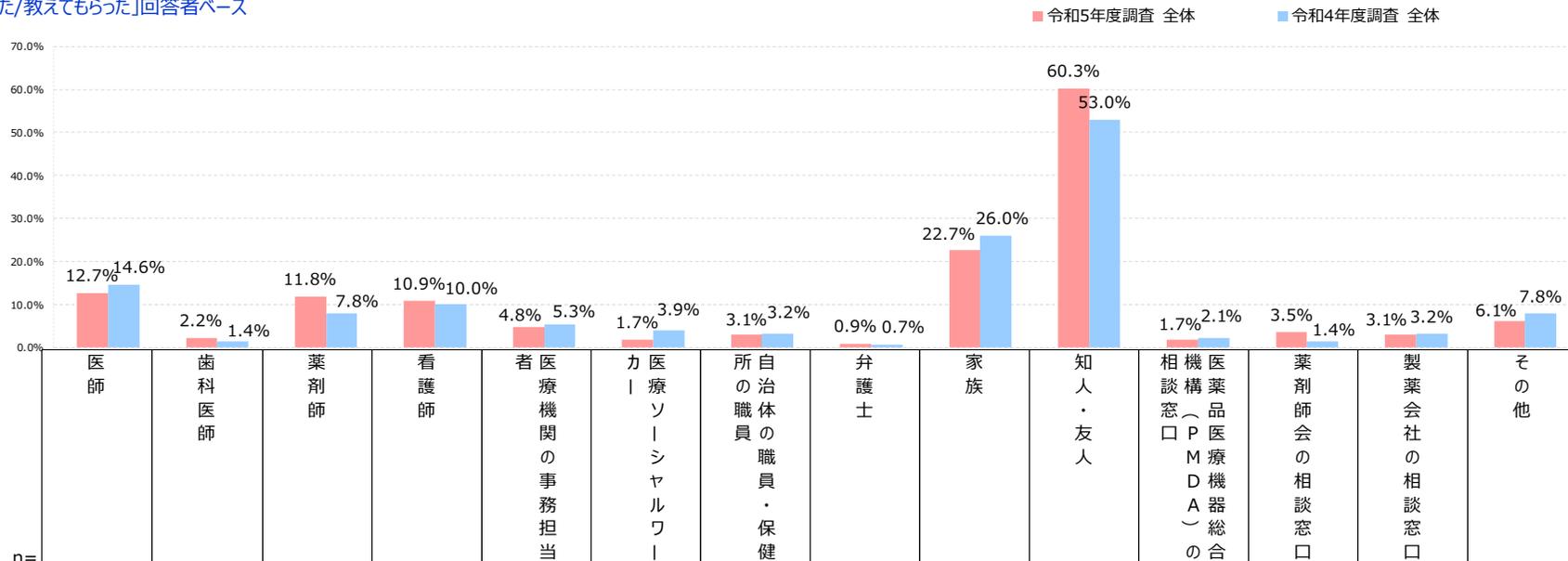
		令和5年度調査 全体	1,014	18.5%	13.7%	25.4%	21.7%	9.5%	9.5%	5.7%	5.2%	8.0%	4.1%	22.6%	6.0%
性年代別	男性計	525	23.6%	17.3%	25.0%	22.3%	11.0%	11.6%	7.2%	7.6%	7.4%	5.0%	20.4%	4.0%	
	男性20-29歳	108	34.3%	24.1%	26.9%	16.7%	14.8%	16.7%	11.1%	9.3%	10.2%	7.4%	21.3%	0.9%	
	男性30-39歳	112	29.5%	17.0%	21.4%	30.4%	10.7%	8.0%	12.5%	8.9%	8.9%	3.6%	16.1%	8.0%	
	男性40-49歳	103	24.3%	20.4%	26.2%	25.2%	13.6%	11.7%	6.8%	4.9%	8.7%	5.8%	19.4%	1.9%	
	男性50-59歳	92	17.4%	13.0%	28.3%	15.2%	7.6%	7.6%	3.3%	6.5%	5.4%	3.3%	25.0%	3.3%	
	男性60歳以上	110	11.8%	11.8%	22.7%	22.7%	8.2%	13.6%	1.8%	8.2%	3.6%	4.5%	20.9%	5.5%	
	女性計	489	13.1%	9.8%	26.0%	21.1%	7.8%	7.2%	4.1%	2.7%	8.6%	3.3%	24.9%	8.2%	
	女性20-29歳	99	17.2%	14.1%	17.2%	22.2%	6.1%	6.1%	5.1%	3.0%	5.1%	6.1%	32.3%	14.1%	
	女性30-39歳	92	19.6%	13.0%	21.7%	26.1%	8.7%	7.6%	5.4%	1.1%	6.5%	4.3%	30.4%	9.8%	
	女性40-49歳	91	8.8%	6.6%	20.9%	20.9%	13.2%	9.9%	3.3%	5.5%	11.0%	3.3%	22.0%	7.7%	
女性50-59歳	103	8.7%	9.7%	34.0%	20.4%	4.9%	8.7%	1.9%	1.9%	9.7%	1.0%	19.4%	4.9%		
女性60歳以上	104	11.5%	5.8%	34.6%	16.3%	6.7%	3.8%	4.8%	1.9%	10.6%	1.9%	21.2%	4.8%		
令和4年度調査 全体		1,225	18.0%	15.8%	28.9%	21.9%	11.8%	7.8%	4.9%	5.1%	10.6%	4.2%	22.9%	4.9%	

5 医薬品副作用被害救済制度 教えてもらった人

R5_Q7/R4_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」が圧倒的に高く、60%を占める。以下、「家族」「医師」「薬剤師」「看護師」となっている。
- R4より「知人・友人」は7pt、「薬剤師」は4pt増加。一方、「家族」は3pt、「医療ソーシャルワーカー」と「医師」は2pt減少している。
- 女性60歳以上で「知人・友人」の認知率が86%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=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5年度調査 全体	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	弁護士	家族	知人・友人	相談窓口（PMDA機器総合）	薬剤師会の相談窓口	製薬会社の相談窓口	その他
令和5年度調査 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%
性別	男性計	107	11.2%	3.7%	10.3%	5.6%	4.7%	2.8%	5.6%	0.9%	24.3%	59.8%	2.8%	5.6%	5.6%	5.6%
	男性20-29歳	23	4.3%	4.3%	8.7%	4.3%	4.3%	0.0%	8.7%	0.0%	30.4%	60.9%	8.7%	8.7%	17.4%	4.3%
	男性30-39歳	18	16.7%	0.0%	5.6%	16.7%	0.0%	0.0%	5.6%	0.0%	22.2%	66.7%	5.6%	5.6%	0.0%	11.1%
	男性40-49歳	20	20.0%	5.0%	15.0%	5.0%	5.0%	15.0%	5.0%	0.0%	25.0%	55.0%	0.0%	10.0%	10.0%	0.0%
	男性50-59歳	23	13.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	26.1%	60.9%	0.0%	4.3%	0.0%	0.0%
	男性60歳以上	23	4.3%	8.7%	21.7%	4.3%	8.7%	0.0%	8.7%	4.3%	17.4%	56.5%	0.0%	0.0%	0.0%	13.0%
	女性計	122	13.9%	0.8%	13.1%	15.6%	4.9%	0.8%	0.8%	0.8%	21.3%	60.7%	0.8%	1.6%	0.8%	6.6%
	女性20-29歳	32	12.5%	0.0%	12.5%	3.1%	9.4%	0.0%	0.0%	0.0%	21.9%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%
	女性30-39歳	28	17.9%	3.6%	21.4%	32.1%	7.1%	3.6%	3.6%	3.6%	14.3%	50.0%	3.6%	3.6%	3.6%	7.1%
	女性40-49歳	20	20.0%	0.0%	10.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	15.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.0%
女性50-59歳	20	15.0%	0.0%	0.0%	15.0%	5.0%	0.0%	0.0%	0.0%	35.0%	75.0%	0.0%	5.0%	0.0%	5.0%	
女性60歳以上	22	4.5%	0.0%	18.2%	4.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	22.7%	86.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
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%

R5_Q8/R4_Q6. あなたは、テレビでこのCMを見たことがありますか。

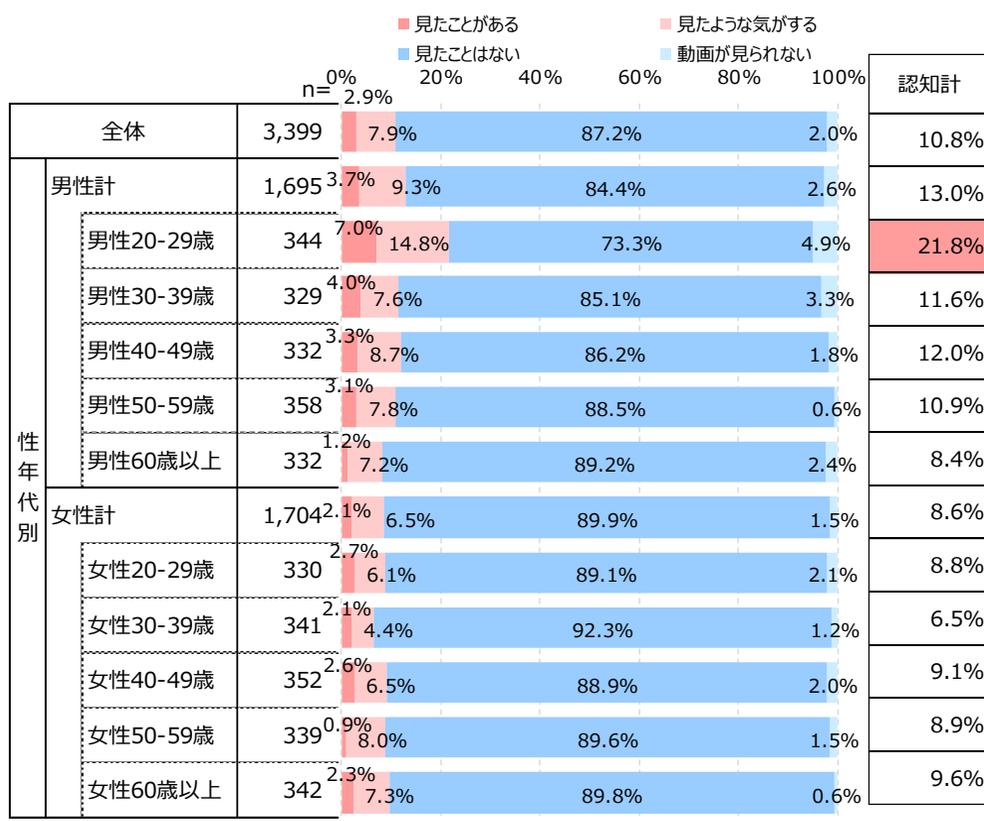
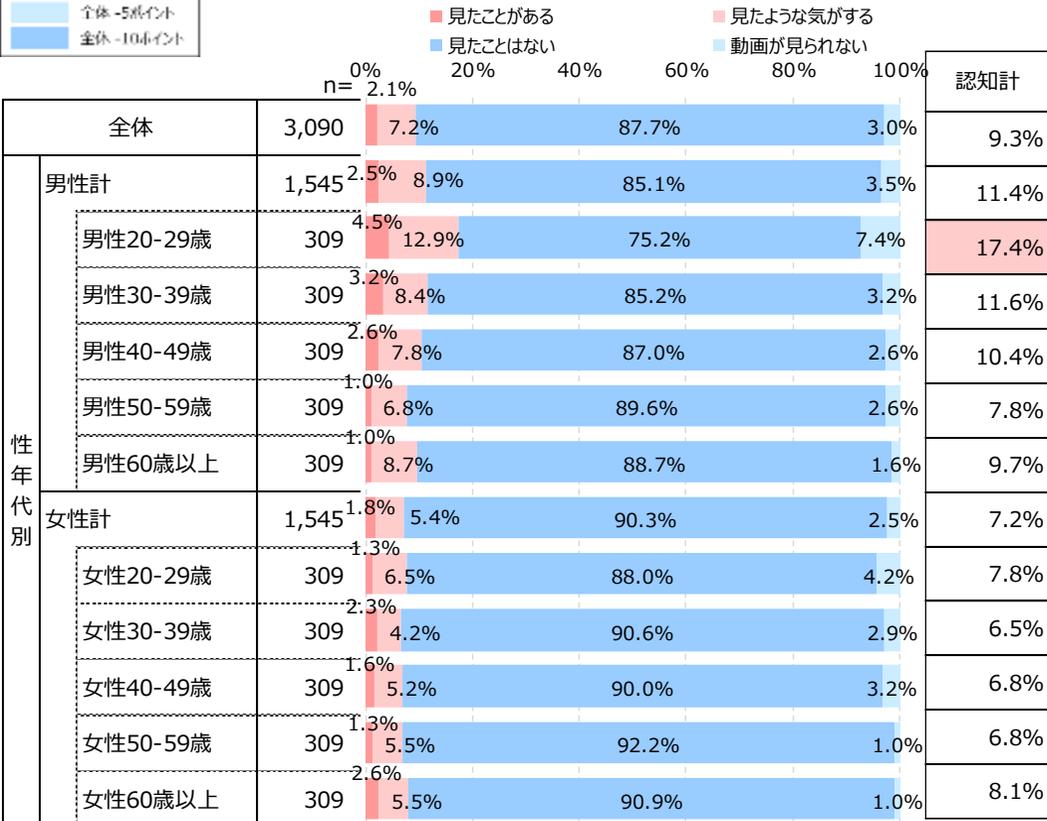
•テレビCMの認知率（見たことがある+見たような気がする）は9%。R4から2pt減少している。
 •男性は20代で高い。女性は60歳以上の認知率が全体平均に近いものの、全世代にわたって平均を下回っている。R4で最も高かった男性20代はR5でも最も高く、同じ傾向は続いている。

単一回答

令和5年度調査

令和4年度調査

n=30以上の場合
 【回答の差】
 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」

R5_Q9/R4_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」71%、「興味や関心を持った」57%と続く。
- R4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）の順位変動はなく、同じ傾向が続いている。

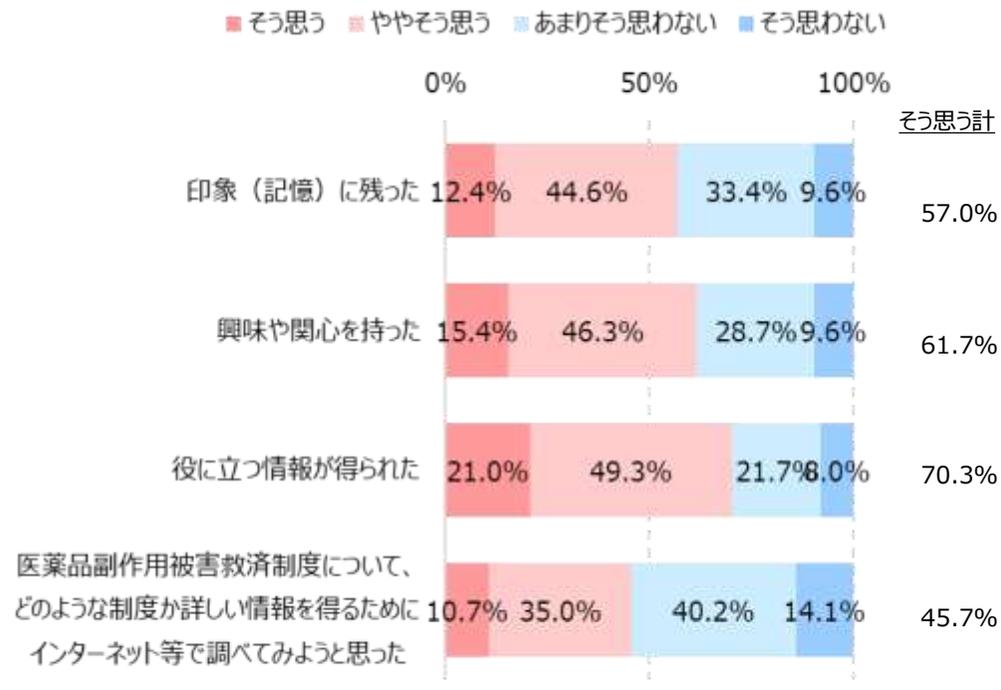
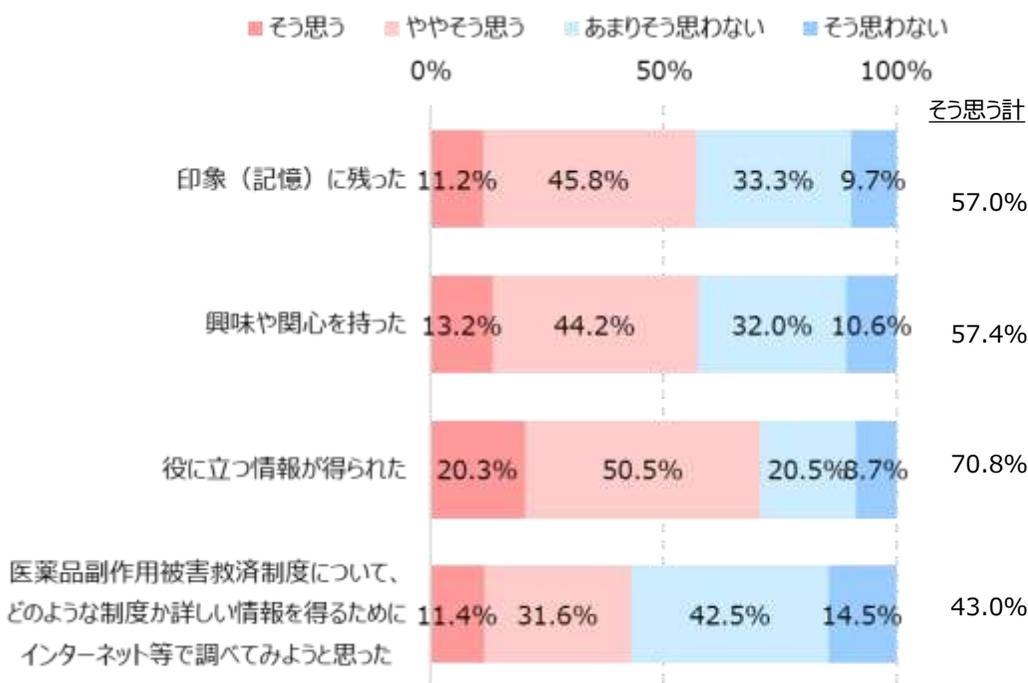
単一回答

令和5年度調査

(n=2,983)

令和4年度調査

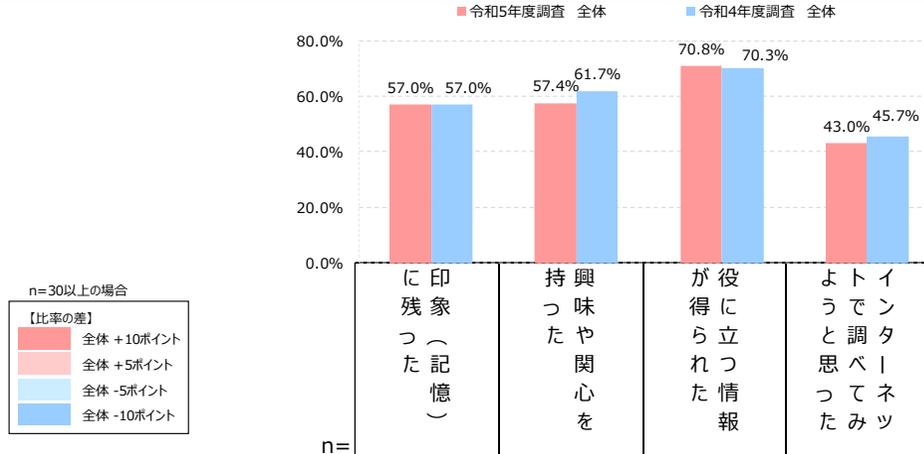
(n=3,377)



※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

R5_Q9/R4_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68%。逆に低いのが男性30代と50代で49%。
- 「興味や関心を持った」が最も高いのは女性50代で70%、低いのが男性30代の47%。
- 「役に立つ情報が得られた」が最も高いのは女性50代で82%、逆に低いのは男性30代で59%。
- 「インターネットで調べてみようと思った」が最も高いのは女性50代の51%、逆に低いのは女性30代の37%。
- 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

		n=	印象(記憶)に残った	興味や関心を持った	役に立つ情報が得られた	インターネットで調べてみようと思った
令和5年度調査 全体		2,983	57.0%	57.4%	70.8%	43.0%
性年代別	男性計	1,485	52.2%	50.8%	64.0%	41.8%
	男性20-29歳	283	52.3%	47.7%	63.2%	44.5%
	男性30-39歳	298	48.7%	46.6%	59.1%	38.6%
	男性40-49歳	301	55.8%	55.4%	66.4%	45.8%
	男性50-59歳	300	48.6%	48.7%	64.7%	38.6%
	男性60歳以上	303	55.8%	55.1%	66.4%	41.6%
	女性計	1,498	61.7%	64.0%	77.4%	44.1%
	女性20-29歳	295	59.0%	55.2%	71.5%	45.5%
	女性30-39歳	300	54.7%	63.3%	74.0%	36.7%
	女性40-49歳	298	60.1%	63.7%	78.5%	43.6%
	女性50-59歳	302	66.2%	70.2%	82.4%	51.3%
女性60歳以上	303	68.3%	66.9%	80.2%	43.5%	
令和4年度調査 全体		3,337	57.0%	61.7%	70.3%	45.7%

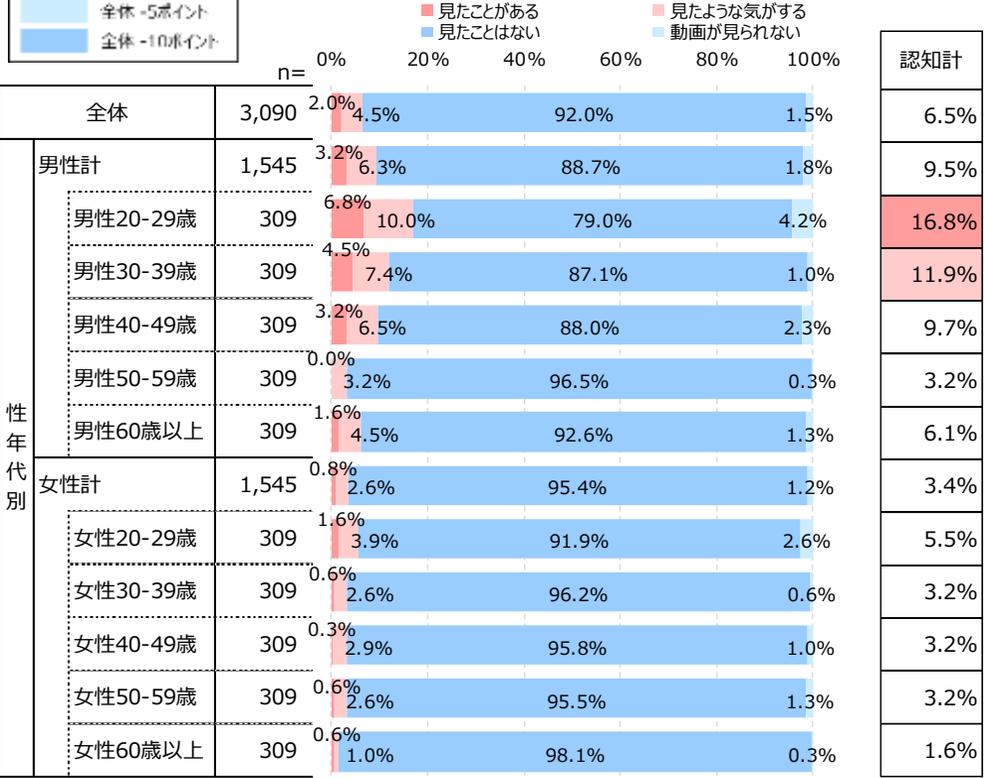
※「そう思う計（そう思う） + （ややそう思う）」の割合

R5_Q10/R4_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。

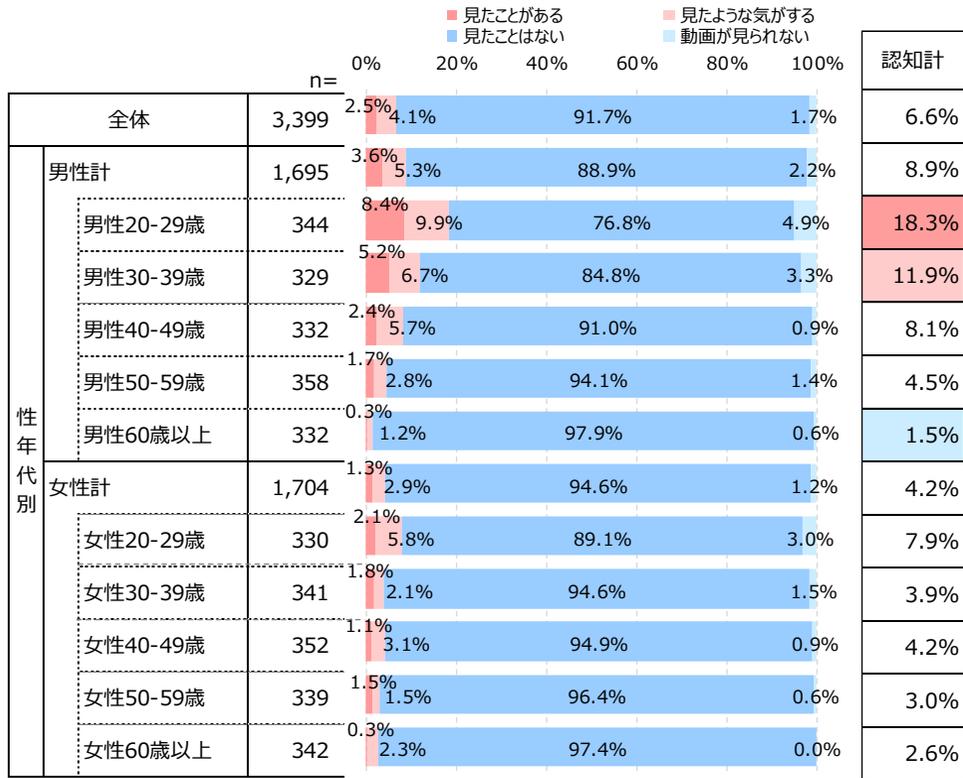
- 救済制度紹介動画の認知率（見たことがある＋見たような気がする）は7%で、R4からほぼ横ばい。
- 女性より男性の方が認知率が高く、特に男性20代は17%、30代は12%と他の世代よりも高い。
- R4に引き続き、男性20代と30代が他の年代に比べて認知率が高い傾向が続いている。

単一回答

令和5年度調査



令和4年度調査



※認知計：「見たことがある」+「見たような気がする」

R5_Q11/R4_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」73%。以下、「印象（記憶）に残った」65%、「興味や関心を持った」62%となっている。
- R4と比較すると、「興味や関心を持った」が4pt、「印象（記憶）に残った」が2pt、「役に立つ情報が得られた」と「インターネットで調べてみようと思った」が1pt減少と全ての項目で減少している。

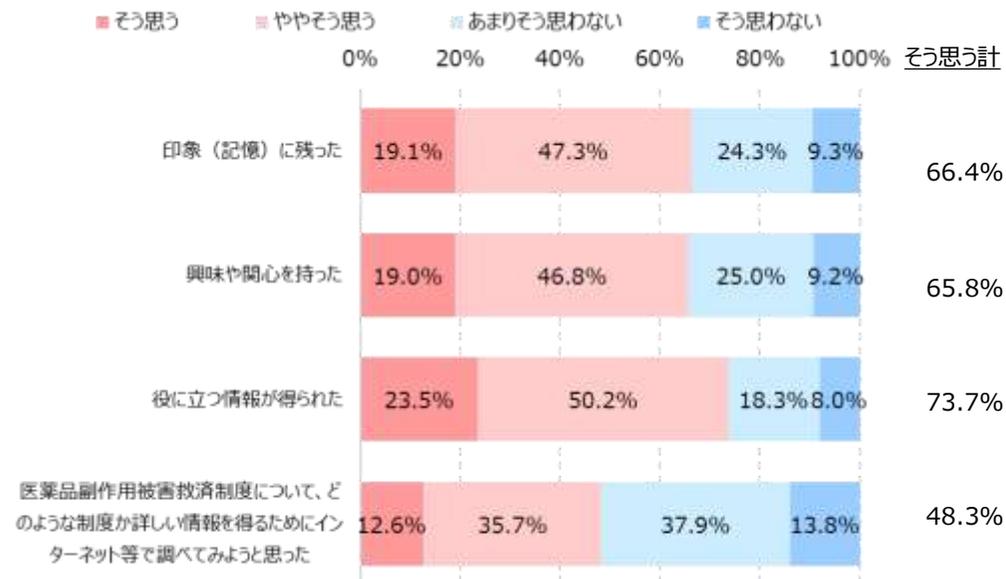
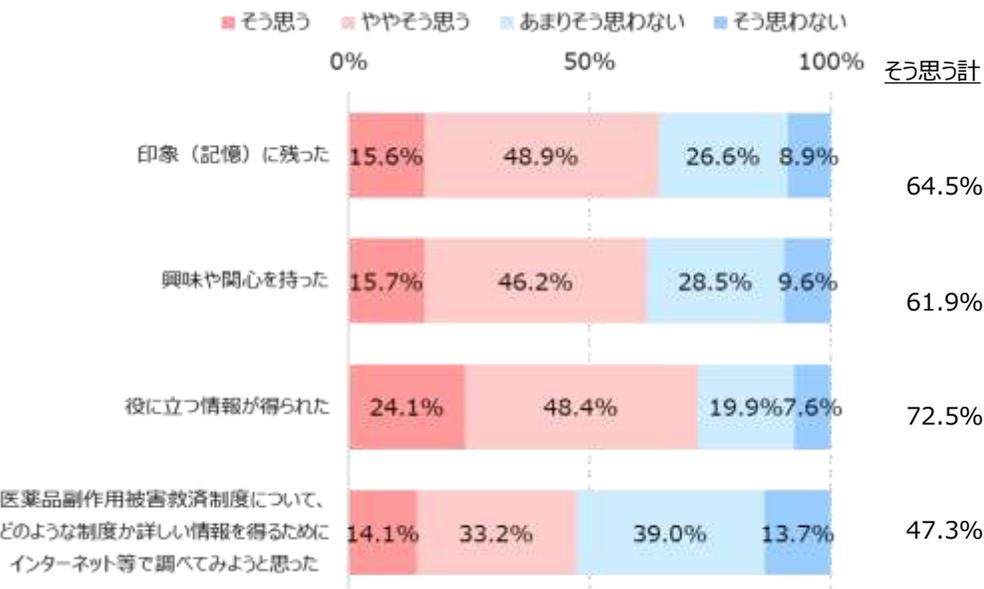
単一回答

令和5年度調査

(n=3,044)

令和4年度調査

(n=3,341)

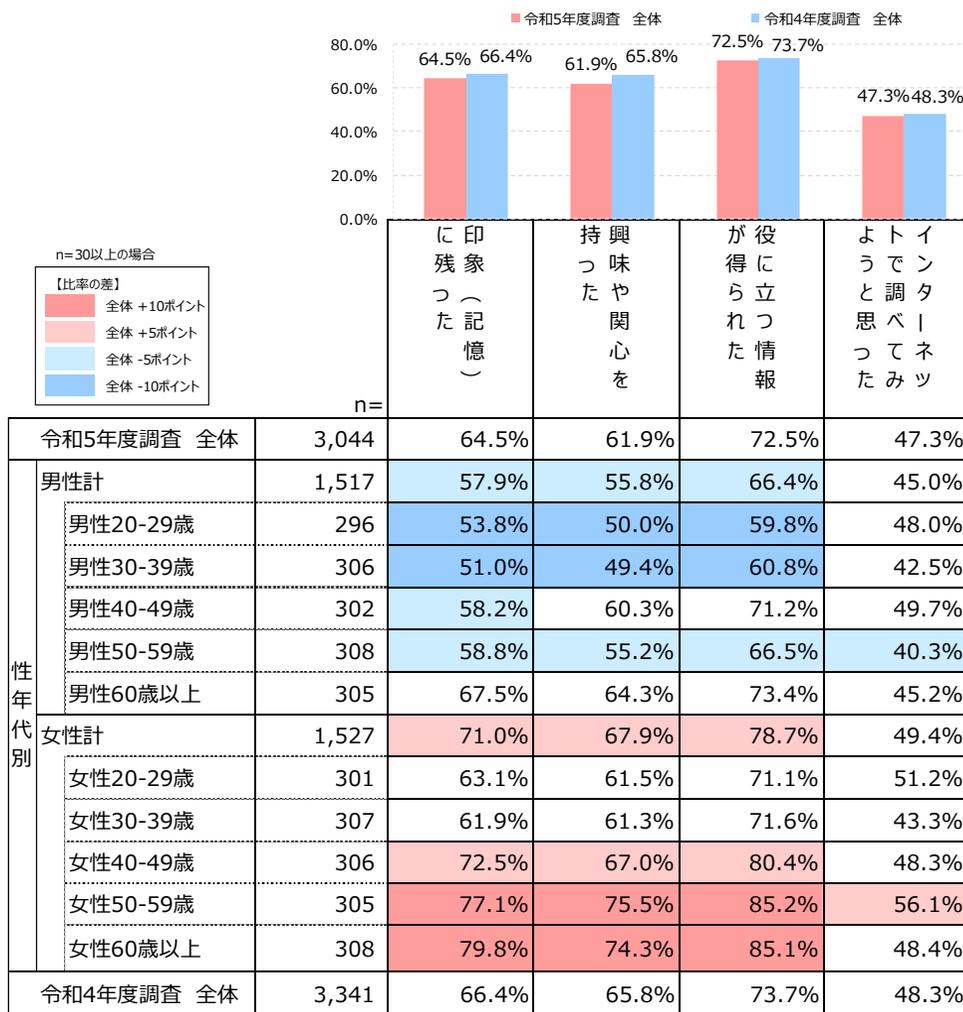


※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

9 救済制度紹介動画の評価（性・年代別）

R5_Q11/R4_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80%、逆に最も低いのは男性30代で51%。「興味や関心を持った」が最も高いのは女性50代で76%、最も低いのは男性30代で49%。
- 「役に立つ情報が得られた」が最も高いのは女性50代で85%、最も低いのは男性20代で60%。「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50代で56%、最も低いのは男性50代で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。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。



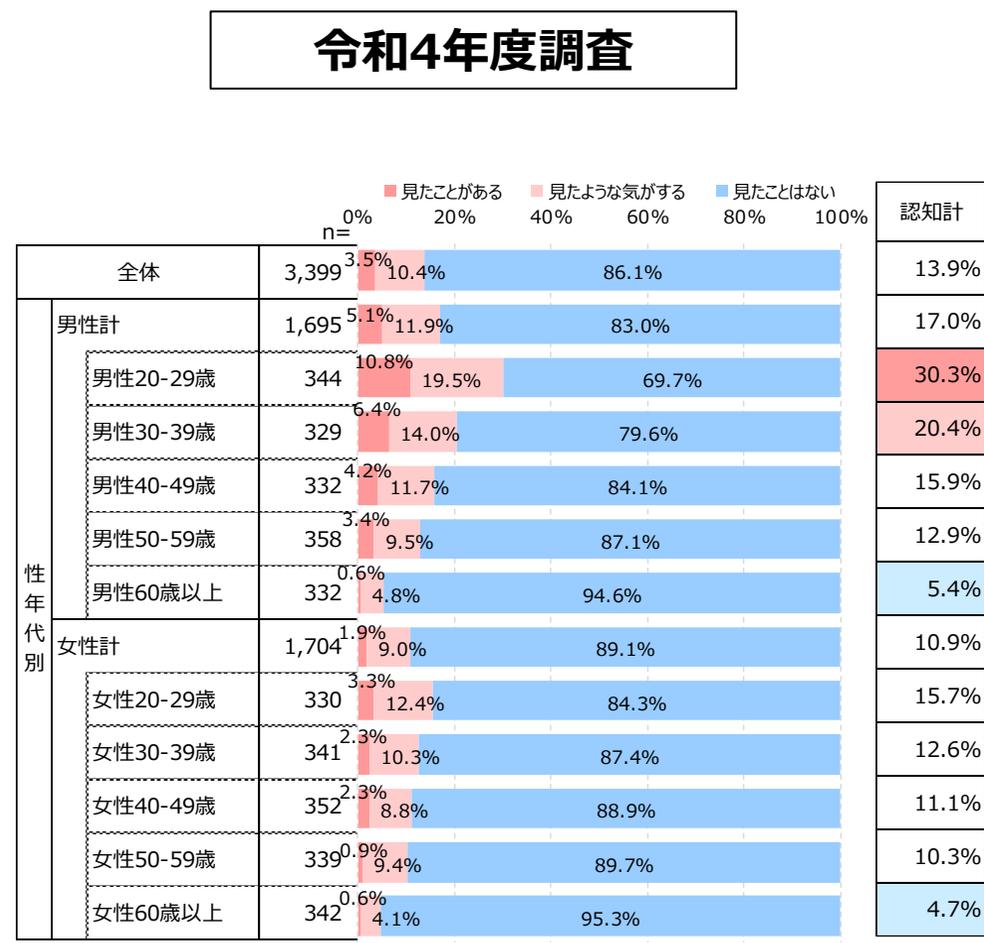
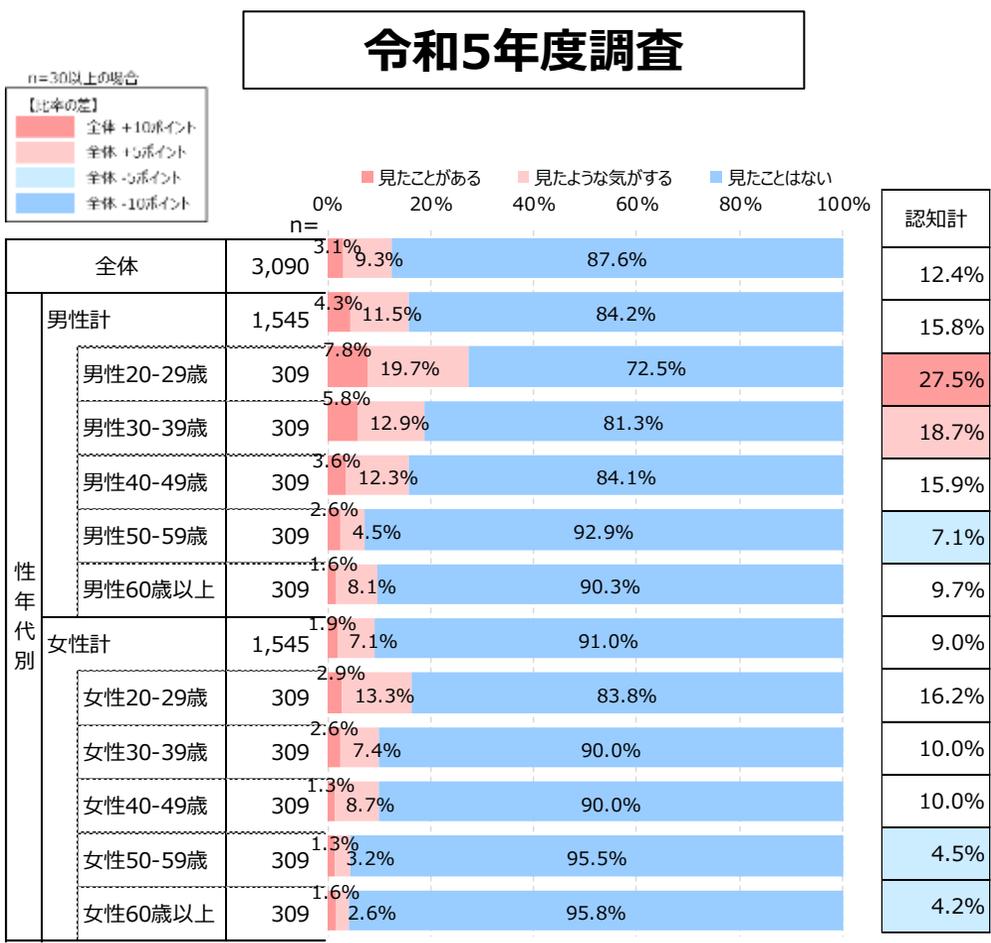
単一回答

※「そう思う計（そう思う）+（ややそう思う）」の割合

R5/R4 Q12. あなたは、これまでに薬局ビジョンや院内ビジョンで救済制度のCM（動画）を見たことがありますか。

- 薬局ビジョンや院内ビジョンの認知率（見たことがある + 見たような気がする）は12%。R4から 2pt減少している。
- 男性20代の認知率が高く28%、全体平均を15pt上回っている。R4との比較では、男性の20代と30代で認知率が高く、女性の60歳以上で低い傾向が続いている。
- 男性50代と女性50代は、R4から6pt減少している。
- 男女ともに、高齢層よりも低年齢層で認知率が高い傾向にある。

単一回答



※認知計：「見たことがある」+「見たような気がする」

11 薬局ビジョンや院内ビジョンの評価（全体）

R5/R4 Q13. 薬局ビジョンや院内ビジョンのCMをご覧になった感想をお聞きます。どう思われましたか。以下それぞれにあてはまると思われるものをひとつお選びください。

- 薬局ビジョンや院内ビジョンの評価（そう思う+ ややそう思う）が高かった項目は「役に立つ情報が得られた」77%。以下、「印象（記憶）に残った」69%、「興味や関心を持った」67%と続く。
- R4との比較では、「役に立つ情報が得られた」は微増となっているが、「興味や関心を持った」は7pt減少、「印象（記憶）に残った」は4pt減少している。

※薬局ビジョンや院内ビジョンのCM認知者ベース

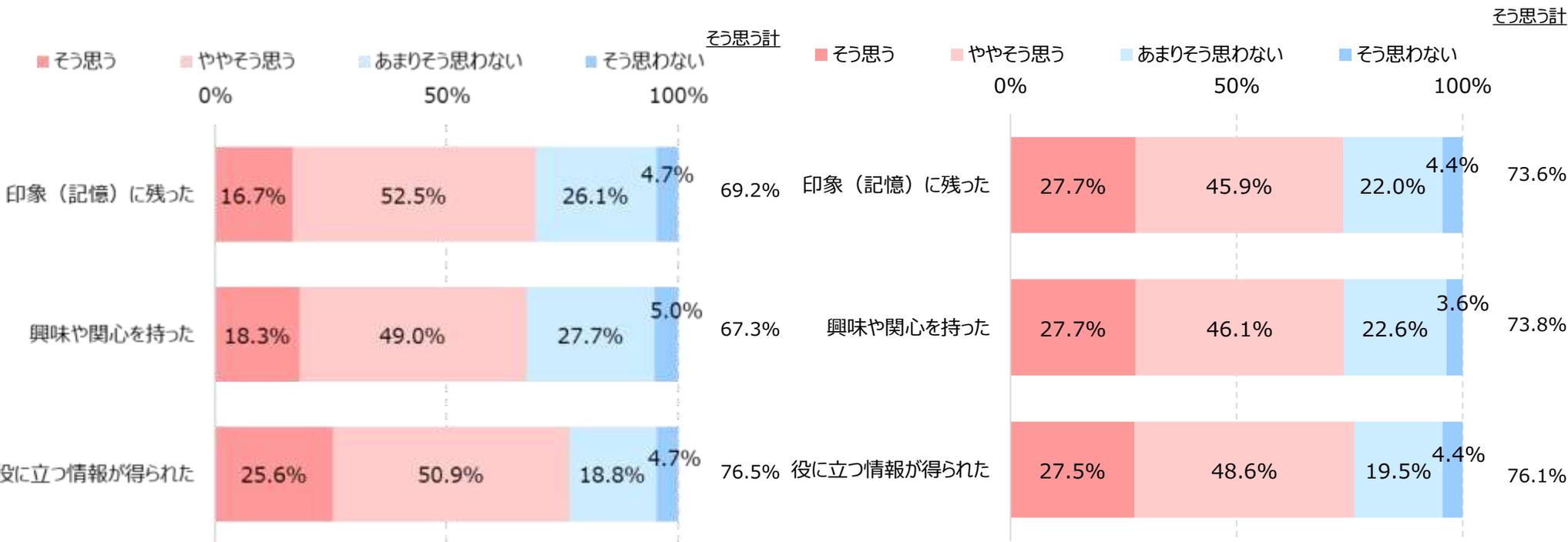
単一回答

令和5年度調査

令和4年度調査

(n=383)

(n=473)



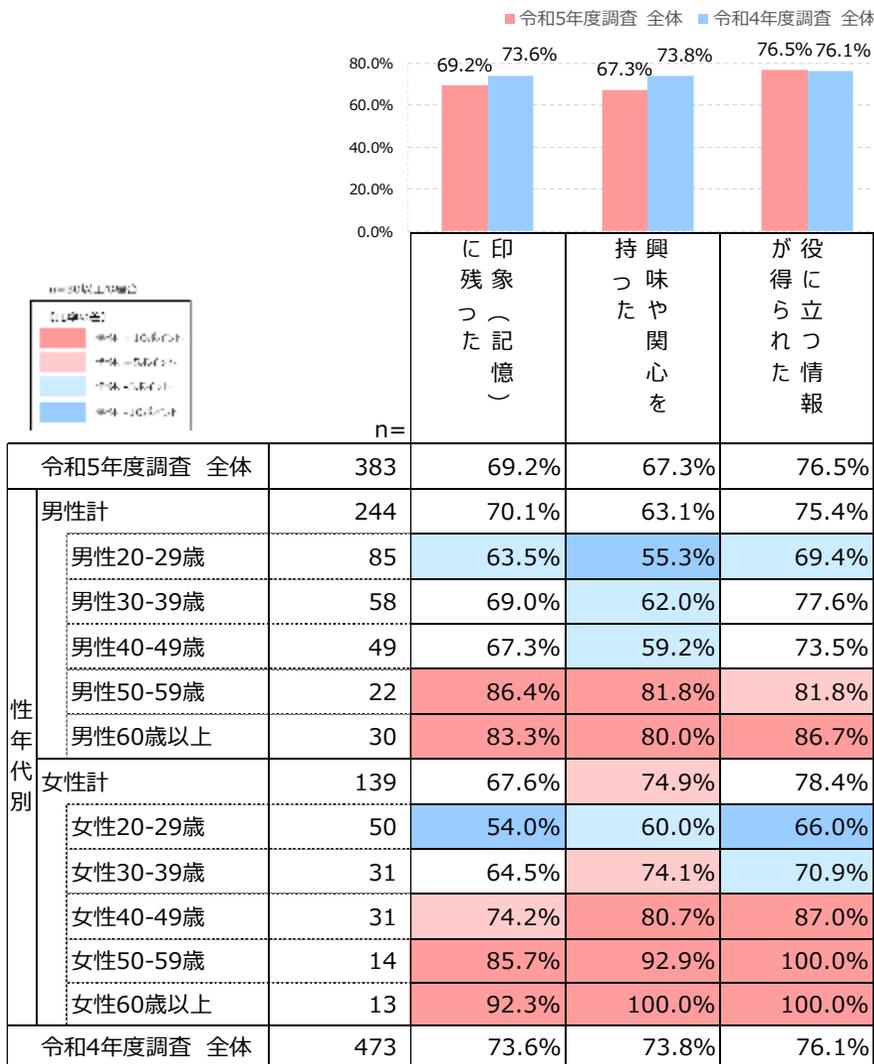
※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

R5/R4 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92%、最も低かったのは女性20代で54%。「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100%、最も低かったのは男性20代で55%。「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100%、最も低かったのは女性20代で66%。
- ・男性女性ともに、いずれの項目も、20代で低く、50歳以上で高い傾向にある。
- ・女性60歳以上で、3項目ともに全体を20pt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

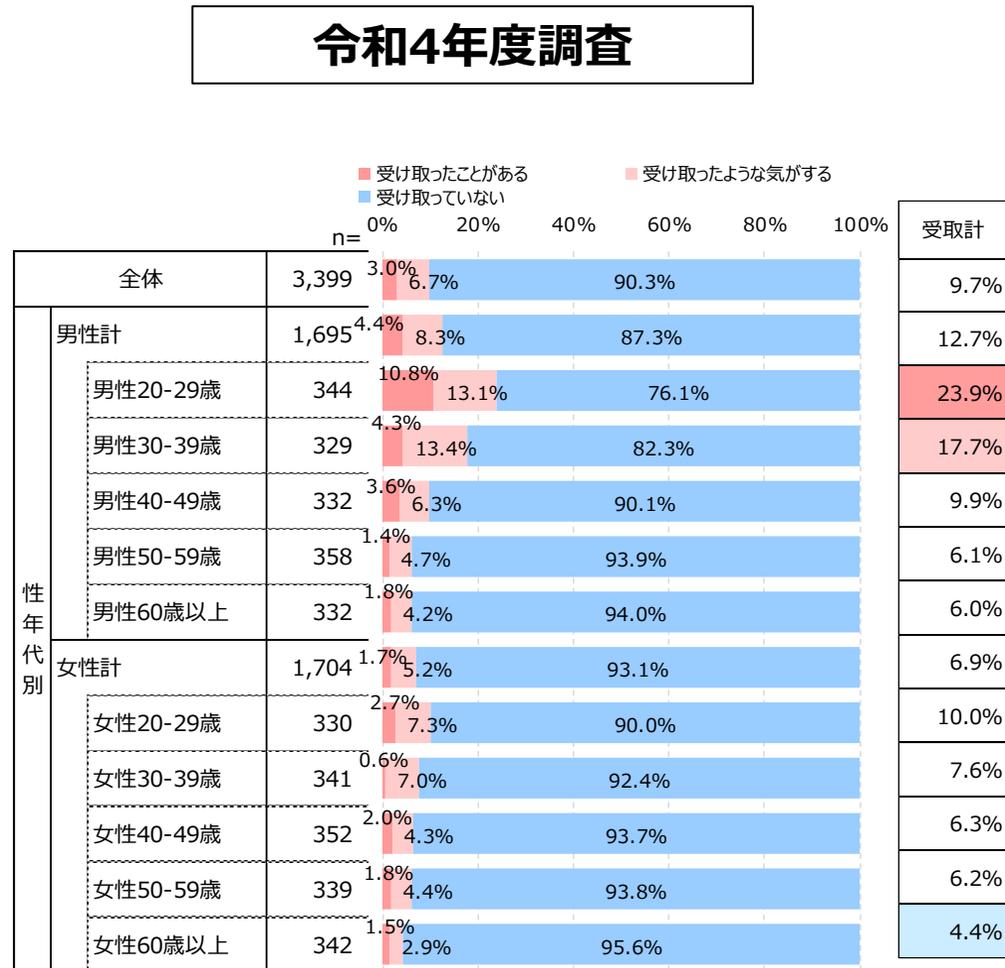
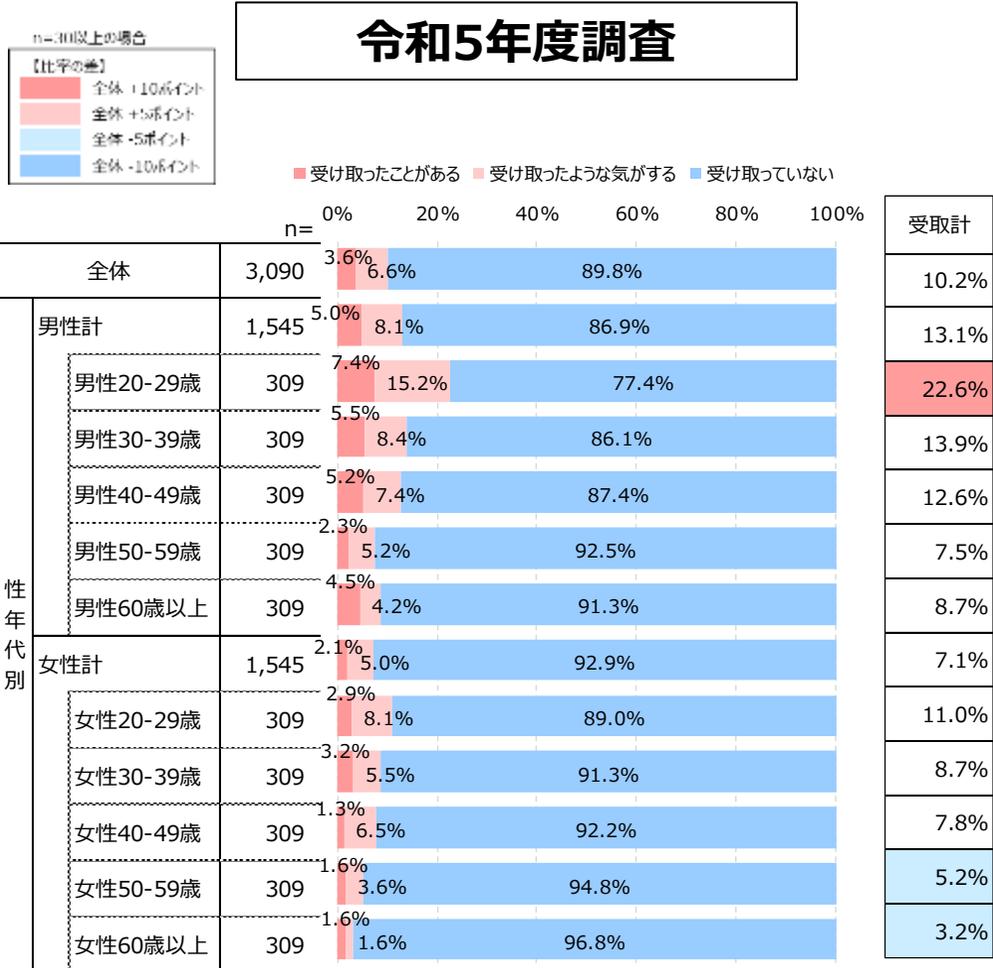


※「そう思う計（そう思う） + （ややそう思う）」の割合

R5/R4 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12pt上回っている。女性60歳以上の受け取り率が3%と最も低い。
- R4との比較では、男性20代で高く、女性60歳以上で低い傾向が続いている。

単一回答



R5/R4 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。

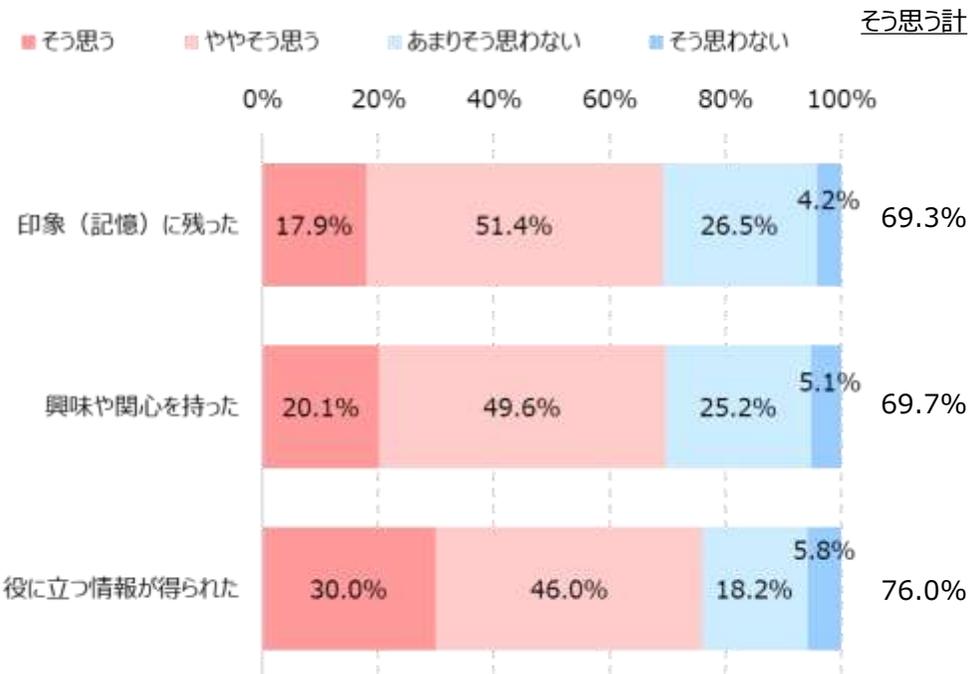
- 救済制度のリーフレットの評価（そう思う+ややそう思う）が高かった項目は「役に立つ情報が得られた」76%、以下、「興味や関心を持った」70%、「印象（記憶）に残った」69%と続く。
- R4との比較では、「印象（記憶）に残った」は8pt減少、「興味や関心を持った」は5pt減少したが、「役に立つ情報が得られた」は1pt増加している。

※救済制度リーフレット受け取り者ベース

単一回答

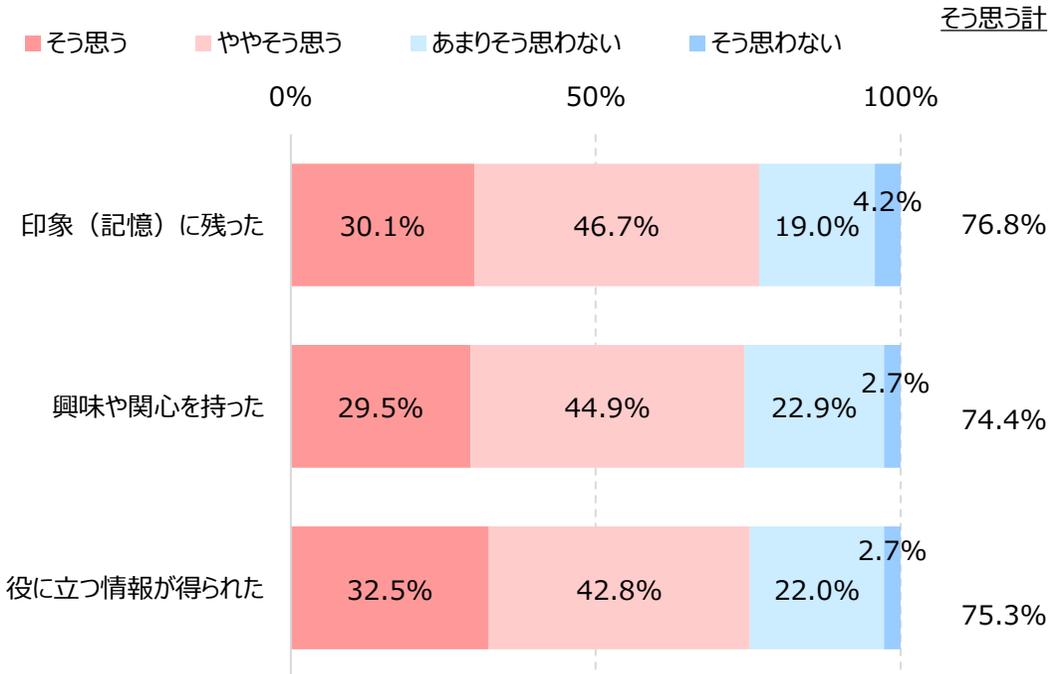
令和5年度調査

(n=313)



令和4年度調査

(n=332)



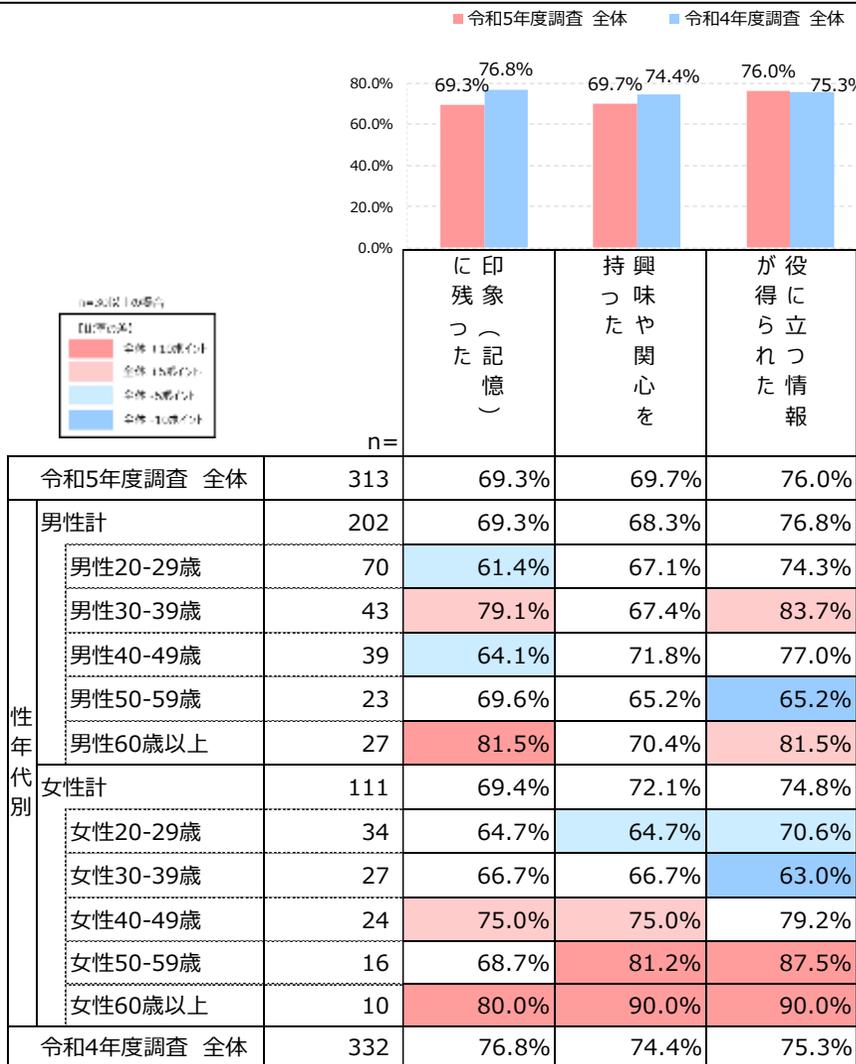
※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

R5/R4 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。

- ・全体では「役に立つ情報が得られた」が最も高く76%。「興味や関心を持った」は70%、「印象（記憶）に残った」は69%。
- ・「印象（記憶）に残った」が最も高かったのは男性60歳以上で82%、女性60歳以上で80%、最も低かったのは男性20代で61%。「興味や関心を持った」で最も高かったのは女性60歳以上で90%、最も低かったのは女性20代で65%。「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90%、最も低かったのは女性30代で63%。
- ・女性50代は2項目、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」

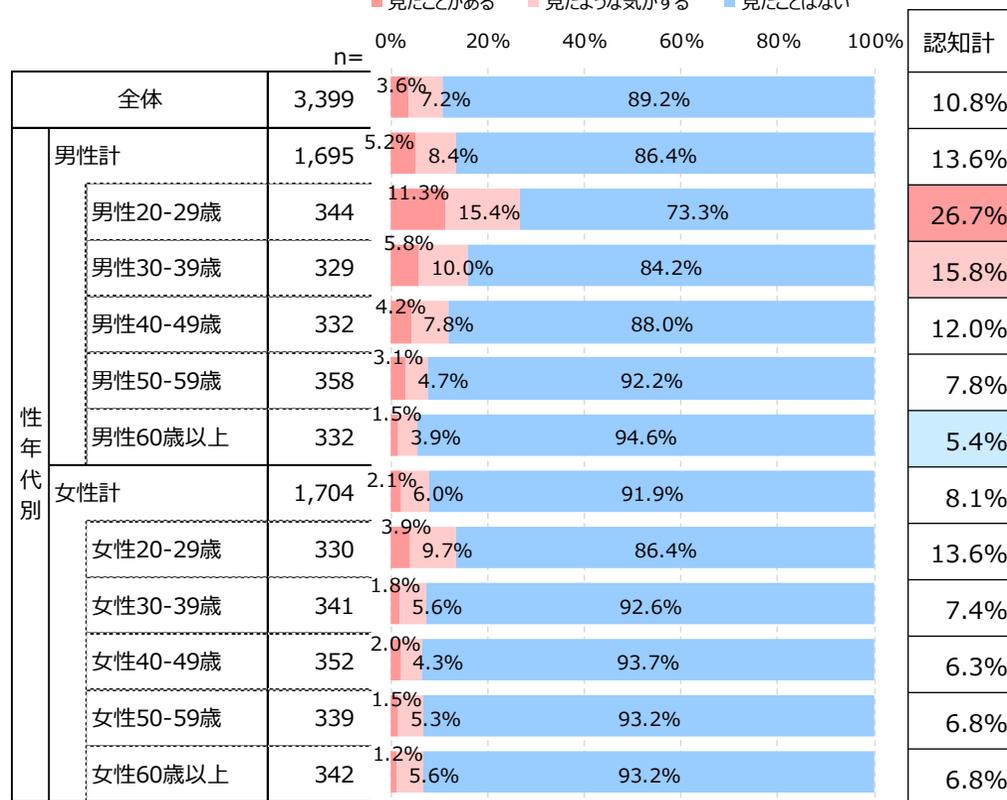
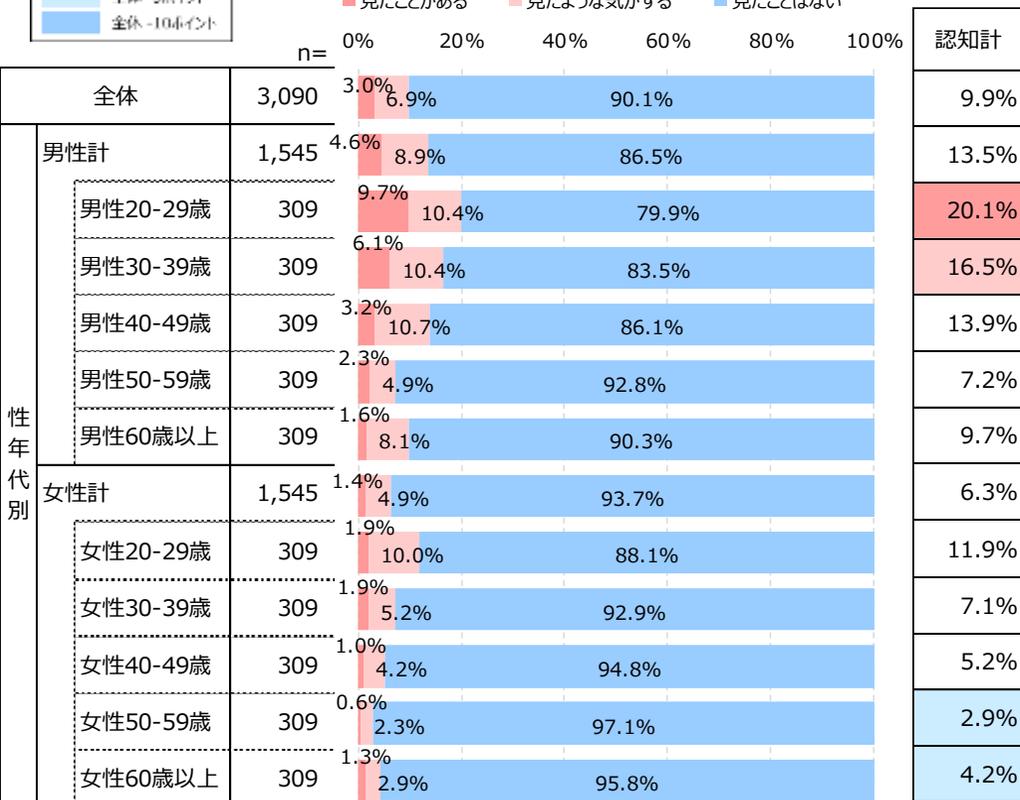
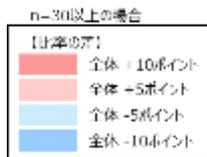
R5/R4 Q16. あなたは、これまでにインターネットで救済制度特設サイトを見たことがありますか。画像（救済制度特設サイトトップページ）をご覧になってからお答えください。

•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%で、R4から1pt減少。R4で最も高かった男性20代は、R5でも最も高く、同じ傾向が続いている。
 •女性より男性、特に20～30代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、20%で全体を10pt上回っている。女性50代の認知率が最も低く3%となっている。

単一回答

令和5年度調査

令和4年度調査



※認知計：「見たことがある」+「見たような気がする」

R5/R4 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「役に立つ情報が得られた」77%。以下、「興味や関心を持った」76%、「印象（記憶）に残った」72%となっている。
- R4と比較すると、「印象（記憶）に残った」が9pt、「興味や関心を持った」と「役に立つ情報が得られた」が6pt減少と、3項目とも減少した。

※「救済制度特別サイト」認知者ベース

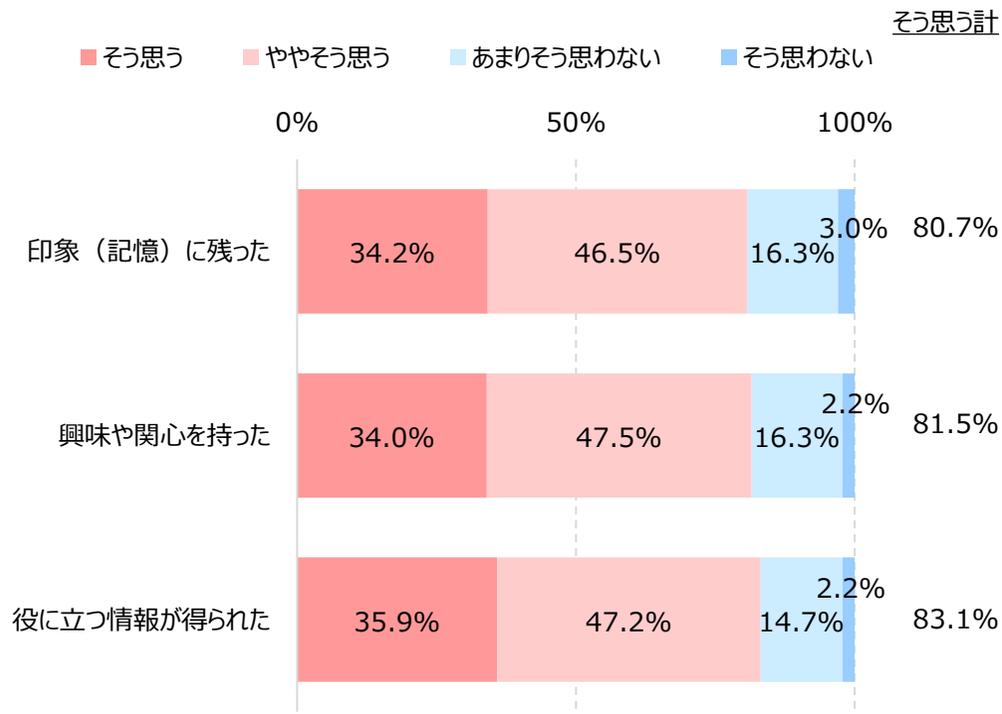
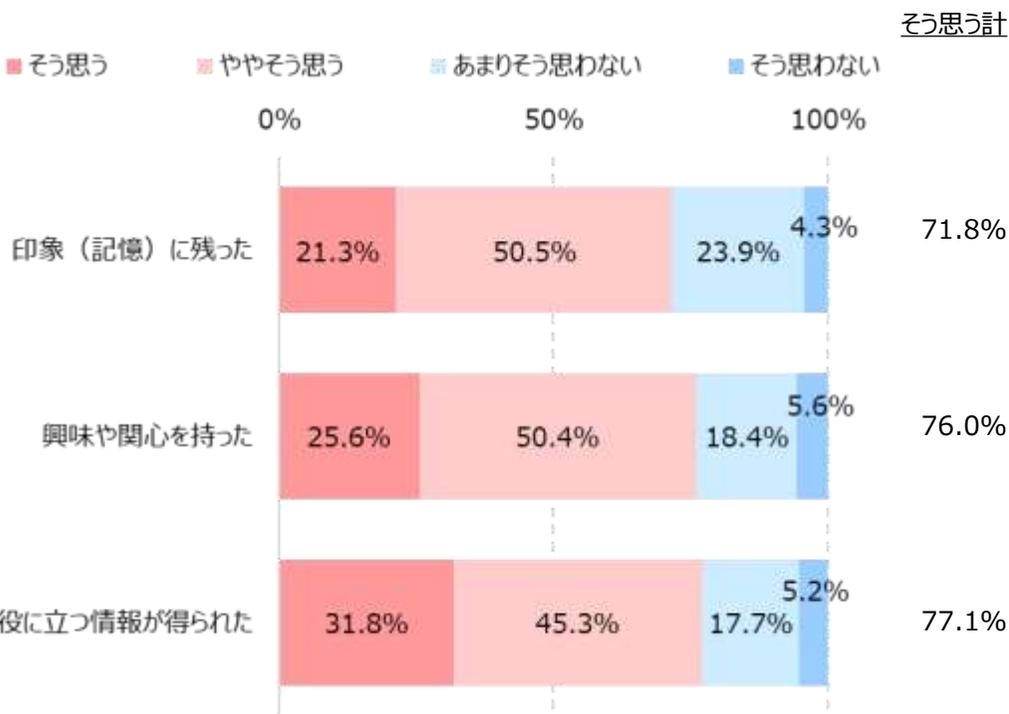
単一回答

令和5年度調査

令和4年度調査

(n=305)

(n=368)



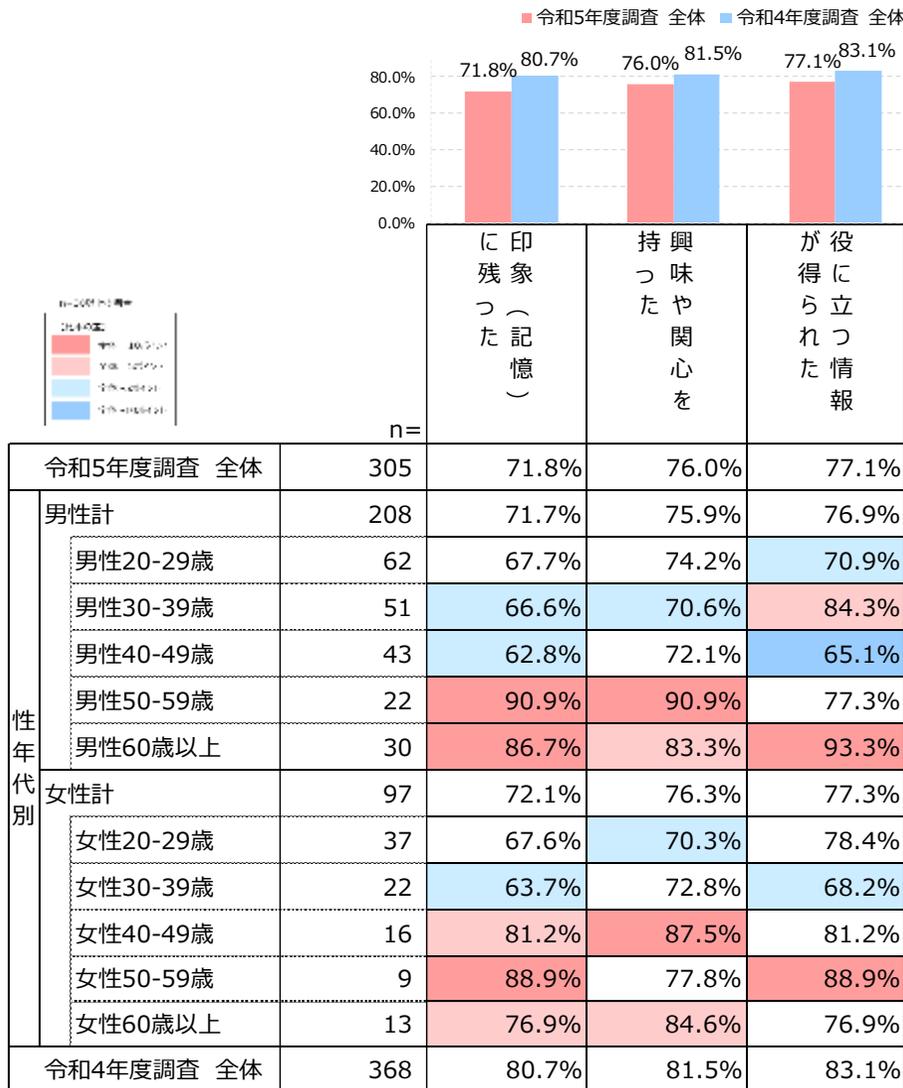
※そう思う計：「そう思う」+「ややそう思う」

R5/R4 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。

- 「印象（記憶に残った）が最も高かったのは男性50代で91%、最も低かったのは男性40代で63%。「興味や関心を持った」が最も高かったのは男性50代で91%、最も低かったのは女性20代で70%。「役に立つ情報が得られた」が最も高かったのは男性60歳以上で93%、最も低かったのは男性40代で65%。
- 男性よりも女性の方が、3項目ともに評価が若干高い。

※「救済制度特別サイト」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」

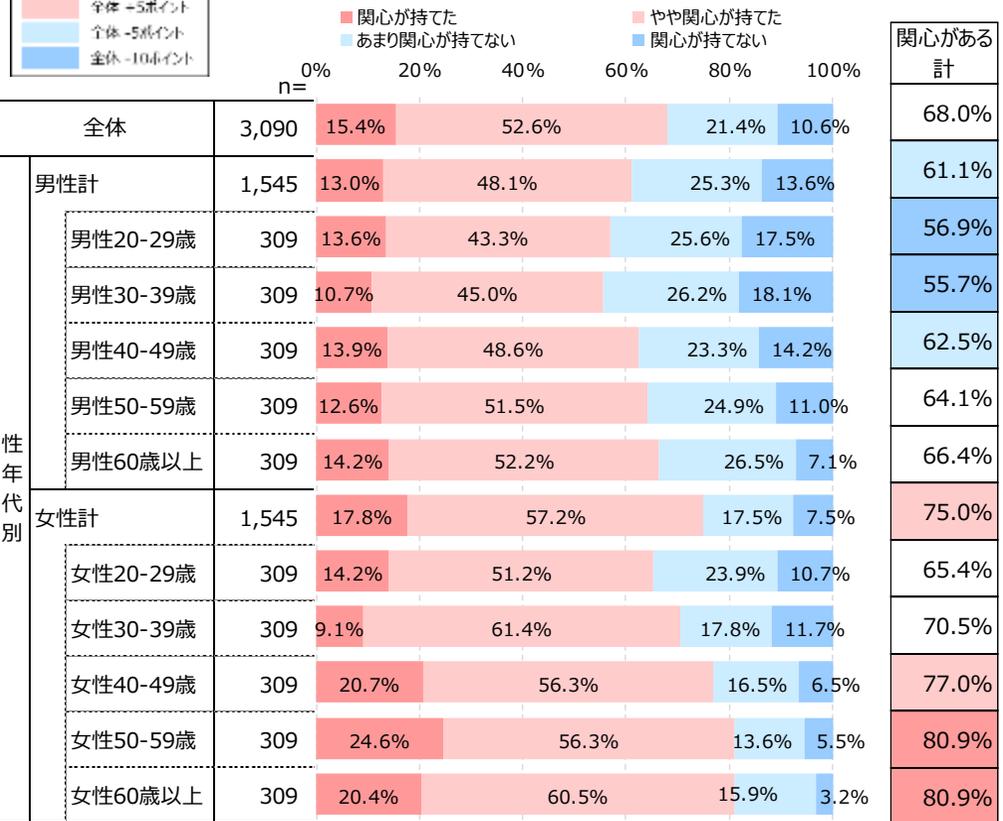
R5/R4 Q18. 画像（リーフレット）をよくお読みになってからお答えください。あなたは「医薬品副作用被害救済制度」について、どの程度関心が持てましたか。

- 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68%で、R4から1pt減少している。
- 女性の方が関心が高く、女性全体でも全体平均を7pt上回っている。特に女性50歳以上では80%台と高い。
- 関心が最も低いのは男性30代の56%で、全体平均を12pt下回っている。

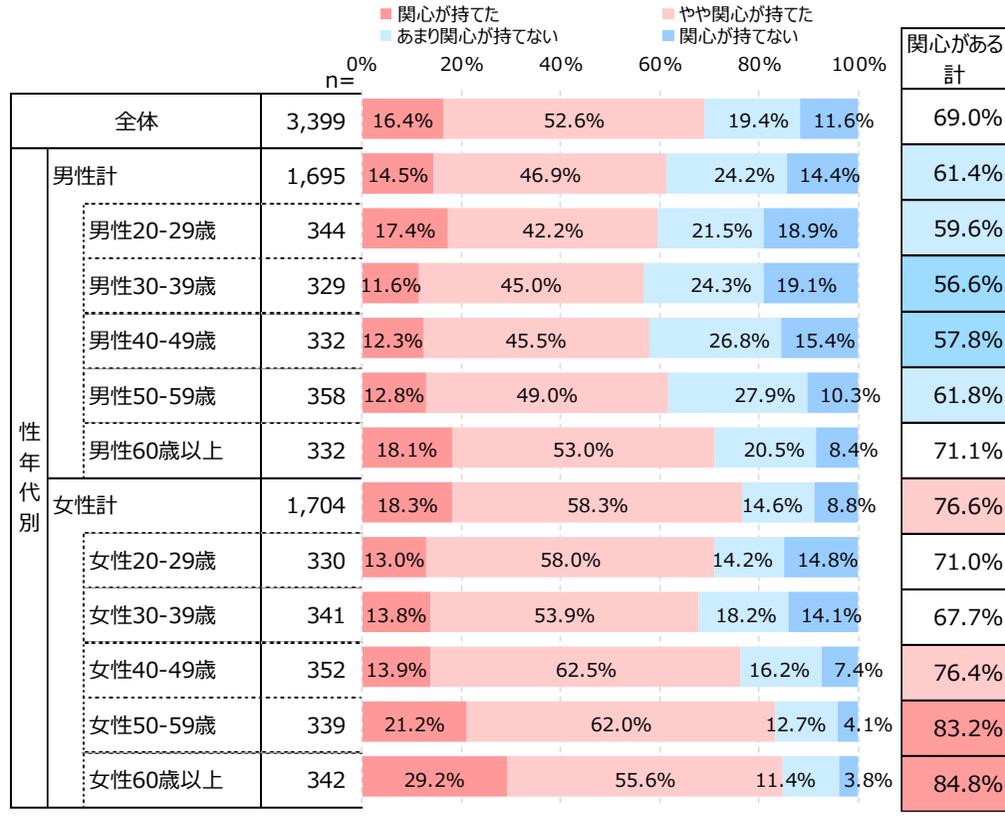
単一回答

令和5年度調査

n=30以上の場合
【基準の点】
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4年度調査



※関心がある計：「関心が持てた」+「やや関心が持てた」

R5/R4 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、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。

- ・R4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、高齢者には自治体の広報誌、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、公共施設でのデジタルサイネージとの意見もあった。
- ・クイズ形式、アンケート形式など単なる制度認知の告知に見せない工夫があればとの回答があった。
- ・電子媒体だけでなく、直接「人」（薬剤師、医師など）から説明があれば説得的という回答もあった。

自由回答

■自由記述の抜粋

この制度があることは、薬剤師であるため知っていたが、CMやリーフレットは見たことがなく、もっと周知すべきと思いました。
会社の健保会報などにのせる
新聞で大きく取り上げて貰うのがネットなどよりも信頼性も関心もあると思う。あと、薬局などで薬を購入する時に説明を受ける。
薬局とか病院にてチラシを配る。
各町内会の回覧版による認知活動が良いと思います。
リーフレットは、簡単に一番、手にすることができるのではないのでしょうか
数種類の処方箋をもらっている場合には医師、薬剤師による提言
映画館での映画が始まる前の広告
調剤薬局で薬をもらった時に薬剤師からの一言。母親が長年、薬を処方してもらっているが今まで全然知らなかった。
他には思い浮かびませんが、CMやWEB広告では聞き流してしまうことが多いので、病院や薬局でリーフレットを配るほうが目に留まりやすいと思います。
駅や電車内バス内。自分はTVを持っていないし、病院へも、薬局ドラッグストアにも健康診断にしかいかないので、見る機会がない。
これまで見聞きしたことがないのは露出が少ないからだと思いますが、対象となるケースはかなり限定的で、TVCM等の広告費を増やすことは無駄だと考えます。院内でのポスター、リーフレット配布で十分ではないでしょうか。
インフルエンサーを使ってSNSを活用してもいいと思いました。
ラジオCM
クイズ形式のアンケート
今回のように、アンケートで確認を取るのも一つの方法
医療系の番組やドラマで事例があると良い
アニメ、漫画など。
ポスティングされるフリーマガジンの裏面。
市町村の広報誌に、チラシのようにはさんでみると、読むと思う！
直接医師からの口頭での話が一番わかりやすく、納得できるような気がする
ドローンによる広告
地域の回覧板や買い物に行くスーパーなどに掲示して欲しい
専用のサイトを作って誘導する。薬を検索した場合、表示させる。
テレビでの特集、住んでいる町での講演会、講習会
会社や学校での研修
住んでる所が田舎なので、よく行くドラッグストアとか
駅、電車内の広告
CMではなく、ニュース番組の中で「こんな制度がありますよ」と取り上げたらいかがでしょうか。私は日ごろ、民放の番組は録画して見えています。その際、必ずCMを飛ばして見ているので、CMでは認知できません。また、YouTubeなどのWeb広告もなるべく視野から外し、スキップできるタイミングでできるだけ早くスキップするようにしています。
オンラインゲームで広告

会社の健保からのお知らせや、健康診断の結果と一緒にチラシが入っていると見ると思う
初めての薬を薬局でもらう時にふくろの中にプリントしたものを入れてほしい。
あまり受信する機会がないですが最後のポスターが一番読みやすかった
病院で支払い時などに薄いパンフレットを渡してほしいです。
病院の先生、事務員、看護師が患者に知らせなければならない法律をつくる
医療に関心が高くなるのは60代から。親子3代で関われる場外イベントなどで、テントや座談会などを実施することで世代を超えて認知がなされるはず。ショッピングモールなどのイベントも有効。コンサートの主催になるなどでも認知が広がる。
Youtube動画(CMではなく単体の動画)、Googleアドセンス広告、インフルエンサーに宣伝してもらう(芸能人やYouTuberではなく健康系で真面目にコツコツ発信している人)に宣伝してもらうのが良いと思います。単体ではあまり興味が湧きませんが役にたつし知っておかないといけない制度だと思うので、とにかくひと目につくことと、そういった難しい内容をわかりやすく要約してくれる発信者に発信してもらうほうが良いかと思います。
例えば病院、薬局に最初に来たときは、必ずリーフレットを渡すようにした方が良いと思う。ポスター貼ってある所もあまり見た事がない。
テレビ番組はほとんど録画視聴です。その際、CMは飛ばします。病院は定期通院ではないので目にする機会がありません。自治体の広報にチラシを添えてあると、必ず見ます。
テレビCMを見たことがないので、B型肝炎・带状疱疹のように、もっと頻繁に流せばいいのではないかと思います。
制度の名前をもっと短くする
このアンケートで初めてサイトを読みました。調剤薬局で薬を処方されるときに薬と一緒に簡単な説明書を手渡しで頂ければ良いと思います。
薬を渡す時に一緒にリーフレットを入れ案内をする
コンサート会場で入場者に無料で配るパンフレットに加える/ハロープロジェクトのイベントとコラボ/映画の開始前のスクリーンで流す
電車内のデジタル広告
調剤薬局の薬袋の下段にエコーはがきのような広告を入れると頭に残ってもしもの時にすぐ調べられると思う。
バスやタクシーの車内広告
上記の媒体は全て有効だと思う。複数回続けていくことも大事だと思う。
CMや広告はほとんど見ない。
医療費や健康保険に関するお知らせに、同封されていればみるかも？
この制度で実際に助かった方のお話があるといいですね
試験薬や治験の案内等の会社のメール案内での関心の喚起。
学校、職場、検診センターなど、少し体に興味を持ったタイミング。媒体はなんでも良いがタイミングが重要では、と考えます。
ドラッグストアでも医薬品は扱っているのですが掲示などがあればよいかも。市販品は対象になるのかどうかははっきりしないので、勘違いを起こす可能性もあるから慎重になる必要はあると思うが。
小中学校や大学などの授業などで子供も学ぶと、知らない親にも浸透する気がする。
例えば出前授業なども良いと思う。

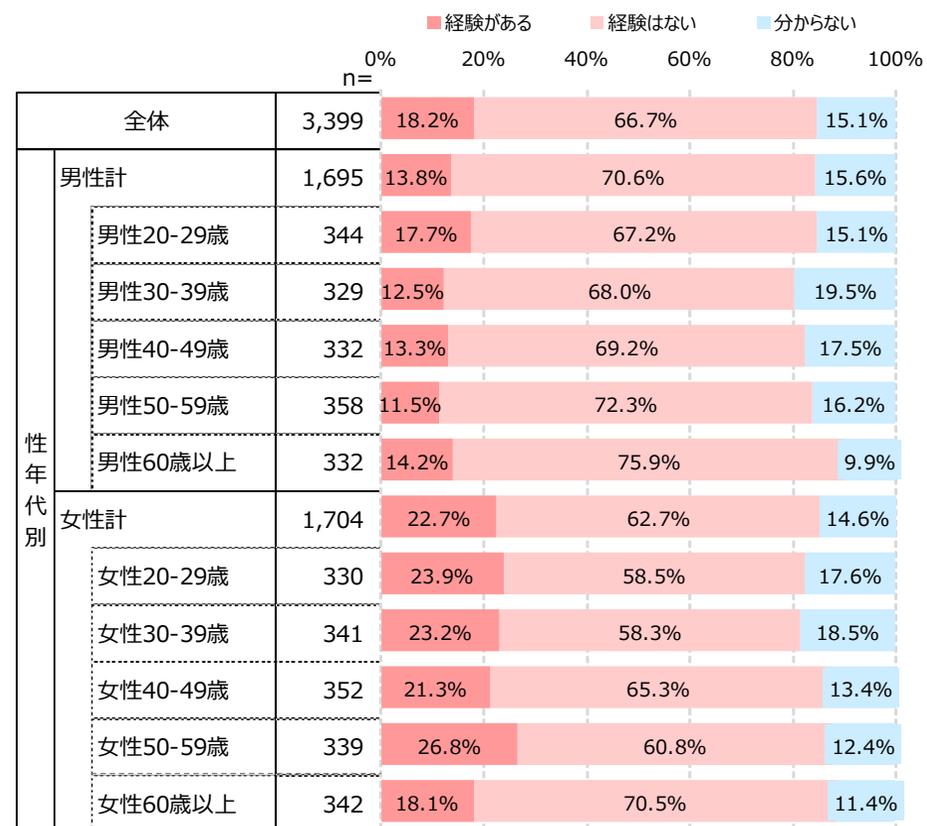
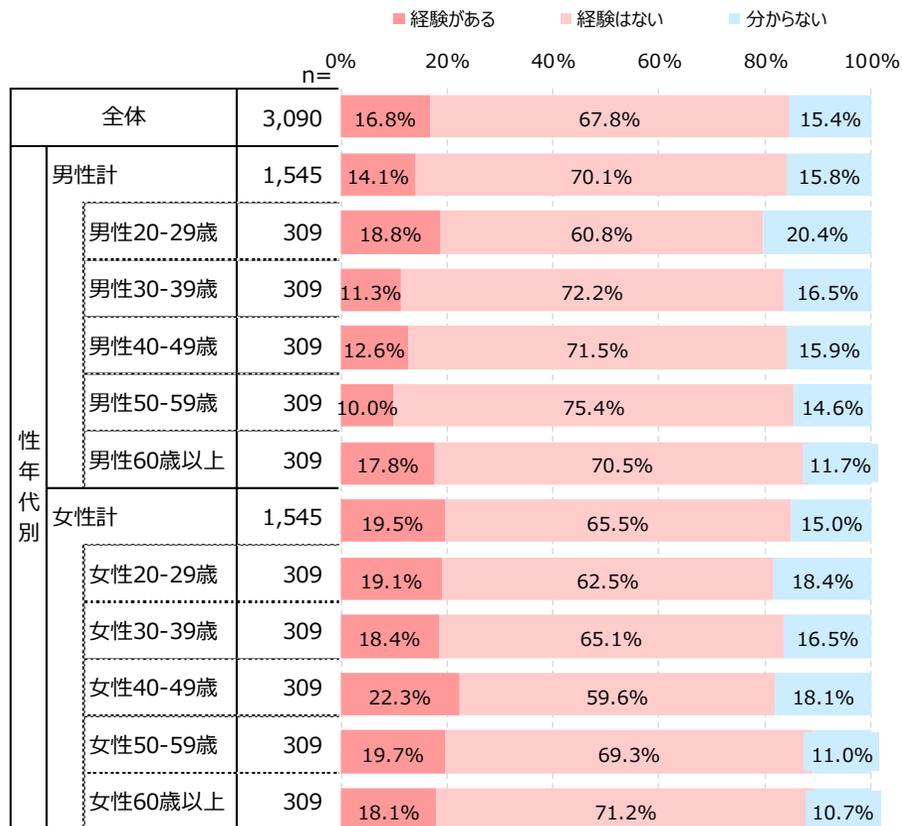
R5/R4 Q20. あなたは、これまでに医薬品による副作用または副作用と思われる経験をしたことがありますか。

- 医薬品による副作用と思われる経験が「ある」は17%で、R4から1pt減少。
- R4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40代は22%で全体より6pt高い。
- 最も経験率が低いのは男性50代で10%、次いで男性30代11%となっている。

単一回答

令和5年度調査

令和4年度調査



R5/R4 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。

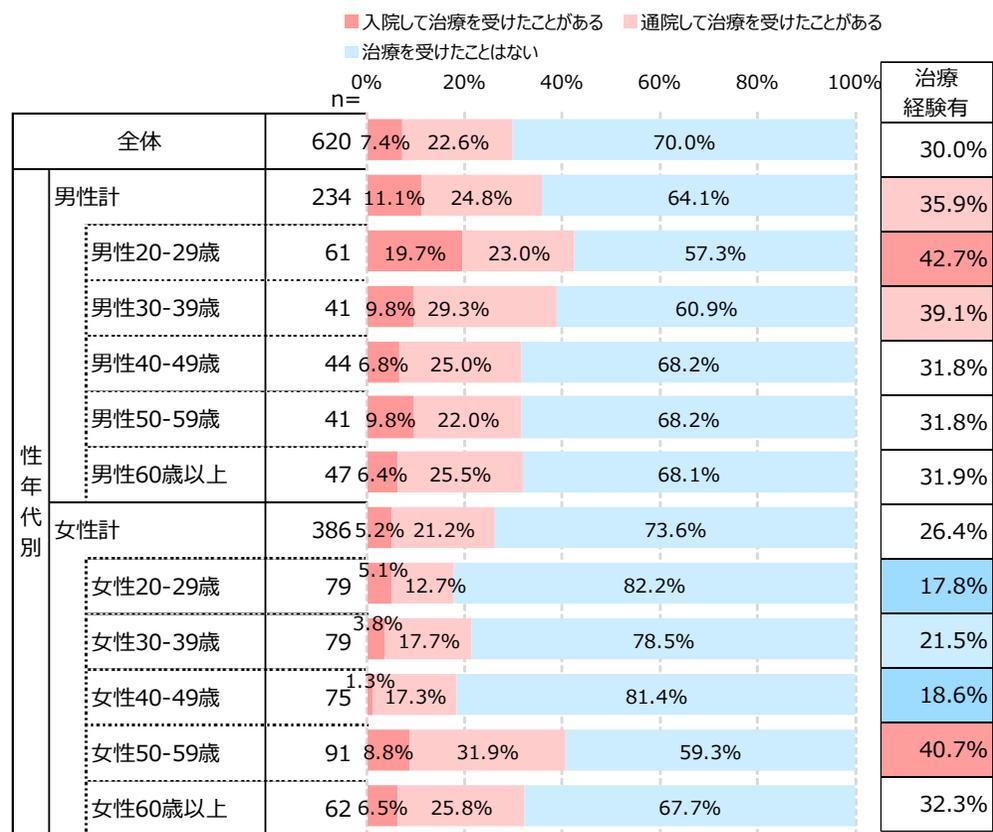
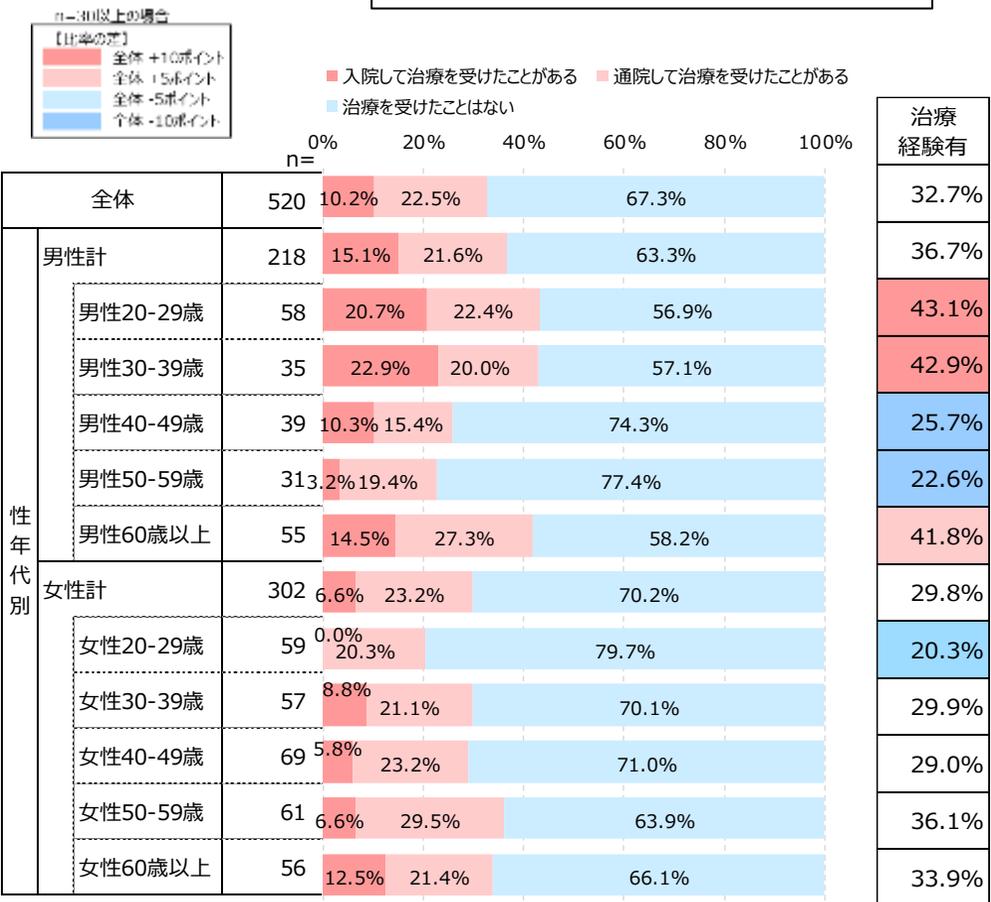
- 医薬品による副作用経験者のうち、医療機関で副作用の治療を受けた経験が「ある」は33%。R4と比較すると全体では3pt増加、男性は1pt増加、女性は3pt増加。
- 男性は20代と30代が43%で、全体を10pt以上上回っている。逆に低いのは、女性20代で20%と、全体を10pt以上下回っている。
- 男性と女性を比べると、40代と50代を除いた世代で、男性の方が女性よりも治療経験が多い。

※医薬品による副作用経験者ベース

単一回答

令和5年度調査

令和4年度調査



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

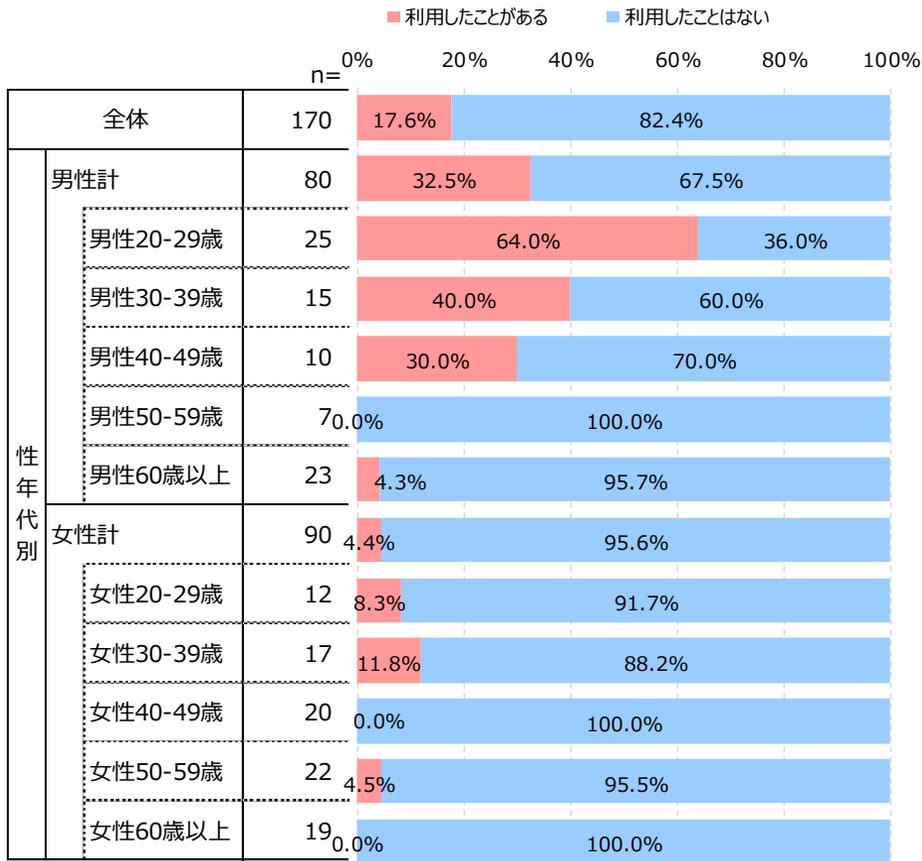
R5/R4 Q22. あなたは医薬品の副作用の治療を受けた際に、「医薬品副作用被害救済制度」を利用したことがありますか。

- 医薬品副作用被害救済制度の利用経験は全体で18%。R4から2pt減少。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64%と突出している。次いで男性30代40%、40代30%となっている。
- 女性は30代が12%で女性の中で最も高いが、全体平均を6pt下回る。

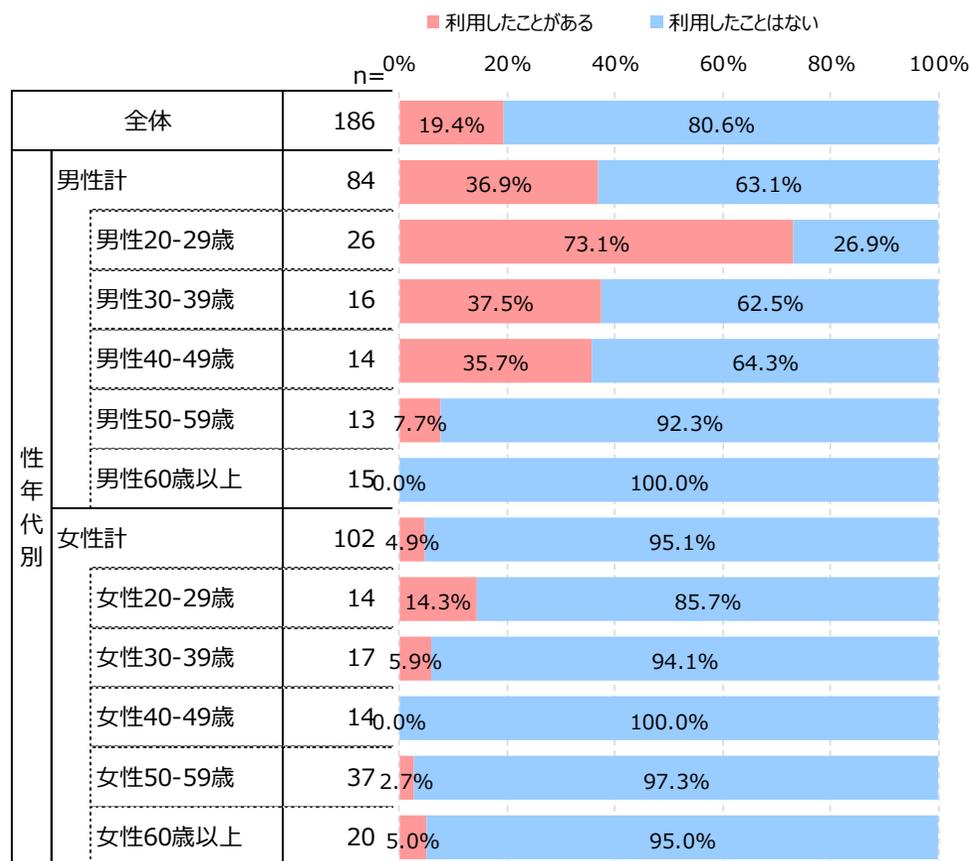
※医薬品による副作用で入院・通院の治療経験者ベース

単一回答

令和5年度調査

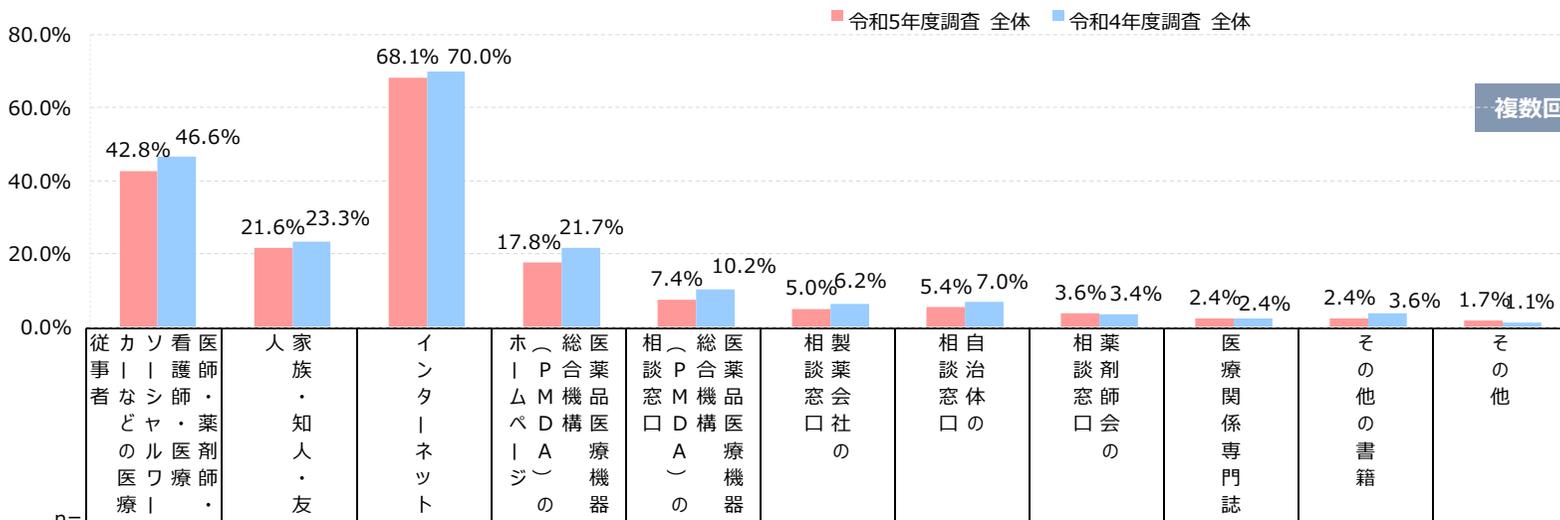


令和4年度調査



R5/R4 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。

- 情報収集方法として最も高かったのは「インターネット」68%、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」43%、「家族、知人・友人」22%となっている。
- R4と比較すると、「薬剤師会の相談窓口」が微増、「医療関係専門誌」が横ばいだが、他の全ての項目（その他を除く）で減少している。「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5年度調査 全体	令和4年度調査 全体	令和5年度調査 全体	令和4年度調査 全体	令和5年度調査 全体	令和4年度調査 全体	令和5年度調査 全体	令和4年度調査 全体	令和5年度調査 全体	令和4年度調査 全体	令和5年度調査 全体	令和4年度調査 全体	
		n=3,090	n=3,399	従事者	家族・知人・友人	インターネット	医療機器のメーカー	医薬品メーカーの相談窓口	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
性年代別	令和5年度調査 全体	3,090	3,399	42.8%	21.6%	68.1%	17.8%	7.4%	5.0%	5.4%	3.6%	2.4%	2.4%	1.7%
	男性計	1,545		39.8%	21.1%	66.2%	16.8%	6.7%	4.9%	6.5%	3.9%	2.6%	3.1%	2.2%
	男性20-29歳	309		35.6%	26.5%	59.9%	15.5%	7.8%	6.5%	5.5%	6.5%	4.9%	4.5%	1.6%
	男性30-39歳	309		36.9%	24.9%	66.7%	16.8%	5.2%	5.5%	6.5%	3.2%	2.3%	2.6%	1.3%
	男性40-49歳	309		35.9%	23.3%	66.0%	13.9%	8.1%	5.5%	5.8%	4.5%	4.2%	2.9%	2.6%
	男性50-59歳	309		39.2%	17.5%	70.2%	16.2%	5.8%	3.9%	6.1%	2.9%	1.3%	1.9%	3.6%
	男性60歳以上	309		51.5%	13.3%	68.3%	21.7%	6.8%	3.2%	8.7%	2.6%	0.3%	3.6%	1.9%
	女性計	1,545		45.9%	22.1%	69.9%	18.7%	8.0%	5.2%	4.3%	3.2%	2.2%	1.6%	1.1%
	女性20-29歳	309		44.3%	26.2%	59.2%	15.2%	5.8%	4.2%	2.9%	3.6%	3.2%	3.2%	0.6%
	女性30-39歳	309		46.3%	21.7%	71.8%	20.7%	7.8%	3.9%	2.3%	1.3%	3.6%	1.6%	1.6%
	女性40-49歳	309		45.3%	23.6%	73.5%	13.6%	3.9%	4.2%	2.9%	2.3%	0.6%	1.0%	1.3%
女性50-59歳	309		43.0%	20.1%	74.1%	22.3%	9.7%	4.5%	3.9%	2.6%	1.3%	1.3%	1.0%	
女性60歳以上	309		50.5%	19.1%	70.9%	21.7%	12.9%	9.1%	9.7%	6.5%	2.3%	1.0%	1.0%	
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%	

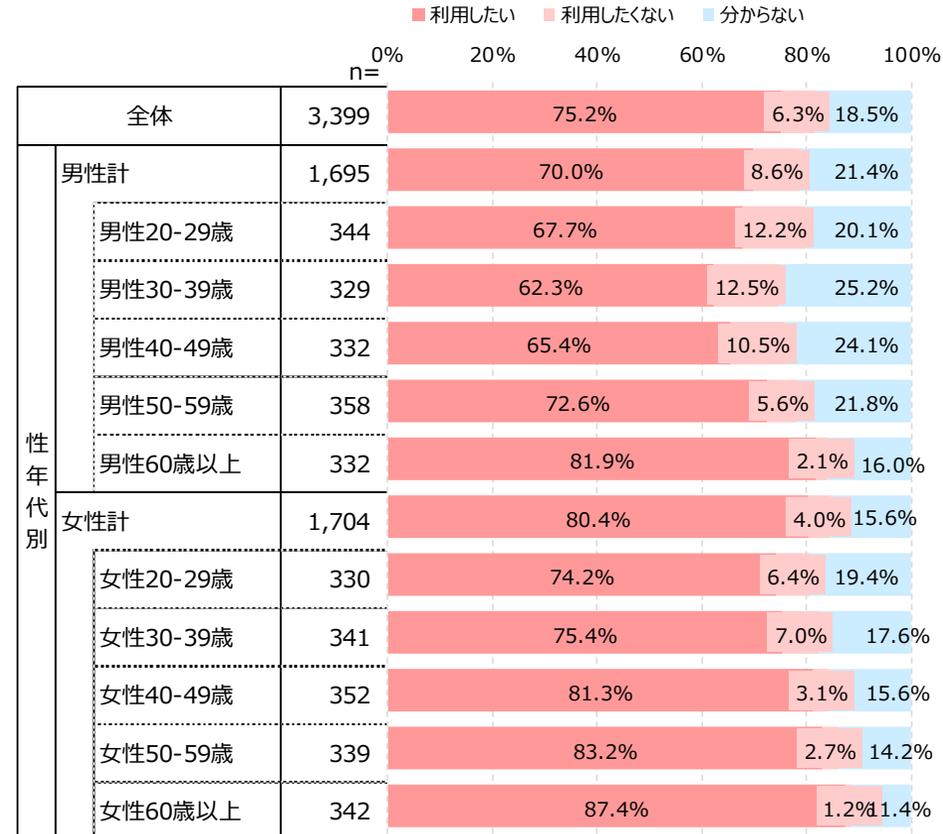
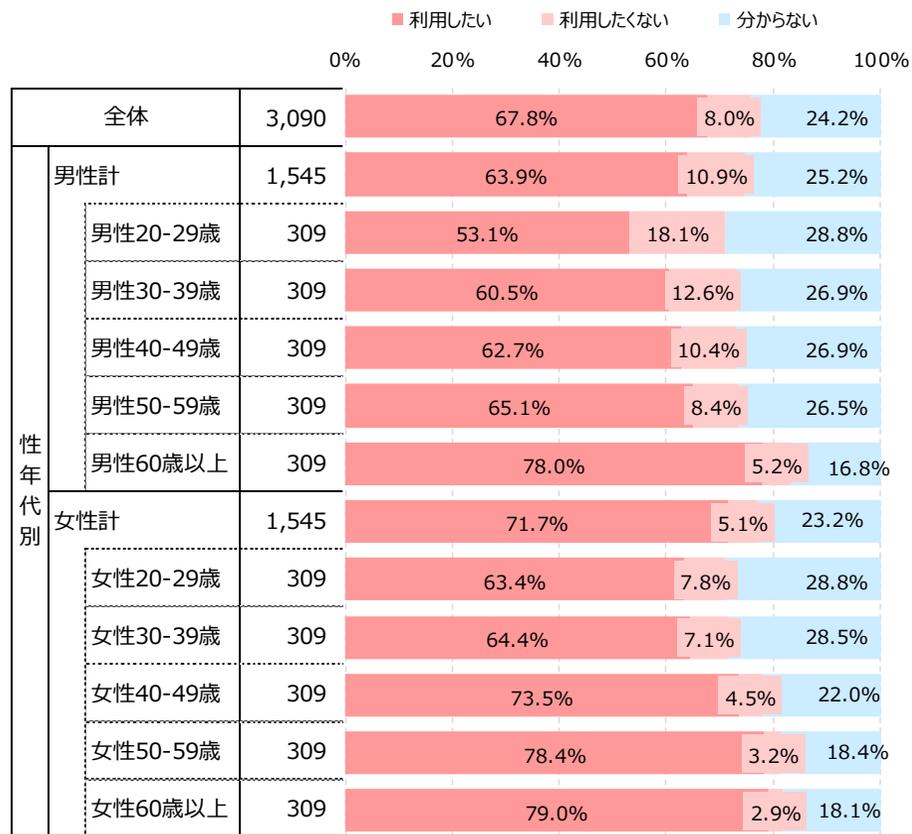
R5/R4 Q25. 今後、あなたが制度の対象となるような重篤な副作用にあった場合、「医薬品副作用被害救済制度」を利用したいと思いますか。

- 今後の利用意向（利用したい）は68%で、R4から7pt減少、「利用したくない」は8%で、R4から2pt増加している。
- 今後の利用意向は、男性と比べて女性の方が高い。女性60歳以上は79%で最も利用意向が高い。逆に男性20代が53%と最も利用意向が低い。

単一回答

令和5年度調査

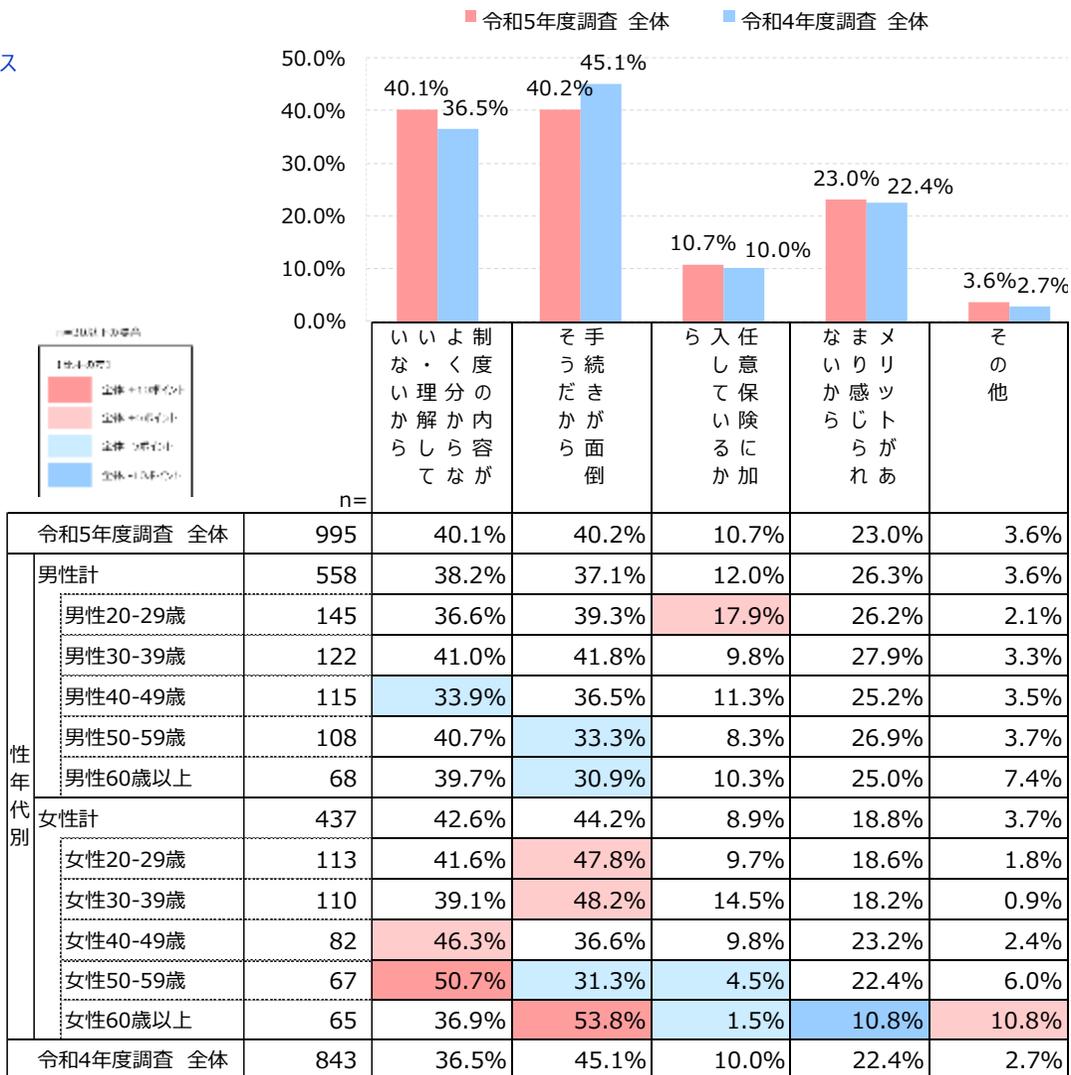
令和4年度調査



R5/R4 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「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」と「制度の内容がよく分からない・理解していないから」が40%。以下「メリットがあまり感じられないから」23%と続く。R4よりも「手続きが面倒そうだから」は5pt減少したが、それ以外の項目は増加している。
- ・女性50代で、「制度の内容がよく分からない・理解していないから」が51%と高い。「手続きが面倒そうだから」は、50代を除いた全ての世代で、男性よりも女性の方が高い。

※「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

R5/R4 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。

- R4に続き、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。CMなら繰り返しの放映が有効との意見もあった。
- 自治体や会社での制度の周知活動やパンフレット、ポスター掲示など病院や薬局など医療関係外の場所での周知も有効ではとの意見もあった。

■自由記述の抜粋

テレビCM/テレビ番組・ニュース

医師が「〇〇薬出しときますね」の時に一緒に言ってもらおう。薬剤師から薬の説明の時に言ってもらおう。テレビ番組(ニュースや情報番組)で被害者の特集をする。
関係者や専門家から見たわかりやすさと、一般人から見たわかりやすさは違うので、そういったことを理解したうえでわかりやすく解説してくれる第三者に発信してもらおうことが効果的だと思います。インターネット(特にYouTube動画)で発信することでテレビを見ない層にも情報が届きやすくなると思います。あとは年寄り層へ新聞やテレビCMで告知するのが良いかと思ひます。ただマスメディアは若い人～中年層は見ない人が多いのであくまで高齢者向けといえます。
ジェネリック薬品が品不足とか、インフルエンザワクチンが足りないとかがニュースになるときに。副作用の可能性の説明や今回の救済制度が用意されていることをテレビ報道でしっかりコーナーを作って周知すべき。
ニュース番組で取り上げるか池上彰や林先生の番組で取り上げること
テレビCM、ニュース、報道番組等で繰り返し放送する。合わせて自治体の広報等で周知する。学校の授業に取り上げる。
救済制度の存在やメリットをテレビでザックリとコマーシャルを放送してくれると助かります。なお、コマーシャルを放送する時間は19時～22時の間だと効果的に周知されると思います。
知ってもらうためには、相当多くのCMを流すことや、テレビの情報番組(視聴率の高い番組)で取り上げてもらう必要があると思う。そしてそれらの活動は短期ではなく、中期的に様々な番組で重なるように放送されることが効果をあげることに繋がるのではないかと。
またそれらのCMやテレビ番組では、著名なタレントを複数起用することが望まれると思う。
テレビやラジオ、SNSや広報誌・パンフレットなどデジタルとアナログ媒体両方での情報発信。医療機関や薬局、ドラッグストアなど薬剤関係の場所での情報発信媒体設置。
ニュース番組での特集、扱いづらいかも知れないが、医療ドラマ内で取り上げる(アンサンングシンデレラ、TokyoMERのような)
医薬品なんて、薬局や病院での口頭での説明と、リーフレットの直接手渡しが一番だと思います。また、健康な人にはテレビCMと検索サイトへの広告だと思います。
副作用が起きた時、まずどこに連絡すれば良いか、救済措置があり誰でも受けられるものであることが知れ渡るようにテレビCM、SNS広告を広く流す。
テレビCMだけではなく、テレビ番組やラジオ番組、新聞の紙面等で事例をあげながらこの制度について紹介してもらえとより広く知られるのではないかと思ひます。
ポスティングでチラシを配る、新聞の折り込みチラシ、テレビCMで略した言葉でテンポよく繰り返し流す記憶に残りやすく、インパクトのあるテレビCMで説明する。キャラクターや特徴的なフレーズの歌にするなどの。
ラップバトル形式で字幕大きめのテレビ・動画広告は印象的です。
新聞・ポスターでLINE対話式の吹き出し風のやり取りで短めに書く印象的です。
全てを書かないで導入効率を狙うと広まると思ひます。
基本的には国主体のテレビCMで伝えて、後は医療機関でのポスターなどの案内をわかりやすく表示すること
SNSで告知することが有効と考える。また、テレビニュースで伝えることも比較的周知できると思ひます。
最初の方で見た動画広告も、(たまたま自分が見たことがなかっただけではあるが)全国のテレビCMで流れる事が増えれば、知りやすくなると思うが、やはり、病院の診断の際、患者に新しい薬を出す際に医師からこういう制度がある。という事を一言だけ教えて貰えれば、必要な人間全体に情報が行き渡ると思ひます。

自由回答

薬局/薬剤師/薬関係

薬の副作用の疑いがあったと診断された際は、診察にあたった医師や病院から、必ず制度の案内があるとよいとおもいます。
処方箋で調剤された薬を受け取る時に、薬の袋に印刷してあるとか、袋の中にパンフレットが入っているとかだと読んでみると思う。
さきほど記述した通り病院・診療所等の医療機関関係者への周知徹底と、院内・薬局でのポスター、リーフレット配布で十分だと思います。TVCMなどは無駄遣いです。
医療品を薬局や病院で受け取る際に簡単な制度の説明と、本当に副作用が出た時にどこに相談すればいいのかわかせる。
薬局やドラッグストアで、薬を購入した消費者に対して、薬剤師のかたから一言、「こういう制度がありますので、なにかあったらご相談ください」などと声掛けをしていただき、パンフレットなどを手渡ししていただくこと、認知度が高まるのではないのでしょうか。
お薬と一緒にリーフレットを薬剤師さんが渡す。あまりちゃんと読まないと思うけど、そういう制度があることだけは伝わると思ひます。
薬局で薬剤師が説明する。全ては大変なので、初回投与の時には説明をするほうが良いと思う。また、薬局のモニターで制度についてDVDを流すのも良いと思う
実際に処方薬を貰う場所で知らせること、薬を多く服用する層(高齢者や病人)を中心に広報すること。
チラシの配布。お薬手帳の表紙などに記載、薬袋に記載。
外来処方薬に添付、入院時の書類に添付
調剤薬局で説明してもらおうほうが分かり易いのではないかと。しかし何度も同じことを言われても効果が薄れていくと思う。薬が変わったりした時に説明が欲しい。
このような制度があることを機会があるたび、繰り返し広報する必要があると思う。薬をもらうには医療機関の受診があつてのことだから、医療機関での広報に重点を置くのがよいと思う。
医者や薬局にはネガティブな情報にはなるが、薬局で処方を受ける際にパンフレットを配布してもらおう。または、法律改正で義務付ける。

インターネット/SNS

実際自分が必要になった際にインターネットで制度等を調べると思ひますので、ホームページの内容を分かりやすく充実させてもらいたい。
薬に関連する場所が効果的だと思うが、インターネットで問診には必ず表示と読んでチェックさせるなどさせるとか。薬局等であれば、確認やチラシで手渡しする。薬手帳にシールで貼る。とにかく確認として見ってもらうことが大事なのではないかと。壁に貼っただけでは、ほぼ見ないと思ひます。
医薬品副作用被害救済制度について、理解を深めてもらうためのイベントやセミナーを開催して、制度の内容をわかりやすく説明することが有効である。開催の告知には、インスタグラムやXやLINEなどのSNSを利用すると良いと考える。
一般人が目にも届く駅などにもパンフレットをおく。この制度があること自体知らない人がほとんどだと思うので名前だけでも頭の隅に入れておく必要の時思ひ込んでインターネットなどで調べられると思う。
皆様が大体在宅している時間にCMを流す、具体的な特集番組を放送する、インターネットで実際の体験談を問題を提起しながらあまり長くない時間chatで特集する、などです。
youtubeやXなどSNSを通して広報すると効果的であると感ひます。なぜなら、SNS利用者は年々増加し、その平均操作時間も増加傾向にあります。そのため、SNSを媒体に広報活動を行うことこそが最も大きな効果を生むでしょう。

R5/R4 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=3,090)

場所	薬局・ドラッグストア		308
	病院・クリニック		254
	役所・公共機関		31
媒体	テレビ・TV		539
	インターネット	SNS全般	163
		Youtube	99
		全般	116
		Twitter・Instagram	59
		インターネット計	437
	チラシ・リーフレット・パンフレット等		243
	ポスター		130
	新聞・雑誌		63
	おくすり手帳		35
	処方箋		53
薬のパッケージ・薬袋		50	
展開方法	CM・コマーシャル・広告(テレビ)		236
	CM・コマーシャル・広告(インターネット)		72
	動画投稿		47
	情報番組		15
	ワイドショー		10

R5/R4 Q28 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。

■自由記述の抜粋

自由回答

PMDGという名称が馴染みにくい。もっと分かりやすい名前にしてほしい。
この説明に加えて 要点をイラストでわかりやすく説明があるといいかと
どのような疾患に使用する薬なのか明記したほうが、自分が対象者なのかわかりやすいのではないのでしょうか？
わかりやすい説明で、制度を知るには十分な情報量だと感じた
この説明文をお薬手帳の最初に載せるといいのではないかと思います。
重篤な症状でないと申請できない制度、重篤具合がわかりづらい。入院しなくても辛いものは辛いし。そんなに使えるものじゃない、制度として設定しました一感を感じられる。
知らない人が多いと思うので認知度を上げた方がよい。9割くらいの国民に、当たり前前として認識されるべき。
今回具体的に知って良かった。内容が難しく思います。まずは病院で副作用ということを教えてください、それからのことを教えてください。
情報を分かり易い場所等で開示してほしい
固い文章ですね。もう少し短い文章にした方が読みやすいと思いました。長文読解の問題を読んでいる気になります。
このリーフレットを無償なら取り寄せたい
視覚障害や聴覚障害者など情報弱者への対応がどうなっているのかわかりにくい。
このような制度があることをよく知りませんでした。このアンケートでどのようなものかを知り、役に立ちました。制度を利用する日が来ないことを願いますが、先のことはわかりませんので、頭に入れておきたいと思います。
副作用かどうかなどは病院で診断してもらわないと自分ではわからないと思うので、そのときにお医者さんからこの制度について教えてもらうのがいいと思います。
大体はわかったような感じはしますがもう少し調べないと理解できないと思いました
その制度に適應するのかわ自分で調べるのは結構大変だと思うのでできれば医療関係者が積極的に対処してほしいと思う
内容は理解できました。何かあったときは、詳細は別途調べることができそうです。
過去に薬害が発生し大きな社会問題となったことは記憶にあるが、このような制度が作られていることは知らなかった。
非常に大事なことなので地域の病院でも目立つところにチラシを置いてほしい
よく考えたらこのようなアンケートで知ってもらうのも良いかと思いました。ポイント欲しさにアンケートに答えて、そのついでに情報や知識が身に付くなら節約志向の人にはアンケートという手も良いかもしれません。
全体的に漢字が多すぎてとっつきにくい感じがする。先ほど見たVTRやチラシもそうですが、大文字で『医薬品副作用被害救済制度』とドーンと書かれると、拒否反応出て読む気が失せました。大文字で書くのは『薬の副作用、ありましたか？』などにして興味を引いたらどうでしょうか。
なんでもインターネットになっているが、操作に慣れない高齢者にとって直接内容を聴ける相談窓口は必要だと思うので、できれば土、日も相談窓口の対応をお願いしたい。
制度について十分に認知できていないが、救済内容についてある程度提示されて居れば良かった。

家族が薬の副作用で入院した時に、この制度のことは教えてもらえなかった。このアンケートではじめて知った。現場でもっと告知しないと、一般の人は全く知らないのでは？
こういった制度は知られていないと思いますので、いろいろな媒体で公開すれば助かる人も増えるかと思えます。
医薬品等を使用する前には医療従事者がしっかり説明してくれますし、処方薬の場合は薬剤師が一つずつ説明してくれます。軽度な副作用の場合患者本人で中断することもあります。そのため上記のような重篤な健康被害が出た場合には患者本人よりも医療従事者側から案内したほうがいいのかもかもしれません
請求書類等に記入見本例などが併記されていると書きやすいのでは。
とてもわかりやすくして良いと思う
これらの説明とは別に、副作用の具体例などが記されていれば被害者がより連絡しやすくなると思いました。以前、薬を飲んで心臓がドキドキする事がありましたが、これはたまたまか副作用か一般人には判断出来なかった事があるので、一般人にもわかりやすい例があったら便利だと思います。
制度を利用するための書類が必要になることも事前に常に目にするようになれば、書類を捨てないで保管しておいたりすることになるので、見やすいフォントでチラチラ見せるところに記入してあるとよいのではないかと。上記のフォントではちょっと読むのがしんどいのもう少し大きな文字サイズでお願いしたい。
いざ副作用に遭っても、制度の知識がないといざというときに利用できないので、普及活動に努めていただきたい。
他の公的制度でもそうだが、申請のハードルはいかほどか。認定されないときにしっかりとした説明が必要かなとは思う。
もう少しわかりやすい方法で告知したほうがよいと思う。たとえば、イラストなどを使えば目に着きやすいかも。
全く知らなかったが、このような特例給付制度の決定後の一般市民への案内手段が薄くて浸透していないというも感じる
ダウンロードだけでなく問い合わせすると無償で送付していただけると、インターネットに不慣れた高齢者などにも伝わる
必要な書類の証明にマイナンバーカードで利用できるようにしてほしい
制度の認知度を上げることにも関係すると思うのですが、もっと簡単に問い合わせ出来るとか、副作用かどうかわかる(確認出来る)とか、ハードルを低くする事がポイントではないかと感じます。
ブタの心臓を移植した方の話は、聞いたことがあります。確か最近の話で、亡くなられたような覚えです。日本人のベースの認識として、薬の副作用を被ったら泣き寝入りではなく制度を使う、という流れが浸透すると良いと思います。街中にポスター貼るだけでも、まず名前を知ることから始めると、良いと思いました。
ホームページがスマホでは見にくい。ホームページと特設サイトの2つを統合してはどうか
説明文が長いので嫌厭されがちですが、個人的にとっても大切で有意義な事を知ることが出来て嬉しいです。ホームページや救済制度窓口より普段行く薬局で手続きできたら身近で利用しやすいと思います
よくわかる説明文だと思いました。現在自分及び近しい人に必要性が無いので具体的に調べる等行いませんが、今後方が一この条件に当てはまる者が出てきた場合の為、リーフレットか小さな(名刺大程度)メモが欲しいと思いました。

付録：調査票

Q1 調査票の回答のしやすさを評価してください。

Q2 あなたが参加したいと思う調査を教えてください。

Q3 あなたは、医薬品による副作用が発生したときに、医療関係の専門家から「医薬品副作用被害救済制度」があることを知っていますか。

Q4 あなたは、医薬品による副作用が発生して治療などを受けた場合に、医療関係の専門家から「医薬品副作用被害救済制度」があることを知っていますか。

Q2 あなたが参加したいと思う調査を教えてください。

① 医師

② 薬剤師

③ 看護師

④ 臨床検査技師

⑤ 理学療法士

⑥ 作業療法士

⑦ 言語聴覚士

⑧ 歯科医師

⑨ 歯科衛生士

⑩ 歯科技工士

⑪ 歯科助手

⑫ 歯科診療助手

⑬ 歯科放射線技師

⑭ 歯科衛生士

⑮ 歯科材料技師

⑯ 歯科衛生士

⑰ 歯科衛生士

⑱ その他

Q3 あなたは、医薬品による副作用が発生したときに、医療関係の専門家から「医薬品副作用被害救済制度」があることを知っていますか。

① 知っている

② 知らない

Q4 あなたは、医薬品による副作用が発生して治療などを受けた場合に、医療関係の専門家から「医薬品副作用被害救済制度」があることを知っていますか。

① 知っている

② 知らない

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。

① 知っている

② 知らない

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。

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（リナー広告、YouTubeなどの動画サイト）

③ テレビ放送（CM）

④ 新聞

⑤ 病院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（電子を含む）・薬袋

⑫ 人から聞いた／教えてもらった

⑬ その他

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。

① 医師

② 歯科医師

③ 薬剤師

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

C1

※ 調査必須

「動画1（TVCM）をご覧ください。」

※この動画は音声がかかります。

※動画を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。

※動画を再生して、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ります。

※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。

▼ 以下のURLをご覧ください。 ▼

必ずクリックして、表示されるページ全体をよくご覧ください。



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。
※動画視聴完了後回答可能となります。

Q8

1 テレビの放送で 2

3 インターネットサイトで 4

5 見たことがある

6 見たような気がする

7 見たことはない

8 動画が見られない

ここでご変更

• セレクト条件：(count(Q8,"5,7,8","1-3") == 2)
• 必須入力(全項目)

Q9

動画(TVCM)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。

Q9

1 印象(記憶)に残った 2

3 興味や関心を持った 4

5 役に立つ情報が得られた 6

7 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

8 そう思う

9 ややそう思う

10 あまりそう思わない

11 そう思わない

ここでご変更

C2

「動画2(医薬品副作用被害救済制度紹介動画)をご覧になってからお答えください。」
※この動画は音声がかかります。

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。音量を押して、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。

▼ 以下のURLをご覧ください。 ▼
必ずクリックして、表示されるページ全体をよくご覧ください。



• 必須入力

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。
※動画視聴完了後回答可能となります。

Q10

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

ここでご変更

ここでご変更

• セレクト条件：[Q10] 1,2,3と選択した方
• 必須入力(全項目)

Q11

動画2(医薬品副作用被害救済制度紹介動画)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。

Q11

1 印象(記憶)に残った 2

3 興味や関心を持った 4

5 役に立つ情報が得られた 6

7 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

8 そう思う

9 ややそう思う

10 あまりそう思わない

11 そう思わない

ここでご変更

• 必須入力

Q12

あなたは、これまでに薬向ビジョンや箱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。

Q12

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

ここでご変更

• セレクト条件：[Q12] 1,2と選択した方
• 必須入力(全項目)

Q13

薬向ビジョンや箱内ビジョンのCMをご覧になった感想をお聞かせください。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。

Q13

1 印象(記憶)に残った 2

3 興味や関心を持った 4

5 役に立つ情報が得られた 6

7 そう思う

8 ややそう思う

9 あまりそう思わない

10 そう思わない

ここでご変更

ここでご変更

• 必須入力

Q14

あなたは、これまでに薬向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。

Q14

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

ここでご変更

• セレクト条件：[Q14] 1,2と選択した方
• 必須入力(全項目)

Q15

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。

Q15

1 印象(記憶)に残った 2

3 興味や関心を持った 4

5 役に立つ情報が得られた 6

7 そう思う

8 ややそう思う

9 あまりそう思わない

10 そう思わない

ここでご変更

• 必須入力

C3

動画(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。

▼ 以下のURLをご覧ください。 ▼
必ずクリックして、表示されるページ全体をよくご覧ください。



