

いばらきネットモニター「後発医薬品(ジェネリック医薬品)」に関するアンケート結果

1 調査目的

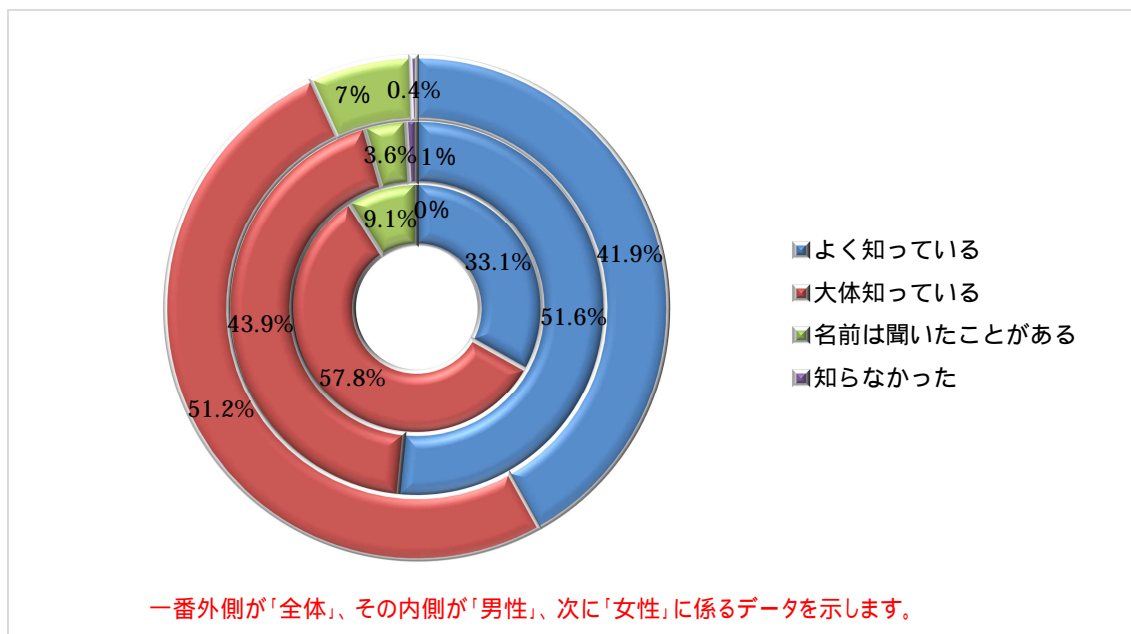
このアンケートは、県民が抱えている後発医薬品の印象等についての意識調査を行い、後発医薬品の使用促進にあたっての課題を把握し、今後の県の施策の参考とするために実施しました。

2 結果の概要

- ・後発医薬品の認知度については、薬局や病院、診療所におけるポスターのほか、テレビ等の媒体からの情報により、多くの県民に認識されていた。
- ・一方で、後発医薬品を希望する割合は全体の半分程度に留まっており、後発医薬品の品質への不安や、後発医薬品を使用しても期待するほど安価にならないなどが影響しているものと推察された。
- ・服用に当たっては、専門の医師や薬剤師の判断に従うとの意見が多数寄せられた。
- ・県で実施している後発医薬品に係る広報に関して、「すべて見たことがない」との意見が約6割に上った。

【問1】(後発医薬品の認知度)

あなたは、後発医薬品(ジェネリック医薬品)()のことを知っていますか。次の中からあてはまるものを1つ選んでください。(n=463)



	回答者数			比率		
	全体	男	女	全体	男	女
よく知っている	194	114	80	41.9%	51.6%	33.1%
大体知っている	237	97	140	51.2%	43.9%	57.8%
名前は聞いたことがある	30	8	22	6.5%	3.6%	9.1%
知らなかった	2	2	0	0.4%	0.9%	0%
合計	463	221	242	100%	100%	100%

「大体知っている」が51.2%で最も多く、次に「よく知っている」が41.9%、「名前は聞いたことがある」6.5%となっており、これらを合わせた合計は99.6%に上る一方で、「知らなかった」は0.4%であった。

また、性別における状況については、「男性」のほうが「女性」より「よく知っている」の割合が高い傾向が見られた。

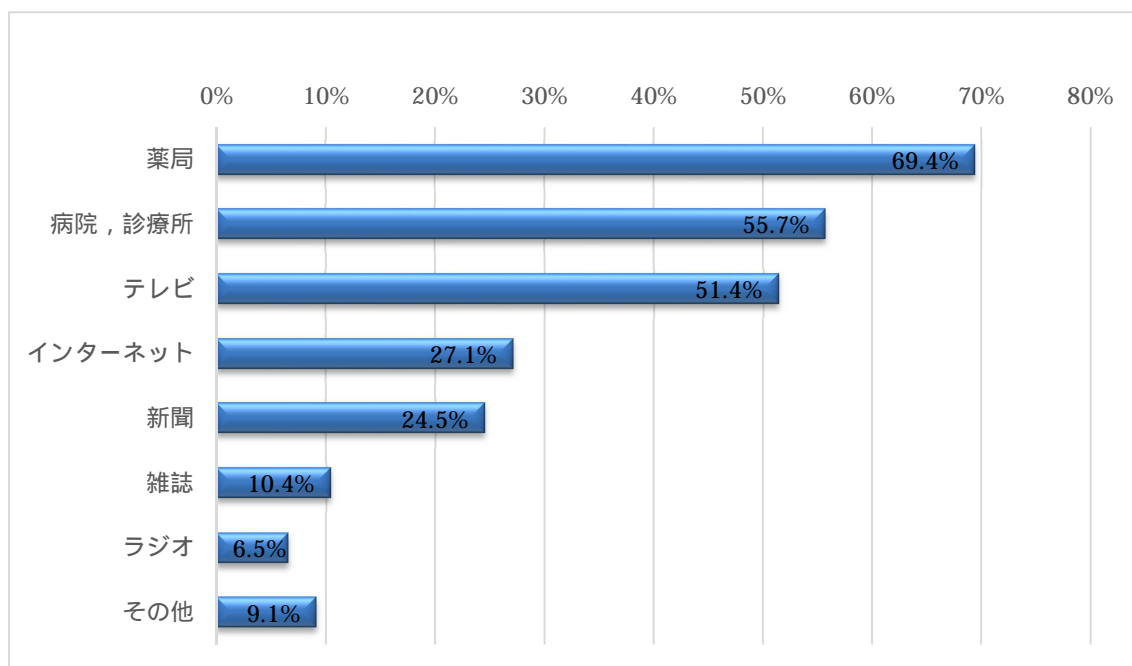
後発医薬品（ジェネリック医薬品）とは

新薬（いわゆる先発医薬品）の特許が切れた後に、同じ有効成分を使用して製造した薬のことで、国が効果や安全性を審査し承認したものです。先発医薬品に比べて薬代が安くなるほか、味や大きさなど、服用しやすいように工夫された製品もあります。

【問2】（後発医薬品の認知のきっかけ）

（問1で「よく知っている」、「大体知っている」、「名前は聞いたことがある」と回答した方にお伺いします）

あなたが、後発医薬品（ジェネリック医薬品）を知った又は聞いたきっかけは何ですか。次の中から当てはまるものを全て選んでください。（n=461）



	回答数	比率
薬局	320	69.4%
病院、診療所	257	55.7%
テレビ	237	51.4%
インターネット	125	27.1%
新聞	113	24.5%
雑誌	48	10.4%
ラジオ	30	6.5%
その他	42	9.1%
合計	1,172	-

「薬局」が69.4%で最も多く、「病院、診療所」が55.7%、「テレビ」が51.4%と高い割合を示した。

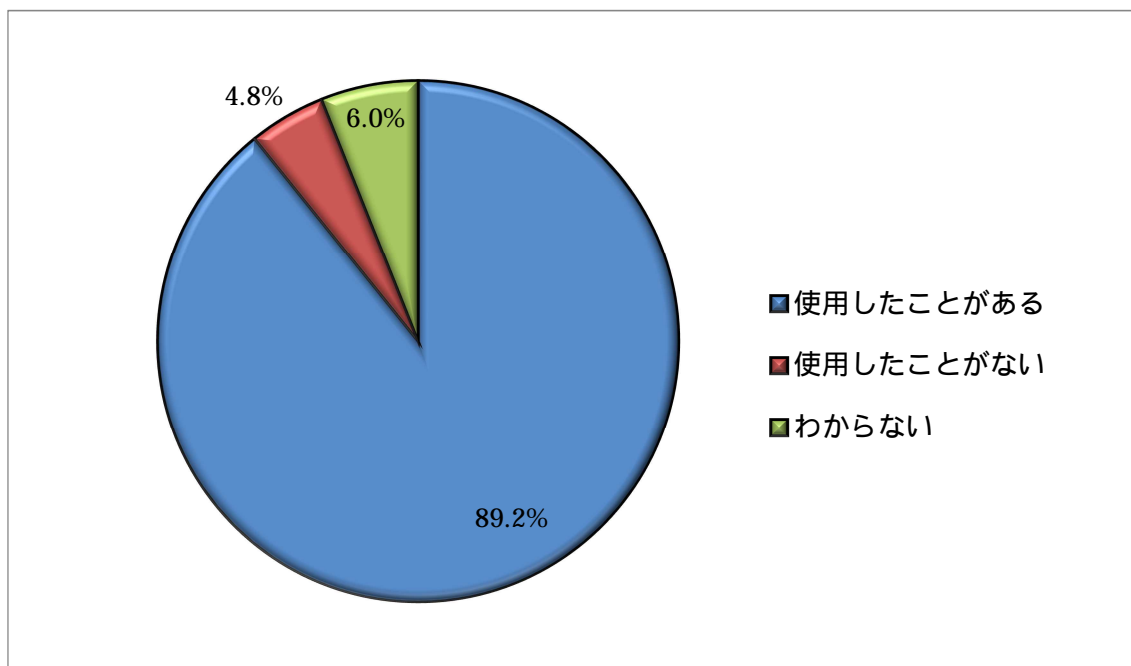
以降、「インターネット」27.1%、「新聞」24.5%、「雑誌」10.4%、「その他」9.1%、「ラジオ」6.5%の順となった。

「その他」の内容としては、「保険者の案内」や「職場」などがあつた。

【問3】(後発医薬品の使用経験)

あなたは、これまで後発医薬品(ジェネリック医薬品)()を使用したことがありますか。次の中から当てはまるものを1つ選んでください。

(n=463)



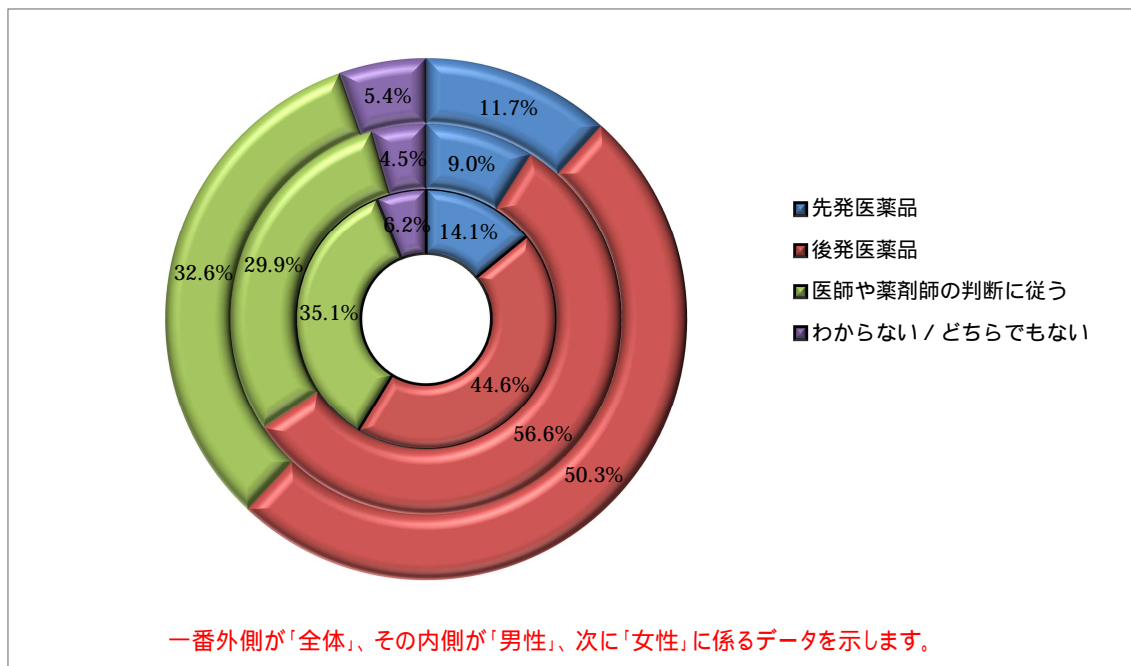
	回答者数	比率
使用したことがある	413	89.2%
使用したことがない	22	4.8%
わからない	28	6.0%
合計	463	100%

「使用したことがある」が89.2%で最も多かつた一方で、「使用したことがない」が4.8%と最も少なかつた。

「わからない」については、6.0%との結果であつた。

【問4】(先発医薬品・後発医薬品の希望の別)

あなたは、先発医薬品()と後発医薬品(ジェネリック医薬品)のどちらを希望しますか。次の中から当てはまるものを1つ選んでください。



	回答者数			比率		
	全体	男	女	全体	男	女
先発医薬品	54	20	34	11.7%	9.0%	14.1%
後発医薬品	233	125	108	50.3%	56.6%	44.6%
医師や薬剤師の判断に従う	151	66	85	32.6%	29.9%	35.1%
わからない/どちらでもない	25	10	15	5.4%	4.5%	6.2%
合計	463	221	242	100%	100%	100%

「後発医薬品」が50.3%と最も多く、次に「医師や薬剤師の判断に従う」が32.6%と多かった。

「先発医薬品」を希望した割合については11.7%、「わからない/どちらでもない」との回答は5.4%であった。

また、性別による状況においては、男性の方が女性より「後発医薬品を希望する」割合が高く、一方で、女性の方が男性より「先発医薬品を希望する」の割合が高かった。

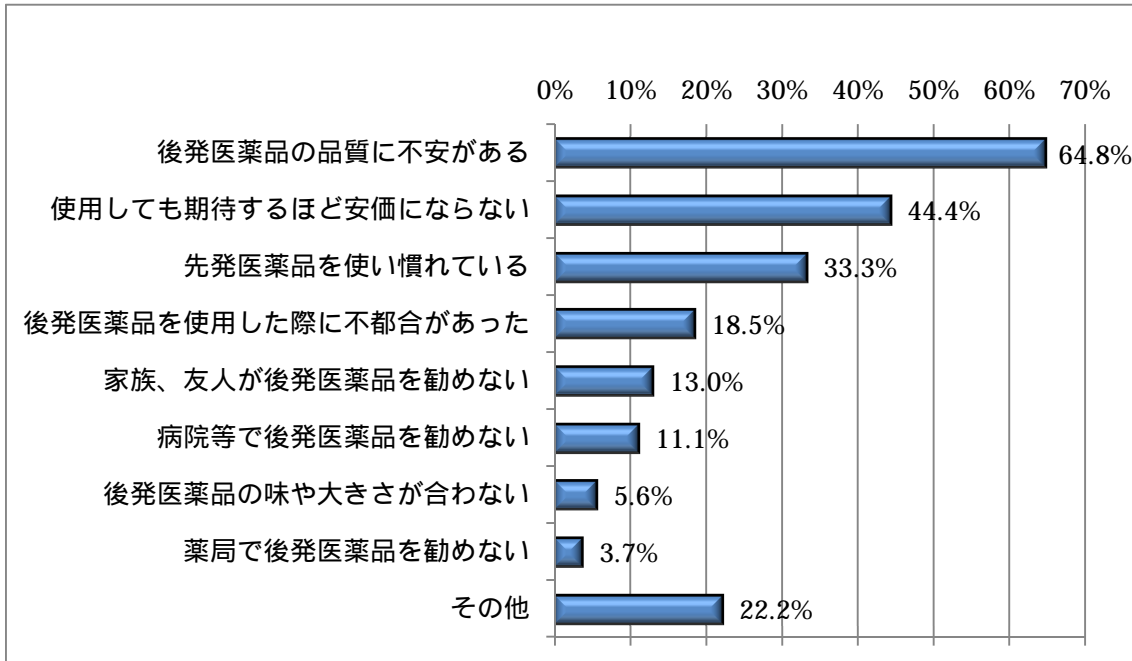
先発医薬品とは

最初に発売された医薬品で新薬とも呼ばれています。

【問5】(後発医薬品を希望しない理由)

(問4で「先発医薬品」と答えた方にお伺いします。)

あなたが、後発医薬品(ジェネリック医薬品)を希望しない理由は何ですか。次の中から当てはまるものを3つまで選んでください。(n=54)



	回答数	比率
後発医薬品の品質に不安がある	35	64.8%
後発医薬品を使用しても期待するほど安価にならない	24	44.4%
先発医薬品を使い慣れている	18	33.3%
後発医薬品を使用した際に不都合があった	10	18.5%
家族、友人が後発医薬品を勧めない	7	13.0%
病院、診療所で後発医薬品を勧めない	6	11.1%
後発医薬品の味や大きさが合わない	3	5.6%
薬局で後発医薬品を勧めない	2	3.7%
その他	12	22.2%
合計	117	-

「後発医薬品の品質に不安がある」が64.8%と最も多く、「後発医薬品を使用しても期待するほど安価にならない」が44.4%と次に多かった。

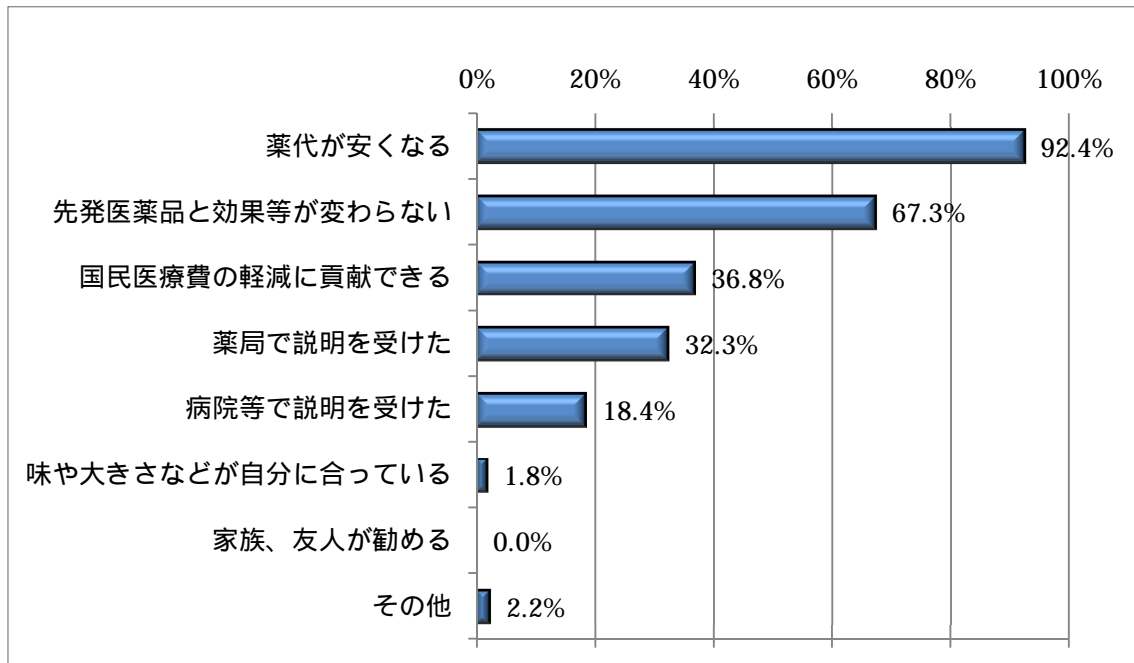
以降、「先発医薬品を使い慣れている」33.3%、「その他」22.2%、「後発医薬品を使用した際に不都合があった」18.5%、「家族、友人が後発医薬品を勧めない」13.0%、「病院、診療所で後発医薬品を勧めない」11.1%、「後発医薬品の味や大きさが合わない」5.6%、「薬局で後発医薬品を勧めない」3.7%の順となった。

「その他」の内容としては、「後発医薬品が無い」、「効果に差がある気がする」などの意見があった。

【問6】(後発医薬品の希望理由)

(問4で「後発医薬品(ジェネリック医薬品)」と回答した方にお伺いします。)

あなたが、後発医薬品(ジェネリック医薬品)を希望する理由は何ですか。次の中から当てはまるものを最大3つまで選んでください。(n=223)



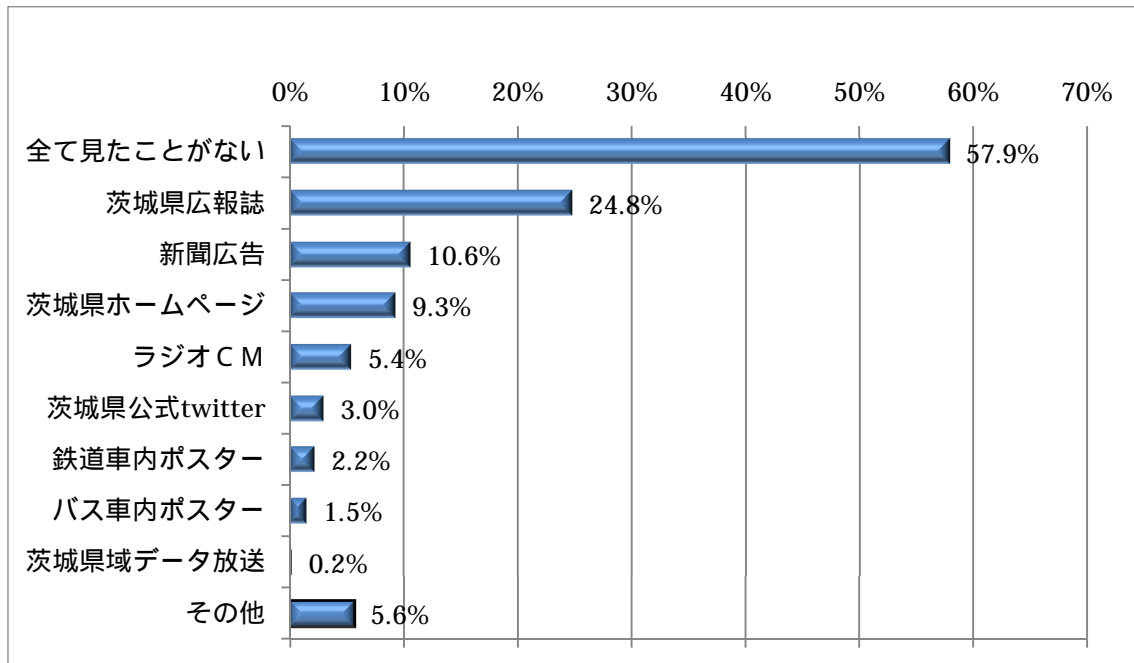
	回答数	比率
薬代が安くなる	206	92.4%
先発医薬品と効果等が変わらない	150	67.3%
国民医療費の軽減に貢献できる	82	36.8%
薬局で説明を受けた	72	32.3%
病院、診療所で説明を受けた	41	18.4%
味や大きさなどが自分に合っている	4	1.8%
家族、友人が勧める	0	0%
その他	5	2.2%
合計	560	-

「薬代が安くなる」が92.4%と最も多く、「先発医薬品と効果等が変わらない」が67.3%と次に多かった。以降、「国民医療費の軽減に貢献できる」36.8%、「薬局で説明を受けた」32.3%、「病院、診療所で説明を受けた」18.4%、「その他」2.2%、「味や大きさなどが自分に合っている」1.8%などの順となった。

「その他」の内容としては、「健康保険組合が推奨」、「性能が同じ」などの意見があった。

【問7】(茨城県が行う後発医薬品についての広報の認知)

現在、茨城県で実施している後発医薬品(ジェネリック医薬品)に関する広報のうち、あなたが、見たことがあるものは何ですか。次の中から当てはまるものを全て選んでください。(n=463)



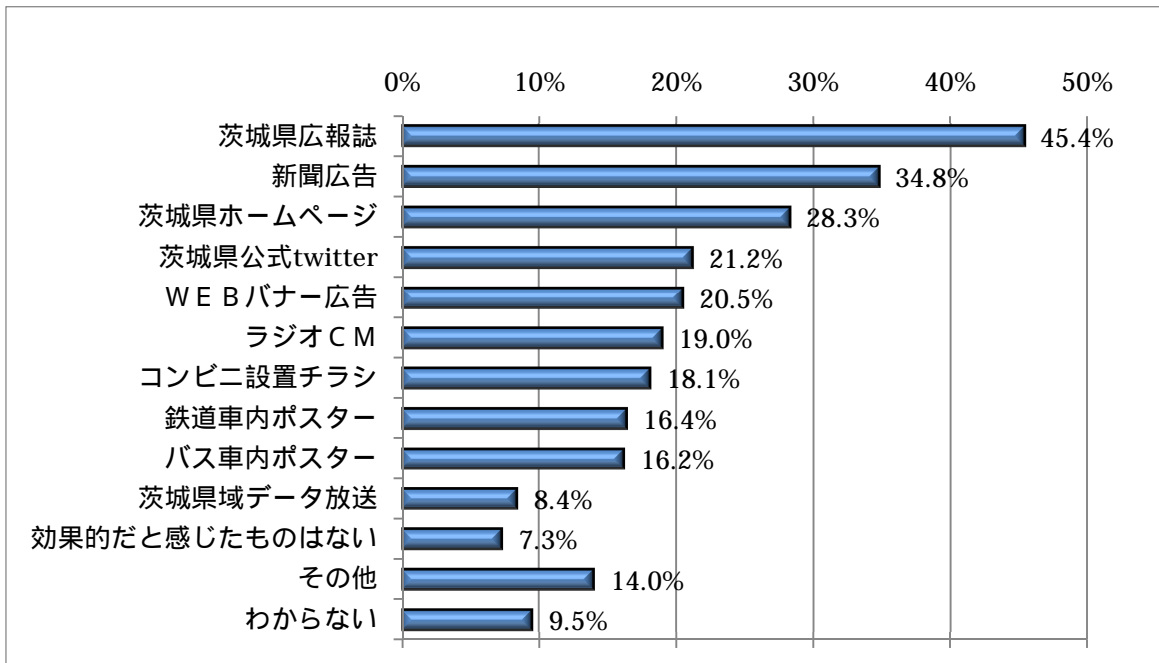
	回答数	比率
すべて見たことがない	268	57.9%
茨城県広報誌	115	24.8%
新聞広告	49	10.6%
茨城県ホームページ	43	9.3%
ラジオCM	25	5.4%
茨城県公式 twitter	14	3.0%
鉄道車内ポスター	10	2.2%
バス車内ポスター	7	1.5%
茨城県域データ放送	1	0.2%
その他	26	5.6%
合計	568	-

「すべて見たことがない」が 57.9%で最も多く、「茨城県広報誌」が 24.8%で次に多かった。以降、「新聞広告」10.6%、「茨城県ホームページ」9.3%、「その他」5.6%、「ラジオCM」5.4%、「茨城県公式 twitter」3.0%、「鉄道車内ポスター」2.2%及び「バス車内ポスター」1.5%、「茨城県域データ放送」0.2%の順となった。

「その他」の内容としては、「薬局内ポスター」、「病院内」、「テレビCM」などがあつた。

【問 8】(後発医薬品に係る広報の効果)

現在、茨城県で実施している後発医薬品(ジェネリック医薬品)に関する広報手法のうち、あなたが、効果的だと思うものは何ですか。次の中から当てはまるものを全て選んでください。(n=463)



	回答数	比率
茨城県広報誌	210	45.4%
新聞広告	161	34.8%
茨城県ホームページ	131	28.3%
茨城県公式 twitter	98	21.2%
WEBバナー広告	95	20.5%
ラジオCM	88	19.0%
コンビニ設置チラシ	84	18.1%
鉄道車内ポスター	76	16.4%
バス車内ポスター	75	16.2%
茨城県域データ放送	39	8.4%
効果的だと感じたものはない	34	7.3%
その他	65	14.0%
わからない	44	9.5%
合計	1,200	-

「茨城県広報誌」が45.4%と最も多く、次に「新聞広告」が34.8%と多かった。

以降、「茨城県ホームページ」28.3%、「茨城県公式 twitter」21.2%、「WEBバナー広告」20.5%、「ラジオCM」19.0%、「コンビニ設置チラシ」18.1%、「鉄道車内ポスター」16.4%、「バス車内ポスター」が16.2%、「その他」14.0%、「わからない」9.5%、茨城県域データ放送」8.4%、「効果的だと感じたものはない」7.3%の順となった。

「その他」の内容としては、「病院、薬局内ポスター」、「テレビCM」、「Youtube」などがあつた。

【問9】

その他、「後発医薬品（ジェネリック医薬品）」について、自由にご意見をお聞かせください。

- ・効果があった方の体験談を載せる。
- ・後発医薬品のメリット（安心、効果が同じ、安価等）をもっと周知すべき。
- ・後発医薬品のお試し期間を設ける。
- ・特に問題なく安くなるのであれば使いたい。
- ・原料や添加物等の品質に心配がある。
- ・後発医薬品は先発医薬品に劣るイメージがある。

など、204件のご意見が寄せられました。

3 調査の概要

(1) 調査形態

調査時期：令和3年1月20日（水）～2月2日（火）

調査方法：インターネット（アンケート専用フォームへの入力）による回答

モニター数：674名（県内在住者のみ）

回収率：68.7%（463名）

回答者の属性：以下の通り。ただし、百分率表示は、小数点以下第二位を四捨五入しているため、個々の比率の合計は100%にならない場合がある。

		人数（人）	比率（%）
全体（n）		463	100.0
地域別	県北	45	9.7
	県央	164	35.4
	鹿行	35	7.6
	県南	173	37.4
	県西	46	9.9
性別	男性	221	47.7
	女性	242	52.3
性・年齢別	16～19歳	4	0.9
	20～29歳	38	8.2
	30～39歳	83	17.9
	40～49歳	115	24.8
	50～59歳	111	24.0
	60～69歳	56	12.1
	70歳以上	56	12.1
職業別	自営業	36	7.8
	会社員	152	32.8
	団体職員	17	3.7
	公務員	17	3.7
	主婦・主夫	106	22.9
	学生	17	3.7
	無職	61	13.2
	その他	57	12.3

(2) 担当課

茨城県保健福祉部医療局薬務課（薬事グループ）

電話：029-301-3393 E-mail：yakumu2@pref.ibaraki.lg.jp