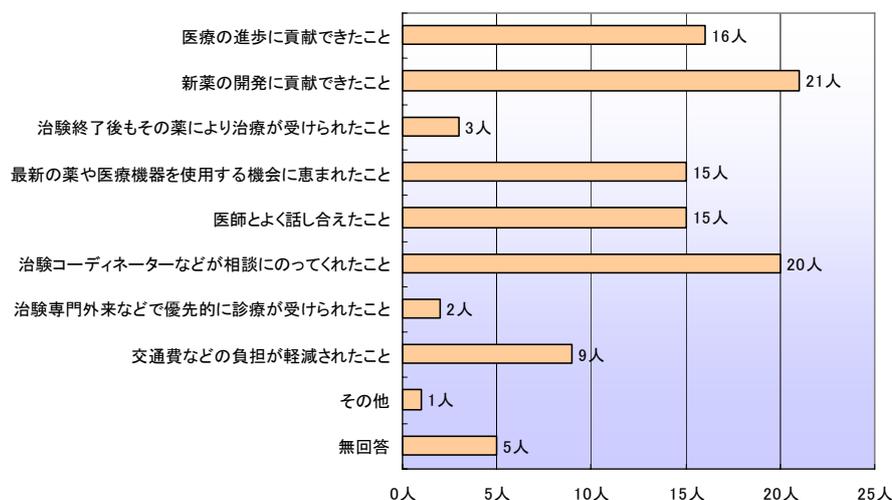


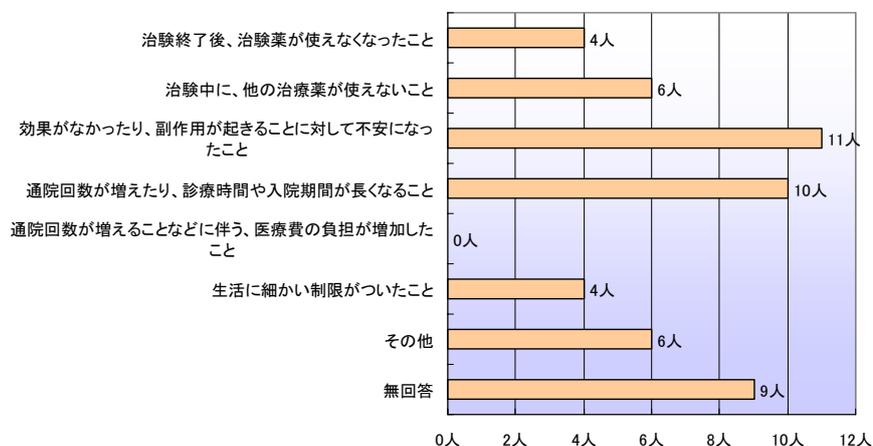
情報を得ている 89% (39 人)。

Q17. 「治験」に参加して良かったことは何ですか。(〇はいくつでも。)



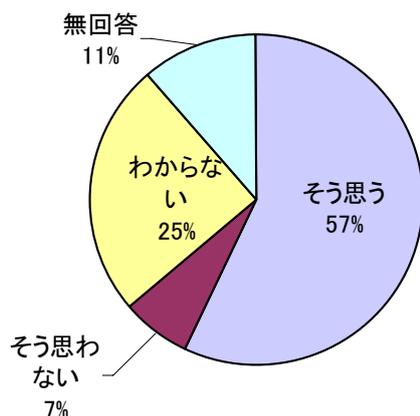
「治験コーディネーターなどが相談にのってくれたこと」45% (20 人)が多く、「医師とよく話し合えたこと」34% (15 人)もあり、医療関係者との良好なコミュニケーションが得られたことをメリットと認識していることが示唆された。また、「新薬の開発に貢献できたこと」48% (21 人)や「医療の進歩に貢献できたこと」36% (16 人)といった、社会貢献もメリットとして認識されていることが示唆された。

Q18. 「治験」に参加して良くなかったことはなんですか。(〇はいくつでも。)



「効果がなかったり、副作用が起きることに対して不安になったこと」をあげた方が 25% (11 人)と最も多かった。また「治験中に他の治療薬が使えないこと」14% (6 人)や「通院回数が増えたり、診療時間や入院時間が長くなること」23% (10 人)といった物理的な制約もデメリットとして認識されていることが示唆された。さらに、「治験終了後、治験薬が使えなくなったこと」9% (4 人)もあげられており、治験薬での治療が継続できないこともデメリットの一つとなっている可能性が示唆された。

Q19. 次回も治験に参加したいと思えますか。(〇はひとつだけ。)



そう思う	25人
そう思わない	3人
わからない	11人
無回答	5人
計	44人

治験に参加するメリット・デメリットを総合して、「次回も参加したい」と答えた方が 57%と大半を占めた。

4. 5. 7. 考察

8医師会のネットワーク(札幌市、宮崎県、福岡県、広島県、大阪府、兵庫県、石川県、名古屋市)の病院、診療所に受診されている一般患者に対して行った治験に関するアンケートについて、300名から回答が得られた。

治験の啓発に関する現状について、「治験」という言葉の内容については、一般患者において約6割の方が認知しており、治験が実施されている医療機関の地域性とアンケートを実施した地域性を考慮すると妥当な数字と推察する。

「治験についての情報入手方法」は、新聞・雑誌・広告からが一番多く約5割の一般患者がこの方法から入手していたが、今回の一般患者の年齢構成が20代から70代まで幅広く分布している状況から判断すると、どなたでも自由に情報を入手できる媒体である新聞・雑誌等が一番患者に情報が伝わる方法と考えられる。今回の調査では、一度に大量に瞬時に情報を伝達できるインターネットから入手したと回答した一般患者は1割も満たなかったが、情報を伝える対象者と内容によってはインターネットは有用な手段と考える。医師、治験コーディネーター等の病院内職員からと回答した一般患者が62人(3割程)いたのは、一般患者の中で以前治験に参加された経験のある方が44人いたので、被験者として医師や治験コーディネーターから治験について説明された経験がある患者と推察される。

治験に関する考え方としては、治験の有用性について約6割の方が理解していると回答したが、副作用等のリスクへの不安に対しても約5割の方があると応えており、特に治験に参加されていない方が治験に対するデメリットの意識が高い傾向がうかがえるので、漠然とした不安に対してはより正しい情報提供のあり方が求められる。

治験の情報提供の現状に関する考え方及びニーズに対しては、一般患者においても約5割の方が治験に関する情報提供が行なわれていないと回答しており、分らないと回答された方も含めると約7割の患者が治験の情報提供に対して満足していない。一方、約7割の患者が治験に関する情報を知りたいという希望があり、その内容も治験対象となる病気、薬や医療機器の名前等、具体的な情報を求めていることが分った。また、それらの治験に関する情報については、医療従事者からの情報提供の要望が高く(約8割)、専門家からの正しい情報提供がより一層求められている。医療スタッフが欧米に比べて少ないといわれている日本において治験を円滑に進めるためには、一般患者に治験情報を可能な限り提供し、正しく理解していただくことが必要であり、治験に関する理解を持った患者が増えれば

増える程治験の推進に繋がると考える。

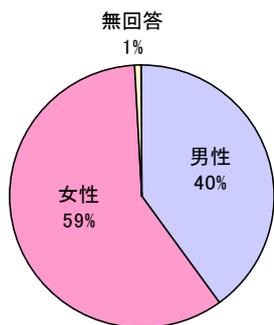
治験に関して望まれることは、約 8 割の患者が十分な説明を求めており、以前実際に参加された時に十分な説明がなかったとの意見もあり、通常診療時以上に時間を掛けた十分な説明がなされなければならない。また、医療費や交通費等の負担軽減という経済的な面に加えて治験終了後の健康相談や副作用が起きた時の補償等健康に対する関心が高いことが分った。

一般患者のうちで以前治験に参加した方の約6割は次回も参加したいと回答しており、参加された場合のデメリットが余りないと思われるので、一般患者も含めて一般国民に如何に正しく治験情報を提供するかが治験推進にとっては大きな課題であり、患者に情報提供するという面から考えると保険薬局の薬剤師を利用することも検討する必要があると推察する。

4. 6. 集計結果—c)一般生活者(healthクリック アンケート調査)

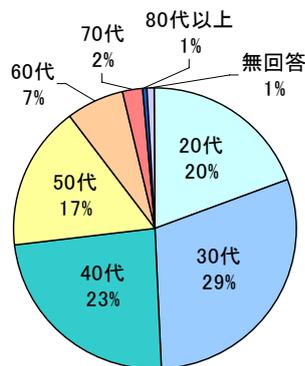
4. 6. 1. 回答者の属性

1)性別



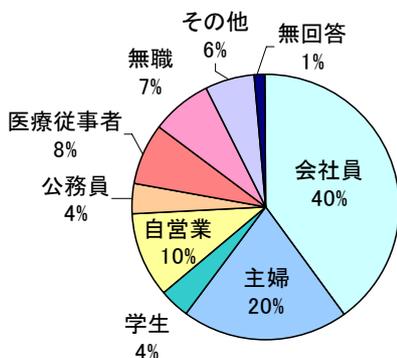
男性	158人
女性	233人
無回答	3人
計	394人

2)年代



全体	
20代	77人
30代	117人
40代	94人
50代	66人
60代	26人
70代	8人
80代以上	3人
無回答	3人
計	394人

3)職業

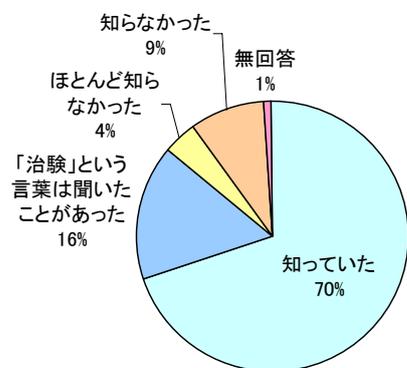


会社員	158人
主婦	78人
学生	15人
自営業	41人
公務員	14人
医療従事者	30人
無職	29人
その他	24人
無回答	5人
総計	394人

男女比としては、女性が 60%とやや多い。年代、職業分布については広く分布していたが、中年層がやや多く、高齢者層が少ない。インターネットの利用層の偏りが多少反映している。

4. 6. 2. 治験の啓発に関する現状

Q4. 今回のアンケートで上記の説明を読むまで、あなたは「治験」という言葉の内容を知っていましたか。(〇はひとつだけ。)

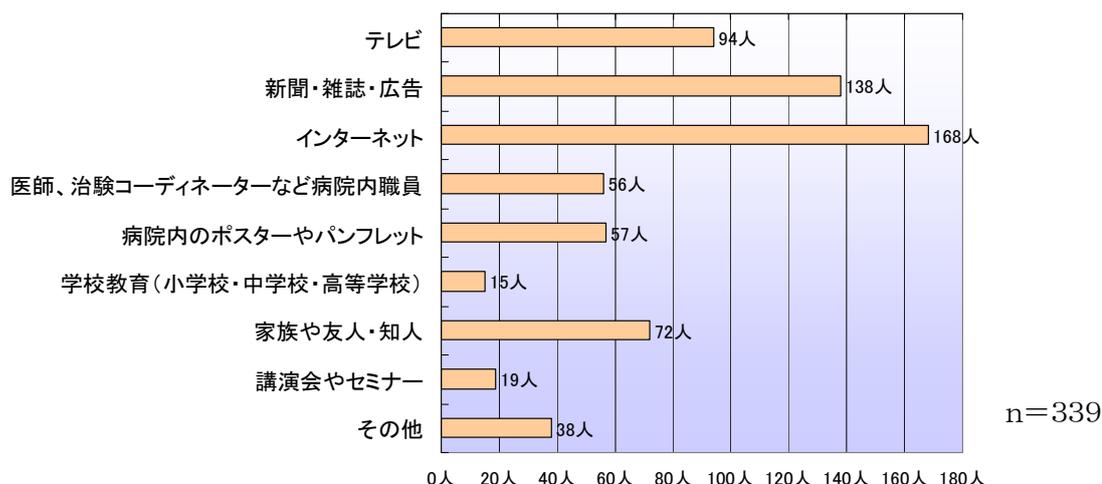


知っていた	275人
「治験」という言葉は聞いたことがあった	64人
ほとんど知らなかった	16人
知らなかった	36人
無回答	3人
計	394人

n=394

一般生活者(healthクリック)のグループにおいては、70% (275 人)の回答者が「知っていた」と答え、「治験」という言葉は聞いたことがあった」と答えた方をあわせると 86% (339 人)と高い認知度であった。

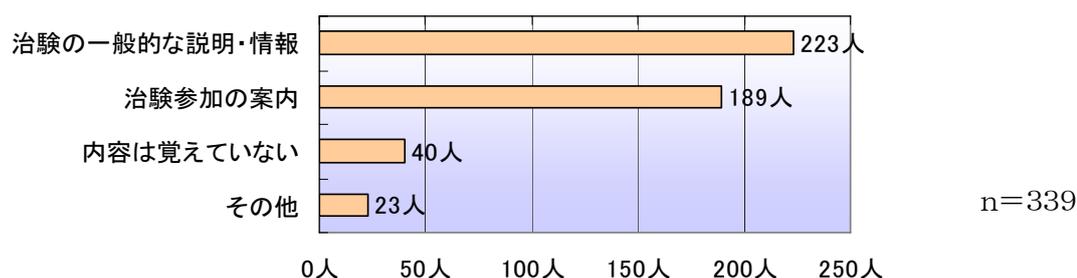
Q5-1. 「治験」についてどのような方法で知りましたか。(〇はいくつでも。)



一般生活者(healthクリック)のグループにおいては、「インターネット」から「治験」について知った回答者が最も多く 50% (168 人)、続いて、「新聞・雑誌・広告」41% (138 人) 及び「テレビ」28% (94 人) が続いた。このグループは、health クリックを訪れるインターネットユーザーである“一般生活者”である(患者ではない)ことから、インターネットを中心とする一般の報道媒体から情報を得ていることが示唆される。「インターネット」の利用については治験参加者や一般患者で少なかったことから、本グループのインターネットの影響の強さがうかがえる。

自由回答欄には回答者のうち 10% (40 人) の方から記載があったが、そのうち 5% (18 人) については、医療関係者、製薬企業関係者、治験参加者、IRB委員、及びそれらの友人や近親者など治験を身近に知る機会があり、それらの人から治験を知ったとしている。health クリック利用者のなかでの医療関係者の多いことが反映していると考えられる。それ以外では、大学教育(薬学など) (3 人) や漫画(2 人) からの記載もあった。

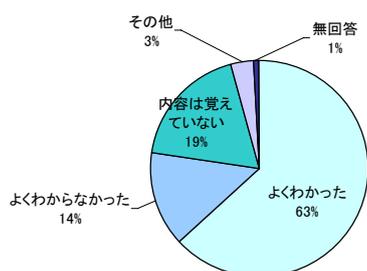
Q5-2. ご覧になった情報はどのようなものでしたか。(〇はいくつでも。)



「治験の一般的な説明・情報」が 66% (223 人) で最も多く、「治験参加の案内」56% (189 人) が続いた。

自由回答欄には回答者のうち 6% (21 人) の記載があった。Q5-1の自由回答の記載と同様、治験周辺の関係者からのコメントが目立つが、それ以外に、TV 番組や記事(3 人) との記載が見られた。

Q5-3. ご覧になった情報は、よくわかりましたか。

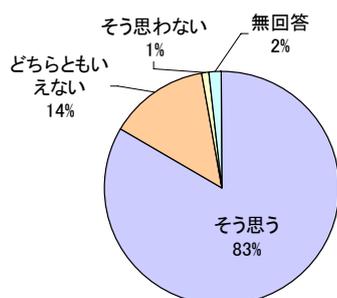


よくわかった	214人
よくわからなかった	48人
内容は覚えていない	63人
その他	11人
無回答	3人
計	339人

「よくわかった」と答えた方が 63% (214 人) であった。これは、治験参加者のグループ (73%) より若干少ないが、治験参加者、一般患者、一般生活者とも 6 割から 7 割の方は「よくわかった」と答えており、提供されている情報内容は、決してわかりにくいものではないことが示唆される。

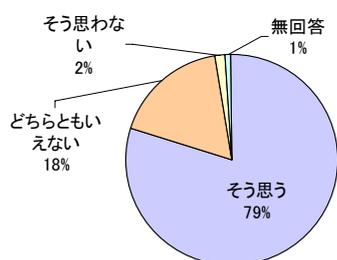
4. 6. 3. 治験に関する考え方

Q6. 医療先進国である「我が国での治験」は、これからも必要だと思いますか。(○はひとつだけ。)



そう思う	328人
どちらともいえない	55人
そう思わない	4人
無回答	7人
計	394人

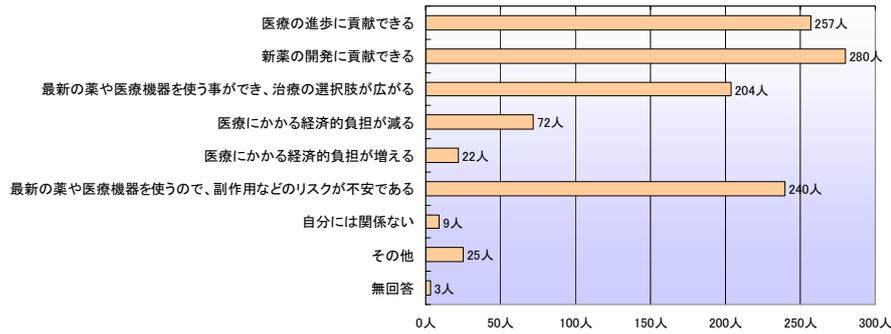
Q7. 治験を行うのにはリスクを伴いますが、優れた新薬を開発するためには、「治験」を行うことは必要だと思いますか。(○はひとつだけ。)



そう思う	314人
どちらともいえない	70人
そう思わない	7人
無回答	3人
計	394人

83% (328 人) が、「我が国での治験」はこれからも必要」と答え、また 80% (314 人) が「リスクが伴っても「治験を行うことは必要」と答えている。一般生活者の間でも、治験の必要性が強く認識されていると考えられる。

Q8. 「治験」についてどのような印象をお持ちですか。(〇はいくつでも。)



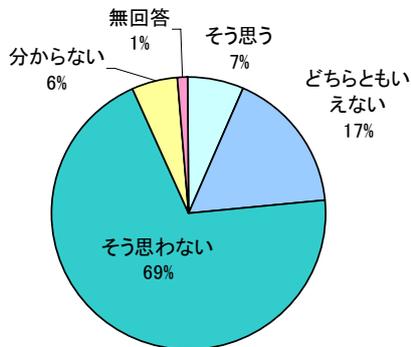
n=394

「医療の進歩に貢献できる」及び「新薬の開発に貢献できる」と答えた方がそれぞれ65%(257人)及び71%(280人)で最も多く、社会全体への貢献意識が高いことがうかがえる。「治療の選択肢が広がる」と52%(204人)が答え、治験の医療的メリットが認識されている一方で、「副作用などのリスクが不安である」と61%(240人)が答えており、治験に対するデメリット(不安)もぬぐえないことがうかがえる。これは、治験参加者や一般患者と同様の傾向であった。

自由回答欄では回答者のうち6%(25人)の記載があり、副作用などのリスクとそれに見合う難病などに対する治験薬使用に言及する意見(11人)、情報公開や情報提供を強化する意見(5人)などがみられた。

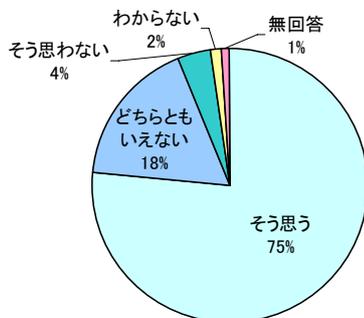
4. 6. 4. 治験の情報提供の現状に関する考え方及びニーズ

Q9. 我が国では、「治験」に関する情報提供は行われていると思いますか。(〇はひとつだけ。)



そう思う	26人
どちらともいえない	67人
そう思わない	275人
分からない	22人
無回答	4人
計	394人

Q10. 「治験」に関する情報を知りたいと思いますか。(〇はひとつだけ。)



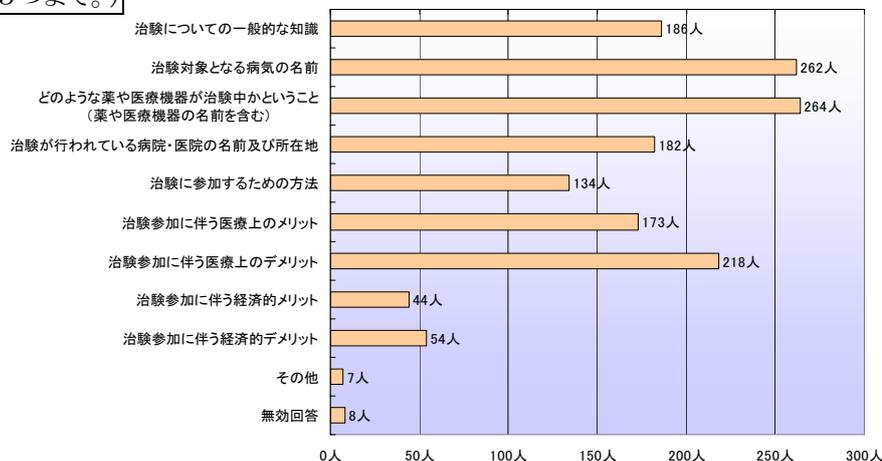
そう思う	301人
どちらともいえない	69人
そう思わない	15人
わからない	6人
無回答	3人
計	394人

70%(275人)の方が「治験」に関する情報提供は行われているとは思わないと答え、「どちらともいえない」と答えた方をあわせると、87%(342人)の方が情報提供は行われていないという印象を持っていると考えられる。これは、治験参加者のグループや、一般患者のグループより、「情報提供は行われ

ていない」という印象を持つ方の割合が高い。一方で、76% (301 人)の方が「治験」に関する情報を知りたいと思うと答えており、治験参加者のグループや一般患者のグループ以上に、「治験」に関する情報のニーズは高いと考えられる。

Q11. Q10で「1.」または「2.」に○をつけた方に伺います。どんな情報を知りたいと思いますか。

(○は5つまで。)



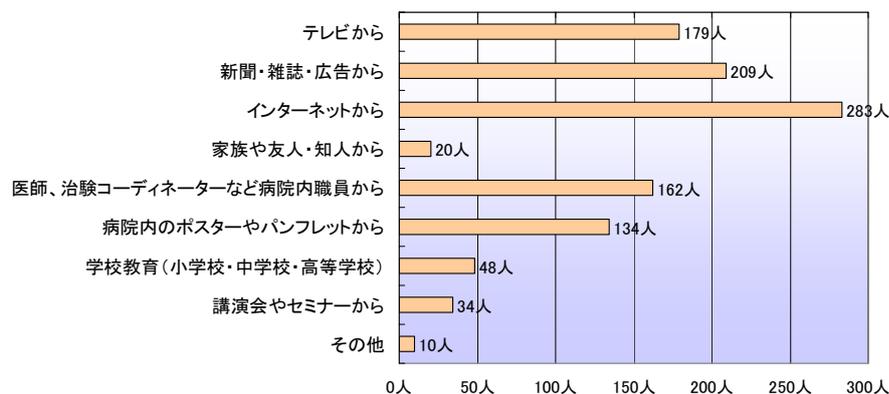
n=370

「治験についての一般的な知識」50% (186 人)や、「治験参加に伴う医療上のメリット」47% (173 人)及び「治験参加に伴う医療上のデメリット」59% (218 人)といった、治験に関する一般的な治験啓発情報に関するニーズ以上に、「治験対象となる病気の名前」71% (262 人)や「どのような薬や医療機器が治験中かということ」71% (264 人)といった治験実施情報に関するニーズが高いことがうかがえる。一般生活者の間では、病院との接触がある治験参加者や一般患者以上に、治験実施情報に関するニーズが高い傾向が示唆された。

自由回答欄には回答者のうち 2% (6 人)からの記載があり、多くは信頼性のある正確な情報を望んでいるということであった。

Q12. Q10で「1.」または「2.」に○をつけた方に伺います。「治験についての一般的な知識」は、

どのような方法で知りたいと思いますか。(○はいくつでも。)



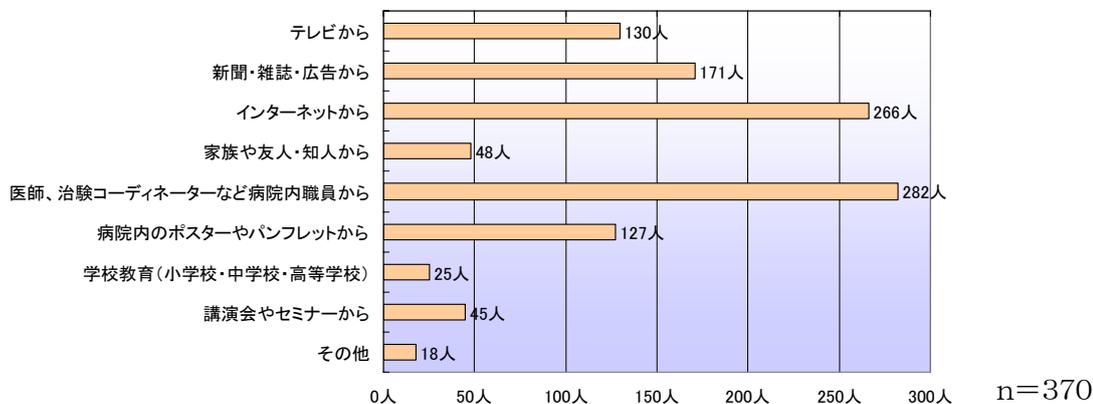
n=370

「治験に関する一般的な知識」は、「医師、治験コーディネーターなど病院内職員から」から知りたい (44% (162 人))というニーズもあったが、「インターネットから」が 76% (283 人)で最も多く、「新聞・雑誌・広告から」56% (209 人)、「テレビから」48% (179 人)といった報道媒体から知りたいというニーズが

高かった。これは、病院との接触がある治験参加者や一般患者とは、異なった傾向であった。

自由回答欄には回答者のうち 2% (9 人) の記載があり、そのうち 5 人から医師など専門的な立場、利害関係のない第三者から情報を得たいとの記載があった。

Q13. あなたやあなたの家族が治験に参加する場合、現在実施中の治験の情報ほどのような方法で知りたいと思いますか。(〇はいくつでも。)

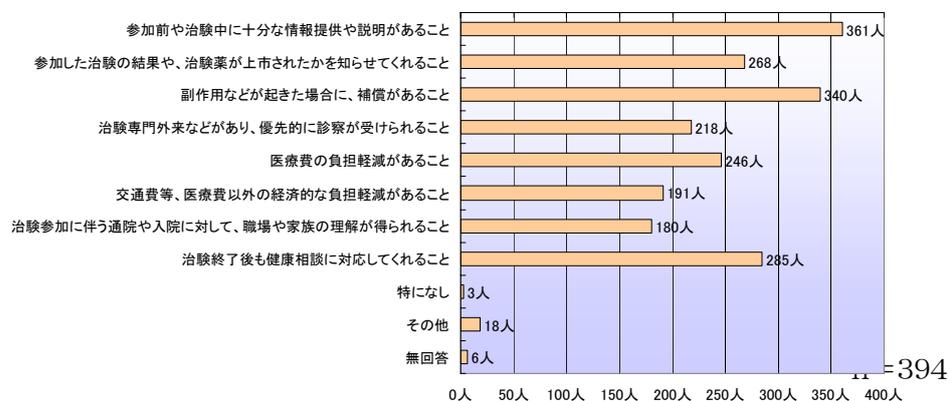


「実施中の治験の情報」については、「医師、治験コーディネーターなど病院内職員から」76% (282 人) 及び「インターネットから」72% (266 人) が多かった。このグループがインターネットユーザーであることから、特にインターネットに対するニーズが高いものと推察される。また「テレビから」35% (130 人)、「新聞・雑誌・広告から」46% (171 人) といった報道媒体も続いた。Q12とあわせると、インターネットに対するニーズが特徴的であるが、一般的な情報は報道媒体からであっても、実施中の治験の情報については病院内職員から、より正確な情報を得たいというニーズがうかがえる。

自由回答欄には回答者のうち 4% (16 人) の記載があり、そのうち 7 人から医師など専門的な立場、利害関係のない第三者から情報を得たいとの記載があった。

4. 6. 5. 治験に対するニーズ

Q14. 「治験」に関して望むことはなんですか。(〇はいくつでも。)



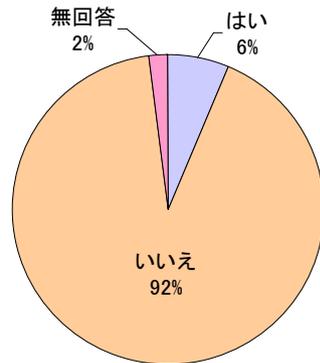
「治験前や治験中に十分な情報提供や説明があること」92% (361 人) や「治験終了後も健康相談に対応してくれること」72% (285 人) が多く、医療関係者と十分なコミュニケーションをとることを望んでいることがうかがえる。また、「参加した治験の結果や、治験薬が上市されたかを知らせてくれること」68% (268 人) といった、結果のフィードバックに関するニーズも高い。一方で、当然のことながら、「副作用

などが起きた場合に、補償があること」86% (340 人) といった、安全性に対するニーズも高いことがうかがえる。これらは、治験参加者、一般患者のグループと同様の傾向であった。

自由回答欄には回答者のうち 4% (15 人) の記載があった。正確・公平な情報公開(3 人)、治験参加の利便性向上(近くの医療機関での実施、土日の実施、外来回数の減)(3 人)との希望があった。

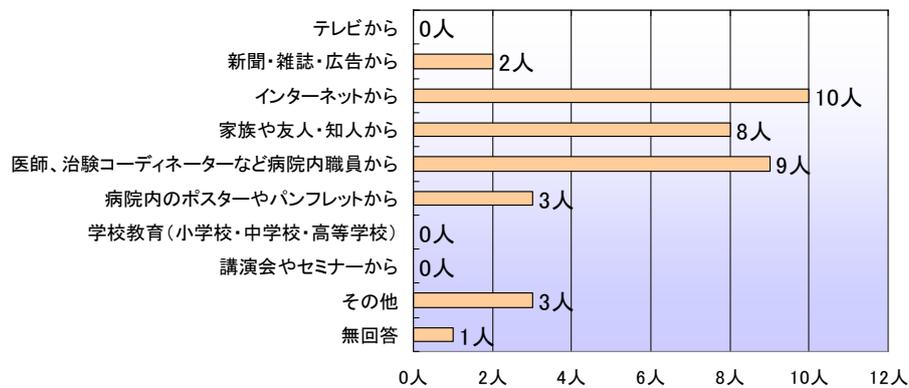
4. 6. 6 治験参加者における治験参加のインセンティブ・デメリット

Q15. あなたは「治験」に参加したことがありますか。(〇はひとつだけ。)



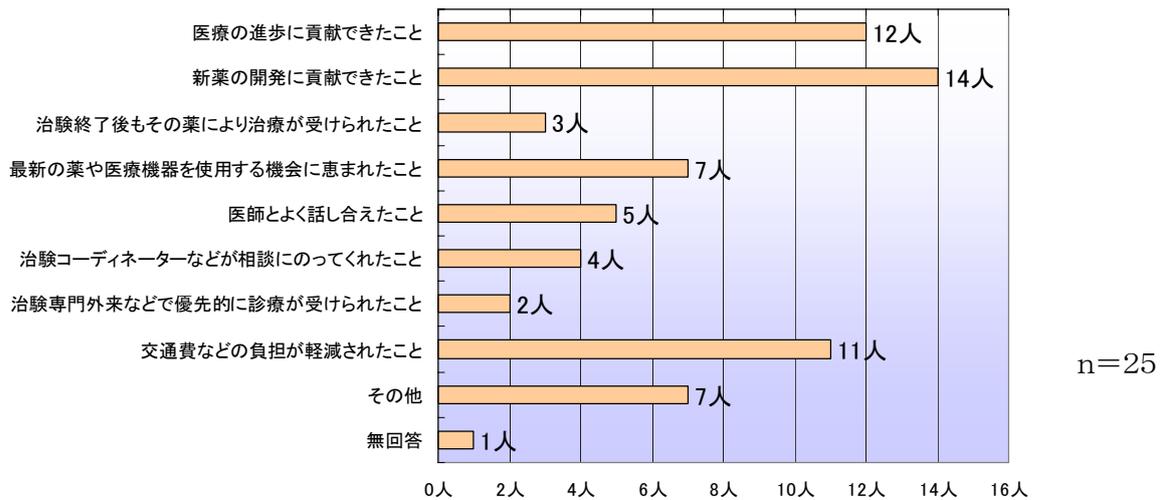
はい	25人
いいえ	361人
無回答	8人
計	394人

Q16. 治験に参加したきっかけとなった情報はどこから知りましたか。(〇はいくつでも。)



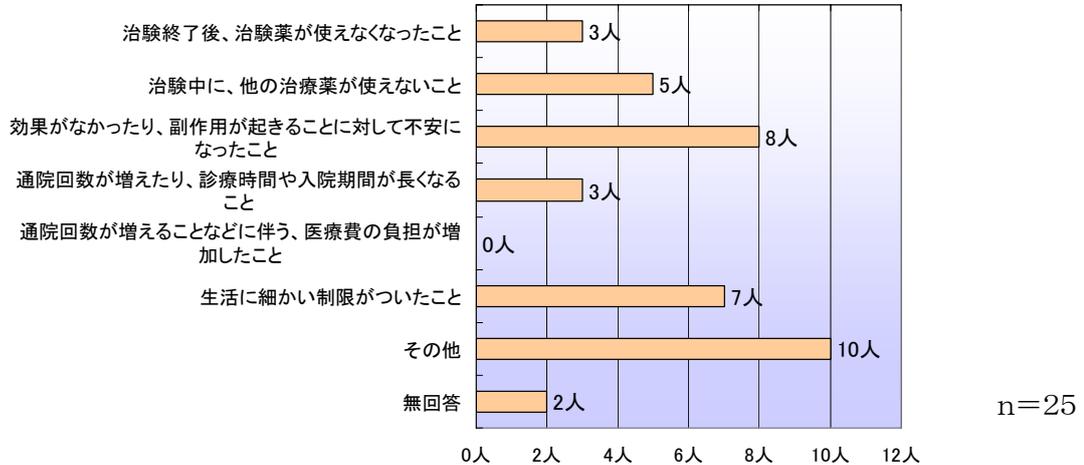
このグループがインターネットユーザーであることから、「インターネットから」40% (10 人) が最も多く、続いて「医師、治験コーディネーターなど病院内職員から」36% (9 人) が続いた。

Q17. 「治験」に参加して良かったことは何ですか。(〇はいくつでも。)



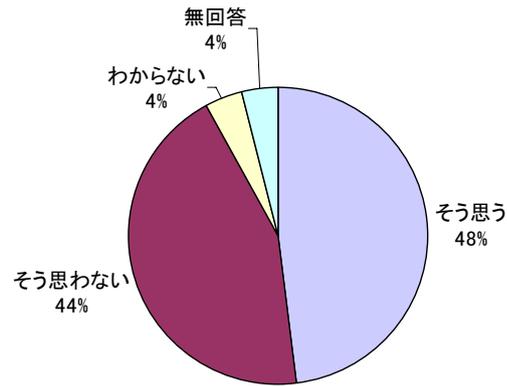
「新薬の開発に貢献できたこと」56% (14人) や「医療の進歩に貢献できたこと」48% (12人) といった、社会貢献がメリットとして高く認識されていることが示唆された。また「交通費などの負担が軽減されたこと」といった実質的な負担軽減措置を評価していることも示唆された。治験参加者や一般患者のグループでメリットとして高く認識されていた「治験コーディネーターなどが相談にのってくれたこと」や「医師とよく話し合えたこと」はそれぞれ 16% (4人) 及び 20% (5人) で少なかった。

Q18. 「治験」に参加して良くなかったことはなんですか。(〇はいくつでも。)



「効果がなかったり、副作用が起きることに対して不安になったこと」をあげた方が 32% (8人) と最も多かった。また「治験中に他の治療薬が使えないこと」20% (5人) や「生活に細かい制限がついたこと」28% (7人) といった物理的な制約もデメリットとして認識されていることが示唆された。

Q19. 次回も治験に参加したいと思いますか。(〇はひとつだけ。)



そう思う	12人
そう思わない	11人
わからない	1人
無回答	1人

治験に参加するメリット・デメリットを総合して、「次回も参加したい」と答えた方は48%であった。

4.6.7. 考察

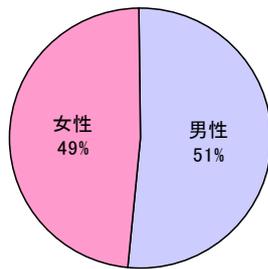
一般患者での結果との比較をすると、インターネットの利用者で健康情報に関心のある層の特徴がうかがえる。すなわち、「治験」という言葉に対する認知度は格段に高く、その情報をインターネットから入手している割合が高い。また、内容の理解度、治験の必要性の認識度も高い。治験の情報提供の現状に対しては不十分と考える人が多く、入手の方法として、インターネットからの希望者が多い。一方、必要とする情報の内容や「治験」に対する要望の内容については、一般患者と同様である。

自由回答欄からは、情報の正確性や客観的な提供を希望する意見が示された。

4. 7. 集計結果-d)一般生活者(日経リサーチ アンケート調査)

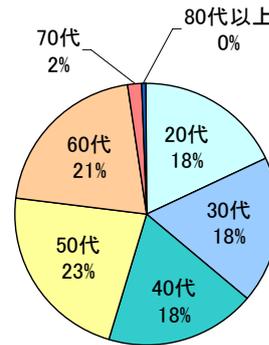
4. 7. 1. 回答者の属性

1)性別



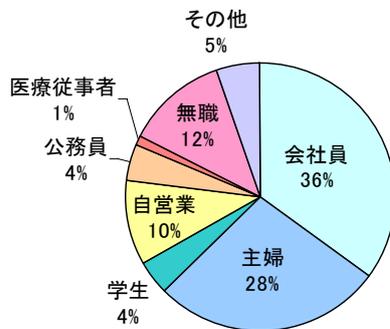
男性	220人
女性	208人
計	428人

2)年代



全体	
20代	78人
30代	77人
40代	78人
50代	97人
60代	88人
70代	8人
80代以上	2人
計	428人

3)職業

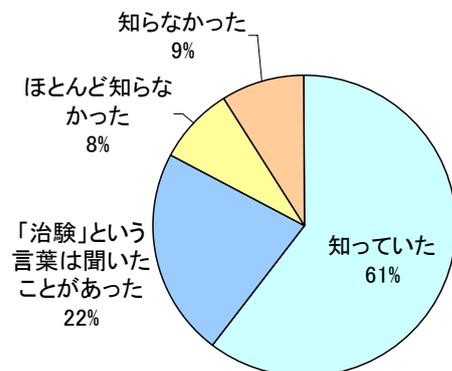


会社員	150人
主婦	117人
学生	19人
自営業	43人
公務員	19人
医療従事者	5人
無職	53人
その他	22人
計	428人

男女比としては、ほぼ半々で、年代、職業分布についても広く分布していた。healthクリックの場合よりも年代間の偏りは少ないが、治験参加者、一般患者に比べ、70歳代が少なくなっており、インターネットユーザーの背景が反映している。

4. 7. 2. 治験の啓発に関する現状

Q4. 今回のアンケートで上記の説明を読むまで、あなたは「治験」という言葉の内容を知っていましたか。(〇はひとつだけ。)



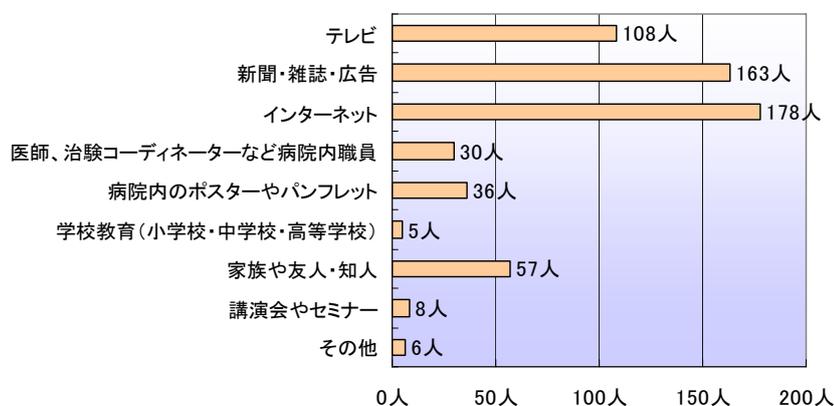
知っている	258人
「治験」という言葉は聞いたことがあった	96人
ほとんど知らなかった	36人
知らなかった	38人
計	428人

n=428

一般生活者(日経リサーチ)のグループにおいては、61%(258人)の回答者が「知っている」と答え、

「治験」という言葉は聞いたことがあった」と答えた方をあわせると、83% (354 人) であり、高い認知度であった。

Q5-1. 「治験」についてどのような方法で知りましたか。(〇はいくつでも。)

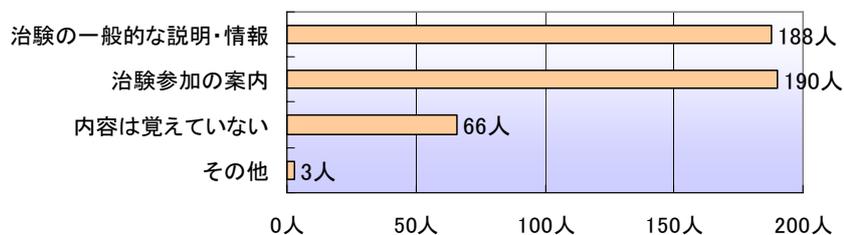


n=354

一般生活者(health クリック)のグループにおいては、「インターネット」から「治験」について知った回答者が最も多く50% (178 人)、続いて、「新聞・雑誌・広告」46% (163 人) 及び「テレビ」31% (108 人) が続いた。このグループは、日経リサーチのインターネットモニターである“一般生活者”である(患者ではない)ことから、インターネットを中心とする一般の報道媒体から情報を得ていることが示唆される。

自由回答欄には回答者のうち2% (6 人) の記載があり、そのうち3人が治験参加者・製薬企業職員で治験周辺の関係者とのことであった。また、映画からとの記載もあった。

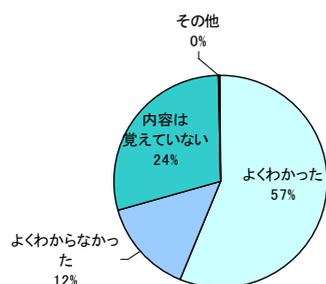
Q5-2. ご覧になった情報はどのようなものでしたか。(〇はいくつでも。)



n=354

「治験の一般的な説明・情報」53% (188 人) 及び「治験参加の案内」54% (190 人) がほぼ同数であった。

Q5-3. ご覧になった情報は、よくわかりましたか。



よくわかった	199人
よくわからなかった	51人
内容は覚えていない	103人
その他	1人
計	354人

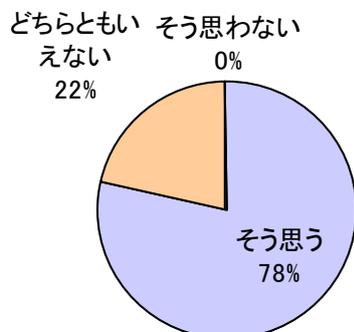
n=354

「よくわかった」と答えた方が 57% (199 人) であった。これは、治験参加者のグループ (73%) より若

干少ないが、治験参加者、一般患者、一般生活者とも6割から7割の方は「よくわかった」と答えており、提供されている情報は、決してわかりにくいものではないことが示唆される。

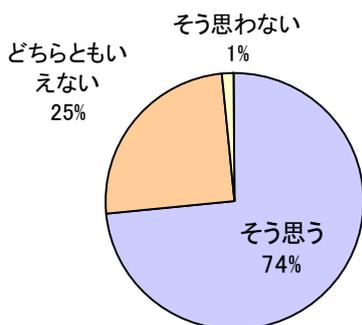
4. 7. 3. 治験に関する考え方

Q6. 医療先進国である「我が国での治験」は、これからも必要だと思いますか。(○はひとつだけ。)



そう思う	335人
どちらともいえない	93人
そう思わない	0人
計	428人

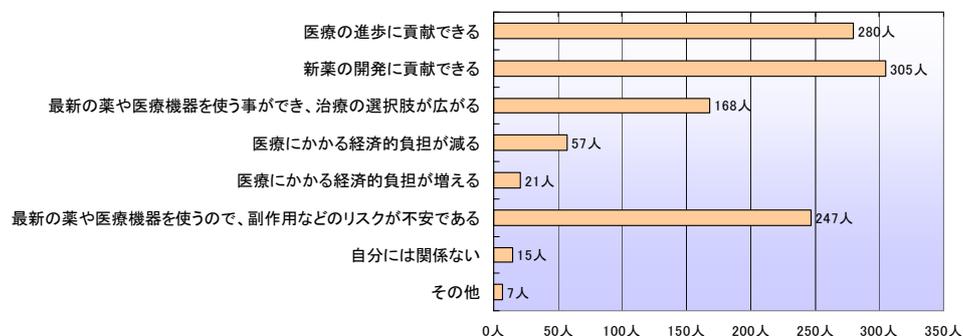
Q7. 治験を行うのにはリスクを伴いますが、優れた新薬を開発するためには、「治験」を行うことは必要だと思いますか。(○はひとつだけ。)



そう思う	314人
どちらともいえない	108人
そう思わない	6人
計	428人

78% (335 人) が、「我が国での治験」はこれからも必要」と答え、また 74% (314 人) が「リスクが伴っても「治験」を行うことは必要」と答えている。一般生活者の間でも、治験の必要性が広く認識されていると考えられる。

Q8. 「治験」についてどのような印象をお持ちですか。(○はいくつでも。)



「医療の進歩に貢献できる」及び「新薬の開発に貢献できる」と答えた方がそれぞれ65% (280 人) 及び 71% (305 人) で最も多く、社会全体への貢献意識が高いことがうかがえる。「治療の選択肢が広が