

平成 16 年 6 月 2 日

報道関係者 各位

沢井製薬株式会社

テレビ広告でジェネリック医薬品の認知度向上

沢井製薬（大阪市・社長 澤井弘行）は、今年 4 月に全国でテレビ S P O T 広告（平成 16 年 4 月 1 日～21 日放映）を中心とするジェネリック医薬品啓発活動を展開し、その前後でジェネリック医薬品認知度調査を実施致しましたのでご報告させていただきます。なお調査に関しては、（株）インフォプラントの調査パネルを使用したインターネット調査を行ないました。

テレビ S P O T 放映前、ジェネリック医薬品を「知っている」と答えた人は全体の 11.0%でしたが、放映後は 16.5%に上昇しました。「名前は知っている」と答えた人は 14.8%から 25.0%と大幅に上昇しており、一定の効果があったことが見受けられました。世代的には男性が 50 代、女性が 30 代と 50 代で認知度が高いという結果も出ております。

また「新薬と同じ成分・同じ効き目である」、「新薬の特許期間が満了後に発売される薬」、「薬価は平均すると約半額」、「医師が処方する薬」という当社が従来から新聞広告で強く主張してきたジェネリック医薬品の特徴は伝わっていますが、「抗生物質・循環器用剤・抗がん剤など全ての薬効群で展開」というジェネリック医薬品が対応している薬についてはまだまだ知られていないという結果がでました。弊社へも「どの新薬に対してジェネリック医薬品が発売されていますか？」というお問い合わせを多数頂いております。

全体の 7 割以上が医療用医薬品の価格が高いと感じている結果からも、更なるジェネリック医薬品の啓発活動が必要であると考えております。微力ながら、テレビ広告を含めた啓発活動を継続し、国民の皆さまにジェネリック医薬品及び沢井製薬を知って頂けるよう努力し続けたいと考えております。

お問い合わせ先

沢井製薬株式会社 経営企画部 PR・IR グループ

〒535-0005 大阪市旭区赤川 1-4-25

TEL：06-6928-4787 / FAX：06-6923-7680

URL：<http://www.sawai.co.jp> / E-mail：koho@sawai.co.jp

報道関係者各位

【ジェネリック医薬品】 TVスポット 事後認知度調査

2004年6月2日

調査概要

調査対象：首都圏・近畿圏の30～60代の男女 400サンプル

サンプル構成：

	30代	40代	50代	60代	計
男性	50	50	50	50	200
女性	50	50	50	50	200
計	100	100	100	100	400

調査項目：・「ジェネリック医薬品」の名称認知
・「ジェネリック医薬品」の内容認知
・「沢井製薬」の社名認知
・媒体別広告接触
など

調査手法：インターネット調査

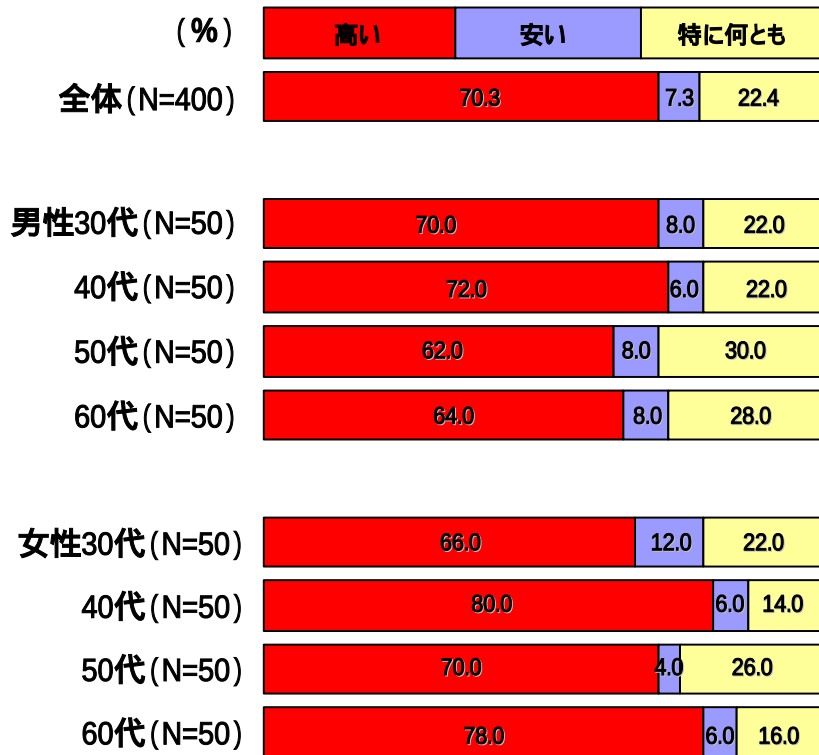
調査期間：2004年4月21日～4月23日

1ヶ月前の、同スペックでの事前調査結果との比較を行ないます。

医療用医薬品の価格に対する意識

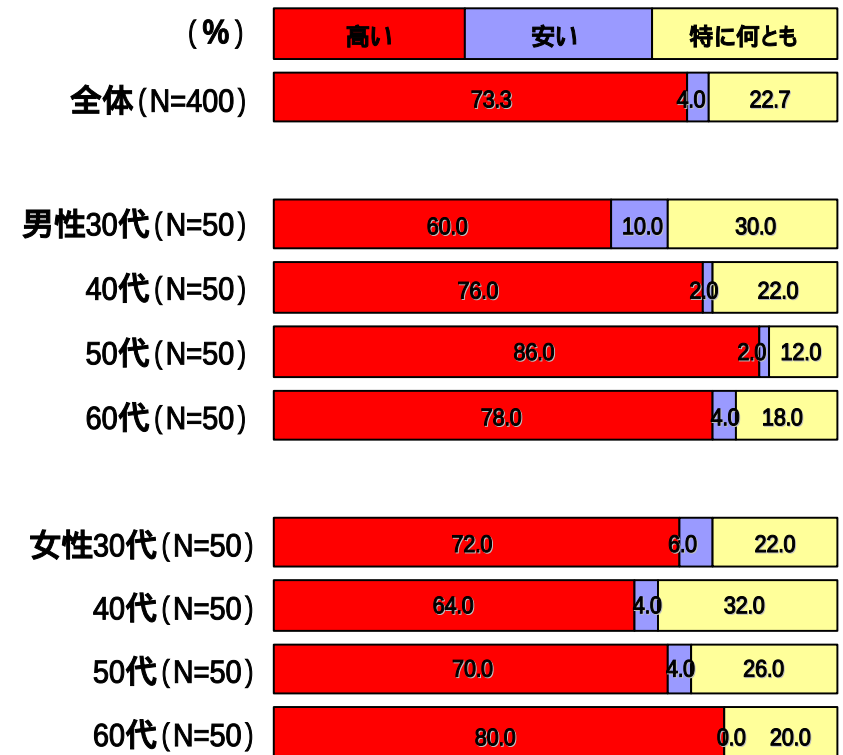
《事前》

全体の70%が「高い」と感じている。
それ以外は「何も考えていない」が大半。



《事後》

全体の73%が「高い」と感じている。
全体では事前と大きな変化は見られない。



ジェネリック医薬品の認知

認知率 = 「知っている」 + 「名前は知っている」

《事前》

「ジェネリック医薬品」の認知率は26%。
(「知っている」が高いのは男性60代)

(%)	知っている	名前は 知っている	知らない	認知 計
全体 (N=400)	11.0	14.8	74.2	25.8%
男性30代 (N=50)	12.0	6.0	82.0	18.0%
40代 (N=50)	10.0	10.0	80.0	20.0%
50代 (N=50)	10.0	24.0	66.0	34.0%
60代 (N=50)	20.0	12.0	68.0	32.0%
女性30代 (N=50)	10.0	24.0	66.0	34.0%
40代 (N=50)	10.0	20.0	70.0	30.0%
50代 (N=50)	8.0	12.0	80.0	20.0%
60代 (N=50)	8.0	10.0	82.0	18.0%

《事後》

認知率は42%にアップ。
特に「名前は知っている」が増加。

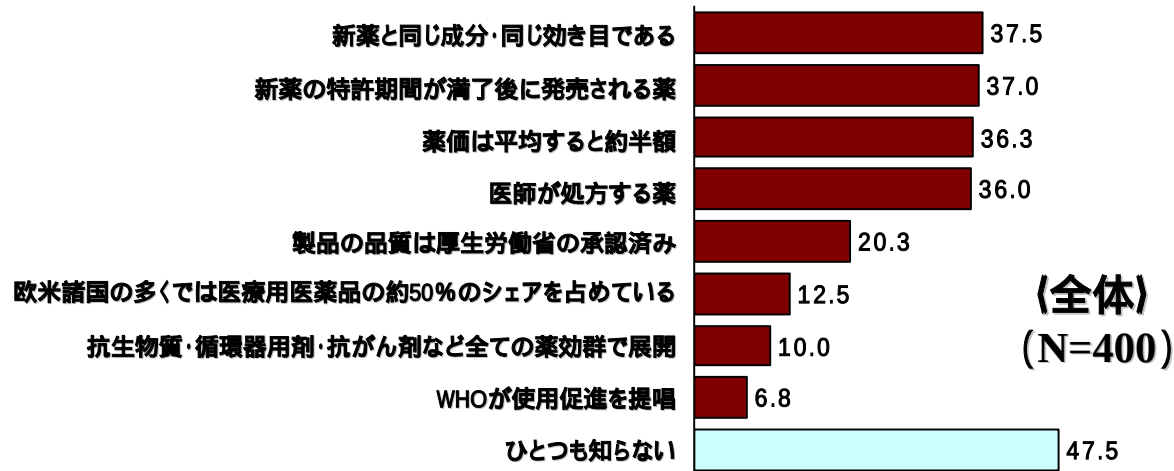
(%)	知っている	名前は 知っている	知らない	認知 計
全体 (N=400)	16.5	25.0	58.5	41.5%
男性30代 (N=50)	18.0	10.0	72.0	28.0%
40代 (N=50)	18.0	18.0	64.0	36.0%
50代 (N=50)	18.0	28.0	54.0	46.0%
60代 (N=50)	12.0	30.0	58.0	42.0%
女性30代 (N=50)	16.0	36.0	48.0	52.0%
40代 (N=50)	10.0	34.0	56.0	44.0%
50代 (N=50)	30.0	18.0	52.0	48.0%
60代 (N=50)	10.0	26.0	64.0	36.0%

認知 計は「知っている」 + 「名前は知っている」

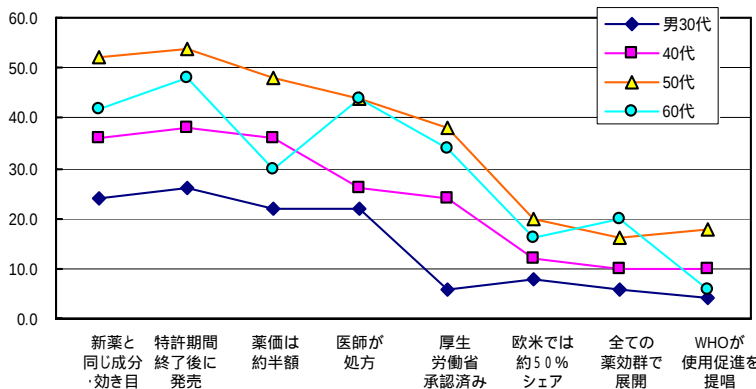
ジェネリック医薬品の特徴認知

新薬と同じ成分・効き目であること、新薬特許満了後に発売されること、薬価は約半額であること、医師が処方すること の認知は35%を越えている。

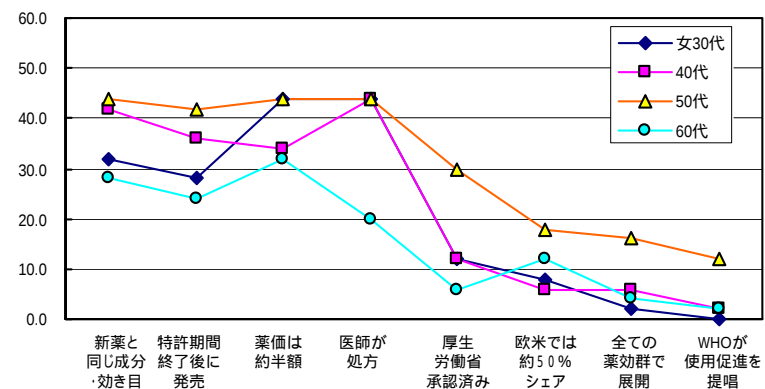
《事後》



《男性》



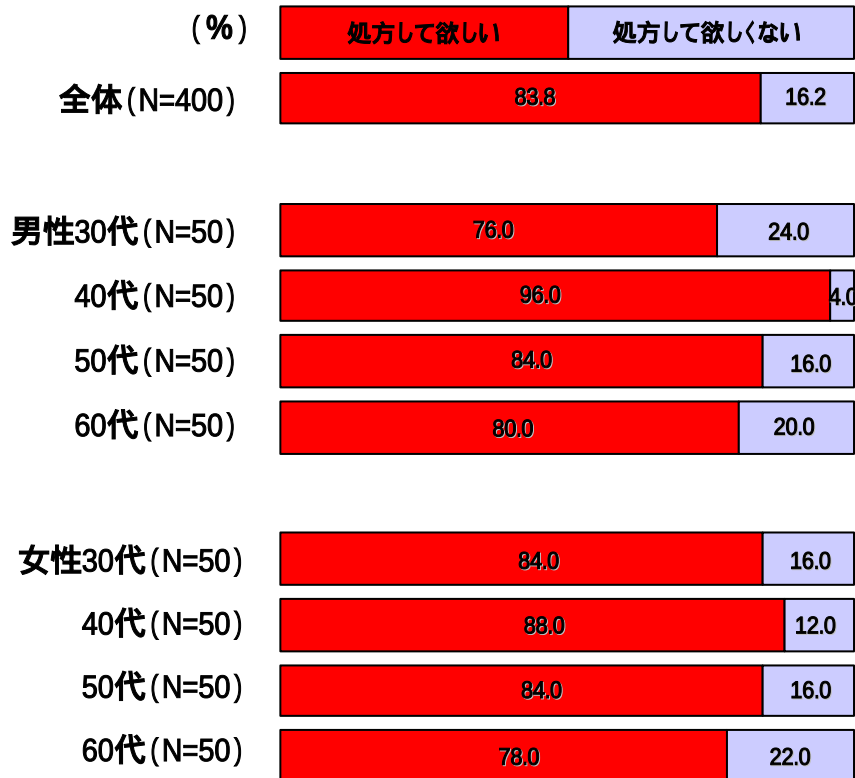
《女性》



ジェネリック医薬品処方希望

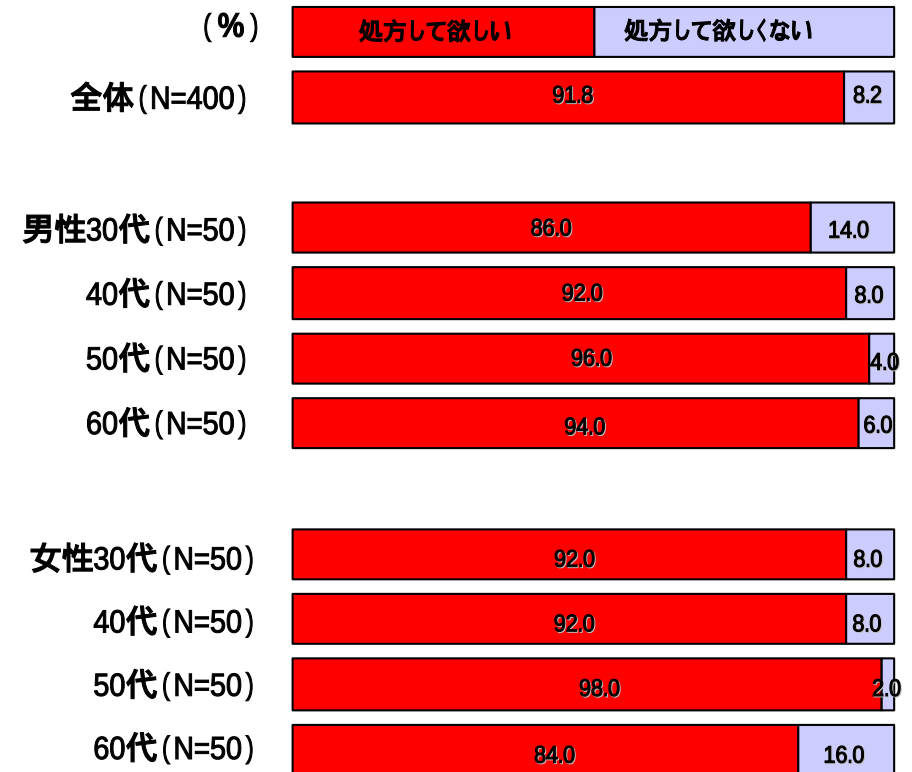
《事前》

患者の84%が
ジェネリック医薬品の処方を望んでいる。



《事後》

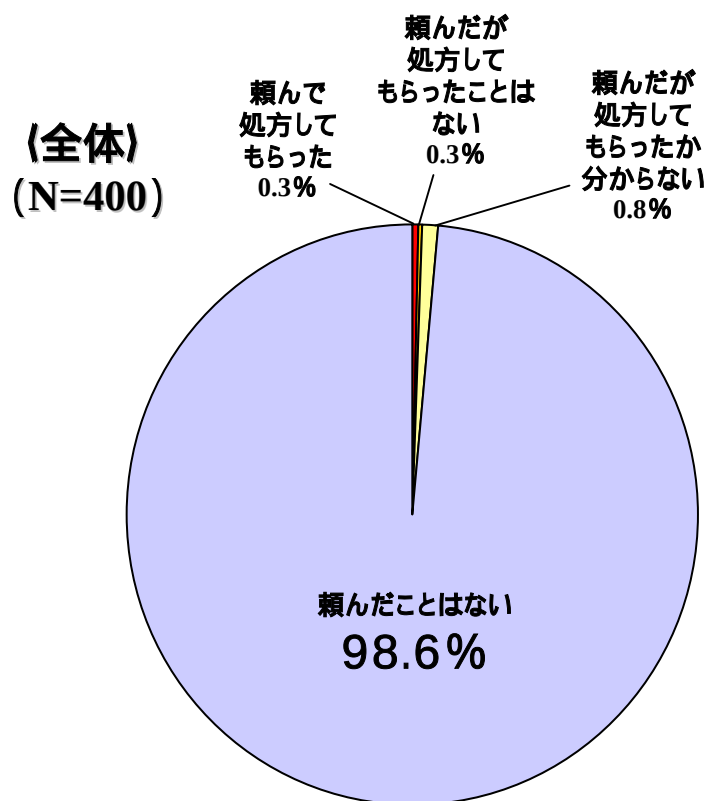
ジェネリック医薬品の処方希望率は
92%に上昇。



ジェネリック医薬品処方依頼経験

《事前》

実際に処方を依頼したことはほとんどない。



《事後》

実際に処方を依頼したことがほとんどない状況は変わっていない。

