

# 「奈良のくすり」WEB アンケート 調査結果について

令和8年3月  
薬務・衛生課

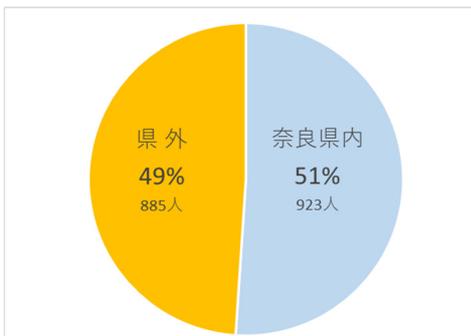
## 1. 調査の概要

- (1) 調査目的：「奈良のくすり」に関する認知状況やイメージ、情報ニーズを把握し、今後の情報発信や施策に活かすために実施
- (2) 調査期間：令和8年1月16日（金）～2月28日（土）
- (3) 調査方法：奈良スーパーアプリ内アンケートフォーム
- (4) 回答件数：1,808人
- (5) 質問項目：

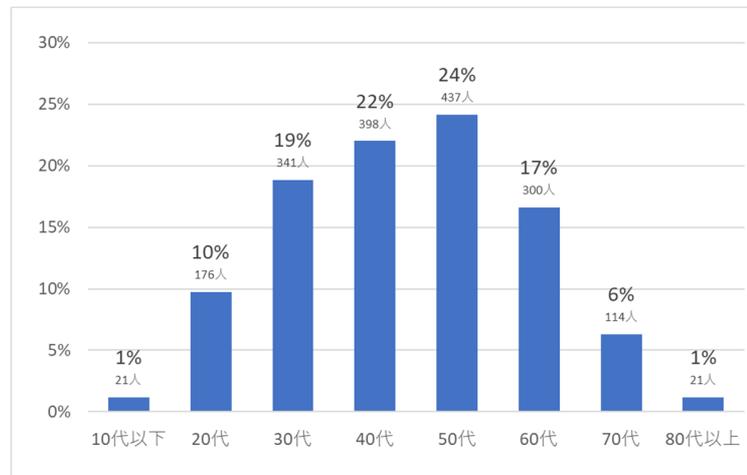
質問項目	選択肢
居住地を教えてください	奈良県内在住 / 県外在住
年代を教えてください	10代以下 / 20代 / 30代 / 40代 / 50代 / 60代 / 70代 / 80代以上
「奈良のくすり」と聞いてイメージされることをお選びください（複数選択可）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・胃腸薬をはじめとした伝統薬が中心である</li> <li>・大和トウキなどの良質な生薬の産地であり、漢方・生薬に関する様々な製品がある</li> <li>・奈良は「くすり発祥の地」と言われており、歴史的価値が高い</li> <li>・奈良は置き薬が発展した地である</li> <li>・くすり作りは奈良における主要産業のひとつである</li> <li>・奈良には薬専門の研究機関である薬事研究センターがある</li> <li>・特にイメージすることはない</li> </ul>
「奈良のくすり」に興味を持っていただくために、どのような情報があればよいと思いますか（複数選択可）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・作り手の思いやこだわり</li> <li>・奈良とくすりの歴史的ストーリー</li> <li>・健康維持など日常生活への取り入れ方</li> <li>・具体的な商品名や特徴、使い方</li> <li>・どこで購入できるか</li> <li>・最新の研究や新しい取り組み</li> <li>・その他</li> </ul>
普段、くすりや健康に関する情報はどのような媒体から得ていますか（複数選択可）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・テレビやラジオ</li> <li>・新聞や雑誌の記事</li> <li>・SNSや動画サイト</li> <li>・口コミサイトやアプリ</li> <li>・インターネットの検索エンジン</li> <li>・自治体や企業の公式サイト</li> <li>・その他</li> </ul>

※本集計は複数選択可とする設問を含むため、割合の合計が100%を超える場合がある。

【図1 居住地構成 n=1,808】



【図2 年代構成 n=1,808】

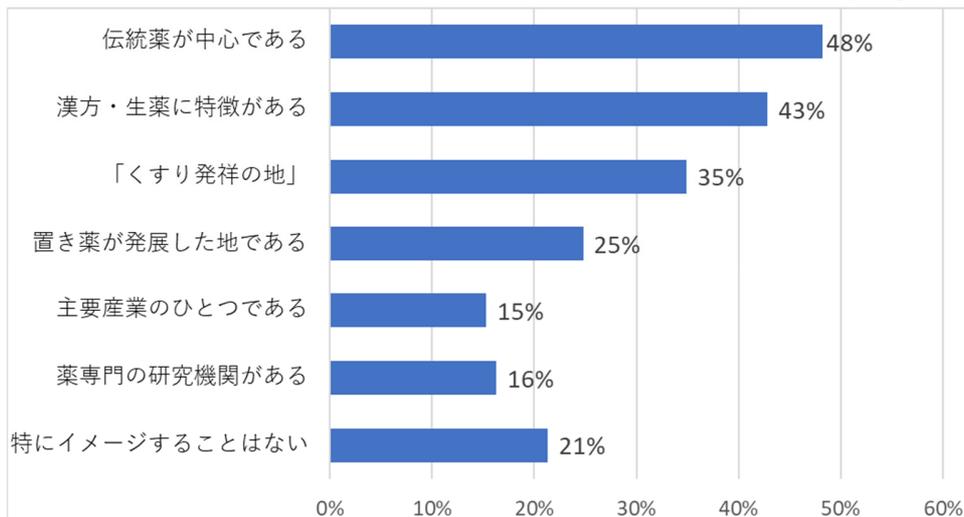


## 2. 調査結果

### (1) 「奈良のくすり」に対する主なイメージ [全体像]

「伝統薬が中心である」が約5割、「生薬・漢方に特徴がある」が4割を超える一方、2割を超える方が「奈良のくすり」に対し、「特にイメージすることはない」と回答。

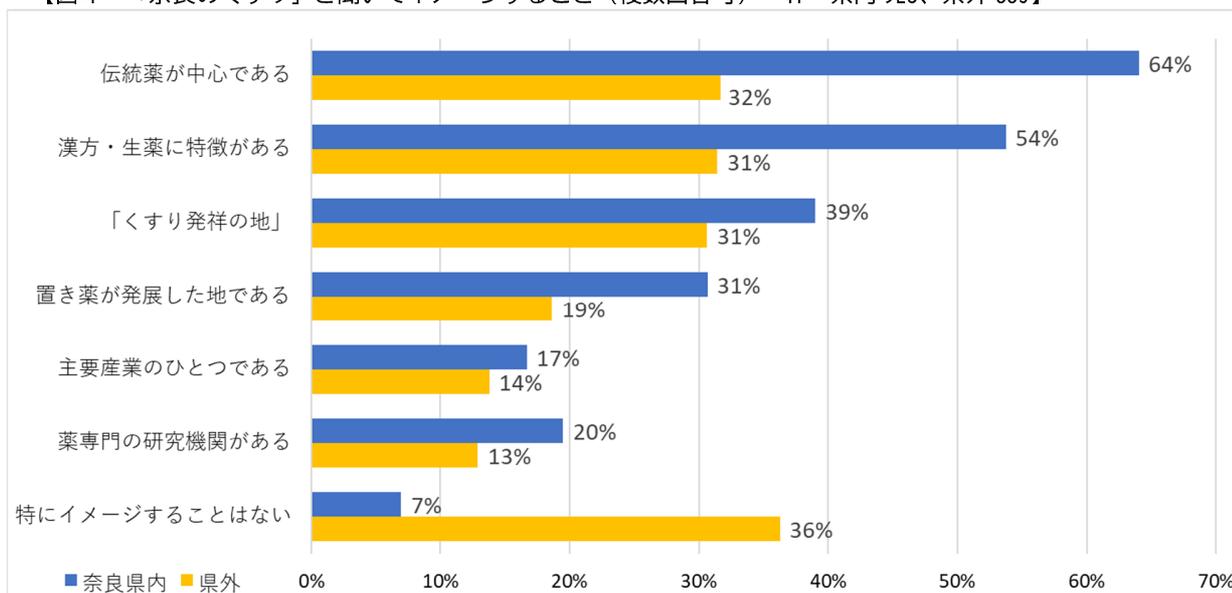
【図3 「奈良のくすり」と聞いてイメージすること（複数回答可） n=1,808】



### (2) 居住地による「奈良のくすり」に対するイメージの違い

居住地別では、奈良県内在住者のうち9割を超える方が「奈良のくすり」に関し、何らかのイメージを持っていると回答。一方、県外在住者は「特にイメージすることはない」が36%と最も多く、具体像が浸透していない。また、県内在住者の5割以上が回答した「伝統薬が中心である」や「漢方・生薬に特徴がある」の項目について、県外在住者では3割程度と、大きな差が見られた。

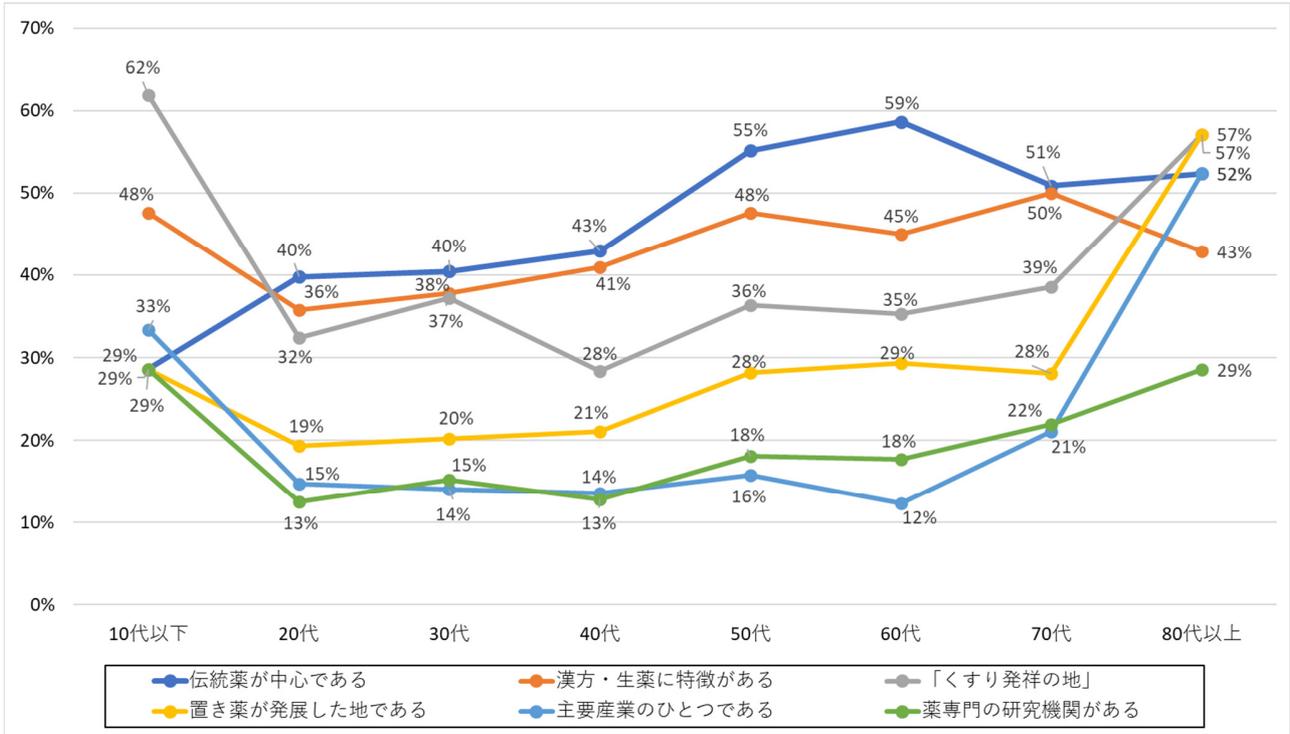
【図4 「奈良のくすり」と聞いてイメージすること（複数回答可） n=県内923、県外885】



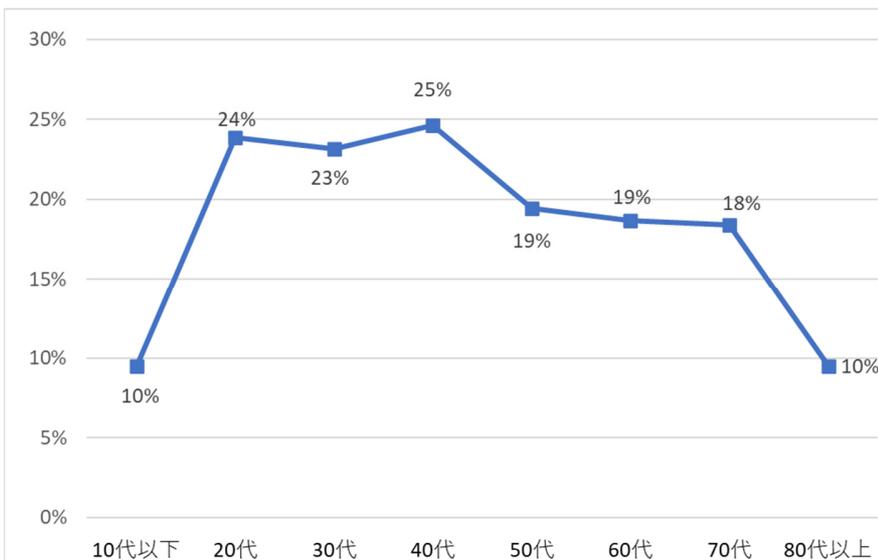
### (3) 年代による「奈良のくすり」に対するイメージの違い

年代別にみると、「伝統薬が中心である」、「漢方・生薬に特徴がある」といったイメージは50代以降で相対的に高い水準となっている。一方、10代以下を除く40代までの層では「特にイメージすることはない」が比較的高い傾向が確認された。

【図5 「奈良のくすり」と聞いてイメージすること（複数回答可）年代別回答割合 n=1,808】



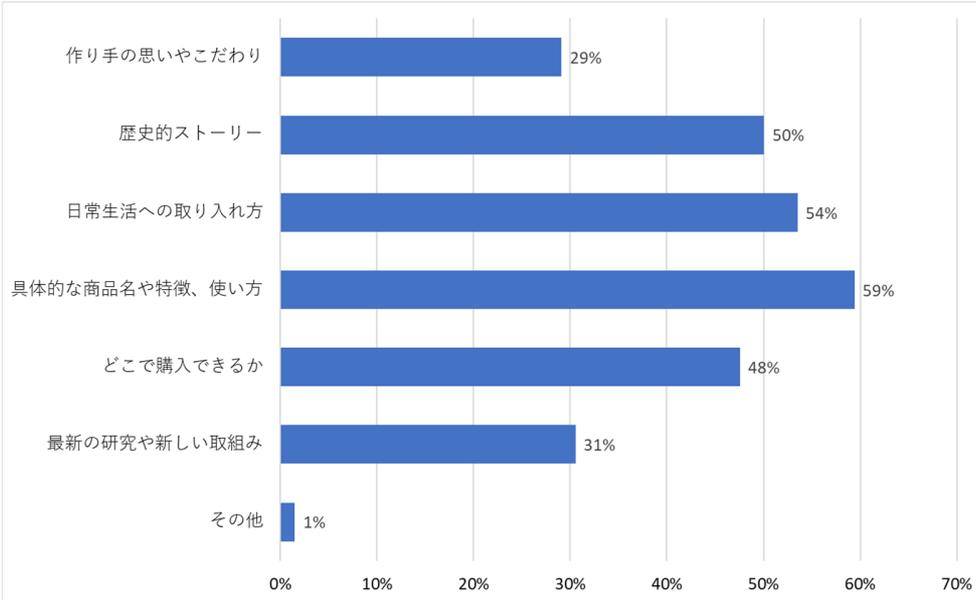
【図6 「奈良のくすり」について「特にイメージすることはない」と回答した年代別割合 n=385】



【(4) 「奈良のくすり」に興味を持っていただくために、どのような情報があればよいか [全体像]

「具体的な商品名や特徴、使い方」は約6割と関心の高い項目となっている一方、「作り手の思いやこだわり」や「最新の研究や新しい取組み」については3割程度にとどまった。

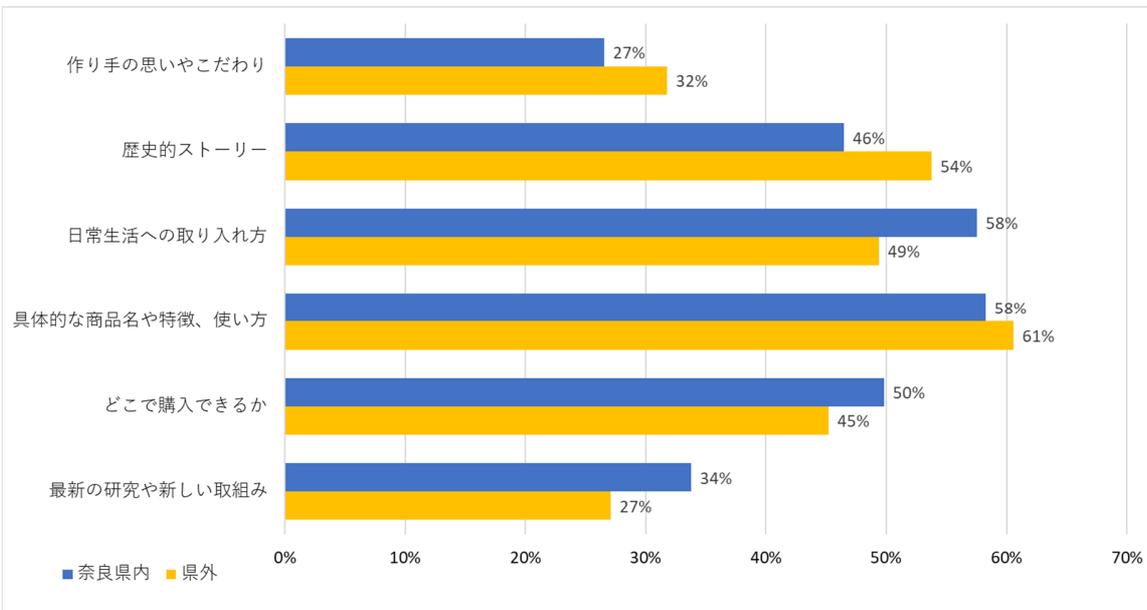
【図7 「奈良のくすり」に興味をもつていただくため、どのような情報があればよいか（複数回答可） n = 1, 808】



【(5) あればよいと思う情報についての居住地による違い

「日常生活への取り入れ方」や「どこで購入できるか」、「最新の研究や新しい取組み」については奈良県内在住者の関心が相対的に高く、「歴史的ストーリー」や「作り手の思いやこだわり」については県外在住者で相対的に高い傾向となった。

【図8 「奈良のくすり」に興味をもつていただくため、どのような情報があればよいか（複数回答可） n = 県内 923、県外 885】



(6) 普段、くすりや健康に関する情報をどのような媒体から得ているか

幅広い年代で検索エンジンがよく利用されている。SNS・動画サイトは若年層で利用割合が高く、年代が上がるほど低下する。一方、高齢層ではテレビ・ラジオや新聞・雑誌の利用が顕著となっている。

【図9 くすりや健康に関する情報をどのような媒体から得ているか（複数回答可） n=1,808】

