

2021年4月26日

インパクトホールディングス株式会社(東証マザーズ・証券コード:6067)

ドラッグストアのブランド認知度「マツモトキヨシ」が89.3%、認知者の利用率も最も高く他ブランドを圧倒
～RJC リサーチ、コロナ禍で需要が高まるドラッグストアのブランド浸透度調査を実施～

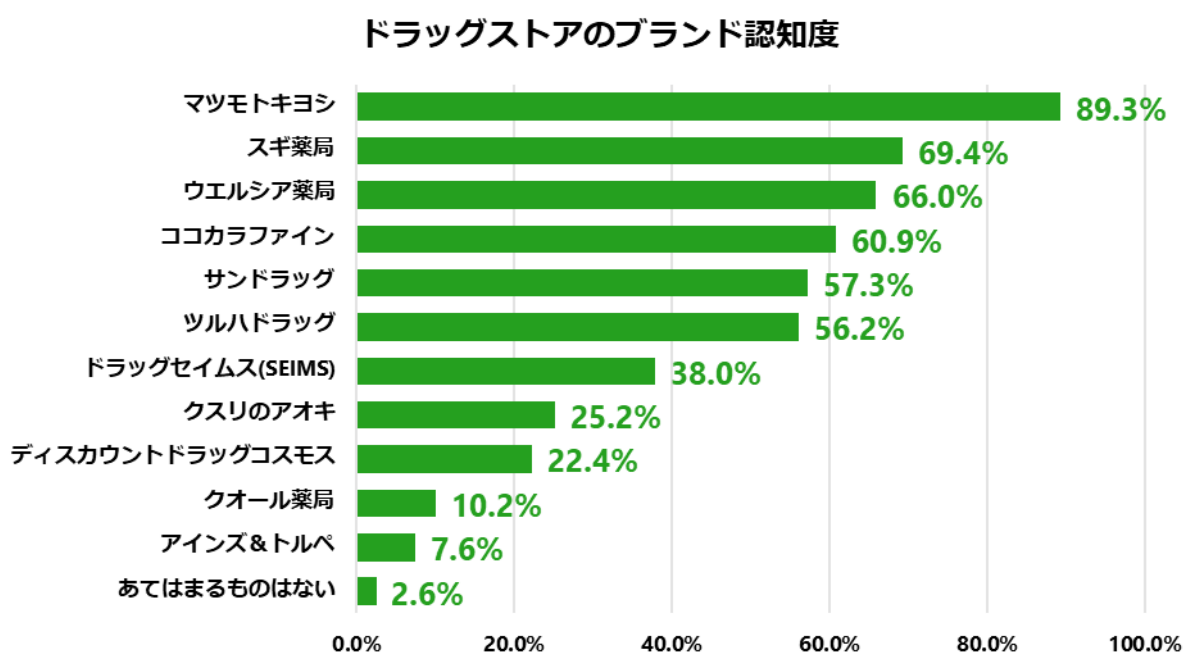
インパクトホールディングス株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:福井 康夫、東証マザーズ・証券コード:6067)の完全子会社で総合マーケティングリサーチ事業を展開する株式会社 RJC リサーチ(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:守住 邦明、以下「RJC リサーチ」)は、「LINE」に登録する約 540 万人の国内最大級のアクティブな調査パネルを基盤とした、スマートフォン専用のリサーチプラットフォーム「LINE リサーチ」のオフィシャルパートナーです。

この度 RJC リサーチでは、日本全国の 13～59 歳男女の LINE ユーザーを対象に、コロナ禍で需要が高まる衛生用品が主力商品のドラッグストアのブランド浸透度調査(有効回答数 4,410 名)を 2021 年 1 月 26 日～29 日に実施しましたので、その結果をお知らせいたします。

◆ 調査結果サマリー

店舗数が 1,000 店舗以上のブランドが 50%以上の認知を獲得しております。その中でもマツモトキヨシの認知度が圧倒的なのは、キャッチーな CM の効果が高いと推測できます。ただ、地域や業態により、店舗名を変えているブランドもあるため、ブランドの認知度の観点で言えば、店舗名の統一は全国的な認知度を高める効果があると考えられます。利用については、エピソードで書かれている通り、各ブランドで品揃えやクーポン、ポイント連携に特徴があります。買い物をする際のメリットが大きいため、多くの人に知ってもらい、店舗まで足を運んでもらえるようになれば、ドラッグストアはより多くの人に利用してもらえるようになると思われます。

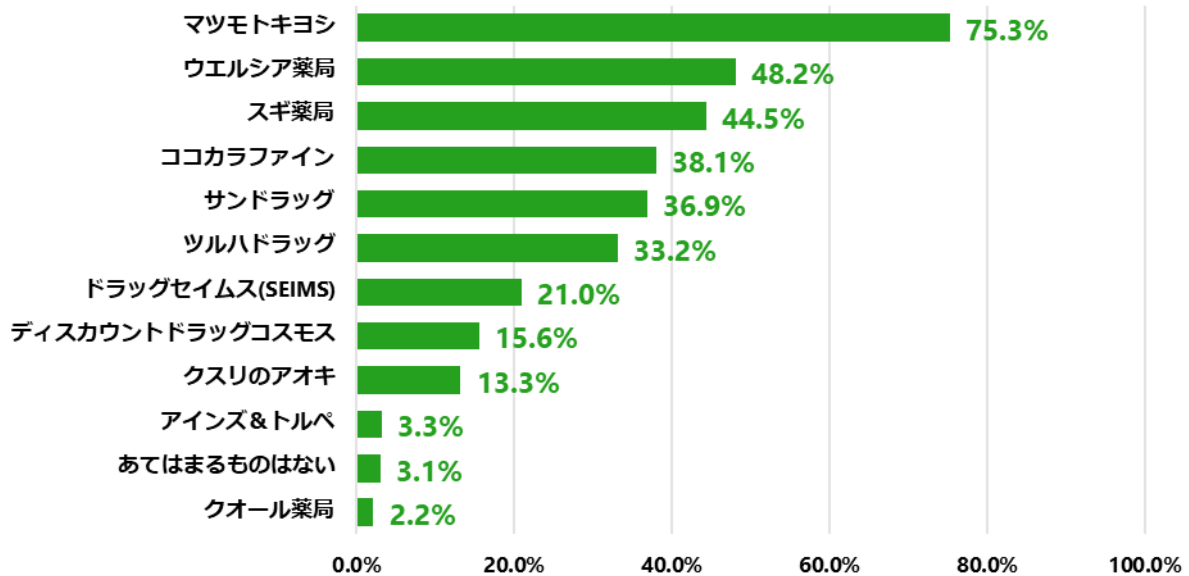
◆ 全国的なドラッグストアのブランド認知度



全国的なドラッグストアのブランド認知度を調査したところ、主な結果は下記でした。

- 最も認知度が高かったドラッグストアはマツモトキヨシの 89.3%で、他ブランドを圧倒。
- スギ薬局、ウエルシア薬局、ココカラファイン、ツルハドラッグ、サンドラッグが50%を超えており、全国的な認知度があることがわかりました。

ドラッグストアの過去利用経験



ドラッグストアの過去利用経験を調査したところ、主な結果は下記でした。

- 利用経験では、マツモトキヨシが最も高く、75%を超えております。加えて、PAR(認知者の利用率)も最も高く、他ブランドに比べて利用を促す動機づけが上手く行われていることがわかりました。
- 次いで、ウエルシア薬局、スギ薬局が40%を超えております。いずれのブランドも認知者の20~30%が「知っているが利用経験がない」ため、ブランドを知っている人に利用してもらおう施策を実施することで、更に利用者が増えるのではないかと考えられます。

◆ 最も好きなブランドを好きになったきっかけやエピソード（一部抜粋、順不同）

<「マツモトキヨシ」と回答した人の意見>

- 便利な場所にあるし、アプリでクーポンを定期的に配信してくれるのでお得感がある。(女性 50-59 歳)
- 次回使えるクーポンを会計後にほぼ毎回渡されるし、会員アプリにもクーポンがあるので、クーポンを使わないことがなく、いつでも 5~15%off で買えるのでお得。(女性 19-22 歳)
- 初めてメイクをした時にメイク道具をマツモトキヨシで買った。プチプラで可愛いコスメが多いので今も重宝している。(女性 16-18 歳)

<「ウエルシア薬局」と回答した人の意見>

- 日曜にどうしても薬剤師がいないと買えない薬が必要になったときに薬剤師がいてくれた。(男性 30-39 歳)
- LINEクーポンが使えるので先日初めて買い物に行ったのですが、普段使っていた薬局店舗よりも商品の値段が安かったのでまた行こうと思いました。(女性 23-29 歳)
- Tポイントが貯められて、JAL 特約店だから。毎月 20 日はTポイント 1.5 倍で使用できるのもいい。(女性 40-49 歳)

<「ツルハドラッグ」と回答した人の意見>

- 品揃えが良く、「夢クーポン」というお得なクーポンがあり、店舗数も多いことから、「近い・便利・安い」の三要素が揃っているから。また、同じ理由で両親が好んでよく行っていたので、自然とツルハユーザーになった。(男性 13-15 歳)
- 商品の値段を安く品揃えが豊富だから。(男性 16-18 歳)
- 家の近くにあるから通うようになったが、ポイントたくさんたまるといろいろなもの安く売っているから好き！(女性 30-39 歳)

<「ディスカウントドラッグコスモス」と回答した人の意見>

- 価格が安く、品揃えも豊富です。あと、ここにしか売ってない食パンが大好きです。(女性 50-59 歳)
- 税込の表示でわかりやすい。店員さんが丁寧で優しい。(女性 30-39 歳)

<「サンドラッグ」と回答した人の意見>

- 近所に複数店舗があり、便利なので利用しているから。(女性 30-39 歳)
- 家から近いのと、品揃えが豊富だし、他店より安い。(男性 40-49 歳)

<「スギ薬局」と回答した人の意見>

- 家に近いので子供が赤ちゃんの頃からずっとお世話になり、店員さんや薬剤師さんも対応が良くて頼りになります。(女性 40-49 歳)
- 昔から利用していて慣れているから。品揃えも多いお店があるから。大体欲しいものは揃うから。(女性 50-59 歳)
- 普段から安いのにクーポンで更に安く買えるのと種類の違うクーポンが同じお会計で一緒に使えるところ。(女性 50-59 歳)

<「ココカラファイン」と回答した人の意見>

- 店舗にウォーターサーバーが設置してあり、購入した薬をすぐに服用できる。(女性 19-22 歳)
- ポイント還元が多いのと格安コーナーが常に設置してあり、お得に感じられるから。(女性 23-29 歳)

<「ドラッグセイムス(SEIMS)」と回答した人の意見>

- 地域に密着していて、クーポンや試供品も頻繁にもらえるから。(女性 50-59 歳)
- 薬だけではなく、その他のものも安い値段で手に入るから。(男性 13-15 歳)

<「クスリのアオキ」と回答した人の意見>

- 肉を売っていて、国産を値下げしていることがあるから。ヨーグルトや豆乳が安いし、チャージでポイントが貯まるから。(女性 50-59 歳)
- 冷凍食品が毎日半額で安いから好きになった。(女性 13-15 歳)
- 惣菜も売っていてほぼほぼスーパーだから。(男性 13-15 歳)

◆ 調査概要

調査手法：LINEリサーチを利用したスマートフォンによるプッシュ通知型アンケート

調査対象：日本全国の13～59歳男女

実施時期：2021年1月26日～29日

対象ブランド：ウエルシア薬局、ツルハドラッグ、ディスカウントドラッグコスモス、サンドラッグ、マツモトキヨシ、スギ薬局、ココカラファイン、ドラッグセイムス(SEIMS)、クスリのアオキ、アインズ&トルペ、クオール薬局の計11ブランド(順不同)

本調査数：7問

有効回収数：4,410サンプル

調査実施機関：株式会社RJCリサーチ

※ 総務省人口推計(2019年10月1日)現在をもとに、全人口1歳加齢し母集団人口を作成。その他集団の性年代構成比に準じてウェイトバック集計。

※ 表/グラフ中の数字は小数点以下第一位または第二位を四捨五入しているため、合計しても100%にならなかったり、同じパーセンテージでも見え方が異なる場合があります。

◆ LINE リサーチとは

「LINE リサーチ」は、企業における事業開発・マーケティング活動の最大化を目的にした、スマートフォン時代のリサーチプラットフォームです。約 540 万人のアクティブモニターのうち 10～29 歳が 51%を占め ※、学生や若年向けの出現率の低い調査も実施可能です。また、従来型の調査パネルと異なり、リサーチ興味度の薄い層にもコンタクトが可能のため、より一般的な意見を収集できます。LINE のプッシュ通知で配信するため、ユーザーがリアルタイムで回答しやすいだけでなく、スマートフォン上で回答しやすい画面設計を行っていることで、効果的に調査を実施することが可能です。 ※ 2021 年 2 月時点

「LINE リサーチ」 公式サイト：<https://www.linebiz.com/jp/service/line-research/>

◆ 株式会社 RJC リサーチとは

1967 年の創業から「ユーザーとサプライヤーをつなぐ」ことを目標に、独立系マーケティングリサーチ会社として市場環境を的確に捉えるデータを収集し続けてまいりました。当社の信頼の証は、多くの定期的な時系列調査を受託し続けていることで証明されています。長年に渡って安定したデータを収集し続けることができこそ、微妙なトレンドの変化や環境の変化が読み取れるため、民間サプライヤー企業からだけでなく、多くのシンクタンクからも信頼を寄せられています。

また、2019 年にインパクトホールディングスグループへ参画し、2020 年にインパクトホールディングスの創業である覆面調査事業を承継。総合マーケティングリサーチメニューに、フィールドマーケティングの専門性を兼ね備えた組織を構築し、マーケティングリサーチ業界での独自のポジションを確立。

URL：<https://www.rjc.co.jp/>

【調査データの引用・転載について】

調査データの引用・転載の際は、必ず「出典：株式会社 RJC リサーチ」と明記いただけますようお願いいたします。引用・転載先がページ(メディア/ブログ等)である場合には、該当記事の URL をリンクしてご掲載ください。報道関係者様による引用の場合、利用・掲載状況の把握のため下記お問い合わせフォームまでご連絡いただくと幸いです。

CONTACT：<https://impact-h.co.jp/contact/>

【本調査結果の詳細についてのお問い合わせ】

株式会社 RJC リサーチ 広報担当(インパクトホールディングス株式会社 完全子会社)

TEL:03-5937-1501 / E-mail:info@rjc.co.jp

【報道関係者からのお問い合わせ】

インパクトホールディングス株式会社 広報担当

TEL:03-5464-8321 / E-mail:pr@impact-h.co.jp