

2021年9月24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)

ドラッグストア認知度は「マツモトキヨシ」が86.9%と他ブランドを圧倒もブランドごとに地域の強みあり
～RJCリサーチ、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:山下 光雄、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 8 月 20 日～23 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8月20日～23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

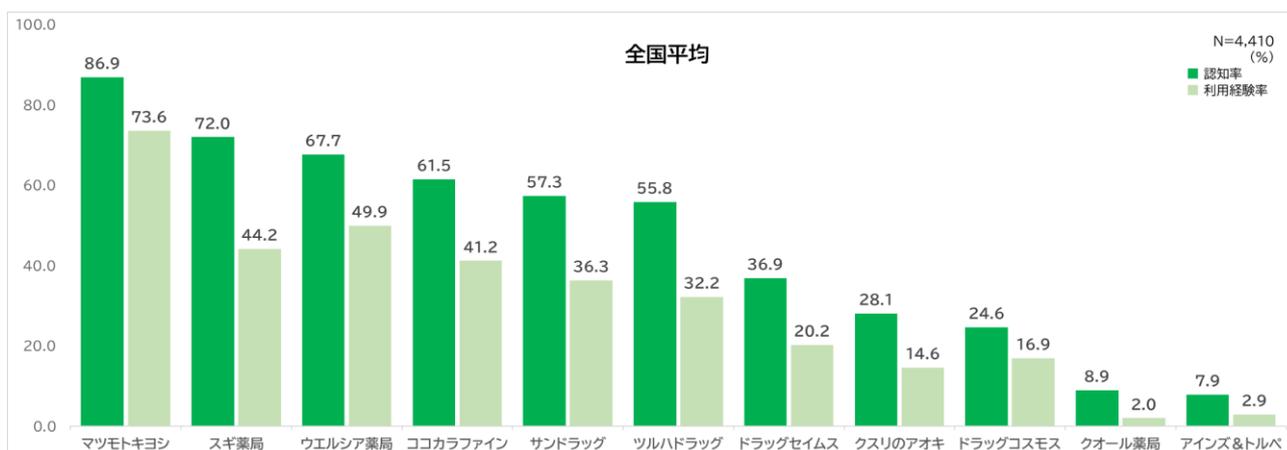
調査実施機関：株式会社 RJC リサーチ

※ 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%にならない場合や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。

◆ 全国的なドラッグストアの認知率及び利用経験率結果

認知率及び利用経験率が最も高いブランドは、86.9%でマツモトキヨシでした。店舗の全国展開やCMによるプロモーション効果が高い結果だと考えられます。また、全国でほぼ統一された店舗名であることも今回認知率 No.1 であることに起因していると推測できる。

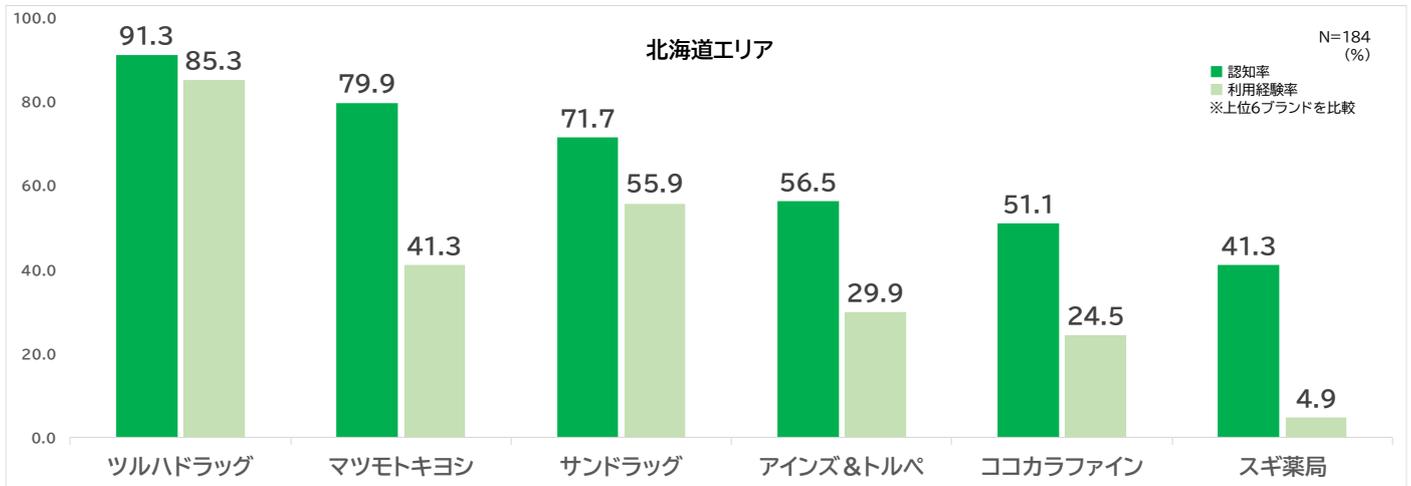
利用経験率が最も高いブランドも 73.6%でマツモトキヨシ。店舗数や展開エリア、プロモーションによる親近感の醸成等が結果に繋がっていると考えられる。



◆ エリア別認知率及び利用経験率結果

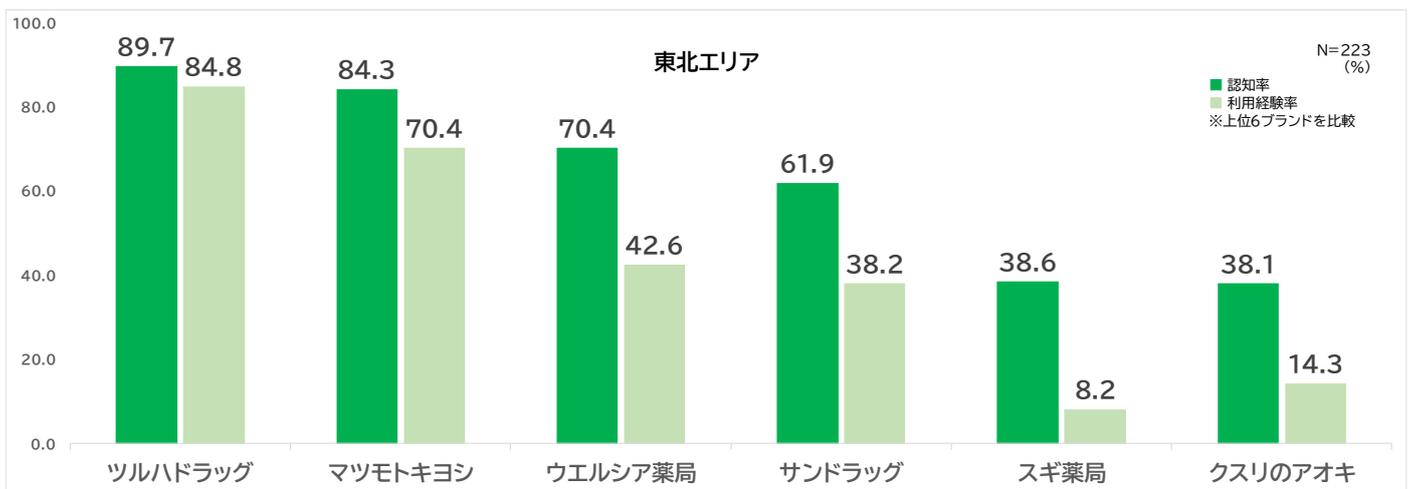
【北海道エリア】

ツルハドラッグが認知率・利用経験率ともに 1 位となった。北海道を地場とするブランドであるため、地元根付いているブランドの強さがはっきりと表れた。



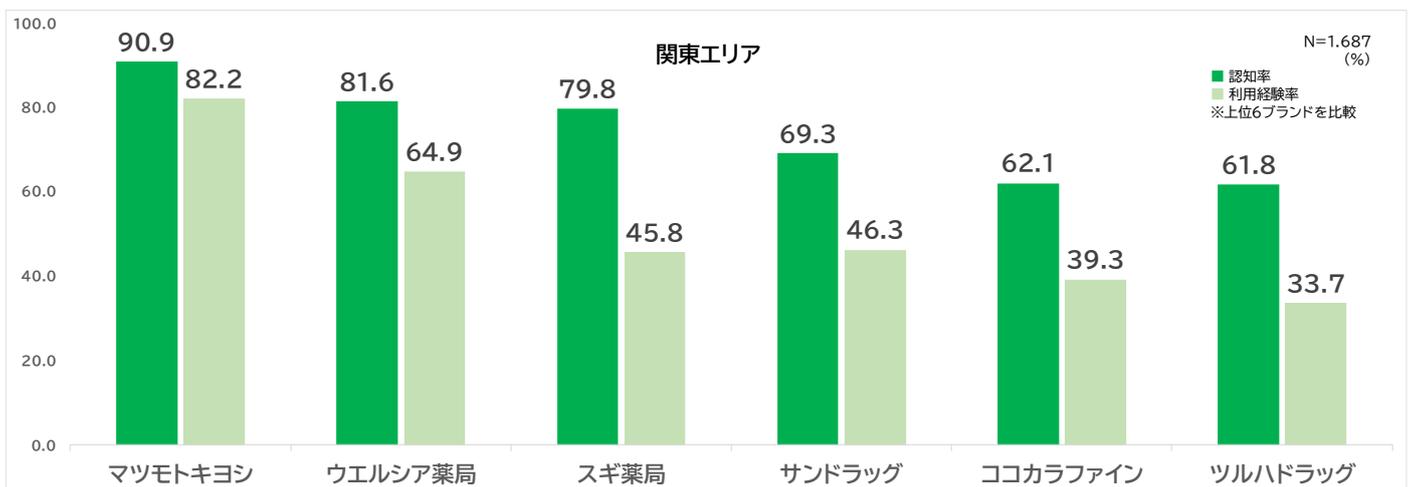
【東北エリア】

ツルハドラッグ、マツモトキヨシが認知率・利用経験率で高い数値となった。利用経験率では、ツルハドラッグは東北 6 県に満遍なく利用経験者はいるが、マツモトキヨシは岩手県、宮城県、福島県の利用経験者が多い。



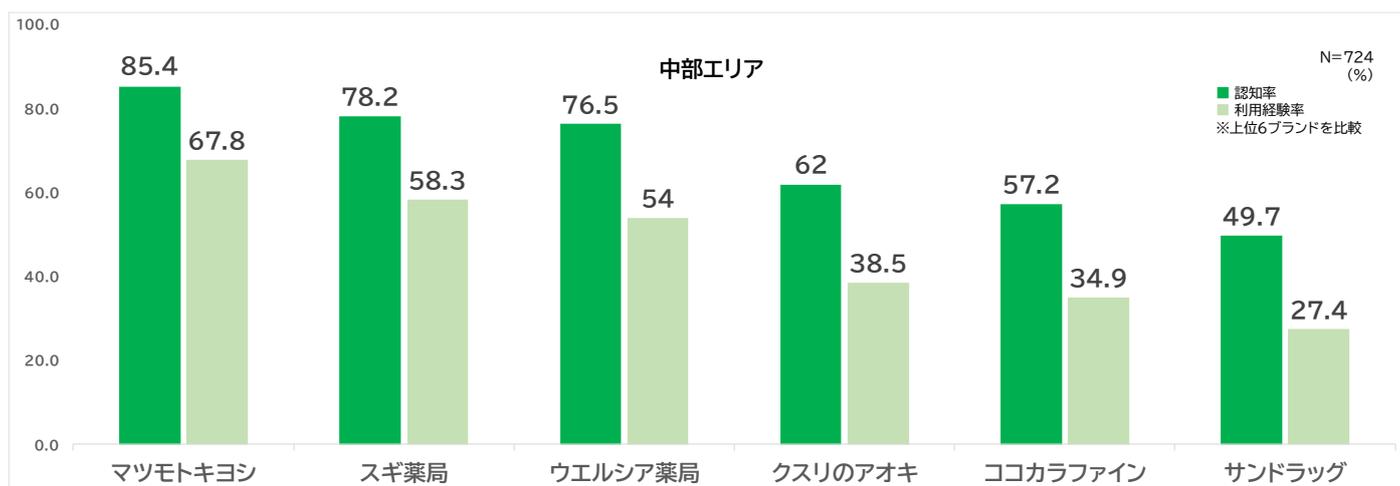
【関東エリア】

関東では競合の出店が多い中で、マツモトキヨシが認知率・利用経験率ともに 1 位となった。認知率では CM 効果や一目でわかる看板、利用経験率ではプライベートブランドの認知等が要因と考えられる。



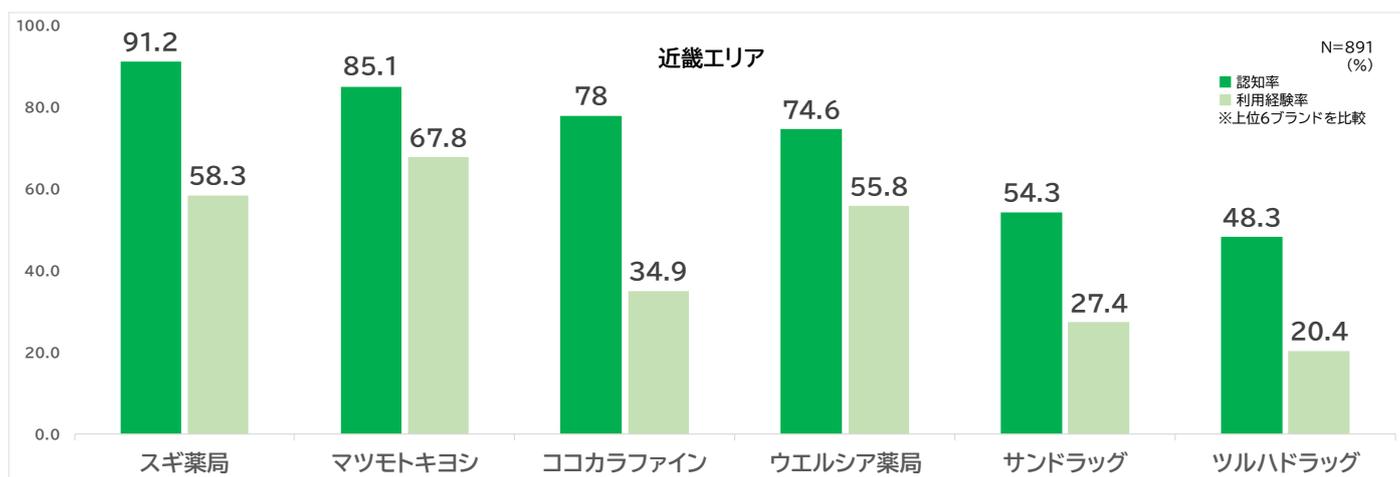
【中部エリア】

マツモトキヨシが認知率・利用経験率ともに1位となった。認知率ではCM効果や一目でわかる看板、利用経験率ではプライベートブランドの認知等が要因と考えられる。また、2位となったスギ薬局は中部エリアの出店が最も多いため、認知率と利用経験率が高いと考えられる。



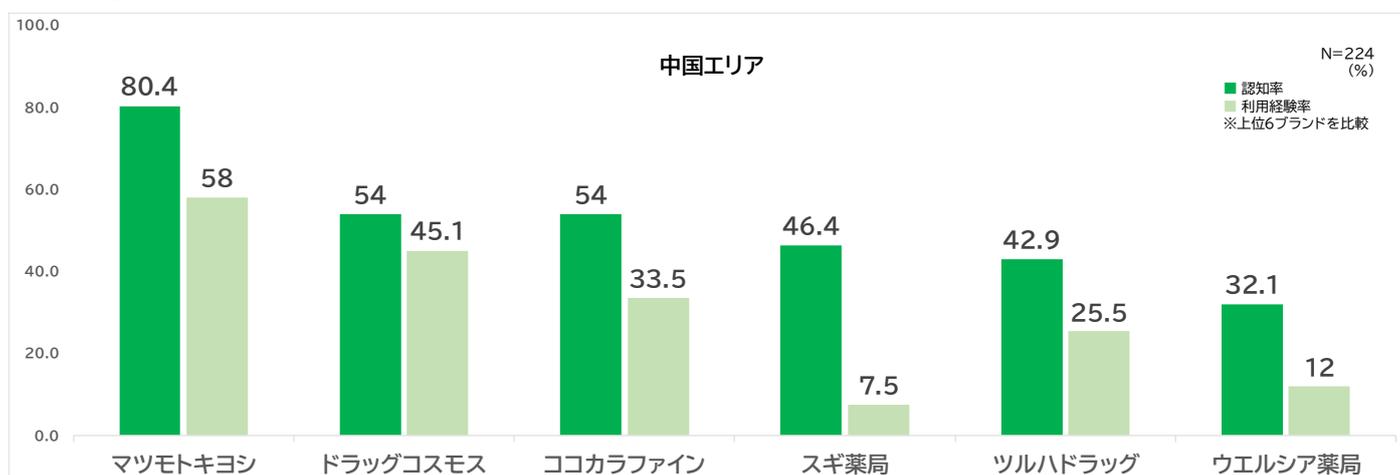
【近畿エリア】

スギ薬局が認知率1位、マツモトキヨシが利用経験率1位となった。スギ薬局については、近畿エリアが中部エリアに次いで出店数が多いため、認知率・利用経験率に大きな影響を及ぼしている可能性が高い。また、ウエルシア薬局も認知、利用経験率が高い。



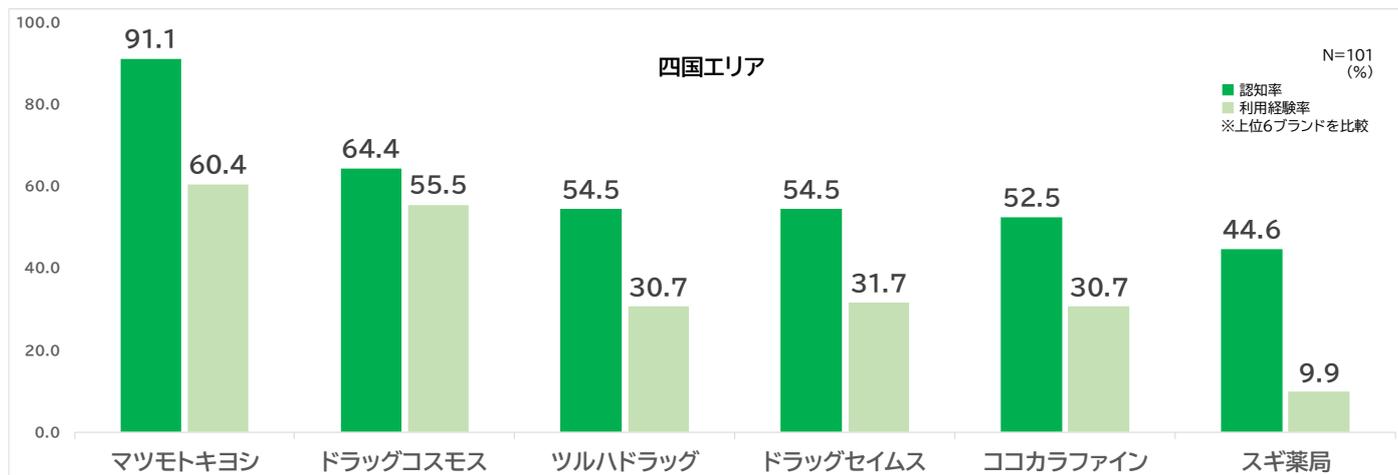
【中国エリア】

マツモトキヨシが認知率・利用経験率ともに1位、ドラッグコスモスが2位となった。ドラッグコスモスは認知率と利用経験率は非常に近い数値を示している。



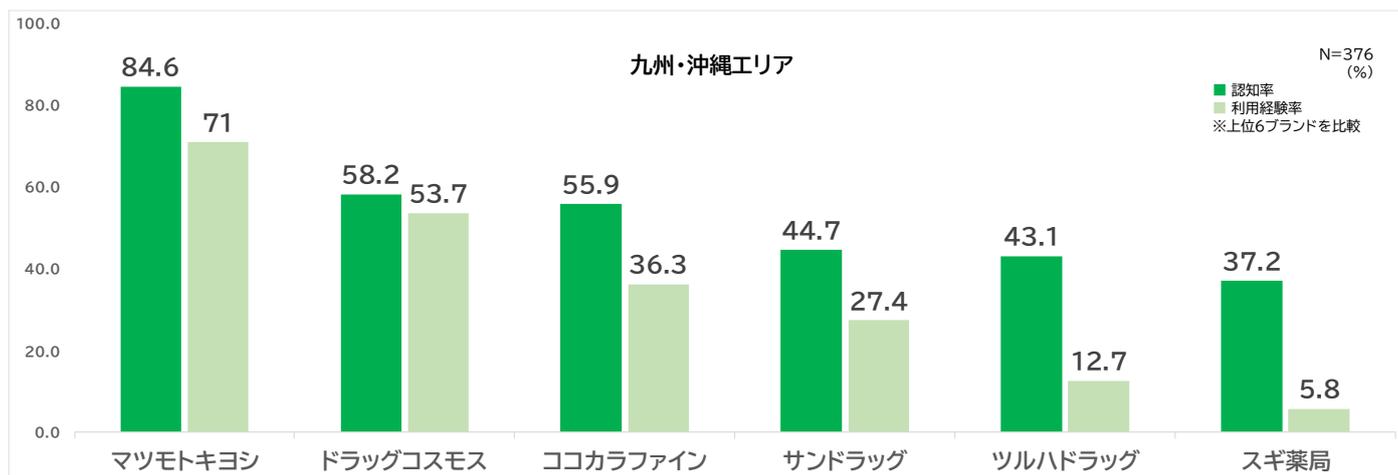
【四国エリア】

マツモトキヨシが認知率・利用経験率ともに1位、また、2位がドラッグコスモスとなった。4県すべてに出店しており、有名ブランドの競合も多いため、このような結果となったと考えられる。



【九州・沖縄エリア】

マツモトキヨシが認知率・利用経験率ともに1位となった。2位がドラッグコスモスとなった。出店数が下記ブランドの中で最も多いと想定され、CM効果、出店エリアの看板認知により、利用経験率も高くなっていると考えられる。中四国、九州・沖縄で認知率2位となったドラッグコスモスは、認知率と利用経験率が非常に近い数値を示しており、ブランドを認知している消費者に対する来店施策が上手くいっていると考えられる。



- ※ 北海道エリアは、北海道。
- ※ 東北エリアは、青森県・岩手県・秋田県・宮城県・山形県・福島県。
- ※ 関東エリアは、茨城県・栃木県・群馬県・埼玉県・千葉県・神奈川県・東京都。
- ※ 中部エリアは、新潟県・富山県・石川県・福井県・山梨県・長野県・岐阜県・静岡県・愛知県。
- ※ 近畿エリアは、三重県・滋賀県・京都府・大阪府・兵庫県・奈良県・和歌山県。
- ※ 中国エリアは、鳥取県・島根県・岡山県・広島県・山口県。
- ※ 四国エリアは、徳島県・香川県・愛媛県・高知県。
- ※ 九州・沖縄エリアは、福岡県・佐賀県・長崎県・熊本県・大分県・宮崎県・鹿児島県・沖縄県。

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社 RJC リサーチ(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