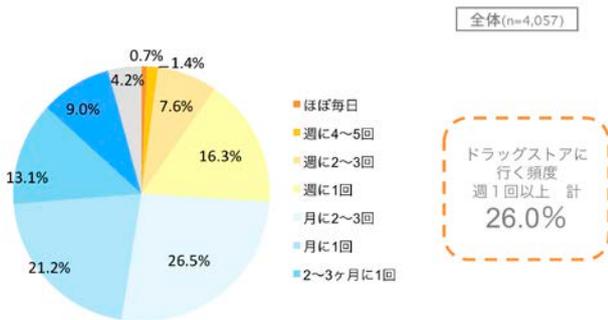


ドラッグストアで日用雑貨を買う女性が7割超…魅力は安さとポイント ～ドラッグストアで一般食品を買う人も3割近く…スーパーのような品揃え求める傾向も～

国内1,200社超が利用する日用品流通の情報基盤を運営する株式会社プラネット(所在地:東京都港区、代表取締役社長:田上正勝)は、日用品にまつわるトピックスをお届けする『Fromプラネット』の第56号としてドラッグストアに関する意識調査の結果をご紹介します。バックナンバー http://www.planet-van.co.jp/news/from_planet.html



性別	合計	ほぼ毎日	週に4~5回	週に2~3回	週に1回	月に2~3回	月に1回	2~3ヶ月に1回	それ以下	ドラッグストアには行かない	週1回以上計
全体	4057	0.7	1.4	7.6	16.3	26.5	21.2	13.1	9.0	4.2	26.0
男性	2399	0.7	1.2	6.2	14.0	23.5	22.9	14.8	11.1	5.6	22.1
女性	1658	0.6	1.6	9.7	19.8	30.5	18.8	10.7	6.1	2.2	31.7
男性-20代	44	6.8	4.5	2.3	11.4	4.5	15.9	13.6	15.9	25.1	25.0
男性-30代	190	1.6	2.1	5.8	14.2	22.1	18.9	12.1	10.0	13.2	23.7
男性-40代	562	0.9	1.2	6.2	15.1	21.5	22.0	14.9	13.2	5.0	23.4
男性-50代	813	0.5	1.2	6.2	12.7	26.0	22.9	15.7	10.5	4.3	20.6
男性-60代	541	0.4	0.6	6.5	13.9	23.5	24.9	15.2	10.7	4.3	21.4
男性-70代	249	0.0	1.2	6.4	16.1	24.5	24.5	12.9	9.2	5.2	23.7
女性-20代	44	2.3	0.0	6.8	25.0	31.8	15.9	9.1	2.3	6.8	34.1
女性-30代	271	1.1	1.5	11.1	16.2	34.9	13.7	10.0	7.4	4.1	29.9
女性-40代	608	0.7	2.5	10.4	21.9	30.4	17.3	9.7	5.3	1.8	35.5
女性-50代	456	0.0	1.5	9.9	18.9	29.2	23.5	11.0	4.2	1.8	30.3
女性-60代	227	0.9	0.4	7.9	19.4	25.5	20.3	13.2	11.5	0.9	28.6
女性-70代	52	0.0	0.0	1.9	19.2	34.7	19.2	15.4	5.8	3.8	21.1

表1 「ふだんドラッグストアに行く頻度を教えてください」についての回答

	6~9時	9~12時	12~15時	15~18時	18~21時	21~24時	その他	特に決まっていない
全体	n=3885	0.8	22.5	24.9	28.0	26.3	4.3	0.0
男性	n=2264	1.0	18.9	22.0	25.9	27.7	5.2	0.0
女性	n=1621	0.6	27.6	28.9	31.0	24.5	3.1	0.0
20代	n=74	5.4	13.5	23.0	31.1	43.2	6.8	0.0
30代	n=425	1.2	20.9	20.9	29.6	35.8	9.9	0.0
40代	n=1131	1.0	20.1	22.9	30.6	31.7	5.4	0.0
50代	n=1226	0.7	21.7	25.4	28.1	29.5	4.0	0.0
60代	n=743	0.4	26.4	28.0	24.2	13.9	1.3	0.0
70代以上	n=286	0.0	30.1	28.7	24.1	5.2	0.0	0.0

職業別	合計	6~9時	9~12時	12~15時	15~18時	18~21時	21~24時	その他	特に決まっていない
全体	3885	0.8	22.5	24.9	28.0	26.3	4.3	0.0	24.0
会社役員・経営者	117	2.6	21.4	22.2	22.2	31.6	5.1	0.0	23.1
会社員	1410	1.4	15.2	17.4	26.5	42.3	7.2	0.0	22.5
自営業	333	0.3	16.5	29.1	27.3	21.3	4.2	0.0	27.0
パート・アルバイト	461	0.7	24.1	26.0	39.5	24.7	3.5	0.0	19.7
公務員	148	0.7	16.2	24.3	23.6	41.9	6.8	0.0	22.3
自由業	101	0.0	10.9	20.8	29.7	20.8	4.0	0.0	36.6
専業主婦(主夫)	630	0.2	38.6	35.7	27.1	8.4	0.6	0.0	23.2
学生	9	0.0	0.0	22.2	33.3	33.3	0.0	0.0	33.3
定年退職	299	0.3	31.8	29.4	24.1	4.0	0.3	0.0	25.4
無職	309	0.6	25.9	30.4	29.4	12.0	2.3	0.0	28.8
その他	68	0.0	22.1	17.6	19.1	23.5	5.9	0.0	33.8

表2 「ふだんドラッグストアに何時頃行きますか」についての回答

調査機関: インターワイヤード株式会社が運営するネットリサーチ『DIMSDRIVE』実施のアンケート「ドラッグストア」。
期間: 2017年1月11日~1月27日、DIMSDRIVE モニター4,057人が回答。表3~表6、エピソードも同アンケートです。

■ ドラッグストアに“週1回以上行く”人が26.0%、女性では31.7%

医薬品はもちろんのこと、日用品や食品も揃うドラッグストアは、身近で便利な存在です。今回はドラッグストアについてアンケートを行い、利用頻度や購入するものなどをまとめました。

はじめに、どのくらいの頻度でドラッグストアを利用するかを聞きました。最も多かったのは「月に2~3回」の26.5%、次いで「月に1回」21.2%、「週に1回」16.3%の順でした。“週1回以上”の数値を合わせると、26.0%。4人に1人以上が週に1回以上利用していることがわかります。

男女別に見ると、男女ともに最も多かったのは、全体の結果と同じく「月に2~3回」で、男性は23.5%、女性は30.5%。しかし、男性では2位に「月に1回」22.9%、女性では「週に1回」19.8%が続きました。“週1回以上”の計で比べると、男性22.1%に対して女性は31.7%と、女性のほうが10%近く上回りました。男性に比べ、女性のほうがドラッグストアの利用頻度が高いようです。

■ 高齢層や専業主婦は日中に、若年層や会社員は仕事帰りに利用

次に、ドラッグストアを利用する時間帯を聞きました。すると、年代によって異なる傾向が見られました。

「9~12時」の午前中に行く人は、20代では13.5%。これに対して、70代以上の高齢層では倍以上の30.1%でした。逆に、「18~21時」の夜間帯については、20代の若年層で43.2%と最も高く、30代・40代でも3割を超えました。30代では「21~24時」という遅い時間帯の利用者も約1割いました。

今度は職業別に見ていくと、「専業主婦(主夫)」の「9~12時」「12~15時」、「定年退職」の「9~12時」、「無職」の「12~15時」が3割を超え、「会社員」「公務員」など勤めている人は「18~21時」が4割を超えていました。「専業主婦(主夫)」や「無職」の人は日中明るい時間帯に利用する人が多く、勤め人は会社帰りにドラッグストアに立ち寄っていると考えられます。それぞれの生活時間に応じて、日常的にドラッグストアを利用している様子が見えられました。

■ 医薬品だけじゃない…女性の6～7割がドラッグストアで日用品・家事用品を購入

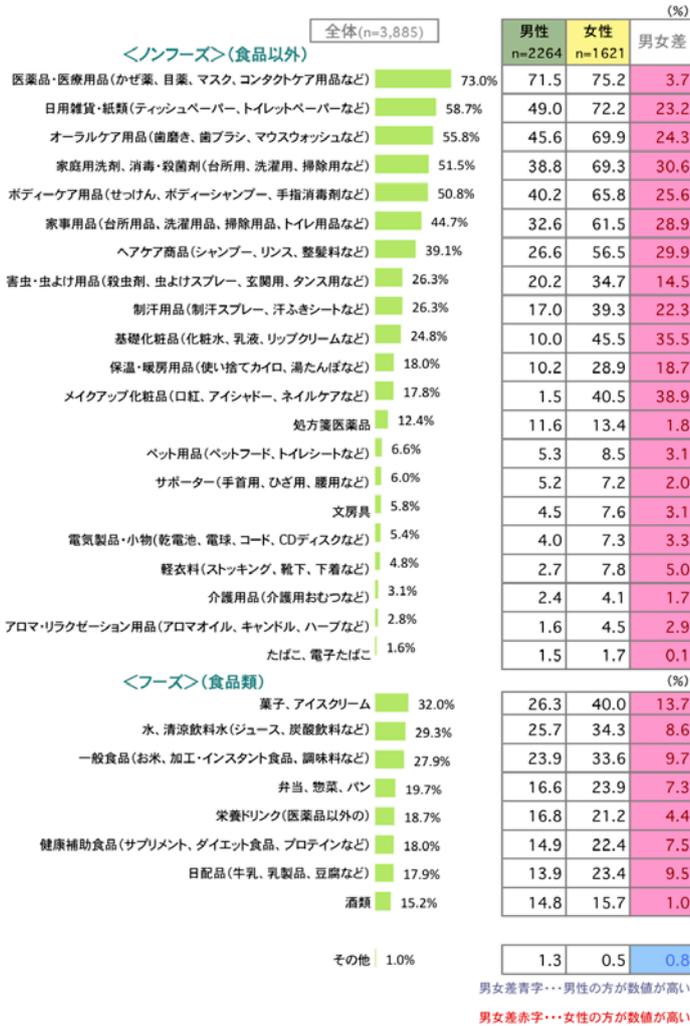


表3 「ふだんドラッグストアで買う商品を教えてください」
についての回答

■ 化粧品も食品もドラッグストアで…40代以下に“何でも揃う”の感覚

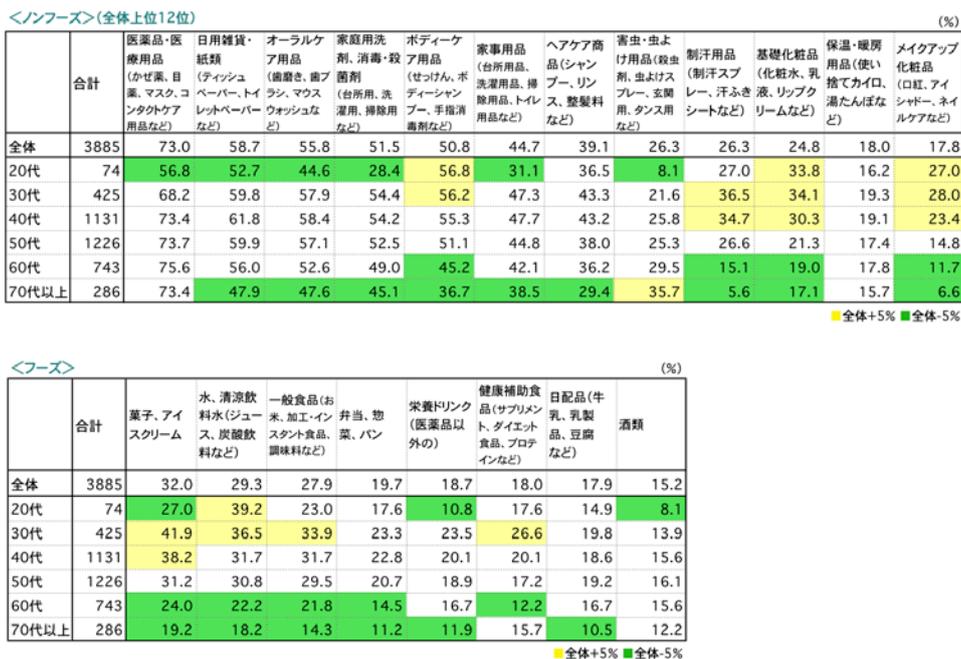


表4 「ふだんドラッグストアで買う商品を教えてください」
(年代別)

今回は、ドラッグストアで何をかうかを尋ねました。1位は「医薬品・医療用品」で73.0%と7割超。ドラッグストアが、まずは医薬品を買う店と認識されていることがわかります。2位が「日用雑貨・紙類」58.7%、3位「オーラルケア用品」55.8%、4位「家庭用洗剤、消毒・殺菌剤」51.5%、5位「ボディケア用品」50.8%となりました。5位までの項目は50%を超え、毎日の生活に欠かせない日用品が占めていました。

男女別に見ると、1位の「医薬品・医療用品」は男女ともに70%を超えていて、大きな差はありません。しかし2位の「日用雑貨・紙類」になると、男性では49.0%に対し、女性は72.2%と、その差は20%以上。以下12位の項目まで、男女差は2ケタあります。女性の数値にさらに注目すると、3位「オーラルケア用品」69.9%、4位「家庭用洗剤、消毒・殺菌剤」69.3%となっていて、女性の7割前後が購入していることがわかります。5位の「ボディケア用品」も65.8%、6位「家事用品」も61.5%と6割超。女性にとってドラッグストアは、医薬品と同程度、暮らしに必要な日用品を買う場所になっていると言えます。

食品類について見てみると、「菓子、アイスクリーム」が32.0%、「水、清涼飲料水」が29.3%、「一般食品」も27.9%と3割前後。牛乳、豆腐などの「日配品」も17.9%と2割弱。ドラッグストアで買う商品が、日用品や生活雑貨にとどまらず、食品にまで広がりがつつあることの表れかもしれません。

さらに年代別に結果を見ると、「ボディケア用品」「制汗用品」「基礎化粧品」「メイクアップ化粧品」が、30代を中心に20～40代で高くなっていました。また「菓子、アイスクリーム」「水、清涼飲料水」「一般食品」などの食品類についても、同様の傾向が見られました。

反対に、多くの項目で、60代・70代以上の中高齢層では低くなっていました。

日用品や化粧品から食品まで、何をかうときでも気軽にドラッグストアを利用する感覚は、特に40代以下で広がっているようです。

■ 女性にとって、ドラッグストアの魅力は何と言っても「ポイントカード」！

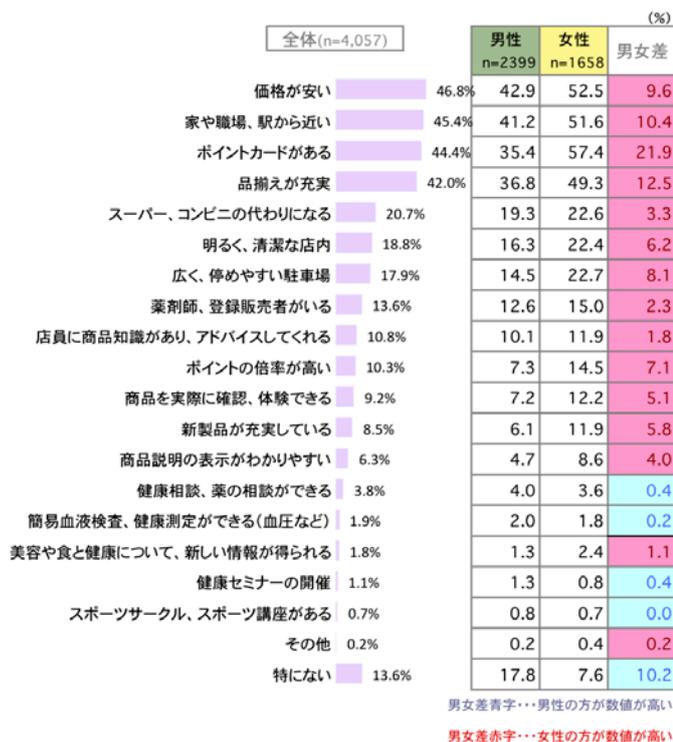


表5 「ドラッグストアの魅力は何ですか」について
の回答

これまでの調査から、医薬品に限定せず、日用品から食品まで日常的にドラッグストアで買い物をする人が増えている傾向が見えてきました。では、ドラッグストアで買物をしている人は、ドラッグストアの何に魅力を感じているのでしょうか。

ドラッグストアの魅力を知ると、1位は「価格が安い」46.8%、2位は「家や職場、駅から近い」45.4%、3位が「ポイントカードがある」44.4%、4位が「品揃えが充実」42.0%。4位までの項目は40%を超えていました。ドラッグストアの魅力の第一は「価格が安い」こと。そして「家や職場、駅から近い」といった買い物しやすい立地や、「品揃え」など置いている商品への満足感も高いことがうかがえました。

男女別に見ると、上位4項目は特に男女差が大きくなりましたが、中でも「ポイントカードがある」では、女性の数値が男性を21.9%も上回りました。また「ポイントカードがある」は全体では3位でしたが、女性では、57.4%で堂々の1位。女性にとって、ドラッグストアを利用する大きな理由の一つに「ポイントカード」があると言えます。「価格が安い」が1位であることも併せると、“おトク感”がドラッグストアを利用する大きな動機になっていると考えられます。

■ ドラッグストアに望むこと…“スーパーの役割”と同時に“薬局の特性”も

	全体 n=4057	性別		男女差
		男性 n=2399	女性 n=1658	
試供品の充実	24.0	17.2	33.8	16.7
香りのテスター、サンプルの充実	18.6	10.0	31.1	21.0
一般のスーパーのような品揃えの充実	16.3	14.3	19.4	5.1
同じ効能でより安価な商品の紹介	15.8	13.5	19.2	5.8
会計待ちをなくしてほしい(セルフレジの導入)	13.8	12.0	16.3	4.3
同じカテゴリー内での商品比較	12.4	9.2	17.1	7.9
簡易血液検査、健康測定(血圧など)ができる	11.0	9.3	13.5	4.3
新製品情報	10.9	8.3	14.5	6.2
営業時間の延長(深夜営業)	10.6	10.0	11.5	1.5
売れ筋ランキング	10.3	8.4	13.1	4.8
試食コーナーの設置	8.8	8.0	9.8	1.7
健康相談、薬の相談ができる	8.0	7.3	9.0	1.8
商品選びの相談ができる	7.3	6.1	9.0	3.0
口コミ情報	6.1	3.8	9.5	5.7

	全体 n=4057	性別		男女差
		男性 n=2329	女性 n=1658	
購入した商品を配達してくれる	4.9	3.7	6.6	2.9
健康セミナーの開催	4.7	3.6	6.2	2.6
イトインコーナーの設置	4.6	3.9	5.5	1.6
購入した商品をすぐ試せるパウダールーム	4.6	3.2	6.5	3.3
インターネットで事前に決裁し、ドライブスルーで受け取れる	4.1	4.1	4.2	0.1
メーカーの工場見学会	3.3	2.5	4.5	2.0
スポーツサークル、スポーツ講座がある	3.1	2.5	3.9	1.4
購入した商品を車まで運んでくれる	2.2	1.9	2.5	0.6
同じ持病や健康の悩みがある人が情報交換できる場の提供	2.1	1.9	2.5	0.7
定期的に商品を配達してくれる	2.1	1.8	2.5	0.6
美容や食と健康について、会報やSNSを通じての情報発信	1.7	1.0	2.7	1.7
その他	1.5	1.9	0.8	1.1
クルマなどでの移動販売をしてくれる	1.1	0.9	1.3	0.4
特になし	35.2	42.9	24.2	18.7

男女差青字・・・男性の方が数値が高い
男女差赤字・・・女性の方が数値が高い

表6 「今後ドラッグストアに望むことは何ですか」についての回答

ドラッグストアに今後望むことは何かを聞きました。1位は「試供品の充実」24.0%。2位「香りのテスター、サンプルの充実」18.6%、3位「一般のスーパーのような品揃えの充実」16.3%と続きました。

男女差に注目すると、ほとんどすべての項目で女性の数値が男性を上回りました。中でも「試供品の充実」の男女差は16.7%、「香りのテスター、サンプルの充実」では21.0%にも。“お金を出して買う前にいろいろ試してみたい”という心理が、女性にはより強いのかもかもしれません。

また、「一般のスーパーのような品揃えの充実」が3位に入っていることは、ドラッグストアに一般のスーパー同様の役割を求める傾向が増していることを示していると言えます。

その一方で、「簡易血液検査、健康測定(血圧など)ができる」という健康関連のサービスも7位に入りました。スーパー並みの役割と同時に、“ドラッグストア＝薬局”らしいサービスへの期待もあることがうかがえます。

■ ドラッグストアの特色は “安くしておトク”と“知識豊富で親切な店員”

《 あなたが行くドラッグストアの特色を教えてください 》

【ポイントが充実！ クーポンや割引サービスも】

- ポイント3倍4倍5倍の日があるのでこの日をねらってショッピングを行います。(女性・60代)
- ポイント5倍デーや10倍デーが多く、ポイントが貯まりやすい。(女性・50代)
- 15%オフのはがきが毎月送られてくるので、まとめ買いをしている。(女性・70代以上)

【とにかく安くおトク！ 食品の品揃えも豊富】

- お菓子がとにかく安い！ ついつい買ってしまう。スーパーなんかよりよっぽど安い。(女性・30代)
- 日配品が安いのでスーパーに行かずに利用することがある。(男性・50代)
- スーパーと対抗できるほど、食料品の品揃えが充実している。(男性・50代)
- 食品・野菜や果物もけっこうあり、冷凍食品がいつでも半額と主婦にはとてもうれしい。(女性・50代)

【他の買い物施設と併設】

- スーパーと併設になったので、一つの場所ですべてが済むので助かる。行く回数も増えた。(女性・50代)
- 大手ホームセンターと大手ディスカウントスーパーに併設しているので行きやすい。(男性・60代)
- 100円均一ショップを併設しているので重宝している。レジが共用でポイントも貯まりやすい。(男性・50代)
- スーパー的要素に加え薬局的機能を持っている。調剤を待っている間に日常の買い物ができる。(男性・60代)

【健康関連のイベントやサービスも】

- 年に1回軽い登山のようなイベントがあり、参加すると健康食品や化粧品のサンプルがもらえる。(男性・40代)
- 体重や内臓脂肪などの測定器があり、無料で測定して診断結果をプリントアウトしてくれる。(女性・50代)
- イオン水を無料で給水して持ち帰ることができる。(男性・70代以上)

【店員が知識豊富で親切】

- 気候の話から、その時期にありがちな症状に効く漢方などをアドバイスしてくれる。(女性・50代)
- 担当の薬剤師に体の状況について把握してもらい適切な助言をいただくことができる。(男性・60代)
- オリジナルのスキンケア商品があって薬剤師さんがアドバイスもしてくれる。(女性・40代)
- 店員さんの接客態度（笑顔・気配り・知識）がよいので継続して利用しています。(女性・60代)

最後に、よく行くドラッグストアにどんな特色があるかを自由回答で聞きました。多かったのは、ポイントサービスやクーポン割引に関するものや「とにかく安い」という声。ポイント加算の倍率が高い日をねらってまとめ買いする人も多いことがわかりました。「日配品が安い」「食料品の品揃えが充実」など、スーパー並みの品揃えが実現しているところも少なくないようです。

一方で、ドラッグストアらしい“健康関連のイベントやサービス”を行っている店も。意外に目立っていたのが、「漢方などをアドバイスしてくれる」「店員さんの接客態度がよい」など、店員に関するエピソード。専門知識のある店員の存在が店に足を運ぶ誘因の一つになっている様子がうかがえました。スーパーのような品揃えや価格の安さ、割引サービスが拡充しつつ、ドラッグストアならではの専門性を生かしたサービスも強化されれば、買い物客にとって一層うれしい存在になってくれそうです。

株式会社プラネットとは <http://www.planet-van.co.jp/>

メーカー、卸売業、小売業がサプライチェーンとして連携し、生活者へのサービス向上を目指して進化を続ける日本の消費財流通を、情報インフラ運営で支えている上場企業(証券コード2391)です。

From プラネットとは http://www.planet-van.co.jp/news/from_planet.html

株式会社プラネットが発信しているニュースレターです。日用品に関する、旬なトピックスや意外な利用シーンなどをご紹介します。

本件に関するお問い合わせ先

(感想や取り上げてもらいたいテーマなどもお寄せください)

株式会社プラネット 経営本部 経営企画部(小中、角田)

Tel : 03-6432-0482 / E-mail : keiei@planet-van.co.jp