

報道関係者各位

2014年3月27日

ソフトブレン・フィールド株式会社

～胃腸薬の13年12月～14年2月購入理由～

胃腸薬のレシートシェアランキング総合トップは「太田胃散」
コンビニではその場で飲める「ソルマック」や
気軽に買える「第一三共胃腸細粒(医薬部外品)」が人気

フィールドマーケティング支援サービスを提供するソフトブレン・フィールド株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:木名瀬博)は、株式会社クレディセゾンとの共同事業である購買理由データ提供サービスのデータをもとに「胃腸薬(医薬部外品含む)」の購入理由を分析しましたので、報告致します。

本リリースでの分析レポートの対象期間は、2013年12月1日～2014年2月28日の3ヶ月間。全国の消費者から報告された962レシートデータをもとに分析しました。

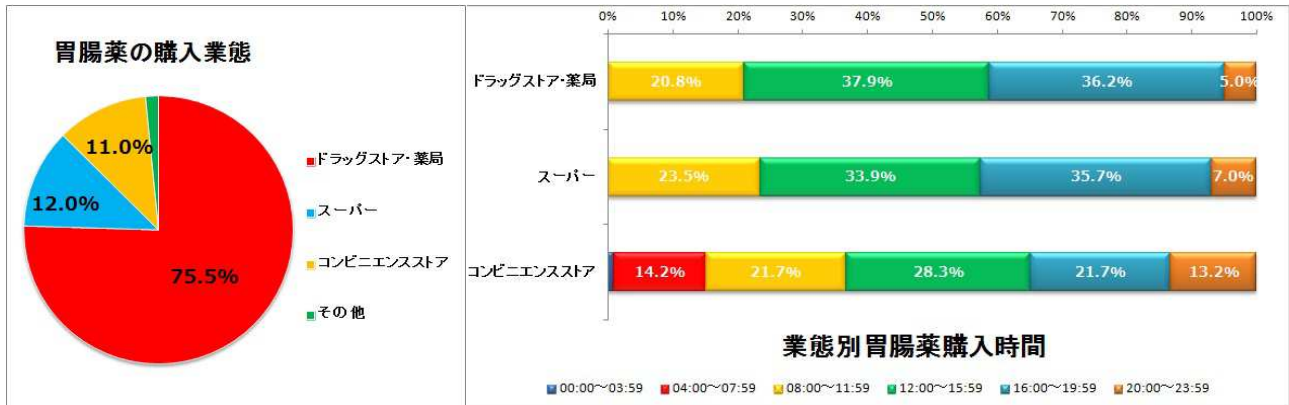
◆「太田胃散」が存在感を発揮

レシートシェアランキング

13年12月度			14年1月度			14年2月度			総合(13年12月度～14年2月度)		レシート数			
1位	太田胃散 太田胃散	13.0%	(→)	1位	太田胃散 太田胃散	14.3%	(→)	1位	太田胃散 太田胃散	12.0%	1位	太田胃散 太田胃散	11.6%	112
2位	大正製薬 大正漢方胃腸薬	8.3%	(↑)	2位	その他	7.9%	(↑)	2位	ロート製薬 パンシロン01+	10.1%	2位	第一三共ヘルスケア 第一三共胃腸薬	7.1%	68
3位	大鵬薬品 ソルマック	7.8%	(↑)	3位	第一三共ヘルスケア 第一三共胃腸薬	7.3%	(→)	3位	第一三共ヘルスケア 第一三共胃腸薬	7.4%	3位	ロート製薬 パンシロン01+	6.9%	66
4位	その他	6.9%	(↑)	4位	興和 新キャベジンコーワS	6.7%	(↑)	4位	大正製薬 大正漢方胃腸薬	6.6%	4位	その他	6.8%	65
5位	第一三共ヘルスケア 第一三共胃腸薬	6.6%	(↑)	5位	ロート製薬 パンシロン01+	5.8%	(↓)	5位	その他	5.0%	5位	大正製薬 大正漢方胃腸薬	6.7%	64
6位	第一三共ヘルスケア 第一三共胃腸細粒 (医薬部外品)	6.4%	(↓)	6位	大正製薬 大正漢方胃腸薬	5.0%	(↑)	6位	大鵬薬品 ソルマック	4.7%	6位	大鵬薬品 ソルマック	5.8%	56
7位	ロート製薬 パンシロン01+	5.5%	(↓)	7位	大鵬薬品 ソルマック	4.7%	(↓)	7位	興和 新キャベジンコーワS	4.3%	7位	興和 新キャベジンコーワS	5.3%	51
8位	興和 新キャベジンコーワS	4.7%	(↑)	8位	第一三共ヘルスケア ガスター10	4.1%	(↑)	8位	第一三共ヘルスケア 第一三共胃腸薬プラス	3.9%	8位	第一三共ヘルスケア 第一三共胃腸薬プラス	3.8%	37
9位	第一三共ヘルスケア 第一三共胃腸薬プラス	4.4%	(↑)	9位	エーザイ セルベール	3.5%	(↑)	9位	小林薬品 ハリイ胃腸内服液	3.5%	9位	エーザイ セルベール	3.4%	33
10位	エーザイ セルベール	3.9%	(↓)	10位	第一三共ヘルスケア 第一三共胃腸薬プラス	3.2%	(↑)	10位	エスエス製薬 エスエス胃腸顆粒 (医薬部外品)	3.5%	10位	第一三共ヘルスケア ガスター10	3.4%	33

胃腸薬の期間中における購入は962レシートとなりました。レシートシェアの1位は「太田胃散 太田胃散」で11.6%、3ヶ月間連続1位でした。2位は「第一三共ヘルスケア 第一三共胃腸薬」で7.1%、3位はロート製薬 パンシロン01+」で6.9%でした。

◆コンビニが早朝と深夜の胃腸薬需要に対応



胃腸薬の購入場所を業態別に見ると、ドラッグストア(薬局を含む)が75.5%、スーパーが12.0%、コンビニエンスストア(以下、コンビニ)11.0%、その他が1.6%でした。このうちドラッグストア、スーパー、コンビニにおける時間帯ごとの購入比率を見ると、コンビニでは「4:00~7:59」に購入した人の比率が14.2%、「20:00~23:59」に購入した人の比率が13.2%となっており、早朝と深夜の胃腸薬需要を取り込んでいることが数字に表れました。

◆ドラッグストアとコンビニでは売れ筋が異なる

業態別レシートシェアランキング

ドラッグストア・薬局			スーパー			コンビニエンスストア		
1位	太田胃散 太田胃散	13.2%	1位	小林薬品 ハリー胃腸内服液	20.0%	1位	大鵬薬品 ソルマック	31.1%
2位	ロート製薬 パンシロン01+	8.5%	2位	大正製薬 大正漢方胃腸薬	12.2%	2位	第一三共ヘルスケア 第一三共胃腸細粒 (医薬部外品)	25.5%
3位	第一三共ヘルスケア 第一三共胃腸薬	8.3%	3位	太田胃散 太田胃散	11.3%	3位	エスエス製薬 エスエス胃腸顆粒 (医薬部外品)	17.0%
4位	その他	8.1%	4位	第一三共ヘルスケア ガスター10	8.7%	4位	興和 キャベ2コーワソフト (医薬部外品)	10.4%
5位	大正製薬 大正漢方胃腸薬	6.5%	5位	第一三共ヘルスケア 第一三 共胃腸薬/興和 新キャベジ ンコーワS	6.1%	5位	興和 液キャベコーワ	4.7%

業態ごとのレシートシェアを見ると、それぞれトップは異なりました。ドラッグストアでは総合トップの「太田胃散」が13.2%で1位でしたが、スーパーでは「小林薬品 ハリー胃腸内服液」が20.0%で1位、コンビニでは「大鵬薬品 ソルマック」が31.1%でトップとなりました。

上位5位のうちドラッグストアとスーパーでは3つが重なっており、売れ筋商品は似た傾向となりましたが、コンビニではまったく異なるランキングとなりました。2位にランクインしたのは「第一三共ヘルスケア 第一三共胃腸細粒(医薬部外品)」で25.5%、3位は「エスエス製薬 エスエス胃腸顆粒(医薬部外品)」で17.0%、4位は「興和 キャベ2コーワソフト(医薬部外品)」で10.4%、5位は「興和 液キャベコーワ」で4.7%となっており、その場で飲むことのできるドリンクタイプ、気軽に購入できる細粒タイプ、顆粒タイプの医薬部外品のシェアが高いことがわかりました。

◆コンビニでの胃腸薬購入はトライアル要素が高い傾向に

胃腸薬レシートシェア (ドラッグストア・薬局上位3位)	太田胃散 太田胃散	ロート製薬 バンシロン01+	第一三共ヘルスケア 第一三共胃腸薬
魅力的な商品特徴があったから	83.6%	82.3%	78.3%
いつも買っているから	82.7%	62.1%	66.7%
価格がお手頃だったから	65.9%	66.1%	69.2%
家族が気に入っているから	55.5%	45.2%	41.7%
良く売れていそうだったから	30.0%	29.0%	30.8%
特売・セールされていたから	25.9%	28.2%	40.0%
試し買してみたくなったから	15.5%	22.6%	28.3%
パッケージに惹かれたから	15.9%	18.5%	20.8%
胃腸薬レシートシェア (スーパー上位3位)	小林製薬 ハリー胃腸内服液	大正製薬 大正薬方胃腸薬	太田胃散 太田胃散
魅力的な商品特徴があったから	87.0%	82.1%	82.1%
いつも買っているから	52.2%	82.1%	78.6%
価格がお手頃だったから	100.0%	71.4%	57.1%
家族が気に入っているから	82.6%	50.0%	60.7%
良く売れていそうだったから	0.0%	46.4%	25.0%
特売・セールされていたから	0.0%	53.6%	21.4%
試し買してみたくなったから	0.0%	14.3%	25.0%
パッケージに惹かれたから	0.0%	35.7%	14.3%
胃腸薬レシートシェア (コンビニエンスストア上位3位)	大塚薬品 ソルマック	第一三共ヘルスケア 第一三共胃腸細粒(医薬部外品)	エスエス製薬 エスエス胃腸顆粒(医薬部外品)
魅力的な商品特徴があったから	89.4%	77.8%	58.3%
いつも買っているから	59.1%	38.9%	61.1%
価格がお手頃だったから	28.8%	68.5%	80.6%
家族が気に入っているから	28.8%	33.3%	8.3%
良く売れていそうだったから	24.2%	33.3%	25.0%
特売・セールされていたから	9.1%	13.0%	2.8%
試し買してみたくなったから	13.6%	46.3%	25.0%
パッケージに惹かれたから	16.7%	37.0%	16.7%

各業態でレシートシェア上位3つに入った商品について、その業態で購入した理由を見てみると、ドラッグストアでは「魅力的な商品特徴」、「いつも買っている」、「値頃感」、「家族が気に入っている」などの理由が購入を後押ししており、家庭の常備品として胃腸薬を購入している様子がうかがえました。

また、スーパーでレシートシェアトップだった流通限定PBの「ハリー胃腸内服液」では、全ての購入者が「値頃感」を理由に挙げており、価格競争力の強さが購入に結びついていることがわかりました。

コンビニで売られている胃腸薬についてはドリンクタイプの「ソルマック」では「魅力的な商品特徴」や「いつも買っている」を挙げた人が多く、ヘビーユーザーが購入していることがわかりました。一方、「第一三共胃腸細粒(医薬部外品)」と「エスエス胃腸顆粒(医薬部外品)」では、「魅力的な商品特徴」に加えて、「値頃感」を挙げる人が多く、1包～3包単位で手軽に購入できるこれらの商材がコンビニを利用する客層のニーズにマッチしていることがうかがえました。

総合レシートシェアランキング上位3位の具体的な購入理由を見ると、いずれもロイヤルユーザーが購入している様子が伺えました。

●「太田胃散」

「いつも購入していて家になくなったので購入しました。子供のころから実家で飲んでいたので安心感があり、苦さとクールな味が効きそうでいつも購入しています」(37歳女性・既婚)

「太田胃散は家族が一番気に入っている胃薬ですので常備薬として購入しました。」(63 歳女性・既婚)

●「第一三共胃腸薬」

「いつも服用していて効能がわかっていたのと、とても安かったのが理由です。」(46 歳男性・未婚)
「ここ数年はこの商品だけ使用していて、効果が実感できているので気に入っています。ラインのクーポンで更に割引が受けられる日だったのでストックとして迷わず購入しました」(53 歳女性・既婚)

●「パンシロン 01+」

「たまに胃の調子が悪くなるので常備薬として購入しました。昔から、この商品を飲んでいるので安心して飲めます。胃薬は、これが一番相性が良いようです。切らさないようにしています。」(48 歳男性・未婚)

「いつも使用している胃薬なので、変えるとしてもどれがいいのかわからないし、価格的にも量的にも十分だったので決めた。」(32 歳女性・未婚)

またコンビニでレシートシェア上位だった商品については、「飲み過ぎで二日酔い気味だったので購入した。」(37 歳女性・既婚、**ソルマック**をコンビニで購入)、「少量欲しかったので丁度良い量だったので購入した」(65 歳女性・既婚、**第一三共胃腸薬(医薬部外品)**をコンビニで購入)、「食べ過ぎにより、急に必要となったためコンビニに立ち寄ったところ、この商品だけがなかったので購入しました。」(40 歳男性・未婚、**エスエス胃腸顆粒(医薬部外品)**をコンビニで購入)、「携帯用の胃薬を切らしていたので。家で常備薬とは別によく、この商品を携帯用に買っています。」(45 歳女性・未婚、**キャベ2コーワソフト(医薬部外品)**をコンビニで購入)、「商品のパッケージを見て効きそうな感じなので決めました。」(47 歳男性・未婚、**液キャベコーワ**をコンビニで購入)といった意見が寄せられました。

お酒を飲む機会が多く、胃腸薬の需要が高まる年末年始。そうしたなかでレシートデータから見えるのは、どこで買うのかによって購入理由がまったく異なることでした。特に 24 時間営業のコンビニでは、その業態特徴にあった商品が売れていることが有意に確認できました。またコンビニで売れている商材についてはメーカー名、ブランド名に対する信頼から買われている傾向もありました。そうしたブランドの価値を活かした商品開発がコンビニの店頭では訴求力を発揮すると言えそうです。

【サービス概要】

- ◆ サービス名： 購買理由データ提供サービス
- ◆ クレディセゾン「永久不滅.com」サイト上のサービス名： 『レシートで貯める』
- ◆ 購買理由収集対象者： 910 万人のクレディセゾンのネット会員の内、当サービス登録会員
- ◆ 購買理由収集の方法：
 - 指定カテゴリー(約 50 カテゴリー)の商品を実際に購入した会員が、その購買理由をレシート画像と共に報告
 - 登録会員に、対価としてクレディセゾンが運営するポイントサイト「永久不滅.com」にてポイントを付与
- ◆ 購買理由データの販売先： 消費財メーカー
- ◆ 購買理由データの提供方法： 契約企業に専用 WEB サイトを通してデータを提供

◆ 当事業の特長：

- 日本初のレシートによる購買証明付き購買理由データ
- 910万人のクレディセゾンのネット会員を基盤とした購買理由情報
- 週次POSデータとの連動分析を可能とする週次購買理由データ

◆ サービス詳細参照ページ：<http://www.sbfield.co.jp/service/pob.html>

◆ 購買理由データ提供事業の全体図：



【ソフトブレイン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレイン・フィールド株式会社は、ソフトブレイン株式会社(市場名:東証1部・4779、本社:東京都中央区、設立年月日:1992年6月17日、代表取締役社長:豊田浩文)のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ約50,000名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など110,000店舗以上をカバーし、営業支援(ラウンダー)や市場調査(ミステリーショッパー、店頭調査など)を実施しています。

当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第1号事業として独立しました。

本社所在地：東京都千代田区有楽町2-2-1 ラクチョウビル7階

設立：2004年7月

資本金：151,499,329円

代表取締役社長：木名瀬 博

URL：<http://www.sbfield.co.jp/>

【サービスに関するお問い合わせ先】

ソフトブレイン・フィールド株式会社

山室(やまむろ)/神谷(かみたに)

TEL:03-5537-5496 FAX:03-5537-5982

お問い合わせフォーム：<https://www.sbfield.co.jp/inquirytop/>

【報道関係お問い合わせ先】

ソフトブレイン・フィールド株式会社

戦略企画室 柳原(やなぎはら)/具志堅(ぐしけん)

TEL:03-5537-5981 FAX:03-5537-5982

MAIL: solution@sbfield.com