

# ドリンク剤

## 商圏特性を考えた商品構成と食品や薬との関連購買も視野に

夏バテや病気時の疲労回復など、夏季に向けて需要が高まるドリンク剤のカテゴリー。従来、ドリンク剤は働き盛りの男性向けの商品イメージが強かったが、最近では女性向けの商品や高齢者の栄養補給的な側面での利用も増えてきている。最新のデータからドリンク剤に求められているMDを考察する。

データ協力: カスタマー・コミュニケーションズ

### 主要購入層は40~60代 夏季・年末年始に山場

サラリーマン御用達ともいわれる瓶入りの栄養ドリンク剤カテゴリー。近年はエナジードリンクブームの影響を受けたこともあってダウントレンドが続いている。2014年6月から15年5月のドリンク剤の売上げは、数量ベースで前年対比91.34%、金額ベースで93.06%といずれも前年を割り込む結果となっている。

ドリンク剤の月別売上高の推移を見てみると、7、8月の夏季と年末年始に売上げ

が伸びていることがわかる(図表①)。夏は猛暑によるスタミナ不足の補給、冬は風邪などの症状が出た際に購入するケースが多いためと推測される。

ドリンク剤には「医薬品」のタイプと「医薬部外品」タイプがあり、その中でも100ml前後のレギュラーサイズと50ml前後のミニドリンクタイプに分かれる。最近では就寝前にも服用しやすいノンカフェインタイプのミニドリンク商品も増え、男性だけでなく女性に向けた商品も多く見受けられる。

図表②の世代別の売上高を見てみると、ドラッグストア(DgS)でのドリンク剤購

入層は男女ともに40代から60代に集中していることがわかる。部門別で見ると割合が高いのはミニドリンクの医薬品とレギュラーサイズの医薬部外品で、この2種で全体の約8割を占めている。

最近の傾向として、エナジードリンクの動きが落ち着いてきたことや、各社がドリンク剤の新商品を発表し、テレビCMなど露出の機会が増えた影響等もあり、医薬品、医薬部外品ともに10代、20代の若年層のユーザーも徐々に増えてきている。ただ70代、80代のシニア層の割合も決して小さくなく、80代は10代・20代の合計、70代は30代よりも高くなっている。20代以上の働き盛りの年代が飲むイメージの強いドリンク剤だが、実際にはシニア層の購入の割合が多いことが見て取れる。

### 40代以上は10本パックが中心 20・30代男性は単品買い

コンビニエンスストア(CVS)などでは単品購入が中心だが、DgSでは10本パックなどのまとめ買い購入が多い。図表③の本数別の売上げを見てみると、40代以上は10本ケースでの購入が多く、とくに70・80代のシニア層では半数以上が10本パックを購入していることがわかる。

男性は女性に比べて単品での購入が多く、20・30代の割合は高めた。ここから通勤時や休憩時に駅前やオフィス街にある店舗で購入し、その場で飲用するシーンが推測される。即飲することを考えると、冷蔵ケースでの展開は必須であり、展開場所も重要なファクターとなる。3本パックについては男女ともに20代の割合が高く単身者、または自分専用のストックとして購入しているケースも多いようだ。また農業が盛んな地域などでは仕事の後、作業者にドリンク剤を配る慣習があり、ケースで購入するなどストック需要も高まっているという。このことから立地や世帯構成など、商圏特性に合わせて品揃えを変えていくことが重要になる。

売れ筋ランキングで年代による差がどのように出るのか、40代と60代で比較してみよう(図表④)。1位から3位までは同じ商

品だが、4位以降、順位や商品に差が出ている。40代では肝臓をいたわる「ゼリア新へパリーゼドリンク 50ml×3本」が8位、肌ケアで女性に人気の「チョコラBBローヤル2 50ml×3本」が13位に入っているが、60代のランキングには入っていない。また40代ではカロリーを抑えた「リポビタンファイン」やノンカフェインの「リポビタンフィール」が上位に入っているのに対し、60代では15位に「リポビタンファイン」が入るのみとなっている。

60代では、「リポビタンD」、「リポビタンゴールド」、「チオビタ」、「チオビタゴールド」、「アリナミンV」、「新グロモント」、「エスカップ」とNBの10本セットが多くランクインしている。またリピート率についても、1位の「リポビタンD 100ml×10本」は42.16%、2位の「チオビタドリンク 100ml×10本」も38.65%と他の年代に比べて高くなっている。

### 同時併買率に見る 関連購買の新たな可能性

次にドリンク剤と同時に購入されている商品について見てみよう。同時併買者数を基準にしたランキングを見ると、1位に衣料用合成洗剤、2位に健康食品、3位にティッシュペーパー、以下20位まで日雑や食品など、DgSの定番商品が並ぶ。

しかしこれを傾向値で見ると、併買に関する新たな側面を見ることができる。傾向値

図表① ドリンク剤の月別売上指数 期間:2014.06.01~2015.05.31

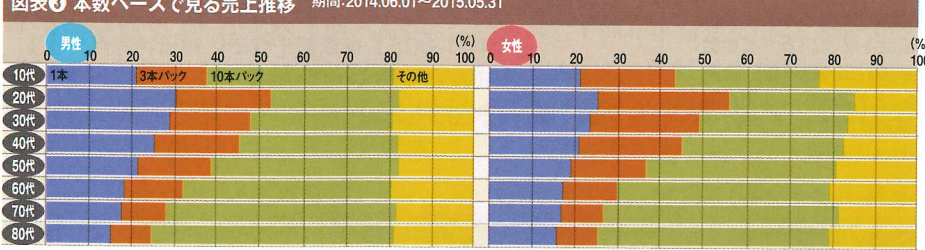
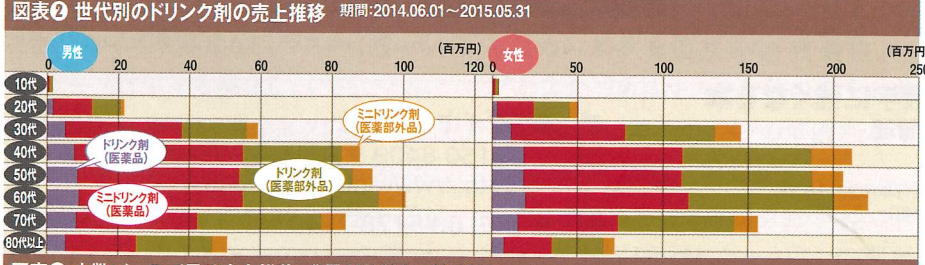
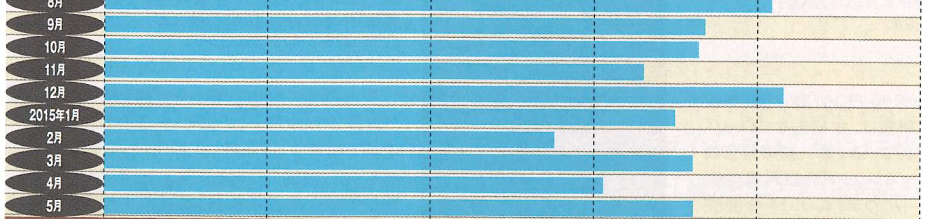
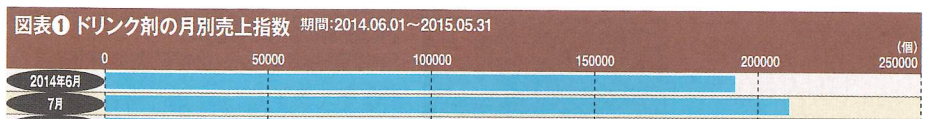
40代			60代		
順位	商品名称	分類	順位	商品名称	分類
1	リポビタンD 100ml×10本	ドリンク剤(指定医薬部外品)	1	リポビタンD 100ml×10本	ドリンク剤(指定医薬部外品)
2	チオビタドリンク 100ml×10本	ドリンク剤(指定医薬部外品)	2	チオビタドリンク 100ml×10本	ドリンク剤(指定医薬部外品)
3	PB H 50ml×4本	ミニドリンク剤	3	PB H 50ml×4本	ミニドリンク剤
4	エスカップ 100ml×10本	ドリンク剤(指定医薬部外品)	4	リポビタンゴールドN 50ml×10本	ミニドリンク剤
5	新グロモントA 100ml×10本	ドリンク剤(指定医薬部外品)	5	新グロモントA 100ml×10本	ドリンク剤(指定医薬部外品)
6	PB	ドリンク剤(指定医薬部外品)	6	エスカップ 100ml×10本	ドリンク剤(指定医薬部外品)
7	リポビタンD 100ml	ドリンク剤(指定医薬部外品)	7	アリナミンV 50ml×10本	ミニドリンク剤(指定医薬部外品)
8	ゼリア 新へパリーゼドリンク 50ml×3本	ミニドリンク剤	8	PB	ドリンク剤(指定医薬部外品)
9	リポビタンファイン 100ml×3本	ドリンク剤(指定医薬部外品)	9	リポビタンD 100ml	ドリンク剤(指定医薬部外品)
10	リポビタンフィール 100ml×3本	ドリンク剤(指定医薬部外品)	10	ユンケル黄金液 30ml×3本	ミニドリンク剤
11	リポビタンゴールドN 50ml×10本	ミニドリンク剤	11	新ミオDコープ100 50ml×2本	ミニドリンク剤(指定医薬部外品)
12	チオビタドリンク 100ml	ドリンク剤(指定医薬部外品)	12	チオビタゴールド 30ml×10本	ミニドリンク剤
13	チョコラBBローヤル2 50ml×3本	ミニドリンク剤(指定医薬部外品)	13	PB	ドリンク剤
14	ユンケル黄金液 30ml×3本	ミニドリンク剤	14	ファイトDX3000	ドリンク剤
15	リポビタンファイン 100ml	ドリンク剤(指定医薬部外品)	15	リポビタンファイン 100ml×3本	ドリンク剤(指定医薬部外品)

とは、同時併買分析について上位にランキングされた商品より「より競合度の高い(もしくは関連の高い)商品」を発見するために、市場の売れ行き状況と比較して関連が高いかどうかを判断する指数の一つ。傾向値が100%を超えていれば購入傾向が高い、100%未満であれば低いといえる。人数傾向値では、「風邪薬」が282.65%と非常に高い数値を示したほか、「健康食品」151.71%、「スポーツドリンク」150.16%と、風邪の時に一緒に購入する商品群の数値が高い。これら3点については回数傾向値でも高い数値を示した。

興味深いのは「コーヒードリンク」(114.76%)、「日本茶・麦茶ドリンク」(116.29%)、「炭酸フレーバー」(102.97%)といった飲料類に加え、「キャンディ・キャラメル」(110.36%)、「カップ麺」(106.38

%)という商品群もドリンク剤と一緒に購入されているケースが多いという点だ。カップ麺やキャンディ類とドリンク剤の関連は通常考えにくいだが、たとえばカップ麺の栄養の偏りを気にしてドリンク剤を購入することや、仕事の気分転換としてドリンク剤と合わせてキャンディ類を購入する、といったことも考えられる。

ドリンク剤の売場は冷蔵ケースの単品と3本パック、定番棚の下段や特売の催事スペースで10本パックを展開することが多いが、ここまでのデータから風邪薬やサプリ、飲料や食品など、関連商品との紐付けにより数値を伸ばす余地はあるといえる。多箇所展開するのは難しくても、関連性の高い商品のそばにPOPを貼る等、気付きを与えることで買上点数をアップさせていきたいところだ。



図表⑥ ドリンク剤の同時併買分析 期間:2015.03.01~2015.05.31

カテゴリー名	同時併買者数(人)	同時併買者比率	同時併買回数(回)	同時併買回数比率	同時併買者構成比	購入者構成比	人数傾向値	同時併買回数構成比	購入回数構成比	回数傾向値
1 衣料用合成洗剤	34,454	13.99%	42,784	9.67%	7.53%	7.73%	97.44%	7.63%	7.98%	95.53%
2 健康食品	30,937	12.56%	40,444	9.14%	6.76%	4.46%	151.71%	7.21%	4.68%	153.90%
3 ティッシュペーパー	30,601	12.43%	37,627	8.50%	6.69%	6.84%	97.76%	6.71%	6.68%	100.41%
4 スナック	28,096	11.41%	35,598	8.04%	6.14%	6.61%	92.85%	6.34%	8.13%	78.00%
5 トイレペーパー	27,315	11.09%	33,793	7.64%	5.97%	6.77%	88.21%	6.02%	6.97%	86.46%
6 柔軟剤	26,316	10.69%	32,697	7.39%	5.75%	6.00%	95.85%	5.83%	6.32%	92.23%
7 チョコレート	25,738	10.45%	32,068	7.25%	5.62%	5.70%	98.75%	5.72%	6.29%	90.94%
8 歯磨き	25,665	10.42%	28,586	6.46%	5.61%	6.61%	84.87%	5.09%	5.11%	99.67%
9 キャンディ・キャラメル	22,191	9.01%	26,833	6.06%	4.85%	4.39%	110.36%	4.78%	4.42%	108.29%
10 シャンプー	21,832	8.87%	24,392	5.51%	4.77%	6.26%	76.23%	4.35%	5.05%	86.11%
11 歯ブラシ	20,880	8.48%	23,339	5.27%	4.56%	5.27%	82.91%	4.16%	4.34%	95.94%
12 かぜ薬	20,829	8.46%	24,226	5.47%	4.55%	1.61%	282.65%	4.32%	1.25%	345.15%
13 カップ麺	19,951	8.10%	25,585	5.78%	4.36%	4.10%	106.38%	4.56%	4.66%	97.93%
14 スポーツドリンク	19,353	7.86%	24,325	5.50%	4.23%	2.82%	150.16%	4.34%	2.92%	148.38%
15 生理用品・用具	19,251	7.82%	22,005	4.97%	4.21%	5.71%	73.68%	3.92%	5.08%	77.23%
16 ボディシャンプー・リンス	17,624	7.16%	20,076	4.54%	3.85%	4.85%	79.34%	3.58%	4.01%	89.18%
17 コーヒードリンク	17,266	7.01%	23,769	5.37%	3.77%	3.29%	114.76%	4.24%	4.31%	98.27%
18 ビスケケット・クッキー	16,812	6.83%	19,984	4.52%	3.67%	4.26%	86.28%	3.56%	4.15%	85.86%
19 日本茶・麦茶ドリンク	16,264	6.60%	22,144	5.00%	3.55%	3.06%	116.29%	3.95%	3.71%	106.31%
20 炭酸フレーバー	16,241	6.60%	20,790	4.70%	3.55%	3.45%	102.97%	3.71%	3.95%	93.89%