

ドラッグストア

店内放送 CM メディア

2025年版



© rocket Inc. All Rights Reserved



# 全国ドラッグストア店内放送CM



USENの有線音楽放送網は国内シェア95%、多くのチェーン企業様にご利用いただいております。今回、各ブラックストアチェーン様と個別に調整を行い、店内放送を広告メディア化いたしました。

全国のドラッグストアで一斉配信！

USEN放送網を活用した音声インストアメディア！  
店内のお客様及び店舗スタッフ全員に対して、音声CMを  
活用し商品情報やキャンペーン情報を刷り込みます。



全国のドラッグストア にて放送

総店舗数は、約**9,550**店舗

接触人数は**約1億7,190万人以上**/月

掲出時間・期間は、

1時間あたり**30秒×2回**、1ヶ月間



※メーカー営業担当とバイヤー商談による決定が必須となります。

## 実施メリット

## ①確実な流通効果

約9,435店のドラッグストアで働く従業員に毎日頻度高くリーチすることができるため、自発的な欠品チェック、フェイス出しなどの効果が期待できる。

## ②店内全方位へのアプローチが可能

POP各種とは違い、「音」という媒体特性上、商品の棚前だけでなく、ショッパーが店内どこにいてもアプローチが可能。

## ドラッグストアCMパッケージ

※2023年11月～

名称	放送店舗 数	1回OA回数	1店舗OA回数	期間	考査パターン
クリエイトエス・ディー	650 店舗	30秒	2回/1時間	1ヶ月	
ウェルパーク	130 店舗	30秒	2回/1時間	1ヶ月	
クスリのアオキ	800 店舗	30秒	2回/1時間	1ヶ月	
ツルハ	1280 店舗	30秒	2回/1時間	1ヶ月	A
サンドラッグ	810 店舗	30秒	2回/1時間	1ヶ月	
スギ薬局	1380 店舗	30秒	2回/1時間	1ヶ月	
ウエルシア薬局	1900 店舗	30秒	2回/1時間	1ヶ月	
ココカラファインググループ(旧)	1100 店舗	30秒	2回/1時間	1ヶ月	
マツモトキヨシHD(旧)	1500 店舗	30秒	2回/1時間	1ヶ月	B

※ ココカラファインググループ(旧) = セガミ、セイジョー、ジップドラッグ、スズラン薬局、ライフオート、くすりのえびな、コダマ、ココカラファイン

※ ツルハ=ツルハ、ツルハドラッグ ※ マツモトキヨシグループ(旧) = マツモトキヨシ、ぱぱす、トウブドラッグ、甲信越販売、中四国販売、九州販売等

※各リテールにより考査方法が異なります。 考査パターンABの詳細は次頁に記載ございます

NET価格

■全店放送料金 **最大6,300,000円 [税抜]**

※各リテール毎の出稿単価は守秘義務上、開示できません。放送料金は考査OKとなったりテールの積み上げ合計にて確定となります。

【ご参考】9,550店舗×600人（1日あたり平均：来店客数）×30日=のべ約1億7,190万人／月間

[平均滞在時間 20分] → 来店者の2/3にリーチ=約11,460万リーチ／月間 (30分に1回放送)

630万円÷約11,460万リーチ×1,000人=54円 ※ 1人当たり0.054円

※出稿期間：1ヶ月  
※店舗数は変動の可能性がございます。



## 媒体概要



- 対象商品：マツモトキヨシ・ホールディングス、ココカラファインで取り扱いのある製品（導入店舗が90%以上ある製品）
- 放送開始日：任意
- 放送時間帯：店舗の営業時間に準ずる。
- 実施店舗数：MK・MKE・MKC・MKQ・ぱぱす・その他=1500店舗、ココカラファイン=1100店舗  
(2023年4月時点)

※店内音声CMのご実施にあたっては、マツモトキヨシ、ココカラファインの販促課様の実施可否確認がございます。

マツモトキヨシ・ココカラファインで実施の場合は、事前にお客様にてバイヤーへご商談いただき、放送内容の承諾を得る必要がございます。（了承頂いたご担当バイヤーのお名前をお伝えください）

※考査フローに関しては、別途お問合せください。

## CM放映規模／金額

プラン名	合計店舗数	媒体費（税別）	O.A時間	O.Aタイミング
1ヶ月プラン（マツモトキヨシグループ）	1,500店舗	¥1,500,000	30秒	2回／1時間
1ヶ月プラン（ココカラファイングループ）	1,100店舗		30秒	2回／1時間

### ■ 備考：

※完全データの入稿は、WAV形式【30秒尺】をお願い致します。

※完全データでの入稿以外は、別途編集費を頂戴いたします。

※ナレーションCMを放送される際は、別途費用を頂戴いたします。

（制作費には、ライター費、ナレーター費、収録・編集費全て含まれます）

※素材をいただいて、こちらでデータを制作をする際、1週間～3週間ほどかかります。（ご提供いただく素材によって異なります）

※店舗リストは守秘義務の関係上、お出しすることができません。

## 事前考查：考查パターンA

原則として商品棚に並んでいる商品の広告が対象となります。

対象チェーンに対し、USENが事前にCM放送の許可を取らせていただきます。

### 進行フローイメージ

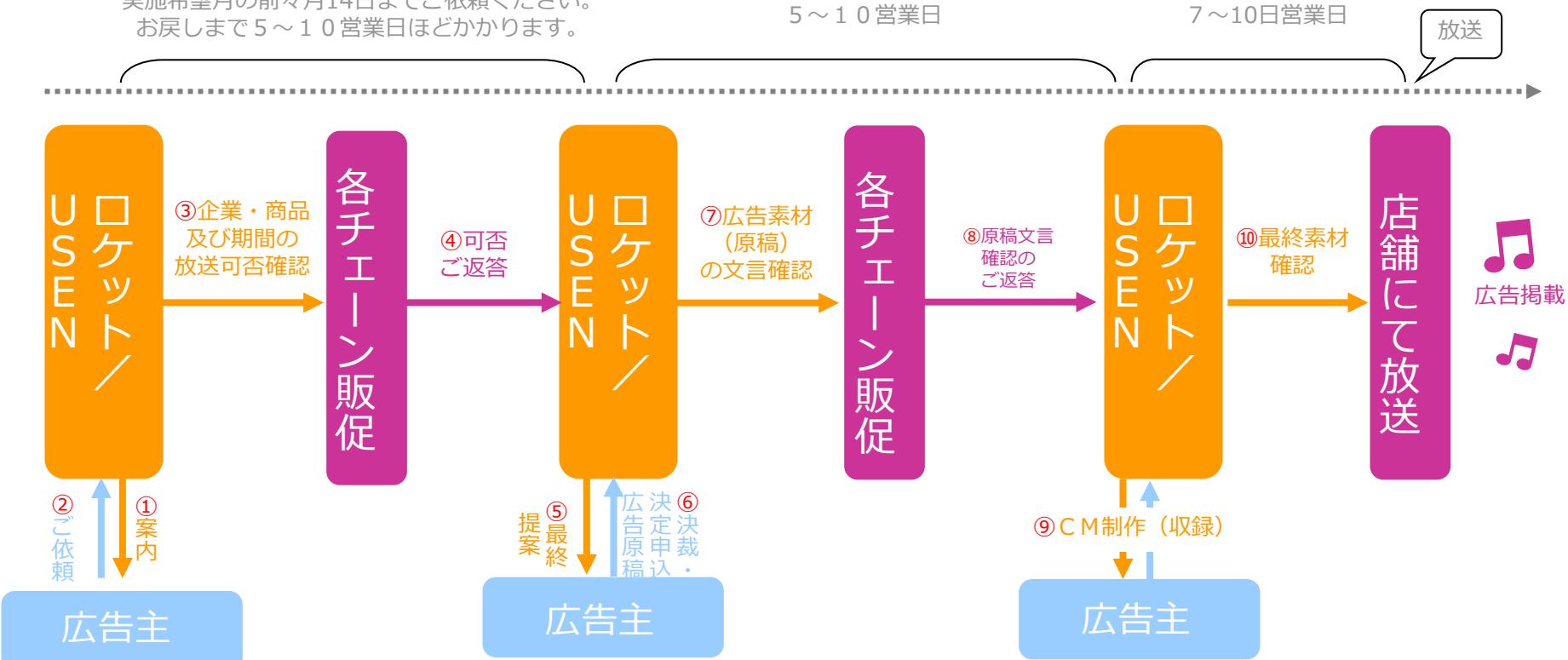
＜対象リテール＞  
クリエイトSD・ウェルパーク・クスリのアオキ・  
ツルハドラッグ・サンドラッグ・スギ薬局・ウエルシア薬局

実施希望月の前々月14日までご依頼ください。  
お戻しまで5～10営業日ほどかかります。

5～10営業日

7～10日営業日

放送



※広告主様よりいただいた媒体費は、一部作業進行料を差し引き、各チェーン様に還元しております。



## 事前考查パターンB



## 事前考查：考查パターンB

原則として商品棚に並んでいる商品の広告が対象となります。

一部チェーン店は事前にお客様にてバイヤーへご商談いただき放送内容の承諾を得る必要があります。

(了承頂いたご担当バイヤーのお名前をお伝えください)

## 進行フロー イメージ

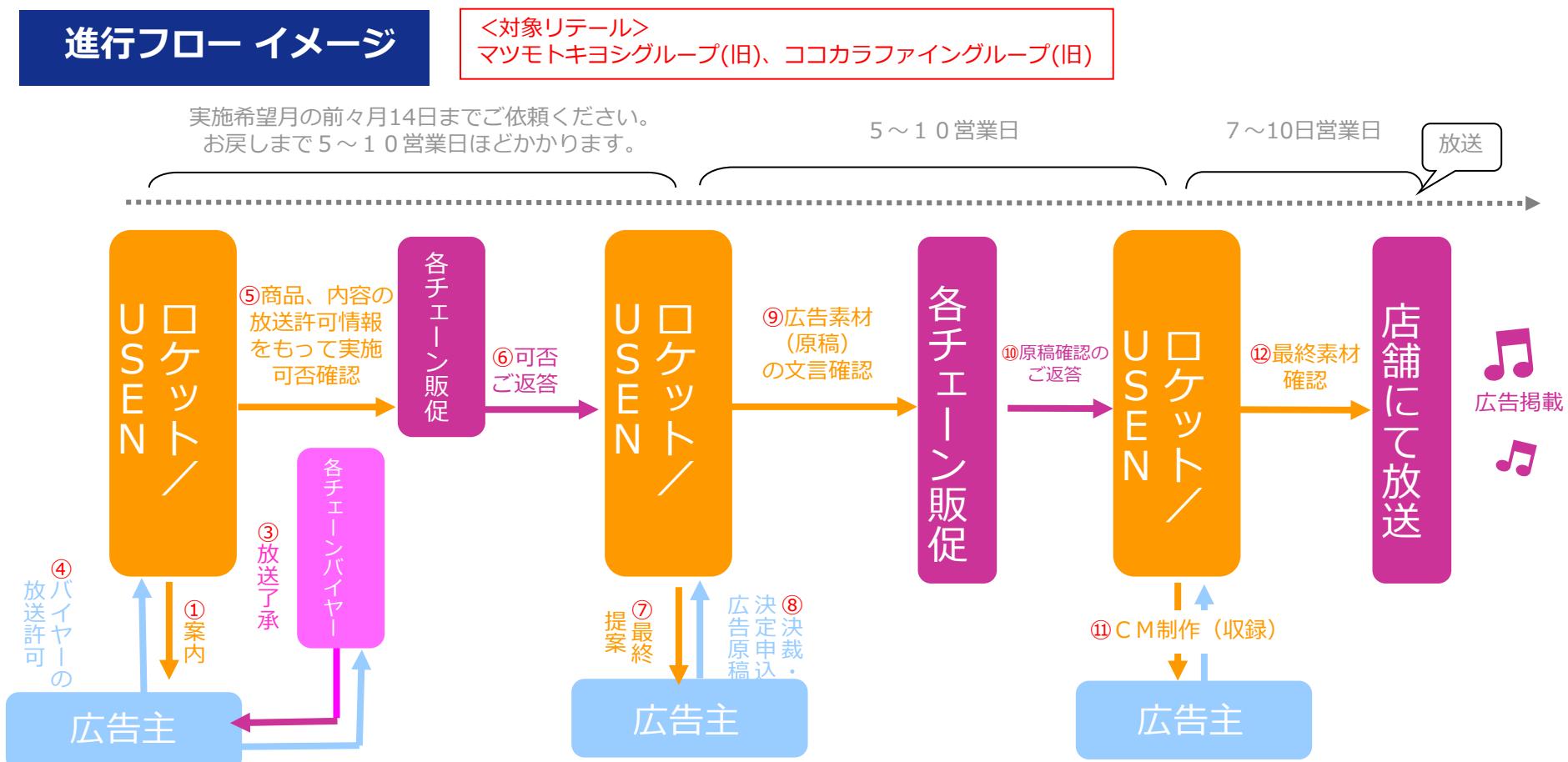
マツモトキヨシグループ(旧)、ココカラファイングループ(旧)

実施希望月の前々月14日までご依頼ください。  
お戻しまで5～10営業日ほどかかります。

5~10 営業日

7~10日営業日

放送

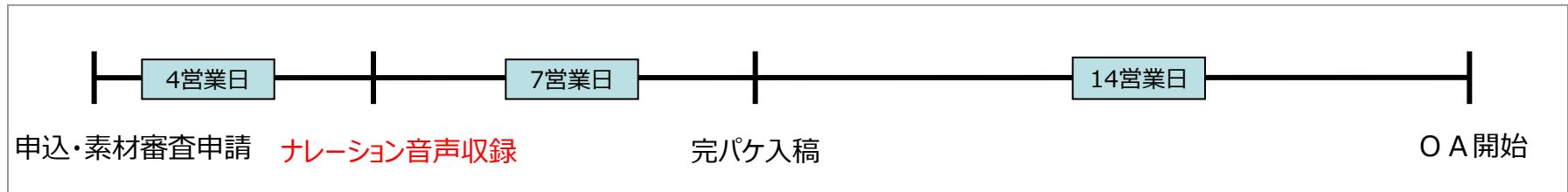


※広告主様よりいただいた媒体費は、一部作業進行料を差し引き、各チェーン様に還元しております。



# スケジュール／ご注意事項

## 入稿について



※ ドラックストア各社への素材申請については、弊社にて行いますので音源をU S E Nへ納品下さい。

また、弊社への納品形態についてはデータ(W A V形式)でお願い致します。

※ U S E NにてCMの制作が発生する場合、追加にて約7～10営業日が必要となります。

## 広告掲載基準について

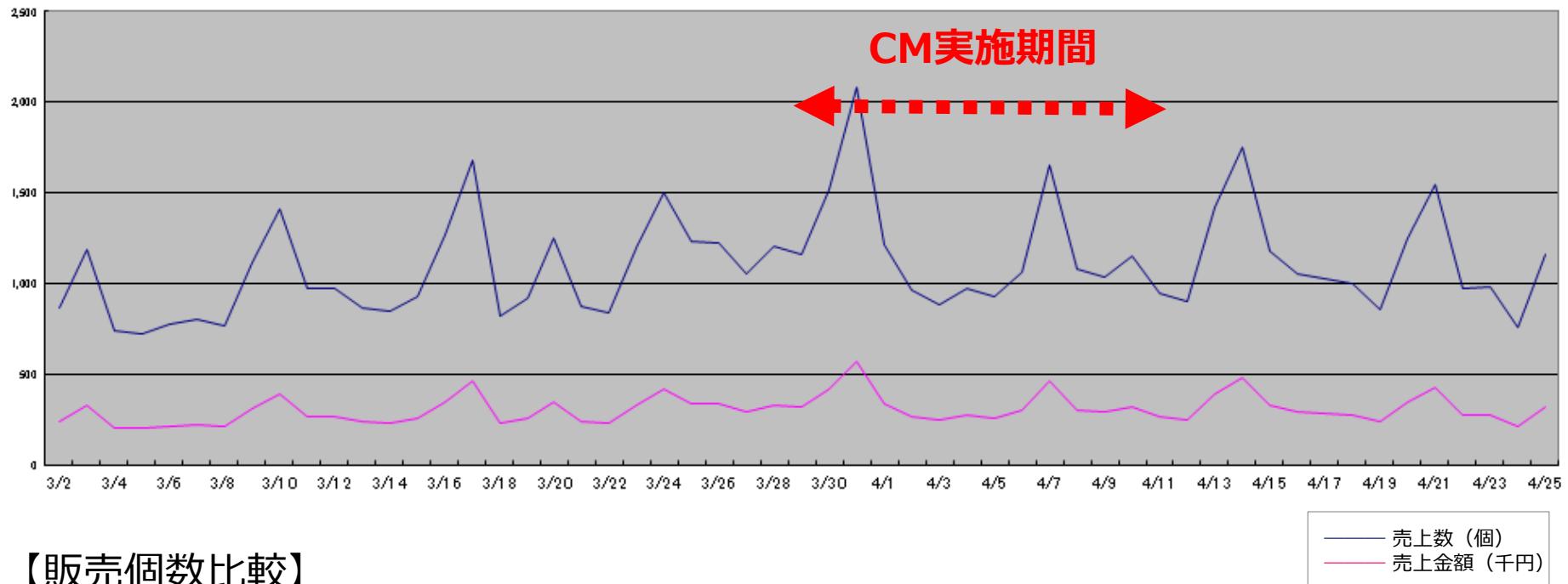
### 【掲載不可業種】

- 消費者金融
- 連鎖販売取引業
- 宗教団体
- ギャンブル
- 風俗関連
- 葬儀関連
- その他、各ドラックストアが不適切と判断した業種・業態

### 【不適切な広告内容】

- 法律や条例に違反、もしくは、そのおそれがある広告
- 宗教・信仰による勢力拡大、布教活動を目的とした広告
- 医療・化粧品などにおいて、効果・効能が薬事法、不当競争防止法にふれるおそれのある広告
- 特定個人、もしくは団体を誹謗中傷する内容の広告
- その他、各ドラックストアが不適切と判断した内容の広告

## 某ヘアケア商材 販売推移（個数） 実施期間：2013/4/1～4/15



## 【販売個数比較】

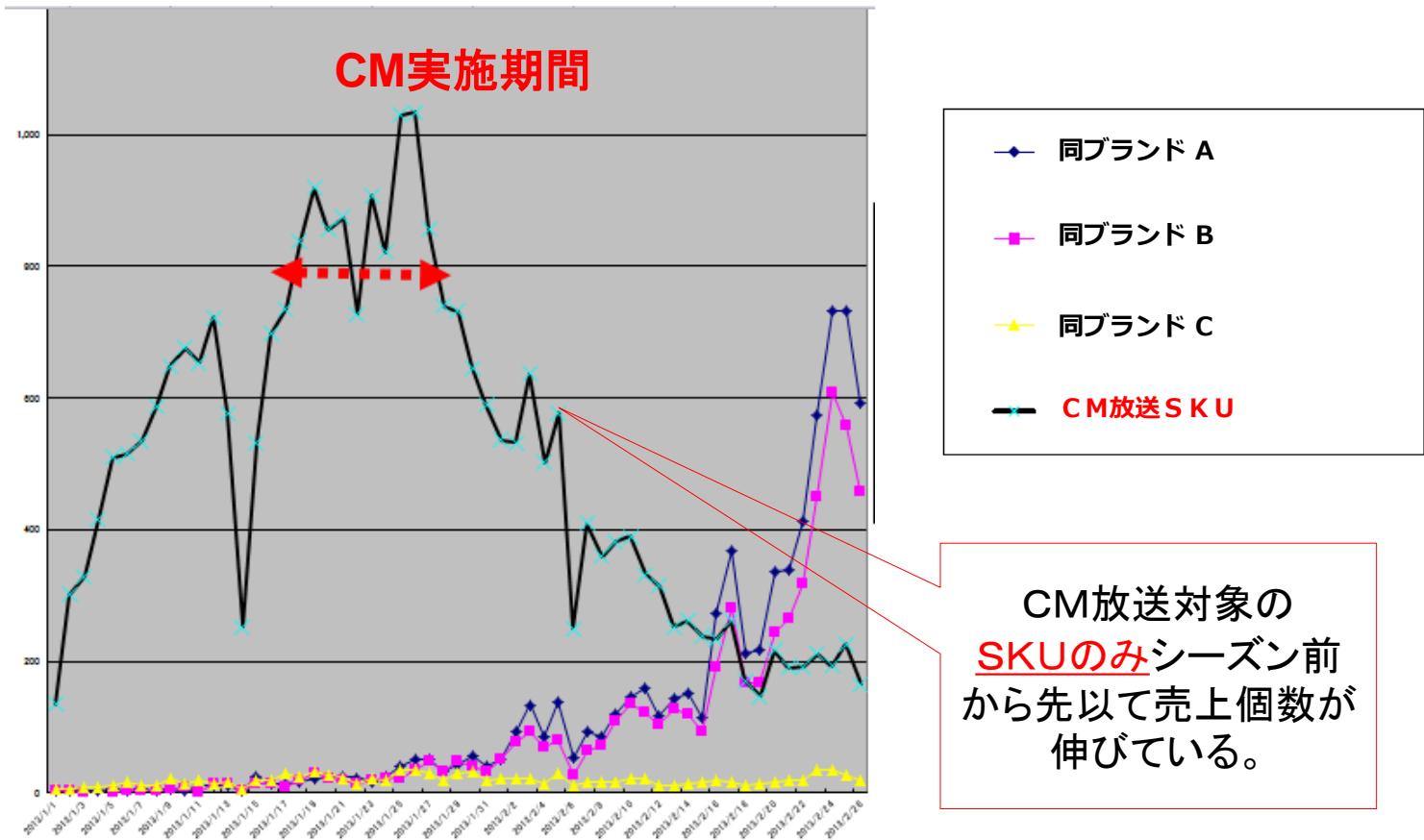
- ・前月同期間（3/1～3/15） 13,586個
- ・音声CM期間（4/1～4/15） 17,150個（126.2%UP↑）

## 【土日の1日あたりの平均販売個数】※土日は販売が伸びる傾向にあります。

- ・3月（2週間） 1,383個／日
- ・音声CM期間（2週間） 1,472個／日（106.4%UP↑）

## 過去実績②

某花粉対策商材 販売推移（個数） 実施期間：2013/1/18～2/17



### 【販売平均個数比較】

- ・1月末実施期間（1/1～1/17） 547個／日
- ・1月音声CM期間（1/18～1/31） 914個／日 (167.1%UP↑)

### 【土日の1日あたりの平均販売個数】※土日は販売が伸びる傾向にあります。

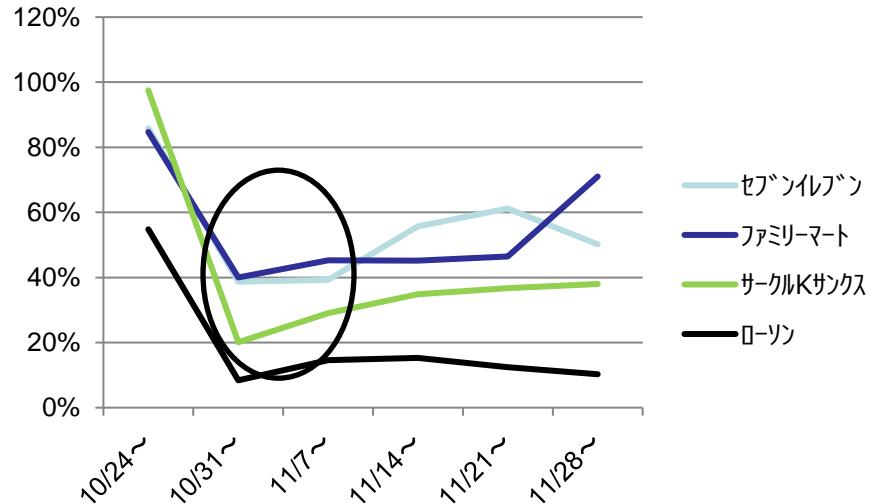
- ・1月（1/1～1/17） 612個／日
- ・1月音声CM期間（1/18～1/31） 1,018個／日 (166.3%UP↑)

新発売の飲料の配荷スピード比較をしたところ、BGM広告実施チェーンのほうが未実施チェーンよりも、1~2週間ほど前倒しでスピードが早まる傾向がある。

### ■某飲料製品 主要CVS配下率推移

グループ	10/24~	10/31~	11/7~	11/14~	11/21~	11/28~	
セブンイレブン	86%	39%	39%	56%	61%	50%	CM放送 CVS
ファミリーマート	85%	40%	45%	45%	46%	71%	
サークルKサンクス	98%	20%	29%	35%	37%	38%	
ローソン	55%	8%	15%	15%	12%	10%	
	発売週	コンビニCM期間					

※セブンイレブン…BGM広告出稿なし  
その他3社…BGM広告出稿あり



### POINT

BGM広告を流すことで売上向上につながり、結果的にBGM広告未導入チェーンよりも1~2週間程度配荷のスピードが上がる傾向にある。



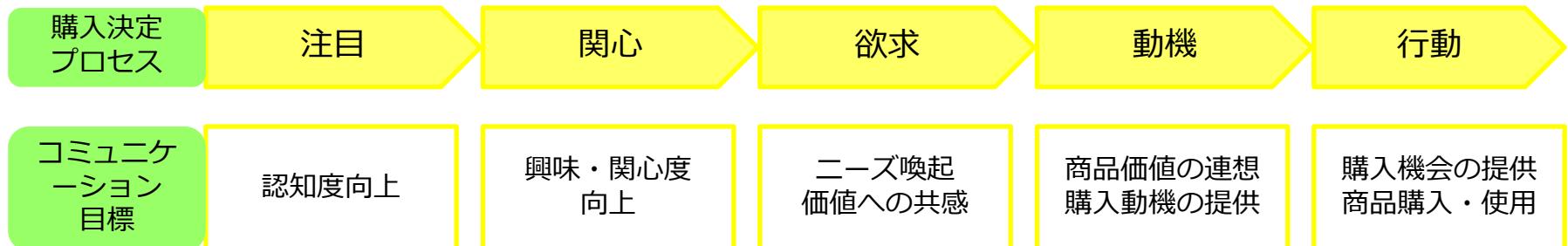
新商品やリニューアルなどのタイミングで、『スタートダッシュ』を図りたい商材に最適！

## オプションプラン

著名人を起用した店内CM



## なぜ、CMに著名人を起用するのか？



### 店内放送

#### 認知度を上げる

近年のCMデータバンクの調査によると、消費者が好感を持ったと答えたTVCMのうち約7割が「出演者・キャラクターに好感を持った」と回答。

#### 興味を持たせる

知名度のある人を使うことによって、興味を引くことができる。また、見たことがある人がCMに出演していると、その商品も見てしまう傾向にある。

#### イメージの具現化

商品のイメージにあつた人の使用によって、より商品イメージを伝えることができる。例えば、化粧品では肌がキレイな人を、高級商品ではセレブな著名人起用など。

#### 憧れ・安心感

好きな著名人がその商品を使う姿を見ることで、自分も使ってみたいと購買意欲が向上。また、著名人がCMにしているから信用できるというのも消費者の心理をくすぐる。

## ココカラファインググループ様 「ココカラクラブ"会員募集告知」

ナレーターに有名声優を起用し、Twitterを始めとするSNSサイトでも多く取り上げらました。

### «起用声優»

#### 【第一弾】若本規夫



image



ドラゴンボールZ  
「セル」

サザエさん  
「アナゴさん」

人志松本の  
すべらない話

#### 【第二弾】下條アトム



image



世界ウルレン  
滞在記



ちびまる子ちゃん  
「ヒデじい」

### «参考：NAVERまとめサイト»



#### (Twitter抜粋)

「地元のドラッグストアの、会員カード入会案内の放送が若本さんでおもわず最後まで聞いてきた。あの目を引くならぬ、耳を引く感じすごい。」

「近所に最近出来た大型ドラッグストア、入会案内の店内放送のナレーションが、まさかの若本御大でくっそ吹いたwwwしかもしゃべり方が明らかに店側のオーダーであろうバリバリの若本節で、速攻入会したわwww」

※起用には別途、費用が発生致します。

## 声優・ナレーター系



若本規夫



キートン  
山田



伊津野 亮



水田わさび

## タレント系



赤坂泰彦



小林克也



川平慈英

## お笑い系



山里亮太



三ツ矢雄二



はるな愛