

ドラッグストア

店内放送CMメディア



2025年版

© rocket Inc. All Rights Reserved

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、各ドラッグ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タメディア！
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めます。



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**

アイモトキヨシ **ココカラファイン**
ココロ、カラダ、ゲンキ。

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

※ ココカラファイングループ(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

※各リテールにより審査方法が異なります。 審査パターン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]

※出稿期間：1ヶ月

※店舗数は変動の可能性がございます。

※各リテール毎の出稿単価は守秘義務上、開示できません。放送料金は審査OKとなったリ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

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】でお願い致します。

※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。

事前審査：審査パターン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>

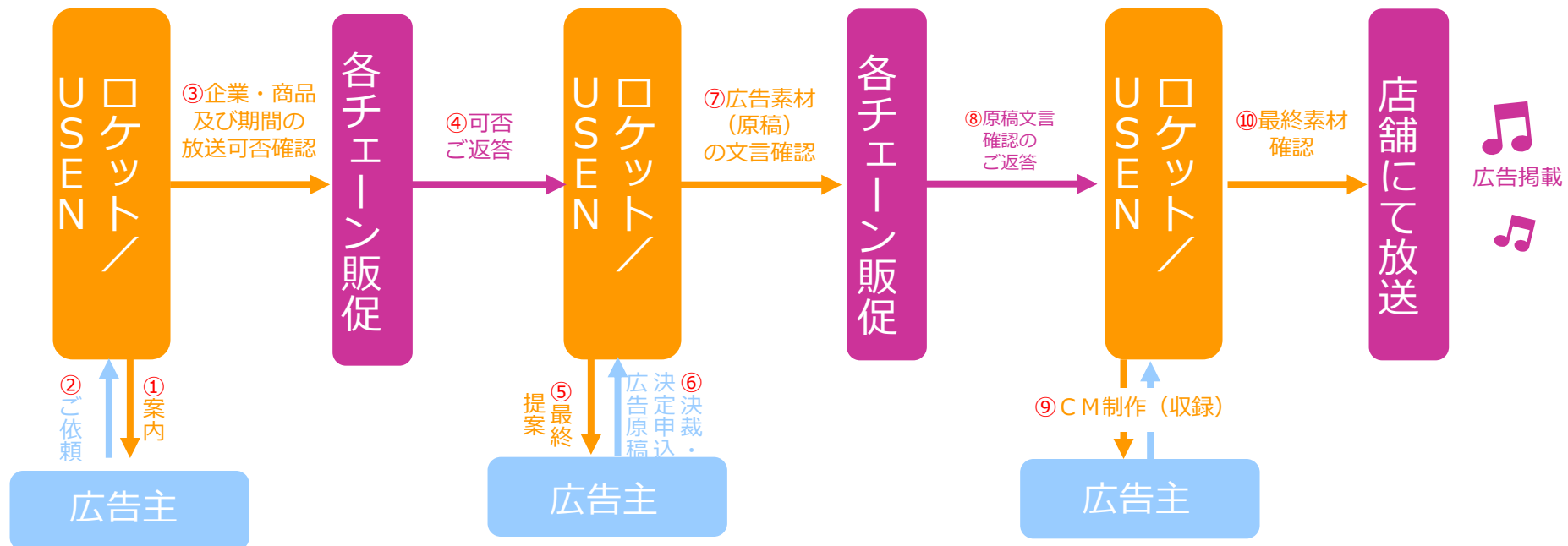
クリエイイトSD・ウェルパーク・クスリのアオキ・
ツルハドラッグ・サンドラッグ・スギ薬局・ウエルシア薬局

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。

事前審査：審査パターン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

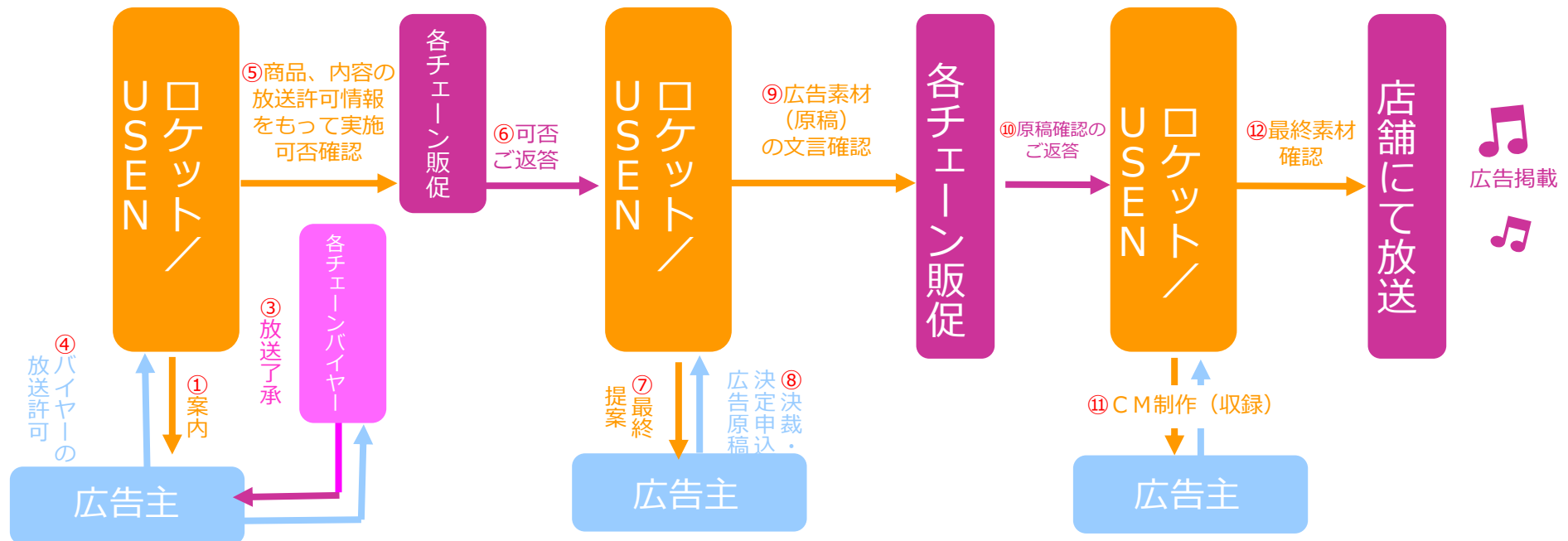
<対象リテール>
マツモトキヨシグループ(旧)、ココカラファイングループ(旧)

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

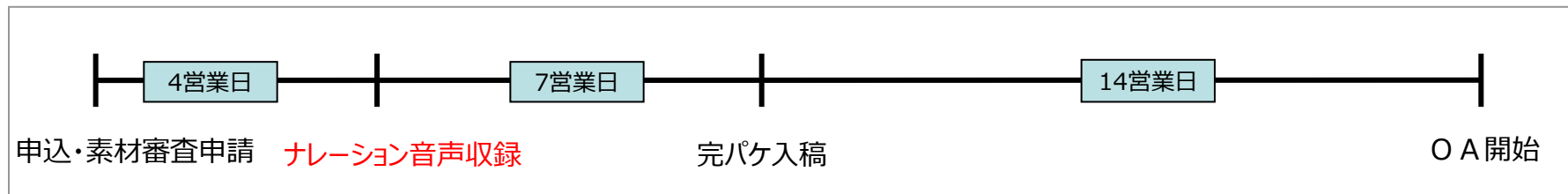
7～10日営業日

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。

入稿について



※ ドラッグ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)をお願い致します。

※ U S E NにてC M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

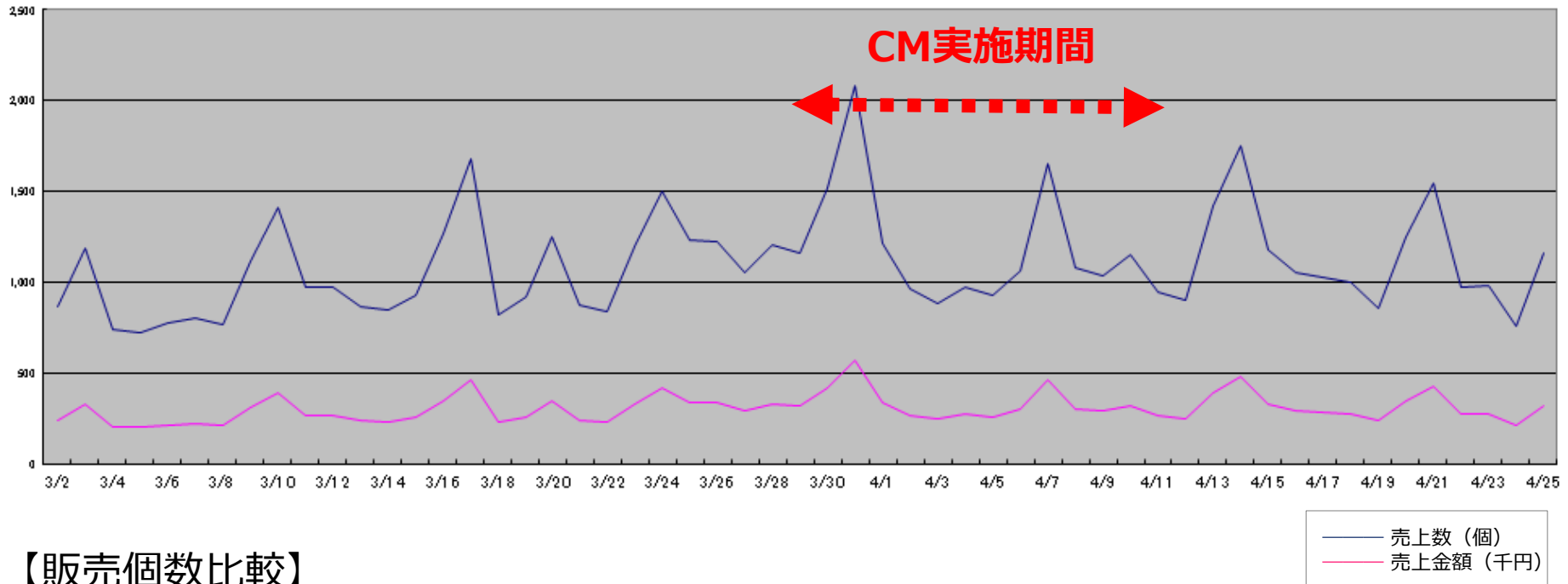
【掲載不可業種】

- 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、各ドラッグ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、各ドラッグ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



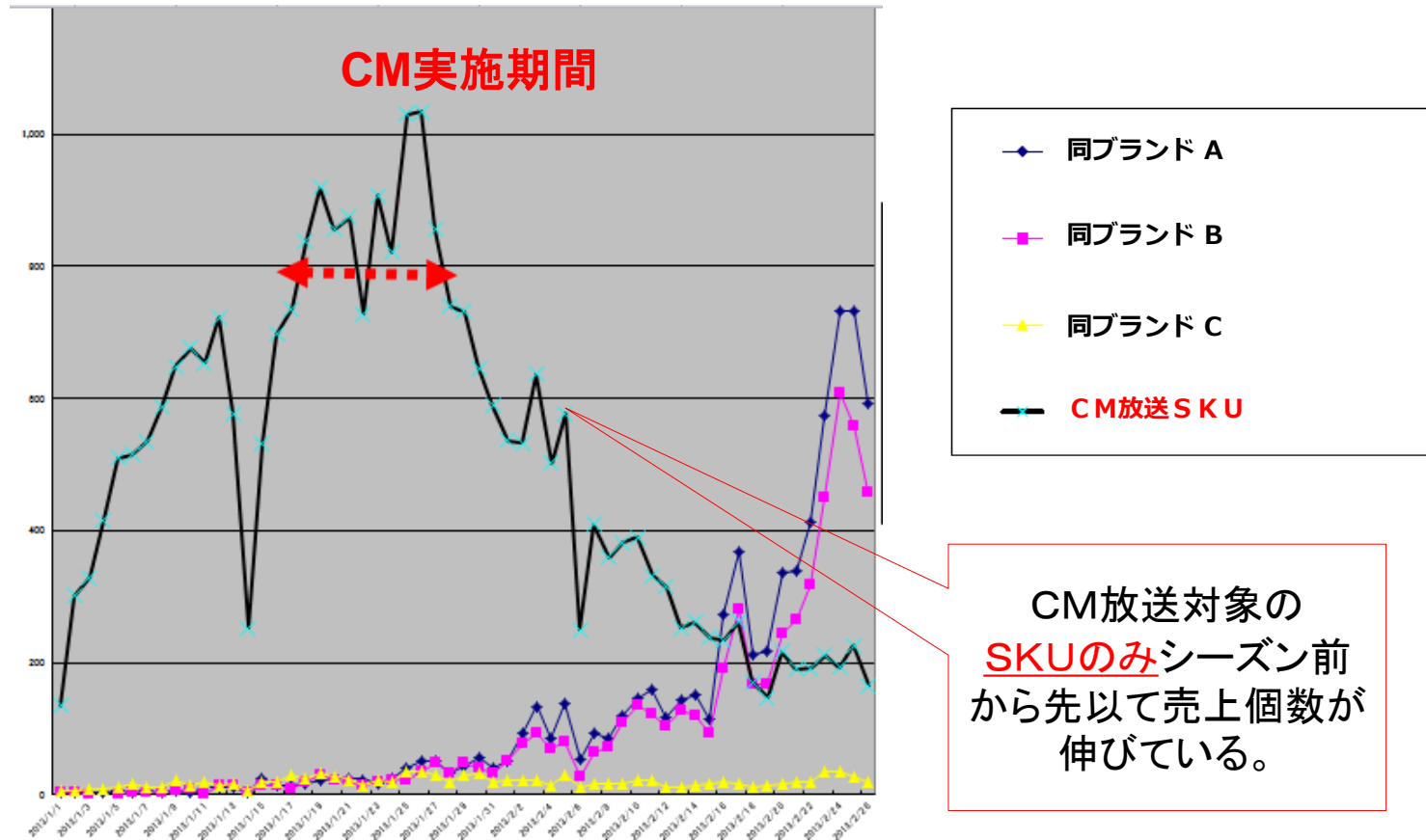
【販売個数比較】

- ・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↑）

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↑）

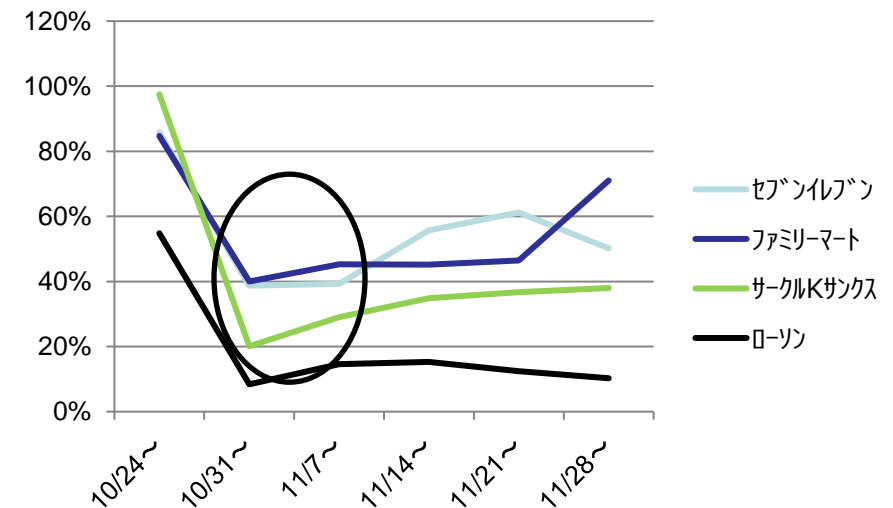
【土日1日あたりの平均販売個数】※土日は販売が伸びる傾向にあります。

- ・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%	
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					CM放送 CVS



※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

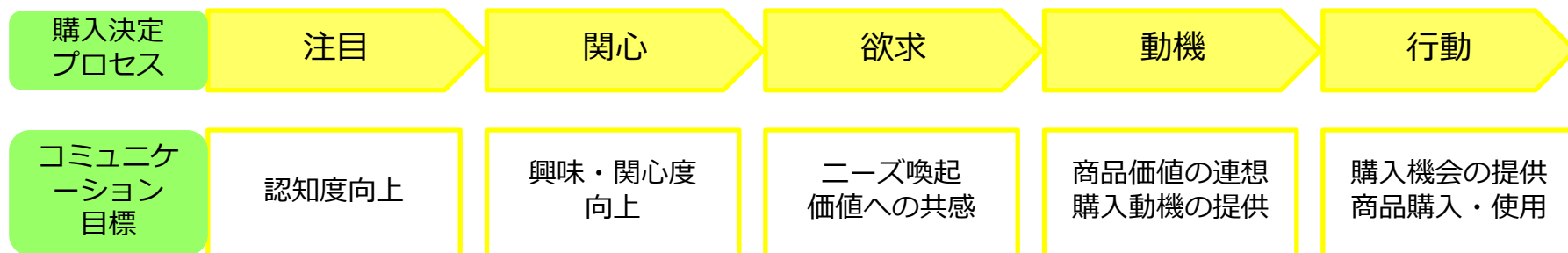
BGM広告を流すことで売上向上につながり、結果的にBGM広告未導入チェーンよりも1～2週間程度配荷のスピードが上がる傾向にある。

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

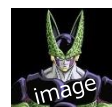
認知度を上げる	興味を持たせる	イメージの具現化	憧れ・安心感
<p>近年のCMデータバンクの調査によると、消費者が好感を持ったと答えたTVCMのうち約7割が「出演者・キャラクターに好感を持った」と回答。</p>	<p>知名度のある人を使うことによって、興味を引くことができる。また、見たことがある人がCMに出演していると、その商品も見たい傾向にある。</p>	<p>商品のイメージにあった人の使用によって、より商品イメージを伝えることができる。例えば、化粧品では肌がキレイな人を、高級商品ではセレブな著名人起用など。</p>	<p>好きな著名人がその商品を使う姿を見ることで、自分も使ってみたいと購買意欲が向上。また、著名人がCMに出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。</p>

ココカラファイングループ様 「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れました。

《起用声優》

【第一弾】若本規夫



ドラゴンボールZ
「セル」



サザエさん
「アナゴさん」

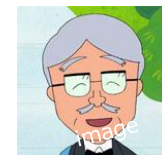


人志松本の
すべらない話

【第二弾】下條アトム



世界ウルルン
滞在記



ちびまる子ちゃん
「ヒデじい」

《参照：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、耳を引く感じがすごい。」

「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

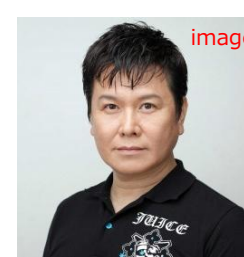


川平慈英

お笑い系



山里亮太



三ツ矢雄二



はるな愛