

マツモトキヨシホールディングスの新たなプライベートブランド商品ライン 『matsukiyo』が誕生

株式会社マツモトキヨシホールディングス

「1st for you. あなたにとっての、いちばんへ。」をグループ経営理念に掲げ、全国にドラッグストアを広くチェーン展開する株式会社マツモトキヨシホールディングス(千葉県松戸市新松戸東9番地1 代表取締役社長 松本清雄)は、これまでのプライベートブランド商品(以下、PB 商品)戦略をさらに魅力あるものに刷新し、マツキヨらしさ、潜在的な顧客ニーズ、新しい価値創造、そしてお客様が使用するシーンを想定した今までにない新しいコンセプトを設定し、「MK カスタマー」を超える品質と統一感のあるデザイン、ひと目で当社グループの PB 商品と認知できる「matsukiyo」を展開いたします。なお、「matsukiyo」は、マツモトキヨシグループ全店(*一部店舗を除く)にて順次販売を開始致します。



新ブランド「matsukiyo」ロゴ

 **マツキヨ、カワルヨ。**

新プライベートブランド「matsukiyo」の商品

1. 「matsukiyo」誕生の背景

当社グループでは、1990年代よりオリジナルブランド商品の販売を開始し、2006年より二つの軸(①お買い得感のある商品 ②高品質・高付加価値を特長とする商品)をもって開発された「MKカスタマー」を展開するなど時代のニーズを先取りした商品を展開することでお客様からの支持をいただいております。

このたびの新たな PB 商品となる「matsukiyo」は、女性の社会進出、働き方の変化などによりお客様のニーズやライフスタイルが多様化するなか、“マツキヨらしさ”をもっと前面に押し出し、ひと目で当社の PB 商品と認識できるロゴや統一感のあるデザインをもって展開することで「MKカスタマー」以上に、商品による差別化戦略を推進しドラッグストアとして確固たる地位を獲得するために誕生しました。

2. ブランドコンセプト

今回の「matsukiyo」のコンセプトは、「毎日の暮らしをより美しく、健やかに、楽しく彩る、アイデアを利かせた、オリジナルブランド」。商品づくりにさらにこだわり、その開発には面白さ楽しさのあるアイデアを加え、デザインについてもこだわりを持ちました。

① 商品づくりについてのこだわり

店舗から寄せられるお客様の声を反映し、これまで以上に品質と安全性にこだわり、原料・成分を厳選し、品質管理を徹底させ、これまでも行っておりました初回製造時での最終試用テストに加え、商品の性質によっては製造前段階でのモニターや社内テストを実施し、厳選した商品を販売します。

さらに、美しく健康でありたいというニーズにお応えできるよう品質や機能性を追求します。

② 面白さや楽しさのあるアイデアへのこだわり

お客様の期待を一步先行く発想で商品を開発していきます。品質の確かさはもちろん、マツキヨらしい面白さや驚き、喜び、楽しさのある付加価値を探求し、情緒的な価値も提供してまいります。

③ デザインについてのこだわり

今回のデザインは、マツモトキヨシの躍動感を取り入れるために、象徴であるカタカナロゴの斜角度 19 度に着目して新しいブランドロゴやパッケージデザインにマツキヨらしさを表現し、よりお客様にこだわりのある新 PB として認知して頂けるようなデザインとなっております。

また、お客様の生活スタイルを考えた斬新でおしゃれなパッケージデザインと選びやすく、使いやすく、特長がひと目でわかりやすいようなパッケージデザインにしております。

特に医薬品に関しましては、これまでも多くの支持をいただいている一方で、表示方法やデザインなどに関するご意見も多数いただいておりますので、パッケージのデザインをフォーマット化し、用法や効能・効果などがお客様にとってより選びやすく、また、お客様と薬剤師・店舗従業員がさらなる円滑なコミュニケーションが取れるようデザインを統一してまいります。



新ブランド「matsukiyo」医薬品



※商品画像はイメージです。

3. 「matsukiyo」以外のPB商品について

① お買い得感の軸で開発された「MK カスタマー」商品

これまでも多くの人気商品が展開されております「MK カスタマー」は、今後段階的に「matsukiyo」ブランドに移行されるものと、価格を軸としたノンブランドとして展開するものなどに順次リニューアルしてまいります。

② 高品質・高付加価値の軸で開発された「MK カスタマー」商品

「MK カスタマー」商品でありながら、すでにひとつのブランドとして認知され、多くのお客様に人気となっております「アルジェラン」「ルンタ」「レチノタイム」「インストリーム」「ルアンプリュス」などは、マツモトキヨシグループが誇る高品質・高付加価値商品として、今後はそれぞれを独自ブランドとして確立し継続して販売を強化してまいります。

③ 「matsukiyo LAB」

姉妹ブランドの「matsukiyo LAB」は、専門家が推奨する美と健康をトータルサポートする商品ブランドとして展開いたします。すでに管理栄養士が推奨した商品として、サプリメント9品目、スムージー3品目を9月30日に発売しております。



新ブランド「matsukiyo LAB」ロゴ



matsukiyo LAB サプリメント

マツモトキヨシホールディングスは、今後も多様化する顧客ニーズやライフスタイルにきめ細かく対応すべく「ビッグデータの収集と利活用」および「マーケティング技法の充実」を図り、お客様の期待の一步先をいくマツキヨらしい商品を展開してまいります。

以上

<読者からのお問い合わせ先>
マツモトキヨシお客様相談室
フリーダイヤル:0120-845-533
受付時間 10:00~22:00(年中無休)

<本件に関するお問い合わせ先>
株式会社マツモトキヨシホールディングス
広報室 高橋、藤盛
TEL:047-344-5110/FAX:047-344-5144

<本件に関する報道関係の皆様からのお問い合わせ先>
株式会社 G-クエスト
担当:PR 事業部/^{すえつぐ}末次
TEL:03-6402-7747/FAX:03-6402-7748 Mobile:080-4577-9573
E-mail:yoshimasa.suetsugu@g-quest.com