



マツモトキヨシがブランド価値評価で、昨年から4ランクアップし全体の第34位にランクイン  
日本のドラッグストアとしてナンバーワンブランドの評価  
インターブランド社『Japan's Best Domestic Brands 2018』

「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、世界最大のブランディング専門会社であるインターブランド社による日本発のブランドを対象としたブランド価値評価ランキング「Best Japan Brands 2018(グローバル日本ブランドランキング Top 40、ドメスティック日本ブランドランキング Top 40)」の「Japan's Best Domestic Brands 2018」において、ブランド価値成長率は第4位となり、全体では第34位にランクインいたしました。昨年の第38位から4ランクアップし、日本のドラッグストアとしてナンバーワンブランドの評価をいただきました。

# Best Japan Brands 2018

「Japan's Best Domestic Brands 2018」のランキングは、財務状況、ブランド力、サービスや商品の購入に際してブランドが果たす役割という3つの基準をもとにブランド分析を行ない、ブランドの価値を金額で算出し評価しています。

マツモトキヨシのブランド価値は、昨年の2.82億ドルから3.20億ドルと大きく拡大し、3年連続のランクインとなりました。

また、前年度からのブランド価値成長率は+14%となり、成長率は第4位となりました。

## ●評価理由に関するインターブランド社の主な評価コメント

マツモトキヨシは、訪日外国人観光客の買い物時の利便性向上、付加価値の提供を目的に、銀聯国際が提供する「優計画」を日本でいち早く導入。また、昨年6月には“働く女性の美と健康をUPする”、新業態『BeautyU(ビューティーユー)』を銀座にオープンし、「10min.Beauty」をコンセプトに発見や驚きのある商品やサービスを提供、新しい挑戦に力強く取り組んでいる。

さらに、プライベートブランド「matsukiyo」では、お客様の心の情緒面に訴える商品づくりやデザイン開発を追求。その結果、「matsukiyo」ブランドのトイレtpーパーが、世界的権威あるパッケージデザイン賞「pentawards(ペントアワーズ)」のボディ部門において、世界最高賞「プラチナ賞」を日本小売りのプライベートブランドとして初めて受賞。革新性や独自性のある取り組みを継続的に展開することで常にブランドに活力を与えており、今後のさらなる成長が期待される。

## <関連情報>

インターブランド社「Japan's Best Domestic Brands 2018」ランキング

インターブランド社「Best Japan Brands 2018」プレスリリース

<https://www.interbrandjapan.com/>

<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