



株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス
 株式会社ドン・キホーテ
 2025年12月12日(金)

2025年に47都道府県へ出店を果たし、売上高は年間1.4兆円！

ドン・キホーテらしい商品カテゴリーはどこで購入されているのか…？

『〇〇をドンキで買いがちな都道府県はどこだ!調査』

株式会社ドン・キホーテが運営する総合ディスカウントストア「ドン・キホーテ」および「MEGA ドン・キホーテ」は、2025年2月オープンのドン・キホーテ高知店をもって47都道府県すべてに出店しました。また、お客様からの商品評価や意見を書き込みただくマジボイスも11月で2周年を迎えました。

今回は、「ドン・キホーテ」および「MEGA ドン・キホーテ」等のディスカウント事業運営店舗における、特定カテゴリーの年間購買データをもとに『〇〇をドンキで買いがちな都道府県はどこだ!調査』をお届けします。

『〇〇をドンキで買いがちな都道府県はどこだ!調査』



パーティグッズ	
1位 東京都	21.4人に1人
2位 沖縄県	27.8人に1人
3位 大阪府	38.7人に1人
4位 愛知県	43.7人に1人
5位 青森県	47.9人に1人



化粧品	
1位 沖縄県	17.2人に1人
2位 愛知県	21.7人に1人
3位 三重県	22.6人に1人
4位 青森県	24.0人に1人
5位 群馬県	24.1人に1人



プラスチック製品	
1位 沖縄県	6.5人に1人
2位 愛知県	7.9人に1人
3位 三重県	9.7人に1人
4位 青森県	9.87人に1人
5位 群馬県	9.89人に1人



掃除用洗剤	
1位 沖縄県	0.9人に1人
2位 青森県	1.07人に1人
3位 愛知県	1.08人に1人
4位 三重県	1.14人に1人
5位 群馬県	1.2人に1人



みんなの声で、せんぶが変わる!?
マジボイス
 by majica



A map of Japan where each prefecture is colored based on its purchase frequency. Major cities like Tokyo, Osaka, and Kyoto are highlighted.



キャリーケース	
1位 沖縄県	45.7人に1人
2位 東京都	46.6人に1人
3位 京都府	85.8人に1人
4位 大阪府	85.9人に1人
5位 福井県	101.1人に1人



飲料	
1位 沖縄県	25.4人に1人
2位 静岡県	33.3人に1人
3位 群馬県	34.4人に1人
4位 兵庫県	34.5人に1人
5位 東京都	38.0人に1人



コンビニ	
------	--

■なぜ、この県でこれが売れているのか？ 意外な結果に県民性が隠れている？

この度の『〇〇をドンキで買いがちな都道府県はどこだ!調査』は、今年、47都道府県すべてに出店を果たしたドン・キホーテが“〇〇といえばドンキ”と言えるような強みを持つ得意な商品カテゴリー10部門を選出。それぞれをよく購入いただいている都道府県をランキング化しました。“なぜ、この県でこれが売れているのか？”実際のところは分かりませんが、公式の「majica」アプリ内にある、商品評価・レビュー機能のサービス「マジボイス」での書き込み傾向や、売上の高い商品などをもとに当社独自で分析しています。

算出方法:各商品カテゴリーの売り上げ数量(免税売り上げは除外)を店舗ごとに算出。各都道府県の人口を、

売り上げ数量(店舗所在地の都道府県で合算)で割り、算出。

集計期間は2024年10月1日～2025年9月30日の1年間。

1 / 6

■商品カテゴリー10選

①パーティーグッズ

誕生日、ハロウィン、クリスマス、忘新年会などの季節のイベントから、日常的なパーティーで使える装飾品や雑貨、コスプレまで幅広い商品を取り揃えています。当社でパーティーグッズを買ったことある方も多いのでは？



パーティーグッズ		
1位	東京都	21.4人に1人
2位	沖縄県	27.8人に1人
3位	大阪府	38.7人に1人
4位	愛知県	43.7人に1人
5位	宮城県	47.9人に1人

1位となった東京都では、この1年間で都民の21人に1人はパーティーグッズを買ったことがある計算となりました。店舗別にみても全国売上トップ10のうち6店舗が都内店舗という結果に。

商品別では上位3都府県ともに販売数1位は、風船を膨らませる際に使用するヘリウム缶、2位は血のりペイントという結果になりました。その他、東京都と大阪府では、「本日の主役」タスキが販売数上位にきています。一方、沖縄県ではフェイスペイント用の絵の具各種が上位10商品中4商品ランクイン。東京や大阪では、(誕生日や、お祝い事などの)主役をたてたパーティーが多く、沖縄ではイベントなどの皆で集まるパーティーが多いのではと推測されます。

②理美容家電

主に男性向けのバリカンやシェーバーから、主に女性向けのヘアアイロンやドライヤー、ユニセックスな鼻毛カッターやマッサージ家電など商品も価格帯も幅広く用意しています。



理美容家電		
1位	沖縄県	17.2人に1人
2位	愛知県	21.7人に1人
3位	三重県	22.6人に1人
4位	青森県	24.0人に1人
5位	静岡県	24.1人に1人

1位となった沖縄県では、この1年間で県民の17人に1人は理美容家電を買ったことがある計算となりました。上位を見てみるとトップ5に東海エリアの3県が入る結果に。

商品別にみると、上位3県に共通してマッサージ家電と、24年に大ヒットした情熱価格「スマホ連動イヤークリーナー」がランクイン。沖縄県はお得な価格帯の顔の産毛カッターや、バリカンが上位にきており、愛知県・三重県では高価格帯のヘアアイロン、ドライヤーの人気が高い傾向です。沖縄ではお得感ある価格帯の商品が、愛知・三重では高価格でも付加価値が重視されるのではと推測されます。

③プロテイン関連

近年、トレーニングブームや健康意識の高まりなどによりプロテイン市場は拡大し、多様な商品が楽しめるようになりました。ドン・キホーテでも2024年より一部店舗でプロテイン自販機を導入し話題になるなど、強化しているカテゴリーです。



プロテイン関連		
1位	沖縄県	6.5人に1人
2位	愛知県	7.9人に1人
3位	三重県	9.7人に1人
4位	福井県	9.87人に1人
5位	静岡県	9.89人に1人

1位となった沖縄県では、この1年間で県民の6.5人に1人はプロテイン関連商品を買ったことがある計算となりました。

沖縄県民のマジボイス書き込みでは価格の安さを評価する声が多く見られ、先の美容家電と同様に、お得さを重視する傾向にあるようです。愛知県民のマジボイスでは飲みやすさや、味へのコメントが多く、その部分が重視しているポイントのようです。ちなみに“味”は、上位3県に共通しており、ココア・チョコレート系のフレーバーが人気です。

④掃除用洗剤

日常生活に欠かせない必需品の一つである洗剤。衣類・食器・浴槽・トイレなど生活のあらゆる場面で必要な商品です。当社店舗では、定番商品から、海外の珍しい商品まで種々の取り扱いがあります。



掃除用洗剤		
1位	沖縄県	0.9人に1人
2位	青森県	1.07人に1人
3位	愛知県	1.08人に1人
4位	三重県	1.14人に1人
5位	静岡県	1.2人に1人

1位となった沖縄県では、この1年間で県民の0.9人に1人は掃除用洗剤を買ったことがある計算となり、県民全員が購入経験ある結果となりました(あくまで計算上ですが…). 他県でも、消耗品ということもあり、高頻度でご購入いただいている結果となりました。

1位から5位までの各県のマジボイス書き込みでは共通して“安い・大容量・コスパ”を評価いただく声が多く、沖縄県ではプラスして“いい香り・もっと香りが欲しい”などの、香りに対するご意見が多い傾向にありました。

商品別でみると、基本的に売れる商品に大きな違いはみられないものの、沖縄はカビ取り商品が2位の青森に比べ2倍近く売れており、年間を通して高温多湿な地域特性がみられました。

⑤キャリーケース

日本の国内旅行者数はコロナ禍前の水準を上回り、増加傾向が続くといわれています。そんな旅行時に活躍するキャリーケース、実は当社が高い市場シェアで強みを持つカテゴリーの一つとなっています。



キャリーケース		
1位	沖縄県	45.7人に1人
2位	東京都	46.6人に1人
3位	京都府	85.8人に1人
4位	大阪府	85.9人に1人
5位	福井県	101.1人に1人

1位となった沖縄県では、この1年間で県民の45人に1人はキャリーケースを買ったことがある計算となりました。国内外問わず多くの観光客が訪れる都府県が上位に入る結果となりました。特に沖縄・東京は3位以下を大きく離しています。

商品別にみると、沖縄・東京ともに大型サイズの商品が上位を占めており(10商品中7商品がLサイズ以上)、長期の旅行に出かける方が多いと推測されます。両都県ともに国内外から観光客の訪れるところでもあるため、「自分も旅行に行きたい！」という思いから旅に出た可能性も考えられます。

⑥香水

近年、自己表現の一つとして愛用者が増えるなど日本の香水市場は拡大傾向と言われています。当社でも手ごろなオリジナル商品から、ハイブランドまで取り揃えており、主に若年層を中心に支持を広げています。



香水		
1位	沖縄県	25.4人に1人
2位	静岡県	33.3人に1人
3位	群馬県	34.4人に1人
4位	青森県	34.5人に1人
5位	東京都	38.0人に1人

1位となった沖縄県では、この1年間で県民の25人に1人が香水を買ったことがある計算となりました。人口規模も地域もバラバラな5都県がランクインしています。

商品別にみると、沖縄では当社オリジナルの「DUBYENOTE ボディミスト」が高い支持を集め販売数量の上位10商品中7商品がランクイン。1番人気は「DUBYENOTE ボディミスト 250ml #02」でした。本シリーズは250mlで879円(税込※店舗により異なる場合あり)と、高コスパということもあり、支持されたと考えられます。静岡、群馬においても低～中価格帯商品が人気を集めています。

⑦紅生姜関連

ドン・キホーテの PB「情熱価格」では、さまざまな紅生姜商品が販売されていることをご存知でしょうか？ 2022年4月に発売した「最後まで美味しい紅生姜せん」は累計270万個以上を販売する当社の看板商品になり、それ以降、さまざまな紅生姜〇〇が登場しています。



紅生姜関連		
1位	鳥取県	55.4人に1人
2位	長野県	65.0人に1人
3位	富山県	69.0人に1人
4位	福井県	73.5人に1人
5位	茨城県	75.5人に1人

1位となった鳥取県では、この1年間で県民の55人に1人が当社オリジナルの紅生姜〇〇を買ったことがある計算となりました。2~4位は北陸・甲信越の3県がランクインしました。
鳥取県民に一番支持されているのは、マジボイス上で“クセになる味、美味しい”など書き込まれている「最後まで美味しい紅生姜せん」でした。その他商品ではアレンジに関する書き込みも複数見られ、紅生姜愛を感じます。北陸・甲信越の3県には「かける紅生姜」と「紅生姜タルタル」が圧倒的な人気で、3位を突き放しています。“〇〇にかけると美味しい”などのアレンジ報告が多くみられました。一方で、改善してほしい旨のご意見も多く、紅生姜への熱い期待を感じる結果となりました。

⑧洋酒

洋酒はドン・キホーテの酒類カテゴリーの売上高で約3割を占めています。また市場シェアでも6%ほどあり、強みを持つカテゴリーです。※この項目では、洋酒を「(ビールとワインを除く)西洋由来のお酒」と定義しています。



洋酒		
1位	山梨県	7.0人に1人
2位	沖縄県	9.4人に1人
3位	東京都	9.6人に1人
4位	長野県	10.0人に1人
5位	愛知県	10.1人に1人

1位となった山梨県では、この1年間で県民の7人に1人が洋酒を買ったことがある計算となりました。2~5位はすべて僅差となる結果となりました。
商品別にみると山梨の販売数量上位10商品のうち7商品がウイスキーとなりました。県内には世界的にも有名なウイスキー蒸留所もあり、生産量・消費量がともに多い県でもあります。2位の沖縄では、販売数量上位10商品中5商品にクライナーファイギング※がランクイン。沖縄では独自の飲み会文化も根付いており、若年層が集った機会の、パーティー酒として支持されていると考えられます。また、両県の商品トップ10に1商品ずつテキーラが入っており、市場が広がっていると感じています。

※クライナーファイギングは2017年、日本に上陸したドイツ生まれのリキュール。アルコール度数15~20度とりキュールの中でも飲みやすく、“映える”見た目の可愛さから人気に火がつき、“パーティードリンク”として若者たちからの高い支持を得ています。

⑨偏愛めし

“みんなの75点より、誰かの120点。”をコンセプトに、2023年11月に誕生した惣菜・弁当のブランドである偏愛めし。これまで「皮だけのフライドチキン」「アメリカンドッグのココだけ」などの偏愛心溢れる商品が大きな話題となりました。



偏愛めし		
1位	鳥取県	12.26人に1人
2位	愛知県	12.30人に1人
3位	三重県	14.9人に1人
4位	長野県	15.2人に1人
5位	静岡県	16.2人に1人

紅生姜に続いて、1位となった鳥取県では、この1年間で県民の12人に1人はドン・キホーテ店舗で偏愛めしを買ったことがある計算となりました。県内にドン・キホーテ店舗(鳥取本店、MEGA ドン・キホーテ米子店)が2店舗しかない中での1位獲得は驚きの結果となりました。鳥取県は海と山、両方の幸が豊富で、比較的優しい味の郷土料理が多いと言われる中で、刺激が強く濃い味が多い偏愛めしが、逆に新鮮で受け入れられたのではないかと考えられます。

商品別にみると、上位3県ともに売上1位は「あんだく溺れ天津飯」、2位は鳥取県が「ころもが主役のチキンカツ弁当」、愛知県・三重県が「ジューシィ焼鳥ゴロっと丼」となりました。

⑩焼き芋

日本国内で年間17億円以上販売するドン・キホーテの焼き芋は、多くの店舗で年間を通じて販売しています。寒い冬の時期はもちろん、夏場でも「冷やし焼き芋」として販売する店舗もあります。海外でも多くの当社グループ店舗で販売しておりワールドワイドな存在になっています。



焼き芋		
1位	沖縄県	3.2人に1人
2位	鳥取県	3.8人に1人
3位	青森県	5.4人に1人
4位	三重県	5.6人に1人
5位	秋田県	6.1人に1人

1位となった沖縄県では、この1年間で県民の3.2人に1人が焼き芋を買ったことがある計算となりました。上位5県をみると北から南まで全国で偏りなく売り上げていることが分かります。

“寒い時・地域の食べ物”という固定概念を覆し、意外(?)にも沖縄が1位になりました。“甘い”“蜜たっぷり”“ねっとりで美味しい”など、マジボイスでも絶賛の声が多数寄せられています。なかには、“愛犬にも小さめにカットして冷凍し、毎日少しづつあげてます”というお客さまも！ 2位には鳥取が僅差でランクイン。同様に絶賛の声が寄せられています。一方、共通して“当たりはずれがある”などの意見も一定数ありました。お客さまの不満を解消し、ご満足いただくために当社としてもできる限りの改善を重ねています。※改善の様子はコチラ⇒ <https://shop.donki.com/voice/cms/article/detail/2>

■まとめ

各10部門のランキングを振り返ると、6部門で沖縄県が1位を獲得する驚きの結果になりました。総合ランキングでも2位に倍の差を付けています。沖縄県には2012年11月のMEGAドン・キホーテ宜野湾店で初出店して以降、現在9店舗を構えています。地域にお住いの方はもちろん、近年は訪れる海外旅行客にも多くご来店いただいているです。

地域別でみると、東海エリア(静岡県、愛知県、岐阜県、三重県)が1位を獲得。エリア内に80店舗以上を構えており、それぞれの県民の皆さんに生活の一部としてご愛顧いただいているのではないかと考えています。

※総合ランキングは、各部門1位から5位までを5点から1点に振り分けてポイント集計したものです。

総合（都道府県）		
1位	沖縄県	38pt
2位	愛知県	18pt
3位	鳥取県	14pt
4位	三重県	13pt
4位	東京都	13pt

総合（エリア）		
1位	東海	39pt
2位	九州・沖縄	38pt
3位	北陸・甲信越	21pt
4位	関東	17pt
5位	中国・四国	14pt

■「majica(マジカ)」とは

「majica(マジカ)」は 2014 年 3 月からサービスを開始した電子マネーで、PPIH グループのドン・キホーテ、MEGA ドン・キホーテ、アピタ、ピアゴ含む majica 加盟店でご利用いただけます。アプリ会員数は約 1,800 万人と、多くのお客さまにご利用いただいております。

お買い物時に majica マネーもしくは UCS クレジットカードでお支払いいただくと、ポイントが付与され、貯まったポイントは、1 ポイント 1 円分としてお買い物にご利用いただけます。今後もお客様に便利にお得にお買い物いただけるよう、オリジナルの機能やサービスをお届けいたします。

公式サイト <https://www.majica-net.com/>



■「マジボイス」とは

“みんなの声で、ぜんぶが変わる!”をコンセプトとして 23 年 11 月に majica 内の新機能としてサービスを開始。「正直レビュー」と「教えて掲示板」の 2 つの主要コンテンツを軸に、アプリ会員であるお客様からの商品要望やアイデア、よく利用される店舗への気づきなど、さまざまなお声を改善につなげていく機能です。

「マジボイス」サイト <https://www.majica-net.com/majivoice/>

「マジボイス実現委員会」サイト <https://shop.donki.com/voice/cms>

みんなの声で、ぜんぶが変わる!?

マジボイス

by majica

■ドン・キホーテのオリジナルブランド『情熱価格』

2009 年 10 月に誕生したドン・キホーテのオリジナルブランド『情熱価格』は、2021 年 2 月に、自社完結で開発するブランド、つまり自社の所有物としての “プライベートブランド”ではなく、お客様と一緒に商品をつくる“ピープルブランド”と定義してリニューアル。食品・日用品・家電・衣料品など多岐にわたるカテゴリで合計約 3000 点の商品を発売しています。

「情熱価格」サイト <https://www.donki.com/j-kakaku/>



■一般の方のお問合せ先 株式会社ドン・キホーテ
 HP <<https://www.donki.com>> の「ご意見・お問い合わせ」フォームをご利用ください。