

ドンキの強みは、安さやとボリューム、品質、説明POP

惣菜売場は直営の寿司売場、惣菜専門店のカネ美食品、やきとりの日本一、仕入れおにぎりと弁当で売場構成されている。どこの部門で扱っているのかは分からが、「圧倒的な安さ！」の仕入おにぎりは全品 68 円、弁当は 298 円弁当。おにぎりは国産米を使用して炊飯のプロが水加減や火加減を調節して丁寧に炊いているという。安さだけでなく品質の良さ、品揃えも豊富だ。298 円弁当は一品一品の説明POPがついていて内容が分かりやすい。

さらに、カネ美食品の揚げ物のバラ販売は全品 98 円。「おすすめはこれ！」「新発売！！」などのPOPで「ひとくちアジフライ」「シャキシャキ野菜の胡麻酢サラダ」「ねぎ塩牛たん重」「ホタテと切昆布の煮物」などを訴求（10月18日視察）。安いだけでなく丁寧に商品説明を行っていることは見習いたい。

直営の寿司売場はマグロ、サーモンを差別化し、安さだけでなく品質にもこだわった寿司を販売。売場には「まぐろはどこの部位も美味しい」と書かれたまぐろの部位を図解したものが飾られている。使っているまぐろは「自然養殖で育てたクロアチア産の本鮪」。食べてみればそのおいしさが分かる。さらに、MEGAパックの品揃えも豊富だ。5種類のネタをてんこ盛りにした「MEGA海鮮丼 880 円」、8種類のネタ×各3の「メガ盛り 24 貫にぎり 1280 円」、「鉄火細巻き 5 本 598 円」など。

ドンキの食品売場を見ていると何かノスタルジーを感じる。それほど新しいことはやっていないがただシンプルにスーパーマーケットの「良い品をより安く」の基本を貫いているように感じた。



特売品 海鮮寿司（きさらぎ） 8 貫 1 パック 500 円（本体価格、以下略）

自然養殖で育てたクロアチア産の本鮪の中トロと赤身の他に真鯛、生サーモンの 8 貫にぎり。中トロのおいしいのは分かるが、赤身も脂が乗っていて味が濃い。いくらもてんこ盛りだ。普段いからで販売されているか分からないが価値ある商品



ジャンボチキンカツ 1枚 298円

平台で大きなPOPをつけてバラ販売で売られているジャンボチキンカツ。重量は約450gと一人では食べきれない量。鶏のムネ肉を使用しているため脂っこくなく食べやすい。大型パックの生野菜サラダと組み合わせることを提案してもおもしろい



チルド シャキシャキ野菜のごま酢サラダ 1パック 280円

「新発売」蓮根、ごぼう、人参、水菜などの根菜と葉物を使ったごま風味の酢のもの風サラダ。各素材はシャキシャキ感が残るように程よく加熱されている。ごまと酢の組み合わせもよい。

ライフ大口店 惣菜

入口付近の青果売場隣に惣菜をゾーンニング

ドンキのシンプルな品揃えに対し、ライフはミールソリューション型で多様化するお客の要求に答えようとしている売場だ。惣菜、ベーカリー、サラダ、カット野菜、サラダの品揃えは豊富で見事な売場を作っている。

部門ごとの縦割りのゾーンニング、レイアウトだが

売場レイアウトを見ると、入口を入れば青果のきのこ、土物の平台がポツンと惣菜売場の前にあるのが少し違和感ある。お客の立場から見れば部門は関係ない。カラフルなカットフルーツのエンドが入口を入ってすぐにあれば驚きの売場になるだけでなく、お客の支持も高まるのではないかと思う。欧米のスーパーマーケットでは、入口付近にデリカ売場とは別に各部門の商品を集めチルドの「スナッキング売場」を配置する店が増えつつある。

「SMの惣菜はドンキとどう戦うのかは、安さに対抗するため、部門を超えたお客のミールソリューションのための商品を結集した品揃えと売場づくりの必要ように思う。また、ドンキに対抗するためにミールソリューション型の店ももっとシンプルに「安さ」「容量」「販促POP」を見直す必要があるように感じた。



秋野菜とさんま竜田揚げ重 490 円（本体価格 以下略）

季節のさんまの竜田揚げと、さつま芋、ごぼう、蓮根、かぼちゃ、ししとうをうまく組み合わせてご飯の上に並べた重。味も見た目ほど濃くなく食べやすい。さくら大根もシャキシャキで食感もいい



12 種スパイスのフライドチキンセット 2 枚入り 1 パック 398 円

12 種類のスパイスを使ったというフライドチキンが 2 枚、スティックタイプのハッシュポテトが 4 本入ったセット。クリスマスを意識した商品。



マンゴミックス 310ml 298 円

くだもの売場上段で売られている超高压処理されたマンゴ、ぶどうを主としたミックス飲料。果汁比率は 90%。マンゴ 100%ジュースはとろみがありすぎて飲めないが、ぶどうとの組み合わせで飲みやすくした。