

## ドン・キホーテ新業態「ドミセ」 ～PB「情熱価格」のみの旗艦店舗～



ドン・キホーテは2023年8月24日(木)、東京都渋谷区の渋谷道玄坂にオープンした大型複合施設「道玄坂通 dogenzaka-dori」内に、新業態「ドミセ渋谷道玄坂通ドードー店」をオープンした。

「ドミセ」とは、ドを超えた驚きが集まる「おどろき専門店」をコンセプトにした同社の新業態。同社の選りすぐりのPB商品やオリジナル商品のみで展開し、売場面積約203.5坪に約3,200を詰め込んだ。

### ■逆転の発想 ～「ドすべり」～

ドミセ業態が同社の他業態と異なるのは、“逆転の発想”。メイン入口には「ドすべり」のコーナーを展開。商品担当者が「これは売れる！」と思って商品開発したが、実は全然売れなかった商品をその理由POPを正直につけて販売。ドすべり商品なので、価格も大幅にダウンしている。ドすべり理由としては「ブームにのって製造したはいいが、目測を誤り、作りすぎてしまった」や「商品の良さをマイチ伝えきれずに、結果としてドすべりしてしまった」など。同社のたくましいところは、売れ残ってしまった商品をひっそりと販売するのではなく、目



立たせて話題性や来店客の興味を見出し、店舗のワクワク感につなげていくDNAであるといえる。

### ■様々な切り口でランキング ～「ドップ10」～

また、長い商品名が特徴の同社PB「情熱価格」であるが、その商品名文字数でのランキングコーナー「情熱を込めすぎて長くなっちゃった商品名ドップ10」や毎月の売上額や売上点数をリアルに公開したコーナー「情熱価格売上ドップ10」、購入客のダメ出しをリアルに公開し、改善した商品コーナー「ドコたえ」など、工夫を凝らしたコーナーを開いた。

※継続は正規版にお申し込み下さい。

# Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内

惣菜



惣菜 菜売場でのポイントは弁当。弁当類は平成台で展開され、弁当の盛り付けに特に力を入れているという。百貨店の商品の盛り付けを目指し、ボリュームを出し、豪華に見得るように、品目や色合いなども工夫されている。

米飯



惣菜 「赤魚の給漬味弁当」「季節の彩りはづき弁当」「季節の味覚御膳」

温惣菜 「厚切り鮭弁当」「豚肉アスパラチーズ巻弁当」

鮮度感  
のある情報を

…



「ヤオコー川越的場店」オーブン  
ヤオコー進化を象徴 新フランチャイズ店

## ■『Food Navigation』とは・・・

スーパー・マーケットの新店をはじめ、コンビニや一部外食など、惣菜を中心に生鮮部門などもレポートするWeb閲覧媒体です。特に惣菜においては、各バイヤーのコメントなど鮮度感のある情報を提供しております。

## ■年間サービス利用料金

年間サービス利用料：90,900円+税（税込 99,990円）※こちらは小売業様価格となります。

## ■ご利用にあたって

※当サービス利用申込企業様は当サービス「利用規約」を承諾したものとします。

※当サービスでは、会員様が安全にご利用頂けるよう暗号化ファイル（FinalCode システム）での提供をしております。FinalCode の動作環境としては、OS は Windows8.1 以降、Web ブラウザーは Internet Explorer 11、Microsoft Edge（JavaScript 使用／Cookie 使用）となっております。

※また、当サービスは契約企業内のみでの利用となっており、営業手段としての利用は禁止しております。

## « 入会申込書 »

株式会社フードナビゲーションジャパン 担当：小池 宛

FAX. 048-424-5547

TEL. 048-424-5546

携帯：090-2545-4724

E-mail : info@foodnavigation.com

申込日： 年 月 日 ( 年 月より利用開始)

『Food Navigation』利用規約を承諾し、年間利用に申し込みます。※左空欄にチェックを入れて下さい。

配信先担当者	企業名	連絡先	TEL:
	住所 部署 役職 氏名		FAX:
		情報配信先	E-mail:
請求先	請求書送付先 担当者 部署・ 役職・氏名	連絡先	TEL:
			FAX:

ヨークベニマル矢野店オープン当日、㈱ヨークベニマルの大高善興社長（代表取締役社長 兼 COO、セブン＆アイ HD. 取締役）は震災後1年の東北エリア、自社について次のようにコメントした。

### ■3.11以降の変化

東北エリアを見ていると、3.11大震災以降の購買行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年金、社会保障に関する不安から、1円でも安くという節約志向にある。もう一方では、同じ買い物をするのであれば、商品を吟味して安全・安心など、価値のあるものを買うというニーズが一段と高まっている、大きく二極化してきたといえる。どっちかがずの商品やサービスは消え行く傾向にあるようだ。自分達のターゲットとコソボトを明確にし、お客様を創造していく

も好調なセブンイレブンのマネジメント力などをもっと学ぶべきであると思っている。

### ■セブンプレミアム商品について

セブンプレミアム商品の開発においては、明確な目標や志、コソボトが必要。これからはカテゴリー毎に「コア」商品を作らなくては生き残れない。セブンプレミアムシリーズに関してはリピーターが増えており、特にゴールドシリーズに関しては、月を追うごとに増えている。価格は安くはないが支持は高い。大事なのはベーシックな商品でリピーターをしっかりと作っていくこと。珍しいものを作るよりも、基本の商品で多くの支持を集めていくことが大切。

### ■SMにとってのPB

我々の商売の最大のプライベートブランドは野菜であり、鮮魚であり、精肉であり、デリカテッセンである。そこにデリヤーカ加食、セブンプレミアムセブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や志、コンセプトが必要。これからはカテゴリー毎に「コア」商品を作らなくては生き残れない。セブンプレミアムシリーズに関してはリピーターが増えており、特にゴールドシリーズに関しては、月を追うごとに増えている。価格は安くはないが支持は高い。大事なのはベーシックな商品でリピーターをしっかりと作っていくこと。珍しいものを作るよりも、基本の商品で多くの支持を集めていくことが大切。

東北エリアを見ていると、3.11大震災以降の購買行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年金、社会保障に関する不安から、1円でも安くという節約志向にある。もう一方では、同じ買い物をするのであれば、商品を吟味して安全・安心など、価値のあるものを買うというニーズが一段と高まっている、大きく二極化してきたといえる。どっちかがずの商品やサービスは消え行く傾向にあるようだ。自分達のターゲットとコソボトを明確にし、お客様を創造していく

◀▲上記記事は過去掲載記事例です。



デリカテッセン・トレードショー 主催者企画



# Bento and Prepared Meal Awards お弁当・お惣菜大賞2024

## エントリーのご案内

「お弁当・お惣菜大賞」とは、  
お弁当・お惣菜・サラダ・パン等の中から  
特に優れた商品を選出し表彰するプログラムです。

自薦・他薦は問いません。  
優れたお弁当・お惣菜等がありましたら、  
いますぐお申し込みください!

## エントリー無料!



[www.obentou-osouzai.jp](http://www.obentou-osouzai.jp)



2業態 11部門でエントリーを募集!

### 2 業態

スーパー・マーケット

専門店・CVS ほか

### 11 部門

天ぷら部門(定番商品部門) 弁当・丼を除く

弁当部門

惣菜部門

サラダ部門

麺部門

丼部門

おにぎり部門

寿司部門

パン部門

スイーツ部門

各国料理部門

応募締切

2023年  
**9月30日**



一般社団法人  
全国スーパー・マーケット協会  
National Supermarket Association of Japan