



元気とタイムリーな情報を提供する

五十嵐レポート

発行:「町コン」五十嵐 勉 2026年07月06日 第1274「週刊五十嵐レポート」

ドンキの戦略

6月25日付日経新聞、「ドンキ 競合の近くに出店」という記事。

ドン・キホーテ(PPIH)が店舗数を急拡大している。ドンキ創業者が命じた「迎撃作戦」がある。「LOT作戦」が発動中。「ロピア」(L)、「オーケー」(L)、「トライアル」(T)の頭文字。いずれも低価格を売りに積極出店で勢いを増している競合ディスカウントスーパー。2024年にドンキは国内最大手として、勢いづくLOTを標的として徹底的に迎え撃つと打ち出した。

30日に福島市中心部にMEGAドン・キホーテを開業するが、トライアルやロピアが既に近隣に店を構える。勝ち筋は徹底した価格戦略。競合よりも1円でも安くする。

ランチェスター戦略でいうと、ドン・キホーテは強者の戦略である。即応戦。売上規模を比べてみると、ドンキ約2.2兆円、トライアル約0.87兆円、オーケー約0.7兆円、ロピア約0.6兆円。3社を合わせてもドンキのほうが上回る。売上で見るとドンキは圧倒的な強者。

しかし、3社が毎年10%成長すると5年後はトライアル約1.4兆円、オーケー約1.1兆円、ロピア約1兆円になり、一気に差が縮まる。ドンキの創業者は「現在」を見ているのではなく、5年後以降の成長性を見て競争相手を抑える。

一方、ロピアは、精肉、総菜、店舗ごとの裁量、「テーマパークのような買い物」という楽しさがある。ドンキより1円安いという勝負はしない。トライアルは徹底したIT化・AI化に投資して価格競争力を維持している。オーケーは「Every Low Price」で広告を打たず、現金比率を高め、店舗設備を豪華にしない。低コスト体質。三者三様の独自性を打ち出して、「差別化」戦略を推進している。

1店舗当たりの売上では、ドンキ約30億円、ロピア約45~50億円、トライアル約25億円、オーケー約40億円。1人当たりの売上ではドンキ約4000万円、トライアル約3500~4000万円、オーケー約3500万円、ロピア未詳。

ドンキは競争相手が小さくてもいずれ大きくなることを考え、小さいうちに叩く。3社はドンキとの違いを出して成長戦略を打ち出す。5年後どうなっているのか楽しみ。

ちょっと
気になる出来事

6月21日付朝日新聞「AIの支配から脱出 新聞を読もう」という読者(大学生22歳)の投稿があった。

6月12日から新聞を取り始めた。なぜ新聞を取り始めたか。それは私の人生が全部AIによって作られている気がしたから。

日記を始めようと思ったのに、文章が思い浮かばない自分に驚き、悲しくなった。大学のレポートのアイデアをAIに頼り、教授に出すメールもAIに聞いている。料理も謝る時も、何事もAIなしでは生きられない状況になってしまいそうで、怖くなった。

・自分で考える。・自分の言葉で書く。・自分の感情を整理する。

そのためには

・本を読む。・新聞を読む。・街を歩く。・運動する。・自分で文章を書く。・人と会う。・旅をする。

私もAIと付き合っている。五十嵐レポートは自分で考え、自分で書いている。AIと役割分担をしていく。



一口メモ
知識

能力が人を変える

自らの成長のために最も優先すべきは、卓越性の追求である。

そこから充実と自信が生まれる。

能力は仕事の質を変えるだけでなく、人間そのものを変えるがゆえに、重大な意味を持つ。(「非営利組織の経営」より)

ドラッカー名言集 仕事の哲学 (ダイヤモンド社)より

●「戦略社長塾東京」小岩校 毎週日曜日・水曜日 午前10時~12時

●「戦略社長塾東京」銀座校、武蔵村山校、豊岡校 開講中。

㈱五十嵐コンサルティングオフィス 〒133-0051東京都江戸川区北小岩6-21-5

TEL03-3659-7703 Fax03-3659-7077 info@igarashireport.com

