

## 広告・クリエイティブの専門誌『ブレーン』との共同企画 6人のクリエイターが“制約ゼロ”で西友のCMを制作 9/29から「プライスロック」をテーマにした6本の動画をWEBで公開

合同会社西友では、広告・クリエイティブの専門誌『ブレーン』との共同企画「ゼロ動」を実施します。これは、最低6ヶ月の間、対象商品を一切値上げせずに低価格で固定し提供するという、西友の大好評キャンペーン「プライスロック」をテーマに、若手クリエイターに制約を全く“ゼロ”にした形で“動画”CMを制作してもらおうというもので、2015年9月29日（火）から特設WEBサイト（<http://www.seiyu.co.jp/campaign/zerodo/>）等で、6本の作品を公開いたします。

本企画は、ユニークなクリエイティブで話題の西友が、優れたクリエイターの発掘とクリエイティブの可能性を探求するために実現した新たな試みです。プライスロックをテーマにしたCM制作を6人のクリエイターに依頼し、テーマ以外はすべてクリエイターのイメージーションに任せ、自由な発想で動画を制作いただきました。

完成した作品は9月29日（火）～11月25日（水）まで特設WEBサイトやYouTubeの西友オフィシャルチャンネル（<https://www.youtube.com/user/SEIYUofficial>）で公開。表現方法がまったく異なる6本の動画を通じて、あらゆる角度からより多くのお客様への「プライスロック」の認知拡大を図ります。なお、10月1日（木）～21日（水）のYouTube再生数が最も多かった作品は11月26日（木）以降1年間、西友ホームページで動画を掲載する予定です。

### 【企画概要】

名称：ゼロ動

主催：西友、ブレーン

実施期間：9月29日（火）～11月25日（水）

特設サイト：<http://www.seiyu.co.jp/campaign/zerodo/>

公開作品：『パパは、鮭とり名人』（TYO / CampKAZ）

『プライスロックは動かない』（bait）

『父と子の6ヶ月の物語』（HIROBA）

『バタフライエフェクトー風が吹けば桶谷が儲かる』（ドローイングアンドマニュアル）

『主婦の夢』（最後の手段）

『HANDMADE HOMETOWN』（1-10HOLDINGS）



## ■『ブレン』とは？

1961年に創刊の広告・クリエイティブの専門誌。毎号広告・デザインをはじめ、プロダクト、パッケージ、ファッション、アートなどマーケティング・コミュニケーションに関わるあらゆるクリエイティブ事例が満載。アイデアを作り、形にする、クリエイターを刺激する最新情報を毎月お届けしている。株式会社宣伝会議発行。



## ■プライスロックとは？

プライスロックは、最低6ヶ月の間、対象商品を一切値上げせずに低価格で固定するというEDLP (Everyday Low Price) 強化策のひとつです。2012年からウォルマート傘下の英国スーパーマーケット「ASDA (アズダ)」に導入され好評を得ているもので、西友では、今年3月より第一弾、5月末より第二弾を実施し、対象品目の売上金額・数量はともに2ケタ増と、お客様に人気の高いプログラムです。8月末からは、第一弾対象商品のうち134品目の価格固定期間を延長、さらに303品目の食品・日用品を新規対象商品として選定し、全国347店舗と「SEIYU ドットコム」(<http://www.the-seiyu.com>)で販売しています。