

2018年2月22日

価格変動の大きい生鮮食品を充実させる「生鮮強化」宣言 西友、価格プログラムの「プライスロック」を刷新 ～過去最多 3,000 品目超の食品・日用品を対象、うち 500 品目以上を値下げ～

EDLP (Every Day Low Price 毎日低価格) 戦略のもと低価格路線を追求する合同会社西友では、価格プログラムの「プライスロック」を刷新。今後 3 カ月の間、値上げを一切せずに低価格で固定するプログラムを本日 2 月 22 日(木)より、全 338 店舗と「SEIYU ドットコム」(<http://www.the-seiyu.com>)で開始します。

原料価格や物流費の高騰による食品の値上げや昨秋の天候不順による野菜の値上げが続く中、今回のリニューアルではプライスロックの対象期間をこれまでの「6 カ月」から「3 カ月」に変更し、「生鮮強化」を宣言します。リニューアル第一弾となる今回は、お客様に人気の高い青果・水産・畜産の売れ筋商品であるバナナやサーモン、アンガスビーフを含む生鮮食品 23 品目を「プライスロック」の対象にします。鮮度のみならず、今後同プログラムにおいてもさらなる価格強化を図ります。



他にも食品・日用品を中心として過去最多の約 1,300 品目を新規対象商品に追加し、そのうちの約 4 割にあたる約 500 品目に対して平均で約 7%の値下げを実施します。その結果、これまでの継続商品と合わせると対象商品は過去最高の約 3,000 品目超になりました。

西友では、お客様の生活に欠かせない定番商品も今後一層強化していきます。2015 年より導入したプライスロックは、過去 3 年間で計 12 回実施。お客様から高い支持を得て、西友における EDLP の代表施策として定着してきました。今後もこれまで積み上げてきた実績をもとに、さらなるスピード感をもって、お客様ニーズの高い商品を中心にプライスロックの対象品目数を拡充し、“毎日低価格”を提供します。

プライスロック リニューアル第 1 弾の対象商品例は以下の通りです。

			
バナナ 1 パック	アトランティックサーモン刺身用 (養殖・解凍) 100g	アメリカ産牛肉ばらカビ焼肉用 (アンガスビーフ) 100g	敷島製パン 『パスコ 超熟 6 枚切』
89 円	237 円	197 円	128 円
			
『オークリーフ バッグ・イン・ボックスワイン 3,000ml』	P&G 『パンテーン エクストラ ダメージケア シャンプー詰替 330ml』	P&G 『アリエールパワー ジェルボール 3D 詰替 超特大サイズ 34 個入り』	ユニ・チャーム 『超快適マスク プリーツタイプ ふつう 7 枚』
1,280 円	298 円	628 円	280 円

※価格はすべて税抜です

※エリア、店舗などにより、取扱い・価格が異なる商品があります

■「安いクセして。」と題した新しいコミュニケーションを開始

さらに、今回プライスロックを刷新するタイミングに合わせて、安さだけでなく西友の高い品質・鮮度を訴求することを目的に、「安いクセして。」というキーメッセージを核にした新 TV-CM の放送を開始します。さらに、店内ポスターやウェブサイトなども一新し、低価格に加えて鮮度・品質をインパクトのあるビジュアルで明確に伝えていきます。

<新ウェブサイト>

www.seiyu.co.jp

西友では、今後も継続的に「価格」「品質・鮮度」の両面でご満足いただける品揃えを強化し、お客様に対する私たちの約束である「信頼を勝ち取るために、どこにも負けない価格と確かな品質で、毎日必要な商品を届ける - 店舗でも、そしてネットでも」という指針のもとに、ミッションである”Saving people money so they can live better”、「お客様に低価格で価値あるお買物の機会を提供し、より豊かな生活の実現に寄与する」の実現を目指します。



ウェブサイト



店舗ポスター

<新 TV-CM 概要>

■放映開始日：2018年2月23日（金）

■放送地域：全国エリア（※西友店舗出店エリア中心）

■CM ストーリー企画意図：

低価格に対する品質の高さや、お客様に満足いただける様々なプログラムなど、実は西友には、選ばれるに足る様々な魅力や取り組みがあります。

しかし、情報まみれの時代だからこそ、言いたいことを言い尽くす表現ではなく、限りなく動物的・直感的に伝わるフレームを目指し「安いクセして。」という言葉を設定しました。掛け合わせるビジュアルや言葉によって伝わるファクトが可変しながら、そのベースにある「安さ」は必ず伝わる構造です。CM では鮮度全開の新しいシズルに、全てボイスパーカッションでできた音を掛け合わせました。

CM やデジタル広告等だけでなく店舗から各種プロモーションの隅々まで、「安いクセして。」という枕詞の基に新しい西友のコミュニケーションが始まります。

