

2016年5月19日

西友、PB「みなさまのお墨付き」でリニューアルを強化 消費者テストを通じて、既存商品の品質向上と価格強化に注力 ～今後2年間で100品目を値下げしEDLPを促進～

合同会社西友では、プライベートブランド（以下、PB）「みなさまのお墨付き」において、品質を向上させながら価格を引き下げたリニューアル商品を、2016年から2017年にかけて100品目投入、第一弾として6月13日（月）に味を改善した「コーンフレーク」2種類の価格を引き下げ、全国343店舗と「SEIYU ドットコム」(<http://www.the-seiyu.com>)で発売します。

お客様にとって価値ある商品を、毎日圧倒的な低価格で提供する「EDLP（Every Day Low Price/ エブリデー・ロー・プライス）」を推進する西友では、PB商品の開発・販売に積極的に取り組んでおります。

「みなさまのお墨付き」は、2012年12月にデビューした加工食品カテゴリーを中心とする、西友の主力PBです。消費者テストでお客様に味・価格・量について、70%以上の方から好評価をいただいたもののみ商品化するユニークなコンセプトで人気を獲得し、発売から3年経った2015年においても約15%の前年比売上増を達成しています。



「みなさまのお墨付き」は、お客様を飽きさせず、常に「お客様に認められた」価格と品質で商品を提供するため、全ての既存商品に対し、発売から1.5年～2年のサイクルで消費者テストを繰り返し実施。再テストで合格したものだけを継続販売し、不合格となったものは改善を重ねて再度テストにかけ、合格したもののみを販売する仕組みを徹底してまいりました。その結果、現在では、既存商品の売上が全体の約8割を占め、「みなさまのお墨付き」の好調さの基盤となっています。

今後は、これまで以上に早いスピードで変化するお客様の嗜好や市場の動向に迅速に対応するため、戦略的に重要であると判断した商品に関しては、1.5年～2年のサイクルに関わらず、消費者のニーズやトレンドに合うように、味・価格・量の改良を行って再テストにかけ、品質向上と価格強化の両面から既存商品のリニューアルを実施します。これまで試験的に実施した商品群については、リニューアル後の売上が平均で約15%の伸長を達成、なかには、品質を向上させ、且つ1本当たり6円の値下げを実現した、ペットボトルの「緑茶」（500ml・59円）のように、リニューアル前後比で売上が45%増となった商品もあります。

6月13日（月）にリニューアル発売する「コーンフレーク シュガー」「コーンフレーク チョコ（旧商品名コーンフレーク ココア）」は、お客様からのご要望を受けて、食感がより楽しめる厚めのシリアル生地に変更。同時に、販売価格を従来の189円から178円に値下げしました。この他にもデイリー食品や菓子・加工食品といったカテゴリーにおいて、品質向上と価格強化の両面からリニューアルを実施した商品を6月から順次発売していく予定です。

西友では、「みなさまのお墨付き」においてリニューアル商品の強化を図るとともに、2016年3月に導入した住居用品カテゴリーをはじめとする新商品開発も継続することで、売上拡大を目指します。

【「きほんのき」のアイテム拡大で EDLP 強化】

シンプルで無駄を省いた商品をカテゴリ最安値級の価格で提供するもうひとつの PB「きほんのき」では、特にお客様からの低価格への期待が高い、ベーシックな食品や日用消耗品など約 130 アイテムを展開しており、その圧倒的な低価格がお客様に大変好評をいただいております。商品の価格高騰が続く 2016 年は、使用頻度の高い日用消耗品カテゴリーを中心にラインナップの大幅拡大を予定しています。



【関連 URL】

■ 「みなさまのお墨付き」

HP : <http://www.seiyu.co.jp/pb/>

Twitter : https://twitter.com/SEIYU_PB/

■ 「きほんのき」

HP : <http://www.seiyu.co.jp/pb/kihon/>

* 価格はすべて税抜です。

この件に関するお問い合わせ :

合同会社西友 企業コミュニケーション部 広報室 03-3598-7760