



2023年12月20日

Press Release

楽天グループ株式会社
株式会社西友

楽天による楽天西友ネットスーパー株式会社の完全子会社化合意に関するお知らせ

楽天グループ株式会社（以下「楽天」）と大手スーパーマーケットチェーンである株式会社西友（以下「西友」）は、楽天西友ネットスーパー株式会社が楽天の完全子会社となることに合意しましたので、お知らせします。これにより、今後は、楽天が楽天西友ネットスーパー株式会社および倉庫型ネットスーパー事業の運営を継続し、西友は実店舗を起点とする店舗出荷型ネットスーパー事業を単独運営する形態へ移行します。約1年間の移行期間を経たうえで、今後、会社名およびサービス名称を変更する予定です。

楽天と西友は2018年4月に合併で楽天西友ネットスーパーを設立し、合併事業を行ってまいりました。共働き世帯の増加やライフスタイルの変化等に加え、新型コロナウイルスによるオンラインシフトにより国内のネットスーパー市場が拡大する中、「楽天西友ネットスーパー」は生鮮および惣菜を中心とする商品の品質と品揃えの向上およびお客様のニーズにきめ細やかに応えることで、事業を拡大してきています。

国内のネットスーパー市場は年々拡大傾向にあり、2022年は2,770億円（前年比12.1%増）規模に成長しました（注1）。今後も物流インフラ整備への投資が進み、サービス展開エリアの拡大が予想されている中で、「楽天西友ネットスーパー」においては、17都道府県（注2）で事業展開し、西友の全国の店舗網および3カ所の物流センターにより（注3）、供給能力も強化してきたことから大変順調に成長しています。

今回の運営形態変更に伴い、楽天は意思決定の迅速さと柔軟性をさらに上げ、最適なタイミングで様々な選択肢を検討・実施することで早期の収益の改善を目指してまいります。

楽天は保有する1億超の楽天IDとポイントプログラム「楽天ポイント」を軸にした強固な会員基盤である経済圏「楽天エコシステム」を今まで以上に活用するとともに、倉庫型ネットスーパー事業においては、「楽天市場」をはじめとしたEC事業やその他サービスで培ったテクノロジーやアセットを最大限に生かしていきます。また、同時にネットスーパーのプラットフォームであ

る「楽天全国スーパー」を通じて、全国の小売事業者のデジタルトランスフォーメーションをより一層支援してまいります。

倉庫型ネットスーパー事業では、今後以下の施策を推進していく予定です。

- 「楽天エコシステム」のさらなる活用およびネットスーパーの商圈拡大を通じた新規顧客の獲得
- キラー商品やカテゴリーなどの顧客育成ドライバーを仕組みとして浸透させることにより、購買回数および購買金額の向上
- 品揃えの見直しや強化などを通じた粗利率の向上
- 採算性をベースにした物流網の再構築等を通じた配送効率の向上

楽天は、引き続きお客様に提供してきたサービス内容を変更することなく、お客様の生活を支える利便性の高いサービスとして提供する予定です。楽天は、拡大する国内のネットスーパー市場におけるリーディングカンパニーを目指します。

西友は、「西友が身近にあるしあわせ」の実現をビジョンとして掲げており、西友の実店舗商圈のお客様に対して、実店舗とオンラインの両面で最高の OMO（注4）サービスを提供することを目指しています。改めてこのビジョンに立ち返り、今後実店舗商圈のお客様に OMO としてより良いサービスを提供することに注力してまいります。

西友の店舗型ネットスーパーは、これまで積み重ねてきた店舗オペレーションの生産性改善と配送効率改善などによって、既に9割を超す店舗で黒字化を果たしており、来年には全店舗で黒字化を達成できる見込みです。今後は、経営資源を店舗型ネットスーパー事業へ集中させることで、更に収益性を高めながら積極的に拡大していく方針です。実店舗とオンラインの両面で最高の OMO サービスを提供し、ネットスーパーにおいて圧倒的な No.1 を目指します。

なお、今回の合意による楽天と西友の戦略的協業関係に変更はなく、楽天のポイントプログラムを軸とした顧客獲得プロモーションおよびデジタルマーケティング施策、これまで実店舗に導入している「楽天ペイ」「楽天ポイントカード」などの各種キャッシュレス決済等において、今後も両社協業を一層深め、引き続きお客様の利便性向上に貢献してまいります。

以上

（注1）出典元：株式会社富士経済「通販・e コマースビジネスの実態と今後 2023」

- (注 2) 展開エリア：17 都道府県（北海道、宮城県、福島県、千葉県、埼玉県、東京都、神奈川県、長野県、愛知県、滋賀県、京都府、奈良県、兵庫県、大阪府、福岡県、熊本県、長崎県）
- (注 3) 楽天西友ネットスーパー物流センター開設状況：2021 年横浜港北（神奈川県）、2022 年茨木（大阪府）、2023 年松戸（千葉県）
- (注 4) OMO (Online Merges with Offline)：オンラインとオフライン(実店舗)の垣根をなくすことで、顧客がより効率の良い購買体験ができるようにするためのマーケティング施策のこと。