

プレスリリース

2012.09.11

西友、9月13日より食品・日用品合わせて700品目の拡大値下げ

2012年の年間“EDLP”商品計画 第二弾実施

今年6月に2012年の年間“EDLP”商品計画を発表した合同会社西友は、夏の第一弾500品目値下げに続き、9月13日(木)よりその第二弾として、当初予定より大幅に値下げ品目数を拡大し、700品目の値下げを実施します。

西友では、これまでEDLP（Every Day Low Price）戦略に基づく低価格路線を推進し、お客様の支持を得てまいりました。西友のEDLP戦略の特徴は、お客様の声、お客様のニーズに応じた商品を計画的、かつ継続的に低価格にて提供するもので、その推進のためには、継続的に生産性向上に取り組み、それにより削減できたコストを価格に投資するEDLC(Every Day Low Cost)という取り組みが不可欠となります。

第一弾として値下げした商品は、そうめんや飲料など夏に需要の高い商品を筆頭に大変好評を得ており、継続して売上を伸ばしております。夏の値下げ以後、お客様より秋の値下げに関しての数多くのご要望が寄せられたこと等により、秋の第二弾では、当初予定の400品目から700品目に値下げ品目数を大幅に拡大して実施することを決定しました。

今回の値下げでは、毎日の生活に必需なコーヒーや食パン、シャンプーなどを、中心値下げ率5~10%の価格にて提供いたします。

ご参考：

【西友のEDLP戦略の特徴】

① 全社全部門で継続的な生産性改善を通じたEDLCを徹底：

店舗や物流センターでの業務プロセスの改善の他、チラシの廃止、省エネ、容器包装の簡素化などを進め、これらにより削減されたコストを「値下げ原資」として、継続的に価格に投資しています。

② 取引先企業と連携したサプライチェーン全体の効率化の追求：

「リテールリンク」等を通じて取引先との情報共有を積極的に進め、日常の商談、商品の受発注、物流など、あらゆる面での業務効率向上を推進しています。これにより、取引先企業と緊密に協力しながら、継続的な低価格化を進めています。

③ お客様の声、お客様のニーズに即した値下げを推進：

ツイッターを使ってお客様ニーズを吸い上げたキャンペーン「サゲリク」等を実施し、お客様の声に応える値下げを実施しています。以上