

プレスリリース

2013.08.29

西友、ウォルマートの商品調達網を最大活用し秋用「撥水ウインドジャケット」全 128 アイテムを 990 円で新発売

食品売り場専用什器を新導入し、拡販を目指す

合同会社西友は8月30日（金）より、全国 210 店舗（※1）で、秋の行楽・スポーツシーズンの需要に応える紳士、婦人、子供用の秋用「撥水ウインドジャケット」4 品目について、色・サイズを豊富に取り揃えた全 128 アイテムを各 990 円（税込）にて新発売します（※2）。本商品は春物ウインドジャケットの販売好調を受け、今年新たに秋用を展開するもので、親会社ウォルマート・ストアーズ・インク（以下ウォルマート）の商品調達網を活用し、市場の同等商品に比べ 30%～50%以上低い価格で提供します。また、食品売り場専用の什器の新規導入で、食品スーパー型店舗での拡販を目指してまいります。

今回新しく発売する秋用「撥水ウインドジャケット」は、これまでのウォルマート商品調達網活用のノウハウ蓄積によるコスト減により、990 円という圧倒的な低価格で販売します。撥水加工が施された表地と、起毛のトリコット生地が採用された裏地の仕立てにより、保温性に優れながら伸縮性も高い点が特徴です。紳士用は単色・チェック柄を合わせた全 8 色の豊富なカラー、婦人用はイエローやレッドなど鮮やかなカラーで展開。子供用は男児用・女児用共に、トドラーサイズ（よちよち歩きの子供向け）と、スクールサイズ（小学生以上向け）を取り揃えて、豊富なラインナップで展開します。

今春展開した春用「撥水ウインドジャケット」では、商品自体の低価格と機能性に加え、衣食住の全カテゴリーを扱う大型店舗だけでなく、食品・日用品を主に扱う食品スーパー型店舗へも販路を拡大。3 ケタ価格の衣料品は、お客様にとって、お惣菜や生鮮食品と一緒に気軽に手に取っていただきやすく、食品売り場に一緒に並べ、“ついで買い”を促すことで、昨年比 2 倍増の売上げを達成しました。

これを受け、今回は更に、西友では初めて、食品売り場専用の衣料品什器を、約 100 店舗に新規導入します。同専用什器は、衣服を通常の横向きだけではなく、商品全体を見せる陳列が可能な専用ラック、一目で分かりやすい大きな値札 POP、商品特徴・機能を訴求するサイネージを備え付け、可動式で店舗ごとに最適な場所に配置することができます。お客様に、より大きなインパクトで商品特性を訴求すると同時に、店舗の回遊性を高めて買いまわりを促すことで、拡販を目指して参ります。

※1：店舗によって品揃えが異なります

※2：品目はデザイン毎の単位、アイテムは色・柄・サイズ毎の単位です

① 食品売り場専用什器

限られたスペースでも商品全体をインパクトある見せ方でディスプレイ可能。また、可動式なので、店舗毎に最適な場所に設置することができます。

② 値札 POP

商品価格を大きく表示することで、西友の「圧倒的低価格」を訴求します。

③ サイネージ

商品名・機能性をわかりやすく表示することで、商品特長を訴求します。