

西友、好調の「プライスロック」を今年も継続

2月25日から、過去最多 338 品目の食品・日用品を新規対象に

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、2015 年 3 月から、対象とする食品・日用品の価格を 6 ヶ月間以上値上げしないプログラム「プライスロック」を実施しており、大好評のうちに約 1 年が経過しました。今年も EDLP の更なる強化に向けて、2 月 25 日（木）から、全国 344 店舗と「SEIYU ドットコム」（<http://www.the-seiyu.com>）にて、プログラム開始以来最多となる 338 品目の食品・日用品を新たに対象として「プライスロック」を実施いたします。

さまざまな商品の販売価格が上昇する、いわゆる「値上げの 1 年」となった 2015 年。西友では 4 回にわたって、乳製品や食用油などの値上げ傾向のあった、または、毎日の生活に欠かせないカテゴリーを中心に「プライス」を「ロック」し、お客様に高い支持をいただきました。2015 年の対象商品の売上は、前年比 20%以上の伸長を示し、「プライスロック」が西友の EDLP を牽引する形で 2015 年の既存店前年比は 2.8%増と堅調な結果となりました。

2 月 25 日から新たに「プライスロック」の対象となる商品には、牛豚ひき肉やパン、ノンアルコール・ビールテイスト飲料などがあり、これまで同様、お客様の購入頻度が高く、毎日の生活に欠かせないものを中心に選定しています。また、2015 年 3 月～8 月の間に「プライスロック」を開始した 710 品目(*)のおよそ半数にあたる 354 品目については、2 月 25 日以降も値上げしない期間を延長しました。それらのプライスロック期間は、最長で 1 年半を超え、お客様には、より長期間にわたって値上げの心配なく安心してお買物を楽しんでいただけます。今後も「プライスロック」対象商品は順次入れ替え、拡大していく計画です。

西友では、2016 年も引き続き、Saving people money so they can live better（低価格で価値あるお買物の機会を提供し、より豊かな生活に寄与すること）のミッションのもと年間を通じて「西友の低価格」を提供し、お客様の豊かな生活を応援します。

*710 品目は、2015 年実施の第一弾から第三弾までの各新規対象品目（第一弾：200 品目、第二弾：207 品目、第三弾：303 品目）を合算したものです。実施期間はそれぞれ異なります。この他にも第四弾として、11 月から 199 品目を新規対象にしています

*対象商品の販売価格は、商品ごとに表示した単位で設定しており、内容量等は変動する場合があります

*エリア、店舗により取扱い・価格が異なる商品があります。また、SEIYU ドットコムでは取扱いが異なる商品があります

*「延長」とは、「プライスロック期間」が「開始日より 6 ヶ月間以上に及んでいる対象商品」を意味しています

■プライスロックとは

「プライスロック」は、6 ヶ月間以上、対象商品を一切値上げせずに低価格で販売するという EDLP 強化策のひとつで、2012 年からウォルマート傘下の英国スーパーマーケット「ASDA（アズダ）」に導入され好評を得ているプログラムです。日本では、2015 年 3 月に開始して以来、お客様に高い支持をいただいています。

<http://www.seiyu.co.jp/campaign/pricelock/index.html>