

2017年11月16日

年末商戦に向け大好評のプライス・キャンペーン第4弾を実施 西友、食品・日用品を中心に、キャンペーン最大644品目を一斉値下げ ～「家計と節約に関する調査」で「節約したい」人が8割以上に～

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、明日11月17日(金)から、2017年最後のプライス・キャンペーン第4弾として、同キャンペーン最大の644品目を一斉値下げいたします。

お客さまの節約志向が続く中、西友が実施しているプライス・キャンペーンは大変好評を博しています。これまで8月末から第1弾～第3弾とキャンペーンを実施してきましたが、対象商品の2017年9月および10月の売上は、前年同月比で二桁増を達成しており、中には売上がキャンペーン開始前と比べて、10倍以上伸長している商品もあります。

今回のプライス・キャンペーン第4弾では、さらにお客さまの期待に応えるため、食品・日用品を中心として644品目を「チャレンジプライス」もしくは「プライスロック」の対象商品として値下げし、1～6カ月以上一切値上げせずに低価格で販売いたします。

西友が2017年11月に全国のスーパーマーケット利用者567名を対象におこなった「家計と節約に関する調査※」では、回答者の8割以上(84.5%)が節約志向であることが分かりました。また、同調査によると、1年のうち最も支出が多くなる月は「12月」と回答した人が最多(39.2%)となりました。さらに、家計のうちで節約したいものとしては、6割以上(64.7%)が、「日常の食費」もしくは「外食費・飲み会代」と答えており、具体的にスーパーで値下げして欲しいものとしては、菓子、飲料、インスタント食品などの「食料品」カテゴリーをあげた人が全体の約8割(77.4%)にのぼりました。*調査詳細は3ページの参考資料をご覧ください

西友では、この先、支出が増加傾向にある年末に向けて、プライス・キャンペーン第4弾を実施し、これらお客さまの節約ニーズにお応えします。

プライス・キャンペーン第4弾の対象商品例は以下の通りです。

| | | | | |
|--------------------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|
| | | | | |
| サトウのごはん 『魚沼産こしひかり 3食パック』 | 味の素 『ギョーザ』 | 雪印 『スライスチーズ 7枚』 | 山崎 『薄皮つぶあんぱん』 | 明治 『北海道純乳脂45』 |
| 538円→498円 (7.4%) | 195円→178円 (8.7%) | 178円→158円 (11.2%) | 115円→108円 (6.1%) | 348円→328円 (5.7%) |

※価格は値下げ前→値下げ後の表記。()内は値引率。価格はすべて税抜です
※エリア、店舗などにより、取扱い・価格が異なる商品があります

西友ではこれまで、様々な EDLP 戦略を通して、お客さまに長期間にわたり値上げの心配なく安心してお買物を楽しんでいただける環境を提供し、好評を博してきました。今後も西友は、お客さまに対する私たちの約束である「信頼を勝ち取るために、どこにも負けない価格と確かな品質で、毎日必要な商品を届ける - 店舗でも、そしてネットでも」という指針のもとに、ミッションである "Saving people money so they can live better"、 「お客さまに低価格で価値あるお買物の機会を提供し、より豊かな生活の実現に寄与する」の実現を目指します。

■2017年プライス・キャンペーン第4弾の概要



「チャレンジプライス」は、西友が独自に調査した市場データをもとに、需要の高まる時期に圧倒的な低価格で提供する価格プログラムです。今回のプライス・キャンペーン第4弾では、食品・日用品など合わせて562品目で値下げを実施します。



「プライスロック」は、お客さまの生活に欠かすことはできない食品・日用品を対象に、6カ月以上一切値上げせずに低価格で販売するという EDLP 強化策の一つです。今回のプライス・キャンペーン第4弾では、食品・日用品82品目を値下げして販売します*。

※プライスロックは2017年11月23日（木）より開始予定

■2017年プライス・キャンペーン第1～4弾概要

| | 開始日 | プログラム名・対象アイテム | 値下げ品目数 |
|-----|--------|-----------------------|--------|
| 第1弾 | 8月29日 | チャレンジプライス | 319 |
| | | プライスロック | 147 |
| 第2弾 | 9月28日 | チャレンジプライス | 275 |
| | | プライベートブランド「みなさまのお墨付き」 | 103 |
| 第3弾 | 10月26日 | チャレンジプライス | 471 |
| | | プライスロック | 58 |
| 第4弾 | 11月17日 | チャレンジプライス | 562 |
| | | プライスロック | 82 |

＜合同会社西友 ご参考資料：家計と節約に関する意識調査＞

【調査概要】

調査方法：インターネット調査

調査対象：週 1 回以上スーパーマーケットを利用する全国の 20～60 代の男女 計 567 名

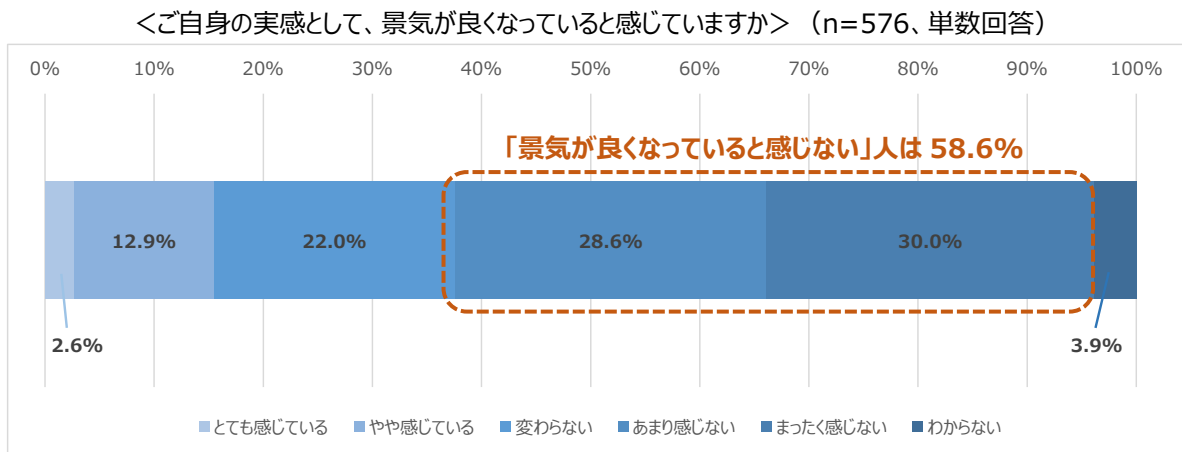
調査時期：2017 年 11 月

【調査結果概要】

■ 景気に関する意識

(1)「景気が良くなっていると感じない」人は 58.6%、「景気が良くなっていると感じている」人はわずか 15.5%。回答者の過半数は景気回復を実感していない。

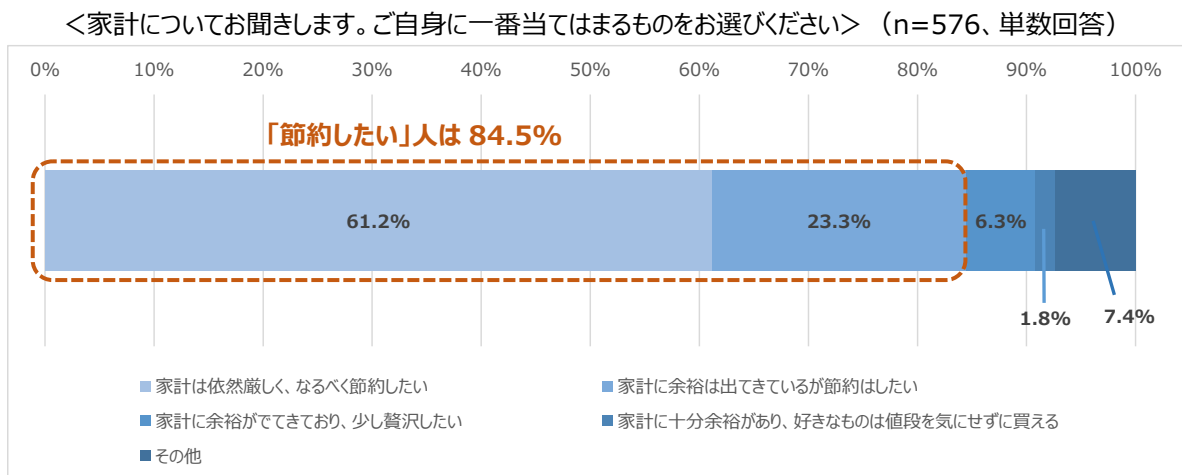
景気回復といわれている中、今回の調査では、「景気が良くなっていると感じている」人は 15.5%にとどまり、「景気が良くなっていると感じない」人は 58.6%（「あまり感じない」28.6%、「まったく感じない」30.0%）、「変わらない」と答えた人を含めると 8 割（80.6%）の人が景気回復を実感できていないことが明らかになりました。



■ 節約に関する意識

(1)「節約したい」人は 8 割以上。その内、6 割以上が「家計は依然厳しい」と回答。

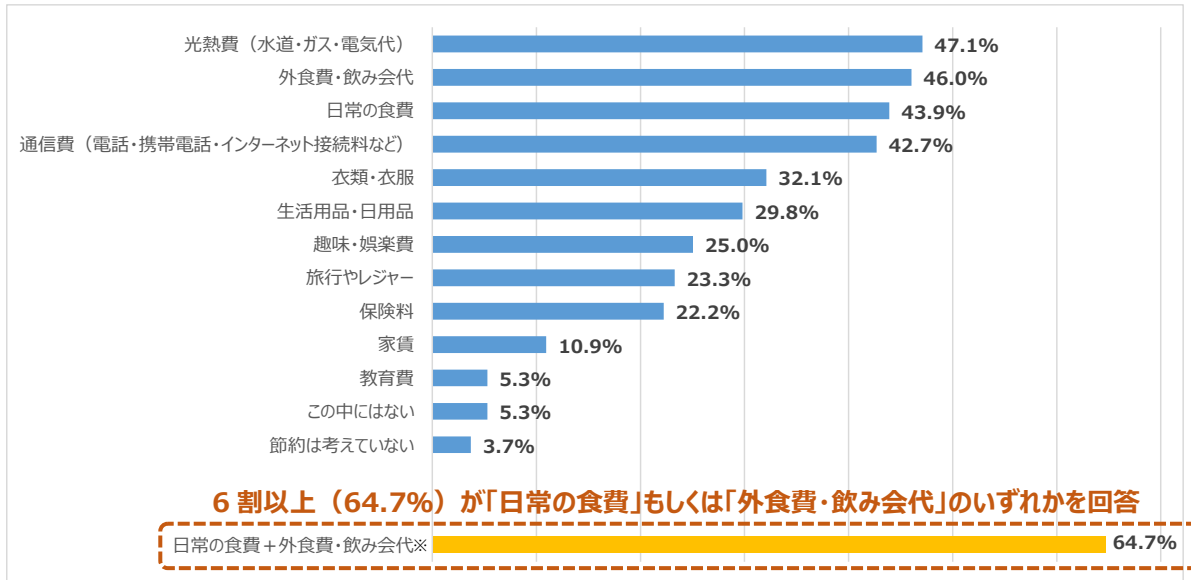
家計の状況についてたずねたところ、「家計は依然厳しく、なるべく節約したい」（61.2%）、「家計に余裕が出てきているが節約はしたい」（23.3%）と合わせて、回答者の 8 割以上（84.5%）が節約志向であることが分かりました。



(2)家計の中で節約したいものは、「光熱費」が最多で 47.1%。6 割以上が「日常の食費」もしくは「外食費・飲み会代」と回答。

毎月の家計の中で節約したいものは「光熱費」（47.1%）が最も多く、次いで、「外食費・飲み会代」（46.0%）、「日常の食費」（43.9%）、「通信費」（42.7%）、「衣類・衣服」（32.1%）、「生活用品・日用品」（29.8%）が続く結果となりました。また、「日常の食費」もしくは「外食費・飲み会代」のいずれかを回答した人は6割（64.7%）を超えました。

＜毎月の家計の中で次のどれを節約したいですか＞（n=576、複数回答）



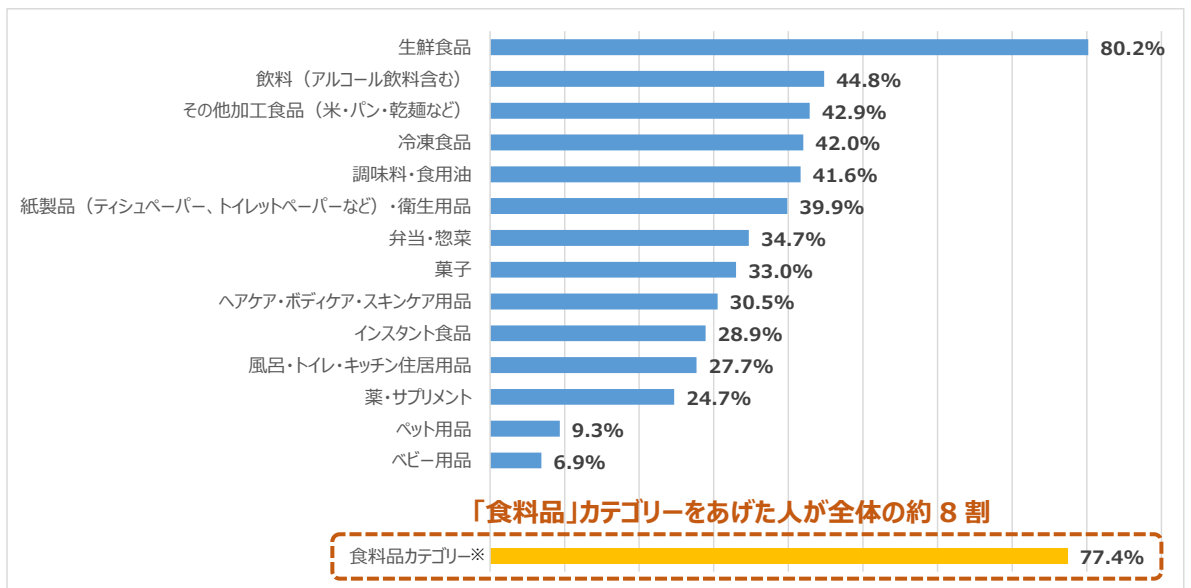
※「日常の食品+外食費・飲み会代」は、「日常の食品」、「外食費・飲み会代」のいずれかひとつでも選択した人の割合

■スーパーでの買い物に関する意識

(1) スーパーで値下げしてほしいものとして「食料品」カテゴリーをあげた人が全体の7割以上。

スーパーで値下げして欲しいものは、「生鮮食品」（80.2%）が最も多く、相場の影響を受けやすい生鮮食品の値段には敏感な様子が伺えました。また、「菓子」、「飲料」、「インスタント食品」、「冷凍食品」などの「食料品」カテゴリーをあげた人が全体の約8割（77.4%）にのぼりました。

＜スーパーで販売されているものの内、どのカテゴリーが値下げしていると嬉しいですか＞（n=576、複数回答）



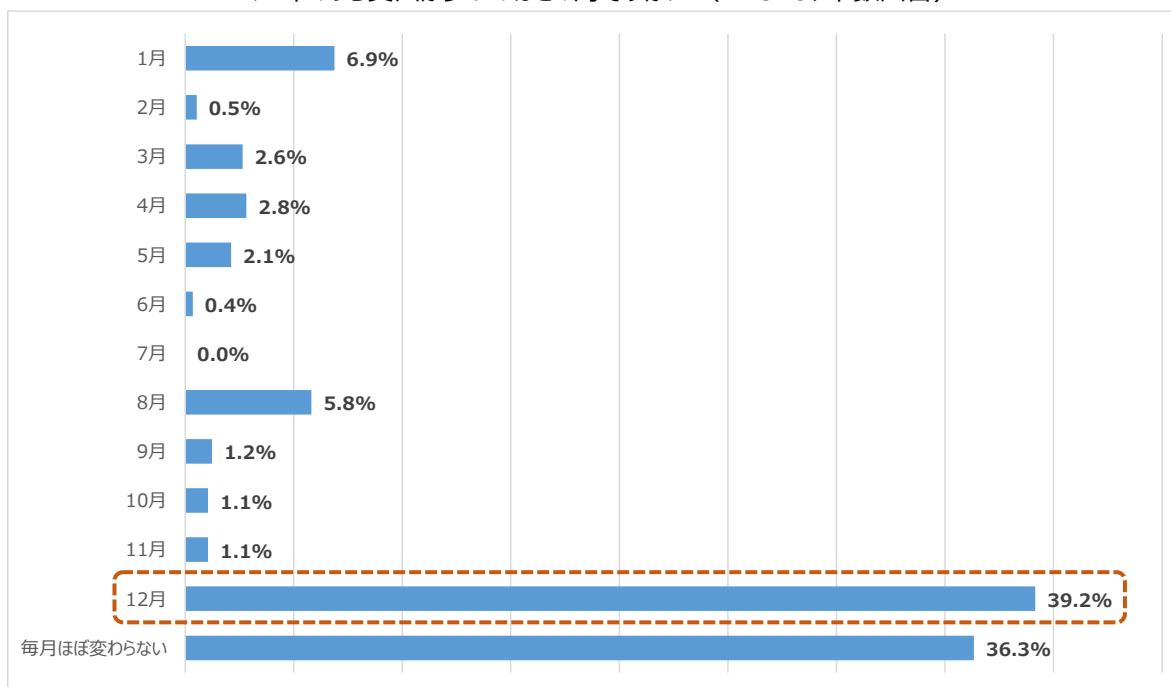
※「食料品」カテゴリーは、「菓子」「飲料（アルコール飲料含む）」「インスタント食品」「冷凍食品」「調味料・食用油」「その他加工食品（米・パン・乾麺など）」のいずれかひとつでも選択した人の割合

■ 支出に関する意識

(1) 1年のうち最も支出が多くなる月は年末の「12月」と回答した人が最多（39.2%）。

1年のうち支出が多いのはどの月かたずねたところ、年末にかけての「12月」（39.2%）が最も多く、次いで「1月」（6.9%）という結果となりました。※「毎月ほぼ変わらない」（36.3%）を除く

<1年のうち支出が多いのはどの月ですか>（n=576、単数回答）



以上