

2019年 6月 26日

ウォルマート・ジャパン/西友、新たな事業計画を発表

ウォルマート・ジャパン・ホールディングス株式会社ならびに合同会社西友の社長兼最高経営責任者（CEO）を務めるリオネル・デスクリーは、ウォルマートの力強い支援の下、日本市場でより地域に密着したスーパーマーケットとしての成長を加速させるために、本日、中期的な事業計画をアソシエイト（従業員）と共有しました。

東京で開催されたアソシエイト向け対話集会でデスクリーは約 600 人のアソシエイトに対し、西友の今後 3 年間の事業計画を発表しました。西友では、これまで EDLP（毎日低価格）を推し進める中で、「みなさまのお墨付き」などユニークなプライベート・ブランド（PB）商品や、利便性の高い好立地の店舗、そしてお客様のために尽くすアソシエイトの接客などがお客様から高い評価を受けてきましたが、今回発表された事業計画では今後それらの強みをさらに進化させるとしています。

デスクリーは、次のように述べています。「私たちは西友を、ウォルマートの力強い支援の下、先進的で、地域に密着した革新的なバリュー・リテ일러にすることを長期的な目標に掲げています。この目標を達成するために、日本の事業に積極的な投資を行っていきます」

本事業計画では、優先事項を以下の 4 つの事業計画の重点領域に定めています。そのうち 3 つの領域は売り上げの増大を目的とするもので、最後の一つはウォルマートの DNA である EDLC（毎日ローコスト）です。

カスタマー・バリュー・プロポジション（CVP）の向上：

西友が考える CVP とは、お客様が西友で購入いただく商品やお買い物体験に高い価値を感じていただくことです。価格設定、品ぞろえ、地域のニーズをこれまで以上に売り場に反映させるといったことが、今後の成功のカギを握っています。また、店舗の改装を加速させることもお客様の支持獲得につながると考えています。

生鮮食品と惣菜へのさらなる注力：

お客様のスーパーマーケットに対するニーズが多様化し、競争が激しさを増す中、生鮮食品と惣菜は、お客様の来店動機となる重要な分野です。西友では、都市部において多くの店舗が駅から徒歩圏内という好立地を生かし、駅近の店舗を利用するお客様に特に需要の高い惣菜に注力します。

オムニチャネル戦略の加速：

2018 年 1 月にウォルマート・インクと楽天株式会社は戦略的提携を締結しました。同年 10 月には「楽天西友ネットスーパー」をグランドオープンし、売り上げも順調に推移しています。また、楽天市場に出店した「西友楽天市場店」もお客様からの高い支持をいただいています。このような施策により、西友は、さらにオムニチャネルの強化を図っていきます。

EDLP（エブリデー・ロー・プライス＝毎日低価格）のさらなる推進：

EDLP（毎日低価格）を実現するには、EDLC（毎日ローコスト）が必要不可欠です。西友は引き続き徹底した業務の効率化とテクノロジーの導入により、西友の強みである低価格にさらに投資していきます。

デスクリーは、本年3月15日にCEOに就任して以来、日本全国を訪問し、アソシエイトやお取引先様を含む主要なステークホルダーと直接対話し、西友とお客様に対する理解を深めるとともに、事業の強みや成長機会を探ってきました。本事業計画には、お客様、お取引先様、アソシエイトのニーズや洞察を質量両面から分析した結果が反映されています。

デスクリーは、さらに次のように述べています。「私たちは長期的に、過半数に満たない株式の上場を目指しています。ウォルマートの力強い支援を得つつ、実店舗でもオンラインにおいても、先進的で、地域に密着した革新的なバリュー・リテ일러として事業を展開するための大きな一歩を踏み出すことができると確信しています」

対話集会には、ウォルマート・インクの海外市場を統括する国際部門CEO、ジュディス・マッキーナも出席し、次のように述べました。「西友の売り上げ拡大に向けた新たな事業計画に多いに期待しています。ウォルマートのグローバル・リーダーシップチームも、全面的に西友を支援しています。ウォルマートが株式の過半数を保有しつつ日本で上場を目指すことを支援するのは、国際部門の戦略と合致します」

以上