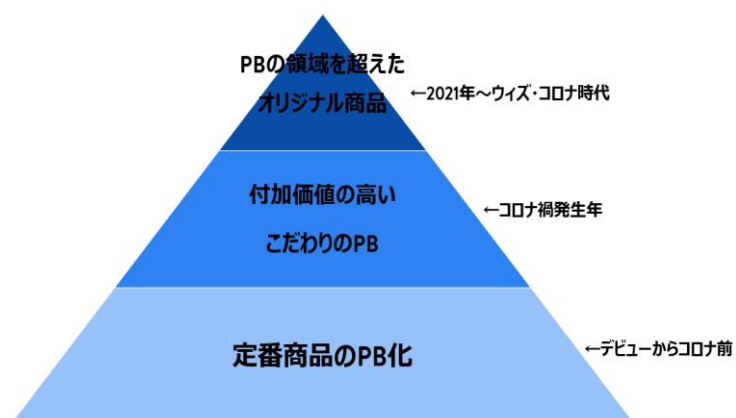


2021年9月29日

西友、プライベートブランド「みなさまのお墨付き」に関する戦略を発表**PBの領域を超えた独自性あるオリジナル商品の開発力を強化**

～ウィズ・コロナ時代のライフスタイル変化に対応した、
低価格と高付加価値を両立した商品ラインナップを拡充！～

合同会社西友（本社：東京都北区、社長兼最高経営責任者：大久保 恒夫、以下「西友」）は2021年6月に発表した新中期経営計画において、2025年に向けて「食品スーパーでNo.1」「ネットスーパーNo.1」になることをめざしております。そのための重点施策である「低価格と価格以外のニーズへの対応」と「商品開発力と販売力強化」を推進するため、主要プライベートブランド（PB）「みなさまのお墨付き」の戦略を進化させ、2023年にグロサリー分野における売上構成比を25%に伸長させていきます。

■ 「みなさまのお墨付き」はPBの領域を超えた新たなステージへ（ブランド戦略の変遷）**● 定番商品のPB化（デビューからコロナ前）**

西友の主力PB「みなさまのお墨付き」は、2012年のデビュー以来、「味」「価格」「容量」等を消費者テストに諮り、80%以上の支持を得た商品のみを発売するという、他社にないユニークな商品開発の仕組みで、常に消費者ニーズに寄り添う商品開発を行ってまいりました。これまでは、通常の

PB同様、ナショナルブランド（NB）をベンチマークとし、「有名メーカー品と同等以上の品質で、10%以上低価格 ～良いのに、安い！～」をコンセプトに、主に定番/コモディティ商品を中心に開発してまいりました。

● 付加価値の高いこだわり商品のPB化（コロナ禍発生年）

昨年、コロナ禍の発生により、人々のライフスタイルが大きく変化し、節約志向や健康志向が高まったことを受け、付加価値と低価格を両立した定番を超えた商品の開発を拡大。糖質や栄養素にこだわったギルトフリーシリーズの菓子などを投入した結果、売上は過去最高を達成し、2019年比で27%増となりました。

● PBの領域を超えたオリジナル商品の開発にシフト（2021年～ウィズ・コロナ時代）

現在、コロナ禍2年目となり、更なる節約志向、おうちでの調理疲れ、免疫力向上ニーズなど、お客様の生活やニーズは刻々と変化しています。今後のウィズ・コロナ時代のニーズの変化に柔軟に対応していくため、「みなさまのお墨付き」はNBのみをベンチマークとしない“ありそうでなかった”（独自性の高い）商品の開発・拡充にシフトしていきます。

なお、同ブランドの認知拡大と販売強化を図るため、店内の一等地に「みなさまのお墨付き」アイテムだけを揃えた専用コーナーの設置、POP 展開、SNS 施策等の販促施策も合わせて実施していきます。

■独自商品開発に向けた調達戦略の強化について

従来以上に価値ある商品を低価格でお客さまに提供していくために、生産段階や原材料まで踏み込み、付加価値を加えた独自商品の開発を行うことが、我々がめざしている姿です。西友では、昨年より、川上から川下までを一気通貫で統合させた調達モデルの本格導入に向けた基礎作りを開始しております。新中期経営計画においては、統合調達モデルで生鮮、惣菜、PB を統合した調達を本格的に行うために組織体制の見直しを行い、活動を本格稼働・強化する準備を進めております。

西友は今後も、より付加価値や独自性が高い価値ある商品をお手頃な価格でお客さまに提供できるよう、サプライチェーン全体で、お取引先やメーカーと小売業がこれまで以上にそれぞれの強みを活かしながら協働し、新たな調達・商品開発にチャレンジできる環境づくりをめざしてまいります。

::::: 新たな商品開発コンセプトと新商品ラインナップ :::::

ウィズ・コロナ時代の刻々と変化するライフスタイルに対応するため、今後の商品開発では、「Ready To Eat & Cook ～ 時間をかけず美味しく便利 ～」「Well-Being ～ 心も身体も心地よい生活 ～」「Local & Seasonal ～ 産地・原材料へのこだわり ～」の3つの切り口で商品開発を加速、お客様のニーズに応える新商品を随時発売していくことで、「みなさまのお墨付き」のラインナップを充実させてまいります。

● 「Ready To Eat & Cook ～ 時間をかけず美味しく便利 ～」

調理における時短ニーズに合わせて、手間を減らしながらも美味しい食事をイノベティブにサポートします。



大豆ミートのキーマカレー (160g / 270 円)

動物性原料を配合せず、トマトや人参、ココナッツクリーム入りでまろやかな味。1 日分の緑黄色野菜を配合(生鮮換算)。

動物性の原料を一切使わずに旨味とコクを出す点に工夫した一品。



玉ねぎポン酢 (480ml / 321.84 円)

たっぷりのシャキシャキ食感の玉ねぎ、国産ゆず果汁でさっぱりと仕上げたポン酢。サラダや肉料理などいろいろなメニューにどうぞ。

● 「Well-Being ～ 心も身体も心地よい生活 ～」

身体にとって良いだけでなく、メンタルヘルス・多様な食生活を考慮した心と身体に優しいをプラス



発酵バターを使ったメープルバウムクーヘン (3個 / 162円)

ブルターニュ製造発酵バターとカナダ産メープルシロップを使用。香りとコクのバウムクーヘンでおうちカフェ気分を。



マグカップにピッタリのコーヒー コロンビア (12g×5P / 321.84円)

既存の「みなさまのお墨付き」ドリップコーヒーシリーズ比で、1.7 倍の豆を使ったマグカップ用。マグカップにたっぷり淹れてもおいしく飲めます。有機 JAS およびフェアトレード認証のコロンビア産コーヒー豆を 100%使用。華やかな香りとやわらかい酸味。漬け込み時間を変えれば好みの濃さに。

● 「Local & Seasonal ～ 産地・原材料へのこだわり ～」

地域の名産品や郷土品、地方ならではの旬の味覚を商品化、また国産原料を積極的に使用します。



ザクっとパールシュガー入り ベルギーワッフル (1個 / 105.84円)

本場ベルギー産のパールシュガーと鳥取県大山高原の特選牛乳を使用し、外はザクっと中はしっとりとした食感を実現。

トースターで少し温めるとより一層おいしくなります。



王林りんごジュース 果汁 100 (200ml / 105.84円)

青森県産りんご使用。ストレート果汁 100%。王林の香りと味わいを楽しめます。ストレート果汁は搾ったそのままの果汁で、栄養素が失われないだけでなく、果物本来の味と風味を存分に楽しめます。

※価格はすべて税込み

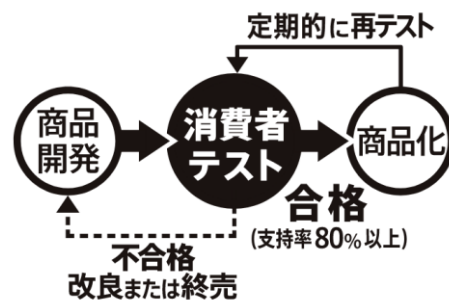
■ 主な新商品ラインナップ

テーマ別	項目	規格	税込み 価格	支持率
時間をかけず美味しく便利	たっぷり玉ねぎポン酢	480ml	¥321.84	92.7%
時間をかけず美味しく便利	つぶつぶ刻み野菜入りケチャップ	295g	¥267.84	93.6%
時間をかけず美味しく便利	豚丼のたれ	375g	¥318.60	88.5%
時間をかけず美味しく便利	大豆ミートのキーマカレー	160g	¥270.00	85.3%
時間をかけず美味しく便利	ごはんたまぜるだけ ガパオライス	1人前 x 2袋	¥138.24	81.7%
時間をかけず美味しく便利	ごはんたまぜるだけ カレーピラフ	1人前 x 2袋	¥138.24	81.7%
時間をかけず美味しく便利	On the ごはん ルーロー飯	120g	¥270.00	80.9%
時間をかけず美味しく便利	手作りパスタのオイルソース ペペロンチーノ	約5食分	¥213.84	90.0%
心も身体も心地よい生活	マグカップにピッタリのドリップコーヒー コロンビア	12gx5P	¥321.84	89.0%
心も身体も心地よい生活	おうちカフェ（オトナのお墨付きおやつ） 発酵バターを使ったメープルバウムクーヘン	3個	¥162.00	91.7%
心も身体も心地よい生活	おうちカフェ（オトナのお墨付きおやつ） 国産小麦粉を使ったシナモンドーナツ	2個	¥162.00	81.5%
産地と原材料へのこだわり	ポテトチップス 牛タンのタレ味 ねぎ塩レモン風味	60g	¥74.52	82.7%
産地と原材料へのこだわり	ポテトチップス 焼き鳥のタレ味 甘辛しょうゆ風味	60g	¥74.52	94.4%
産地と原材料へのこだわり	ふじりんごジュース 果汁 100	200ml	¥105.84	95.4%
産地と原材料へのこだわり	王林りんごジュース 果汁 100	200ml	¥105.84	96.4%
産地と原材料へのこだわり	ザクっとパールシュガー入り ベルギーワッフル	1個	¥105.84	90.0%
産地と原材料へのこだわり	3種の魚介のスンドゥブ 辛口	300g	¥203.04	90.6%

※店舗によって取り扱いアイテムが異なることがあります。

■ 西友 PB「みなさまのお墨付き」

「みなさまのお墨付き」は、第三者機関が実施する厳正な消費者テストで 80%以上の支持率を獲得したものを商品化するというユニークな仕組みを取り入れたブランドです。2012 年 12 月の発売以来、有名メーカー品と同等以上品質にも関わらず、価格は有名メーカー品よりも 10%以上低価格な「良いのに安い」を目指し、お客様のニーズに応える商品開発を行ってまいりました。「消費者が認めた」もののみを商品化する、日本ではどの流通も取り入れていない、西友独自のコンセプトです。



2019 年 10 月には、より厳選された製品のみを商品化するためにブランドのルールを見直し、これまでの消費者テストでは支持率 70%以上で合格という基準を 80%に引き上げました。また、発売後も数年おきに再テストを実施し、商品の魅力に変化がないか、定期健康診断を実施しています。この際に 80%未満の支持率であれば、再度商品開発からやりなおす、もしくは終売にします。

これまでにカップ麺、ポテトチップスなどにおいてシーズナルフレーバー商品の数量限定発売、本格的なカレーのレトルト食品のような個食用簡便食など特色あるアイテムも追加し、2021 年 9 月時点で約 1,200 アイテムを取り扱っています。今後もお客様の多様なニーズに応える新商品を随時発売してまいります。

「みなさまのお墨付き」HP：<https://www.seiyu.co.jp/pb/mo/>

「みなさまのお墨付き」Instagram：<https://www.instagram.com/osumitsuki/>

「みなさまのお墨付き」Twitter：https://twitter.com/seiyu_pb

■ 西友について

1963 年に設立された西友は、「西友」「サニー」「LIVIN」の 300 以上の店舗と「楽天西友ネットスーパー」を通じて、北海道から九州まで全国のお客さまに食料品、日用品、住居用品、衣料品を提供しています。「西友が身近にある幸せ」の実現を使命とし、お客さまの多様なご要望やニーズにお応えできる価値ある商品を揃え、徹底した業務の効率化とテクノロジーによって、お得な価格で提供します。株主である KKR、楽天、ウォルマートの強みを最大限活用することで、店舗とネットを融合する OMO サービスにおいて業界をリードする存在になることをめざし、革新と挑戦を続けています。詳しい情報は <https://www.seiyu.co.jp/> をご覧ください。

公式 HP：<http://www.seiyu.co.jp/>

公式 Twitter：https://twitter.com/Seiyu_Japan

西友 Facebook：<https://www.facebook.com/seiyucorporate>