

西友 PBでリニューアルを強化 ～今後2年間で100品目を値下げ、EDLP促進～



西友ではプライベートブランド（PB）「みなさまのお墨付き」において、品質向上と価格の引き下げを実施したりリニューアル商品を、2016年から2017年にかけて100品目投入する。第一弾として6月13日（月）に味を改善した「コーンフレーク」2種類を全国343店舗と「SEIYU ドットコム」で発売する。

「みなさまのお墨付き」は2012年12月に発売し、加工食品カテゴリーを中心とする西友の主力PB。同PBでは消費者テストで同社利用客に味・価格・量について70%以上の方から好評価を得た商品のみを商品化する。発売から3年経った2015年においても約15%の前年比売上増を達成している。

「みなさまのお墨付き」では全ての既存商品に対し、発売から1.5年～2年のサイクルで消費者テストを繰り返し実施しており、再テストで合格したものだけを継続販売。不合格となったものは改善を重ねて再度テストにかけ、合格したもののみを販売する仕組みを徹底してきた。その結果、現在では、既存商品の売上が全体の約8割を占めている。なお、「しょうゆヌードル」においては、トップNB商品

と比べ3倍の売上となっているという。

今後は、これまで以上に早いスピードで変化する消費者の嗜好や市場の動向に対応するため、戦略的に重要であると判断した商品に関しては、これまでの1.5年～2年のサイクルに関わらず味・価格・量の改良を実施し再テストにかけ、品質向上と価格強化の両面からリニューアルを実施していく方針。これまで試験的に実施した商品群については、リニューアル後の売上が平均で約15%伸長。ペットボトルの「緑茶」（500ml・59円）では、品質向上と1本当たり6円値下げした結果、リニューアル前後比で売上が45%増となった。

6月13日（月）にリニューアル発売する「コーンフレークシュガー」「コーンフレークチョコ（旧商品名コーンフレークココア）」は、利用客からの要望を受けて厚めのシリアル生地に変更。同時に販売価格を189円から178円に値下げした。

この他、デイリー食品や菓子・加工食品といったカテゴリーにおいて、品質向上と価格強化の両面からリニューアルを実施した商品を6月から順次発売していく。