

2014年10月10日

西友 EDLP テーマソング『振り向けば、アンチ特売』を発表 ～昭和の大ヒット曲「氷雨」でお馴染みの佳山明生氏を起用～

合同会社西友は、“EDLP (Every Day Low Price)” 戦略を掲げ、期間限定ではなく継続的に各種商品を低価格にて提供することで、お客様の豊かな生活を支援しています。この度、この“EDLP”の魅力をより多くのお客様にご理解いただくために、EDLP とは対極にある“特売”と対比しながら紹介する、EDLP テーマソング『振り向けば、アンチ特売』を制作しました。

EDLP テーマソングでは、短期間の値下げセールである”特売”に対する対抗軸として、EDLP を“アンチ特売”と大々的に打ち出しながら、“すぐに終わってしまう特売のせつなさ”や“毎日続くアンチ特売の素晴らしさ”を、「全日本有線放送大賞グランプリ」や「第25回日本レコード大賞ロングセラー賞」などの受賞歴を持ち、昭和の大ヒット歌謡曲「氷雨」でお馴染みの佳山明生氏に歌いあげていただきました。情感たっぷりの語りと哀愁を誘うメロディラインが心に響く楽曲に仕上がっています。

本楽曲は西友新長田店を始めとする一部店舗の館内 BGM 内で放送するほか、楽曲の曲調にあわせて 80 年代刑事ドラマを彷彿とさせるミュージックビデオを制作、10 月 10 日(金)より Youtube 西友オフィシャルチャンネルにて公開します。

[Youtube 西友オフィシャルチャンネル] <https://www.youtube.com/user/SEIYUofficial>

佳山明生氏コメント：

「私自身スーパーマーケットで普段よく買い物をしますので、大変親しみのあるテーマの楽曲でした。メロディやサウンドは若い世代にも通ずる乗りのいいものなので、久しぶりにチャレンジする気分でレコーディングに臨むことができました。

とっても楽しい仕上がりになっていますので、主婦の皆様の生活の後押しとなるような応援ソングになってくれるといいなと思っています。」



佳山明生(かやま・あきお) プロフィール

1951年9月19日生まれ。

1970年に、作曲家・古賀政男の最後の門下生として師事。1977年12月に『氷雨』でメジャーデビューを果たす。『氷雨』は発売当初はヒットの兆しが見えなかったものの、1983年に大ヒット。オリコンチャート TOP10 や人気歌番組「ザ・ベストテン(TBS)」にランクイン。同年の「全日本有線放送大賞グランプリ」／「日本レコード大賞ロングセラー賞」を受賞。2013年10月には最新曲『こんな女のブルース』をリリース。



振り向けば、アンチ特売

作詞：青心 作曲：清川進也 編曲：飯田具延 唄：佳山明生

奥さん、特売のこと好きでしょ？
それは分かる。俺も分かる。
けれど特売はほとんどの場合一日で終わる、
たった一日限りの、そんな幸せなんて、
涙がこぼれちゃう。

特売はさみしい、さみしいじゃないか
特売はせつない、せつないじゃないか

しかし、アンチ特売は違っていた
安さが毎日続くのだから

アンチ特売 そう アンチ特売
素敵なスーパーは そう アンチ特売
安さが続く そう アンチ特売

まるであの日の母さんの温もりのように

ららりるり、ららりるりら～、
アンチ特売～

奥さん、特売は一日で終わるでしょ？
煽るだけ煽って、一日で終わるでしょ？
また他の商品が特売になるとか言うけれど、
結局それだって、一日くらいで、
終わるに決まってる。

特売はさみしい、さみしいじゃないか
特売はせつない、せつないじゃないか

しかし、アンチ特売は違っていた
安さが毎日続くのだから

アンチ特売 そう アンチ特売
クオリティオブライフ イズ アンチ特売
理想の生活 そう アンチ特売

まるで初恋のあの子の笑顔みたいに

ららりるり、ららりるりら～
アンチ特売～

アンチ特売 そう アンチ特売
みんなが幸せ そう アンチ特売
あの空の果て そう アンチ特売
常春の国 そう アンチ特売
4番でピッチャー そう アンチ特売
全員攻撃 そう アンチ特売

まるで太陽系第三惑星地球のように

ららりるり、ららりるりら～
アンチ特売～

明日もお待ちしております。

(ご参考：その他の展開について)

下記の対象店舗では、EDLP テーマソング『振り向けば、アンチ特売』の発表にあわせて、アンチ特売プロモーションを展開します。

対象店舗：

西友新長田店（兵庫県）、サニー吉塚駅前店（福岡県）、サニー渡辺通店（福岡県）、サニー加布里店（福岡県）、サニー有田店（福岡県）、サニー七隈店（福岡県）、サニー野間店（福岡県）、サニー白木原店（福岡県）、サニ一月隈店（福岡県）

■ 店内装飾

のぼり・プライスカード・カゴ底・レジ周りなどで、“アンチ特売”を訴えるカラフルな広告を展開します。



■ 折込チラシ

前日の販売価格を掲載し、「西友は昨日も安かった」と訴求。通常の“特売”であれば、「買い逃した」ことを後悔してしまうところを、裏面で本日の販売価格を掲載することで、安さが毎日続く“EDLP”を訴求します。

