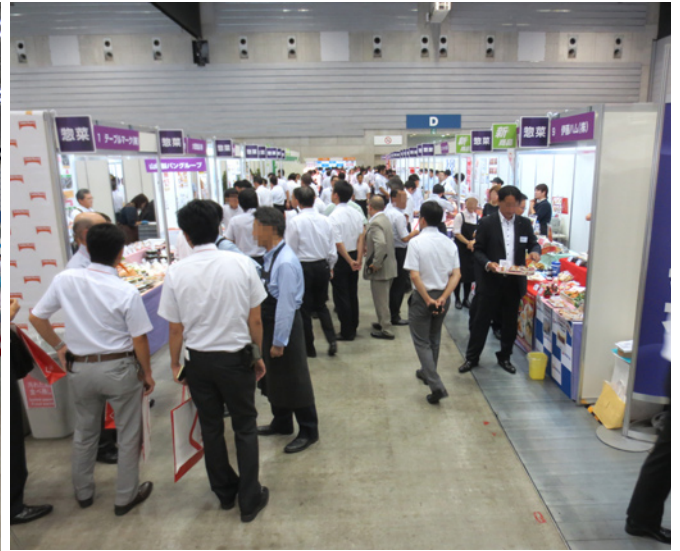


# 「AJS 2014 年秋期商品 ・用度合同展示会」開催



オール日本スーパーマーケット協会は8月21日(木)、「AJS 2014 年秋期商品・用度合同展示会」を開催した。

AJS・コプロでは本年度より商品強化のための新たな商品政策をスタートさせており、その一環としてブランドの認知と販売力アップを目指し、今秋よりブランドロゴ・パッケージのデザインを一新する。

今回の展示会では、「生活良好は変わります」をテーマに、時代の変化に対応していく“新商品・リニューアル商品”を中心に提案した。

「生活良好」の売上高はここ数年約450億円を横ばいで推移。PBの価格競争が激化する中で価格訴求面で大手小売PBに勝てなかったことが最大の原因。今後はAランク商品を中心にリニューアルをかけ、消費者ニーズに応える商品開発に取り組み、会員企業の収益貢献ができる開発を実施していくという。

新たな商品政策では「既存商品の活性化」「即食・簡便メニューの強化」「知恵の共同仕入れ推進」(会員成功事例の横展開など)「開発基盤強化」の4つの政策を打出した。



◀「生活良好」(くらしりょうこう)の「くらし」を平仮名表記に変更。平仮名の「く」をモチーフにしたロゴを採用。パッケージの下地は白を基調にし、カロリーや塩分相当量等の消費者の知りたい情報を表示。