

1973年に誕生したグループPB(プライベートブランド)「くらし良好」は、  
 会員企業の **差別化、固定客づくり、利益貢献** に貢献しています。

AJSグループのPB(プライベートブランド)「くらし良好」は、1973年に「トプロ合成洗剤」を皮切りに発売が開始され、  
 2014年秋にコンセプト・デザイン刷新、ブランドステイメント「ひとつひとつに、約束があります」「5つの約束」を整理しました。  
「会員企業ニーズに基づいて差別化を具現化し、固定客づくりと利益体質強化を実現できる商品」として、  
 AJS会員企業の知恵を結集し、マーケット・インの発想で開発される商品です。

## ブランドヒストリー

- 1962年 AJSの前身「オール日本スーパー経営者協会」設立
- 1973年 グループPB第1号「トプロ合成洗剤」発売
- 1975年 トプロシンボルマークが「トンボ」に決定
- 1988年 生活良好100シリーズ 発売
- 1990年 トプロ株式会社(現 コプロ㈱) 設立
- 1993年 コプロ株式会社へ社名変更  
PBを「トプロ」から「生活良好」に統一
- 2009年 生鮮・惣菜部門 開発開始
- 2012年 台湾でのPB発売開始
- 2014年 新生「くらし良好」誕生
- 2023年 商品開発50周年
- 2024年 ベトナムでのPB発売開始



## ブランドステイメント

## ひとつひとつに、約束があります

スーパーマーケットでお買物をする、それは毎日のこと。  
お客さまのふだんのくらしを、もっと良好にするために。  
いまほんとうに欲しいものをお届けすると、約束します。  
いまほんとうに納得できる価格でご提供すると、約束します。

くらし良好【生活良好】は、  
わたしたちオール日本スーパーマーケット協会グループが  
商品ひとつひとつに約束を込めて  
考え続け、作り続けます。



## 5つの約束

1. お客さまのニーズを第一に商品開発をします
2. 安全に配慮した商品で安心をお届けします
3. 常に納得のいく価格で提供します
4. ふだんのくらしを豊かにする品質と美味しさを追求します
5. お客さまの知りたい情報をわかりやすく表示します

普段の暮らしに寄り添った、AJS会員企業ニーズに基づいて差別化を具現化し、固定客づくりと利益体質強化を実現できる商品です。食品・日配・菓子・雑貨・生鮮(農産・水産・畜産)・惣菜で約800アイテム以上を展開しています。



## 食品

調味料、調理食品、缶・瓶詰類、乾物、粉類、米、嗜好品、飲料、アルコール、冷凍食品 など

## 日配

漬物、佃煮、煮豆、納豆、畜肉加工品、麺類、バター、チーズ、デザート、パン、卵 など

## 菓子

均一菓子(くらしのおかし)、米菓、スナック、半生菓子、チョコレート、アイスクリーム など

## 雑貨

洗剤、トイレタリー、紙類、衛生用品、台所用品、清掃・洗濯用品、電池、ペットスナック など

## 農産

生鮮野菜、生鮮果物、野菜水煮、カット野菜、カットフルーツ など

## 水産

養殖魚、ウナギ、練り製品、切り身、海藻、魚卵 など

## 畜産

国産豚、ノンメタポーク、とり肉、ジャーキー、ハム・ソーセージ など

## 惣菜

揚げ物、焼き物、米飯、寿司ネタ、スナック、和惣菜、てんぷら、フライ、惣菜原料 など