

想いをかたちに SMILING CO-OP 日本生協連 コープ商品ブランドを刷新 声を聴き、声を届け、消費者と作り手をつないで55年



日本生活協同組合連合会（略称：日本生協連、会長：浅田 克己）は、プライベートブランドであるコープ商品を刷新し、2015年6月から新商品を順次発売します。

日本生協連では、1960年の生協バター発売以来、「安全・安心」を中心に、「おいしさの追求」「健康・体づくり応援」「環境への配慮」「便利さ・使いよさ」など、その時代時代の組合員の声に応えたさまざまな「コープ商品」を開発し、現在約4,000品目の取り扱いとなりました。

この度、2015年度の発売55年を機にブランドを刷新し、これまで以上に組合員の声に応えた価値ある商品づくりを進めていくことといたしました。

1. ブランドステートメント策定を通じた商品価値の向上
2. おいしさにこだわったサブブランド「コープクオリティ」新登場
3. 分かりやすく、組合員の声を取り入れた、パッケージデザインの刷新
4. ブランド刷新推進に向けて



1. ブランドステートメント策定を通じた商品価値の向上

コープ商品政策において、これからも大切にしていくことを、改めて「ブランドメッセージ」と「5つの約束」として宣言します。これらに基づいて商品力強化を進めてまいります。

ブランドメッセージ



5つの約束

1. 安全と安心を大切に、より良い品質を追求します。
2. ぐらしの声を聴き、価値あるものをつくります。
3. 想いをつなぎ、共感を広げます。
4. 食卓に、笑顔と健康を届けます。
5. 地域と社会に貢献します。

2. おいしさにこだわったサブブランド「コープクオリティ」新登場



「コープクオリティ」ロゴ

既存のシリーズを見直し、新たなサブブランドを展開していきます。サブブランド第1弾として、おいしさにこだわった「コープクオリティ」を2015年6月に発売します。

今後順次、新しいサブブランドを発売し、最終的には供給全体の1~2割とする計画です。

3. 分かりやすく、組合員の声を取り入れた、パッケージデザインの刷新

共通ラベルをパッケージデザインに採用し、コープ商品ブランド全体の統一感を向上させるほか、内容量やカロリー等、関心の高い情報をまとめてより分かりやすく表示します。裏面のアレルギー物質表示についても、より見やすく改善します。

また、引き続き、組合員の声を商品の開発・改善に生かしていくとともに、今後は商品コピーなどにも反映していきます。



「CO-OP ビーフカレー 辛口」パッケージ
※デザインはイメージです

■コープラベル (①) の採用

- ・国産素材や健康応援など、関心の高い情報を共通表示 (a)
- ・はっきり見やすい商品名 (b)
- ・コープラベルに商品関連情報を集約 (c)



「コープラベル」

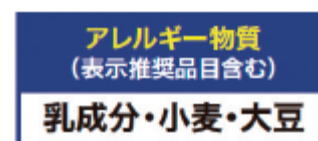
■内容量、カロリー表示 (②)

- ・内容表示やカロリーなどをアイコンにして分かりやすく表示



■アレルギー物質表示

- ・一目で分かるアレルギー表示



■卵を原料にした製品と同じ工程で作られています。

4. ブランド刷新推進に向けて

- ①6月の発売時に約600品目、9月に約800品目の刷新を計画しており、新規開発・改善を加えながら、順次進めていきます。4,000品目全体を3年をめどに切り替えていく予定です。
- ②商品のよさや特長を、コープ商品そのもので「伝える」ことに加え、商品の学習や声の実現で組合員に「実感」してもらい、それを組合員同士のコミュニケーション活動の中で「広げる」ことを、全国の会員生協とともに推進してまいります。
- ③これらを推進するために、新たに「ブランド戦略本部」を2015年1月21日付けで発足させました。商品政策、マーケティング、デザイン、コミュニケーション施策などを一貫して担います。

◆今後のスケジュール（予定）

2015年4月下旬	コープブランド刷新発表・試食会
2015年6月	600品目発売 サブブランド第1弾 コープクオリティ発売
2015年9月	800品目発売 サブブランド第2弾 発売 (詳細については4月に発表予定)
2016年3月	850品目発売 サブブランド第3弾 発売
2016年9月	800品目発売 サブブランド第4弾 発売

以上

<お問い合わせ先>
日本生協連広報部
TEL：03-5778-8106