

1973年に誕生したグループPB(プライベートブランド)「暮らし良好」は、
 会員企業の **差別化、固定客づくり、利益体質強化** 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)「暮らし良好」は、1973年に「トプコ合成洗剤」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。

暮らし良好 【生活良好】 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	2009年	生鮮・惣菜部門 開発開始
1973年	グループPB第1号「トプコ合成洗剤」発売	2012年	台湾でのPB発売開始
1975年	トプコシンボルマークが「トンボ」に決定	2014年	新生「暮らし良好」誕生
1988年	生活良好100シリーズ 発売	2023年	商品開発50周年
1990年	トプコ株式会社(現 コプロ株) 設立	2024年	ベトナムでのPB発売開始
1993年	コプロ株式会社へ社名変更	2026年	香港でのPB発売開始
	PBを「トプコ」から「生活良好」に統一		

暮らし良好
【生活良好】

ブランドステイトメント

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。
 お客様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. お客様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. お客様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

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

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

水産

養殖魚、ウナギ、練り製品、切り身、海藻、魚卵 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

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

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

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