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）「くらし良好」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、ブランドステイトメント「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。

くらし良好【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
1973年	グループPB第1号「トプコ合成洗剤」 発売
1975年	トプコシンボルマークが「トンボ」に決定
1988年	生活良好100シリーズ 発売
1990年	トプコ株式会社（現 コプロ㈱） 設立
1993年	コプロ株式会社へ社名変更 PBを「トプコ」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
2026年	香港でのPB発売開始

くらし良好【生活良好】

©All Japan Supermarket Association / COPRO Corp.

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

AJS CO-PRO
©All Japan Supermarket Association / COPRO Corp.

PB「くらし良好」とは

Private brand

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700アイテム以上を展開しています。

くらし良好
【生活良好】

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

AJS　CO-PRO

©All Japan Supermarket Association / COPRO Corp.