

LOHACO、Tokyo Midtown DESIGN TOUCH 2016 に出展  
**「暮らしになじむ LOHACO 展 2016」、明日より開始！**  
～EC マーケティングラボ参加メーカー36 社がデザインした新商品 47 点を発表～

アスクル株式会社(本社:東京都江東区、社長:岩田彰一郎、以下アスクル)がヤフー株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:宮坂学)の協力のもと運営する一般消費者向け(BtoC)インターネット通販サービス「LOHACO」(ロハコ、以下 LOHACO)は、10月28日(金)～11月6日(日)まで、秋のデザインイベント<Tokyo Midtown DESIGN TOUCH 2016>に「暮らしになじむ LOHACO 展 2016」(以下、「LOHACO 展」)を出展します。

LOHACO 展では、LOHACO EC マーケティングラボに参加する国内大手メーカー36 社が、「暮らしになじむ」をコンセプトにデザインした新商品 47 点を一堂に発表します。



LOHACO EC マーケティングラボでは、LOHACO を基点とするメーカーの垣根を越えたビッグデータのオープン化により、効果的・効率的なマーケティング活動を推進しています。その一つの取り組みとして、「流通起点のPB(プライベートブランド)から、生活者起点のCB(コンシューマブランド)へ」をメインコンセプトに掲げ、「店頭を通らない生活者起点のデザイン」をメーカーとともに自由な発想で追求し、共創しています。

LOHACO 展ではラボの活動の中で得た知見を生かし、パッケージを素敵に着替えた日用品や、使い勝手を考えて開発された商品など、EC ならではの生活者起点を意識した「暮らしになじむ」デザイン商品が多数お目見えします。

なお今回発表する商品は、順次 LOHACO での販売を予定しています(一部商品を除く)。

**<LOHACO 展 デザイン商品 参加メーカー 36 社>**

味の素株式会社、味の素ゼネラルフーズ株式会社、株式会社伊藤園、エステー株式会社、江崎グリコ株式会社、王子ネピア株式会社、大塚製薬株式会社、オルビス株式会社、花王株式会社、カゴメ株式会社、亀田製菓株式会社、カルビー株式会社、キーコーヒー株式会社、麒麟ビール株式会社、麒麟ビバレッジ株式会社、コカ・コーラカスタマーマーケティング株式会社、サッポロビール株式会社、サントリービール株式会社、資生堂ジャパン株式会社、大王製紙株式会社、日清食品株式会社、日本製紙クレシア株式会社、ネスレ日本株式会社、株式会社ハーバー研究所、ひかり味噌株式会社、プラス株式会社、マルコメ株式会社、マルハニチロ株式会社、株式会社 Mizkan、メロディアン株式会社、UCC 上島珈琲株式会社、ユニ・チャーム株式会社、ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング株式会社、レンゴー株式会社、株式会社ロッテ、ロート製薬株式会社(50音順)

## ■「暮らしになじむ LOHACO 展」概要

会期：10月28日(金)～11月6日(日) 11:00～21:00

会場：東京ミッドタウン ガレリア B1 催事スペース

料金：無料

主催：アスクル株式会社

特設サイト：<https://lohaco.jp/event/designtouch/>

## ■本当に欲しいのは、店頭で光る商品より、ライフスタイルに順応する商品

従来日用品は、“店頭でいかに目立つデザインにするか”が重要で、商品の特徴的な機能を前面に押し出したパッケージデザインが主流。商品選びでは効果的でも、家ではしまい込みがちで日用品といえば隠す収納があたりまえでした。

そんな中、商品詳細ページで商品の特徴・特性を丁寧に説明することが可能な EC では、店頭で目立つパッケージデザインにする必要はなく、収納・保管・使いやすさといった、生活者ニーズ重視のデザインが可能となります。



〔デザイン商品イメージ〕

日ごろ頻繁に使うものだからこそ、心地よいデザインであれば毎日が豊かで便利になるのでは、という思いから始まった、“暮らしになじむ”デザイン。商品そのものの存在感より、思い通りのライフスタイルにうまく溶け込む商品力がこそが求められています。

LOHACO 展では、これまで目にした日用品の枠組みを超えた、利便性と快適な使い心地を追求した秀逸なデザイン商品をご覧ください。

## ■真っ白な部屋に浮かびあがる商品が、理想の暮らしへの想像力をかきたてる展示ブース

展示ブースでは、「くらしを絵描く」をテーマに、理想の暮らしをイメージできるインタラクティブな動画と空間のエキシビジョンを展開します。デザイン設計は、アパレルブランドの旗艦店をデザインする設計事務所「ima」(空間デザイナー: 小林恭十マナ)。ブースは真っ白な部屋をモチーフに、四方にキッチンやリビング、水まわりの生活空間を施し、各商品を設置。実際の暮らしがイメージできるような空間デザインとなっています。

また、有名イラストレーター5名によるパラパライラストレーションの公開や商品連動型のARの仕掛けなど、デザイン商品と立体的な演出をお楽しみいただけます。



LOHACO ではこれからも、LOHACO EC マーケティングラボを通じて、EC ならではの新しい価値を創出し、お客様に支持される“心地よいデザイン”を追求してまいります。

■「Tokyo Midtown DESIGN TOUCH」とは

「Tokyo Midtown DESIGN TOUCH」は、“デザインを五感で楽しむ”をコンセプトに、インテリアやグラフィック、プロダクトはもちろん、生活の中のさまざまなものをデザインとして捉え、日常生活を豊かにすることを提案するイベントです。2007年より毎年開催、10回目の開催を迎える今年は、「ひろがるデザイン」をテーマに開催されています。

■「LOHACO」とは (<http://lohaco.jp/>)

「LOHACO」は2012年10月のサービス開始から3年で売上高328億円(2016年5月期)を達成し、多くのみなさまにご支持いただいています。「LOHACO」の由来は、Lots of Happy Communities。“くらしをかるくする”をコンセプトに、飲料・食品、キッチン用品から医薬品、コスメなどの日用品をはじめ、暮らしを潤すこだわりの商品を、いつでもリーズナブルかつスピーディーにお届けする日用品ショッピングサイトです。アスクル株式会社がオフィス向け通販で培ったノウハウを生かし、ヤフー株式会社の協力のもと、圧倒的な集客力、商品調達力、最短当日配送の物流力を背景に、簡単でスピーディーにお買い物をしていただける新しいショッピングスタイル“スマートショッピング”を提案しています。

また、生活者と有カメーカーを最短でつなぎ安心してお買い物ができるよう、LOHACOのマーケティング・プラットフォームを活用。日常的な買い物先として「LOHACO」サービスを生活に取り入れるファンの方(通称:ロハコさん)が着実に増加しています。

※本リリースに掲載の情報は、発表日現在の情報です。その後予告なしに変更されることがございますので、あらかじめご了承ください。

＜本件に関する お問い合わせ先＞

アスクル株式会社 広報 福田、小和田  
TEL. 03-4330-5150 E-mail: [press@askul.co.jp](mailto:press@askul.co.jp)

アスクル PR 事務局 ビルコム株式会社: 内海、原  
TEL. 03-5413-2411 FAX. 03-5413-2412 E-mail: [askul@bil.jp](mailto:askul@bil.jp)