

～メーカーと生活者視点のパッケージデザイン企画で協業～
アスクル、EC の特性を活かしたデザイン商品を
法人と個人のお客様に 2月20日より順次先行販売開始

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）は、LOHACO EC マーケティングラボの参加メーカーが、暮らしのなかで使用されるシーンに視点をおき企画した、新しいコンセプトの商品を2月20日18時より順次先行販売を開始しました。これら商品は、アスクルの法人向けサービス「ASKUL」（アスクル、<http://www.askul.co.jp/>）及び一般消費者向け（BtoC）インターネット通販サービス「LOHACO」（ロハコ、<http://lohaco.jp/>、以下 LOHACO）にてお買い求めいただけます。

KIRIN + ASKUL



ボトル全 16 柄（ランダムに 4 柄アソートでお届けします）



外装箱 2 柄

（柄は指定いただけません）

麒麟ビバレッジ株式会社は、冷える生活環境で過ごす女性の毎日の味方としてカフェインゼロの健康麦茶「moogy(ムーギー)」を発売します。焙煎大麦を使用した麦茶をベースに、ジンジャー、カモミール、レモングラスのぬくもり素材で作りました。常温でもおいしく飲んでいただけるよう香ばしいのにすっきりとした味わいに仕上げています。

パッケージは全 16 柄で、服やアクセサリのように自分の気持ちを表現できるようなデザインです。会議など大勢集まるシーンでは、ボトルのデザインが各々異なるため、誰がどのボトルか容易に識別できる利点もあります。1 箱（24 缶入）4 柄アソートでの販売で、外装箱は、保管時にそのまま置いてもインテリアにも馴染む 2 柄となっています。

kaol + ASKUL



花王株式会社は、アスクル限定デザインの「リセッシュ」を発売します。花王のデザイナーが生活者の視点で開発したパッケージデザインを採用しました。天然石をイメージしたナチュラルなパッケージは店頭販売用の商品よりシックでインテリアに溶け込む佇まいが特徴です。

News Release



LOHACO EC マーケティングラボは、ビッグデータの活用による新たな EC マーケティングのスピーディな実践を目指し 2014 年 2 月に活動を開始しました。2 期目の活動となる現在、参加企業は 55 社(2016 年 1 月 22 日時点)となり、企業が業種や企業の枠を超えた多彩な活動を展開しています。

今回発売する商品の企画のきっかけとなった「TOKYO DESIGN WEEK 2015」は、アスクルが LOHACO EC マーケティングラボ参加メーカー 21 社とともに出展したデザインの総合展示会イベントです。“くらしに馴染むデザイン”をコンセプトに、店頭で目立つためのパッケージではなく、EC ならではの販売特性を活かした使い手にとって心地の良いデザインを各社が追求し新たなデザイン開発に挑戦しました。その出展で好評だった商品は、その後メーカーによって発売の準備が進められています。



アスクルは、2005 年よりオリジナル商品の開発を本格化し、お客様から需要の高い商品を中心に機能や品質、デザインにこだわった付加価値商品をお求めやすい価格でご提供してきました。LOHACO 開始後は、その企画の場をオフィスから個人のお客様の生活シーンにまで広げ、LOHACO EC マーケティングラボなどの活動を通じて、アスクルならではのオリジナル商品や限定販売商品の販売を展開しています。

アスクルは今後もメーカーの協力のもと、アスクルならではの付加価値商品の企画・販売に取り組んでまいります。

新商品のご紹介



冷える生活環境で過ごす女性の毎日の味方として香ばしい焙煎大麦に生姜、カモミール、レモングラスの 3 素材をブレンドしたカフェインゼロの麦茶。香ばしいのにすっきりとした味わいで、常温でもおいしい味わいです。

麒麟ビバレッジ

「生姜とハーブのぬくもり麦茶 moogy(ムーギー)」375g」

1 箱(24 缶) 2,688 円(税抜き) 1 缶あたり 112 円(税抜き)
1 セット(48 缶) 5,185 円(税抜き) 1 缶あたり 108.1 円(税抜き)



「リセッション」からアスクル限定デザインが登場。「自然とくらす」をデザインのテーマとし、天然石をイメージしたナチュラルなパッケージ。ホテルや飲食店などの接客シーンにオススメなのはもちろん、ご自宅でインテリアの一部として活用いただけます。

花王 「リセッション除菌 EX ナチュラルストーンデザインボトル」
①香り残らない ②グリーンハーブの香り ③クリアシトラスの香り

1 本(370ml) 408 円(税抜き)
1 セット(3 本) 1,194 円(税抜き) 1 本あたり 398 円(税抜き)



UCC 上島珈琲の珈琲職人の長年にわたる焙煎とブレンド技術で、焙煎にこだわった 3 つの味を毎日お楽しみいただけるコーヒー。ドリップ時の薫り立つイメージを意識し、コーヒーの滴をモチーフに滴を大小のサイズで表し、美味しさ、薫りのシズル感を表現した、仕事場や生活空間に馴染むパッケージデザインです。

UCC 上島珈琲 「職人の珈琲 ドリップコーヒー」

① スペシャルブレンド ②モカブレンド ③マイルドブレンド
1 箱(120 袋入) 2,880 円(税抜き) 1 杯あたり 24 円(税抜き)
1 セット(240 袋入) 5,256 円(税抜き) 1 杯あたり 21.9 円(税抜き)



まろやかで飲みやすい硬度 19 の軟水になり、飲みきりやすい 310ml のスリムボトルでデザインもリニューアル。いまや誰もが毎日のように口にするペットボトルの天然水が、生活にやわらかく溶け込んでいけるよう、水と自然をテーマに 6 つのパターンをデザイン。6 柄アソートのため会議で隣の人のボトルと区別しやすく、また置くだけでインテリアとしても食卓を彩ります。

麒麟ビバレッジ 「麒麟のやわらか天然水 310ml」

1 箱(30 本入) 1,800 円(税抜き) 1 本あたり 60 円(税抜き)
1 セット(60 本) 3,540 円(税抜き) 1 本あたり 59 円(税抜き)
1 セット(120 本) 6,840 円(税抜き) 1 本あたり 57 円(税抜き)

※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。