

**「LOHACO EC マーケティングラボ」、123社と共に、いよいよ第4期始動！
～ビッグデータ活用によるeコマースのマーケティング革命は、新たなチャレンジへ～**

アスクル株式会社(本社:東京都江東区、社長:岩田彰一郎、<http://www.askul.co.jp/>、以下アスクル)は本日、「LOHACO EC マーケティングラボ」(以下、「ラボ」)の第4期活動開始に伴うキックオフミーティングを実施しました。

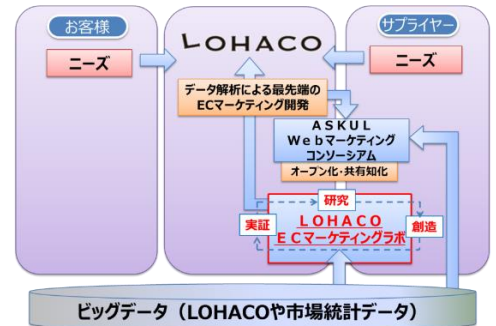
本活動は、2014年2月にアスクル本社内に研究拠点を設置し、ビッグデータを活用しながらEC時代における新たなマーケティング手法の研究とスピーディな実践を追求する取り組みとしてスタートしたものです。これまで、第1期12社、第2期55社、第3期102社と日本を代表するメーカーを中心とした企業(以下、「ラボ参加企業」)の参加を得て取り組んできました。第4期を迎える今年はさらに規模を拡大し、全123社のラボ参加企業(サプライヤー企業:119社、フレンドシップパートナー:4社)とともにECマーケティングのイノベーションにチャレンジします。

今年2月に発生した「ASKUL Logi PARK 首都圏」火災により、LOHACOの成長スピードも影響を受けていますが、今年9月末のLOHACO完全復活後、早期に従来の成長ラインに押し上げる原動力として、これまで以上にラボ参加企業との連携を強くし、進化してまいります。

■「LOHACO EC マーケティングラボ」の活動

近年のEC市場の急速な発展を背景に、生活者とメーカーを無駄なく直接つなぐ「社会最適」な流通プラットフォームを目指す、「LOHACO EC マーケティングラボ」。本活動では、LOHACOにおけるビッグデータをオープン化し、それを基にお客様の購買行動プロセスやライフスタイルの多様化から浮き彫りになる“真のニーズ”に業種や競合関係といった垣根を超えてラボ参加企業が共に取り組むことで、革新的なマーケティング活動を実践しています。さらに、これらのマーケティング活動の情報や事例をオープン化・共有化することによる相乗効果は高く、ラボ参加企業同士による学びの場としてリアルなオープンプラットフォームが形成されています。

社会最適のECビジネスを創造し
社会利益を実現する



※アクセスできるデータには個人情報および個人を特定、再識別化できる情報は含まれず、サーバーは物理的に別にします。

■第3期の活動成果

第3期では、ラボ参加企業全体での取り組みのほか、「販促」「メーカープロモーション」「商品開発&ライフサイクル」などの4つの分科会での活動を実践し、新規顧客獲得や顧客ロイヤリティ醸成などの大きな成果をうみました。

また、市場に大きなインパクトを与えた施策としては、“暮らしになじむデザイン”をコンセプトに食品や日用品の商品開発を行った事例が挙げられます。〈店頭で目立つのではなく、購入後の暮らしになじむこと〉を第一に、ラボ参加企業36社とともに生活者視点の商品を追求。2016年秋に開催された日本最大級のデザイン展でこれまでにない新しい視点のデザイン商品を発表し、話題となりました。ECでは商品を選ぶために必要な情報をサイト上に掲載することができ、商品本体への表記は最低限で済む、という特性を生かして磨きこまれたEC専用のデザイン商品は、お客様の支持を得て販売実績が伸長し成功事例が多く出ています。



「ビオレ u 泡ハンドソープ
ポーセリンデザイン」(花王)



「かおりの蔵® 丸搾りゆず」デザインボトル
(Mizkan)



「おみそするのうた♪」
(マルコム)

■第4期の方向性

第4期では、第3期の参加企業に、新規参加企業19社を合わせて、合計123社の参加を得て始動します。今期は、LOHACO 専用新物流センターの立ち上げに伴い、AI のさらなる活用と物流をも含めた新しいマーケティングプラットフォーム化に挑戦します。よりラボ参加企業と共創を強め、EC で提供する価値向上を目指して、相互の成長を促進し、高付加価値、社会最適な EC ビジネスを創造していきます。

■第4期参加企業

〈第3期より継続参加企業(100社)〉

アサヒ飲料株式会社、旭化成ホームプロダクツ株式会社、アサヒグループ食品株式会社、アサヒグループ食品株式会社 和光堂事業本部、アサヒビール株式会社、味の素株式会社、味の素ゼネラルフーズ株式会社、石光商事株式会社、株式会社伊藤園、伊藤忠食品株式会社、宇治の露製茶株式会社、江崎グリコ株式会社、SSK セールス株式会社、エスエス製薬株式会社、エステートレーディング株式会社、エスピー食品株式会社、NS ファーファ・ジャパン株式会社、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、花王グループカスタマーマーケティング株式会社、カゴメ株式会社、片岡物産株式会社、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、キッコーマン飲料株式会社、キッコーマン食品株式会社、キューピー株式会社、キリンビール株式会社、キリンビバレッジ株式会社、株式会社キングジム、月桂冠株式会社、株式会社湖池屋、コカ・コーラカスタマーマーケティング株式会社、コクヨ株式会社、小林製薬株式会社、サーモス株式会社、サッポロビール株式会社、サンスター株式会社、サントリー酒類株式会社、サントリーフーズ株式会社、株式会社 J-オイルミルズ、資生堂ジャパン株式会社、シヤチハタ株式会社、ジョンソン株式会社、ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社 コンシューマーカンパニー、スリーエムジャパン株式会社、ゼブラ株式会社、第一三共ヘルスケア株式会社、大王製紙株式会社、大正製薬株式会社、大日本除虫菊株式会社、大鵬薬品工業株式会社、常盤薬品工業株式会社、株式会社トンボ鉛筆、株式会社永谷園、ニチバン株式会社、日清シスコ株式会社、日清食品株式会社、日本ケロッグ合同会社、日本製紙クレシア株式会社、日本ヒルズ・コルゲート株式会社、日本ロレアル株式会社、株式会社ネイチャーラボ、ネスレ日本株式会社、株式会社ハーバー研究所、ハウスウェルネスフーズ株式会社、ハウス食品株式会社、ハラダ製茶株式会社、ひかり味噌株式会社、株式会社ファンケル、富士フィルム株式会社、プラス株式会社ステーションリーカンパニー、プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン株式会社、ぺんてる株式会社、ポッシュロム・ジャパン株式会社、ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社、マースジャパンリミテッド、マルコメ株式会社、マルハニチロ株式会社、株式会社 Mizkan、株式会社三越伊勢丹、三菱鉛筆東京販売株式会社、株式会社明治、メロディアン株式会社、森永製菓株式会社、山崎産業株式会社、UCC 上島珈琲株式会社、ユニ・チャーム株式会社、ユニバーサル・ペーパー株式会社、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、ライオン株式会社、ライオン商事株式会社、株式会社良品計画、レキットベンキーズ・ジャパン株式会社、レック株式会社、ロート製薬株式会社、株式会社ロッテ、株式会社ワコール（敬称略、50音順）

〈新規参加企業(19社)〉

アース製薬株式会社、アツギ株式会社、エーザイ株式会社、牛乳石鹼共進社株式会社、グラクソ・スミスクライン・コンシューマー・ヘルスケア・ジャパン株式会社、クラシエホームプロダクツ株式会社、株式会社ジンス、武田コンシューマーヘルスケア株式会社、東京サラヤ株式会社、日清フーズ株式会社、日本ハム株式会社、福助株式会社、フマキラー株式会社、マルマン株式会社、株式会社マンダム、ヤクルトヘルスフーズ株式会社、ヤマキ株式会社、ヤマト株式会社、株式会社 LIHIT LAB.
(敬称略、50音順)

くらしをかろくする

LOHACO

News Release

〈フレンドシップパートナー(4社)〉

グーグル合同会社、株式会社日立製作所、フェイスブックジャパン株式会社、ヤフー株式会社
(敬称略、50音順)

〈LOHACO EC マーケティングラボ概要〉

- ・エグゼクティブプロデューサー: 宮田秀明
アスクル株式会社 社外取締役、東京大学名誉教授、社会システムデザイン株式会社 代表取締役社長
- ・エグゼクティブフェロー: 矢野和男
株式会社日立製作所 理事・研究開発グループ技師長 兼 人工知能ラボ長
- ・参加研究員: ラボ参加企業、アスクル含め約 400 名
- ・活動拠点: LOHACO EC マーケティングラボ “SHARE YARD”
- ・活動の目的: EC の健全な発展により、生活者、メーカー、流通の win-win-win を目指します
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実践します
EC の普及により、生活者の日常生活をサポートし、社会に貢献します

※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。