News Release

くらしをかるくする
LOHACO

2021 年 5 月 19 日
アスクル株式会社

オリジナル強炭酸水「LOHACO Water スパークリング」、新登場！

～ラベルレスで環境負荷を軽減。お客様の購買行動データ分析×配送効率で誕生～

アスクル株式会社（本社：東京都江東区、代表取締役社長：吉岡晃、以下「アスクル」）は本日 5 月 19 日より、オリジナル強炭酸水「LOHACO Water スパークリング 500ml」（1 箱 15 本入、全 3 柄）を販売開始します。

アスクルは 2016 年 5 月にオリジナル天然水「LOHACO Water 2L」（1 箱 5 本入）を販売開始以降、2018 年 7 月にはラベルレスで飲み切りサイズの「LOHACO Water 410ml」（1 箱 20 本入）を発売、2020 年 11 月には「LOHACO Water 2L」（1 箱 5 本入）をラベルレスにリニューアルしました。エシカルなオリジナル商品として、従来よりボトルを軽量化、EC での配送効率や環境への配慮、お客様の使い勝手を考慮したパッケージ戦略などで順次ラインナップを拡大してまいりました。

昨今はコロナ禍で家で過ごす時間が長いこともあり、無糖炭酸水はアルコールやジュース等の割材だけでなく、日常的に水代わりにそのまま飲用する傾向も見られます。LOHACO サイト上でのミネラルウォーター人気ランキングでは常に強炭酸水が上位に入るなど人気の高まりを受け、このたびラベルレスのオリジナル強炭酸水「LOHACO Water スパークリング 500ml」を開発。LOHACO で強炭酸水を定期的に購入しているお客様の購買行動データ分析と配送効率から導き出した入数、ラベルレスで飲み終わった後に分別しやすいこと、保管しておくシーンになじむパッケージデザインであることなど、購入から購入後の使い勝手までを考慮し発売します。

アスクルはこれからも、より多くのお客様にご利用いただけるよう、暮らしに寄り添った価値ある商品やサービスを進化させていくとともに、サステナブルな社会の実現に向けてお客様と社会の課題を解決する商品の開発に取り組んでまいります。

オリジナル強炭酸水「LOHACO Water スパークリング 500ml」
https://lohaco.jp/event/lohaco_water/?sc_i=p_k_b_ec_osusumelink_lohaco_water

■お客様の購買行動データ分析×配送効率で最適な商品を開発

LOHACO Water（2L、410ml）と同様、今回も外装箱は EC での配送効率や環境への配慮、お届け後のお客様の使い勝手を考慮しました。LOHACO で強炭酸水を定期的に購入しているお客様の購買行動データ分析と配送効率を導き出し、1 箱 15 本入の設計としました。配送用段ボールの底面にピッタリ収まるサイズの外装箱は、一緒に購入した他の商品を破損することなく同梱し、段ボール 1 箱に収めてお届けでき、受け取りの負担を軽減します。外装箱の天面には商品名を印字し、届いた段ボールを開梱した際、一目で商品を識別できるよう、EC 専売品の特性を考慮した工夫を施しています。

■ラベルレスのパッケージは強炭酸の力強さをイメージした北欧デザイン

ボトルのパッケージデザインは、スウェーデンのデザイナー集団「ストックホルム・デザイン・ラボ」とコラボレーションし、強炭酸の力強さをイメージした星柄モチーフの 3 柄デザインで展開。ボトルに直接デザインを施したシンプルでスタイリッシュなボトルは、様々な利用シーンになじむ上、ラベルレスのため分別の際にラベルをはがす手間が省け、環境への負荷を軽減します。また外装箱もボトルとデザインを統一しており、エッジの効いたパッケージデザインは、箱のまま出しておいても周りのインテリアなどを邪魔せず、普段の暮らしになじむような工夫をしています。

■嬬恋村（群馬県）のやさしい天然水を採用

「LOHACO Water スパークリング」の採水地は、2015 年 8 月にアスクルグループ入りした嬬恋銘水の所在地である群馬県吾妻郡嬬恋村、日本百名山である四阿山の山麓、海抜 1,300mの高原にあります。四阿山に降った雨や雪は、数十年かけて安山岩質の溶岩や火山噴出物という天然のフィルターを通ることにより、洗練されたミネラルウォーターになります。嬬恋銘水では、この大自然の恵みである良質な地下水を、深さ 250m の井戸より採水して原料にしています。硬度 19mg/L と超軟水で、天然のミネラルをほどよく含んだ天然水を使用しています。

【商品概要】

商品名	【強炭酸水】LOHACO Water スパークリング 500ml 1 箱（15 本入）ラベルレス
価格	1 箱（15 本入） 1,020 円（税込） 1 本あたり 68 円（税込）
販売チャネル	・事業所向け（BtoB）通販サービス「ASKUL」 https://www.askul.co.jp/ ・大企業向け通販サービス「ソロエルアリーナ」 https://solution.soloel.com/ ・一般消費者向けサービス「LOHACO」 https://lohaco.jp/
販売開始日	2021 年 5 月 19 日（水）
商品ページ	https://lohaco.jp/event/lohaco_water/?sc_i=p_k_b_ec_osusumelink_lohaco_water

■「LOHACO」とは https://lohaco.jp/

「LOHACO」は 2012 年 10 月にサービス開始した日用品ショッピングサイト。2020 年 5 月期には売上高 486 億円を達成、2019 年 11 月には累計のお客様数が 600 万人を超えるなど、多くのお客様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、洗剤・キッチン用品、医薬品、コスメなどの日用品から、ペット用品、インテリア、「LOHACO でしか買えない」オリジナル商品まで、幅広いラインナップ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します。本店のほか、2018 年 5 月に Yahoo!ショッピングに出店（2019 年 10 月に PayPay モール店に移行）し、2 つの店舗で購入できます。

アスクル株式会社が事業所向け通販で培った商品開発・調達力、高度な物流・配送ネットワーク、お客様対応力などを活かすとともに、ヤフー株式会社の圧倒的な集客力と決済サービスを掛け合わせて、メーカーとの共創によるサステナブルな日用品 EC を目指しています。

【関連プレスリリース】

●2020 年 11 月 18 日：「「LOHACO Water 2L」、はがす手間を省いたラベルレスボトルになって新登場」
https://pdf.irpocket.com/C0032/aMKh/qgv4/OouO.pdf

●2019 年 10 月 03 日:「「LOHACO Water 410ml」が「2019 年度グッドデザイン賞」を受賞」
https://pdf.irpocket.com/C0032/Rbrh/yq55/krVZ.pdf

●2018 年 07 月 18 日:「「LOHACO Water」、ラベルのないペットボトルで、飲み切りサイズ（410ml）を販売開始」
https://pdf.irpocket.com/C0032/y7if/l3qd/HsNg.pdf

※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。