



NEWS RELEASE

平成24年8月31日
株式会社八社会

「首都圏の私鉄系スーパーマーケットが加入する八社会グループは 共同開発商品を全面リニューアル 9月1日より発売」

八社会グループは調味料やお菓子などの加工食品、牛乳や加工肉などの日配食品をはじめ、加盟する11社、420店舗で販売する「Vマークバリュープラス商品」を、この度10年振りに全面リニューアルいたします。

新ロゴマークのデザインは、ブランディングディレクターの東隆範氏を起用し、Value(価値)の「V」を生き生きとした若葉のモチーフに見立て、お客様に提供するプラスの品質、プラスの生活を象徴する「+ (プラス記号)」を併せて表現いたしました。

新ロゴマークは、より親しみを感じていただけるよう「うるおいのある生活」、「より良い暮らし」をメッセージとして発信しています。

これを機に何よりも安全と安心を大事にし、お客様に「美味しい」といっていただける価値ある商品を、お求めやすい価格で提供出来るよう、見直してまいります。

■新パッケージの特徴

お客様の目線に立って、見やすいパッケージに一新いたしました。

例えば、これまで裏面にのみ表記していた栄養成分表示の内のカロリー表示、アレルギー表示を見やすい前面にも表示いたしました。

また、商品の特性をセールスコピーとして分かりやすく表現いたしました。

その他、出来るだけ商品のイメージが伝わりやすいよう、ビジュアル写真を多用いたしました。

■発売予定日 9月1日

■発売アイテム数 100アイテム

加工食品	日配食品	生鮮食品	生活用品	衣料品
20アイテム	32アイテム	33アイテム	3アイテム	12アイテム

※10月以降発売予定 約700アイテム

■Vマークバリュープラス ブランディングにあたって

今回のプロジェクトの大きなテーマは、「PBとしての世界観」と「商品の個性」を両立させることにありました。Vマークのブランドイメージを都会的で感度の高いポジションへと引き上げつつ、約800アイテムある商品の個々の魅力を余すことなくアピールする。その答えが新ロゴマークであり新パッケージデザインです。今回のリニューアルを機に首都圏生まれのVマークが「首都圏No.1 PBブランド」となることを願って止みません。

(ブランディングディレクター：東 隆範)



・東 隆範 プロフィール

フォアビスタ㈱代表取締役。千葉大学工学部卒業後、広告代理店、英国系ブランドコンサルティングファーム、仏国系ブランドコンサルティングファームを経て現在に至る。ブランドに持続的な競争力をもたすため、また魅力的なブランドを創造するため、体質改善的なアプローチでデザインとブランディングを行い、多くのプロジェクトを成功に導く。関った主なプロジェクトは、NTTドコモ、カゴメ、サントリー、ブルドックソース、NTTデータ、ローソン、DENSO、三菱地所、月星化成、王子製紙、塩野義製薬、味の素、JR東日本グループ、日本製紙クレシア、ハウス食品、飯能信用金庫など。



■Vマークバリュープラス新パッケージ（一例）



極小粒納豆



ソフトパン粉



ロースハム



キッチンタオル