



# ドン・キホーテ

株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス  
 株式会社ドン・キホーテ  
 2021年2月24日



誕生から12年目。およそ3,900アイテムを展開してきたプライベートブランド  
**ドン・キホーテがPB「情熱価格」をリニューアル**  
 ～ロゴも一新してお客さまと共創する「ピープルブランド」へ～

株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス（本社：東京都目黒区、代表取締役社長 CEO：吉田直樹、以下 PPIH）は、2021年2月より、ドン・キホーテのプライベートブランド（PB）「情熱価格」をリニューアルし、お客さまと一緒に作る「ピープルブランド（PB）」を創造します。これに伴い、よりお客さまが求めるものを具現化し、期待にお応えしていくため、「情熱価格」に対するお客さまからのダメ出しを募集する特設サイト「ダメ出しの殿堂」(<https://jonetz.com/>)を開設いたします。



## ◆誕生から12年目。およそ3,900アイテムを展開してきた「情熱価格」の反省


「こんな機能があったらいいのに…」「普段使いしたいから、もっとリーズナブルな価格がいいな…」、そんなお客さまの声に真摯に応える商品を、国内外の優良メーカーと手を携えて提供しようとして「情熱価格」は生まれました。プライベートブランドで「安い」は当たり前。「情熱価格」は、プラスアルファとなる、お客さまの期待を越える「楽しさ」・「美味しさ」・「おしゃれさ」・「便利さ」の提供を追求し、おかげさまで2009年の誕生以来、3,900アイテムを超える商品を展開してきました。

しかしながら、「お客さまのために！」と、いつしか安さばかりを追い求めた商品開発姿勢になってしまい、気が付けば「ドン・キホーテらしさ（＝ワクワク・ドキドキ）」の見られない商品を多く販売していたことについて猛省しております。

### ◆せめて普段のお買い物は楽しく。「ピープルブランド」としてお客さまと共創、成長していきます

「情熱価格」は、お客さまのワクワク・ドキドキを追求するため、PBはPBでも、自社完結で開発するブランド、つまり自社の所有物としての「プライベートブランド」ではなく、これからはお客さまと一緒に商品をつくる「ピープルブランド」へ変革すべく、ここにピープルブランド宣言をいたします。

### ◆「情熱価格」のピープルブランド宣言



## ドン・キホーテのPB 「情熱価格」に関するお詫び

このたびは、弊社が独自に企画・販売しているプライベートブランド (PB) である「情熱価格」がいまひとつ面白みに欠ける普通のPBになってしまっていた件に関して、心よりお詫び申し上げます。

お客さまのためにと安さを追い求めた結果、気づけばドンキらしからぬ、どこにもありそうな商品ばかりを量産しておりました。一同、猛省しております。

これからは、心機一転。PBはPBでも、自社だけでつくる「プライベートブランド」ではなく、みなさんと一緒につくる「ピープルブランド」として生まれ変わります。

安いのは当たりまえ。思わず手に取りたくなる「驚きのNEWS」がない商品は、発売致しません。


価格や品質に納得して買っていただくために、商品の特長はもちろん、短所があれば正直に「ぶっちゃけ」していく所存です。

商品への「ダメ出し」も大歓迎です。積極的に取り入れて、次々と改善して参ります。

不要不急の外出がはばかれる昨今だからこそ、せめて普段のお買いものぐらいは、ワクワクできるものになりたい。

商品開発にも、安全対策にも、ありったけの情熱を注いで、お店でお待ちしています。

**「PB」の常識を、どんどん変えていく。ドンキは、本気です。**



### ◆「情熱価格」ロゴについて

これまでの「情熱価格」は、一部のお客さまにしかドン・キホーテのプライベートブランドであるという認識がされていませんでした。そこで、新しいロゴマークは、ドン・キホーテのロゴの頭文字「ド」と「情熱価格」のロゴを一体にすることで、強いインパクトとドン・キホーテの看板商品であることを伝えるデザインにしました。また、「ド」を頭につけることで、度を越えた情熱を持って商品を開発していく意思も表しています。さらに、PPIHグループの海外店舗での展開も見据え、グローバルに親しんでいただけるように、英字表記の「JONETZ」もロゴに組み込みました。



〈従来ロゴ〉



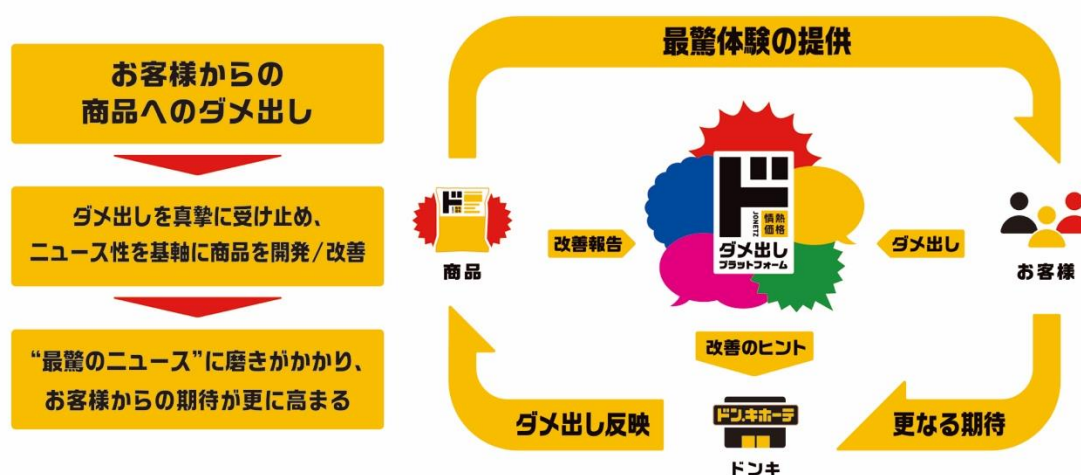
〈新ロゴ〉

## ◆お客さまのリアルな声を知りたい！特設サイト「ダメ出しの殿堂」でダメ出し募集

「情熱価格」に対するお客さまの率直なご意見を取り入れ“最驚”（驚きのニュース）を生み続ける共創サイクルを実現するための中核を担うプラットフォームとして、ダメ出し募集サイト「ダメ出しの殿堂」を開設します。「量が多すぎるから食べきれない」、「パッケージから商品がイメージ出来ない」など、お客さまが感じたことを気軽に投稿していただける仕様となっております。投稿は真摯に受け止め、お客さまが本当に求める商品へ改善するなど、新たな商品開発に繋げてまいります。

「ダメ出しの殿堂」サイト URL：<https://jonetz.com/>

### お客様からのダメ出しを商品開発に取り込み、 “最驚”を生み続ける共創サイクル



〈サイトイメージ〉



## ◆新商品について

生まれ変わった「情熱価格」は、思わず手に取りたくなる「驚きのニュース」の提供を目指します。それは、単に高品質な商品を販売することではなく、その商品がお客さまにどれくらいの驚きや、ワクワク・ドキドキを提供できるかを追求することを意味します。お客さまが真に求めていることを具現化し、「これが欲しかった！」と認めていただける商品を開発していくことをお約束します。

また、「情熱価格」の中でも、特に強い自信を持ってお客さまにお伝えしたい“最驚”のフラッグシップアイテムとして、新たなブランドライン「ありえ値え情熱価格」を展開します。お客さまに「ありえ値え！」と感嘆いただきたいという思いで、ワードをそのままロゴマークにして商品パッケージに付けていきます。

## ◆新商品の一例



### ありえ値え情熱価格

ワイヤレスヘッドホン一体型 VR ゴーグル  
 想定売価 3,980 円 (税抜)  
 対応スマートフォンサイズ: 4.7~6.2 インチ  
 メガネ着用可能  
 【2021 年 2 月下旬発売予定】



### ありえ値え情熱価格

エアベッド シングル  
 想定売価 3,990 円 (税抜)  
 カラー: マットブラック  
 サイズ: W1900×D970×H250  
 【2021 年 3 月下旬発売予定】



### ありえ値え情熱価格

大盛り にんにく入れすぎ激辛ペペロンチーノ にんにく 6 倍  
 大盛り 極辛アラビータ 辛さ 15 倍  
 想定売価 各 188 円 (税抜)  
 内容量: 340g  
 【2021 年 4 月発売予定】



### 情熱価格

酢っぱいゼリー アセロラ/シークワーサー  
 想定売価 各 99 円 (税抜)  
 内容量: 132g (22g×6 個)  
 【2021 年 3 月下旬発売予定】

生まれ変わった「情熱価格」は、このような一連のリニューアルによって、ストアイメージにリンクしたブランド再構築と認知向上を図り、2022 年 6 月期に売上高 3,000 億円の達成を目指していきます。

- 一般の方のお問合せ先 株式会社ドン・キホーテ  
 HP <<https://www.donki.com>> の「ご意見・お問い合わせ」フォームをご利用ください。
- 報道関係の方からの問合せ先 株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス 広報室  
 【電話】03-5725-7666 【E-mail】[pr@ppih.co.jp](mailto:pr@ppih.co.jp)