



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9月15日

審査員ケンドーコバヤシさんがドンキに果たし状動画で殴り込み 「ド頂上決戦！魂の陳列コンテスト」開催

「情熱価格」商品を使用したケンコバ監修お手本陳列を六本木店に展示

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、情熱あふれる独創的な商品陳列を競うコンテスト、「ド頂上決戦！魂の陳列コンテスト」を2021年9月1日(水)より開催しています。

今回の審査員には、熱烈なドンキファンでもあるお笑い芸人のケンドーコバヤシさんが就任。ドンキ全店から募集した情熱ある「商品陳列」をケンドーコバヤシさんが審査いたします。また、ケンドーコバヤシさんからドン・キホーテに向けた果たし状動画や、実際にケンドーコバヤシさんがお手本となる商品陳列を制作する様子を収めた動画を2021年9月15日(火)より公開いたします。ケンドーコバヤシさんが制作した陳列は六本木店1階レジ横にて展示中です。(展示期間:2021年9月2日(木)~2021年9月30日(木))

WEB動画『ケンコバからの果たし状』篇 URL:https://youtu.be/pmp4YW7TT_w

WEB動画『“ケンコバ商店”陳列』篇 URL:<https://youtu.be/nzAM2SkD73Y>



■「今のドンキには失望しています、店頭が全然おもろないんです」

若手時代からドン・キホーテによく通い、ドン・キホーテを誰よりも愛するケンドーコバヤシさんから、「今のドンキには失望しています」「店頭が、全然おもろないんです」と今のドン・キホーテへの不満と共に、果たし状が届きました。さらにケンドーコバヤシさんは全国のドン・キホーテスタッフの“情熱”を確かめるため、「ド頂上決戦！魂の陳列コンテスト」を開催。商品陳列アイデアを募集することとなりました。「ド頂上決戦！魂の陳列コンテスト」は全国のドン・キホーテスタッフが陳列の独創性を競い合う本気のコンテストです。今回のコンテストを通して、商品の開発・改良だけでなく、店舗の陳列も生まれ変わることによって、よりお客さまへ情熱を届けられる店舗づくりを目指します。

また、ケンドーコバヤシさんが「情熱価格」などの商品で作り上げた、「欲望」がテーマの“お手本”陳列を、ドン・キホーテ六本木店に展示。制作過程をおさめた動画も公開いたします。

■「ド頂上決戦！魂の陳列コンテスト」について

情熱あふれる独創的な商品陳列を、国内のドン・キホーテ全店から募集します。また、9月2日より実際にケンドーコバヤシさんが考えたお手本の陳列をドン・キホーテ六本木店1階レジ横にて展示中です。

本コンテストに参加する店舗による商品陳列も、順次展開予定です。

結果発表は10月中旬頃~特設サイトにて

特設サイト URL:<https://www.ppihgroup.com/campaign/kenkoba/>



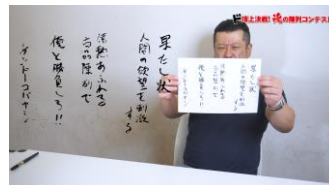
■動画概要(果たし状)

動画タイトル:「ケンコバからの果たし状」篇 公開日:2021年9月15日(水)

出演者:ケンドーコバヤシさん

動画 URL: https://youtu.be/pmp4YW7TT_w

ストーリー:会議室でシリアスな雰囲気を出し出すケンドーコバヤシさん。ドン・キホーテの思い出を振り返り、魅力を語る一方、最近のドン・キホーテは「普通になってしまった」と商品陳列にダメ出しをします。徐々に声を荒げるケンドーコバヤシさんは、「欲望」をテーマにした情熱あふれる商品陳列を募集し、皆さんと勝負しますと全国のドン・キホーテに果たし状を叩きつけます。



■動画概要(お手本陳列)

動画タイトル:「“ケンコバ商店”陳列」篇 公開日:2021年9月15日(水)

出演者:ケンドーコバヤシさん

動画 URL: <https://youtu.be/nzAM2SkD73Y>

ストーリー:ドン・キホーテ六本木店に現場入りするケンドーコバヤシさん。スタッフに指示しながらお手本となる商品陳列を作り上げようとするも、何やらピンと来ていない様子。そんなケンドーコバヤシさんが「もっとドバドバにしてほしい」と指示すると…ケンドーコバヤシさんらしい「欲望」をテーマとした情熱的な陳列が出来上がりました。自信満々に全国のドン・キホーテへ宣戦布告します。



■お手本陳列について

大人から子供まで全員が楽しめる“最強の駄菓子屋”をコンセプトにアミューズメント感溢れる陳列となっています。食塩・油不使用の「素煎りミックスナッツ DX」や4種のきのこが味わえる「きのこ三昧」、ケンコバさんも悶えた酸っぱさの「酸っぱいゼリー」シリーズなど、情熱価格の人気商品を中心に小菓子とおつまみを幅広くラインナップ。ドンキならではのPOPで埋め尽された「魔境」感のある大人の駄菓子屋「ケンコバ商店」として、賑やかな装飾なども見どころです。

期間:2021年9月2日~2021年9月30日

店舗:ドン・キホーテ六本木店1階レジ横



■ケンドーコバヤシさんインタビューコメント

Q:ドン・キホーテにまつわるエピソードを教えてください。

A:昔から本当によく行ってましたね。もちろん安いっていうのと、品揃えも魅力なんですけど、何より夜中に行って集まっている色々な人を見て、芸人として人間観察の場にも使わせていただいていたでしたね。ドンキには人生があると思っています。

Q:最近のドンキに感じること、ダメ出しなどを聞かせてください。

A:正直言わせてもらうと、店頭が全然面白くないんです。どこの店歩いて、どの商品を手にとっても、何の声もしないというか、心に語りかけてくるものがはっきり言ってないんですよ。今のドンキには失望しています。情熱が伝わってこないんですよ、溢れんばかりの情熱、燃えたぎるような情熱が。あんなに情熱的だったドンキが、欲望まみれだったドンキが何で“普通”になってしまったのか、変わってもうたなという印象を持っています。

Q:今回の「ド頂上決戦！魂の陳列コンテスト」の審査員として意気込みをお願いします。

A:今まで物事に真剣に取り組んだことなかったんですけど、今回だけは初めて真剣に取り組もうかなと思ってます。だいたい区役所とかでも嘘ついてボケたりして後で大変な目に逢うんですけど、今回だけは真摯に取り組もうと思います。

Q:お手本陳列のコンセプトを教えてください。

A:僕が考えた最強の駄菓子屋です。子供の時は、たくさん買えなかったもの。大人だからこそ、欲望に身を委ねて買いまくることができる。そんな、大人の夢が詰まった駄菓子屋「ケンコバ商店」を作りました。無限に酒が飲める大人の駄菓子や、どこかで見たことある看板、そして、動画内でも試食させていただいて酸っぱさに悶絶した「史上最高に酸っぱいゼリー」も全ラインナップ入れました。ぜひ、欲望にまみれて、ドンキでお買い物いただければと思います。

Q:今回、実際に自分で陳列を制作してみていかがでしたか？

A:お酒を飲みたくなるラインナップが多かったので、そこは良いかなと思いました。時間帯によってはそのまま直でアルコールをいく事もあるでしょう、アレは。

Q:今回、情熱価格の商品で陳列を制作しましたが、ケンドーコバヤシさんが最近“情熱”を感じたエピソードを教えてください。

A:自分自身の事になるんですけど、最近は巢籠もり生活が多いので玉ねぎをどこまで刻めるかやってみたんですよ。あの時の自分は本当カメラ回しておけばよかったな、と思うぐらい「情熱」に溢れていましたね。最後は涙流しながら雪のようなみじん切りが出来た。うん、あの時はもしかしたら病んでいたのかもしれない。

Q:全国のドン・キホーテを愛する皆さんにメッセージをお願いします。

A:ドンキってみなさん目的があって行ってる人が多いと思うんですけど、これからはもう本当に「なんか時間空いてるなあ」と思ったらドンキに行くような、それぐらいの「行けば何かが見つかる」みたいな場所が変わっていくと思います。

あと、売り場によっては僕を見かけても声をかけないでください。1階とかやったら全然声をかけていただいても大丈夫ですけど、奥まったようなコーナーなんかではちょっと声をかけられたら困るなっていうシーンがあるんで。ドン・キホーテで僕に声をかけるなら1階限定でお願いします。

■ケンコーコバヤシさんプロフィール

職業:芸人

生年月日:1972年7月4日

出身地:大阪府 大阪市

趣味:プロレス格闘技観戦・漫画

1993年にデビュー。2002年には自身初となる冠番組「吉本超合金 K・ケンコバ大王」(テレビ大阪)がスタート。また「アメーーク!」(テレビ朝日・ABCテレビ系)や「人志松本のすべらない話」(フジテレビ系)といった番組への出演により関東でも知名度を獲得。現在も幅広い分野で大活躍している。



■「情熱価格」について

2009年10月「お客さまの声をカタチに」をブランドメッセージに誕生したドン・キホーテのプライベートブランド(PB)で、これまでに約4,000点近い商品を展開。

2021年2月、さらにドン・キホーテらしさを実現するために、お客さまと一緒に作るピープルブランド(PB)を創造するとしてリニューアルを発表しました。

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/>)を開設しています。

これまで以上の「ワクワク・ドキドキ」をお客さまに感じていただけるように、お買い得感や商品の隠れた魅力を「驚きのニュース」と称し、お伝えしています。

商品は食品から家庭雑貨、美容、衣料品、家電、インテリア・寝具、自転車、玩具・バラエティグッズなど多種多様に渡ります。



本件に関する報道関係者お問い合わせ:ドン・キホーテ PR 事務局(マテリアル内)
TEL:03-5459-5490 FAX:03-5459-5491 担当:岸本(070-7789-2805)/伊藤(080-5640-9707)

Email: bp2-1g@materialpr.jp