



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
 2022年10月7日(金)



お客さまと一緒に作るピープルブランド(PB)『情熱価格』が 「2022年度グッドデザイン賞」を受賞！



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(以下、PPIH)グループの、『情熱価格』は、2022年度グッドデザイン賞(主催:公益財団法人日本デザイン振興会)を受賞しました。この度の受賞は、情熱価格ブランドに対してとなり、“これまでのブランドデザインの枠を打ち破ったことで、独自の存在感を生み出した”ことが高く評価されました。『情熱価格』は、お客さまと一緒に商品をつくるピープルブランド(PB)として、お客さまからダメ出しによる商品改善を行いながら、ワクワク・ドキドキを提供する商品とパッケージで、皆さまに愛されるブランドを目指します。

▽「情熱価格」の売り場イメージ



■審査委員の評価コメント

ディスカウントストアの新しい地平を切り拓いてきた「ドン・キホーテ」の本気を感じる。「ド」をどんと配したオリジナリティ溢れるデザインが、「ワクワク・ドキドキさせる」というブランドイメージを表現しつつ、既成概念にとられない斬新さを生み出した。また売り場でポップとして展開される際には、連続して使うことで漫画の吹き出しのような効果も生み出し、店内でも強烈なアイキャッチとなっている。これまでのブランドデザインの枠を打ち破ったことで、独自の存在感を生み出した。

■グッドデザイン賞とは

1957年創設のグッドデザイン商品選定制度を継承する、日本を代表するデザインの評価とプロモーションの活動です。国内外の多くの企業や団体が参加する世界的なデザイン賞として、暮らしの質の向上を図るとともに、社会の課題やテーマの解決にデザインを活かすことを目的に、毎年実施されています。受賞のシンボルである「Gマーク」は優れたデザインの象徴として広く親しまれています。

<http://www.g-mark.org/>



**GOOD
DESIGN**



『情熱価格』とは…

2009年10月に誕生したドン・キホーテのオリジナルブランド『情熱価格』は、約12年後の2021年2月に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、お客さまと一緒に商品をつくる「ピープルブランド」と定義して、リニューアルをしました。また、リニューアルと同時にお客さまからダメ出しを投稿頂き、商品開発を行うためのコミュニティサイト「ダメ出しの殿堂」を開設しました。<https://jonetz.com/>

リニューアル以降、食品・日用品・家電・衣料品など多岐にわたるカテゴリで合計約1100点の商品を発売しています。

■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。