

ドン・キホーテプライベートブランド「情熱価格」がリニューアル
新生『情熱価格ブランド』誕生！
～2016年春より本格始動～

株式会社ドン・キホーテ（本社：東京都目黒区、代表取締役社長：大原孝治）は、ドン・キホーテオリジナルブランド「情熱価格」ブランドをリニューアルします。

ドン・キホーテのプライベートブランドは2009年10月に“お客さまの声をカタチに”をブランドメッセージとして誕生しました。690円の最安値ジーンズを皮切りに、日々の暮らしに欠かせない食品、消耗品、家電製品まで、6年にわたり述べ8,000SKUに及ぶ商品を販売してまいりました。

この度のリニューアルは、“お客さまの「ワクワク・ドキドキ」をカタチに”を新メッセージに掲げ、多様なニーズにお応えする豊富な商品を、よりわかりやすく、より選びやすいご提案にすることを目的として、「情熱価格」ブランドを3つのラインに細分化したものです。

ブランド内容は「価格訴求」の【情熱価格】、「付加価値訴求」の【情熱価格+PLUS（プラス）】、「オンリーワン訴求」の【情熱価格 PREMIUM（プレミアム）】です。

情熱
価格

【情熱価格】は「価格訴求ブランド」をコンセプトに、驚きの安さを提供することに特化した商品群です。日々の暮らしに欠かせないラインナップを中心に、お客さまの「もっと安く」にお応えするブランドラインです。

情熱
価格
+PLUS

【情熱価格+PLUS】は「付加価値ブランド」をコンセプトに、情熱価格のワンランク上の品質や機能、デザイン性のある商品を目指した商品群です。「お買い得感」をより強く感じていただくために価格以上の価値をプラスし、「プチ便利・プチハッピー」を提供するブランドラインです。

情熱
価格
PREMIUM

【情熱価格 PREMIUM】はオンリーワンとなる品質、機能、デザイン性を追求した商品群です。一つひとつのアイテムがお客さまに「これがほしかった！」と手に取っていただける付加価値とストーリーを持つ、情熱価格の最上級ブランドラインです。

なお、新生「情熱価格」の年間リリースは約1,800アイテムを目標とし、ブランドラインの構成比は【情熱価格】を60%、【情熱価格+PLUS】を35%、【情熱価格 PREMIUM】を5%で展開する予定です。新ブランドの商品リリースは2016年春より順次発売開始いたします。

ドン・キホーテグループは、これからもブランドメッセージの“お客さまの「ワクワク・ドキドキ」をカタチに”に基づき、お客さまのウォンツにお応えする商品開発に努めてまいります。

◆情熱価格ブランドロゴ

ロ ゴ			
名 称 (読み方)	情熱価格 (ジョウネツカカク)	情熱価格+PLUS (ジョウネツカカクプラス)	情熱価格 PREMIUM (ジョウネツカカクプレミアム)
コ ン セ プ ト	【価格訴求】 お客さまの「安く」という声にお応えする、驚きの安さを提供するブランド	【付加価値訴求】 情熱価格のワンランク上を目指し、プチ便利・プチハッピーを提供するブランド	【オンリーワン】 価格、品質、機能、デザインにおいて情熱価格の中で最上級の付加価値を提供するブランド
ロ ゴ デ ザ イン	これまで以上にお客さまに寄り添うため角丸を採用し、多彩な商品の中でも埋もれることのない個性として枠をつけました。それぞれのコンセプトにあわせた配色を採用し、さりげなくお客さまに寄り添う存在を目指したデザインです。		

※一部商品は先行発売中

◆シーン別に展開するドン・キホーテオリジナルブランド



RESTORATION (レストレーション) は「上質感」と「ほどよいトレンド感」をキーワードに、カジュアルからビジネスシーンまで活躍するアイテムを幅広く展開します。



ACTIVEGEAR (アクティブギア) は「かっこよさ」と「機能性」を備えたアクティブシーンに活躍するスポーツファッションと雑貨のブランドです。トレッキング、トレーニング、エクストリームスポーツ等においてファッション性の高い商品を展開します。



greenstage (グリーンステージ) は「手軽さ」と「機能性」を備えたアウトドア用品ブランドです。レジャー・アウトドア初心者の方や気軽に楽しみたい方におすすめのラインで、機能性とトレンドを押さえたデザインのアイテムを手ごろな価格で展開します。

■一般の方のお問合せ先

株式会社ドン・キホーテ
当社 HP <<http://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お問合せ先

株式会社ドンキホーテホールディングス
広報室
【電 話】03-5725-7666
【E-mail】pr@donki.co.jp