

各 位

株式会社 **バロー**  
代表取締役社長 田代 正美

## バローのPB(プライベートブランド)が変わります

皆様には平素より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

さて、この度、バローのPB(プライベートブランド)を刷新いたしますのでご案内申し上げます。

### 記

バローのPB(プライベートブランド)の歴史は長く、「バローでしか買えないものを創ろう！」をコンセプトに1976年より開発を続けてまいりました。2008年にはそれまでの「味のクオリティ」から、それぞれにコンセプトを持つ3つのブランド「Vセレクト」「Vクオリティ」「Vオーガニック」が誕生し、2014年「Vプレミアム」を新設後も様々な改良を行ってまいりました。

更なるブランド力の強化を目指し10月30日より、「valor select」「valor plus」として順次展開してまいります。

この2つのブランドには、お客様の生活に寄り添い、より良い暮らしをともにする存在でありたいという願いが込められています。今後ともお客様から圧倒的なご支持をいただけるよう、商品力の強化に一層取り組んでまいります。

### ■新しいロゴについて



#### 【valor select】くらしの応援団

「応援」や「象徴」「目指すゴール」の意味を込め、「旗印」を使用してシンプルに。毎日の暮らしを応援するバローの姿勢を、お客様に分かりやすく表現。生活の基本を支える幅広い商品カテゴリーを、リーズナブルな価格と味で提供するブランド。

#### キーワード

●良品廉価 ●リーズナブル ●暮らし応援



#### 【valor plus】いつもの上質

こちらも「旗印」を使用し、「premium」に代わる言葉として「plus」を使用。いつもより“ちょっと上質”“少し贅沢”。でも決して“非日常”ではない、日々の暮らしに明るい気持ちをプラスしてくれる、身近な上質商品を提供するブランド。

#### キーワード

●こだわり ●ちょっとした贅沢感 ●身近な上級商品

## ■パッケージをリニューアル

新ブランドへの移行に伴い商品パッケージを一新たしました。バローのPBがこれから目指す姿を、このパッケージに込めています。

### ①お客様が「この商品はバローのPBだ」と認識できる

- ・パッケージデザインの統一で視認性を高め、「バローのPB」といえばこのデザイン」という共通理念を作る。
- ・ロゴだけでなくベースカラーも統一。valor selectはベージュ、valor plusは黒で統一感を図る。

### ②バローのPBがお客様の安心感となる(信頼の熟成)

- ・想いや姿勢を商品コピーに表現、お客様に正しくお伝えし安心して購入していただくことで、バローへの信頼を熟成させていく。

### ③全スタッフがコンセプトを真に理解し、自信を持っておすすめできる

- ・従業員が商品のことを正しく理解し、自信を持ってお客様におすすめすることが、信頼の蓄積となる。信頼の蓄積はお客様の来店動機や購買意欲となり、巡って従業員のモチベーションに繋がる。この循環を通して、お客様と従業員が共にPBを育てていく。
- ・商品開発の背景等をわかりやすくまとめ、社内ホームページにて閲覧することで、パッケージだけでは伝えきれないストーリーを共有。毎月末には情報を更新。



以上

<本件に関するお問い合わせ先>

株式会社バローホールディングス 管理本部 広報室 津川香名 (平日10:00~17:00)

TEL:052-551-8601 Email:kana.tsugawa@valor.co.jp