

Interbrand

報道資料

2021年10月4日

株式会社インターブランドジャパン

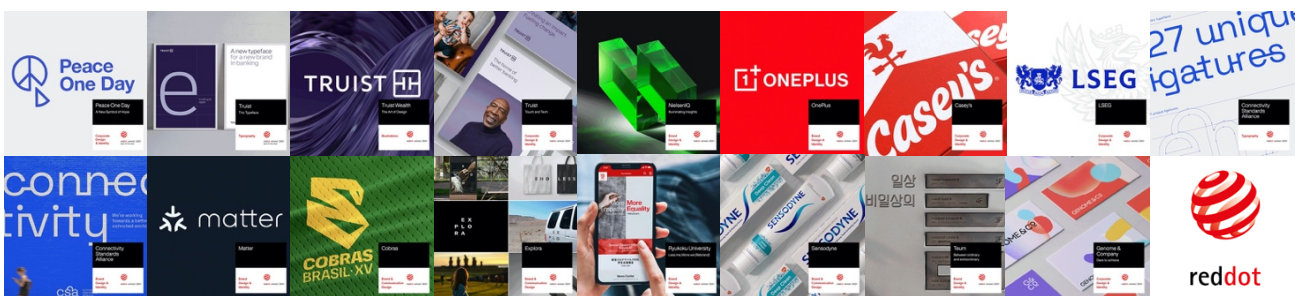
インターブランド、Red Dot Design Award 2021において、17作品が受賞 そのうち2作品が、最高賞のBest of the Bestを獲得

New York (2021年9月21日) – 世界有数のブランディング専門会社であるインターブランドは、世界的に権威ある Red Dot Design Award 2021 において、17 作品がアワードを受賞しました。そして、そのうち、Peace One Day の Corporate Design & Identity と、Truist の Typography の 2 つの作品が、最高賞 Best of the Best を獲得しています。

Interbrand Global Chief Creative Officer である Andy Payne は、次のように述べています。「Red Dot Awards 2021 において、私たちの 17 作品が評価されたことを大変誇りに思います。今回は、旅行やホスピタリティから、テクノロジーや投資業界まで、様々な業界のブランドが受賞しています。伝統的な業界のブランドが差別化を続け、顧客との関連性を創り出すために、ますます多様化していることが窺えます。ニューヨーク、サンパウロ、東京、ソウル、ロンドンのチームの皆さん、受賞おめでとうございました。」

2002 年以降、インターブランドは、Red Dot Design Award において 62 作品がアワードを受賞し、そのうち 5 作品が最高賞である Best of the Best を獲得しています。変化を続ける人々のインサイトの奥に潜む真理を探求し、その想いや期待するところをいち早く捉え、期待を超える体験を提供することを決断し、実践すること。インターブランドは、こうした決断と実践のアクション”Iconic Moves”を通じて、主要ブランドを戦略から実行まで効果的に導いてきました。これらの成果により、インターブランドは名誉ある Red Dot Agency of the Year 2020 を受賞しました。また、東京オフィスにおいては、過去 6 作品が受賞し、WE NEVER DROP THE BALL (日本バレーボール機構) が最高賞の Best of the Best を獲得しています。

Red Dot は、優れたデザインに与えられる品質の証として国際的に認められています。Red Dot: Best of the Best は、最高のデザインと創造性を備えたプロジェクトにのみ与えられます。2021 年の受賞作品は、2021 年 11 月 12 日から Red Dot のホームページ (www.red-dot.org) にて公開される予定です。



Interbrand

Red Dot Design Awardについて

Red Dot Design Award は、iF DESIGN AWARD、International Design Excellence Awards (IDEA)と並ぶ「世界三大デザイン賞」の一つで、国際的に権威のあるデザイン賞です。1955年に創設され、ドイツのノルトライン・ヴェストファーレン・デザインセンター（Design Zentrum Nordrhein Westfalen）が主催しています。プロダクトデザイン、ブランド&コミュニケーションデザイン、デザインコンセプトの3つの部門に分かれ、年に一度世界的なデザインの専門家により審査されます。毎年世界70か国以上の企業、組織、デザイナーから18,000件を超える応募があり、世界中の優れたデザイン・トレンドを網羅しています。毎年、受賞したデザインは、盛大な授賞式で表彰され、ドイツ、シンガポール、中国にあるレッドドット・デザインミュージアム（Red Dot Design Museums）に展示されます。

www.red-dot.org

受賞した 17 作品の紹介

Best of the Best

Peace One Day: A New Symbol of Hope

Corporate Design & Identity

私たちは、世界共通の平和のシンボルを再構築することを目的に、新しいビジュアル・アイデンティティを開発しました。新しいアイデンティティは、国際平和デーである9月21日のシンボルを進化させたもので、オリジナルのモチーフの一部を取り除き、再構築されています。新しいビジュアルとバーバル・アイデンティティ・システムは、よりわかりやすく、より活発なアクションを目指し、この組織の平和に対するコミットメントを多くの人々に知らしめることができました。



Truist Trio Typeface

Typography

Truist は、パーパスを持ってリードし、パーソナルな対応と高度なテクノロジーのバランスの取れた金融体験を提供し、世の中に影響を与えることを目指しています。私たちは、この新しいブランドを定義するため、戦略、ストーリー、名称、アイデンティティなどの策定に Truist と協力して取り組みました。そして、新ブランドのツールキットの一つとして、独自の書体 Truist Trio を開発しました。Truist Trio は、直感的に読める流れるようなデザインで、ブランドの特徴である表現力豊かなセンスと暖かさが盛り込まれています。



Interbrand

Red Dot Awards

Truist Wealth: The Art of Design

Illustrations

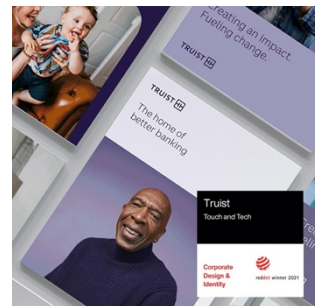
Truist Wealth は、BB&T と SunTrust が合併して誕生した Truist Financial のウェルスマネジメント事業です。私たちは、アートを使って体験を喚起するラグジュアリーやファッションの世界からインスピレーションを得て、年齢、ライフステージ、業界を問わず、顧客の共感を得られるカスタムアート（独自のアート）を中心としたアイデンティティを開発しました。また、ガラスのモチーフは、複雑な構造物の中をはっきりと見通すことができることをイメージし、お客様の Truist Wealth へ期待することを表現しています。



Truist: Touch and Tech

Corporate Design & Identity

SunTrust 銀行と BB&T 銀行が合併して誕生した Truist は、金融サービスをより良いものにしたいというパーパスを持っていました。そのためには、信頼性と先見性を兼ね備えたアイデンティティが必要でした。アイデンティティは、Truist がどのようにパーパスを持ってリードし、パーソナルな対応と高度なテクノロジーのバランスの取れた金融体験を提供するかに焦点を当てています。



NielsenIQ: Illuminating Insights

Brand Design & Identity

"The price of light is less than the cost of darkness."（光への代償は闇への代償より小さい）は、創業者 A.C. Nielsen の言葉です。この言葉が、新しい NielsenIQ ブランドの核となるコンセプトを生み出しました。私たちは、分社した NielsenIQ が、データの中の真実を照らし出すような光と闇をテーマとしたアイデンティティを制作しました。



OnePlus

Brand Design & Identity

OnePlus は、メディアやテック・コミュニティの間でカルト的なブランドとなっていました。彼らの次の大きな野望は、米国市場を席卷することです。私たちは、モバイル業界のコモディティ化が進む中で、ブランド主導の企業が突破口を開くには絶好の機会であると考え、真のグローバル・ブランドを構築するために彼らとパートナーシップを結びました。



Interbrand

Casey's

Corporate Design & Identity

Casey's は、アメリカ中西部で愛されているガソリンスタンド・チェーンであり、サービスを提供する地域社会の中で重要な役割を担っています。私たちは、Casey's のユニークな伝統を維持しつつ、新しい商品や体験を提供するために、丁寧にブランドをアップデートしました。



LSEG

Corporate Design & Identity

2020年のロンドン証券取引所グループのRefinitiv買収は、業界を再構築し、金融の未来を告げるものでした。私たちは、2つのレガシーブランドを均等に捉え、信頼とオープンイノベーション各々を活かし、LSEGのための魅力的な新しいアイデンティティを創造しました。



Connectivity Standards Alliance

Typography

CSAの役割は、テクノロジー業界のアイデアと人々を結びつけることです。考えを共有し、仲間と語り合い、個人と企業の間には重要な橋を架ける場所です。この精神を表現するために、私たちはAssembleというフォントを開発しました。このフォントには、特定の文字を結合する127個のユニークな合字があり、どんなヘッドラインコピーもシンプルかつパワフルなブランドに一瞬にして変えることができます。



Connectivity Standards Alliance

Brand Design & Identity

私たちは、IoTの基盤と未来を担うZigbee Allianceを代表し、業界全体のコラボレーションとイノベーションを導く、より大きな範囲と責任を持つ組織としての新しいブランドを創造しました。このブランド名は、複数の基準や規格をConnectivity（接続）する組織を意味しています。



Matter

Brand Design & Identity

私たちは、将来BluetoothやWi-Fiのように身近な存在になる、IoT（Internet of Things）のデバイスの相互運用性を示すマークであるMatterのブランド名、シンボル、アイデンティティを開発しました。



Interbrand

Cobras Brasil XV

Brands & Communication Design

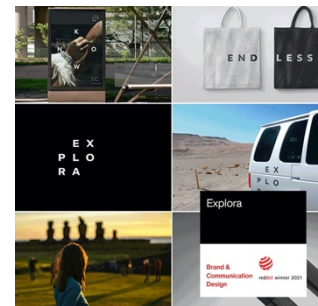
SLAR (Súper Liga Americana de Rugby) における Brasil Rugby のフランチャイズである Cobras プロジェクトでは、コラボレーションがキーとなりました。このプロジェクトの目的は、単に試合やユニフォームを変えることなく、ブラジル人に、ラグビーに対する新たな情熱を生じさせることでした。そして、これを成し遂げるためには、私たちは、このブランドがスポーツをはるかに超えて、ライフスタイルの一部にならなければならないと考えました。



Explora

Brands & Communication Design

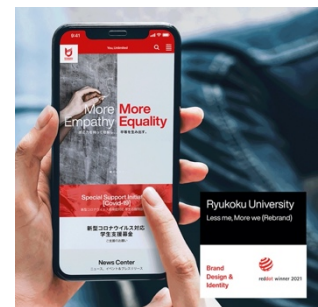
Explora は、世界で最も遠い地域の驚異を発見したいという衝動から生まれたブランドです。このブランドは、探検に新たな光を当てる新しい戦略によって、アウトドアだけがその活動の舞台ではないことを示しています。探検の定義を、美食、コンテンツ、儀式など、さまざまな要素を含めて進化させ、ブランドのタッチポイントとシグネチャーを全面的に見直したのです。



龍谷大学: Less Me, More We

Brand Design & Identity

龍谷大学（日本、京都）は、活気に満ちた国際的な仏教系大学に成長したものの、現代社会の問題に対しての大学の取り組みや姿勢が十分に伝えられていませんでした。独自の行動哲学「自省利他」の考え方を反映した「Less Me, More We」をはじめとする、問題に対してのアクションとその結果を示すメッセージを伝える仕組みを開発。赤を基調とした大胆でミニマルなデザインと共にメッセージを打ち出すことで、龍谷大学が様々な問題に対して積極的に立ち向かっていく姿を表現しました。



SENSODYNE: Signature Signpost

Brands & Communication Design

Sensitivity（感度）分野をリードする Sensodyne は、ただ治療するだけでなく、ソリューションブランドになる必要がありました。Sensodyne は、ひどい痛みから解放し、痛みを極力抑えながら生活を再び楽しめるようにしたいと考えました。グラフィックは、安心と前向きを意味する大胆な新しいシグネチャー「S」を導入し、より日常的で、親しみやすく、感覚的で、大きな安心感を与えるブランドストーリーへ進化しました。

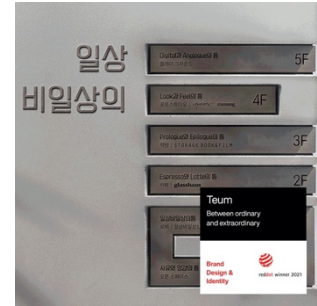


Interbrand

Te Teum: Between ordinary and extraordinary

Brand Design & Identity

韓国の大手通信会社である LG U+は、「Teum」という新しい複合文化施設をオープンしました。Teumとは韓国語で、物理的な心理的なギャップや断絶を意味します。その名の通り、この文化的空間は、繰り返しの生活の間に見慣れないユニークな空間を提示し、様々な人々やその好みに合った活動やコンテンツを提供します。Teum は、ブランドを楽しくクリエイティブに表現することで、お客様の好奇心を引き出し、デザイン・アイデンティティを最大限に活用します。



Dare to achieve Genome & Company

Corporate Design & Identity

Genome & Company は、微生物を利用した免疫療法を開発する世界でも数少ない企業のひとつです。社内外のコミュニケーションを円滑にし、競争力を高めるために、明確なブランドアイデンティティを確立する必要がありました。菌株の有機的なフォルムにインスパイアされた私たちは、マイクロバイオーーム（細菌叢）が一般の人々にとってより親しみやすいものになるような世界を、芸術的に表現しました。



Contact

Joe Stubbs (joe.stubbs@interbrand.com)

インターブランドについて

インターブランドは、1974年ロンドンでの設立以来、40年以上にわたり、常に世界をリードするブランディング専門会社として、戦略、クリエイティブ、テクノロジーの組み合わせにより、クライアントのブランドとビジネス双方の成長を促進する支援を行っています。

社会環境の不確実性が増す一方で、選択肢はかつてないほど豊富となりイノベーションのスピードが加速を続ける時代の中で、顧客の期待はビジネスよりも速く動き、価値観も変化し多様化しています。変化を続ける人々のインサイトの奥に潜む真理を探求し、その想いや期待するところをいち早く捉え、期待を超える体験を提供することを決断し、実践すること。インターブランドではこうした決断と実践のアクション（Iconic Moves™）が必要だと考えています。

インターブランドではISO（国際標準化機構）により世界で最初にブランドの金銭的価値測定における世界標準として認められた「Brand Valuation™（ブランド価値評価）」をはじめとする先端的な分析手法を用いる戦略チームと、数多くの受賞歴と高い創造性を持つクリエイティブチームが一つのチームとなり、分析から戦略構築、クリエイティブ開発、社内外エンゲージメント、そしてブランドを経営指標に取り入れ組織革新を実現するサポートまで、全ての流れを自社のリソースで完結しプロジェクトを推進します。

インターブランドジャパンについて

インターブランドジャパンは、ロンドン、ニューヨークに次ぐ、インターブランド第3の拠点として、1983年に東京で設立されました。「カスタマー・エージェンシー」として、オンラインコミュニティ運営、顧客との共創ワークショップなどを通じて経営に顧客視点を組み込む支援をグローバルで展開しているグループ会社C Space（本社：ボストンおよびロンドン、国内拠点：東京都渋谷区）とともに、日系企業、外資系企業、政府・官公庁など様々な組織・団体に対し、トータルなブランディングサービスを提供しています。インターブランドジャパンについての詳しい情報は <https://www.interbrandjapan.com> をご覧ください。

お問い合わせ

株式会社インターブランドジャパン 担当：中村正道、山室元史、岡本カヨ、齋藤麻菜美

Tel: 03-5448-1200 Fax: 03-5448-1052 e-mail: ibj-pr@interbrand.com

LinkedIn (<https://www.linkedin.com/company/interbrand-japan/>)

Twitter (<https://twitter.com/InterbrandJapan>)

Facebook (<https://www.facebook.com/interbrandtokyo/>)

Instagram (https://www.instagram.com/interbrand_japan/)