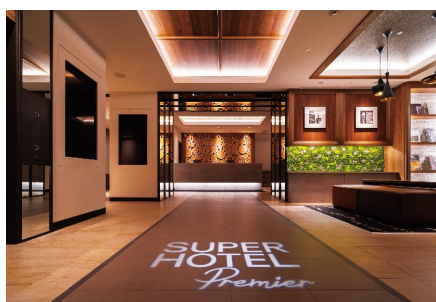


インターブランドジャパン、REBRAND 100 Global Awards 2020で、 「マルハニチロ」が最高賞であるBest of Awards、「Super Hotel」 「V.League」が優秀賞であるDistinctionを受賞

日本最大のブランディング会社である株式会社インターブランドジャパン（東京都渋谷区、代表取締役社長 兼 CEO：並木将仁）は、REBRAND 100 Global Awardsにおいて、弊社がブランディングを担当しました「マルハニチロ」が最高賞である Best of Award、「Super Hotel」「V.League」が優秀賞である Distinction を受賞しました。



REBRAND 100 Global Awards について

REBRAND 100 は、2004 年以来、世界で最も卓越したリブランディングに焦点を絞った最初で唯一の国際賞として知られています。ブランドの構築、育成、進化に焦点を置き、効果的なブランド戦略、デザイン、効率的な遂行により、組織な成果を収めたブランディングを評価する世界的な賞です。

REBRAND100 Global Awards は、2 年に一度開催されるリブランディングに焦点を当てた国際的な賞です。今年は、63 以上の国や地域から応募があり、Best of Award に 5 点、Distinction に 36 点、Brand Sound Distinction、Merit、Brand Concept Video Distinction 等、合計 100 点が選出されました。

REBRAND.com <https://rebrand.com/>



2020 Global Awards

Interbrand

Best of Awards : マルハニチロ

マルハニチロのリブランディング・プロジェクトでコミュニケーションを刷新しました。世界最大規模の水産サプライヤーであるマルハニチロ。持続可能な地域・社会づくりを見据えて、グローバルな海洋資源の保全と安全供給の両立を目指し、自然の美しさ・力強さについて、食を通じ社会へと届けるコミュニケーション活動を開始しました。そのために我々は、壮大なスケールの自然のイメージとそれに由来する鮮やかなカラーバーのコントラストで、見る人の歩みを止め、自然について考える時間をもってもらう、シンプルで力強いビジュアルアイデンティティを開発しました。

これによりマルハニチロは、総合食品企業として、革新的な真のエクセレントカンパニーにふさわしい姿へと変革を推進し、同時に展開した企業広告キャンペーンにおける効果測定(弊社調査による)において、ブランドイメージの向上に寄与し、リニューアルを行ったマルハニチロプラザの売り上げ増加という結果をもたらしています。

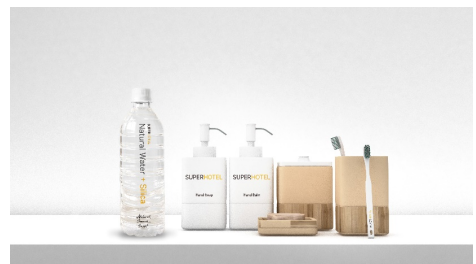
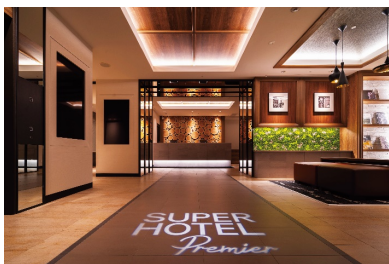


<https://rebrand.com/best-maruha-nichiro/>

Interbrand

Distinction : Super Hotel

リーズナブルで立地がよく、ビジネスマンに愛され日本全国に130店舗展開してきたスーパーホテル。環境へのこだわりを持ちながら、それを上手く訴求できず”割得訴求”がメインとなっていたビジネスホテルから「Natural, Organic, Smart」をコンセプトとするシンプルでスマートなホテルに変革。ブランドロゴをはじめブランドカラー、館内のルック&フィール、店舗インテリアも一新。目立つことを最優先にしてきたデザインから、ナチュラルな心地よさを際立たせるシンプルでスマートなデザインへと大幅に変更しました。その結果、幅広い層に共感されるホテルとして生まれ変わることに成功し、従業員の士気も高まりました。フラッグシップとして2018年10月にグランドオープンした「スーパーホテル Premier 銀座」は、開業時点での予約はほぼ満室となる等、大盛況のオープニングを迎えました。また、次世代のターゲットである女性や若者、観光客を魅了し都心への展開も可能にする等、ブランド戦略が実体化される結果となりました。稼働率は他ホテルにはないほどの高水準を維持し、売り上げも順調に伸びています。



<https://rebrand.com/distinction-super-hotel/>

Distinction : V.League

2018年10月26日に開幕した日本トップのバレーボールリーグであるV.LEAGUEのブランドを刷新しました。V.LEAGUEのスローガン”WE NEVER DROP THE BALL”には、日本スポーツ界において「リーグを必ず成功させる」「勝利を収めるために絶対にボールを落とさない」という2つの意味を込めました。このスローガンをコンセプトとした新ブランドロゴは、プレーヤーが勇敢にダイブしボールを弾き返す姿と勝利へのスピリットを表現しています。V.LEAGUEの新たなブランド体験が、若いプレーヤーやファンのモチベーションを高め、サッカーや野球に負けない日本の”Must-see-sports”となることを目指します。その結果、試合規模はより大きくなり、観客を活気づけ、バレーボールリーグは息を吹き返しました。2018年11月のシーズン開幕時には、前シーズンと比べ、ウェブサイトへの訪問者数は約85%伸び、インスタグラムのフォロワーは約100%増加し、観客動員者数は約30%増を記録し、新たに4社のスポンサーを獲得することにも成功しました。



<https://rebrand.com/distinction-vleague/>

Interbrand

インターブランドについて

インターブランドは、1974 年にロンドンで設立された、世界最大のブランディング専門会社です。インターブランドは、ブランドを Living business asset（常に変化する事業資産）と定義し、組織が明確な戦略を持ち、優れた顧客体験を提供する時、成長がもたらされると考えています。世界 14 カ国、18 のオフィスを拠点に、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。

インターブランドの「ブランド価値評価（Brand Valuation™）」は、ISO 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ました。インターブランドは、グローバルブランドの価値を評価したブランドランキングである Best Global Brands をはじめとする各種ブランド価値・ブランド強度分析レポートを公表しています。インターブランドでは、先端的な手法を用いる戦略分析チームと高い芸術性を持つクリエイティブチームが一つのチームとなり、プロジェクトを推進します。ブランド価値評価・ブランド戦略構築をリードする戦略コンサルタント、ブランドロゴ・パッケージ・空間・デジタルデザインを開発するデザイナー、ネーミング・スローガン・メッセージを開発するコピーライターなどが在籍し、分析から実行、全ての流れを自社のリソースで完結します。

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。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、岡本力ヨ、齋藤麻菜美
Tel: 03-5448-1200 Fax: 03-5448-1052 e-mail: ibj-pr@interbrand.com

<インターブランドジャパンホームページへのQRコード>

