

インターブランドジャパン、三菱商事都市開発のコミュニケーションデザインで「iF デザインアワード 2024」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（東京都港区、代表取締役社長兼CEO：並木将仁）は、三菱商事都市開発のブランディングプロジェクトで、ドイツの国際デザイン賞「iF デザインアワード 2024」（コミュニケーション分野/カンパニーブランディング）を受賞しました。

<https://ifdesign.com/en/winner-ranking/project/mcud-power-of-unity/645276>

「iF デザインアワード」は、国際的に権威のあるデザインアワードのひとつとして、ドイツ「レッド・ドット・アワード」、アメリカ「インターナショナル・デザイン・エクセレンス賞」と並び、世界三大デザイン賞の一つとされています。2024年は、72の国・地域から約11,000点のデザインの応募がありました。

三菱商事グループの総合デベロッパーである三菱商事都市開発は、2007年三菱商事の子会社として設立され、商業施設の開発・運営会社として事業を開始し、2013年より収益不動産開発の総合デベロッパーに業態転換しました。事業領域、事業規模の変化/拡大に伴い、設立当初に策定したクレドとのギャップが生じ、また社員の流出入が加速し、社員のエンゲージメント強化も課題の一つでした。2022年4月新体制下のリブランディングに際し、クレドの再策定とその考え方を表現するブランドアセットの構築及び、社内外へのブランドイメージ形成が必要とされていました。

インターブランドジャパンは、三菱商事都市開発の価値観やユニークで斬新なアイデアを丁寧に紐解き、独自性の高いパーパスとバリューズの策定、その使命と目的を達成していく組織力を視覚的に表現したコミュニケーションデザインシステムを開発しました。

パーパスである「構想力と実現力で、都市の未来を育む。」の実現に挑むために、社員一人ひとりの個の大切さや帰属意識の重要性に着目。すべての社員にとって共通のモチーフとなる「三」という漢字をデザインのキーとしました。また働く社員だけでなく、不動産業界を中心とした取引先、投資家など、すべてのステークホルダーに語りかけるために3本の線をエレメントに採用。構想し、実現し、変化をもたらすという三菱商事都市開発の想いや価値を体現しました。「赤いバー」は、社員一人ひとりの強い情熱と意志を表し、結集し、柔軟に形を変え、都市空間における課題解決に挑戦する姿を表現しています。

三菱商事都市開発は、新たに掲げたパーパスの実現に向けて、組織力のさらなる強化、社員一人ひとりが持つ圧倒的な構想力と実現力で、都市の未来を育み続けていきます。

Interbrand



iFデザインアワードについて

iF DESIGN AWARDは、iF International Forum Design GmbHが主催し、1953年以来、世界で最も権威のあるデザイン賞の1つです。iFロゴは「優れたデザインの証」として世界で広く認知されています。本アワードは、Product、Packaging、Communication、Interior Architecture、Professional Concept、Architecture、Service Design、User Experience (UX)、User Interface (UI)の9つの部門で構成され、毎年70か国以上から10,000を超える応募が寄せられ、20カ国130名以上の著名なデザイン・建築の専門家によって、Idea、Form、Function、Differentiation、Impactの観点から審査が行われます。受賞した作品は、40か国以上から2,000名を超える参加者が集う華やかな授賞式で表彰され、ベルリンで開催される iF design exhibitionに展示されます。

<https://ifdesign.com/en/>

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約50年にわたり、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分析手法を用い

Interbrand

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、そしてブランドを社会に実装するエクスペリエンスアクティベーションチームが一つのチームとなり、クライアントの成長のパートナー（Growth Partner）として、ありたい姿から事業を捉え直し（Envision）、需要を創造し（Innovation）、ステークホルダーの行動変容を起こす（Transformation）ことを軸にプロジェクトを支援します。

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。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、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などを含め、グローバルの先進的なアプローチや知見を取り入れた、従来のブランドの枠を超えた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

Tel: 03-6632-5340 e-mail: ibj-pr@interbrand.com

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

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

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

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