

インターブランドジャパン、GAMBA OSAKA（ガンバ大阪）のマスコット“MOFLEM（モフレム）”のデザイン開発で「iF デザインアワード 2023」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、ガンバ大阪のマスコット“MOFLEM（モフレム）”のデザイン開発で、ドイツの国際デザイン賞「iF デザインアワード 2023（コミュニケーション分野）」を受賞しました。本プロジェクトにおける同賞の受賞は昨年に続き二度目となります。

<https://ifdesign.com/en/winner-ranking/project/the-mofumofu-mascot-experience/575976>

「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であり、「プロダクト」「パッケージ」「コミュニケーション」「サービスデザイン」「建築」「インテリア・内装」「プロフェッショナルコンセプト」「UX」「UI」の9つの分野で構成されています。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、2023年は、56 カ国から約 11,000 件の応募がありました。

1991年のJリーグ発足以来、国内外で数々のタイトルを獲得してきたガンバ大阪は、2022年、次なる大きな野望「Japan's Best Sport Experience Brand」になることを目指しブランドの再構築を果たしました。ブランドテーマに「BE THE HEAT, BE THE HEART」を掲げ、ファンや地域を巻き込んだピッチを超えた体験創造を目的に、ガンバ大阪と人々をつなぐ要となる存在として、新たなマスコットキャラクター“MOFLEM（モフレム）”が生まれました。



インターブランドは、スポーツマスコットの常識を覆し、日本のスポーツ文化に新しい風を吹き込む必要があると考えました。マスコットを通してブランドのテーマを体現し、サッカーの枠を超え周囲との感情的なつながりを作ることが私たちの挑戦でした。ありきたりな動物をモチーフにしたアクティブでスポーティな

Interbrand

マスコットではなく、子供のようにピュアでひたむきに挑戦する、だけどドジでどこか手助けしたくなる、親心呼び起こす新たな仲間を生み出すことを目指しました。

新ブランドマスコットを通した、挑戦的で、ピースフルな「もふもふ体験」は、チームとサポーター、そして地域との間に感情的なつながりを作り、ひいてはクラブチームマスコットの枠を超えた存在として日本のスポーツ文化に新風を吹き込んだと考えています。新マスコットのネーミング一般公募には約9,000件ものエントリーがあり、ふわふわの容姿とブランドのテーマ「炎」から着想を得た造語「MOFLEM」となりました。ティザームービーの再生回数は17万回を記録。発表と同時に約100件ものメディアの注目を集め、グッズの一部商品は売り切れなど販売も好調に推移、たった3ヶ月で前年の1年間のマスコットグッズ売上の5倍のセールスを記録しました。SNSでも話題となり既存ファンだけでなく幅広い観客にも愛され、競合クラブのファンもマスコットを購入するようになりました。

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、1954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 Design、Packaging Design、Communication Design、Interior Architecture、Professional Concept、Service Design、Architecture、User Experience (UX)、User Interface (UI)の9つの部門で構成され、毎年60か国から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、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。

Interbrand

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/)