



VPR20-036

2020年6月15日(月)

フォルクスワーゲン グループ ジャパン 株式会社

フォルクスワーゲン、新しいブランドデザイン及びロゴを日本導入

フォルクスワーゲン グループ ジャパン 株式会社(代表取締役社長:ティル シェア、本社:愛知県 豊橋市、略称:VGJ)は、新しいフォルクスワーゲンのブランドデザイン及びロゴを日本市場で展開します。本日より、フォルクスワーゲン公式ウェブサイト volkswagen.co.jp を含むオウンドメディアを皮切りに、フォルクスワーゲンの全てのコミュニケーションツールは、この新しいブランドデザインに順次変更されます。今回の刷新は、フォルクスワーゲンのグローバルな方針に則り、環境への負荷も考慮し、段階的に実施されるもので、全国にあるフォルクスワーゲン正規販売店でも今後順次採用されます。



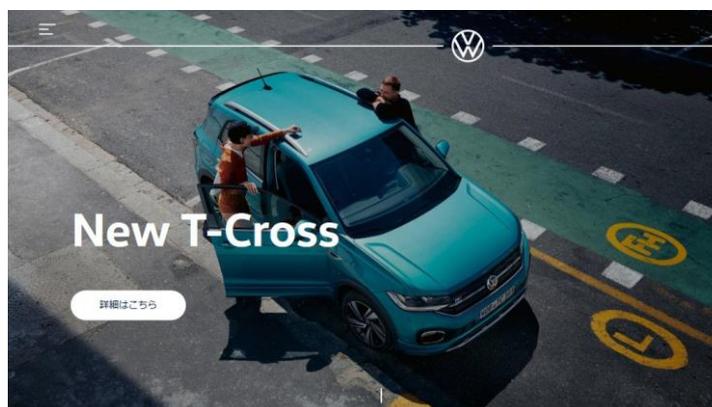
フラットな二次元デザインに生まれかわった新しいロゴは、シンボルであり登録商標でもあります。

昨年9月のフランクフルトモーターショー(IAA)で初披露された新しいブランドデザインとロゴは、「New Volkswagen」の幕開けを意味しています。フォルクスワーゲンは電動化、完全なコネクテッド化、そしてニュートラルなカーボンバランスの未来を目指しており、世界的に統一されたこの新しいブランドデザインによって、今の時代により相応しい全方位のリアルなブランド体験を創出します。フラットな二次元デザインの新しいフォルクスワーゲンロゴは、より明確で、本質以外の無駄を削ぎ落としたデザインとなっています。

さらに、この新ブランドデザインとロゴは、高い柔軟性を特徴とし、デジタルメディアにもより適合するように製作されました。

VGJでは、公式ホームページを刷新し、本日よりこの新ブランドデザインを採用します。さらに、VGJの本社ロゴや、全国のフォルクスワーゲン正規販売店についても、順次新しいロゴに切り替わります。ビジネスツールについても、新ロゴが採用

されますが、環境負荷低減に取り組むフォルクスワーゲンのグローバルな方針に則り、旧ロゴでの在庫が無くなり次第、新ロゴに切り替えてまいります。

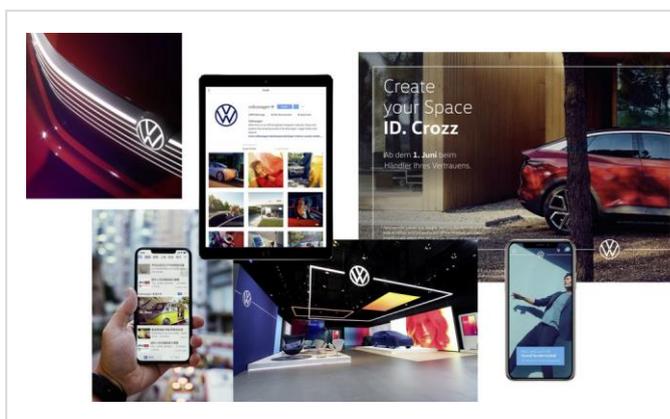
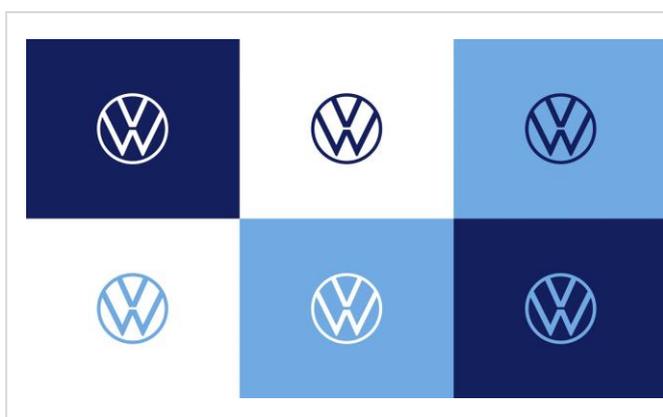


■ フォルクスワーゲン ニューブランドデザインの誕生

新しいブランドデザインの基本戦略はインハウスで、フォルクスワーゲン デザインおよびマーケティング部門の共同チームによって構築されました。今回のプロジェクトを遂行するために開発した「パワーハウスコンセプト」を採用し、このデザインをわずか9ヶ月という記録的な短期間で誕生させました。ベルリンの中心部にある「パワーハウス」が拠点となり、合計19の社内チームと、17の外部の代理店がこのプロジェクトに参加しました。

■ 新しいロゴ

今回のニューブランドデザインの象徴は、やはり今の時代のテイストとニーズに合った、よりシンプルで明確なグラフィックに生まれ変わった新ロゴです。無駄をそぎ落とし、より柔軟に使えるように設計されたフラットな二次元ロゴは、様々なデジタルメディアにもマッチし、より明確に認識できるようになります。これまでのロゴは、ブルーとホワイトの組み合わせのみであったのに対し、新ロゴには、ブルーの新たなトーンが追加され、さらに他のカラーバリエーションも認められています。近年、シンプルで使いやすいインターフェイスを備えたデジタルアプリケーションの重要性が非常に高まっているため、この新ロゴは、新採用の「ムービングフレーム」と呼ばれる枠の上に柔軟に配置することができるようになりました。



■ 新たなトーン&マナー

画像や映像のトーン&マナーは、フォルクスワーゲンによるこれまでの表現方法とは大きく異なり、より大胆でカラフルなものになります。「生き活きとした力強さ」を意味する「Vibrant



Power」をワーキングタイトルに、クルマだけに焦点を当てた広告様式にするのではなく、お客様の視点に立った、リアルな世界観を展開することにより、これまで以上に人間的で、生き活きとしたコミュニケーションが実現します。

■ ライト(灯り)

クルマのデザインと同様、ライト(灯り)はコミュニケーションにおいて重要な役割を果たしています。今やライトは従来のクロームメッキの代わりになるもので、今後は車両のみならず、販売の現場などのブランドを演出する環境においても、ライトはこれまで以上に積極的に使われることとなります。



ニューブランドデザインの策定において重要な役割を果たしたフォルクスワーゲンのチーフデザイナーであるクラウス ビショフは、今回の狙いを次のように総括しています。「e-モビリティをエモーショナルに表現するために、ニューブランドデザインを使った、新たなコミュニケーションプラットフォームを作成しました。“デジタル ファースト” と “フィルター(加工)なし” をモットーに、未来のフォルクスワーゲンを表現しようとしたのです。」