

AVON

the company for women

Press Release

エイボン・プロダクツ株式会社

東京都新宿区西新宿 3-20-2

東京オペラシティタワー

www.avon.co.jp

2018年4月27日

Dual Face

働く女性向けハイブリッド型スキンケアライン「Dual Face(デュアルフェイス)」 パッケージデザイン賞「TOPAWARDS ASIA」を受賞

エイボン・プロダクツ株式会社(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:中 陽次 以下エイボン)のドラッグストアや量販向けに展開するスキンケアライン「Dual Face(デュアルフェイス)」が、アジアを対象に優れたパッケージデザインに贈られる賞「TOPAWARDS ASIA(トッパワードアジア)」を受賞しました。



「TOPAWARDS ASIA(トッパワードアジア)」は、アジアのパッケージデザイン業界の発展を目的として創立された賞です。月ごとのテーマに沿って、アジアにおける洗練されたパッケージデザインを、世界で活躍するアジアのトップクリエイターらが審査します。

このたび、4月のテーマである「SKETCH」に沿って集められたプロダクトの中から、「Dual Face(デュアルフェイス)」が選出されました。受賞作品は、本アワードのOUNDメディアを通じて世界に発信されます。

TOPAWARDS ASIA **TOP**

TOPAWARDS ASIA オフィシャルサイト <http://www.topawardsasia.com/>

「Dual Face(デュアルフェイス)」受賞ページ <https://www.topawardsasia.com/home/dual-face>

4月の審査員



PANN LIM (パン・リム)

Kinietic Singapore、gallery and retail space K+の共同設立者

クリエイティブディレクター / Rubbish Famzine の出版者
デザインや広告・コミュニケーションをこよなく愛し、現在までに D&AD やカンヌライオンズなど国内外含め 450 以上もの賞を獲得している。

また Singapore Creative Circle Awards (The Gong Show) やエフィー賞、Malaysia Kancil Awards、Miami Clio Awards、Webby Awards、British D&AD Awards で審査員としても活躍し、最近では D&AD 2017 Crafts for Design 部門の審査員長と AdFest 2017 の審査員長を務めた。若い世代を育成することにも力を注ぎ、シンガポールデザイン学校の非常勤講師や The Design Society の設立にも協力している。また、2012 年～2013 年には Temasek Polytechnic にて助教授を務めている。

受賞歴：President's Design Award、New York One Show Gold Pencil、カンヌライオンズ、D&AD 2016 Yellow Pencil 等多数

受賞理由

- 色の組み合わせとイラストがとてもいい。
- そのコンビネーションが商品の強さをより引き出している。



ORDINARY PEOPLE (オーディナリーピープル)

ORDINARY PEOPLE (オーディナリーピープル) 設立者
ソウルを拠点としたグラフィックデザイン事務所。

2006 年に集まり、"we make poster" プロジェクトを始動し、そのプロジェクトを進めていくうちに自然とグラフィックデザイン事務所を設立するに至った。

現在は、「1xn-Print Screen」や「Everyday graphic calendar」、「24OPEN」など、自身がプロデュースするプロジェクトを進めている。

また、韓国の国立現代美術館 (MMCA, National Museum of Modern and Contemporary Art Korea) やアジアカルチャーセンター (Asia Culture Center)、エスエム・エンターテインメント (SM Entertainment) などのクライアントと共に様々なプロジェクトも手がけている。

Dual Face

■ 「Dual Face (デュアルフェイス)」の紹介 <http://dual-face.com/>

「Dual Face」は二面性をコンセプトとし、仕事とプライベート、オンとオフの 2 つの顔を使い分けながら頑張る 20 代後半～30 代前半の働く女性をユーザーとして想定。天然由来成分*1 を主とし、肌へのやさしさにこだわりながら、機能性も重視したハイブリッド型スキンケアラインです。

青緑とオレンジという反対色をブランドのイメージカラーとして、日常的に使い分けている二面性を強調しました。

「ワタシがわたしにかえる瞬間(とき)」をキーメッセージに、人生も肌も迷いがちな 30 歳前後の、仕事もプライベートも全力で頑張っている女性がホッとひと息つくひとときを支えたいという思いから作られたブランドです。

ユーカリとベルガモットの天然アロマオイルの香りに包まれて、頑張る「ワタシ」が素顔の「わたし」に戻れる、そんなコンセプトブランドです。

*1 水を含む