

デザインは日産ブランド発展の鍵です。デザインはお客さまが商品に抱く第一印象を決定付けています。そしてさらに、商品を超えてブランドのアイデンティティをお客さまに伝える役割を果たしています。NISSAN DESIGNが目指すのは人の心に響くデザインの創造です。人の視覚に訴え、コンセプトやメッセージを明確に語ることです。

世界をリードするデザインで強いブランドを構築

デザインはお客さまとブランドを結びつけるものです。その形には、国境を越え、世界中のお客さまに日産のブランドを伝えるスピードとパワーがあります。

クルマは単なる鉄の塊ではなく、また単なる移動手段でもありません。クルマは、お客さまの自由な精神や自己表現そして夢や憧れの象徴でもあるのです。デザインはそうしたクルマに寄せる情熱と実用性を両立させ、お客さまのこころを満たす新たな価値を創

数々の賞を受賞

2002年、日産は数々のデザインに関する賞を受賞しました。

フェアレディZ:

- ・(財)日本産業デザイン振興会主催
GOOD DESIGN AWARD 2002
商品デザイン部門
- ・Car styling誌主催
Japan Car design Award 2002-2003
「ゴールドクレイトロフィー」
- ・日本カー・オブ・ザ・イヤー実行委員会主催
2002-2003日本カー・オブ・ザ・イヤー
特別賞「Most Fun」賞
- ・カナダ自動車ジャーナリスト協会(AJAC)主催
「ベスト・カー・オブ・ザ・イヤー」
「ベストデザイン・オブ・ザ・イヤー」

G35スポーツセダン/クーペ:

- ・モータートレンド・カー・オブ・ザ・イヤー

マーチ:

- ・(財)日本産業デザイン振興会主催
GOOD DESIGN AWARD 2002
商品デザイン部門
- ・(社)日本流行色協会(JAFCA)主催
AUTO COLOR AWARDS 2003「グランプリ」
「オートカラーデザイナーズ賞 カラー企画部門」

キューブ:

- ・(社)日本流行色協会(JAFCA)主催
AUTO COLOR AWARDS 2003
「オートカラーデザイナーズ賞
内外コーディネイト部門」

ステージャ:

- ・(財)日本産業デザイン振興会主催
GOOD DESIGN AWARD 2002
商品デザイン部門

エルブランド:

- ・(財)日本産業デザイン振興会主催
GOOD DESIGN AWARD 2002
商品デザイン部門

ムラーノ:

- ・カナダ自動車ジャーナリスト協会(AJAC)主催
「ベスト・トラック・オブ・ザ・イヤー」

日産銀座ギャラリー/本社ギャラリー:

- ・(社)日本商環境設計家協会(JCD)主催
「JCDデザイン大賞」



2002年北米国際オートショー(米国デトロイト)で発表された「クエストコンセプト」





新日産デザインヨーロッパ社

デザインへの強いコミットメント:

日産デザインヨーロッパの新デザインセンター

日産は欧州におけるデザインの優位性を高めるために、日産デザインヨーロッパ社の新たなデザインセンターをロンドンのパディントン地区に開設しました。日産デザインヨーロッパ社の新拠点は、英国国有鉄道メンテナンス車庫の跡地であるロタunda (Rotunda) と呼ばれる建物を改修したものです。日産はここに、ヨーロッパにおける全てのデザイン機能を統合しました。日産は欧州事業の強化を着実に進めており、2003年度は50万台以上の販売を目標としています。欧州生産車の台数は増加しており、加えて欧州でデザインされたモデルの数も増えています。

日産デザインヨーロッパ社は、約50名の多国籍のデザイナーとモデラー、サポートスタッフにより構成され、他の5ヶ所(日本:3ヶ所、米国:2ヶ所)のデザイン拠点と共に、欧州のみならずグローバルで投入する日産車の今後のデザインをリードする役割を担います。



造します。だからこそ、デザインはブランド力と密接な関わりをもっているのです。日産のデザインチームは、プランナーやエンジニアとともに、革新的なコンセプトとデザインを育み、想像力と才能を研ぎ澄まし、大胆で考え抜かれたデザインを追求しています。

NISSAN DESIGNのコミットメントは明快です。これからも日産のデザインが新しい価値への探究心を喚起し、革新を加速し、これまで以上に魅力的で特徴的な商品を創造していくことです。



2003年北米国際オートショー(米国デトロイト)で発表されたコンセプトカー「インフィニティ トライアント」

