

2013年7月1日

阪神電気鉄道株式会社

“たいせつ”がギョツと。

阪神電車 沿線活性化プロモーションを始動します

阪神電気鉄道株式会社（本社：大阪市福島区、社長：藤原崇起）は、7月1日から、阪神沿線の魅力を多くの方に知っていただくとともに、さらなる魅力を感じ、「住んで良かった」、「働いて良かった」、「訪れて良かった」と思っただけのような取り組みを行う沿線活性化プロモーションを始動します。

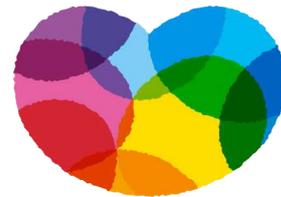
当社では、長年取り組んできた「西梅田開発」「阪神なんば線」「阪神甲子園球場リニューアル」の3大プロジェクトの完遂以降、改めて新規事業の展開と既存事業のブラッシュアップに取り組んでまいりました。その中で、沿線活性化を一つのテーマと捉え、より清潔で快適な駅を目指す「阪神電車 clean UP！駅作戦」の実施、高架下商業施設のリニューアルやマイクロ投資を活用した住民参加型の沿線活性化策「ソダッテ阪神沿線」の推進、駅周辺への食品スーパーの誘致、阪神野菜栽培所での野菜生産、阪神あんしんサービス「登下校ミマモルメ」の展開等を進めてきました。

阪神電車の旅客輸送人員は、阪神・淡路大震災からの復興を経て、2006年度に増加に転じて以来、2009年の阪神なんば線開業もあって毎年増えていますが、阪神間の総人口は当面横ばいで推移するものの、生産年齢人口は将来的に減少すると推計されています。

阪神沿線には、生活に必要な機能が凝縮された「住みやすさ」と肩肘張らない「心地よさ」があります。しかしながら、これからも当社が成長を遂げていくためには、沿線の定住人口と交流人口の増加により沿線の活性化を図っていくことが欠かせません。

そこで、沿線活性化プロモーションにより、阪神沿線の良いところをお伝えしていくとともに、沿線の活性化に向けての当社の様々な施策に一貫性を持たせることで、良好な沿線イメージの構築を図っていくこととしたものです。

プロモーションの始動に当たり、阪神沿線の持つ良いところと当社の取組姿勢を象徴的に表現したシンボルを制定いたしました。このシンボルは、今後様々な媒体で横断的に展開してまいります。



“たいせつ”がギョツと。

阪神電車
HANSHIN ELECTRIC RAILWAY

<プロモーションシンボルと阪神電車ロゴ>

以上

(参考) プロモーションシンボルについて



“たいせつ”がギュツと。

<ことば>

毎日の暮らしのなかで感じる「しあわせ」。それは心にゆとりを感じる「ふつう」の積み重ねであり、自分らしく過ごせる「心地よさ」です。

阪神沿線には、多様な表情をもつ街と人のつながり、温かな心の通い合いがあり、ほかでは手にすることのできない生活のカタチがあります。そんな、人が生きていく上でなくてはならない“たいせつ”なものが凝縮されている阪神沿線の魅力を表すことばです。

<かたち>

阪神沿線に暮らす人々のゆるやかな繋がりや、日々の暮らしで感じる心地よさを、“たいせつ”の象徴としてハートのモチーフにギュツと凝縮しました。フリーハンドで描いたような手触りを感じる輪郭が、阪神沿線のあたたかさや人間味を伝えます。

<いろ>

阪神沿線の持つ多様性をマルチカラーで表現しました。それぞれの駅や街が持つさまざまな表情や、沿線の人々の明るい暮らしが重なり合うイキイキとしたイメージを伝えます。