

NEWS RELEASE

〒553-8553 大阪市福島区海老江1丁目1番24号 https://www.hanshin.co.jp/

2024年3月1日

阪神グループは 「"たいせつ"がギュッと。」のスローガンの下 ブランド価値経営を推進します

阪神電気鉄道株式会社(本社:大阪市福島区、社長:久須勇介)及びそのグループ会社(以下 「阪神グループ」と総称します。)は、これまでお客様のライフスタイルや価値観に沿った多種 多様な商品・サービスを提供してまいりました。

この度、ブランド価値経営を推進する姿勢をより明確にするため、「"たいせつ"がギュッと。」を阪神グループのブランドスローガンと定めました。このスローガンの下、グループとしてのつながりや一貫性をお客様にしっかりとお伝えしていくとともに、これからもグループ総合力を発揮して、阪神らしさを表す3つの提供価値(あたたかさ・ほんまもん・先進性)を実体化した様々な商品・サービスを皆様にお届けしてまいります。



もっとみんなの願いを叶えたい。ずっとみんなの想いに応えたい。 お客様の"たいせつ"に向き合って歩んできた阪神グループだからできることがあります。

> 誰もが活き活きと暮らせる「あたたかさ」を大事にします。 本当に価値のある「ほんまもん」を追求します。 これが欲しかった!と思える「先進性」をカタチにします。

私たちはこれからも、想いをひとつに、 お客様一人ひとりの「"たいせつ"がギュッと」つまったモノやコトを生み出し、 お届けしていきます。

アールワークス/アイテック阪急阪神/ウエルネス阪神/エフエム・キタ/大阪阪神タクシー/神戸高速鉄道/システム技研/中央電設/西大阪高速鉄道/日本プロテック/ハックス阪神/阪神園芸/阪神ケーブルエンジニアリング/ハンシン建設/阪神コンテンツリンク/阪神車両メンテナンス/阪神ステーションネット/阪神タイガース/阪神タクシー/阪神電気鉄道/阪神バス/BAN-BANネットワークス/ピーアンドピー浜松/姫路ケーブルテレビ/ベイ・コミュニケーションズ/ミマモルメ/ユミルリンク/六甲山観光



<阪神グループが推進するブランド価値経営について(概要・スローガン)>

当社では、2013年7月から「"たいせつ"がギュッと。」をキャッチフレーズに掲げて沿線活性化プロモーションに取り組み、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まいりました。

この取組みにより、当社として沿線活性化に向けた一定の役割を果たしてまいりましたが、阪神グループの事業領域がますます拡大する中で、沿線に限らない全てのお客様の"たいせつ"を意識したグループ経営を方針として掲げ、推進することが必要となってきました。

また、阪神グループが営む多様な各事業について、個別の情報発信は行っているものの、グループとしてのつながりや一貫性という部分で、お客様に十分認知いただけていないと感じており、これを改善したいとの思いもありました。

このような状況の中、2022年に阪神グループの「経営理念」と「ありたい姿」を実現するための戦略である「長期ビジョン」を策定するとともに、当社内にブランド経営推進室を設置し、同ビジョンに掲げるグループ横断的な「ブランド価値経営の推進」に向けた様々な調査・検討を進めてまいりました。

その結果、阪神グループは創業以来、お客様や地域にとって本当に価値があることにこだわり、 人々の役に立つもの、喜ばれるもののご提供に努めてきたことを再確認し、これを踏まえて、私 たちが既に備え、これから一層高めていきたい「阪神らしさ」として、

> つながりが生む "あたたかさ" プロフェッショナルが生み出す "ほんまもん" 共感から生まれる "先進性"

という3つの提供価値を導き出しました。そして、**3つの提供価値を阪神グループの各事業を通じて実体化し、「阪神ブランド」としてお客様にお届けすること**こそ、阪神グループのブランド価値経営の目指す姿であるとの結論に至りました。

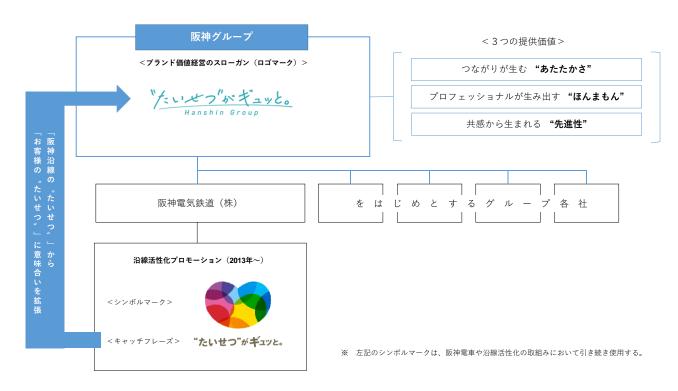
また、先述した当社の沿線活性化プロモーションのキャッチフレーズとして約10年にわたり皆様に親しまれてきた「"たいせつ"がギュッと。」について、"たいせつ"の意味合いを「阪神沿線の"たいせつ"」から「お客様の"たいせつ"」に拡げ、阪神グループのブランド価値経営のスローガンとしました。

この阪神グループのブランドビジョン (グループビジョン) を全てのグループ役職員に周知・ 定着させるため、これまでブランド経営推進室が中心となり、丁寧に時間をかけて、様々な研修・ セミナー・ワークショップの開催、社内報やグループ内周知用ツールによる浸透活動を行ってき ました。これらのグループ内浸透活動は、今後も継続して行ってまいります。

阪神グループは、「**"たいせつ"がギュッと**。」のブランドスローガンの下、これからも一人ひとりのお客様の"たいせつ"と向き合い、グループ一丸となって阪神らしいブランド体験を提供し続けることで、その信頼と期待に応えてまいります。



【スローガン「"たいせつ"がギュッと。」について】



【「3つの提供価値」について】

つながりが生む "あたたかさ"

を目指しています。



プロフェッショナルが生み出す "ほんまもん"

安らぐ」ための様々な施設があります。そこに のコンテンツ」を数多く提供しています。ス いことに柔軟に取り組み、いくつもの業界初を 多くの人々の営みがある中で、多様なニーズに ポーツ、エンタテインメントは言うに及ばず、鉄 実現してきました。この先も、お客さまに共感 応える真摯なサービスによって、人と人、人と 道運行やシステム構築などの分野において することで生まれる、かゆいところに手が届く 社会をつなぎ、誰もが活き活きと暮らせる社会も、プロだからこそ生み出せる「喜び」や「安 心」をお届けしています。



共感から生まれる

阪神グループには、「移動する、学ぶ、楽しむ、 阪神グループは、そこでしか味わえない「本物 阪神グループは、これまで利用者視点で新し サービスを提供していくことを目指していま





<阪神ブランドを表すロゴマーク/デザインについて>

ブランドスローガンの制定とともに、グループ事業のつながりと合わせてお客様に視覚的 に伝えていくため、新たにロゴマーク/デザインを策定しました。

私たち阪神グループの商品やサービスによりお客様にお届けしたい3つの提供価値をこのロゴマークに込めており、手書き風の書体は"あたたかさ"や"ほんまもん"を、ブルーグリーンの色は"先進性"を表現しています。



また、白を基調とする背景に直線を交差させ虹色のグラデーションで表現したデザインは、"阪神らしさ"を軸に多様な事業がつながり集まった「阪神ブランド」を色と形で象徴的に伝えるものです。

今後、このロゴマークやデザインを様々な媒体等で展開(※)することを通じて、阪神グループの各事業の取組みやつながりをお客様に知っていただくとともに、「阪神ブランド」の浸透を図ってまいります。

※ 昨日(2月29日)から当社のコーポレートサイトで専用ページを公開しているほか、今後、ラッピングトレイン(3月下旬から運行予定。詳細は改めてお知らせいたします。)、駅のポスター・サイネージや待合室、当社の本社屋上看板などでロゴマーク等を順次展開していく予定です。



ラッピングトレイン (イメージ)



本社屋上看板 (イメージ)

(注) デザインは変更となる可能性があります。