

「小田急グループ ブランドマーク」を制定

- 3月15日(土) 新型ロマンスカー・MSEなどから使用開始 -

小田急電鉄株式会社(本社:東京都新宿区 社長:大須賀 頼彦)をはじめとする小田急グループでは、「小田急グループ ブランドマーク」を新たに制定し、3月15日(土)から順次使用を開始します。

現在、小田急グループでは、2003年10月に策定したグループ経営理念に基づき、お客さまの『かけがえのない時間(とき)』と『ゆたかなくらし』の実現に貢献するため、グループ一体となってさまざまな施策を展開しています。

今般、こうした取り組みの一環で、小田急グループおよびグループの目指すべき方向性のシンボルとして「小田急グループ ブランドマーク」を制定しました。

このブランドマークは、小田急の頭文字の「O(オー)」をモチーフに、シンボルカラーの「ブルー」でデザインし、「躍動感」や「先進性」、「お客さまとのつながり」を表しています。

このマークは、3月15日(土)から、同日営業運転を開始する新型ロマンスカー・MSE(60000形)などすべてのロマンスカーをはじめ、駅構内のサイン類などで使用を開始し、今後グループ各社で順次導入していきます。

なお、小田急グループ全体として、統一したマークを制定するのは初めてのことです。

「小田急グループ ブランドマーク」の概要は以下のとおりです。



小田急グループ ブランドマーク

記

< 「小田急グループ ブランドマーク」の概要 >

1. 使用開始 2008年3月15日(土)
2. 使用対象 小田急ロマンスカー、通勤車両、駅構内のサイン類、商業施設、ポスター、名刺、封筒など
3. コンセプト このマークは、「豊かな沿線環境のもとに、自然・歴史・都市文化の新しい融合、豊かな生活の創造、より多くの上質と感動を提供していく小田急グループ」を表現しています。デザインのコンセプトとして、小田急ブランドの基準となる価値観のキーワード「真摯」「進取」「機知」「融和」を根底におき、「躍動感」「先進性」「お客さまとのつながり」といったこれからのグループの姿勢を、odakyuの頭文字である「O(オー)」の中にダイナミックに集約させました。ブランドマークメインカラーのブルーは、小田急線を中心に長年親しまれてきた色であり、「小田急らしさの誇り」として使用していきます。

以上

【参考】

< 小田急グループ経営理念 >

小田急グループは、お客さまの「かけがえのない時間(とき)」と「ゆたかなくらし」の実現に貢献します。

< 使用例 >



3月15日デビューの新型ロマンスカー・MSE



駅構内のサイン類(イメージ)