

平成27年（2015年）11月26日

「選ばれる沿線」の実現に向けてイメージを統一
ブランドアップの取り組みを不動産セグメントでも展開
 空き物件の案内表示やユニフォームを一新

相鉄ホールディングス株式会社
 相鉄不動産販売株式会社
 相鉄リフォーム株式会社

相鉄グループでは、平成29年（2017年）12月に創立100周年を迎え、その後も鉄道事業において都心への相互直通運転を予定していることから、駅や車両、制服のデザインを統一し、相鉄グループのブランドイメージと認知度向上を図る「デザインブランドアッププロジェクト」に取り組んでいます。

このプロジェクトの一環として、相鉄線沿線を主体に住まいに関わるサービスを提供している相鉄グループの各社でも、「くまモン」の生みの親で、プロジェクトのデザイン総合監修を担う水野学氏の協力のもと、空き物件の案内表示や制服などを、統一したデザインコンセプトに沿って変えていく取り組みを開始しました。

相鉄グループでは、このプロジェクトを通じて沿線外の方々にもグループの魅力を発信し、“知っていただき、“来て“いただき、”住んで”いただける取り組みを、また沿線にお住まいのお客様には“住み続けたい”と思っただけけるような沿線づくりに、これからもグループ一丸となって取り組んでまいります。

各社の取り組みは以下のとおりです。



新ユニフォームを着用した
 土地活用サービスセンターの社員



物件の状態が一目で分かる案内看板

◆空き物件の案内看板について

相鉄線沿線にネットワークを持ち、不動産売買・賃貸仲介や賃貸管理事業・住宅買取再販事業などを行う相鉄不動産販売(株) (本社・横浜市西区、社長・阿部眞一) では、平成27年(2015年)12月1日(火)から、水野学氏がデザインした募集用看板の使用を開始します。他社にない特徴的な看板は“空き物件が一目で分かる”“空き物件が魅力的に見える”ことを意識して作成されており、継続使用によって“相鉄の空き物件＝看板”のイメージを醸成し、空室解消の早期化を実現させることを目的としています。

◆ユニフォームの制定について

相鉄ホールディングス(株) (本社・横浜市西区、社長・林英一) の「相鉄土地活用サービスセンター」では、新たなユニフォームの選考を水野学氏に依頼し、平成27年(2015年)12月1日(火)から新ユニフォームを着用したアドバイザーがお客様の対応を行います。同センターは、これまでに培ってきた相鉄線沿線での住宅開発の経験を生かし、活用可能な不動産を所有するお客様に対し、土地活用の相談や具体的な活用プランのご提案を無料で行っています。

◆サービス名について

相鉄グループのリフォーム専門会社である相鉄リフォーム(株) (本社・横浜市泉区、社長・菱山正樹) では、平成26年(2014年)9月20日から、住まい・暮らしのさまざまな困りごとの解決をお手伝いする小修繕を中心とした新サービスの名称を「S.H.A.L.S.S. (シャルズ)」として営業を開始。平成27年(2015年)4月1日には、リフォームのブランド名を「SoReS (ソレス)」に変更しました。この2つのネーミングとロゴマークの他、営業パンフレットの作成なども水野学氏によるものです。



S.H.A.L.S.S. (シャルズ) ロゴデザイン



SoReS (ソレス) ロゴデザイン

「S.H.A.L.S.S. (シャルズ)」

「Sotetsu House And Life Support Station」から名づけたもので、「何々しましょうか?」という“shall”の思いも含めており、住まいと暮らしに寄り添った「家」をイメージしたロゴで表現しています。

「SoReS (ソレス)」

「Sotetsu Reform Service」の頭文字から名づけたものです。リフォームを行うときに必要な暖かさをラテン語のSol (太陽) を連想して名付け、イメージカラーの水色は太陽と一緒にある青い空をイメージしてカラーリングされています。また、ロゴマークの下部が少し切れているようなデザインは、太陽の上にソレスがあることから、その曲面に合わせて緩やかなカーブを描いています。

相鉄グループの取り組み

デザインブランドアッププロジェクト

お客様との最大の接点となる鉄道の駅舎や車両、駅に隣接する商業施設などを統一されたデザインコンセプトに基づきリニューアルを進め、認知度や好感度を高めることで「選ばれる沿線」を実現するための新たな取り組みです。

“ターンテーブル・モデル”による街づくり

平成22年(2010年)から平成31年(2019年)の10年間を計画年度とする、相鉄グループの「成長戦略ロードマップ」として策定されたグループビジョン“*Vision 100*”の中で提唱したモデルで、「選ばれる沿線」の実現に向け、街の魅力と人々の縁によって人口の流入促進と流出を防止するための人口循環メカニズムを指しています。

水野学氏プロフィール

クリエイティブディレクター / クリエイティブコンサルタント / good design company 代表 / 慶應義塾大学特別招聘准教授

1972年 東京生まれ。

1996年 多摩美術大学グラフィックデザイン科卒業。

1998年に good design company を設立。ブランドづくりの根本からロゴ、商品企画、パッケージ、インテリアデザイン、コンサルティングまで、トータルにディレクションを行う。

以上