

PRESS RELEASE

報道協力資料／日建スペースデザイン
2017年7月3日

報道関係者各位

日建グループのブランド理念を表す 新しい「タグライン」「ブランドマーク」を策定 ～世界の人々に豊かな空間体験を届けるために～

株式会社日建スペースデザイン（代表取締役 大久保豊）は、この度、日建グループとして、タグラインとブランドマークを新たに策定しました。今月より、順次使用を開始いたします。

低炭素社会の実現、自然との調和、安全と安心など、世界はさまざまな課題を抱えています。それらは建築・都市づくりと深く関係するものであり、日建グループが果たすべき役割は今後さらに大きくなるものと認識しています。グループ約2,500名が、課題の解決を願う社会の人々とクライアントの声に耳を傾け、想いと期待に応えていく。多彩な経験を組み合わせ、社会環境デザインの先端を拓いていく。その決意を込めて、私たちの志を表現する「タグライン」と「ブランドマーク」を策定しました。

■タグライン

EXPERIENCE, INTEGRATED
多彩な経験を組み合わせ、豊かな体験をお届けします。

この新しいタグラインは「価値ある仕事によって社会に貢献する それを通じて個人は成長する 会社も発展していく」という企業理念を根幹にするブランドビジョンを社外に対して端的に宣言するメッセージです。

単なるモノではなく、そこでしか味わえない感動、そこにしか流れない時間を創るために、日建グループは、クライアントの想いを深く理解し、115年を超える実績と経験、建築家、エンジニア、プランナー、デザイナーなど多種多様な専門性を融合します。想いと知恵と技術を一つに集中することで、新しい体験価値を持った空間づくりや社会の仕組みづくりに挑戦していきます。

「EXPERIENCE, INTEGRATED」という新しいタグラインは、日建グループの志であり、これまで以上に社会やクライアントに貢献していく決意の表明です。

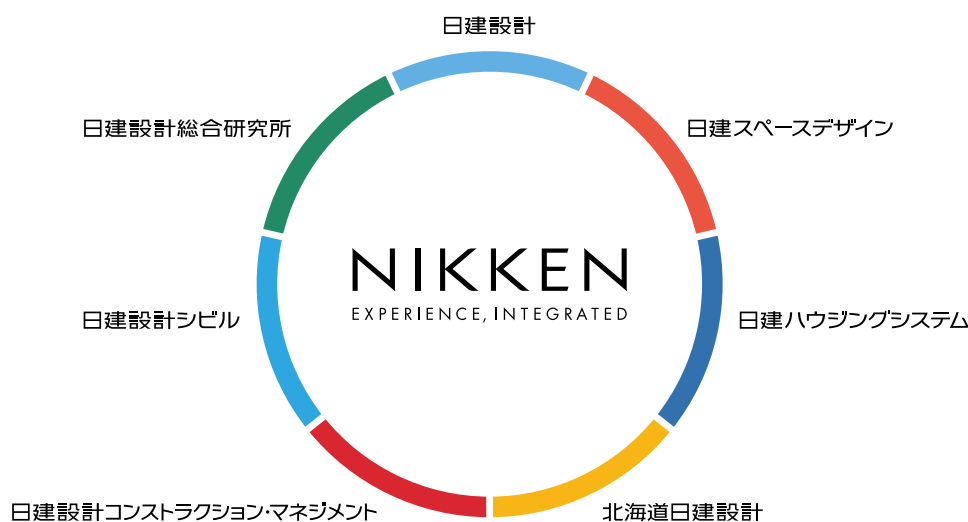
■ブランドマーク

ブランドマークは、日建グループのブランドを象徴し、同時に私たちのあり方を示すものでもあります。日建グループが持つ長年の実績と経験からくる大胆さと、日本をオリジンとする緻密さを直線と先端部のシャープさで表現しています。各社の和文ロゴタイプとの親和性と共に、「大胆さと緻密さ」「和と洋」という多様な考えを融合し「EXPERIENCE, INTEGRATED」を形づくっています。

NIKKEN

■日建グループのコーポレートカラー

日建グループはさまざまな専門性を持った7社で構成されています。今後、それぞれが専門性を高め続ける決意として、各社のコーポレートカラーを新たに決めました。グループとしてブランド理念を共有し、ネットワークとナレッジを最大限に活用することで社会とクライアントに貢献する姿を表現するため、7つの異なる色でありながら、一つにまとまった時に統一感のある配色としています。



本件に関するお問い合わせは、日建スペースデザイン 広報担当 長澤智子までお願いします。

03-5689-3264 (代表)