



2002年9月18日

日本航空株式会社
株式会社日本エアシステム

新「JALグループ」、ブランドアイデンティティを決定！

～「空への想い」と「よろこび」を新JALマークとしてデザイン～

日本航空（JAL）と日本エアシステム（JAS）は、この度、2002年10月2日に発足する新しい「JALグループ」のブランドの基本的考え方に基づくブランドアイデンティティを決定し、機体デザインやロゴマークを刷新することといたしました。これにより、10月2日から一部空港および市内支店カウンターに新しいJALマークが導入され、新デザインの1号機も11月に就航する予定です。また、グループ各社の企業ロゴマークや、JALカード・JALマイレージバンクカードをはじめ、新「JALグループ」がお客様にご提供する各種サービス・商品等に順次導入して参ります。さらに、客室乗務員や地上勤務社員の制服も2004年4月を目処に新しくし、新たな気持ちでお客様をお迎えする予定です。なお、客室乗務員の制服のデザイナーは、稲葉賀恵氏に決定いたしました。

新「JALグループ」ブランドの基本的考え方

日本の「空」に、世界の「空」に、「よろこび」を限りなくひろげるため、
商品やサービスを通じて新たな価値を次々と生み出したい。
それが私たちの「空」にける想いです。

【ブランドアイデンティティのデザインコンセプト】

- 基本コンセプト：21世紀の日本を代表するエアラインにふさわしいグローバル・デザイン
- テーマ：「*The Arc of the Sun*（太陽のアーク）」
- JALマーク：ダイナミックに空に向かって上昇していくアーク（円弧）は輝ける太陽をモチーフにし、お客様に感じていただく『よろこび』の高揚感と、新「JALグループ」の『空への想い』の強さを意味しています。また、ロゴ書体は力強いボールドタイプを採用し、変革に向けての“強い意志”を表現しています。
基本カラーはレッド・シルバー・ブラックとし、レッド＝“日本の象徴”“強い情感”、シルバー＝プロフェッショナルとしての責任と誇りである“安全性”“革新性”“品質感”、ブラック＝“信頼性”“普遍性”をそれぞれ表しています。
- 機体デザイン：オフホワイトをベースとし、JALマークを機首部分に力強く表示。尾翼には、基本テーマである太陽を大胆に配置して“日本を代表するエアライン”であることを示すと同時に、JALマークと同様にレッドとシルバーのカラーリングにより強い“情感”と高い“品質感”を表現しました。

この度導入するブランドアイデンティティは、「安全性・信頼性の追求」をはじめとした5つの企業理念の下に、新「JALグループ」としてお客様に愛される航空会社を目指すグループ社員にとっての“統合のシンボル”であると同時に、社会に対し、またお客様に対し、新「JALグループ」が目指すものをお示しするものでもあります。新「JALグループ」は、『空への強い想い』を胸にグループ社員一丸となって努力し、お客様の新しい『よろこび』を実現して参ります。新「JALグループ」にどうぞご期待ください。

以 上