

2006年3月1日

各位

株式会社大京
執行役広報部長 落合 英治

大京グループ・ブランド戦略

決意と約束を込めた言葉「Family First.」を標榜
「ライオンズマンション」のシンボルマークを刷新
～「大京グループ経営理念」を背景に～

株式会社大京（本社：東京都渋谷区、代表執行役社長・グループCEO：田代正明）を中心とする大京グループは、昨年より、企業活動の基本となる考え方（＝「基本的価値観」）を示した「大京グループ経営理念」の策定と、**大京グループの「ブランド戦略」**に取り組んでまいりました。

大京グループの「ブランド戦略」の展開にあたっては、「大京グループ経営理念」を基本として、大京グループの決意と約束を込めた言葉（＝「ブランドタグライン」）「**Family First.**」を標榜するとともに、「ライオンズマンション」のブランドをより強化していくため、その中核アイコンとなる**シンボルマークを刷新**することといたしましたので、お知らせいたします。

記

■新シンボルマーク（導入時期：2006年3月3日）

「ライオンズマンション」ブランドの一層の強化を図るため、その中核アイコンとなるシンボルマークを刷新しました。



LIONS MANSION

オーバル（楕円）のフォルムをベースに、柔らかな曲線で構成されたシンボルマーク。ライオンの穏やかな視線が特徴。

- ・シンボルマークのイメージ
守る・見守る、品のある、快適な、優雅な、くつろぎ
- ・ロゴタイプのイメージ
洗練された、本格的な
- ・カラーのイメージ
Deep Wine Red

■ブランドタグライン（導入時期：2006年3月3日）

大京グループの決意と約束を込めた約 300 字の「ブランドステイトメント」（＝グループの役職員にブランドの目指す姿を宣言する表現）を、「**Family First.**」という短い言葉（＝「ブランドタグライン」）としてまとめ、3月3日（金）より、さまざまな媒体を通じ、社内外への発信として使用していきます。また、このタグラインにふさわしいさまざまな商品企画やサービスについても、順次展開してまいります。

<h1>Family First.</h1>	<p>「Family First.」に込めた想い</p> <p>大京グループが大切にしてきた言葉。それは「品質」、「快適」、「家族」です。とくに「家族想いの象徴＝ライオン」をマンションブランド名に持つ大京グループの「家族」という言葉に対する想いは非常に強いものがあります。「Family First.」は、こうした大京グループの全社員共通の想いを時代にあったカタチで表現したものです。</p>
------------------------	--

なお、新シンボルマークおよび「**Family First.**」という言葉につきましては、3月3日（金）以降、新聞、テレビ、当社ホームページ等を利用した広告展開に加え、当社のマンション販売現場であるマンションギャラリーおよびチラシなどの広告物、その他の印刷物等におきまして、順次使用していく予定です。

■「ライオンズ」の個別ブランド名称について

これまで多種におよんでいた「ライオンズブランド」の個別ブランド名称を、今回の大京グループのブランド戦略展開を機に、「**LIONS**」「**THE LIONS**」「**LIONS TOWER**」「**LIONS GARDEN**」の4つに分類することといたしました。

個別ブランド	定 義
LIONS	基本性能の高さ、セレクトプランの充実、行き届いた管理・サービスを充たしたライオンズブランドの 基本形 となる物件。
THE LIONS	新生ライオンズの提供価値を最も体現する、住環境の良い場所での高品質物件。ライオンズブランドを牽引する フラッグシップ となる物件。
LIONS TOWER	20階以上の タワー型 。眺望が良く街のランドマークとなる物件。
LIONS GARDEN	環境創造型 の250戸以上（首都圏以外は150戸以上）の大規模面開発。共用施設やコミュニティ等が充実した物件。

■大京グループにおけるブランド戦略策定の経緯

大京グループは、現在、「グループの再生から発展へ」に向けて、新たな計画の下、全役職員が一丸となって業務に取り組み、順調な成果を上げております。

厳しい競争の中、他社が追随できない確固たる地位と、お客さまからのさらなる信用を築き上げていくためには、より一層グループ力を高め、グループ企業価値の最大化を図ることが不可欠です。

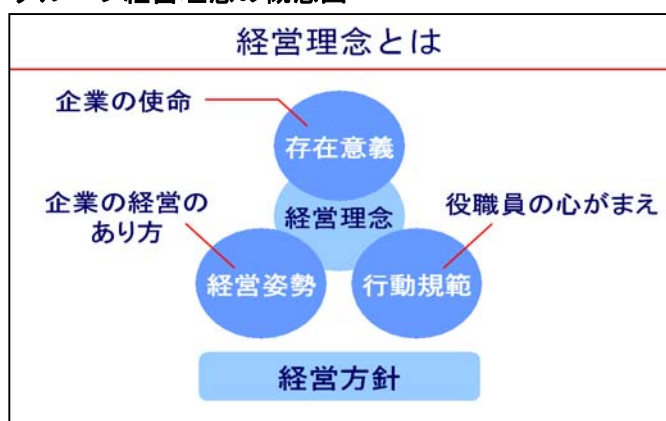
そのため、昨年秋には、グループ各社が融合し、進むベクトルの方向と判断基準を明確に定め、これを「基本的価値観」としてグループ役職員全員が共有化を図る目的で「大京グループ経営理念」を策定いたしました。（3ページ参照）

また同時に、グループ経営の実践においては、大京グループ共通の資産である「ライオンズマンション」という、多くの方々から認知されているブランド価値を今まで以上に高め、「強いブランド」の構築を図ることがグループ全体の重要な課題であるとの認識から、「大京グループにおけるブランド戦略」の展開を行うことといたしました。

■「大京グループ経営理念」について

「大京グループ経営理念」は、最上位概念として企業の使命を示す「存在意義」、企業の経営のあり方を示す「経営姿勢」、役職員の心がまえを示す「行動規範」の3つの概念で構成されております。

グループ経営理念の概念図



【存在意義】

「存在意義」は、経営理念の最上位概念と位置づけ、大京グループの「使命」を言葉にしたものです。

私たちは、グループの力をあわせ、
あらゆるライフステージに応える
住まいとサービスを提供し、
「住文化」の未来を創造していきます。

* 「住文化」とは、住まいの向上を通じて、心の充足を高めるための人々の営み。

【経営姿勢】

大京グループの存在意義（企業の使命）である「あらゆるライフステージに応える住まいとサービスを提供し、『住文化』の未来を創造する」ために、ステークホルダー（お客さま、社会、社員、お取引先、株主）に対して、具体的にどのような経営目標を持って企業活動を行っていくかという経営のあり方を明らかにするものが「経営姿勢」です。

【行動規範】

「存在意義」「経営姿勢」の実現に向け、グループ役職員一人ひとりが日々の行動の判断基準として守ってほしいことが「行動規範」です。

(参考：広告コピーの一例)

「家族の物語の舞台」として、マンションにできることはもっともっとあるはずだ。

かけがえのない「家族の絆」のために、住まいに何ができるでしょう。家族みんなにとって、最も居心地の良い住まいとは、何でしょう。日本でいちばん多くのマンションを提供し、30万世帯ものご家族と接してきた私たちには、その答えを見出し、創造し、提供する責任があります。

そう考えてきた私たちは、私たちの提供するマンションをすべて「家族」の視点で捉え直し、お客さまに＜約束すること＞を定めました。

<基本品質>住まいの基本とも言える「構造の強さ」や「耐久性」を、独自の厳しい基準でチェックします。

<ユニバーサルデザインとエコロジー>これからのマンションにますます大切な価値として、ライオンズマンションならではのさまざまな工夫でかたちにします。

<カスタマイズ性>ご家族の生き方やライフステージに合わせた「プラス1の発想」を施し、セレクトやアレンジの自由度を高め、家族とともに成長する住まいを実現します。

<継続性>長い年月にわたりご家族と信頼あるおつきあいをさせていただくための、誠実でプロフェッショナルな「サポート」に力を注ぎます。

この決意と約束を、私たちは次のような言葉に込めました。

Family First. もっと自由に。ずっと快適に。

マンションという住まいが、いきいきとした「家族の物語の舞台」であり続けることをねがい、私たちは家族の幸せを第一と考えるお客さまのために、ライオンズマンションならではの提案を続け、実行してまいります。

◆ このニュースリリースに関するお問い合わせ先 ◆

株式会社大京 広報部広報室（担当：伊奈、奥山、関山） 03-3475-3802