

## ブランドイメージ向上プロモーションを展開します

ブランドスローガン「**愛が、多すぎる。**」を掲げ、  
活気あふれる沿線づくりを目指します

南海電鉄（社長：亘 信二）では、今年6月に創業130周年を迎えるにあたり、平成27年度から29年度までの3年間、当社エリア及び当社グループのブランドイメージ向上を図るプロモーションを展開します。

そこでこの度、ブランドスローガン「愛が、多すぎる。」を制定。様々なPR物に使用するほか、ブランドスローガンにちなんだプロモーションの展開やイベントなどを実施していきます。

本プロモーションを通じて、多くの人に当社エリア及び当社グループの魅力を“知って”もらい、“好き”になってもらい、“住んで良かった・住んでみたい”と提供いただけるような活気あふれる沿線づくりに取り組んでいきます。

### 1. ブランドスローガン「愛が、多すぎる。」について

# 愛が、多すぎる。

#### （1）制定までの過程

本プロモーションを展開するにあたり、沿線の皆さまに当社グループのイメージについてインタビューをしたところ、「まじめで仕事一筋」「優しくてあたたかい」「個性や遊び心がある」といった回答を得ました。また、当社グループの社員43人にもインタビューを実施。多くの社員が「どこよりも地域密着・お客さまを幸せにする企業」「前向きに色々なことに取り組む企業」だと考えていることが分かりました。

これらの意見を踏まえ、「良かれと思うことなら全力でやる！やりすぎなくらいやる！その“愛”こそが南海電鉄！」というメッセージを伝えるためブランドスローガンを制定することとしました。

#### （2）ブランドスローガンに込めた思い

お客さまへの愛、安心・安全への愛、地域の暮らしへの愛、環境への愛など当社グループが持ったくさんの想いを表現しています。

## 2. 直近のプロモーション展開について

### (1) テレビCM

- ①放映開始日 平成27年4月1日（水）
- ②放映エリア 関西エリア
- ③内 容

#### ◆テーマソング

老若男女とも覚えやすい「歌謡曲」テイストの当社のテーマソングを制作。

“愛”を打ち出すのにふさわしい人として、幅広い年代に人気があることや、多くのラブソングで多くの人を魅了し続けていることなどから、田原俊彦さんに歌唱いただきました。

#### ◆南海体操

指差し確認の仕草、シュッシュッポップの動きなどを取り入れた「南海体操」を制作。関西国際空港と直結する当社を表現するため外国人モデルに「南海体操」を演じてもらいます。



### <ご参考> 田原俊彦さんプロフィール



'80年『哀愁でいと』で歌手デビュー。

多くのヒット曲を飛ばしトップアイドルに。

『教師びんびん物語』など、多くのドラマに主演するなど、俳優としても活躍。

2014年にはデビュー35周年を迎え、ライブやディナーショーなど精力的に活動。

今年6月には70枚目となるシングルリリースを予定している。

生年月日 昭和36年2月28日

### (2) WEBサイト

- ①U R L <http://www.ai-nankai.com>
- ②開設日 平成27年3月31日（火）
- ③内 容

テレビCMの動画やメイキング映像のほか、現在取り組んでいる“愛が、多すぎる”施策や、当社沿線と当社グループの魅力を広く知ってもらえるコンテンツを掲載。今後も新しい施策や取り組みを随時更新していきます。



### (3) ポスター

#### ①内 容

ブランドスローガン「愛が、多すぎる」の“宣言ポスター”及び、“CM連動ポスター”の2種類を掲出します。

#### ②掲出期間および掲出場所

- ◆車内吊り 掲出期間：平成27年4月1日（水）から約2週間程度  
掲出車両：当社線の全車両（一部の車両を除く）
- ◆駅貼り 掲出期間：平成27年4月1日（水）から5月31日（日）まで  
掲出駅：当社全駅（一部の駅を除く）



宣言ポスター



CM連動ポスター

### (4) その他

沿線の皆さまや社員が制作に参加する「100駅ポスター」や、ブランドスローガンにちなんだイベントなどを展開していきます。

※詳細は決まり次第、お知らせします。

以 上