

2022年11月28日

JTB グループがリブランディング始動 交流を創造し挑戦し続ける、多様性あふれるダイナミックなブランドへ コーポレートロゴ、コーポレートサイトを刷新

株式会社 JTB は「交流を創造し挑戦し続ける、多様性あふれるダイナミックなブランド」へ進化することを目指し、事業活動とブランド構築活動の両輪でリブランディングを実施します。2023 年 4 月からコーポレートロゴを刷新するのに先立ち、第 1 弾として、2022 年 11 月 28 日(月)にコーポレートサイトをリニューアルします。

JTB グループは『「新」交流創造ビジョン』(中期経営計画)における次期フェーズ、2025 年度からの「飛躍・成長」期に向けて事業変革を加速し、新しいブランド・プロミス(ブランド中核概念)を具現化する商品・サービスを順次開発、国内外のステークホルダーの皆様へ新たなブランド体験・ソリューションを提供してまいります。



地球が創り出す多様な色を背景色とし、単色の JTB マークに変わります。
事業領域が広がる JTB ブランドの姿を認知してもらうことを目的としています。

コーポレートサイト URL: <https://www.jtbcorp.jp/>

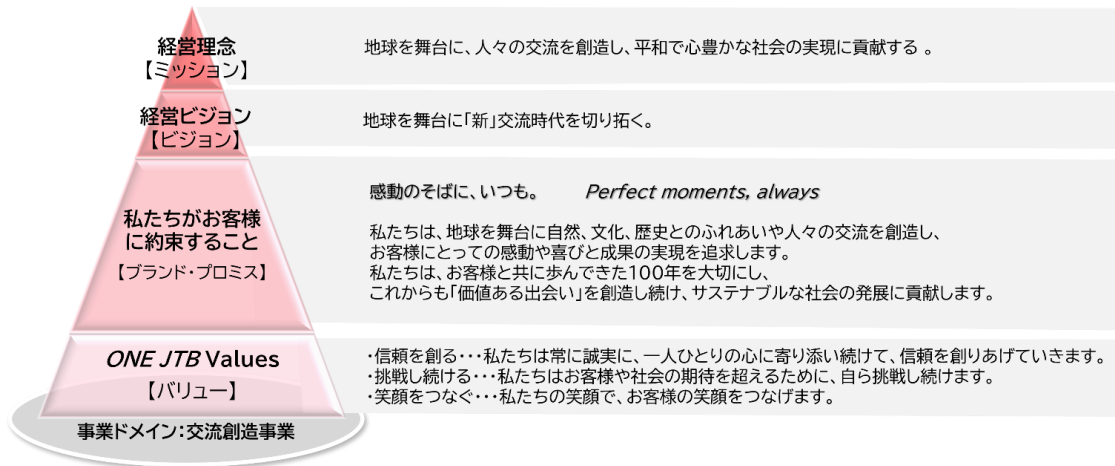
■リブランディングの背景

JTB グループは 2020 年度に策定した『「新」交流創造ビジョン』の実現に向け、新型コロナウイルスの影響下で経費構造改革を断行するとともに、お客様視点で JTB がありたい姿を検討してきました。2022 年 4 月には新たなブランド・プロミス(ブランド中核概念)と、社員アンケートを基に私たちが大切にする価値観「ONE JTB Values」を策定し、The JTB Way(※1)を導入しました。一方で、インサイト調査による JTB グループのイメージと JTB グループが目指す姿との間には乖離があり、特に、旅行以外のビジネスに対する認知の低さや、事業会社も含めた多様なビジネスの広がりや深みが伝わっていないことを課題として捉えています。JTB グループは、価値創造の源泉である「つなぐ・つなげる」の思想に基づいた「交流創造事業」(※2)を事業ドメインとし、多彩な「人財」が旅行事業にとどまらない幅広いビジネスを展開し、お客様や事業パートナーの皆様にとっての感動や喜び、成果の実現を追求し、サステナブルな社会の発展に貢献します。これから本格的に事業変革を加速していく中、「交流を創造し挑戦し続ける、多様性あふれるダイナミックなブランド」として新たなブランドイメージの醸成を図るため、コーポレートロゴを刷新します。事業活動とブランド構築活動の両輪でリブランディングを実施することから、2025 年度に向けて順次、商品・サービスや Web・店舗に反映させていく予定です。

(※1) JTB グループと社員のあり方を表したもので、全ての企業活動、社員の行動の支柱となるもの。

(※2) 「交流創造事業」は、株式会社 JTB の登録商標です。

■The JTB Way



■JTB グループが目指すブランドのありたい姿と世界観、デザインコンセプト

●JTB グループが目指すブランドのありたい姿

経営理念

地球を舞台に、人々の交流を創造し、平和で心豊かな社会の実現に貢献する。

経営ビジョン

地球を舞台に「新」交流時代を切り拓く

JTB グループが目指すブランドのありたい姿は、The JTB Way 全てを包含したのですが、特に経営理念・経営ビジョンと強く結びついています。

期待を超える挑戦を続け、
新たな交流時代を切り拓く。
多様性あふれるダイナミックなブランド。

この地球、山や海、大地などさまざまな色が交わり合い多様な世界が創られている星。
人と人、文化、人と地域、社会、経済、あらゆる人々の「新」交流時代を切り拓く、創造と挑戦をし続ける JTB グループの姿を表現します。

●JTB グループの世界観

ブランド・プロミス(ブランド中核概念)

「感動のそばに、いつも。」

“Perfect moments, always”

JTB グループの世界観は、特にブランド・プロミス(ブランド中核概念)と強く結びついています。

感動や喜びのテーマに合わせ

3つの視点で JTB グループの世界観を表現します。

1. ダイナミックでスケール感のある地球目線の世界観
2. 地域・人・経済にフォーカスした人目線の世界観
3. 誠実さと挑戦によりお客様の期待を超える先進的かつ人肌感のある未来目線の世界観

●デザインコンセプト

ONE JTB Values

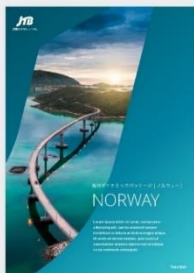
信頼を創る
挑戦し続ける
笑顔をつなぐ

デザインコンセプトは、ONE JTB Values と強く結びついています。
多様性を表す 12 色のグラデーションとダイナミックな世界観を要素としています。

テーマ: 創造と挑戦

常に誠実に一人ひとりに寄り添い続ける。
お客様や社会の期待を超えるために挑戦し続ける。

地球の持つ多様な色彩で構成されたグラデーションと J・T・B の3文字の一部分を切り出した JTB グラフィック、そして感動や驚きをテーマにしたダイナミックでスケール感のある写真で表現します。



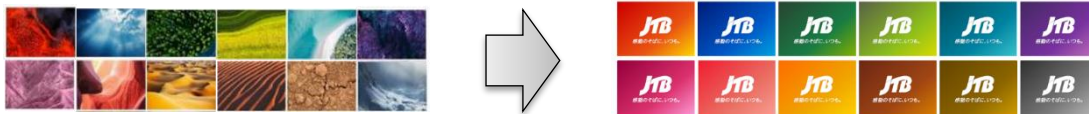
◀J・T・B の3文字をモチーフにデザインした JTB グラフィックの一例

ONE JTB Values に登場する「挑戦し続ける」思いをどこまでも続く道としてイメージしたデザインです。
3文字の JTB グラフィックには、J を Journey、T を Treasure、B を Business と新たな意味を持たせています。

■コーポレートブランドロゴ



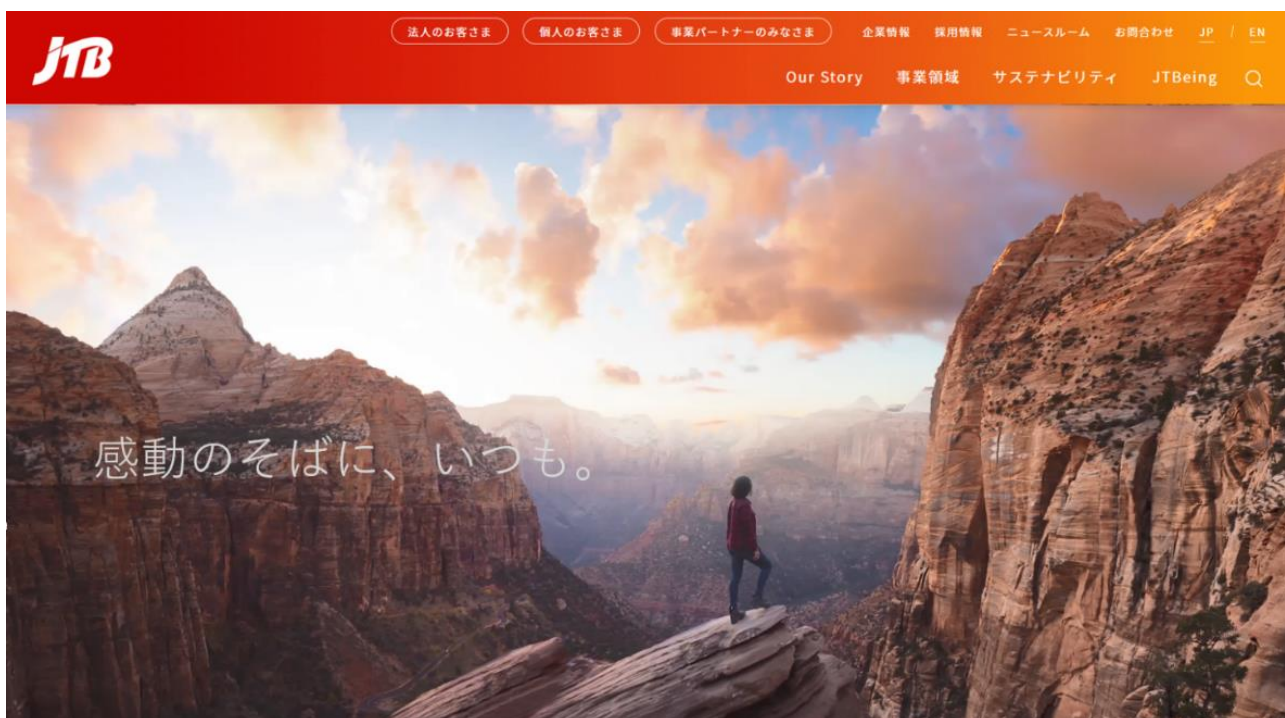
コーポレートロゴ:単色の JTB マークに変わります。



大地や自然など地球が創り出す 12 色の背景色で多様性や可能性を表現します。

JTB マークは「J T B」の 3 文字がダイナミックな動きのあるフォルムを形成し、力強い躍動感と若々しく先進的な企業を目指す JTB の姿勢を表現しています。同時に「喜び」「感動」「楽しさ」といった心の豊かさや、お客様との交流を通じ、ともに歩み続けたいという JTB の願いを表しています。1988 年以來 35 年振りとなる今回のリブランディングでは、JTB マークに込められた思いを受け継ぎ、デザインのダイナミックさはそのままに、これまでの 2 色表示から単色表示とし、大地や自然など地球が創り出す 12 色の背景色で多様性や可能性を表現します。これは事業領域が広がる JTB ブランドの姿を認知してもらうことを目的としています。新たなデザインシステムにより、地球を舞台に「新」交流時代を切り拓く多様な JTB ブランドのイメージを醸成していきます。

■JTB コーポレートサイト



URL: <https://www.jtbcorp.jp/>

●リニューアルのポイント

(1)デザインの刷新

JTB グループが目指すブランドのありたい姿、世界観を体現するデザインコンセプトに基づいたキービジュアルを定め、デザインを刷新。「法人のお客様」「個人のお客様」「事業パートナーの皆様」といったステークホルダーの皆様の視点で、新たなブランドに共感いただけるインターフェースを重視しました。また英語サイトの情報も一新し、グローバルでのコミュニケーションの強化も図りました。

(2)使いやすさ、見やすさ、探しやすさを向上

TOP ページはもちろん、あらゆるページから目的の情報へアクセスできるように、グローバルナビゲーションの項目を一新。多様なデバイスで最適に表示するレスポンシブルデザインを採用し、キーワード検索を設置することで、グループの情報を横断してお探しのページをスムーズに表示できるようになりました。

(3)JTB グループの理解を深めていただく新たな「ブランド体験コンテンツ」の拡充

「JTB グループの価値創造プロセス」「価値創造ストーリー」など、「交流創造事業」を形成する価値創造の仕組みや、「こんなところに JTB」といった多様な事業活動を紹介するコンテンツを新設しました。「サステナビリティ」についても、動画を活用して取り組み内容をわかりやすくお伝えすることに努め、さまざまなステークホルダーの皆様に JTB グループの理解を深めていただく「ブランド体験コンテンツ」の拡充を図りました。

●WEB マガジン『JTBeing (ジェイティービーイング)』創刊

コーポレートサイト内に、交流の魅力を発信していく WEB マガジン『JTBeing』を創刊しました。



URL: <https://www.jtbcorp.jp/jp/jtbeing/>

<ネーミングの由来>

JTB+Being の造語。Being の「存在、実在、本質」といった意味から、JTB が考える企業としてのありたい姿や、事業の本質を伝えようという意味を表現。また、現在進行形を表す「~ing」にも掛け、未来へ向けて躍動する JTB の今の姿をお届けしたいという想いも込めています。

■報道関係の方からのお問合せ先

JTB 広報室 TEL:03-5796-5833(東京) 06-6260-5108(大阪)