



アサヒ

毎日500万人の食生活を支える 物流インフラ企業

ASAHI アサヒロジスティクス株式会社

最新情報をご案内します！！



ももビィ

2022年4月22日

ロゴ・シンボルマークをリニューアルします！

～ブランドイメージの統一によるチーム力の向上と物流業界のイメージアップを目指して～

1,400台のトラックと2,300人超のドライバーで毎日500万人の食生活を支える物流インフラ企業、アサヒロジスティクス株式会社(埼玉県さいたま市大宮区/代表取締役社長 横塚元樹)は、2022年4月20日に開催しました2022年度経営計画発表会にて、ロゴ・シンボルマークをリニューアルすることを発表いたしました。今回の取り組みは、アサヒロジスティクスグループ各社※のイメージの統一により、グループ各社が一丸となってより良い物流サービスを提供すること、また物流業界のイメージアップを目指し、当社を、さらには物流業界を、多くの皆さまからより身近に感じていただくための試みです。新しいロゴ・シンボルマークは2023年3月末までをめぐり、順次展開してまいります。

※スマイルサービス株式会社は、今回のロゴ・シンボルマーク統一の取り組みの対象外となります。



(新)アサヒロジスティクスグループ シンボルマーク

リニューアルの背景

当社は1945年の創業以来、関東を中心に事業を展開してまいりました。近年では、東日本全域をカバーしつつ、関西・中部にも拠点展開を進め、少しずつ事業の幅を広げさせていただいております。今後、当社の認知度が低い地域への拠点展開や、これまでにない新たな分野へのチャレンジを行うことを想定した際、「これがアサヒロジスティクスグループだ」と誰もが認識できる、共通のシンボルマークと新たなロゴマークの作成が必要と考えました。

現在アサヒロジスティクスグループは

- ①アサヒロジスティクス株式会社
- ②株式会社フレッシュ・ロジスティック
- ③デイリースタッフ株式会社
- ④アサヒオートサービス株式会社
- ⑤スマイルサービス株式会社

の5社で構成されております。

BtoB向けの業務をメインとしている当社は、一般の消費者の皆さまに認知いただく機会が多くありません。これまでグループ各社でロゴ・シンボルマークを保有しておりましたが、これからは統一のシンボルマークを使用することで多くの皆さまに認知いただくことを目指しております。皆様により愛される会社にしていくとともに、物流業界のイメージアップにも貢献してまいります。

※スマイルサービス株式会社は、業務の特性上、従来のロゴ・シンボルマークを変わず使用いたします。

毎日500万人の食生活を支える 物流インフラ企業

ASAHI Heart & Fresh アサヒロジスティクス株式会社

最新情報をご案内します！！



アサビィ



ももビィ

デザインコンセプト



【デザインコンセプト】

現在トラックのカラーリングに使用しております「オリガミカラー」をいかしたシンボルマークを作成しました。

当社は、創業より食品の物流に特化し、食を通して

「日本中の家族を豊かにする」ことを経営理念に掲げております。

新シンボルマークでは、食べる人の顔をひとりひとり思い浮かべ、丁寧に心を込めて食品を運ぶ、というイメージを「ASAHI」の文字に落とし込みました。



【オリガミカラーに込めた想い】

◆オリガミカラー誕生の経緯

1990年(平成2年)より、トラックのカラーリングを現在の「オリガミカラー」に一新しました。

「小学校の校庭に大型観光バスがくると、子どもたちが一斉に集まってくる。

しかし、大型トラックがきたら子どもたちは一斉に逃げ出す。それだけイメージが悪いのがトラックだ。

何とかしなければいけない」

現相談役の横塚正秋の問題意識から生まれた「オリガミカラー」は、

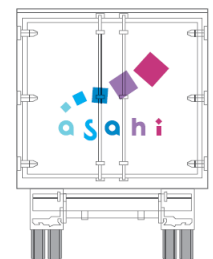
- ①食品物流にふさわしく、清潔感のある白色を基調とする
 - ②女性や子どもが見て、愛着を感じてもらえるカラーリング
- の2つのデザインコンセプトで作成されました。

今回誕生した新シンボルマークは、当時からの想いを受け継ぎ、「オリガミカラー」をメインテーマとして使用しています。

トラック新カラーリング

今回のロゴ・シンボルマークのリニューアルにともない、車両のカラーリングも一新いたします。現行の「オリガミカラー」を活かしつつ、よりシンプルに、すっきりとしたデザインに変更いたします。

※代替車両の購入時より順次入れ替えを行います。



トラック新カラーリングイメージ