

TOKYO FM コミュニケーション・ロゴ&キャッチフレーズを一新

TOKYO FMは、ステーションブランドをより強化するため、このほど新しいコミュニケーション・ロゴマーク及びキャッチフレーズを決定しました。10月1日より順次、新しいロゴマーク及びキャッチフレーズに切り替えてまいります。



新しいコミュニケーション・キャッチフレーズは、「80.Love」(エイティ ポイント ラブ)。TOKYO FMが掲げる2つのコアバリュー「アースコンシャス～地球を愛し、感じるころ～」「ヒューマンコンシャス～生命を愛し、つながる心～」を象徴するキーワード「ラブ」を、TOKYO FMの周波数「80.0MHz」の小数点以下の部分を「ポイントラブ」と読み替えることによって表現しました。「ポイント」は視点の意。「80.Love」はTOKYO FMが独自の視点(ポイント)と愛情、思いやり(ラブ)を持って、リスナーの琴線に触れるコンテンツを創り、発信し続けていくメディアでありたい、という意志の表明でもあります。

また、新しいロゴマークは、キャッチフレーズ「80. Love」のコンセプトをリスナーにダイレクトに届けたいという思いから、躍動感のあるハートとドット(ポイント)のデザインを鮮やかなピンクで表現しました。デザインを担当したのは、数多くの広告物を手がける人気クリエイターの箭内道彦氏。

また、サウンドデザインには、国内外からその斬新なサウンド創りが高い評価を得ている音楽ユニット「コーネリアス」の小山田圭吾氏を迎え、ステーションジングル音をはじめ、ニュースや交通情報等のBGMを一新しました。「ポイント ラブ」を強調した音作りで、新しいキャッチフレーズの浸透をはかります。

<箭内道彦氏のコメント>

「TOKYO FMには色々なカラーの番組があって、取り扱っている話題の幅も広い。だからそのどれにも似合うマークを作りたいと思った。作り込まれたデザインではなくて、逆にちょっと隙があって、それに触れた人たちが命を与えていくようなイメージで。デザインがイメージを縛るのではなく、イメージがデザインの解釈を変えていく。そんな楽しみのあるデザインです。」

[プロフィール]

東京藝術大学卒。博報堂を経て、2003年「風とロック」を設立。広告プランニングやグラフィックデザイン、プロモーション等の広告キャンペーンから、ミュージシャンのアートワーク、ショートフィルム、商品企画、空間演出、イベント企画、プロデュースまでジャンルを超えて幅広く話題のクリエイションを手掛ける。主な仕事に、タワーレコード「NO MUSIC, NO LIFE」、富士フィルム「PHOTO IS」など。現在、TOKYO FM 土曜 24:30-25:00「風とロック」出演中。