

2017 年 10 月 3 日

各 位

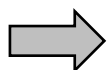
10 月 1 日より、信用組合のブランドを刷新。
コミュニケーションマークを制定！

一般社団法人全国信用組合中央協会（会長：渡邊 武）では、信用組合のブランド力の向上のために昨年 2 月より検討部会を設け、信用組合のブランドとは何か、また、お客様に対してどのような約束ができるかなどを検討してまいりました。

この結果、このたび信用組合の新たなブランド規定が策定され、新たなブランドスローガンと、ブランドを象徴するコミュニケーションマークが決定し、10 月 1 日より一般に公開されることになりました。

【これまでのブランドスローガン】

であい、ふれあい。

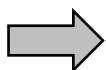


【新しいブランドスローガン】

ちかくにいるから、
チカラになれる。

信用組合の理念やお客様への約束を印象深い言葉で簡潔に表現したもので、自分の近くにおいて力を貸してくれる身近な金融機関であることを表現しました。「ちかく」と「チカラ」という近い音の言葉を並べることで、スローガンとしての印象度を高めています。

【これまでのマーク】



【新しいコミュニケーションマーク】



2 つの円の重なりは、組合員と共に歩み続けること、対話やふれあいなど親身で心温まる期待と安心感、相互扶助を表現しました。また円の下を切り取った緑色のアーチは、信頼をつなぐ橋、絆づくりの輪を広げることを表現しています。

色に関しては、グリーンは安心、安らぎ、癒し、若々しさ、調和を表し、オレンジはあたたかみ、親しみ、活発、健康的で進出も意味しています。さらに、信用組合を“金融機関”として理解してもらうために「Shinkumi Bank」という言葉を添えました。

この件に関してのお問い合わせは下記へお願いいたします。

■一般社団法人全国信用組合中央協会 広報部 生方雅樹
東京都中央区京橋 1-9-1 電話 03-3567-2452（直通）
E-mail:koho@shinyokumiai.or.jp

信用組合のブランド規定と、新たな コミュニケーションマーク制定に関して（詳細）

一般社団法人全国信用組合中央協会では、信用組合業界の知名度の向上とブランド力の向上に向けて、平成 28 年 2 月より広報戦略検討部会を設置し、信用組合のブランドとは何か、ブランドを象徴するスローガンとシンボルマークのあり方について検討を重ねてきました。このほどブランド規定、新たなスローガンとコミュニケーションマークが決定しましたのでお知らせいたします。

1. 信用組合のブランド規定

信用組合とは何かという規定については、「ブランドステートメント」（ブランド規定文章）という形にまとめました。その内容は「信用組合とは」「基本理念」「経営ビジョン」「信用組合の約束」「信用組合のブランドスローガン」で構成されています。各項目の説明は以下の通りです。

「信用組合とは」

信用組合とはどのような金融機関であるかを説明しています。

「基本理念」

信用組合は何のために存在するか、存在意義や社会的役割を述べています。

「経営ビジョン」

中期的、長期的に信用組合が目指している目標、方向性を示したものです。

「信用組合の約束」

信用組合の組合員を含むお客様に対しての約束です。信用組合は誰に対して、どんな活動を通して、どんな価値を提供するかを述べたものです。

「信用組合のブランドスローガン」

ブランドスローガンは、信用組合の理念やビジョン、信用組合の約束を基に印象深い言葉で表現したものです。現在のブランドスローガンである「であい、ふれあい。」に替えて、今後は「ちかくにいるから、チカラになれる。」を広告等でブランドを表現する際に使用します。

2. コミュニケーションマークに関して

「信用組合」の認知・浸透の向上、より一層の発展を目指し、また、未来へ向けて好ましい組織イメージを内外に発信・伝達していくために、より感性イメージ訴求力の高いシンボルマークの開発が行われました。なお、今後信用組合の内部や外部で「信用組合」を象徴するマークとして広く発信していきますので、シンボルマークではなく、「コミュニケーションマーク」と称します。

【コミュニケーションマークの説明】

- ・二つの円の重なりは、組合員と共に歩み続けること、対話やふれあいなど親身で心温まる期待と安心感、相互扶助を表現しています。また円の下を切り取った緑色のアーチは、信頼をつなぐ橋、絆づくりの輪を広げることを表現しています。
- ・色に関しては、グリーンは安心、安らぎ、癒し、若々しさ、調和を表し、オレンジはあたたかみ、親しみ、活発、健康的で進出も意味しています。
- ・アーチの下の「しんくみ」は信用組合の愛称として定着化を図るためにマークに一体化しました。
- ・信用組合を“金融機関”として理解してもらうために「Shinkumi Bank」という言葉を添えました。



信用組合とは

信用組合は、「相互扶助」を理念とし、中小企業・小規模事業者等や地域、業域、職域の生活者がお互いに支え合い、夢をかなえるために、一人ひとりが預金しあい、必要な時に適切な審査のもとに融資することを使命とする「中小企業等協同組合法」に基づく協同組合組織の金融機関です。

株式会社が、株主のための最大利益の追求を目的としているのに対して、協同組合である信用組合は、適正な利益と組合員の発展に貢献することを目的とする金融機関です。

信用組合ブランドステートメント

基本理念

信用組合の基本理念である「相互扶助」は不変であり、
この「相互扶助」は、社会福祉的な弱者同士の扶助ではなく、
自助のために相互に協力し、同時に自立した者同士が協同することです。

経営ビジョン

新たな相互扶助の実践

信用組合は、これまでは主として金融サービス、とりわけ「資金の融通における相互扶助」を中心としてきました。今後、社会・経済の構造的な変化が見込まれる中で、次の三つの相互扶助を実践していきます。

- 1) 「資金の融通による相互扶助」
- 2) 組合員に対するコンサルティング等「知恵(創意工夫)による相互扶助」
- 3) 組合員相互、信用組合相互及び信用組合と地域社会等を結ぶ「ネットワーク化による相互扶助」

信用組合の約束

信用組合は、中小企業や小規模事業者等、地域・業域・職域の生活者である組合員に対して、
きめ細かな訪問活動と、人の温もりを大切にした親身な相談活動を通して、
どんな時も、組合員と共に歩み続ける、身近な金融機関であることを約束します。

信用組合のブランドスローガン

ちかくにいるから、
チカラになれる。