

## TOKYO UNDERLINE VISION キャンペーンを始動します！

- ◎2020年3月より、「TOKYO UNDERLINE VISION キャンペーン」を始動いたします。
- ◎本キャンペーンは、当社の「高架下を起点としたくらしづくり・まちづくり事業」の実績と想いや挑戦する姿勢を広く訴求する企業 PR キャンペーンです。
- ◎「TOKYO UNDERLINE VISION」という新たなスローガンのもと、当社の企業ウェブサイト、各種広告媒体を通じて強力に発信してまいります。

### 【キャンペーン実施の背景】

当社は、JR 東日本グループのデベロッパーとして首都圏鉄道ネットワーク 2,800km の沿線において、JR 東日本の鉄道用地の管理、高架下・駅近接用地における商業・オフィス・住宅等の開発およびショッピングセンターの運営等を主たる事業として事業展開しています。

昨年、創業 30 周年をむかえ、今年 2020 年は、いよいよ次世代の当社を代表する事業が次々に姿を現し、次の 30 年に向けてふみだす年となります。この機をとらえ、当社の事業の実績と想いを社会へ広く伝え社会へ提供している価値をご理解いただくために、企業 PR キャンペーンを実施いたします。

キャンペーンの推進力を高めるための旗印として、キャンペーンスローガンとロゴマークを開発いたしました。

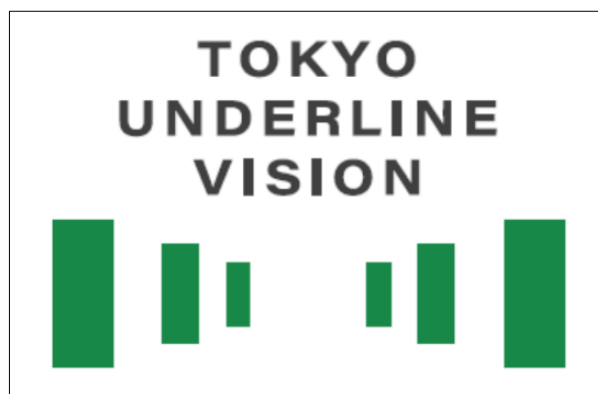
### 【キャンペーンスローガンと意図】

## TOKYO UNDERLINE VISION

(トーキョー アンダーライン ビジョン)

▶高架下を起点とした事業への想いや提供する価値、挑戦する姿勢を表現したスローガンです。

### 【キャンペーンロゴマークと意図】



▶高架下建築の特徴である柱を題材に、奥行き感も表現し未来へ向かう姿勢を打ち出します。

## 【キャンペーンステートメント(宣言文)】

高架下から未来のまちづくりを TOKYO UNDERLINE VISION

未来の東京を面白くするのは、高架下かもしれません。

駅から駅へと伸びる、都市の余白に、人々の賑わいや憩いを創造していく。

そして、暮らしをより豊かにしていく。

高架下に秘められた価値を引き出しながら、私たちは未来のまちづくりに挑みます。

▶スローガンの意味を捕捉するステートメントを定め、キャンペーンに対する理解を促します。

▶社会へ提供する価値とまちづくりへの想い、挑戦する姿勢を未来志向で示しています。

## 【発信内容】

◎当社ウェブサイトと各種広告媒体を通じて、次世代を代表する事業や高架下から首都圏のまちを面白くする当社の想いを発信してまいります。

本キャンペーンについてのお問い合わせ・ご意見は下記までお願いいたします。

株式会社ジェイアール東日本都市開発 総務部(広報) 担当:菅野昭彦(かんのあきひこ)

メール : a-kanno@jrtk.co.jp / 電話 : 03-5334-1041

企業ウェブサイト URL : [www.jrtk.jp](http://www.jrtk.jp)