

新ブランドを導入

“ Solaseed Air / ソラシド エア ”

空から笑顔の種をまく。

スカイネットアジア航空株式会社(本社:宮崎県宮崎市、取締役社長:伊東 正孝)は、このほど、
新型機(ボーイング 737-800 型機)の導入に併せて、新ブランド「Solaseed Air / ソラシド エア」を
策定、新コーポレートカラーとして“ソラシド ピ스타チオグリーン”を採用し、2011 年 7 月 1 日より導入を開
始いたします。

また、新ブランド導入に伴い、機体デザインも一新致します。

1. 新ブランド名 ・ ロゴ

ソラシド エア

Solaseed Air 

2. 新コーポレートカラー ・ 機体デザイン

ソラシド ピ스타チオグリーン



3. 新ブランドコンセプト

空から笑顔の種をまく。

尚、社名は「スカイネットアジア航空株式会社」で変更はございませんが、新ブランド名の「Solaseed Air / ソラシド エア」を優先して使用していきます。

【新ブランド導入の概要】

スカイネットアジア航空は、2002年8月に宮崎-東京線に就航して以来、今夏で10年目の節目を迎えます。

現在では、九州-東京線、そして九州-沖縄線の合計9路線27往復/日を運航する航空会社、「九州の翼」として成長して参りました。

そしてこの夏から新型機・ボーイング 737-800 型機の導入を開始いたします(※)。この新型機導入により運航品質が一層向上し、お客様にとっても今まで以上に安全で快適な空の旅をお楽しみいただけるものと確信しています。

(※)ボーイング社最新の客室インテリアを採用、照明でLEDを使用し、客室スペースもスタイリッシュにすることで広々とした空間をつくり出し、環境負荷を軽減

現在の機体デザインは、南国宮崎の輝く太陽と、宮崎県の木であるフェニックス、そして海(太平洋)をモチーフにしていますが、その後の路線の拡充やこれからの新型機の導入に併せて、この機会に機体デザインをはじめブランドを一新させることに致しました。これから名実ともに新しい航空会社として生まれ変わり更なる飛躍を目指します。

この新ブランドの検討にあたっては、社内各職場から選出された若手・中堅社員約30名が中心となり、社内の様々な意見やお客様の声などを取り入れながら具体的な検討を積み重ね、創り上げてきました。

こうして出来上がった新ブランド「Solaseed Air / ソラシド エア 空から笑顔の種をまく。」は、社員一人一人の想いが凝縮された「種」であり、私たちはこの種で、お客様にとっての空の旅が笑顔の花で満たされるように努めて参ります。

1. 新ブランドのコンセプトについて

空から笑顔の種をまく。

私たちは、九州で生まれ育った航空会社です。

公共交通機関としての安全性や定時性、快適性のさらなる向上に努めるのはもちろんのこと、地域への貢献も、私たちに与えられた重要な使命です。

私たちが考える地域貢献は、地域の皆様の身近な足となると共に、全国に九州のよさを伝え、九州にお客様をお運びし、九州を盛り上げていくことにあります。

こうした九州ならではのあたたかいおもてなしを実現していくために、“笑顔”をキーワードにブランドコンセプトを策定しました。

“笑顔”が持つ力を信じ、ご利用いただくお客様に、ソラシド エアでの空の旅を通じて、“笑顔の種”をお届けしたい、それが私たちの願いです。

空から笑顔の種をまく。

私たちのセールスポイントは、笑顔です。
人と人が出会い、心がうちとける時、人は自然と笑顔になります。
つまり安心と信頼こそが笑顔の原料なのですね。

いつも温かく、明るく、元気な笑顔でご搭乗いただくお客様をお迎えしたい。
そしてお客様にも、いい笑顔になっていただきたい。
再会の喜びの笑顔、まだ見ぬ人との出会いの笑顔。
そんな笑顔の種をまき、日本中に笑顔をひろげていきたい。
それが私たちの願いです。

私たちは、九州に生まれた航空会社です。
九州には様々な文化が入り混じり、
多様な個性を受け入れながら、共に発展させてきた寛容さと温かさがあります。
生まれも育ちも考え方も、それぞれ異なる個性を、
柔らかく受け入れることができるとき、私たちは共に生きる喜びを手にします。
響き合う生命を感じます。
笑顔は、共に活かし合う私たちに、言葉を超えた「心と心の会話」をプレゼントしてくれます。

九州から日本へ、そして世界へ、笑顔の花を咲かせよう！
いつの日かきっと、笑顔で世界中の人々はひとつになるでしょう。
どこまでもひろがり、やがてひとつにつながるこの空のように。
私たちはソラシドエアです。

2. 新ブランド名・ロゴについて

Solaseed Air

ソラシド エア
Sola(空) × Seed(種)

空から笑顔の種(シード)をまく。 / (ドレミファ) ソラシド ♪

このブランド名には、音階の「ドレミファソラシド」のソラシドとかけ、上昇するイメージ、弾むような楽しさ、親しみやすさといったイメージも併せて表現しています。そして、何より「Sola=空」からは、空の持つ大きさ、「Seed=種」からは、新しい生命、力強さ、勢い、無限の可能性を感じることができ、私たちの目指すブランドコンセプトを力強く後押ししてくれる思いが込められています。

ロゴは、「人と人とが向き合う時、笑顔が生まれる」というコンセプトになっています。ロゴマークは、異なる2色を使うことによって、人と人とが向き合いつながっている姿、笑顔の種が跳ね上がり上昇していく様子、大空に浮かぶ大きな笑顔を表現しています。

3. 新コーポレートカラー・機体デザインについて

ソラシド ピスタチオグリーン

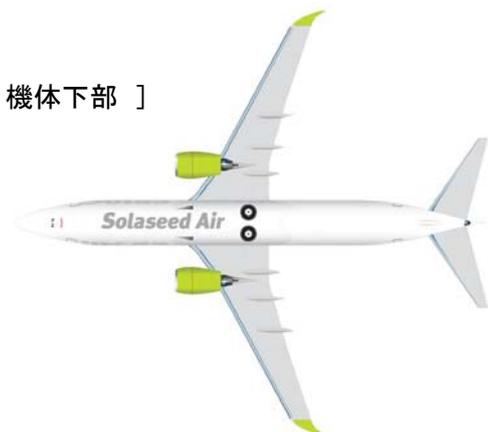
人々が笑顔で「調和」し、そのなかで「共生」する世界観およびソラシドエアの「若々しさ」「成長」を表現し、また、緑豊かな九州をイメージして、このカラーを採用致しました。

今年度より導入を開始する新型機(ボーイング 737-800 型機)の機体デザインは、全体的にはシンプルな印象の中で、ブランド名とロゴマーク、コーポレートカラーをいかに表現するかを考慮し、それぞれを際立たせたデザインとしています。機体腹部にもブランド名を入れているのは、地方空港では旅客ターミナルから滑走路までの距離が近く、離着陸の際に機体腹部が見えることから、お客様や地域の皆様にぜひ楽しんでいただこうという思いが込められています。

[機体側面]



[機体下部]



以上