

京阪グループのブランド価値向上を目指して

京阪グループでは、経営ビジョン「“選ばれる京阪”への挑戦」において、多くのお客さまに支持され選ばれる価値のある会社を目指しています。その実現に向け、「京阪ブランド」の確立を目指し、平成20年4月より「経営理念」に則り、「ブランドコンセプト」と、このコンセプトを象徴化した「シンボルマーク」と「スローガン」を使用しています。



ブランドコンセプト

Good Taste of Life

人を思い、潤いのある“街と暮らし”を共に創る

京阪グループの一人ひとりが実践しなければならないことを表した、お客さまへの約束です。私たちがお届けする商品やサービスを通じて、お客さまとともに、潤いのある街と暮らしを創りあげます。