

2026 年 3 月 31 日
Peach Aviation 株式會社

樂桃航空迎來創業 15 週年，實施品牌全面更新
攜手全球知名設計事務所 nendo 擔任設計夥伴
～預計於 2027 年春季導入全新設計機體～

Peach Aviation 株式會社（以下簡稱樂桃航空，代表取締役 CEO：大橋一成）迎來創業 15 週年的重要里程碑，為邁向進一步成長並提供顧客全新價值，正式實施品牌全面更新。本次品牌設計夥伴邀請到全球知名設計事務所 nendo（代表：佐藤大）參與。此次品牌重塑不僅僅是設計上的改變。樂桃航空在延續過去「輕鬆旅行」這一核心價值的同時，也致力於進一步提升基本理念，體現邁向下一個發展階段的挑戰與決心。樂桃航空將透過「溫暖且舒適的服務」，真誠面對與顧客之間的承諾，持續進化，致力成為值得信賴的航空公司。自明日 4 月 1 日起，將陸續啟用全新品牌商標。此外，預計於 2027 年春季導入由 nendo 設計的全新機體外觀。



<關於新商標>

新商標在承襲樂桃航空創業 15 年來所珍視的精神基礎上，延續原有以圓形與直線構成的設計，並在邊角加入圓潤處理，使整體印象更加親切與柔和；同時透過調整字距，呈現穩重且從容的風格。

此外，採用了溫和柔和的色調，傳達安心感與信賴感；而新商標中的象徵性「葉子圖案」，則展現了樂桃航空特有的趣味感與挑戰精神。

新商標將自 4 月 1 日起，全面應用於機場標示、官方網站及 App 等各項媒介。

<航空機新設計>

在飛機外觀設計上，透過多個圓形重疊的隨機圖案，表現旅程帶來的期待與興奮感。不同顏色與大小的圓形，不僅帶來視覺上的趣味性，也象徵品牌溫暖包容旅客的態度。色彩方面，將清新水潤的粉紅色與杏色結合，在華麗中增添高級質感；同時，也保留了象徵樂桃航空的「鮮豔粉紅色」於機身中央與尾翼部分。

<設計概念（nendo 佐藤大評論）>

本次品牌更新的目標，是打造一種在安心與信賴之中，融合低調趣味與愉悅感的體驗。透過對留白、形狀與資訊整理等細節的精心設計，營造出一種「看似嚴謹卻不讓人感到壓力」的氛圍。並在「認真與親和」、「信賴與輕鬆」這些看似矛盾對比元素之間取得平衡，打造一個無論年齡或旅行經驗，任何人都會自然想選擇的品牌。

此次更新，使樂桃航空在保有原有輕盈感的同時，進一步提升沉穩與質感，成為「稍微更成熟一點的樂桃航空」。

此外，圓形圖案與葉子元素也融入了對「旅行」這種精心的期待與趣味感，並將此設計理念貫穿於機場、機內及數位平台等各個接觸點。

企業色則以令人聯想到清新水蜜桃的粉紅色為主軸，搭配杏色與棕色，構築出兼具溫柔、信賴與高質感的品牌世界觀。



n e n d o (www.nendo.jp)

nendo 為成立於 2002 年的設計事務所（代表：佐藤大），業務涵蓋建築、室內設計、產品設計與平面設計等多領域，並榮獲多項國際設計大獎。

其代表作品收藏於紐約現代藝術博物館（MoMA）、龐畢度中心、維多利亞與艾伯特博

物館 (V&A) 等世界知名美術館。

佐藤大亦曾負責東京 2020 奧運聖火台設計，並參與法國高速鐵路 TGV 新型列車設計，同時擔任 2025 年大阪・關西萬博日本館的總製作人與總設計師。

<CEO 大橋一成的發言>

樂桃航空自創業以來，以「空中的電車」為概念，致力於實現讓任何人都能輕鬆搭乘飛機的世界。承蒙大家支持，累計搭乘人數已突破 7,500 萬人，成長為日本第三大航空公司。在迎來創業 15 週年的此刻，我們將邁向下一個發展階段。本次品牌更新能與持續為世界帶來驚喜的佐藤大先生合作，共同打造全新樂桃航空，我們深感榮幸。自 4 月 1 日起，我們將逐步推進品牌更新，同時持續精進準點率與提升品質，並深化樂桃航空獨有的價值，持續挑戰。

敬請期待全新進化的樂桃航空。

<關於樂桃航空> (www.flypeach.com)

樂桃航空以新千歲、成田、中部、關西、福岡、那霸六大機場為據點，營運 25 條國內航線與 15 條國際航線。

自 2025 年 4 月 10 日起，新增大阪（關西）、名古屋（中部）—首爾（金浦）航線，進一步擴展國際網絡。並預計於 2026 年 2 月增加大阪—首爾（金浦・仁川）航班至每日最多 8 往返。

此外，自 2026 年 1 月 1 日起，東京（成田）—台北（桃園）航線也增班至每日 3 往返，讓旅客有更多選擇。

樂桃航空將持續以安全為最優先，精進基本品質，致力成為深受更多旅客喜愛的航空公司。