

2026年6月18日
株式会社乃村工藝社
株式会社紀伊國屋書店

紀伊國屋書店 創業 100 周年を機にコーポレートロゴをリニューアル

乃村工藝社 IVDが、クリエイティブパートナーとして
コーポレートロゴとブランドストーリー策定、ビジュアルアイデンティティ(VI)構築を担当



紀伊國屋書店

BOOKS KINOKUNIYA

受け継がれたレガシーを大切に、未来を拓く姿へ
永きにわたりブックカバーで親しまれたデザインをコーポレートロゴへ

株式会社乃村工藝社 IVDは、株式会社紀伊國屋書店が 2027 年に創業 100 周年を迎えるにあたり実施するコーポレートロゴのリニューアルにおいて、クリエイティブパートナーとして参画しています。紀伊國屋書店創業 100 周年プロジェクトと共同で、コーポレートロゴデザイン、ブランドストーリーの策定、ビジュアルアイデンティティ (VI) の構築を担当しています。

新宿本店の店舗ファサードサインを皮切りに、店頭で使用するブックカバーや包装資材、グッズなどデザインの切り替えが順次行われていきます。

世界 12 か国に 153 店舗・35 営業所・3 事務所 (2026 年 6 月時点) を展開する紀伊國屋書店は、国や民族、文化や世代、思想や価値観の相違を超えて、本と文化・学術を希求する人々の需要に応え得る、世界的にもオリジナルな書店チェーンとして成長発展への挑戦を続けてきました。

先達が積み重ねてきた努力や歴史を大切にしながら、将来世代のために未来志向の挑戦を怠ることなく、創業 100 年のその先も、書店と出版界を取り巻く諸課題の解決に向けて主導的かつ建設的な役割を果たし、世界の人々に本を届け続けていく決意を込めて、コーポレートロゴをリニューアルします。

新たなコーポレートロゴでは、歴代の経営者・社員・ステークホルダーに受け継がれてきた「紀伊國屋書店」というアイデンティティを大切にしながら、次の 1 ページとなる未来を拓いていく想いを表現しています。

新たなコーポレートロゴのデザインコンセプト



ブックカバーに使用されてきたシンボルマークは、右ページが少し長い動きのある姿（アシンメトリー）。永く親しまれてきた個性を引き継ぎながら、本の中の文章の右側を未来へのメッセージとして刷新しました。



創業から 100 年にわたり紡がれてきた歩みの先にある姿を、ページのめくりで表現。紀伊國屋書店の未来を拓き、新たな物語がはじまることを示しています。



紀伊國屋書店らしさを宿したオリジナル書体によるロゴタイプをデザイン。シンボル内及びロゴタイプの統一感を図った書体設計を行い、親しみやすい柔らかさを兼ね備えた長く愛されるロゴタイプを目指しました。



紙の質感やインクのにじみを思わせる墨だまりの表現を取り入れました。本とともに歩んできた紀伊國屋書店らしい温かみを表現しています。



「書」の中に「本」を忍ばせた意匠は、紀伊國屋書店らしい遊び心を象徴しています。本と出会う楽しさ、喜びを体験して欲しいという想いを込めました。

<参考>

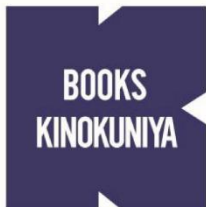
1927年～

長く親しまれてきた、ブックカバーデザイン。創業者の友人古沢安二郎氏の考案。



1964年～

紀伊國屋ビル竣工年より運用開始。2026年現在に至るまで、書店や、社のCIとして、利用。



1978年～

1964年制作のシンボル K マークと共に現在に至るまで書店や、社のCIとして利用されています。

紀伊國屋書店

ブランドストーリー

出会いは、一冊の本からはじまる。
ページをめくるたびに
まだ見ぬ世界が、色づきます。

その確かな瞬間を信じて
1927年、紀伊國屋書店は新宿の地から歩み出しました。

書く人と読む人を結び
新しい景色へいざなう橋をかけること。

その営みはやがて、書店というかたちにとどまらず
出版、劇場、学術と教育の支援、そして海外へと広がり
人と文化が巡り合う場を、創り続けてきました。

その歩みの先に、いまがあります。

紀伊國屋書店は、次のページへ。

新たなコーポレートロゴのコンセプトを表現するブランドストーリーを作成しました。
本を通じて人と文化をつなぎ、世界へ届けていきたいという想いと未来への決意が込められています。

ブランディングデザイン



ブックカバー・パッケージデザイン

ブックカバーや包装資材、その他のパッケージやオリジナルグッズについても順次切り替えてまいります。



新宿本店ファサードサインデザイン

新たに設定したブランドカラーである紀伊國屋書店ブルー（KINO ブルー）をベースとしたサイン展開となります。

※2026年7月に更新予定

KINO ラインの設定について

これまでブックカバーなどで展開されてきた2本のラインを、紀伊國屋書店を表現する重要なブランドエレメントとして再定義し、デザインルールを設定しました。

<KINO ライン・基本ライン>

<KINO ライン・KINO ブルーベースとの組合せ>



100周年のロゴマーク制定について

創業100年の歩みを象徴するシンボルとして100周年ロゴマークを制定。2027年末までの期間限定で展開してまいります。デザインは紀伊國屋書店SP工房が担当、デザイン監修を乃村工芸社 IVDが行っています。



紀伊國屋書店 創業 100 周年プロジェクト



創業 100 周年へ向けて次世代の紀伊國屋書店のビジョンを確立することを目的として、2022 年に始動した社内プロジェクト。店売部門（国内店舗）、営業部門（外商）、海外事業、その他事業、本社部門の社員が横断的に参加し、活動を続けています。これまでに、オリジナルグッズの開発、バーチャル新宿本店企画などを手掛けたほか、2027 年は年間を通し、創業 100 周年限定アイテム、特別フェア、記念イベントなどを多数企画。今後展開する各種企画につきましては、特設ウェブサイト（<https://100th.kinokuniya.co.jp/>）にて情報を発信してまいります。

乃村工藝社 クリエイティブチーム

乃村工藝社 IVD（INTEGRATED VISUAL DESIGN）



乃村工藝社内に設立したブランディング/ビジュアル・グラフィックデザインのプロフェッショナルチーム。アートディレクター・鈴木不二絵を中心に、近年では「khh 東日本放送」、箱根・ホテル「はつはな」などのブランディングに携わり、ビジュアルの視点から空間へアプローチするクリエイティブスタイルにより、新たなブランド価値を創出しています。

https://www.instagram.com/ivd_official/
<https://youtu.be/3VPhMKqrCAU>

<紀伊國屋書店について>

1927 年創業。「本と、多様な文化・学術情報を身近にする環境の演出を通じて、人々に学問と感動や交流の機会を提供し、社会の課題解決と学問芸術の振興、豊かな日常生活の実現を支援していく」ことをパーパス（社の存在価値）として掲げ、和洋書籍・雑誌・事務機器・文房具・情報文献・視聴覚教材・教育設備の販売、出版、映像商品・書誌データベース制作、ホールの経営などの事業を営む。創業の地に立つ新宿本店をはじめ全国主要都市に 72 店舗、7 営業本部（29 営業部・営業所）、79 ブックセンターを構えるほか、完全子会社である旭屋書店・紀伊國屋書籍販売でも計 31 店舗を展開。海外では 11 か国に計 50 店舗、6 営業所・3 事務所という、書店として世界でも類例のない規模で事業を展開しています（事業所数は 2026 年 6 月時点）。

<https://corp.kinokuniya.co.jp/>

<乃村工藝社>

乃村工藝社は、商業施設、ホテル、企業 PR 施設、ワークプレイス、博覧会、博物館など人が集う多様な空間において、構想から、調査・企画、デザイン・設計、制作・施工、運営・活性化までを手掛ける空間の総合プロデュース企業です。グループ全体では、建築総合サービスを担うノムラアークス、空間活性化事業を担うノムラメディアスをはじめ、全国 11 拠点・海外 8 拠点で事業展開しています。1892 年の創業から培ってきた専門性と総合力を活かし、人びとに「喜びと感動」をお届けしています。

<https://www.nomurakougei.co.jp/>

リリースに関する報道お問い合わせ先：

株式会社紀伊國屋書店 経営戦略室 / cso@kinokuniya.co.jp

株式会社乃村工藝社 ブランドコミュニケーション室 / prs@nomuar-g.jp