

60 年前に誕生したロゴマークを刷新
「みんなが喜ぶ京都にする」を掲げてリブランディング
「おみやげの店」から「おなじみの店」へ
あぶらとり紙の表紙「よじこ」をコーポレートキャラクターに

よーじやグループ（京都府京都市下京区、代表取締役・國枝 昂）は、「みんなが喜ぶ京都にする」をコーポレートスローガンに、リブランディングを実施します。リブランディングに伴い、1965 年にあぶらとり紙の表紙として誕生し国内外問わず多くのお客様に親しまれてきたロゴマークを 60 年ぶりに刷新いたします。このたび、より親しみを持っていただきたいという思いをこめて、あぶらとり紙の表紙である手鏡に映る京美人が手鏡から飛び出し、コーポレートキャラクターとして「よじこ」が誕生いたしました。また、誕生を記念して「よじこ」デザインの文房具や雑貨アイテムの発売をいたします。



BEFORE



AFTER

■ STATEMENT

みんなが喜ぶ京都にする

「よーじや」という名前は創業当初の明治時代、地元の人々の間で使われていた愛称に由来します。これはよーじやが京都の暮らしに深く根づいていたことを物語ります。

しかし、京都の観光客が増えるにつれて、あぶらとり紙が京都みやげの定番になるなど、地元の暮らしに寄り添い続けてきたよーじやの願いは、次第に変えていくことになります。

私たちが経験したこの変化は、今京都が直面している問題といえるかもしれません。かつてない数の観光客が訪れる中で、古くからの街並みや暮らしの風景が失われ、地域の人々の日常が変わりつつあります。観光の恩恵は京都市内に集中し、京都全体に息づく豊かな文化が置き去りにされようとしています。

だからこそ今、よーじやは原点に戻ろうと思えます。観光のお客さまがけに必要とされるのではなく、日々の暮らしに欠かせない存在として、地元の人々に愛されている創業当初の姿に。

そして、京都各地のものづくりにあらためて目を向け、まだ知られていない価値を掘り起こし、世の中に広く伝えていく力となります。それが地域の魅力を輝かせ、京都全体に活力を生み出していく。新たな価値が次々と生まれる未来に向けて、私たちは貢献を続けていきます。

「みんなが喜ぶ京都にする」。私たちがよーじやが目指すのは、暮らし人も、創り人も、働く人も、訪れる人も、すべての人が喜びを感じられる京都です。



※3月27日(木) 京都新聞 朝刊 掲載予定

■ CORPORATE LOGO

みんなが喜ぶ京都にする

よーじやグループ

曲線を用いた、「やさしさ」を感じるデザインへ。同時に、しなやかで凛とした印象も与えます。王道感と現代的な雰囲気兼ね備え、よーじやの歴史を大切にしながら、新たな挑戦に取り組む姿勢を表現しています。

■ BRAND LOGO



よーじやのシンボルとして長年愛されてきた、手鏡に映る女性の像をシルエット化したデザインです。

■特設サイト

<https://www.yojiya.co.jp/hello-new-yojiya>

■よーじやグループ代表取締役 國枝 昂より

1904年に國枝商店として創業したよーじやは、2024年に120年の節目を迎えました。「よーじや」という屋号は、創業当初の主力商品のひとつである楊枝（現在の歯ブラシ）から「ようじやさん」と地元の方々に呼ばれていたことに由来します。しかし、1990年代にあぶらとり紙ブームが起きてからは“あぶらとり紙のよーじや”に。地元の方々に親しまれていたよーじやは、観光の定番として以前とは異なるブランドとなっていきました。時代とともにあぶらとり紙がおみやげものの定番になる一方で、京都に住む人々にとって近くて遠い存在となっていたのです。

京都の観光業を取り巻く環境もまた、急激に変化しました。観光客の種類も変化し、インバウンドも大幅に増えました。京都自体が日本人にとって気軽に訪れることができる場所ではなくなりつつあり、またその影響は京都に住む人々にも及んでいます。こうした責任の一端は我々にもあると思っています。京都みやげの定番であるよーじやが、今までどおりの商いを続けることは果たして京都のためになるのか、葛藤の日々が続きました。育ててもらった京都に貢献する。住む人も訪れる人もみんなが喜ぶ京都にする。それこそが、よーじやの代表としてやるべきことだと考えるようになりました。

これまで培ったよーじやブランドを、観光のお客さまだけでなく、地域のみなさまにとってもおなじみのブランドにしていくことはもちろん、本業以外でも京都に貢献できる企業でありたい。そのような想いを持って活動する企業であることをみなさまに知っていただきたく、今回のリブランディングを実施する運びとなりました。

長年使用してきたロゴマークの変更、新たなキャラクターの誕生は大きなチャレンジだと自負しておりますが、よーじやは本気で「おみやげの店」から「おなじみの店」へと変化しようとしていること。京都への想いを持ち活動しているということをみなさまに知って欲しい。そのように思うが故です。長く愛される企業、ブランドになるようぶれずに活動して参ります。今後とも、よーじやと「よじこ」をよろしく願い申し上げます。

◇代表取締役 國枝 昂



1989年京都市生まれ。大阪大学経済学部卒業後に公認会計士試験合格、大手監査法人へ入社。2019年によーじやグループに入社、代表取締役に就任。

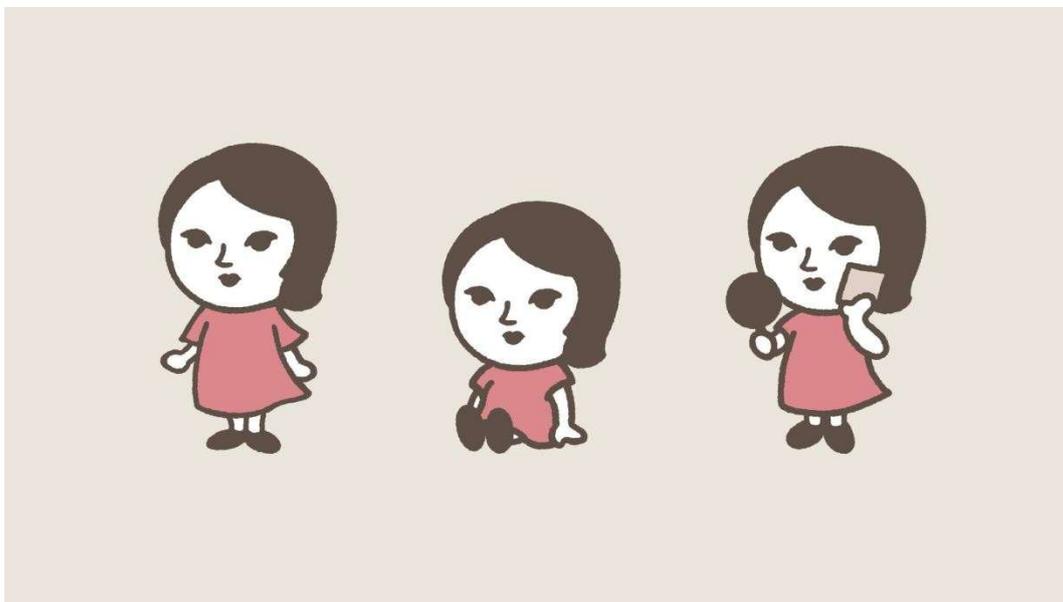
■ロゴマーク変更経緯

1904 年(明治 37 年)に「國枝商店」として創業し、舞台化粧道具や、現在の屋号の由来ともなった楊枝などの販売をおこなってきたよーじや。女性の身だしなみに欠かせない手鏡に、美しい京女性が映り込んだ印象的なロゴマークは 1965 年に誕生しました。それ以来、あぶらとり紙をはじめ、国内外問わず多くのお客さまにこのロゴマークで親しまれてまいりました。

コーポレート、ブランドともに京都みやげの“あぶらとり紙屋さん”を想起されるロゴマークを使用しつづけることは、多くの方々に認識していただけるという強みがある一方で、「おみやげの店」から「おなじみの店」への大きなイメージ転換をおこなうことが難しいと感じロゴマークの変更を決定いたしました。手鏡に映る女性のデザインは、あぶらとり紙を中心とした一部商品パッケージにて引き続き大切に使用します。



■60 年前に誕生した「よじこ」がリニューアル！



1965 年に誕生し、これまでよーじやの顔として活躍してきた、手鏡に映る女性。よーじやグループ創業 120 周年を機に「よじこ」と命名され、社内外問わずたくさんの方々に愛していただいております。より親しみをもっていただきたいという思いを込めて、このたびキャラクターをリニューアルいたします。

おでかけもしたいし京都をもっと知りたい、という思いから、ときどき手鏡から抜け出してみることにした「よじこ」。よーじやグループが目指す「みんなが喜ぶ京都にする」ために、親しみやすく身近な存在に感じていただけるコーポレートキャラクターとして育ててまいります。

新「よじこ」キャラクターは、今後よーじやグループの顔として、キャラクターグッズの販売や販促物、公式 SNS などで活用して参ります。



活用例：よーじやグループ 従業員名刺

■リブランディング記念！「よじこ」グッズ(全 16 点)が誕生！

発売日：2025 年 3 月 27 日(木)

販売店舗：祇園本店/四条河原町店/嵯峨野嵐山店/清水店/清水産寧坂店/金閣寺店/大丸京都店/ジェイアール京都伊勢丹店/京都駅烏丸中央口コーナー/京都駅八条口コーナー/札幌ステラプレイス店/北千住マルイ店/ルクア イーレ店/羽田空港第 1 ターミナル店/羽田空港第 2 ターミナル店/オンラインショップ/期間限定ショップ

※詳細はこちら：[*よじこグッズ商品一覧 | よーじやオンラインショップ](#)



【左上から】

よじこのクリアファイル(全 2 種)/よじこのエコバッグ(全 3 種)/よじこの巾着/よじこのネックストラップ/よじこのアクリルクリップスタンド/よじこのステッカー(全 3 種)/よじこのマスキングテープ/よじこのボールペン(全 3 種)/よじこのクリアボトル

*** 本件に関する問い合わせ先 ***

よーじやグループ

広報担当 中江 珠々 (なかえ ずず)

〒600-8031 京都市下京区寺町通四条下る貞安前之町 589 番地 TM 四条寺町ビル 7 階

TEL.075-354-1707 FAX.075-354-1708 MAIL:kouhou@yojiya.jp