

2026年4月20日

株式会社 博報堂プロダクツ

博報堂プロダクツ、VI（ビジュアル・アイデンティティ）を刷新

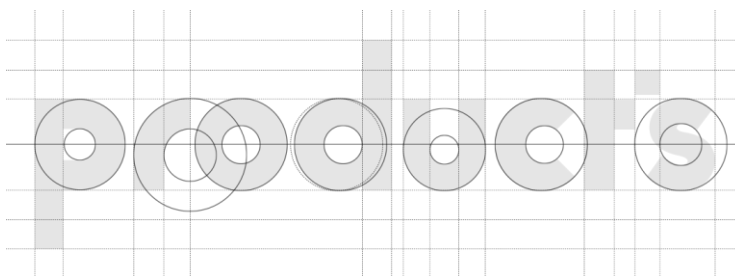
— 「まだ見ぬ衝動をこしらえる」意志をかたちに —

顧客化接点実装事業会社である博報堂プロダクツ（本社：東京都江東区、代表取締役社長：橋本昌和）は、VI（ビジュアル・アイデンティティ）を刷新しました。今後、順次各種コミュニケーションにおいて新VIを展開してまいります。

<新企業ロゴ>

product's

<デザインコンセプト>



博報堂プロダクツの新VIは、「正円の中の正方形」をモチーフにした「博報堂フォント」をベースに、博報堂グループの中核を担う存在として、生活者、企業、社会に向き合いながら、「まだ見ぬ衝動をこしらえる」という私たちの意志を表しています。

頭文字「P」に込めた想い

頭文字「P」には、Professional、Personality、Produce、Player といった私たちらしい様々な想いと、博報堂プロダクツとしてのプライドが宿っています。また「P」は、大文字のタイプフェイスを採用しながらも、小文字と同じベースラインに配置。配列の原則に固執せず、生活者、企業、社会に向けた新しい価値を創造していく。既成概念にとらわれない姿勢が最初の一文字に込められています。

小文字表記が示すスタンス

博報堂プロダクツのロゴは、すべて小文字に見えるように構成されています。それは時代を牽引する存在としての先進性やトレンドということだけでなく、リズムカルでやわらかな印象をつくり、柔軟性・多様性・軽快さを表現しています。役割に縛られない、序列を固定しない、自由な考え方と立ち位置をこのロゴで定義しています。

正円と正方形モチーフの設計

博報堂プロダクツのロゴは、「正円と正方形」をモチーフに構成されています。構想から実装までを分断せず、全方位で捉え、生活者、企業、社会を突き動かし、持続的な成長を目指す私たちの意思の表れです。

ニュートラルな黒を起点に、あらゆる色へと可変するカラー設計とすることで、生活者、企業、社会とベクトルを合わせながら、柔軟に価値創出を実装していく姿勢を表現しています。こうした設計を通じて、役割に縛られず、序列を固定しない、自由な考え方と立ち位置を、この新しいVIに重ねています。

博報堂プロダクツは、新しいVIを起点に、従来の「実施」にとどまらず、顧客化接点を機能させるための企画・設計・実施・評価・運用までを一貫して担う「顧客化接点実装事業会社」としてさらに進化していきます。

※ 文中に記載されている会社名、商品名は各社の商標または、登録商標です。

※ この情報は発表日現在の情報です。検索日と異なる可能性がございますのであらかじめご了承ください。