



ぐるなびのコーポレートシンボルを27年ぶりにリニューアル リデザインの裏側に隠された開発ストーリーを公開

株式会社ぐるなび（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：杉原章郎、以下ぐるなび）は、新コーポレートシンボルの開発背景や、490パターン以上に及ぶデザイン検証プロセスなどを解説したインタビュー記事を、2025年8月29日（金）に、ぐるなび公式noteで公開したことをお知らせします。

【記事はこちらからご覧いただけます】

タイトル：ぐるなびロゴリニューアル。27年ぶりのリデザインの背景と、そのプロセスの記録

URL：https://note.com/gnavi_official/n/n17ee20d224d6



▲ブランディング担当の廣瀬一子（左）とデザイナーの関根将人氏（右）

■記事公開の背景

ぐるなびは、2025年7月4日（金）に、27年ぶりとなるコーポレートシンボルのリニューアルを発表しました。（参考：<https://corporate.gnavi.co.jp/release/2025/4cxns5i5q9/>）

今回のインタビュー記事では、上記リリースでは伝えきれなかった、リニューアルに至るまでの課題やデザインに込められた想い、そしてプロジェクト担当者の試行錯誤の過程を公開します。今回のリニューアルは、ぐるなびの行動変革の一つでもある「Update Normal あるべき姿を更新する。」（※）の体現でもあります。本記事を通じて、今後のぐるなびのブランディングの進化にご期待いただければ幸いです。

■本プロジェクト担当者のコメント

関根デザイン株式会社 アートディレクター 関根将人氏

「創業当時から長年愛されたロゴリニューアルにはプレッシャーも感じましたが、思いやり、多様性などの込められたメッセージの部分は引き継ぎつつ、よりシンプルで強いかたちにすることができたと思っています。これからも数多くの方々に使っていただき、ぐるなびのコミュニケーションシンボルになっていただけたら、心から嬉しいです。」

株式会社ぐるなび 総合政策室ブランディンググループ グループ長 廣瀬一子

「シンボルとしては段階的なシンプリファイを目指して、今回、ようやく最初の一步を踏み出せたという認識です。いずれはPURPOSEとのコンセプト的な連動も検討したいですし、また今後いつか、5年後10年後、ぐるなびのブランドとしての成長や変化に合わせて、CI（Corporate Identity）としても更なる進化を遂げるフェーズがやって来てほしいと……そのときに、ぐるなびのブランドコミュニケーションの中心であってほしいと思います。」

（※）ぐるなびの理念体系 <https://corporate.gnavi.co.jp/profile/statement/>

<本件に関する報道機関からのお問い合わせ先>

株式会社ぐるなび 広報グループ MAIL:pr@gnavi.co.jp