

報道関係者各位

2026年3月26日

株式会社ウテナ

**【株式会社ウテナ】2027年の創立100周年に向け「記念ロゴ」を公開**

99周年を「白周年」と銘打ち、社員がデザインした記念ロゴとともに100周年への歩みを始動

化粧品メーカーの株式会社ウテナ（本社：東京都世田谷区、代表取締役：田頭基明）は、2027年3月26日に創立100周年を迎えます。この大きな節目を記念し、「100周年記念ロゴ」を制作いたしました。

また99歳のお祝いである「白寿」になぞらえ、100周年の前年である2026年を「白周年（はくしゅうねん）」と命名。100年目の節目に向け、お客様への感謝を形にする様々な取り組みを展開してまいります。

**■100周年記念ロゴのデザインと想い**

社名の「ウテナ」とは、「花の萼（がく）」を意味しており、花の美しさを支えるように「すべての人の美しさを支えたい」という想いが込められています。今回の100周年記念ロゴは、社名の由来である花の萼をモチーフに、1927年の創立以来大切にしてきた想いを象徴的に表現しました。100周年という節目を迎えるにあたり、「過去から未来へと続く美の軌跡」や「積み重ねた想い」「人とのつながり」を柔らかく包み込むような有機的な花のフォルムと繊細な線の重なりで描いています。またあえて「百周年」を漢字とすることで100年という歴史の重厚感を表現しました。

**【制作エピソード】**

本ロゴは、元デザイナーの経歴を持ち、現在はマーケティング部で働く弊社社員が制作いたしました。日々ウテナの文化に触れ、歩みを共にする社員だからこそ描ける、「ウテナらしさ」が細部にまで込められています。

**■99周年記念ロゴ「白周年（はくしゅうねん）」について**

～99周年。百への歩みをつなぐ、白寿の節目。～

ウテナは、2026年3月26日からの1年間を、100周年のプロローグ（序章）と位置づけ「白周年」と命名しました。「百」から「一」を引くと「白」になることから、99歳を「白寿」として祝う慣習に倣い、100周年に至るまでの大切な準備期間を皆様とともにお祝いしたいという願いを込めました。

99周年。百への歩みをつなぐ、  
白寿の節目。

## ■今後の展開

100周年記念ロゴは、公式サイトやSNS、弊社の各種ツール等に順次展開してまいります。

また、創立100周年を迎える2027年3月に向けて、これまでの100年の歩みを振り返る「100周年記念特設サイト」の公開や、長年ご愛顧いただいているお客様への感謝を伝える100周年キャンペーンなど、様々な企画を展開していく予定です。

## ■100周年に向けた私たちの想い

～「まだないキレイ」を形に。独自の価値創造を。～

ウテナが大切にしているのは、「たとえ10人に1人の方であっても、熱狂的なファンになっていただける商品」を目指した、誰かの心に深く寄り添うものづくりです。

私たちは、お客様自身もまだ気づいていない視点や自由な発想を大切に、これまでにない価値を生み出す「まだないキレイ」を追求してきました。既成概念にとらわれない独自の視点と、確かな品質をもって、日々の暮らしに新しい喜びをお届けしたい。こうした姿勢は、創立当時から私たちが大切にしてきたウテナの原点です。

次の100年も、この想いを胸に、ウテナにしかできない発想で、皆様に新しい美しさを提案してまいります。

### 【ウテナがこれまでに創ってきた「まだないキレイ」の事例】



#### ウテナ バニシングクリーム（1927年発売）

「雪印（バニシング・無脂肪）」、「月印（ハイゼニック・中性）」「花印（コールド・脂肪）」の3種類を発売。クリームの種類を分けて体系づくりを行い、当時は珍しかった「特長や用途によるクリームの分類」をいち早く提示しました。



#### ウテナ クリーム（1957年発売）

日本初※の男性用クリームを発売。まだ男性が化粧品を使う習慣がなかった時代に、新しい文化を創出しました。※自社調べ



#### ウテナ お子さまクリーム（1965年発売）

日本初※の子ども用クリームを発売。軽快なメロディのCMソングが大流行し、子どもたちのスキンケアの関心を高めました。※自社調べ



#### ウテナ モイスチャー（1983年発売）

40年以上愛され続ける自然派スキンケアブランド。2024年からあえて自虐的な「絶滅危惧化粧品」と銘打った広告やAIを活用した昭和レトロな広告を展開し再注目されています。



### プロカリテ (1991年発売)

「くせ毛」悩みにいち早く着目したブランド。ストレートヘアブームの中、ヘアケアや、自宅のできるストレートパーマが話題に。現在ではセルフストレートパーマ市場で約90%※のシェアを誇るロングセラーとなっています。

※自社調べ インタージェ SRI+ ホームパーマ剤市場(ストレートパーマのみ) 2025年3月~2026年2月 販売金額



### マトメージュ まとめ髪スティック (1996年発売)

「あほ毛」という、誰もが感じていながら見過ごされていたニッチな悩みに着目。あほ毛ケアの市場を創出するヒットとなりました。



### マトメージュ 前髪グルー (2022年発売)

「前髪をおでこに貼る」という、これまでにない自由な発想で、Z世代の前髪のこだわりを具現化しました。

## 【株式会社ウテナ】

株式会社ウテナは1927年の創立から「真心をもって、社会に貢献し、人々の満足を喜びとする」を企業理念とし、社名の由来である花の萼(がく)のように「すべての人の美しさを支えたい」という想いで化粧品を開発してきました。コーポレートスローガン「咲かせよう、まだないキレイを。」には、お客様も気づいていない視点や発想で、新しいキレイを生み出していくことを目指し、真心を込めて商品をお届けするウテナの決意が込められています。これからも人間本来の美しさを追求した身近な生活品「Human care 商品」を提案してまいります。



### 【本プレスリリースに関するお問い合わせ先】

株式会社ウテナ CS推進・広報室 E-mail: [utena\\_pr@utena.co.jp](mailto:utena_pr@utena.co.jp)

### 【本製品に関するお客様からのお問い合わせ先】

株式会社ウテナ お客様相談室

お問い合わせフォーム: <https://www.utena.co.jp/contact/>