

クリエイティブ素材「ユポ®」のブランディングを全面サポート

「ブランディングデザインで日本を元気にする」をコンセプトに活動する株式会社エイトブランディングデザイン(本社:東京都港区、代表:西澤明洋)は、株式会社ユポ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:内藤勝弘)のクリエイティブ素材「ユポ」のブランディングを担当。経営戦略からコンセプト、ネーミング、ロゴ、WEB、CIツール、ユニフォーム、商品ラベル、ブランドブックのデザインなど一貫したブランド構築をサポートいたしました。



●ブランディングの概要

「株式会社ユポ」は1969年に王子製紙株式会社(現・王子ホールディングス株式会社)と三菱油化株式会社(現・三菱ケミカル株式会社)の合併会社として創業。森林資源の枯渇問題を背景に、紙とフィルムの特長を備えた独自素材「合成紙ユポ」を開発したメーカーです。ラベル・ポスター・投票用紙など、社会インフラを陰で支える素材として幅広い用途に展開され、45年以上日本シェアNo.1*、世界80カ国以上で使用されています。合成紙のパイオニアとして業界を牽引してきた一方、近年は印刷・出力市場が減少。社員の現状維持意識を改革するために、リブランディングを開始しました。お客様と共に新たな用途や価値を生み出していく姿勢をブランドコンセプト「Value Co-Creator」と定義。「合成紙」の枠を超えた「クリエイティブ素材」を生み出すブランドとして、「ユポ」のリブランディングを行いました。

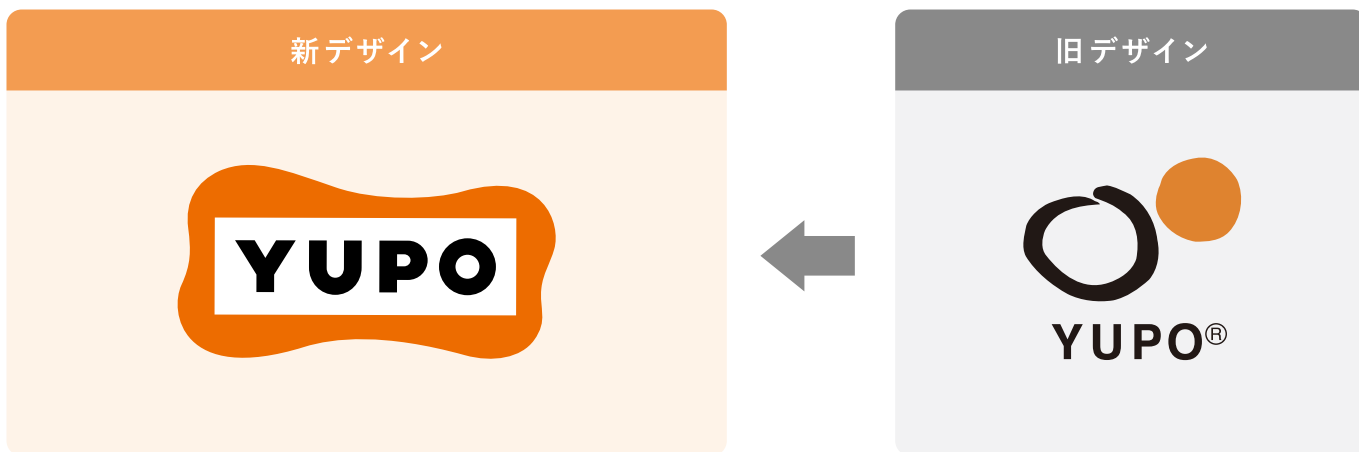
※合成紙市場における販売量(t)、(参考) 矢野経済研究所「2022年版特殊紙市場の展望と戦略」、「特殊紙市場の展望と戦略1984年版」、幸書房「石油と石油化学」(1979年)



● ブランディングデザインについて

ロゴデザイン

ロゴデザインは、「ユポ」を表した四角形を中心に置き、そこから拡がるように揺らぐ有機的な造形が一体となったロゴデザインです。「ユポ」がさまざまな機能を持つ「クリエイティブ素材」として、お客様や社会、そしてユポで働く人々がもっとワクワクするような、創造性の高いブランドへと進化していく姿を表現しました。また多方面に拡がっていくような造形は、お客様やパートナーと手を取り合いながら、共に新たな価値を創造していく「Value Co-Creator」としての共創の姿勢を表しています。



ネーミング

長年親しまれてきた「ユポ」というネーミングはそのままに、株式会社ユポ・コーポレーションから株式会社ユポに社名を変更しました。

ユポ・コーポレーション



ユポ

コンセプトとステイトメント

「ユポ」の方向性を体現するブランドコンセプト「Value Co-Creator」を開発。
お客様と共に課題に向き合い、新たな用途や価値を生み出していく姿勢を表現。
同時に、コンセプトに込めた思いをより分かりやすく表現する宣言文として、ブランドステイトメントも開発しました。

Brand Concept

Value Co-Creator

1969年、紙とフィルムの特徴を兼ねそなえた新素材「合成紙ユポ」の開発が私たちの出発点でした。


私たちは創業当初からある「新しい価値の創造」の精神のもと多くのお客様に支えられ、共に学び、創り、進化してきました。これからは合成紙を超えた「クリエイティブ素材ユポ」として、お客様と社会、そして私たちがもっとワクワクするような商品・サービス・体験を生み出していきます。

Value Co-Creator


私たちは共に笑顔を「創る」メーカーです。
世界に喜びと感動をお届けするために、
お客様と共に新たな価値を創造していきます。

コミュニケーションデザイン

WEBやパンフレットでは「Value Co-Creator」を体現するために、製造ノウハウを公開し、顧客と共創するオープンなものづくり体制を表現。製品群を6つのラインアップに再構成し、技術をわかりやすく図示化。ロゴの構成要素である、スクエアとタイポグラフィでデザインを展開し、シンプルながら強いメッセージ性とブランドの統一された世界観を表現し、顧客と積極的に共創していく姿勢をデザインしました。CIツールでは、ロゴデザインの拡がるように揺らぐ有機的な形を展開し、BtoB企業ながら堅苦しくなく、ものづくりをワクワク楽しむ企業姿勢を表現しています。



『YUPO』ブランドサイト
<https://www.yupo.com>



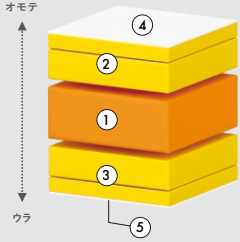
ユポの製造ノウハウ図

ユポの基本構成

独自の多層構造×技術により多機能・多用途を実現！

複数の層がそれぞれ異なる役割を担います。

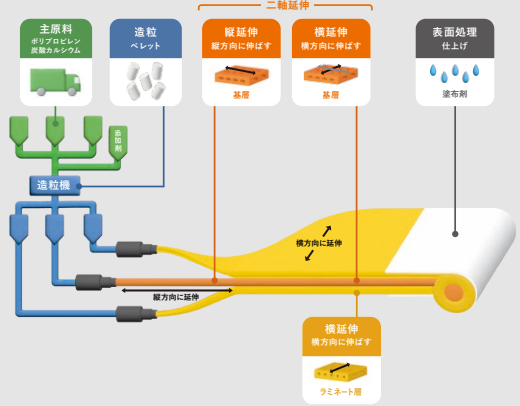
オモテ

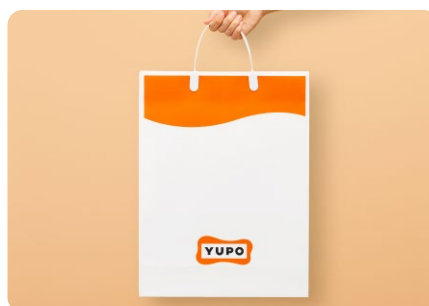


ウラ

- ① 基層**
コシ・不透明度・断熱性・クッション性の役割を担う。
- ② ラミネート層**
- ③**
基層を挟むラミネート層(最大3層)で、ユポのコシ調整・断熱性・機能付与の役割を担う。
- ④ 独自処理面**
- ⑤**
ユポ独自処方塗布剤で表面処理。印刷性や機能付与の役割を担う。

ユポの基本製法





● 報道関係者向けブランド発表会

「ユポ」のブランディングにともない、2026年7月1日に報道関係者様を対象としたブランド発表会が行われました。

発表会では、ユポの代表取締役社長・内藤勝弘氏、および戦略企画本部長・宮口卓也氏より、お客様と価値共創を目指す新たなブランドコンセプトや今後の展望についてご紹介いただきました。ブランド発表会当日は、多くの報道関係者の皆様にご来場いただき、盛況な会となりました。

写真:

<中央> ユポ 内藤勝弘氏

<左> ユポ 宮口卓也氏

<右> エイトブランディングデザイン 西澤明洋



株式会社エイトブランディングデザイン 代表/ブランディングデザイナー 西澤明洋コメント



2024年7月にプロジェクトはキックオフし、2年の歳月をかけてユポの皆様と一緒にリブランディングを行いました。ユポは日本の合成紙市場でシェアNo.1を誇りますが、その枠を超え、新しく「クリエイティブ素材」として新市場を開拓していくための仕組みづくりやコミュニケーションの方法をデザインしました。

日本が誇るグローバルニッチトップの素材メーカーの経営に、デザインの力が加わることで、ユポの新たな可能性を広げるお手伝いできたことを嬉しく思っております。

1976年滋賀県生まれ。「ブランディングデザインで日本を元気にする」というコンセプトのもと、企業のブランド開発、製品開発、店舗開発など幅広いジャンルでのデザイン活動を行う。リサーチからブランニング、コンセプト開発まで含めた、一貫性のあるブランディングデザインを数多く手がける。主な仕事にクラフトビール「COEDO」、抹茶カフェ「nana's green tea」、スキンケア「ユースキン」など。著書に『ブランディングデザインの教科書』（バイインターナショナル）ほか。特集書籍に『西澤明洋の成功するブランディングデザイン』（誠文堂新光社）がある。グッドデザイン賞金賞をはじめ、国内外200以上の賞を受賞。日経スペシャル「カンブリア宮殿」出演。

【エイトブランディングデザインについて】

8 EIGHT BRANDING DESIGN

エイトブランディングデザインは「ブランディングデザインで日本を元気にする」をコンセプトに、ブランディングデザインのパイオニアとして、企業のブランド開発、商品開発、店舗開発など幅広いジャンルでのデザイン活動を行っています。

<https://www.8brandingdesign.com/>



【本プレスリリースに関するお問い合わせ先】

株式会社エイトブランディングデザイン 担当:保田
〒107-0062 東京都港区南青山4丁目10番3号エイトビル
Tel:03-6447-2878 E-Mail:pr@8brandingdesign.com

【株式会社ユポに関するお問い合わせ先】

株式会社ユポ 担当:コーポレートブランディング部 柏原
〒101-0062 東京都千代田区神田駿河台4丁目3番地新お茶の水ビル15階
Tel:03-5281-0811 E-Mail:kashiwabara.rika@ma.yupo.co.jp