

北海道土産「白い恋人」のリ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、石屋製菓株式会社（本社：北海道札幌市西区 代表取締役社長：石水 創）の北海道土産「白い恋人」のリブランディングを担当しました。経営戦略からブランドコンセプト、ロゴ、周年ロゴ、パッケージ、紙袋、リーフレット、WEBなど一貫してデザインを行い、ブランドリニューアルをサポートしました。2026年10月13日に「白い恋人」50周年記念WEBサイトが先行オープン。12月よりパッケージデザインを順次刷新し、発売50周年を記念した様々なイベントが展開されていきます。



● リブランディングの概要

石屋製菓株式会社は1947年に北海道で創業。1976年に発売した「白い恋人」は、北海道を代表する土産菓子として、半世紀にわたり多くの人々に愛されてきました。

一方、時代とともに商品ラインアップが増えてゆき、一貫性のあるブランドへ再構築することが課題となっており、発売50周年を機にこれからの50年に向けて「白い恋人」のリブランディングに着手。長く愛されてきた商品やデザインを大切に受け継ぎつつ、ブランド全体の整理を行い、継承すべき要素と新たに進化させる要素を見極めてブランド全体のフルリニューアルを行いました。長年培ってきた「白い恋人」の魅力を未来へつなぎ、北海道の文化として人々の暮らしに溶け込み、地域とともに愛され続けるブランドを目指しています。



● ブランディングデザインについて

経営戦略とブランドコンセプト

長年、北海道のお土産ブランドとして親しまれてきた「白い恋人」を、さらに多くの方に愛していただき北海道を代表する文化的なアイコンとして育てていく経営戦略を立案。

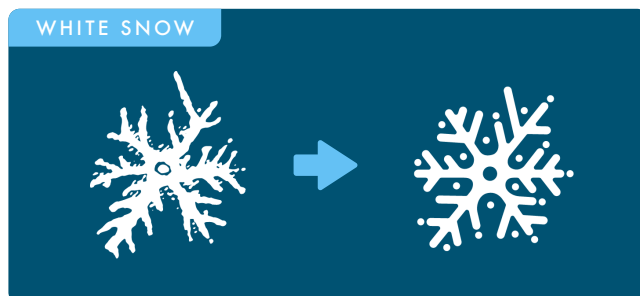
ブランドコンセプト「北海道に恋しています」を開発し、北海道が、多くの人にとってしあわせな場所であり、「白い恋人」がそうした人々に寄り添うブランドでありたいという思いを表しています。



ブランドロゴデザイン

ブランドを象徴する「白い恋人」というロゴタイプは、創業当時のデザインをそのまま引き継ぎました。一方、発売以来受け継がれてきた「雪の結晶」のイラストをモチーフに、新たなロゴマーク「ホワイトスノー」をデザインしました。ブランドを受け継ぐデザインと新たなロゴマーク「ホワイトスノー」を組み合わせることで、伝統と革新を融合させたブランドロゴを開発しました。

「ホワイトスノー」はこれまでのブランドイメージを守りながらも、シンボルやパターン柄として、パッケージや店舗、グッズなどさまざまなアイテムに展開することで、ブランドとしての世界観を表現していきます。

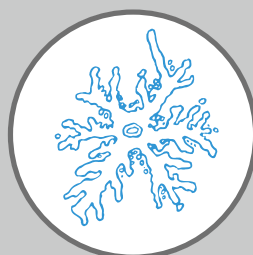


パッケージデザイン

パッケージデザインでは、雪の結晶はもちろん、ハートやリボン、ハートの中に描かれた利尻山（※）など、これまでのデザイン要素を受け継ぎながらも、新しい形へとリニューアルしました。たとえば象徴的な利尻山は、抽象度を上げたイラストにリニューアルすることで、パッケージ全体のデザインに調和させました。

※ 利尻山：北海道の北部、利尻島にある山。積雪した姿がヨーロッパのアルプスの山並みに似ていることから洋菓子を象徴するものとして、パッケージに採用されています。

BEFORE これまでのパッケージ



自然界に均一なものは、何一つとしてない

手書きのスケッチから生まれた雪の結晶。左右非対称で写実的な造形は、「自然界に均一なものは、何一つとしてない」という創業者のこだわりから生まれました。



白い恋人

雪の影のロゴタイプ

雪の白色で「白い恋人」を表現したいという創業者の想いから、影文字で白いロゴが浮き出しています。



北海道の秀峰 利尻山

スイスの山並みのように美しい利尻山には、美味しい洋菓子を作りたいという当時の作り手の想いが込められています。



AFTER リニューアルポイント



不均一さを残しつつ新しいロゴマークに

「自然界に均一なものは、何一つとしてない」という創業者の想いを受け継ぎ、元の雪の結晶の骨格を活かしつつ、丸と単線でシンプルに、唯一無二の形として「ホワイトスノー」を新しくデザイン。ロゴマークへと進化させました。



白い恋人

引き継ぐロゴタイプ

ブランドネームである「白い恋人」の文字は、リニューアル後もそのままの形で引き継ぎました。



シンプルなイラストに

「利尻山」はそのままに、抽象度を上げたイラストにリニューアルすることで、パッケージ全体のデザインに調和させました。

また長く「白い恋人」を代表するカラーとして親しまれてきた包装紙の鉄紺色を、現代的に少し明るい色としてリニューアルしました。そして、これを「白い恋人」のブランドカラーとして定め、包装紙と個包装のカラーを統一しました。また新たにデザインしたロゴマーク「ホワイトスノー」を展開させることで、売り場の中で華やかな新しい世界観をつくりだしていきます。

BEFORE これまでの包装紙



白い恋人たちが降ってきたよ
白い恋人が誕生した、北海道の雪が降っている情景を、包装紙の柄としてデザインしています。





白い恋人の伝統色鉄紺カラー
長く白い恋人を代表するカラーとして親しまれてきた、通称「鉄紺」。発売後まもなく包装紙の色として使われるようになった伝統のカラーです。

AFTER リニューアルポイント



雪の結晶パターン
雪が降っている情景はそのままに、新しくデザインしたロゴマーク「ホワイトスノー」から展開した、雪の結晶パターンをあしらったデザインです。





新・鉄紺
元々の包装紙の鉄紺カラーを、現代的に少し明るく「新・鉄紺」としてリニューアルしました。そして、これを白い恋人のブランドカラーとして決めました。

50周年記念ロゴとWEBサイト

50周年記念キャンペーンのコンセプトは「北海道に恋して50年」。それにあわせて、「ホワイトスノー」をあしらったハート型の50周年ロゴをデザインしました。50周年記念キャンペーンの広告やグッズなど様々なものに展開されていきます。

また発売50周年を記念した特設WEBサイトでは、「白い恋人」の歴史と新たなブランドの魅力の発信、50周年を盛り上げるとともに、今後のブランドコミュニケーションの中心となるサイトを目指しました。

デザインは、「白い恋人」らしさを感じる世界観として、「ホワイトスノー」が背景全体に雪が舞い降りるような演出と北海道を感じる雪景色の情景を絵本のようなタッチで取り入れ、白い恋人のロマンチックな物語を感じてもらえるような世界観を表現。コンテンツは、誕生から現在までの歩みを振り返る「HISTORY」、新旧デザインを比較しながらリニューアルの魅力を紹介する「BRAND RENEWAL」、50周年のさまざまな取り組みを発信する「PICK UP」で構成。

過去から未来へと続く「白い恋人」の物語を、幅広い世代の人々に楽しみながら知ってもらえるWEBサイトをデザインしました。





【50周年記念特設 WEB サイト】
<https://shiroikoibito.ishiya.co.jp/>



● エイトブランディングデザインについて



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』（パ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、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っています
<https://www.8brandingdesign.com/>

§ EIGHT BRANDING DESIGN

【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

【石屋製菓株式会社にするお問い合わせ先】

石屋製菓株式会社 担当：八木・吉田・山田
 〒063-0052 札幌市西区宮の沢2条2丁目10番30号
 E-Mail：pr@ishiya.co.jp