

日本直販、コーポレートロゴとスローガンを刷新——“エンタメ・グローバル・DX”で総合サービス企業へ

～ Green Box／Green Barの新ブランドシステムで事業変革を加速。B2Cに加えB2B領域まで価値提供を拡大～

日本直販株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：水谷 彰孝、以下「日本直販」）は、総合通販から「エンタメ・グローバル・DX・デジタル」を軸にした**総合サービスへの転換**を明確にするため、新コーポレートロゴとスローガンを発表し、ブランド刷新（リブランディング）を実施します。新ロゴは、**事業多角化とプラットフォーム志向を表すGreen Box／Green Barの2形式**で構成。2025年9月1日（月）より順次切替を開始します。今後は生活者（B2C）への価値提供に加え、**投資先／出資元企業や地方パートナー企業へ当社ノウハウを還元するB2B展開**も推進します。



■ リブランディングの背景

日本直販は、モノを売るだけの**通販**から、**体験・金融・会員・旅行・保険**などを束ねる**総合サービス**へ。エンタメ性のあるコンテンツ発信、海外でのポップアップ連携、AI/DCなどのデジタル活用を加速させる中で、企業アイデンティティを統合する**新たなブランド設計**が必要でした。

■ 新コーポレートロゴの狙い

- **グリーン=新芽の緑**で“新しい日本直販グループ”を象徴。安心・信頼と躍動感を両立
- **Green Box（正方形）**：多様な事業をのせる**プラットフォームの器**

- **Green Bar（横長）**：お客さまのシーンに**素早く適応**し、東奔西走する原動力を表現
- **NC（Nihon Chokuhan）× 事業群**（Merchandise／Membership／Insurance／Finance／Travel等）を束ね、**動的でエレガント**な印象へ
- ユースケース別に**Box／Bar**を使い分け、デジタルからオフラインまで一貫した体験に

スローガン：B2Bまで広がる“総合サービス”へ

生活者向け（B2C）で培った**商品開発・販促・コンテンツ制作・海外ポップアップ運用・越境EC・会員運営・保険/金融アライアンス**などのノウハウを、**投資先／出資元企業や地域パートナー**にも提供。共同ブランド開発や販売プラットフォーム連携を通じ、**地域から世界へ届くスケラブルなモデル**を構築します。

■ 適用開始と切替

- **切替開始日**：2025年9月1日（月）
- **対象**：WEBサイト／SNS公式アカウント／プレス資料・営業資料などの**公式ドキュメント**、店頭サイン／什器サイン等の**オフライン資材**
- **進め方**：デジタル媒体は9月1日より順次公開、印刷物・サインは在庫・設置スケジュールに応じて**段階的に置換**
- **併用期間**：移行完了まで旧ロゴとの**併用期間**を設けます（順次置換）

※今後配信されるプレスリリースでは新ロゴを活用予定

<会社概要>

■ 日本直販株式会社

所在地：東京都港区虎ノ門3丁目20-5 伊藤佑ビル虎ノ門3F

代表者：代表取締役社長 水谷 彰孝

設立：1977年10月（日本直販ブランド開始）

事業内容：総合サービス（通販／コンテンツ企画／広告・販促支援 ほか）

URL：<https://corporate.666-666.jp>

当プレスリリースURL

<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000006.000166086.html>

日本直販株式会社のプレスリリース一覧

https://prt看mes.jp/main/html/searchrlp/company_id/166086

【本件に関する報道関係者からのお問合せ先】

日本直販株式会社 広報担当：伊藤

メールアドレス：ito.motohiko@nihonchokuhan.co.jp