Osaka's Glico Running Man to Get Major Makeover in 2027

大阪・道頓堀の象徴として長年親しまれてきた「グリコサイン」が、7代目へとリニューアルされることになりました。時代とともに技術やデザインを変えながらも、街のランドマークとして受け継がれてきた看板です。長く愛されてきたものを新しくするとき、伝統を残しながら変化を取り入れることも大切です。あなたは、有名なランドマークを新しくするとき、何を残し、何を変えるべきだと思いますか。



1. Article

Read the following article aloud.

The iconic Glico Running Man sign in Osaka's Dotonbori district will **undergo** a major renovation, with its seventh-generation design set to be unveiled in spring 2027.

Ezaki Glico, the confectionery giant behind the landmark, announced the renovation on October 13. First installed in March 1935, the sign is due for its first major renovation in **approximately** 12.5 years, following the introduction of the current, sixth-generation sign in October 2014.

The current sign will be switched off at midnight on December 1, when construction is scheduled to begin. During the renovation, the **structure** will be covered with a banner.

Although the design of the seventh-generation sign has already been finalized, Glico will keep it under wraps until the new sign is illuminated next spring. Its dimensions and iconic

Continued on next page.

Source: Osaka's Glico Running Man to Get Major Makeover in 2027
Japan Forward

本教材は、一般社団法人ジャパンフォワード推進機構、株式会社産経デジタルより許諾を得て、産経ヒューマンラーニング株式会社が編集しています。
テキストの無断転載・無断使用を固く禁じます。

1. Article

logo of a unner with both arms raised will remain unchanged.

However, the company plans to incorporate the latest LED technology to **enhance** the sign's visual capabilities and improve energy efficiency.

A New Chapter in Brand Communication

The renovation is part of a broader effort to strengthen Glico's brand communications and raise awareness of its business beyond the sign's role as a popular tourist attraction. Although the landmark is widely recognized, that recognition has not necessarily translated into greater awareness of the company's business activities or corporate messages.

Yoriko Miki, head of Glico's Corporate Branding Group, said the sign plays an important role in expanding the company's overseas business. She indicated that Glico intends to reconsider how it uses the landmark to communicate with audiences and share information.

The company also announced that it will rename its trademark running-man logo, currently known as the "Goal-In Mark," the "Glico Runner." It said the new name reflects Glico's **belief** that its corporate purpose has no end, emphasizing the idea of continually moving forward.

Through the redesigned sign and updated branding, the company aims to strengthen its communications and raise global awareness of the Glico brand.

A Sign Through the Generations

The Dotonbori Glico sign has undergone several transformations over the decades, reflecting changes in technology and design trends.

The second-generation sign was unveiled in 1955, during Japan's postwar reconstruction, and featured a stage where puppet shows and musical performances were held.

The third-generation sign, installed in 1963, attracted attention for its fountain effects, which sent 12 tons of water gushing into the air. With the fourth-generation sign, introduced in 1972, the design shifted to feature a running track from an athletics stadium in the background.

Unveiled in 1998, the fifth-generation sign incorporated images of Osaka landmarks, including Osaka Castle and Osaka Aquarium Kaiyukan, into its background.

Continued on next page.

Source: Osaka's Glico Running Man to Get Major Makeover in 2027
Japan Forward

本教材は、一般社団法人ジャパンフォワード推進機構、株式会社産経デジタルより許諾を得て、産経ヒューマンラーニング株式会社が編集しています。
テキストの無断転載・無断使用を固く禁じます。

1. Article

In October 2014, the sign entered its sixth generation, becoming the first version to use LEDs across its entire surface.

Now, more than a decade later, the upcoming seventh-generation sign will continue the evolution of a landmark that has become synonymous with Osaka's Dotonbori district.







(Images courtesy of Ezaki Glico)

Source: Osaka's Glico Running Man to Get Major Makeover in 2027
Japan Forward

本教材は、一般社団法人ジャパンフォワード推進機構、株式会社産経デジタルより許諾を得て、産経ヒューマンラーニング株式会社が編集しています。
テキストの無断転載・無断使用を固く禁じます。

2. Key phrases and vocabulary

First repeat after your tutor and then read aloud by yourself.

1. undergo 受ける
The bridge will **undergo** a safety inspection next month.

2. approximately およそ
The journey takes **approximately** forty minutes by bus.

3. structure 構造物
The wooden **structure** was damaged during the storm.

4. enhance 高める
Fresh herbs **enhance** the flavor of the soup.

5. belief 信念
Her **belief** in equal opportunities influenced her teaching.

3. Questions

Read the questions aloud and answer them.

1. **When will the seventh-generation Glico sign be unveiled?**
2. **When was the first Glico sign installed?**
3. **What new name will Glico give its running-man logo?**
4. **How should companies balance tradition and change when updating famous landmarks?**
5. **What landmark best represents your hometown, and why?**

本教材は、一般社団法人ジャパンフォワード推進機構、株式会社産経デジタルより許諾を得て、産経ヒューマンラーニング株式会社が編集しています。
テキストの無断転載・無断使用を固く禁じます。

4. 大阪・道頓堀のグリコ看板、来春7代目へ　存在意義に関わる「ゴール」イメージからの転換

江崎グリコは10月13日、大阪・ミナミのランドマーク「道頓堀グリコサイン」を2027年春に7代目としてリニューアルすると発表した。初代看板は1935年3月に登場し、現行は6代目。2014年10月以来、約12年半ぶりの刷新となる。

6代目看板は12月1日午前0時に消灯し着工。工事中はデザインを施した幕で覆う。7代目のデザインは既に決定しているが、来春の点灯まで公表しない。看板のサイズや象徴ともいえる両手を上げたランナーのマークは変更しないという。ただ、LEDの最新技術を生かし、表現力や省エネ性能は向上させる。

この日の発表では、これまで親しまれてきた「ゴールインマーク」の名称を変更することも明らかにした。自社の掲げるパーパス（存在意義）に終わりはないとの考えから、常に走り続ける姿を象徴して「Glicoのランナー」へと改称。新看板の発信を通じてグローバルな認知拡大を図る。

今回のリニューアルの背景には、単なる観光名所としての役割を超え、企業としてのブランドコミュニケーションを強化したい狙いがある。看板自体の高い知名度が、同社の事業活動やメッセージの伝達に必ずしも直結していない点が課題となっていた。

同社の三木依子（よりこ）コーポレートブランディンググループ長は13日、「海外ビジネスを拡大する上で看板が担う役割は重要」と指摘。表現や情報発信の在り方を再構築していく考えを示した。

道頓堀グリコサインは1935年建設の初代から始まり、戦後復興期の2代目（55年～）には特設ステージで人形劇や演奏が行われた。63年に新調された3代目は12トンの水が噴き出す噴水型の演出が話題を呼び、4代目（72年～）から陸上競技場のトラックが背景を飾るデザインに移行した。

98年登場の5代目は、大阪城や海遊館を背景に描き、大阪市指定景観形成物に認定。2014年には初の全面LED化を遂げた6代目に進化し、情報発信拠点としての機能を高めてきた。

出典：大阪・道頓堀のグリコ看板、来春7代目へ　存在意義に関わる「ゴール」イメージからの転換
Japan Forward

本教材は、一般社団法人ジャパンフォワード推進機構、株式会社産経デジタルより許諾を得て、産経ヒューマンラーニング株式会社が編集しています。
テキストの無断転載・無断使用を固く禁じます。