



【ニュースリリース】

株式会社オレンジページ

2020 年 8 月 24 日

株式会社オレンジページが新しいブランドパーパスにもとづき SDGs 達成にむけた取り組みを強化、 ウェルビーイングな未来をつくれます。

今年で創刊 35 周年を迎えた雑誌『オレンジページ』をはじめ暮らしにまつわる刊行物の出版や、料理やクラフトの体験型スタジオ「コトラボ阿佐ヶ谷」の運営などを手がける株式会社オレンジページ(東京都港区)は、このたびオレンジページブランドパーパスを策定しました。

2015 年国連サミットで採択された「SDGs」(持続可能な開発目標)の認知率は、2020 年の各種調査で 30%程度に高まっています。しかし、ビジネスパーソンや学生の間での認知率の高まりにくらべ、専業主婦(夫)の間では伸び悩んでおり、また、ことばを認知しているビジネスパーソンでも日々のアクションにはつなげられていないなどの課題も見えてきました。誰もが一人の生活者であり、また、例えば日本のフードロスの約半分は一般家庭から出ていることを鑑みると、「SDGs」の達成には、日々の暮らしにおけるアクションの定着や、政府・企業の取り組みのみならず地域や家庭での取り組みを広げることが不可欠です。

オレンジページでは、生活者が無理なく取り組めるアクションを「ライフスタイル」として「イエナカ」まで贈り届けることで、SDGs の達成などに向けた取り組みを強化し、新しいブランドパーパス「ウェルビーイングな未来をつくる」の実現を目指してまいります。

1.オレンジページのブランドパーパス(抜粋、詳細別紙)

パーパス(社会における存在意義)

「食」を起点に暮らしをつくり、

生活者、コミュニティ、地球の、よりウェルビーイング * な未来をつくる

*美しく、健やかで幸せな状態 身体的・精神的・社会的に良好な状態

ミッション

「食」の意味と物語を発見し、編集し、贈ることで、

・生活者と〇〇をつなぐ

・ウェルビーイングを協働・共創する生活文化を育む

*〇〇は、その生活者にとっての Something New 世界を広げる視点や情報

2.代表取締役社長 一木典子からのメッセージ



オレンジページは、常にその時代を生きる生活者の「イエナカ」に、「食」にまつわる豊かな「ライフスタイル」を提案し「生活文化」として育んできました。創刊時には、単調になりがちな食卓に「異文化の多様な料理とテーブルセッティング」を。2020 年には、便利に偏りがちな暮らしに「環境や社会にちょっといいこと」を。

このたび、「食」にまつわるライフスタイルが、社会課題解決や生活者のウェルビーイングを高める重要なキーファクターとなっていることを踏まえ、新しいブランドパーパスを策定しました。「食」の意味と物語を発見し、編集

し、生活者に贈り届け、ウェルビーイングを協働・共創する「生活文化」を育むことを使命とし、生活者、コミュニティ、地球の、よりウェルビーイングな未来をつくります。以下に、具体的な取り組みを紹介させていただきます。

3.オレンジページの具体的な取り組み

『「食」を起点に暮らしをつくり、生活者、コミュニティ、地球の、よりウェルビーイングな未来をつくる』というオレンジページのパーパスの実現に向け、SDGs の達成に貢献する取り組みを自社、および、他社との協業により、様々な形で進めています。

-
- (1) 生産者と消費者を繋ぐ(株)ポケットマルシェと資本業務提携
 - (2) 自社媒体での読者へのエシカルなライフスタイル提案
 - (3) 自社通販でのローリングストックセット販売
 - (4) 自社調査をもとに SDGs レポートを発表
 - (5) 食卓から生活者の SDGs アクションのきっかけをつくる料理教室を企画
 - (6) 社内での SDGs ジブンゴト化への取り組み
-

(1)生産者と消費者を繋ぐ(株)ポケットマルシェと資本業務提携

株式会社ポケットマルシェ(本社:岩手県花巻市、代表取締役:高橋博之)の「個と個をつなぐ」というミッション、そして「共助の社会を実現する」というビジョンに共感し、同社とこのたび資本業務提携をいたしました。

オレンジページが誌面・WEB サイト・リアルな「場」等で提案してきた「おいしく」「ワクワク」する食コンテンツを、ポケットマルシェが紹介する「食材」・「生産者」・「地域」と繋ぎ、生活者の「食」体験をより豊かなものにしていきます。また、そのような取り組みを通し、共感で繋がる方々と共に、日本の食料自給率を握る1次産業のサステナビリティや都市のレジリエンスの向上を目指します。

ポケットマルシェ

全国の農家・漁師から、直接やりとりをしながら旬の食べ物を買うことができるプラットフォーム。現在、3,200 名以上(2020 年 8 月時点)の農家・漁師が登録しており、常に約 7,000 品の食べ物の出品と、その裏側にあるストーリーを提供している。<https://poke-m.com>

(2) 自社媒体での読者へのエシカルなライフスタイル提案

雑誌『オレンジページ』(月2回発行)では、2020年9月17日号(9月2日発売)より、新連載「Try & Happy～私たちのSDGs」をスタートします。

「環境」や「社会」というと、どこか遠い世界の出来事に思えるけれど。
じつは私たちの毎日のほんの小さな行動が、その世界につながっているんです。
オレンジページ編集部員がやってみた「環境や社会にちょっといいこと」を紹介。

～『オレンジページ』連載「Try & Happy～私たちのSDGs」より～

同誌では、これまでも読者の日々の暮らしの中での「フードロス対策」や「ローリングストック(※)」について取り上げてきました。今後も、同誌に限らず、SDGsをもっと身近に感じてもらえるような、オレンジページらしいアプローチで、情報を発信していく予定です。

※ふだん食べている食品を多めに買って「備える」「食べる」「食べた分を買い足す」を繰り返す、食料備蓄の方法



左／「Try & Happy～私たちのSDGs」2020年9月17日号(9月2日発売)より連載スタート ※上記

中／「ワケあり夏野菜、お助けレシピ」2020年8月2日号(7月17日発売)掲載

「思いっきり使おう、夏野菜」号の中で、捨てられそうな規格外野菜に注目し、フードロスを減らすアイデアを提案。

右／「今日からはじめる<ローリングストック>」2020年9月2日号(8月17日発売)掲載

「防災の日」(9月1日)を前に読者の関心が高まる「災害時に役立つ食料の備え方」を切り口に、新しい食料備蓄法として「ローリングストック」を提案。基礎知識からおいしい保存食リストまで7ページに渡り詳しくレクチャー。

(3) 自社通販でのローリングストックセット販売

「オレンジページ通販」では、誌面の企画と連動し、オリジナルの「ローリングストックお試しセット」を販売。備蓄食品を消費しながら自然に入れ替えることで、災害に備える「ローリングストック」は、ふだんから忘れずに食べてこそ習慣化できます。そこで、お取り寄せ生活研究家の aiko*さんおすすめのストック商品のなかから、おいしさにこだわったお試しセットを数量限定で作りました。



オレベオリジナル「ローリングストックお試しセット」：左から、グリップコーポレーションのしまなみ八朔缶詰、洋麺屋ピエトロパスタソース 絶望スパゲティ、まるい食品の山形の芋煮 醤油味 ほか、全5種。5573円(税込)

(4) 自社調査をもとに SDGs レポートを発表

読者モニターと明日の暮らしを考える誌面連載「オレンジページ暮らし予報」では、SDGs に関連するテーマでのレポートをこれまで数回発表。また、コミュニティサイト「オレンジページサロン WEB」(<https://orangepage.cocosq.jp>) でも、今後 SDGs をテーマにしたトークを開催予定です。

～レポートの一例～

・プラごみ(プラごみ問題についての意識調査、実際の行動)

https://www.orangepage.net/attachments/uploads/top_informations/attachment/0000000262/20190819105223.pdf

・食品ロス(日本の家庭における食品ロスの実態)

https://www.orangepage.net/attachments/uploads/top_informations/attachment/0000000303/20200520100742.pdf

・ローリングストック (防災時の食料備蓄についての調査)

https://www.orangepage.net/attachments/uploads/top_informations/attachment/0000000314/20200817144816.pdf

(5) 食卓から生活者の SDGs アクションのきっかけをつくる料理教室を企画

博報堂の「博報堂 SDGs プロジェクト」と協働し、生活者の「食」に関わる SDGs アクションを企業とともに広げていく「未来を変える食卓 EARTH MALL TABLE(アースモールテーブル) with オレンジページ」を始めます。「コトラボ阿佐ヶ谷」のこれまでの知見と設備を生かし、楽しみながら、自分が食べるものが環境や社会に与えるインパクトや、食材の選び方、調理や廃棄の方法などを知ることができる「サステナブルオンライン料理教室」の開催を予定しています。

未来を変える食卓を。



博報堂「未来を変える食卓 EARTH MALL TABLE」

<https://www.hakuhodo.co.jp/news/newsrelease/83041/>

(6)社内での SDGsジブンゴト化への取り組み

・「SDGs カードゲーム」を全社員に向けて開催(2019 年 11 月～2020 年 2 月に実施)

2019 年 4 月には国連でも実施されたカードゲーム「2030 SDGs」に全社員が参加。〈与えられたお金と時間を使ってプロジェクト活動を行いゴールを目指す〉ゲームを通し、SDGs がなぜ私達の世界に必要なのか、そしてどんな変化や可能性があるのかを体験的に理解でき、上記の連載や調査レポート発信などの取り組みにつながりました。



『オレンジページ』

失敗なくおいしく作れるレシピ情報が支持され、今年創刊 35 周年を迎えた生活情報誌。30～40 代の主婦を中心に幅広い読者層を誇る。発行部数＝318,679 部(2019 年印刷証明付発行部数)

コトラボ阿佐ヶ谷

東京都・阿佐谷でオレンジページが運営する体験型スタジオ。2017 年のオープンから、毎日、多彩なジャンルの料理講座や各種イベントを実施。人気の料理家やシェフ、専門家に学ぶことができる。

オレンジページ通販

〈いつもの生活に 使える！ 楽しい！ をプラス〉をモットーに、日々の暮らしを豊かにするアイテムを紹介。キッチングッズ、ファッショングッズ、防災グッズなど、幅広いジャンルの商品を取り扱う。<https://ec.orangepage.net>

オレンジページくらし予報

“くらしの目利き”たちが数多く所属する読者モニター「オレンジページメンバーズ」の声を集めて〈次のくらし〉を読み解くプロジェクト。

<このリリースに関するお問い合わせ先>

〒105-0004 東京都港区新橋 4-11-1 株式会社オレンジページ

広報室 鈴木・遠藤 press@orangepage.co.jp Tel 03-3436-8421 Fax 03-3436-8434

別紙

オレンジページのブランドパーパス

https://www.orangepage.net/blogs/brand_purpose/

パーパス(社会における存在意義)

「食」を起点に暮らしをつくり、

生活者、コミュニティ、地球の、よりウェルビーイング * な未来をつくる

*美しく、健やかで幸せな状態 身体的・精神的・社会的に良好な状態

ビジョン

生活者、コミュニティ、地球がウェルビーイングな世界

ミッション

「食」の意味と物語を発見し、編集し、贈ることで、

- ・生活者と〇〇をつなぐ
- ・ウェルビーイングを協働・共創する生活文化を育む

*〇〇は、その生活者にとっての Something New 世界を広げる視点や情報

バリュー(価値を置く行動)

人事ポリシー

生活者であれ、創造者であれ

生活者であること。

「わたし」が、毎日を機嫌よく過ごす生活者であるために、

文化に触れ、おいしいをかぎつけ、楽しいことハンターになろう。

「わたし」が、いまを楽しく生活することから、世の中の暮らしも豊かにしよう。

創造者であること。

自分の感じたワクワクを他の誰かと共有し、広げよう。

昨日とは違う環境を、機会を、キャリアを、つながりを、新しい価値を、

自ら先んじて創り出すことで、“あさって” も心待ちにしよう・させよう。

行動指針

かえる

見方を、言葉を、やり方を、柔軟に変えてみる

自ら変えると、大きくなって自分に返る

きづく

問いを深め、心を開き、視野を広げる

真の声に、自分の可能性に、チャンスに、気づく

くむ

中も外も巻き込んで、とことん組む

みんなの思いを汲んで、ともに走りきる

けとばす

前例を、常識を、現実を、疑い蹴とばす

その先に新しい景色がある

こえる

限界まで考え抜いて、自分を、垣根を、数字を、超える

超えてみたら気持ちいい