

～ファンの力が生き生きと表現されるメディアのあり方へ～

『オレンジページ』が新編集長に松田紀子氏を招聘

株式会社オレンジページ（東京都港区）が発行する生活情報誌『オレンジページ』は8月17日（水）発売号より、新たに松田紀子氏を編集長に迎えることのお知らせいたします。



松田氏招聘の背景

雑誌『オレンジページ』は、本日で創刊37周年を迎えました。デジタル化による情報との付き合い方、共働き世帯の増加による家族のライフスタイル、コロナ禍での「ニューノーマル」など、創刊当時には想像できないほど、生活者の暮らしは大きく変わりました。そのような中、私たちの中核事業である『オレンジページ』も、現代に暮らす読者に寄り添う「生活情報誌」として、新しいあり方が求められていると認識しています。一方、『オレンジページ』は編集部「読者の声」を届けてもらうため、「綴じ込み封筒」を掲載するなど、創刊以来、読者の声を聞き、読者とともに歩んできたメディアです。新しい生活情報誌のあり方がどのような形であっても、読者を大切にするこの姿勢はこれからも変わることなく、むしろより一層読者の皆さんとのつながりを深め、ともに新たな価値を見出し、暮らしに寄り添う提案をしていきたいと考えております。

このような背景の下、株式会社ファンベースカンパニー（東京都渋谷区／以下、ファンベースカンパニー）のディレクターである松田紀子氏と出会い議論を重ねる中で、『オレンジページ』や読者の個性を大切にしながらも、さらに広く、深く愛されるメディアとなる未来の実現に、真摯に向き合ってくださいと確信し、新編集長として招聘するに至りました。

【1/4】

「ファン」を大切にすることへの回帰と強化

松田氏は、これまで出版業界で数々のヒットコミックエッセイを手がけた実績、生活情報誌の編集長経験を持ち、現在はファンベースカンパニーのディレクターとして、同社の提唱する「ファンベース」という考え方の下、企業やブランドが大切にしている価値を支持するファンの共感・愛着・信頼を増やし共に未来の価値を創出することで、企業やブランドの成長を支援しています。

「ファンベース」のアプローチは、『オレンジページ』が創刊以来もっとも大切にしてきた価値観、私たちが改めて生活者と向き合うことで実現したい「生活情報誌の未来像」と強く符号するものと捉えています。そして私たちは、これまでの豊富な経験や知見、また実績だけではなく、「ファンベース」を実践される現在の松田氏の取り組みと熱意に共感・共鳴しました。今回松田氏はファンベースカンパニー在籍のまま『オレンジページ』編集長に就任し、ファンベースカンパニーの力も借りながら、読者＝ファンのより深い理解、共感・愛着・信頼を生む取り組み、半歩先をいく提案をつくり上げていきます。

編集長も「複業」の時代

ファンベースカンパニーのディレクターであり、株式会社オーバーラップ（東京都品川区）が出版する『はちみつコミックエッセイ』の編集長も務める松田氏は、現在の肩書きはそのままに、新たに『オレンジページ』の編集長に就任する形となります。社会が「複業」「パラレルワーク」を受容し始めている今日、『オレンジページ』も新しい編集長のあり方を模索してきました。ひとつの所属や役割にとらわれることなく、多方面で活躍する複業人材が持つ知見やネットワーク、そして情報感度と幅広い好奇心が、生活情報誌や編集そのものをポジティブに変えていく原動力になると考えています。また、創刊以来、編集長ポストの社外登用が初となる『オレンジページ』にとって、松田氏の招聘自体が変化・チャレンジを象徴するものでもあります。生活情報誌の未来、編集長や雑誌づくりの新しいあり方など、今後の『オレンジページ』の変化とチャレンジに、ぜひご期待ください。



新編集長、松田紀子氏より

このたび『オレンジページ』編集長に就任いたしました、株式会社ファンベースカンパニーの松田紀子です。2019年まで『オレンジページ』と同じ生活情報誌業界で編集長を務め、編集メンバーと共に読者が喜ぶ雑誌を目指して誌面を刷新し、「『オレンジページ』の実売部数を超える」をひとつの目標としていました。その私が、なぜ今、『オレンジページ』の編集長就任を受けたのか。そのお話から始めたいと思います。

はじめは、以前から面識のあったオレンジページの役員の方から届いた、1本のメール。その切迫した内容からひとまずお話を伺うことになりました。そこでは、近年の売上や、編集部を揺るがした出来事など、『オレンジページ』の状況とご苦労を切々と伺うことになりました。私が雑誌業界を離れた3年前と比べて、デジタルシフトは一層進んでいます。「大きな改革が必要な時代。ぜひ協力してほしい」という主旨でした。

その時、私の胸に去来したものは、愛読している本誌のファン読者の姿でした。創刊以来37年もの間、日本を代表する生活情報誌としてその存在が認知されていることに大きな価値があります。「コロナ禍を経て、急激に部数が落ちてしまった」ということでしたが、隔週の刊行にもかかわらず10万人を超えるファン読者がいてくださるのも事実です。万が一にも、愛読誌がなくなってしまったら…とまで想像してしまい、ファンベースカンパニーでさまざまな業界・分野のファンの声を傾聴している私にとって、胸がつぶされるような思いがしました。私にとっても、『オレンジページ』はかつての目標であり、「雑誌の代名詞」という存在。出版業界、雑誌業界に与えるダメージも計り知れず、何としても回避しなければならないという思いが胸に深く刺さりました。

現在の私が勤めているファンベースカンパニーの基本は、「ファンを大切にし、ファンをベースにして、中長期的に売り上げや価値を上げていく」考え方です。これは、商品やブランドの方向性や価値観など、目指す姿がはっきりしているものほど濃く、強く作用します。中でも雑誌ほど、ファンの力が生き生きと表現され、輝かせることができる商品はないのか。この3年間、ファンベースカンパニーであらゆる企業の伴走をしてきたからこそ、コアなファンがいる『オレンジページの強さ』をあらためて感じています。ファンベースの理念を軸に、再度『オレンジページ』の価値を深掘りし、誌面に投影していきたいと思っています。

競合誌が切磋琢磨し、それぞれが部数を伸ばすことは、生活情報誌全体の活性化につながるものと信じています。それが私のたった一つの願いです。

37周年を迎えて、さらに新しい道へと踏み出す『オレンジページ』に、変わらぬご声援を頂戴できますよう、何卒よろしく願い申し上げます。

松田 紀子（まつだ のりこ）

1973 年長崎生まれ。株式会社リクルート『じゃらん九州発』の編集経験後、出版社、株式会社メディアファクトリーにて 300 万部突破の『ダーリンは外国人』などコミックエッセイジャンルを牽引。株式会社 KADOKAWA 移籍後、生活情報誌『レタスクラブ』の編集長を 2016 年より兼任、3 号連続完売、実売前年同期比 146% の V 字回復を果たす。2019 年、野村證券の子会社である株式会社ファンベースカンパニーに転職し、ファンベースに基づいた企業のコンサルティング・伴走を実践するディレクターへ。2021 年 5 月より出版社、株式会社オーバーラップ『はちみつコミックエッセイ』編集長を兼任。コミックエッセイの描き手を育てるオンライン講座も運営。東京 FM 番組審議会審査委員。TCS 認定コーチングスキルアドバイザー。プライベートでは高校生男子の母であり、サーフィンとゴルフを始めました。

株式会社ファンベースカンパニー



「ファンを大切にし、ファンをベースにして、中長期的に売上や事業価値を高める考え方」＝「ファンベース」の理念を軸に、企業やブランドの成長を支援・伴走する会社。ファンの感情と誠実に向き合い、企業やファンと共にみんながハッピーになる未来を創りあげていきます。

株式会社オレンジページ

雑誌『オレンジページ』他ムック・書籍の出版をはじめ、マーケティングによる情報提供サービス、生活雑貨を中心とした通販、「食」と「暮らし」を中心としたイベント・講座の運営など、生活を軸に多方面で事業を展開。2020 年 8 月にブランドパーパスを〈「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〉と設定し SDGs 達成にむけた取り組みを強化。2021 年 6 月に「生活実装する会社」をタグラインに掲げ、コーポレートロゴを新設。企業・団体との新たな協業に積極的に取り組んでいます。

【本リリースに関するお問い合わせ】

〒108-0073 東京都港区三田 1-4-28 三田国際ビル 16F

株式会社オレンジページ 広報担当 遠藤・雫石 press@orangepage.co.jp

【4/4】