

「株式会社オレンジページ」は、 「株式会社オレンジページ」にかわります。

オレンジページが業容拡張に向け、コーポレートアイデンティティを新設



生活情報誌『オレンジページ』を手がける株式会社オレンジページ（東京都港区／以下、オレンジページ）は、新たに「生活実装する会社」をタグラインに掲げ、既存事業の枠を越え、クライアント企業・団体、外部パートナーとの協働に、積極的に取り組んでいくことを、ここに宣言します。これに伴い、コーポレートアイデンティティ（以下、CI）を新設しました。

本リリースとともに、新たなスタートを表すスローガン「ページを ほどこう。」をテーマにした特設サイトをオープンしましたので、あわせてご覧ください。

特設サイト「ページを ほどこう。」

<http://www.orange-page.jp/untied-pages>

「生活実装する会社」とは

オレンジページは、36年にわたる事業運営で培った「生活者の〈本当にほしい〉をくみ取る傾聴力」、「どんな情報も丁寧に咀嚼し、〈リアルな生活シーン〉を描く編集力」、「〈誰もが実践できる〉を実現する徹底した検証主義」を、〈生活実装力〉と定義しました。これは、私たち自身が〈生活者の集団〉だからこそ生まれた、企業のDNAといえる基本姿勢です。オレンジページはこの〈生活実装力〉を軸に、既存事業の枠を越え、さまざまな分野の企業・団体のみなさんと共に、私たち自身も胸躍するような“something new”を見つけ、「生活実装」に向けたプロジェクトを推進していきます。

3つのかわること

「生活実装する会社」を新たなタグラインに掲げたオレンジページでは、以下の3点を変革の目標とします。

1. BtoB ビジネス、企業・団体のお客さまとの協業を加速させます。

これまでBtoCビジネス中心だった事業構造を見直し、BtoBビジネスを強化することで、自社事業・クライアントサービスの垣根なく、「生活実装」を推進する企業に生まれかわります。

2. 「株式会社オレンジページ」の企業ブランドが独り立ちします。

オレンジページでは、生活情報誌『オレンジページ』のブランドロゴを企業ロゴとして併用してきました。1.の目標設定に伴い、新たにCIを設定し、企業ブランドを独り立ちさせます。生活情報誌『オレンジページ』をはじめとする既存事業にとらわれず、新しい取り組みや外部パートナーの皆さまとの協業にチャレンジしていきます。

3. 社員の発意による事業づくりを重視し、社員ひとりひとりの〈らしさ〉が生きる活動を強力に推し進めます。

今回のCI開発にあたっては部門横断プロジェクトを発足。全社員参加のワークショップも実施し、企業のDNAや変わるべき課題を突き詰めていきました。幾度も検討を重ねた結果、生活を心から愛し、個性豊かなオレンジページの社員は会社の資産でありながら、これまでその個性を事業活動に生かしきれていないことを改めて認識しました。今後は個々人の〈らしさ〉を「生活実装」につなげるべく、社員の“偏愛”を生かした事業創出や「個人」の発信を強化していきます。



みんなのオレペ PROJECT —

オレンジページが The Orangepage Inc になるまでの軌跡

オレンジページ新CI特設「ページを ほどこう」

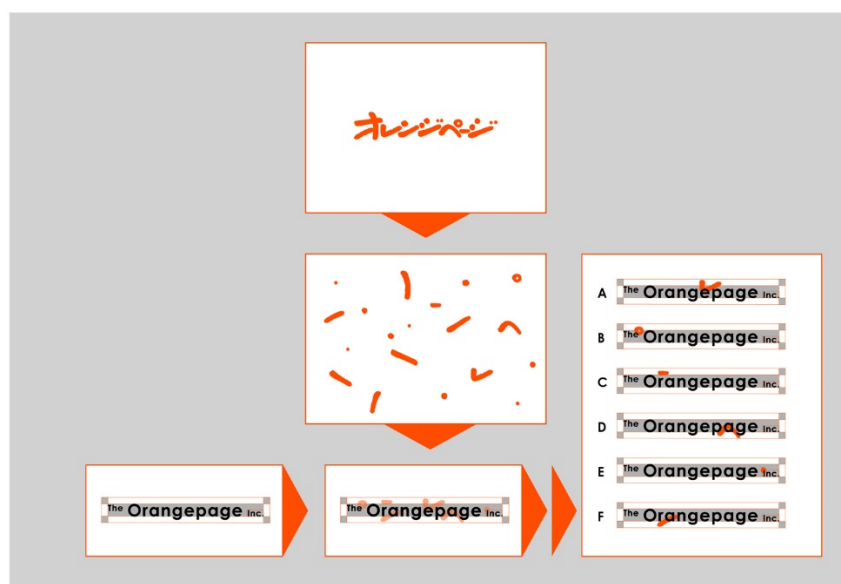
<http://www.orangepage.jp/untied-pages/#anchor-articles>

【2/5】

| コーポレートアイデンティティ



CI のデザインコンセプトは、長く愛されてきた生活情報誌『オレンジページ』ロゴの要素を分解・再構築したものです。これには、出版事業などで培ってきた DNA を引き継ぎ、新しい業態に挑戦していく意思が込められています。また、社員ひとりひとりの個性や、新たな可能性を探索する新生オレンジページの姿勢を表現するため、ダイナミックアイデンティティを採用しました。



ページを ほどこう.

チラシを集めてはじまった、オレンジページ。
36 年を経たこのタイミングで、
一度ほどいてみたらどうだろう？
ひとつひとつのページにほどいてみたら、
あちらこちらに未知なる可能性が転がっていった。
いろんなページの組み合わせから、
これまでとは違う価値が見えてきた。

「ページを ほどこう.」を合言葉に、
私たちは「生活実装する会社」への一歩を踏み出す。

綴じない、閉じない。
新・オレンジページ、はじまります。

CI にたどり着く上で、重要なキーワードとなったものは、新スタートを表す「ページを ほどこう.」のスローガンです。多くの読者に愛される生活情報誌『オレンジページ』。社員にとっても拠り所である『オレンジページ』ブランドの枠から踏み出す挑戦は、決して小さくない一歩でした。しかし、「株式会社オレンジページ」が次のステージに向かうためには、私たちがこれまでに積みあげ、培ってきた実績や資産を一度分解し、強みや個性をひとつひとつ見つめ直すことが大切だと、このスローガンが気付かせてくれました。これから「生活実装する会社」にかわっていくオレンジページは、一度ほどいたページのひとつひとつを、これまでとは違う見立てで組み合わせ、新たな価値を生み出す取り組みにチャレンジしていきます。

なお、今回の CI 新設とともに、社員の中途採用を実施します（7 月中旬予定）。株式会社オレンジページのスローガンやブランドパーパスに共感し、一緒にチャレンジしていく人材を募集します。

｜より詳しい情報はこちらから

特設サイト「ページを ほどこう.」

URL： <http://www.orangepage.jp/untied-pages>

【本リリースに関するお問い合わせ】

〒105-0004 東京都港区新橋 4-11-1

株式会社オレンジページ 広報担当 遠藤

Mail：press@orangepage.co.jp

Tel：03-3436-8421 Fax：03-3436-8434

＜株式会社オレンジページについて＞

生活情報誌『オレンジページ』他雑誌・書籍の出版、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事業、及び料理を中心としたイベント・講座の運営とこれらに関する事業を展開。2020 年より、〈「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〉をブランドパーパスに設定しています。

*よく在る、よく居ること。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

参考：ブランドパーパス策定のプレスリリース

<https://static.orangepage.net/media/news/315/files/20200824144230.pdf>

新たに掲げたタグライン〈生活実装する会社〉は、生活者の暮らしを豊かにするための、小さくとも着実な行動の実践を改めて宣言するものであり、この実践の積み重ねが、いつしか社会全体の〈ウェルビーイングな未来〉につながると捉えています。