

---

オイシックス・ラ・大地  
**会報誌ファールブル 媒体資料**

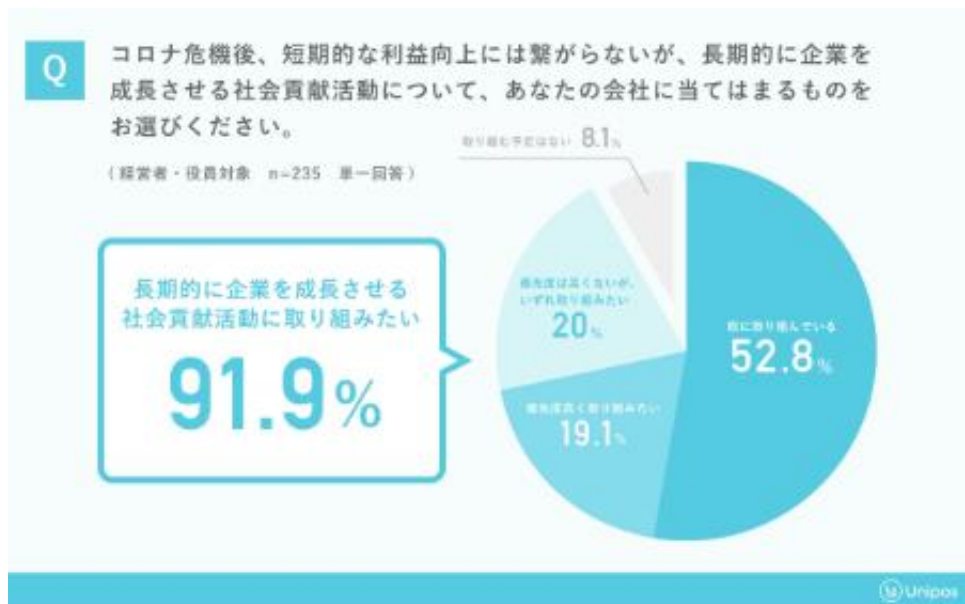
---

お問い合わせは以下よりお願いいたします。

メディア事業部：宮本 並木 江原 内山  
Tel：050-5305-0534  
Email：ad-oisix@oisixradaichi.co.jp

オイシックス・ラ・大地株式会社  
ソリューション事業本部  
メディア事業部

コロナの影響もあり、社会貢献活動を促進したいと答えた企業は9割を超える中  
その認知拡大の手法に関して、課題を持っている企業様が多くいらっしゃいます。



生活者に活動内容を理解してもらう機会が少ない

SDGsなどの認知拡大に向いている媒体がない

うまいPRの仕方がわからない

※ Unipos株式会社 SDGsを認知する経営者200名に聞いた社会貢献活動へのハードルは「従業員への理解浸透」参照  
調査名：『新型コロナ対策の寄付支援と従業員エンゲージメント』に関するアンケート  
期間：2020年5月20日(水)～21日(木)  
方法：インターネットリサーチ  
対象：全国の上場企業に勤務し、「SDGs (Sustainable Development Goals = 持続可能な開発目標)」という言葉を認知している一般社員20-59歳男女202名(男性166名、女性36名)、経営者・役員30-79歳男女235名(男性228名、女性7名)

このような課題感を持つ企業様向けのお手伝いができる媒体ができました！

## Farble (ファール) とは

Oisix・らでいっしょぼーや・大地を守る会の全会員向けに、当社の食に関する社活動を紹介する会報誌です。

従来から各ブランドで配布している会報誌は、ブランドごとの商品や生産者の紹介が中心で、サービスとの連動性が高いものでしたが、一方で「ファール」は、食を取り巻く社会問題について、どんな考えで自社が取り組んでいるのかを伝えることを目的に据えて制作をしています。



「これからの食卓、これからの畑」よい食を皆さまにお届けすることで、それを作る人も食べる人も幸せな日を送ることができると考えております。

オイシックス・ラ・大地の理念でもある、食を通して社会課題を解決するため、活動を広く知っていただき、お客様（弊社会員）にアクションするきっかけを提供する会報誌です。

**約30万世帯にリーチ！！セグメントされた会員層で、社会貢献意識が高い顧客層**

**①全アクティブ会員約30万世帯に配布**

食関連の雑誌では、とても高い実配布率

Oisix会員約200,000世帯。らでいっしゅ会員約63,000世帯。大地を守る会会員約43,000世帯

**②世帯年収が高い会員にリーチ**

可処分所得が高く、700万以上の世帯が半数を超える

**③社会貢献活動に対して 96.5% が興味関心あり**

※下記アンケート参照

**④配布後アンケートで意識調査可能**

各掲載記事についての事後アンケートをとり、イメージ、認知UP等をはかることでできたかフィードバックを報告させていただきます。

(アンケート料込)※アンケートは事前すり合わせした3問程度を想定



(参考) テスト媒体からの読者アンケート結果 (2019年11月 n=218)

ポジティブ検証	回答	全体
社会貢献活動への興味はありますか？	「とても関心があり、参加したこともある」	42.3%
	「関心はあるが、参加したことはない」	54.2%
FARBLE冊子について、お届け商品と共に同梱した場合読みたいと思いますか？	「積極的に読みたい」「積極的ではないがあれば読む」	95.6%
社会貢献活動に積極的な企業を応援したいと思いますか？	「とても思う」「やや思う」	95.1%
社会貢献活動につながる商品・サービスは積極的に利用したいと思いますか。	「とても思う」「やや思う」	93.9%

会員の  
96.5%  
が興味ありと  
回答

会員の93.9%が  
積極的に利用したいと回答

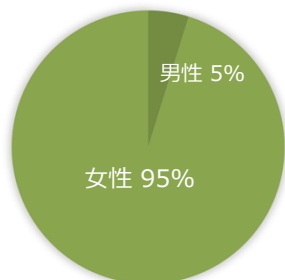
取り扱い食品の安全性とサービスの利便性を支持され、主に都市部在住の、  
30～40代の働く女性やママにご利用いただいています。世帯年収が高く、お子様ありの方が74%。内、未就学児童が36%。

Oisix.com 基本データ

定期宅配利用会員	定期平均購入単価	月間平均購入単価	月間購入回数	定期顧客 月間注文件数	1回当たり 購入点数	(おためしセット) リピート率
約360,000世帯	約6,500円	約13,600円	2.1回	約600,000件	約15アイテム	34.5%

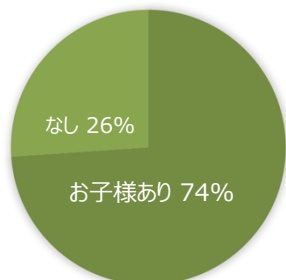
性別

女性が95%



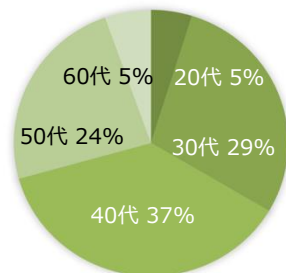
家族構成

お子様ありが74%



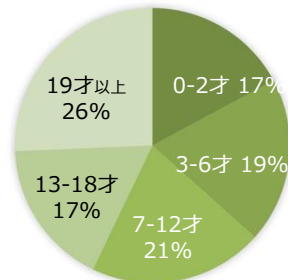
年齢

30～40代が66%



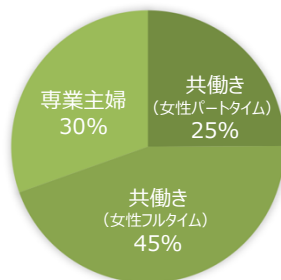
お子様の年齢

未就学児が36%



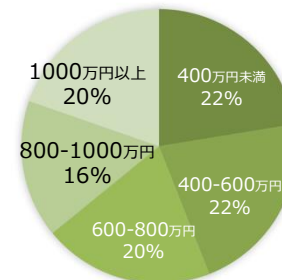
就業形態

働く女性が70%



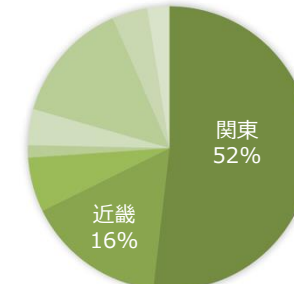
世帯年収

1,000万円以上が20%



居住地域

首都圏が49%

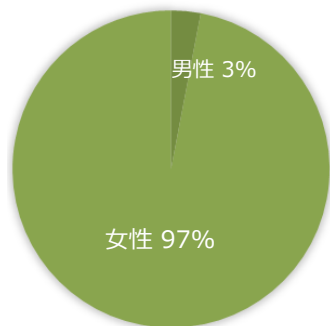


27%が世帯年収1,000万円以上、  
毎日の暮らしを丁寧に、手間ひまをかけた暮らしをしている方が多いです

らでいっしゅぼーや 基本データ				
定期宅配利用会員	定期平均購入単価	月間平均購入単価	月間購入回数	定期顧客 月間注文件数
約63,000世帯	6,400円	21,120円	3.3回	204,600件

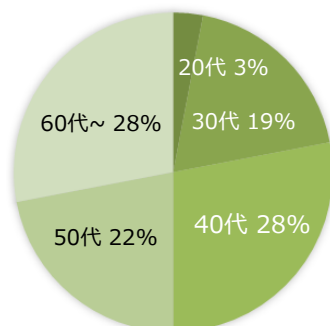
性別

女性が97%



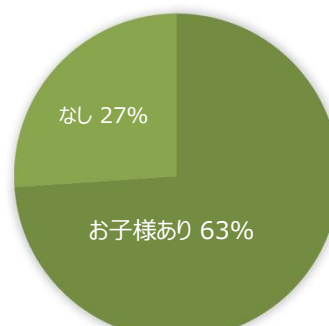
年齢

コアユーザーは50代以上



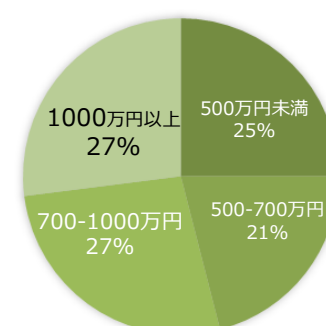
家族構成

お子様ありが63%



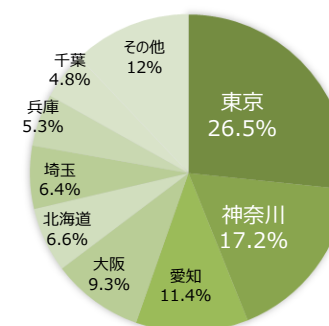
世帯年収

1,000万円以上が27%



居住地域

東京・神奈川で約1/3



お客様属性(自社便配送エリア)1都3県※顧客のほぼ、100%が関東圏在住

定期宅配会員	月間注文頻度	平均購入単価	1回あたりの購入点数	月間新規入会	月間UU数
43,000世帯	3.25回	7,543円	14.5アイテム	約800	35,100UU

## ■子育て世代 (30~40代) について

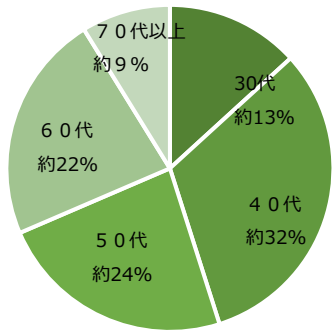
- ・約7割が3人以上世帯であり、かつ約2/3に18歳未満の子どもがいる。
- ・子ども1~2人世帯でも、約半数が有職者。

## ■シニア世代について

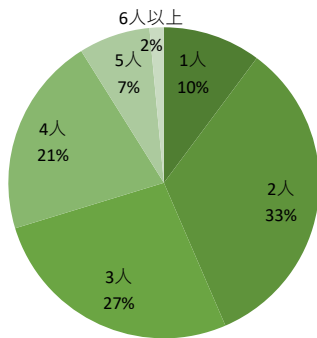
- ・60代では約6割、70代以上では3/4が2人以下の世帯。70代以上では1人暮らしも2割いる。
- ・孫世代との同居はごく少数派。
- ・60代では約3割、70代以上では約15%が就労しているが、大半は専業主婦である。

## 会員属性

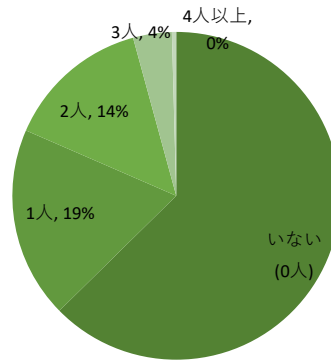
### ■年齢



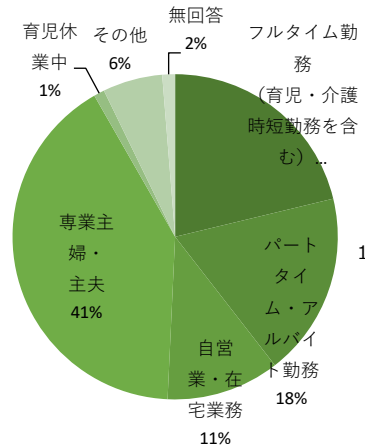
### ■同居家族の人数



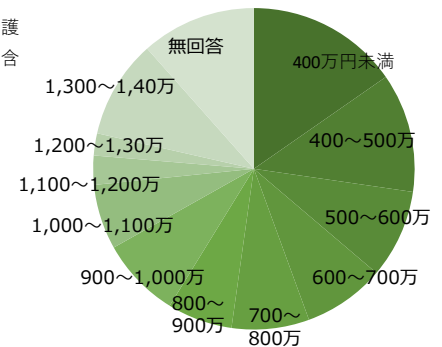
### ■同居しているお子様の人数



### ■就業状況



### ■世帯年収







## ■生活アートクラブ様

生活アートクラブは、  
森を育て持続可能な未来につながる  
「木づかい」生活を応援します

ひとつひとつ表情が異なる、  
職人で丁寧に作られた木の山梨

本紙の手触りやぬくもり、木の  
やさしい匂いが、子どもたちの感情を育みます。

生活アートクラブは国産材木製品の普及に力を入れています

国土の約66%が森林である日本は、世界有数の森林大国です。昔から日本人は森林資源を持続的に上手に活用し、自然と共に暮らす知恵や工夫を蓄積してきました。ところが、戦時中道具が石油や石油製品に代わり、また、木材は安価な外国産輸入材が多くを占めるようになり、経済的な価値を生みやすい地域の森林に傾心が寄せられなくなりました。その結果、人と森林との関わりは薄れ、山は荒れ、自然と共に暮らす知恵や工夫は失われつつあります。適正な関わりをすることは、日本の森林にとって大変重要な課題です。関わりは単なる伐採ではありません。関わりは木の密度を適正にし、地表に光が差し込むことで木の幹や枝、葉や

葉はCO<sub>2</sub>を吸収し、同時に酸素を発生させる光合成を活性に行うことでバランスよく成長していくことができるのです。また伐採した樹材に小さな木を植林し、大小の木の混在した豊かな森をつくることで森の小動物を守り、降りた雨水を土壌が蓄え、ゆっくりと川に流すと共に、二酸化炭素を吸収し酸素をつくり、地球温暖化を防ぐ大変重要な役割も担っています。そして何より、森林資源は持続可能な天然資源。なるべくプラスチック製品の使用を減らし、持続可能な資源で作られた製品を使う生活にシフトしていくことが地球環境を整えることに繋がると私たちは考えます。

他にも様々なナチュラル素材の製品をご紹介します

からでいしレーダーや、  
大地を守る会では  
定期的に商品チラシを  
配布しています。

有限会社生活アートクラブ  
〒202-8688 東京都千代田区大塚1-1-1 東武東上線大塚駅東口  
〒202-8688 東京都千代田区大塚1-1-1 東武東上線大塚駅東口

ショップURLはこちら  
Ecology Department Japan  
エコーデパジャパン  
https://ecodepa.jp

## ■ファストドクター様

全国11万人\*が利用しています

ファストドクターは東京都・大阪府から委託を受け、  
自宅療養者の緊急相談を行っています。

大切な人もずっと健康に。  
誰も取り残さない社会をめざし、  
いつでもかけつけます。

- 365日対応します
- 救急相談・往診に対応
- 24時間受付
- かかりつけ医と連携\*\*
- 自宅でPCR検査も可能\*\*

自宅療養期間が長くなる場合、  
検査費用の負担を減らし、  
かかりつけ医と連携し、  
その場でお薬をお渡しします。\*  
\*\*一部地域限定です。

STEP1 仕診の流れ  
お電話・LINE等で  
緊急相談  
お電話・LINEで  
お電話・LINEで  
お電話・LINEで

STEP2 医師とドライバーが  
自宅へ往診

STEP3 自宅で  
診察・検査

STEP4 その場でお薬お渡しし  
かかりつけ医と  
連携

LINEから「Farble読者様番号」を事前入力しておく、  
医師が移動する交通費が無料になります！

STEP1 二次元コードから  
LINE友だちになる  
お電話・LINE、診察・30分対応など  
緊急にもお電話がメインになります！

STEP2 Farble読者様番号を  
入力  
もしもお病気のファストドクターLINE  
から緊急相談、診察依頼ができます。  
お電話にご連絡ください。診察料・薬料  
の紹介など、詳しくはLINEで！

Farble  
読者様番号  
201460

Fast DOCTOR  
東京都心にも、ファストドクターへ  
0120-963-393

## ■安心・家づくりの会様

自然住宅・安心家づくりの会  
自然素材  
環境・健康・安全・安心

日本の森を守ることが  
自然住宅・安心家づくりの会の取り組みです！

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS  
15  
環境や未来を守るのは国産材

人の暮らしは山や川、森、そして森に育まれた自然に支えられています。わたしたち人間の暮らしが豊かになるにつれて、世界的に自然がどんどん破壊され森林が失われていきます。日本の現状をみてみると、木材消費量の約7割を海外の森林から得ています。また近年は国内からの木材の需要も増加し立派な、丸太の森林が増えていくのです。丸太は、地域経済の振興、自給率の向上、森林・地産地消など、国産材「を育てた国産材を住まいづくりに利用することで日本の森林再生の取り組みをしています。

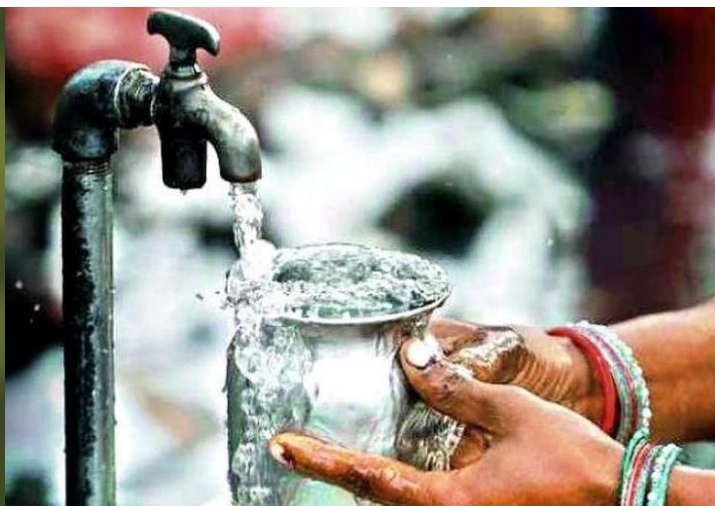
らでいしレーダーや  
大地を守る会では  
定期的にチラシを配布しています。

自然住宅・安心家づくりの会  
TEL : 050-3700-7439  
anshinedaichi@teiry-plaza.or.jp  
https://anshinedaichi.com/

HPはこちら

## 御社のお取り組みに合わせてタイアップ記事広告を制作可能！

各企業様の社会貢献活動・SDGsなどの切り口にに合わせて、タイアップ記事の制作が可能です。訴求されたい内容のご希望に応じて、弊社でライティングも可能ですので、お気軽にお問い合わせください。配布時期に合わせて、弊社各ブランドWEBサイト上でのタイアップも！





## SDGsの目標と合わせて、読者目線でのタイアップ記事を構成

SDGs 目標、陸の豊かさを守ろうという目標を切り口に、イタリアで有機農法の紹介をおこなった。弊社会員が女性がほとんどなので、女性生産者様にご登場いただきおすすめのレシピや、彼女のサステイナブルな生き方の選択という視点で記事を構成しました。

### ■日仏貿易様（アルチェネロ）



**マリアさんの選んだ古代小麦**

マリアさんが育てる古代小麦は、栄養バランスのよい小麦として知られています。化学肥料や化学農薬がなかった時代から、品種改良をされずに受け継がれてきた品種で、自然の力で育つ性質を持っています。そのため有機農法に適していて、長い穂が主から栄養分を豊富に含む上げます。

今回は Farbio のために、マリアさんがレシピを教えてくださいました。シンプルでイタリアの家庭の味をぜひご自宅で楽しんでください。使用する「有機全粒粉スパゲッティ」には古代小麦が使われています。



**イタリアの大地を愛するマリア・デジアンテさん。未来を担う次世代のため、彼女が選んだのは有機農法でした。**

家族から受け継いだ大地を次世代に。有機農法への転換という「生き方の選択」

アルチェネロの小さな生産者であるマリア・デジアンテさんが大地に身を捧げることを決めたのは22歳の頃。家族の農場を受け継ぎ経営者となりました。そして、2005年に全ての農務を有機農法に変えるプロセスを開始します。2年もの長い経過期間を費やす、エシカル（倫理的・道徳的）かつサステナブル（持続可能）なチャレンジでした。

エシカルでサステナブルな農業。それは「生き方の選択」でもある。とマリアさん。「大地を心から愛していなければ、その価値を正當に評価できません。私たちには大地への配慮を次世代に伝える義務があるのです。」

**＊ブロッコリーのバスカ 有機全粒粉スパゲッティ**

材料は人前！	作り方
アルチェネロ有機全粒粉スパゲッティ 100g	① フロッコローは小鍋にかけ、お湯は沸騰状態で待ちかたをさせ、塩を、ブロッコリーが煮えたら、具に絞ってバスカを作る。
アルチェネロ有機全粒粉スパゲッティ（オーソープオイル） トルネード 300g	② フライパンにオーソープオイルを熱し、塩を加えて煮えたら、フライパンにスパゲッティを加えて煮えたら、ブロッコリーを混ぜる。
ブロッコリー 100g	③ 茹で上がったスパゲッティにフライパンに入れ、仕上げにオーソープオイルを加えて煮えたら、塩、黒コショウで味を調整して完成。
塩辛いお肉（豚肉） 100g	
ニンニク（お好み） 10g	
オリーブオイル（お好み） 10g	

**アルチェネロが大切にしていること**

1979年にイタリアで誕生したアルチェネロは、ヨーロッパでいち早く有機農業を実現してきました。人と自然を尊重するという理念に共感する、農業や食料、生活者加工業により成長しています。アルチェネロの全ての商品は地球環境に配慮して作られ、また、オーガニック認証を取得しています。

**人と自然を尊重すること**

アルチェネロの製品は100%オーガニック。農業・土壌・気候・環境・労働・生物多様性を尊重・保護し、その土地に根付いた農法を大切にしています。人にも自然にも優しい食品を作ること、未来を担う子どもにも残されるべきであるような健康から環境を尊重すること、そして何より大切にしたいこと、この理念に基づいた製品を作りつづけています。

**イタリア産**

イタリアで収穫が難しいものを採り、選別材料の割合や貯蔵、加工はできるだけイタリア産（アルチェネロ）によって生産のものを採用しています。アルチェネロはイタリアの気候に合った農産物と栽培と熟成を繰り返しており、家庭で味わうの特性を生かした素材を使っているため、フレーバーやテクニクも素晴らしい。

**思いいれた**

オーガニックだから良いものではない。食べたいものはいくらでもオーガニック。それがアルチェネロです。農場に選んだ土地で大切に育てられた有機農産物のおいしさを最大限に活かすよう、例えばオーソープオイルは収穫から加工までの過程を管理し品質を確保しています。

**アルチェネロは素材の味がいきています**

アルチェネロのバスカで最も人気なのが全粒粉のバスカ。原料の有機デュラム小麦にはいくつかの品種があり、マリアさんの育てる古代小麦も使われています。穀物の質があり食料繊維や小麦の栄養素を食んでいるこのバスカは、ふすまや胚芽などの残渣を取り除くため、精白したものとは比べて色が濃く茶色かかっています。有機トマトジュース、有機オーソープオイルとも相性は抜群です。



大粒を守るオーソープオイルは、イタリア産のオーソープオイルです。大粒のオリーブオイルを厳選し、丁寧に搾っています。

Oisix ra daichi

読者目線の冷蔵庫フードロスあるあるを三菱電機様の冷蔵庫とタイアップ記事作成

フードロス削減×自分事化を促すため身近にある「冷蔵庫フードロスあるある」で問題定義し「三菱電機様冷蔵庫が持つ機能」×ひと工夫でフードロス削減を関連付けしました。読者アンケートではクライアント様が認知させなかった機能を約60%の読者が魅力的と答えたり、買い替え検討者がどんなポイントで製品をえらんでいるかを把握することができました。



PR

今よりずっとあなたを自由にする、新しい三菱冷蔵庫。



中だけひろびろ大容量で広がる自由。

新しくなった三菱冷蔵庫が叶える、さまざまな自由。

暮らしを、暮らしやすく、SMART QUALITY

三菱電機株式会社

野菜がいつの間にかしなびてしまった 冷蔵庫は使いかけの調味料だらけ 奥に入り込んで、気づいたら賞味期限切れに 余った惣菜、無駄にしてしまう

その“冷蔵庫フードロスあるある”、「ひと工夫」で解決します!



- 1 冷凍庫内が狭い**  
ひろびろ庫内で見渡しやすい  
三菱冷蔵庫なら、ひろびろ庫内で見渡しやすい、おいしさもキープ!
- 2 肉や魚が生のままで長持ち**  
解凍に時間がかかると、肉や魚が生のままで長持ち  
日持ちが気になるお肉やお魚も約1週間生のままおいしく保存可能。冷凍しないから、すぐに使えて調理がラク。
- 3 小分けにするのが面倒**  
小分けにそのまま切れるから、小分け不要  
冷凍のまま切れるから、小分けにせずに丸ごと冷凍可能。裏面破れを防止している冷凍できるでジューも冷凍OK。
- 4 野菜がすぐしなびちゃう**  
鮮度を維持する野菜室  
朝どれ野菜室  
朝収穫したばかりの野菜のように、みずみずしく新鮮に保つてくれる野菜室。栄養も豊富で、さらに嬉しい!

※本記事はあくまで参考情報です。実際の使用状況や、冷蔵庫の機種や機能によって異なります。詳しくは次のページへ

## ブランディング広告でファールをご活用いただき、Oisixでタイアップ販売

ファール紙面で認知を広げていただき、Oisix通販でタイアップ販売を実施しました。  
旬の野菜を中心にした食材の販売強化で目標対比290%の売り上げとなりました。  
また、茨城県の農産物クイズ・アンケートをタイアップLPで実施し、認知理解促進、茨城食材の購入促進にも貢献いたしました。

**PR**

美味い野菜を育てて販売中!

白滝、かぶ、キャベツ、メロンなどを生産する  
**小野寺孝一さん**  
(生産者代表)

美味しい野菜を育て販売中!

レンコンを生産する  
**有機栽培あゆみの会の山田庄三さん**  
(生産者代表)

常陸秋そば

常陸牛

**OUR WONDERFUL FARM, IBARAKI**

食べておいしく始める 茨城県の東京ハーベスト2021

フードロスをおいしく減らす!  
いばらき県のいちごが  
おいしい○○○に愛身?

フードロス削減に取り組む地元産の良質な食材、消費手配だった茨城産いちごに着目。地元のお店とともに、イチゴを減らすための生産加工を調査しました!  
コンシューマー向けLIFEさん、高校生に防災エビソードや実験の残などをレポート!

おいしいいばらき食材はこちらから! >>> 茨城をたべよう いばらき食と農のポータルサイト

おいしい理由があるから、  
私が選ぶのはいばらき食材です

深も山もあり、豊かな自然に恵まれた茨城県。温暖な気候は野菜栽培に適した土地でもあります。メロンも、チンゲンサイも、レンコンも、実は生産量日本一。「茨城をたべよう」は、安全で高品質な茨城の美味しい食材の魅力を広めていく会です。茨城が自信を持って育てた自産の食材たちには、どれもおいしい理由があります。一言では語りきれない理由はポータルサイト「茨城をたべよう」でご紹介！ぜひご覧ください。

Oisix

いばらき いちばん、いただきます!

これら全部 全国1位

「食材の宝庫、茨城には、日本一がいっぱい!」

## ■ 概要

- ・サイズ : A4サイズ 16P冊子
- ・価格 : 本文（4色） 1P 150万円  
: 本文（4色）見開き2P 250万円  
: 表3（4色） 1P 250万円  
: 表4（4色） 1P 300万円  
: デザイン、ライティング受託 50万円（1P）

※配布後アンケート料込(広告毎2~3問程度を想定)

- ・広告サイズ : A4 (297×210mm)  
※事前のブランド、コンテンツ審査がございます

- ・発行部数 : 約300,000部（オイシックス・ラ・大地の定期宅配アクティブユーザーへ配布）

- ・その他 ※各号のテーマ、コンテンツ等、お気軽にお問合せください。  
※掲載費用はすべて「税抜」表記となりますのでご了承ください。

## ■ 表紙イメージ



## ■ 中面イメージ

