

創業15周年を迎え、CI（コーポレート・アイデンティティ）刷新 「ミドリムシ」の会社から「Sustainability First」の会社へ

株式会社ユーグレナ

株式会社ユーグレナ（本社：東京都港区、社長：出雲充、以下「ユーグレナ社」）は、創業15周年を迎え、「ミドリムシ」の会社から「Sustainability First（サステナビリティ・ファースト）」の会社へアップデートします。複雑になっていた経営理念、ビジョン、スローガンを廃止し、将来にわたって変わることのない哲学を持ち、強い組織となるため、新たに「ユーグレナ・フィロソフィー」として「Sustainability First（サステナビリティ・ファースト）」を掲げると共に、より幅広い方々に認知していただき身近に感じていただけるよう、コーポレートロゴをカタカナ表記に刷新いたします。今後は、サステナビリティを軸とした更なる事業を展開し、お客様が当社の展開する事業や商品に触れることでサステナブルになることを目指します。

ユーグレナ・フィロソフィー

Sustainability First

サステナビリティ・ファースト

新コーポレートロゴ

ユーグレナ

いきる、たのしむ、サステナブル。

■コーポレート・アイデンティティ刷新の背景

当社は2020年8月9日で創業15周年を迎えます。この15年間で世界の環境や考え方が大きく変化しました。そして当社も、時代の変化や社会からの要請により事業セグメントが広がり、会社の仲間や社外パートナーも急速に増えてまいりました。現在グループ会社は10社となり、仲間の数も2012年に上場して以来ではおよそ10倍、そしてこの5年間ではおよそ2倍となりました。

そのような中、「15周年という節目の年を第2の創業期」ととらえ、仲間と共にユーグレナグループが一丸となって新たなスタートを切る上で、我々の魂であるコーポレート・アイデンティティ（CI）を刷

新することを提案したい」、という仲間からの声が上がりました。これを契機に、ユーグレナグループの仲間に対して、お客様に対して、そして社会に対して、15周年をユーグレナグループの新たな意思表明の機会と捉え、CIの刷新を決意しました。

当社は、創業者のバングラデシュで目のあたりにした栄養失調の問題を栄養豊富な食材で解決したいという思いからスタートし、「人と地球を健康にする」という経営理念のもと、ヘルスケアおよびエネルギー・環境分野を中心とした事業を展開してまいりました。そして今もなお、「人と地球を健康にする」という思いは変わりません。

CI刷新を進める中で、当社は、激しく変化する時代の中では、実現したいことを個別具体的に定義するのではなく、どんなに時代が変化したとしても変わらない当社自身のありたい姿の実現を企業経営の中心に据えるべきではないかという答えにたどり着きました。そして、複雑になっていた経営理念、ビジョン、スローガンを廃止し、リーマンショックやコロナウイルス感染症などで世の中が大きく変わったとしても、強い組織であり続けるために、当社にとって変わることはないシンプルな哲学をユーグレナ・フィロソフィーとして掲げるとともに、CIの刷新に至りました。

<代表取締役出雲のコメント>

私が創業した時の思いは今も変わりません。15年経った今、改めて会社のあるべき姿を仲間と共にディスカッションを重ね、「ミドリムシ」の会社から「Sustainability First (サステナビリティ・ファースト)」の会社へステップアップする決意をしました。「ミドリムシ」も「Sustainability First (サステナビリティ・ファースト)」を実現するうえで、変わらず大切な仲間です。我々の会社が様々な事業を展開し、そのすべてが「Sustainability (サステナビリティ)」が軸となっており、事業を通して「Sustainability (サステナビリティ)」が当たり前になっている世界の実現を目指してまいります。

■ユーグレナ・フィロソフィー 「Sustainability First (サステナビリティ・ファースト)」

当社は「ミドリムシの会社」からアップデートし、「ユーグレナ社がりたい姿」として、ユーグレナ・フィロソフィーを「Sustainability First (サステナビリティ・ファースト)」と掲げます。

当社は「人と地球を健康にする」という経営理念のもと、ヘルスケアおよびエネルギー・環境分野を中心とした事業を展開してまいりました。「ユーグレナ社がりたい姿」を考えたときに、当社の成長が、社会問題の縮小になっていくべきあるという考えに至りました。目の前にある短期的な課題ではなく、未来がずっと続いていくために出来ること、それが「Sustainability (サステナビリティ)」であると考えます。そして、今後は、ミドリムシを活用するだけでなく、サステナビリティを軸にユーグレナ社の事業を展開します。サステナブルな環境、サステナブルな健康、サステナブルな社会、サステナブルな生活、サステナブルな働き方、サステナブルな組織、様々なステークホルダーに向けて、自分の幸せが誰かの幸せと共存し続けることを目指します。また、サステナビリティを軸とした事業を展開することで、お客様が当社の展開する事業や商品に触れることが、サステナブルとなることを目指します。このフィロソフィーはグループ会社共通のものとして制定しました。

■新コーポレートロゴ

ユーグレナ・フィロソフィー「Sustainability First（サステナビリティ・ファースト）」を表彰するシンボルとして、下記のようにコーポレート・ロゴを刷新します。

<ロゴタイプについて>

英字の「euglena」は読めない、そのようなお声を多数いただき、より幅広い方々に認知していただけるように、ロゴをカタカナ表記に変更しました。また、字体は、バイオ燃料から食品、化粧品まで幅広い事業領域で使用できるよう、汎用性と可読性の高い明朝体を採用。持続可能な社会を目指す強い意志を、力強くも優しく表現しました。

<ロゴマークについて>

サステナブルな社会・環境をつくっていくという意思を反映しました。持続的な発展をイメージするインフィニティをモチーフに、微細藻類ユーグレナ（和名：ミドリムシ）の細胞の躍動感をデザイン化し、ユーグレナの英語表記の頭文字である「e」、持続可能性を意味する「Sustainability（サステナビリティ）」の頭文字である「S」をデザインに込めました。

<タグラインについて 「いきる、たのしむ、サステナブル。」>

「サステナブル」という言葉は、日々生活する上でどこか「遠い話」「大変そう、めんどくさい、」と感じてしまいがちです。ですが、「サステナブル」をもっと身近に感じてほしい、生活に取り込んでほしい、自分にも当てはまると感じてしてほしい、行動変化させて欲しい、そのような思いから、「生きる」「楽しむ」という日常の中の幸せを感じられる言葉と並列させて「サステナブル」を配置しました。並列させて記載することによって、サステナブルが、「生きる」こと「楽しむ」ことと同じことであると身近に考えてもらいたいという意図があります。また、あえて「サステナブル」と動詞的な造語で表現することで、単なる概念に満足せず、持続可能性について自問しながら具体的に行動し続けたいという意志を込めています。

<新コーポレートカラーについて>

常葉樹の葉の色のような深緑に永久不滅の象徴とされている「常磐緑」に空や海を連想される空色を混ぜ、地球のサイクルを単色で表現した独自色「サステナブル・グリーン」を定義しました。もともと使用していた緑色に、持続可能な世界を目指す意志を込めながら、より一層人と地球を感じられるコーポレートカラーへと変更しました。

■切り替えについて

各掲示物について、2020年10月より段階的に切り替えをしていきます。現状のロゴマークと併用していく期間ができますが、ご了承ください。

■廃止するもの

経営理念、ビジョン、スローガン

<株式会社ユーグレナについて>

2005年に世界で初めて微細藻類ユーグレナ（和名：ミドリムシ）の食用屋外大量培養技術の確立に成功。微細藻類ユーグレナ・クロレラなどを活用した機能性食品、化粧品等の開発・販売のほか、バイオ燃料の生産に向けた研究を行っています。また、2014年より行っている、バングラデシュの子どもたちに豊富な栄養素を持つユーグレナクッキーを届ける「ユーグレナ GENKI プログラム」の対象商品を、2019年4月より化粧品を含む全グループ商品に拡大。2012年12月東証マザーズに上場。2014年12月に東証一部市場変更。<https://euglena.jp>

以上