

「ecomom」を知っていただくために

松平悠公子

# ecomomはこんな雑誌

- コンセプト 家族と自然にやさしい暮らし
- キーワード 家族、自然、安心、環境、安全
- 想定部数 5万部
- 購読形式 希望者に無償送付(リクエストマガジン・コントロールドサーキュレーション)
- 年5回発行 隔月間 2006年からは年6回
- コンセプトに賛同し、事前登録で申し込んでくれた読者を「ecomomクラブ」会員として組織化
- ウェブ、メルマガなど、雑誌以外の情報提供も

# ecomom読者はこんな人 (ecological & safety)

- 読者プロフィール 平均年齢 37.4歳
- 既婚・子供あり 78.7%
- 専業主婦 54.4%

ターゲットは小さい子供を持つ母親。

子供のために安心、安全な生活を送りたいと考えているナチュラルライフ志向の女性たち

# ecomomたちは環境に敏感

環境にやさしい商品を開発している企業をどう評価しますか？

積極的に応援したい	44.0%
応援まではいかないが好感は持つ	52.5%
環境と企業評価は別	3.3%

企業側からの環境情報発信は十分ですか？

十分だと思う	9.2%
もっと発信してほしい	88.3%
あまり関心はない	1.9%

# ecomom的価値観は？

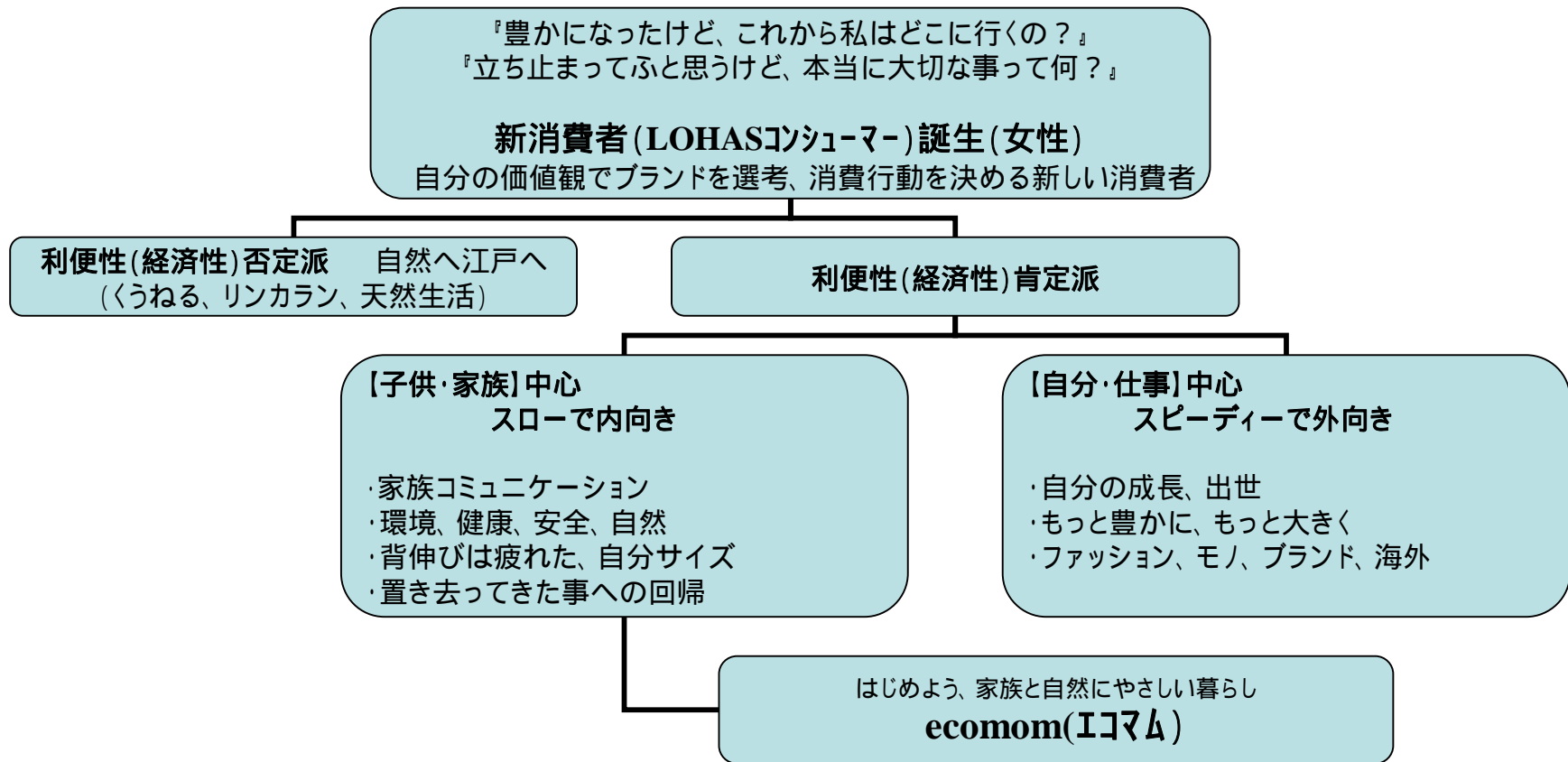
1. 「おばあちゃんの知恵」を大切に  
(昔ながらの風邪の撃退法)
2. 旬の食材、基本中の基本の料理  
(野菜の旬はいつ？ 洗い方、皮のむき方)
3. 食べ物の成り立ち、作っている人への感謝
4. 気取らず、気持ちいい住まい方
5. 無理せず、地球にやさしいライフスタイル
6. 現代生活の利便性を肯定 (車、食洗機)

# ecomom的なIN&OUT

- IN
- 有機野菜
- おばあちゃんの知恵
- オーガニックコットン
- 自然体験
- アレルギー対策
- 家電製品の上手な使い方
- 台所のゴミを減らす
- リサイクル・節約
- ナチュラルなインテリア
- OUT
- 添加物の多い菓子
- 安易な投薬
- 通気性のない合成繊維
- 詰め込み型教育
- 抗生物質の過剰投与
- 現代生活の否定
- 食べ残し
- 大量消費
- ゴージャスな応接セット

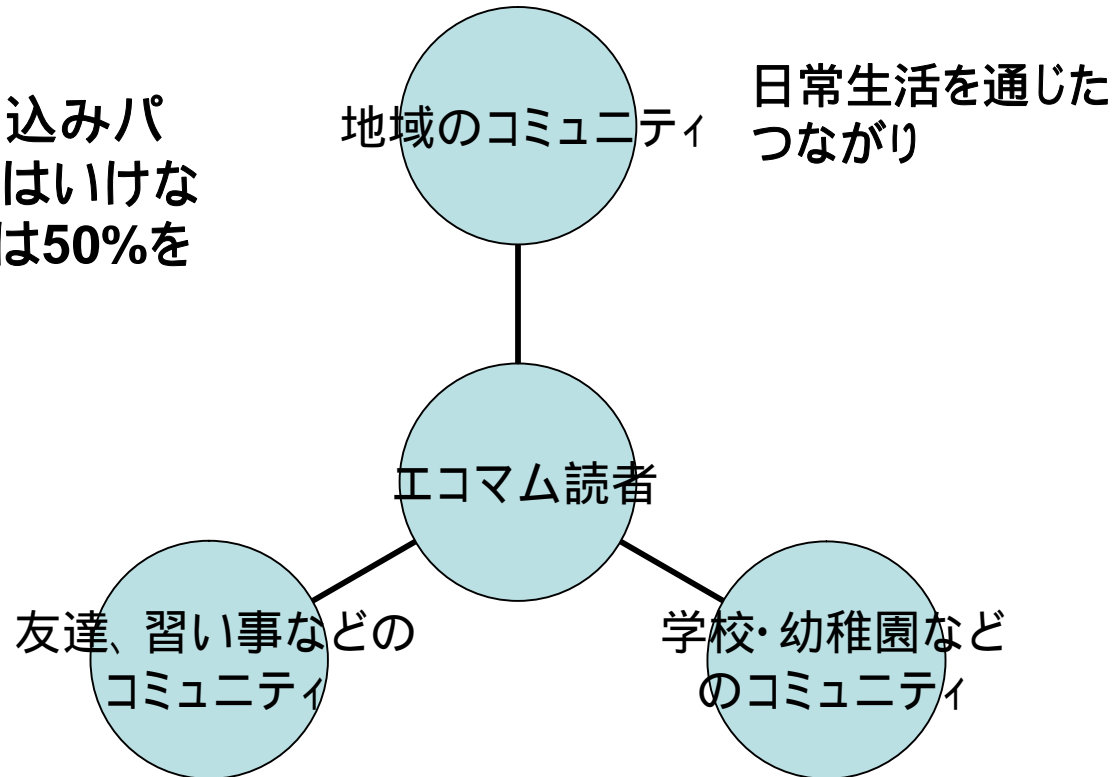
時間と自然、愛情はお金では変えない。現代に生きつつ丁寧な暮らしを楽しむ

# エコ맘はこんな流れの中で生まれた雑誌



# エコママ読者が社会を変える

ママたちの口込みパワーを侮ってはいけません。ブログ率は50%を超える



個人を通じたつながり

子どもを通じたつながり