

環境ビジネスウイメン 第三期  
2007年8月1日

オルタナ  
alterna

## ご説明

木村麻紀 (オルタナ副編集長)

alterna

# 私の自己紹介

木村 麻紀 (きむら まき)

ヒトと社会と地球を大事にするビジネス雑誌

「オルタナ」副編集長 / ジャーナリスト

時事通信社記者を経てフリー。環境と健康を重視したライフスタイルを指すLOHASについて、ジャーナリストとしては初めて日本の媒体で本格的に取り上げ、地球環境の持続可能性を重視したビジネスやライフスタイルを分野横断的に取材し続けています。

著書に「ロハス・ワールドリポート

- 人と環境を大切に生きる方 - 」(ソトコト新書、木楽舎)

「ドイツビールおいしさの原点

- バイエルンに学ぶ地産地消 - 」(学芸出版社)



# オルタナ alterna はこんな雑誌です

## ヒトと社会と地球を大事にするビジネス情報誌

環境、健康、CSR、LOHASなどにフォーカスした日本初のビジネス情報誌

- ・2007年3月創刊（A4変形フルカラー48ページ）
- ・FSC認証紙 + 大豆インキ（4号よりノンVOCインキへ）
- ・隔月発行
- ・指定先郵送方式（要Web登録）
- ・一部書店、小売店では350円（350r）

### これまでの特集記事から

「環境・健康・社会貢献—他とは違う51社」（創刊号）

「良いバイオマス 悪いバイオマス」（2号）

「横並びCSRならやめちまえ」（3号）



# オルタナ宣言

私は経済記者として20年以上取材を続けていますが、いまだに解を見出せない命題があります。それは、「企業とは何のために、誰のために存在しているのか」。会社は株主のものか。あるいは経営者や従業員のものか。この古くて新しい問題に多くの人たちが取り組んでいます。いまだ明快な答えは見出せていません。

しかし、米カリフォルニア州に本社を置く、あるアウトドア・アパレルメーカーの創業者は、一つの重要な提言をしています。彼とは何度かインタビューの機会を持ちましたが、彼の言葉には他の経営者とは明らかに一線を画す、独特の価値観がありました。それは、次の一文に集約されます。

**企業は株主のものではない。経営者や社員のものでもない。地球のものである。  
地球や資源がなければどんなビジネスも成立しない。**

その会社は売上高の1%を毎年、地球のために寄付をしています。その会社は、世界で初めて、オーガニック綿の製品を発売しました。また、ペットボトルから再生したフリースを世界で初めて発売したのもこの会社です。この会社は上場しません。上場すると市場から急速な成長を求められ、正しい経営ができなくなるからです。

私は、こんな会社が増えて主流になれば、私たちの社会や経済がさらに良い段階に進めるのではないかとの思いを強くしました。この会社と同様に、素晴らしいミッション(使命)を持った企業は米国に他にいくつもありますが、実は米国でも決して主流ではなく、むしろウォールストリート的な資本主義経済とは距離を保っています。

私たちは、国を問わずこうした企業やビジネスを、もっと皆さんに知ってもらおうと、来年春をメドに「オルタナ」という雑誌を立ち上げることにしました。「オルタナ」とはalternativeの略語で、「もう一つの」「伝統的ではない」という意味です。毎回の巻頭特集は「地球や社会に貢献している」「成長だけのビジネスモデルとは一線を画す」「きちんとしたブランドを築いている」企業を取り上げます。

ビジネスだけではなく、カルチャー、ライフスタイル、社会面的な記事、すべてに「オルタナ」が存在するはずです。私たちユニテッド・フィーチャー・プレス(ufp)に在籍する国内や世界のジャーナリスト50人は、そんな「オルタナ」的なものを選びすぐって皆さまにお届けしたいと思います。

2006年7月26日

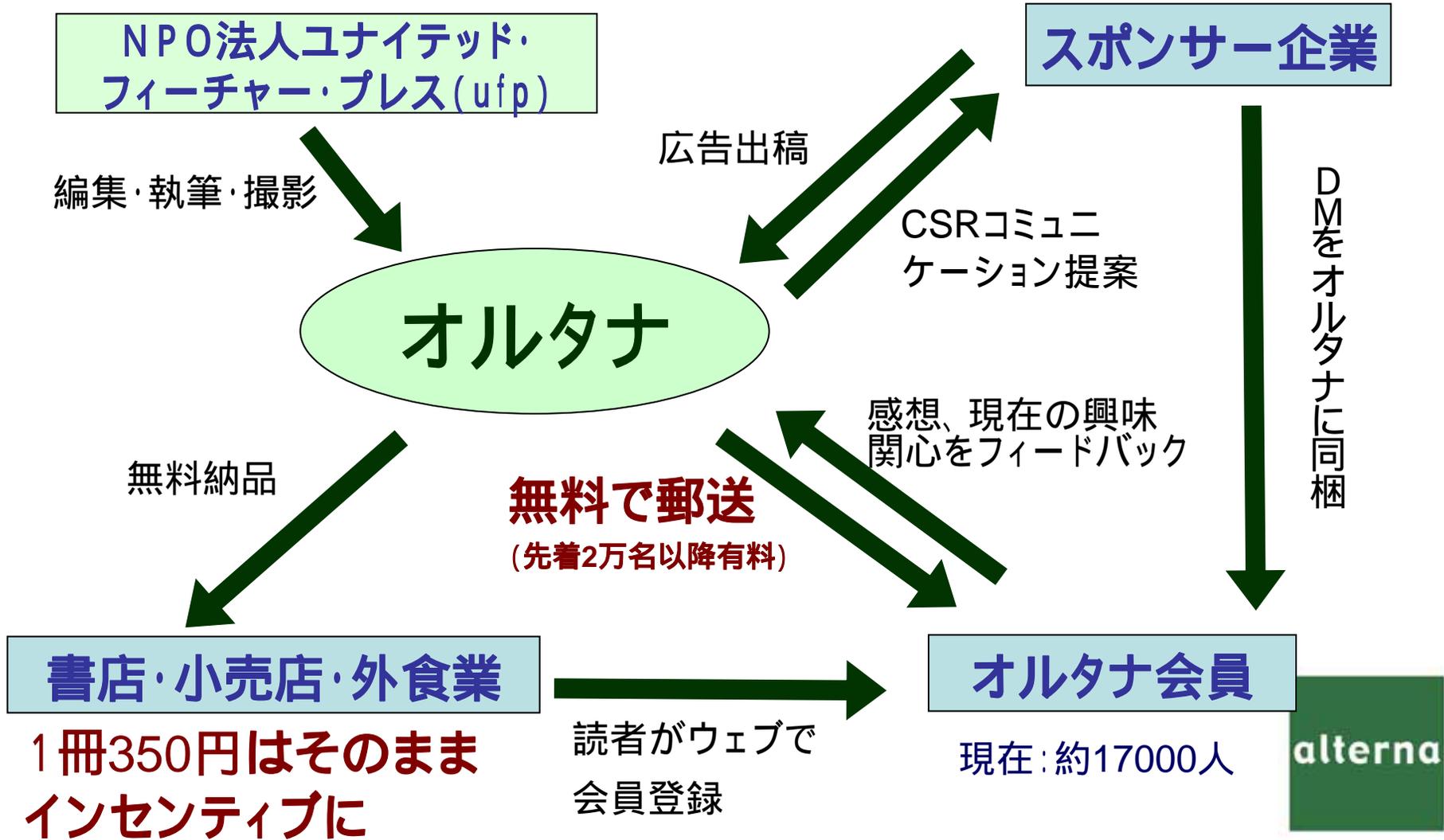
オルタナ編集長

NPO法人ユニテッド・フィーチャー・プレス(ufp)代表

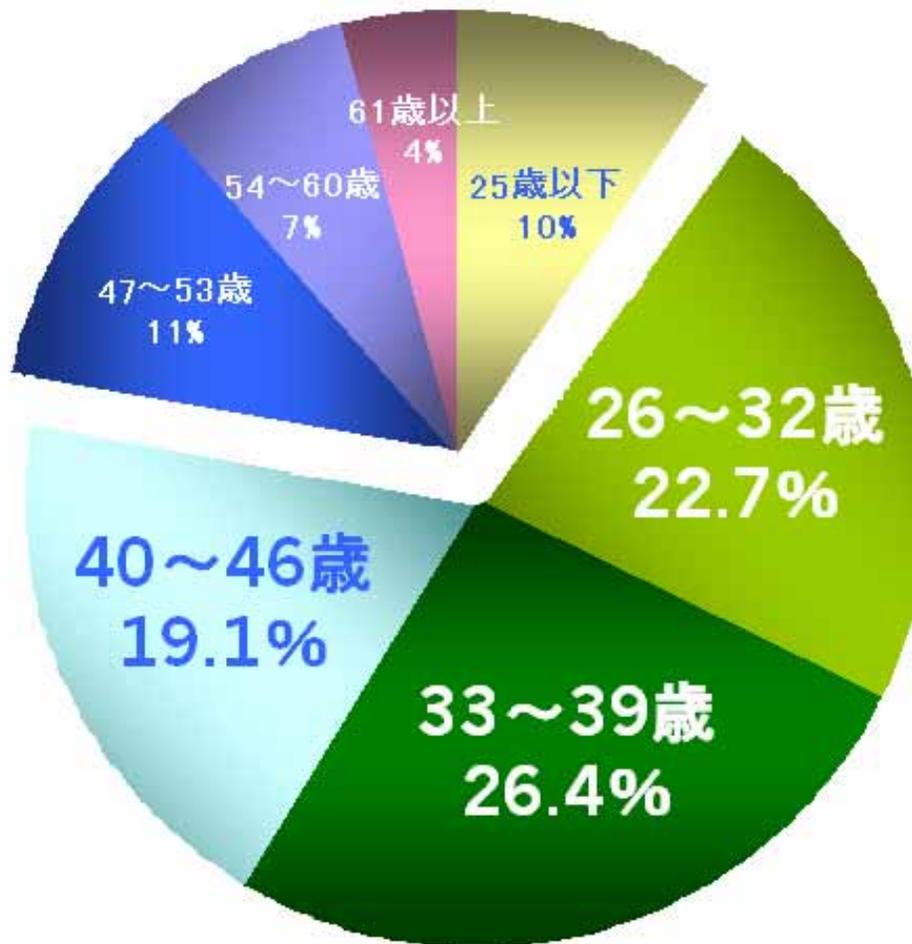
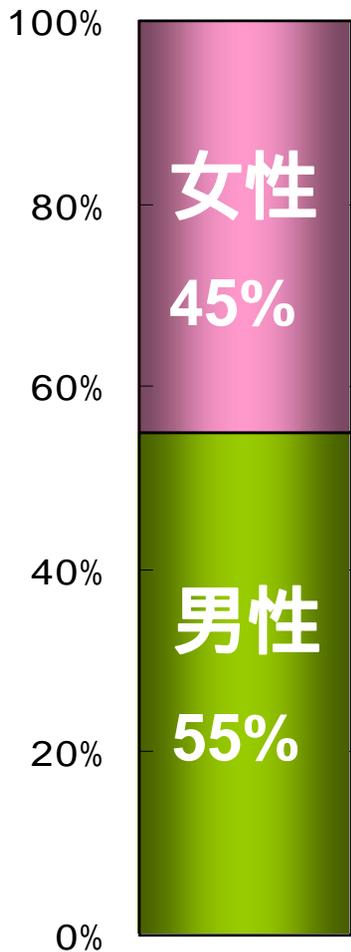
森 撰

# オルタナ alterna のビジネスモデル

ジャーナリストのネットワーク。会員約50人。半数が海外在住



# オルタナ読者はこんな人

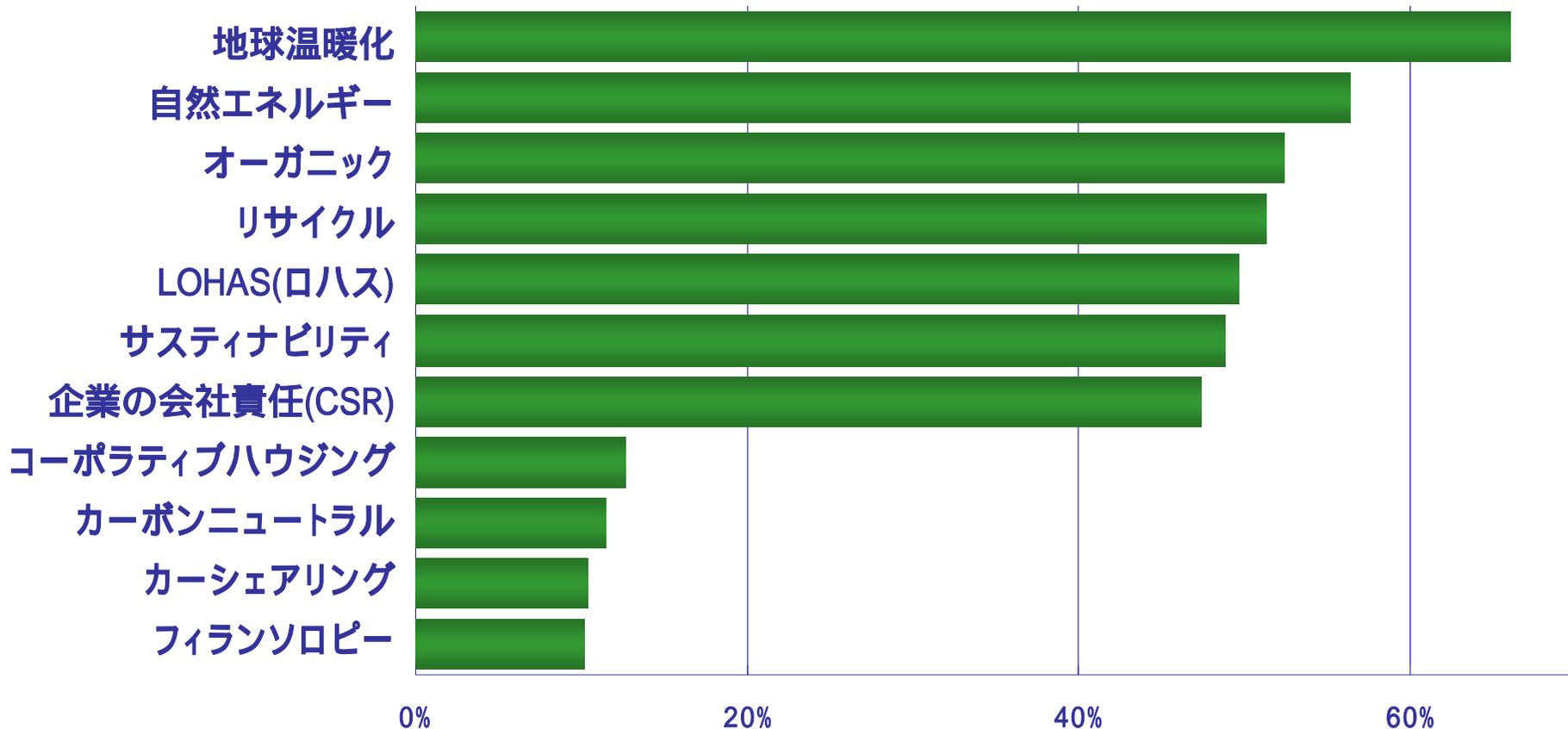


読者の7割が20代後半から40代半ば

2007年6月現在



# オルタナ読者の関心事項



登録時のアンケートより特に関心の高かった項目と関心の低かった項目を抽出。他に、フェアトレード:37%、貧困格差:37%、エコツアー:32%、ハイブリッド車/燃料電池車:30%、ブランド戦略/ブランド構築:29%、社会起業家:28%、グリーン建築:27%、社会的責任投資(SRI):25%、企業のコンプライアンス:25%、GMO(遺伝子組み換え):22%、相補・代替医療:19%、森林認証:18%



# オルタナ<sup>alterna</sup>の魅力

## 環境や社会のサステナビリティをテーマとしたビジネス情報誌

個人のライフスタイルを提案することよりも、地球規模でこれからのビジネスのあり方を考えることに重点をおいた内容です。

## 顔のわかるターゲットにダイレクトに提供する、リクエスト・マガジン

インターネットによる完全会員制ですので、環境や社会貢献に関心の高い高質マーケット層にじかにアピール、コンタクトが可能です。

高感度層が、今、関心を寄せている事象やトレンドを、リアルタイムで収集できます。

## バーチャルとリアル、2つの世界を駆使した双方向メディア

会員に隔月無料送付する雑誌「オルタナ」と、ネット上のブログとSNSを使い、会員(読者)と編集メンバーがコミュニケーション。有料メールマガジン、「オルタナ+」も開始間近。ネットワーキングイベントやセミナーも随時開催。

alterna

オルタナ  
alterna

目標10万部

<http://www.alterna.co.jp>

株式会社オルタナ

〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-20-3

tel: 03-3498-5372 fax: 03-3498-5373

email: [info@alterna.co.jp](mailto:info@alterna.co.jp)