

平成 17 年 3 月 25 日

報道関係各位

株式会社リクルート  
IMC-DC 長 峰岸真澄

「私だけの“地球に優しい”一流品」が手に入る！  
厳選グッズ“お取り寄せマガジン”好評につき、季刊で発行開始！

# 『eyeco [アイコ]』

～ 3 月 30 日、首都圏書店・コンビニエンスストアにて発売～

株式会社リクルート（本社：東京都中央区 代表取締役社長 兼 CEO 柏木斉）は 3 月 30 日（水）より、「良質」&「eco（エコロジー）」をテーマとして厳選された、生活雑貨・ファッション・コスメ・食品などを提供する通販マガジン 『eyeco』（アイコ）を、首都圏において季刊で発行することにいたしました。

## テスト創刊の結果、“LOHAS 市場”の存在を確認。 取り扱い分野を拡大して季刊で発行開始。

『eyeco』は、「良質」&「eco（エコロジー）」をコンセプトに世界中からよりすぐりの商品を集めた通販マガジンです。お店では入手しづらい生活用品・食品を“お取り寄せ”することができ、2004 年 6 月のテスト創刊号では、大きな支持をいただくことができました。

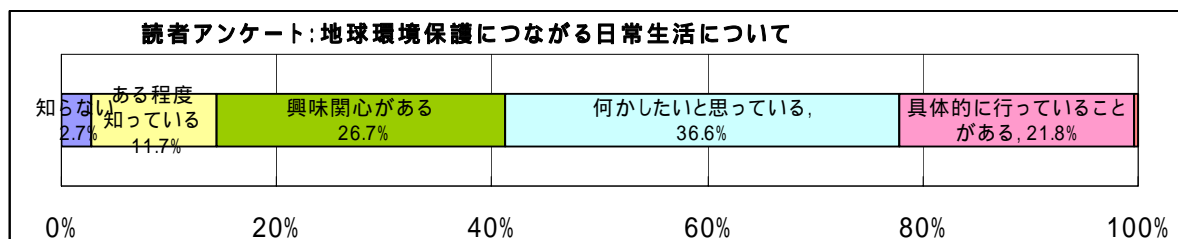
テスト創刊時における読者アンケートでは、「地球環境保護につながる日常生活」について『何かしたい』、もしくは「何かしている」と回答した読者が 50%以上に達するなど、「eco」意識の高まりは、我々の予想を遥かに超えています。

リクルートは、このような LOHAS 需要の高まりを踏まえ、季刊で発行してまいります。

今回の季刊化に際しては、取り扱い品目を生活雑貨のみならず、ファッション、食品領域に拡大し、生活全般をフォローできるラインナップを展開します。



商品サンプル 2 品、付録 1 品がついています。



【本件に関するお問い合わせ先】

[http://www.recruit.co.jp/corporate/support/inquiry\\_press.html](http://www.recruit.co.jp/corporate/support/inquiry_press.html)

## 誌名『eyeco』の由来

【アイコ】とは、「eyexeco」の造語。

『eyeco』の3つのアイ

- 1) モノを選ぶ確かな目・・・「目利きのアイ」
- 2) 自分の価値観で選び、自分らしい生活を楽しむ・・・「自分のアイ」
- 3) モノを愛し環境を愛する心・・・「愛のアイ」

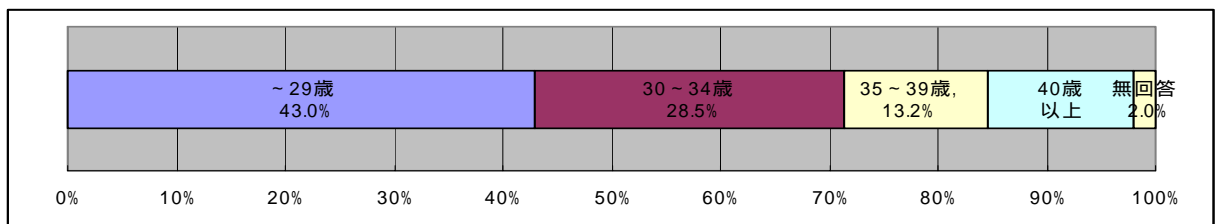
そして、それらはおまけにecoなモノ達。そんなモノ達と一緒に暮らす素敵なライフスタイルを「eyecoな生活」として提案します。

## LOHASについて

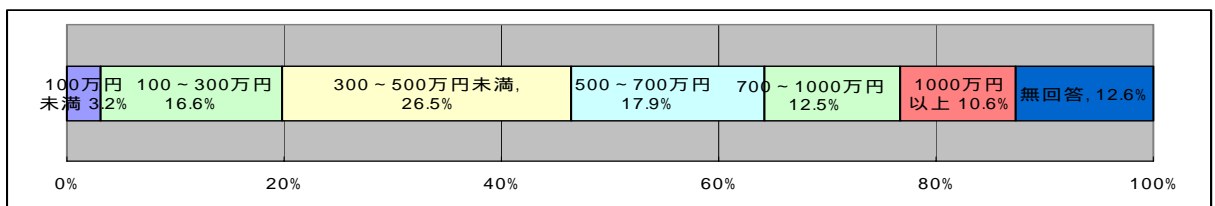
「Lifestyle Of Health And Sustainability」の頭文字をとった造語で「健康で地球環境の持続可能性を意識したライフスタイル」を意味しており、自分の健康や幸せと同時に、地球環境やまわりの人の幸せも考えて行動する暮らし方のこと。LOHASの歴史は1998年に米国の学者が「カルチュラル・クリエイティブス(生活創造者)」という新しい生き方を提唱したのが始まり。アメリカでは、既に約6800万人がLOHAS層に属しているといわれる。

## <参考データ:読者プロフィール>

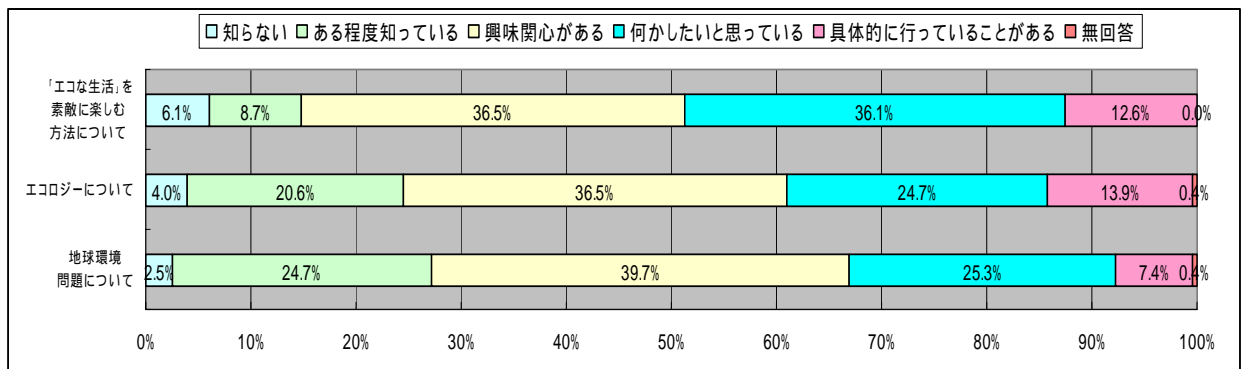
### 読者年齢層



### 世帯収入



### 環境についての意識



## 『eyeco』が提供するメリット

### 読者に対して

#### エコ商品選び の現状

- ・健康や環境への興味関心はあるものの、日常的なモノ選びの際にそれらをあまり意識することがない。
- ・エコ的な商品は、地味であったりデザインが悪かったりと、自分の嗜好にあった商品がないと不満を感じている。

そこで…

#### eyecoが できること

- ・デザインが良い上で、さらに優れた機能や使い方、健康環境への配慮などの商品特徴を知ることができ、気に入った商品を通販で手軽に買うことができる。
- ・自分軸での商品選びが、結果的にエコにもつながるといふ今までにない新しいモノ選びの価値観を体感できる。

### サプライヤー（出品企業）に対して

#### サプライヤーの 現状の課題

中小規模の企業が多いため、販促費の投入ができず商品の認知が進まない。また、流通チャネルも確立できていない場合が多い。良い商品を持っていても、店頭販売ではその良さを十分に伝えきれずユーザーの元にも届けられない。

そこで…

#### eyecoが できること

掲載料金が無料のため、サプライヤーは初期投資を抑えて新たな流通チャネルを獲得することができる。商品の正しい認知・理解を進めて実際の購買に結びつけられる。

## 『eyeco』商品厳選のポイント

掲載する全ての商品については、4つのポイントごとに細かいチェック項目を設定。専門のスタッフたちが実際に使用し、商品の機能や使い心地などを確認しています。

### 機能・性能が優れている

使用場面がわかりやすく実用的であること。他の商品に比べて際立つ特徴や、性能に対してお買い得感のある価格設定ができている、などの視点で精査。

### デザイン・使い心地が良い

色・形はもちろん、素材や使いやすさ、使用時に楽しい気分になれるどうか、などの視点でチェック。

### 商品に新鮮な驚きやドラマがある・知的である

開発の経緯に感動的なストーリーがあったり、新鮮な驚きを与えてくれるもの。また、使うことで自分を豊かな気持ちにさせてくれるもの、を中心にセレクト。

### 環境への調和が配慮されている

自然への配慮、安全・健康への配慮、再利用への配慮、資源への配慮、そして長期使用への配慮。これらをサプライヤーの提案に基づいてセレクト。

## 『eyeco』のコンテンツ概要

世界中から厳選して集めた 560 商品を紹介。

### 海外超人気&発上陸 87点

フランクフルト「テンデス・ライフスタイル展」、パリ「メゾン・エ・オブジェ」、ミラノの「マチェフ」など各地の著名な展示会で見つけた商品を中心に、本誌での紹介が日本発となる限定商品なども充実。

### eyeco売れたものランキングTOP50

テスト創刊時に紹介した 481 アイテムの中から、人気を博した上位 50 アイテムを紹介。400 名の方へのアンケート追跡調査でできた、使用後の感想とおすすめポイントも掲載。

### 素材力のある女になる

素材も製造方法もヘルシーで安全、低カロリー、そしてもちろん文句なしのおいしさも兼ね備えて手軽に買える商品を紹介。野菜で作ったハンバーグから 12 世紀に活躍した修道女のレシピのスープまで。

## 媒体概要

誌名	eyeco [アイコ]
発行日	2005/3/30(水)
発行サイクル	季刊予定
版型	A4変形判
頁数	296P <商品サンプル2品 付録1品付>
定価	500円(税込)
発行部数	5.5万部
発行地域	首都圏(1都3県)
販売チャネル	書店、コンビニエンスストア
発行人	峰岸真澄
編集人	井上葉子