

平成 16 年 6 月 1 1 日

報道関係各位

株式会社リクルート
IMC-DC 長 峰岸真澄

「私だけの一流品」が手に入る！
厳選グッズ“お取り寄せマガジン”

『**eyeco** [アイコ]』

～ 6 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
6 月 30 日（木）、“厳選された上質な生活雑貨を提供する通販マガジン”『eyeco』（アイコ）
を、首都圏にてテスト創刊いたします。

『eyeco』の特長（詳細は次頁以降をご覧ください）

1. 掲載する商品は全て「良質」&「eco(エコロジー)」

日本初上陸のアイテムも含め、編集部が4つの指標()で厳選した
価値ある商品だけを掲載。世界中の25万点以上の商品から481
アイテムを厳選しました。

(機能性、デザイン性・使い心地、知的・新奇性、健康・自然環境配慮)
すべての掲載商品は「健康や自然・環境に配慮されたeco商品()」
(「良質」でかつ「環境や体にも優しい」という価値をあわせ持つ商品)



テスト創刊記念として特製商品付録がついています

2. お店では入手しづらい“こだわりの一品”が通販で簡単に購入できる！

「納得して良いモノを購入したい読者層」と「こだわりを持った良質な商品を提供しているサプライヤー」を効率よくマッチング。
サプライヤーにとっては、店頭販売では伝えにくい商品コンセプトを、読者が正しく知った上で購入してもらえ「有効な売り場」として新しいチャネルとなります。

3. 「自分軸でのモノ選びが結果的にエコにもつながる」それが『eyeco [アイコ]』の媒体コンセプト

eyeco [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。

< 本リリースに関する取材お申し込み、お問い合わせ >

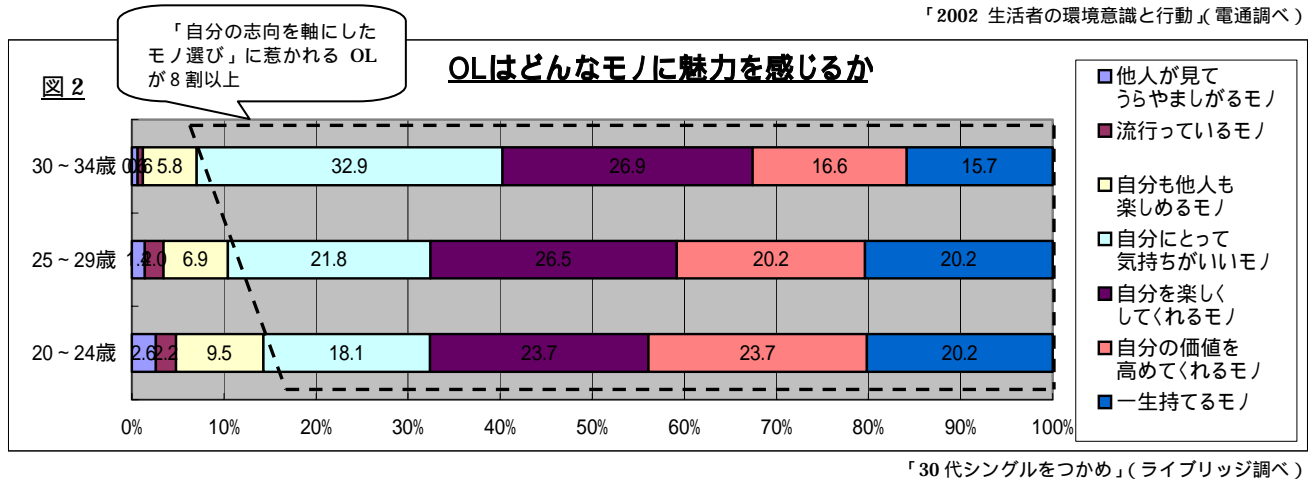
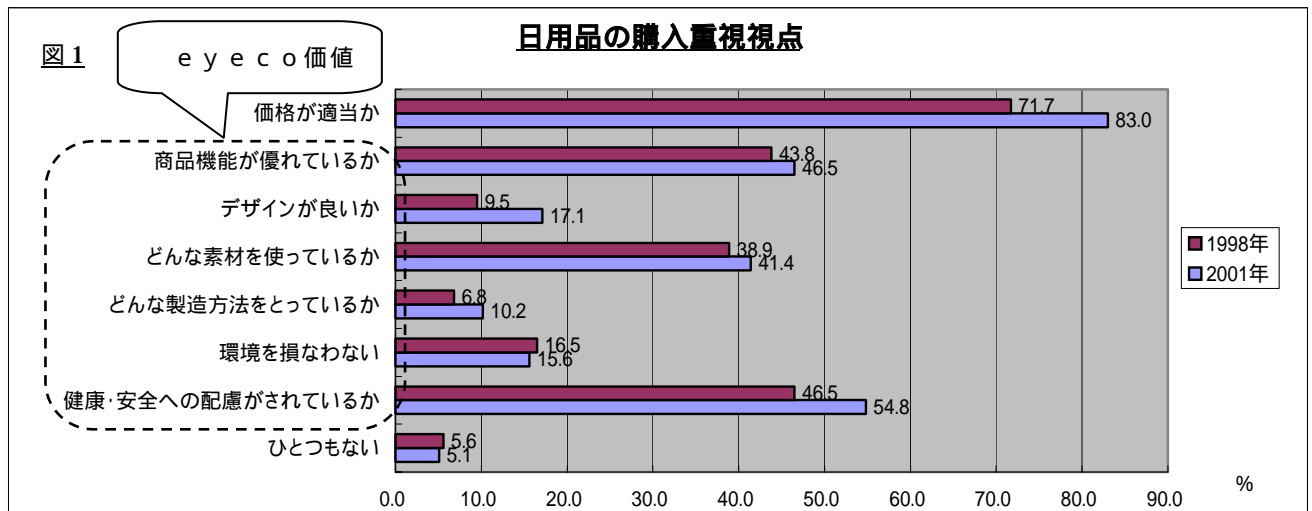
http://www.recruit.co.jp/corporate/support/inquiry_press.html

『eyeco』誕生の背景

背景1. 自分らしさを大切にしつつ、健康や自然・環境にも配慮されたモノ選びをする価値観が高まってきている

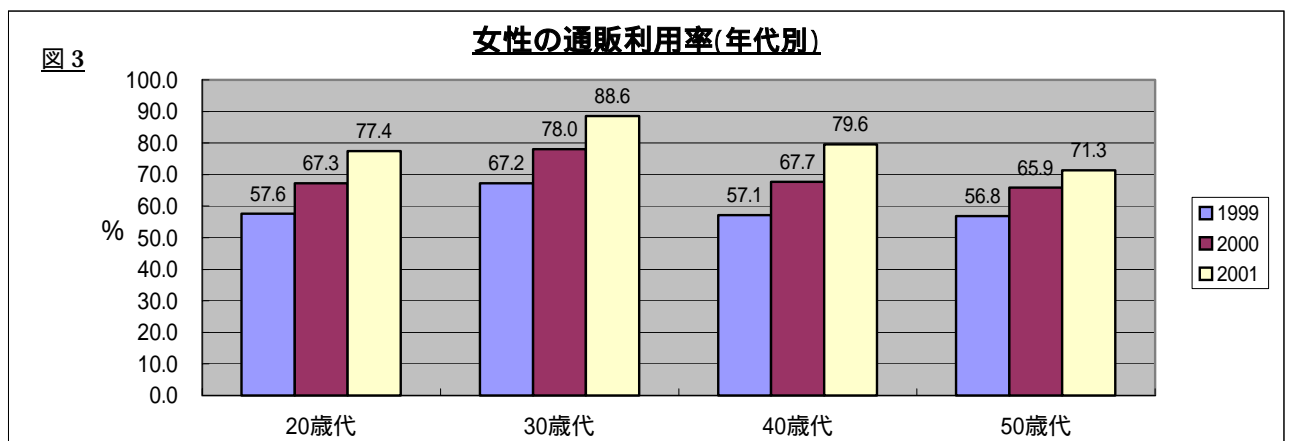
モノ選びの際、『eyeco』の掲載商品コンセプトでもある、「機能」、「品質」、「デザイン」、「使い心地」などの要素を重視する志向が高まっている。(図1 参照)

特に 20~30 代の女性は、「他人からの評価」ではなく、「自分の志向を重視」したモノ選びにより魅力を感じている。(図2 参照)



背景2. 女性の通販利用率がますます高まっており、特にF1層(25~34歳)は顕著

女性の通販利用率が、年々高まっている (図3 参照)



『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。



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。



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

日本初上陸の最新アイテム51

ドイツで行われた世界最大のグッズショーの25万アイテムから厳選した日本初上陸の最新アイテムを紹介

感動！妥協しないコスメ

ドイツの定番エコ雑誌“エコテスト”で最高評価を得たナチュラルコスメを徹底紹介

eyecoモノ・ランキング50

厳選した481アイテムの中から、さらにeyecoランキング上位50アイテムを紹介

< その他の特集 >

素材力のある女になる

ビューティーヘルスアイテムの優れたものを紹介

彼との時間を楽しむグッズ

恋愛をテーマにした商品シーンを提案

こっそり家事トレ(トレーニング)

結婚準備をテーマに商品を提案

たまには、地球にいいこと。

おしゃれで便利なエコグッズが大集合

極上のさわり心地グッズ

肌触りのよいものだけを集めた



媒体概要

誌名	eyeco [アイコ]
発行日	2004/6/30(水)
版型	A4変形判
頁数	296P < 現品商品付録3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