



ecomom

タイアップ締切日 5月12日(火)

最終申込締切日 5月26日(火)

データ締切日 6月11日(木)

夏号(2020年6月26日発行)編集内容(案)のお知らせ

※この編集内容は予定であり変更になる場合があります。

企画連動

マークがあるものは詳しい企画書を用意しています。お問い合わせください

2020.02.21 UPDATE

【ecomomセレクト】**水筒** エコ、SDG s 健康、自然にまつわるエシカルなグッズをおしゃれな写真とともに紹介。今回はエコにも配慮。夏に大活躍の水筒色々をご紹介します

【ecomom study】**コアラの話** 世界で起きていることをもっと身近に。より良い未来のために、知っておこう。今回はオーストラリアの火災をきっかけに地球温暖化や森林の生態系について改めて考えます

【家族のかたち】夫婦で子育てや家事を一緒に頑張る家族を取材。今回はパパが積極的に買い物、料理、洗濯たたみ、娘の送迎などをやっているインテリアデザイナーみつまともさんご夫婦にお話を伺います。

【巻頭特集・食】ごはんづくりのストレスを解消する

企画連動

手間のかからないちょこっと「下ごしらえ」で美味しい食卓を (仮)

- ・本多理恵子さんに聞く 料理が苦手でも乗り切れる 楽しく作る毎日のごはんのコツ
料理が負担な理由は？/メニューの考え方/パパや子供も料理に参加しやすくする工夫
- ・瀬尾幸子さんに教わる 楽にする下ごしらえ： 半分下ごしらえ+常備菜で1週間を乗り切る
- ・作り置きがエコになる 我が家から食品ロスを解消しようー井出留美さんのお話
- ・もっと楽ちゃんになる！宅配・ネットスーパーの使いこなし術

【第2特集・体験】夏休みにおススメ おでかけ特集

企画連動

◆体験レポート： ～命の始まりから食卓へ～

農園・食育・宿泊・自然体験のできるクルックフィールズのイベント

◆おでかけスポット紹介： 工場見学、ミュージアム、ワークショップなど自由研究にも生かせる体験イベントいろいろ

※日経 DUAL 内 ecomom サイトとも連動、紹介予定

【第3特集・子育て】男親の役割・女親の役割

ジェンダーのステレオタイプに寄らない家事・育児の役割シェアの方法を考えます。シェアと同時に、パパだからこそできること、ママだからこそできることも取り上げます。シェア成功のための夫婦のコミュニケーション術、シングル家庭の場合の乗り切り方、読者からの声なども紹介。

【コラム：健康】なぜ手洗いが大切なの？

企画連動

感染症対策に有効とされる手洗い。なぜ手洗いが大切なのかを改めて確認。正しい知識で予防、夏を元気に過ごしましょう。

【イベント】WOMAN EXPO TOKYOレビュー

企画連動

5月16日東京ミッドタウンで開催されるWOMANEXPO TOKYOの開催レポート。

【連載】**SDG s ストーリー** SDG s の目標ごとに理解を深めるため、取り組む人にスポットを当てたストーリー

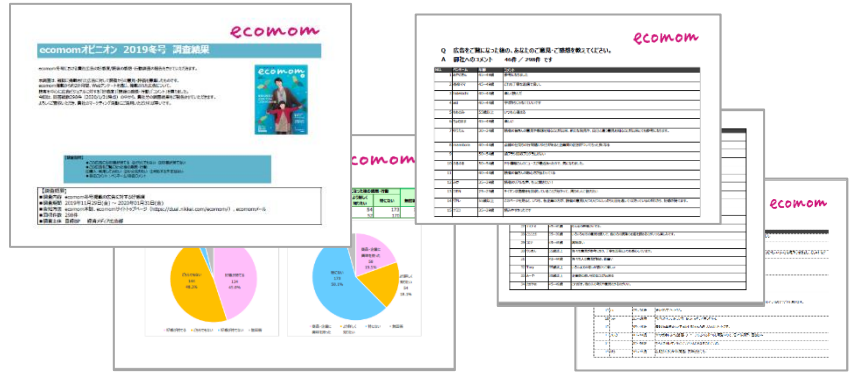
【人気連載】藤原千秋さんのちょこちょこ掃除術指南。
はじめシーズンのお風呂掃除を取り上げます。

【Special essay】日々頑張るママを応援してくれるやさしさ
にあふれたメッセージ

◆ 出稿特典：ecomom オピニオン調査について

お届けする調査報告書（イメージ）

エコ맘にご出稿いただいた広告すべてに関して、ウェブサイトを実施する読者からの反響をフィードバックいたします。回答者属性と合わせて、広告に関する「好感度」「購買行動への影響度」「フリーコメント」をお届けします。



◆ ecomom 読者の声 ()内は広告を見た企業名・敬称略。上記オピニオン調査のフリーコメントからいくつか紹介します。

・家族みんなで健康に過ごすため、えらびたい商品でした。ウガンダの支援も掲載しており、手洗いの普及に力を入れているのが強く感じられます。(サラヤ)

・小学生を持つ親として、こういう学校で学ばせたいと思った。この記事を読んでいる時に隣にいたママ友とも、そう話しました。(竹中工務店)

・初めて見た商品で、ウォーターサーバーと浄水器のいいとこ取りが画期的だった (ウォータースタンド)

・災害時の備えは興味がある内容だったので、じっくり読み応えがあってよかった。商品も紹介されていたので実際に使ってみたく思いました。(ライオン)

・子どもを撮る時、可愛いかったり楽しかったりと嬉しさでしか撮らないのになぜ今まで褒めることをしなかったのだろうと考えさせられました。これからは褒めながら楽しく子育てしたいと思います。(富士フィルム)

・商品の説明もしつつ新しいつかいかたの説明があつて、商品の内容がわかりやすかったです。(エバラ食品)

・イラストとクイズ形式でわかりやすく描かれていたので、子どもが関心を持ったのか一緒に広告を見たがり親子のコミュニケーションに一役買ってくれたのと、SDGsの知識が少し親子で得ることができたところがいいなと思いました。(日本マクドナルド)

ecomom とは



【ecomom 媒体概要】
 創刊：2005年3月
 発行部数：40,000部
 （一部ウーマンエキスポ東京やエコプロ会場でも配布）
 発行形態：不定期刊
 版型：A4変型、無線とし

家族と自然にやさしい暮らしを求めるママたちへ贈る生活情報誌です。以下のような特徴があります。

◆ リクエストマガジンです

無料で購読いただける代わりに Web 上での事前登録と、編集部からのアンケート依頼等へご協力いただくことが条件になっています。読みたい！と意思表示してくださった方たちの要望を反映して誌面を作っているため満足度が高く、読者との絆が強いことが強みです。

◆ 情報収集、情報発信に積極的なアクティブママです！

毎号の読者アンケートの回収数は 500-1000 件ほど。自由記述欄にも熱心な回答が寄せられます。また、企業や自治体が主催するイベントへ参加したいと答える読者は 90%ほどと、とても積極的です

お問い合わせ



経済メディア広告部 TEL 03-6811-8218 sjg-ad@nikkeibp.co.jp

<ご利用ください> 日経 BP 広告掲載案内 <https://www.nikkeibp.co.jp/ad/>