

平成 16 年 2 月 23 日

報道関係各位

(株)リクルート
IMC-DC 長 峰岸真澄

政治もビジネスもスポーツも映画も「オトコ視点」で編集。
25才以上の団塊Jr.ビジネスマンに贈る“無料の週刊誌”が誕生

『R25 (アールニジュウゴ)』

～3月4日、プレ創刊号 発行開始！～

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 COO 柏木斉)は3月4日(木) 東京都心・横浜・川崎エリアにて新たなフリーマガジン『R25』(アールニジュウゴ)をテスト創刊いたします。(テスト創刊:新規事業としてのフィジビリストディ)

『R25』の**新しさ**(詳細は次頁以降をご覧ください)

【1. 読者は?】

閉塞感の中で「変わらなきゃ」と思っている、
団塊 Jr.ビジネスマンが読者ターゲット

【2. 内容は?】

- ・ クオリティの高い週刊誌を無料で配布
- ・ コンテンツは、団塊 Jr.世代ビジネスマンが
気になるレビュー情報とプレビュー情報

【3. 目指すものは?】

- ・ 団塊 Jr.世代ビジネスマンの「変わらなきゃ」という気持ちを勇気づけ、行動を支援する
- ・ 団塊 Jr.世代ビジネスマンを元気にし、仕事・消費の両面からニッポンを活性化する



(表紙イメージ ダミー)

女性にくらべ、消費全般に対して消極的な「団塊 Jr.世代ビジネスマン」を
アクティブな消費者にするために、様々な仕掛けを行っていきます！

【お問い合わせ先】

報道関連、マスメディアの皆さまへ
株式会社リクルート IMC-DC.ペーパーポータルプロジェクト『R25』編集部
広報室

『R25』誕生の背景

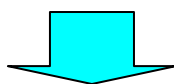
「団塊 Jr.世代」の男性たちに元気がないのでは？

「団塊 Jr.世代」を中心に、若年男性向け消費財の売れ行きが低迷しています。同世代の女性たちが元気で活発な分、「団塊 Jr.世代」の男性たちのおとなしさは、いっそう目を引きまします。

情報誌を基幹事業とするリクルートでは、非常に強い危機感を持って、この課題に取り組んで参りました。約2年前にプロジェクトを発足させ、数百名を超える団塊 Jr.男性へのインタビューを重ねる中で、新たなメディアの可能性を探って参りました。

潜在ニーズにアプローチするメディアづくり

「団塊 Jr.世代」の男性たちは、単に元気がないわけではありません。情報があふれすぎ、何を指針にすれば良いのか、自分たちが何をしたいのか、見えづらい状況に陥っているのです。いわば、「自分自身のニーズに気づいていない状態」と言えるのではないのでしょうか？ 彼ら自身、その“情報消化不良”状態から「変わらなきゃ」と思い始めています。そんな男性たちに必要なのは、「潜在的なニーズを顕在化してくれるメディア」です。リクルートは、「Hot Pepper」を初めとする様々なメディア作りの知見に基づき、それが「フリーマガジン」というスタイルではないかと考えます。

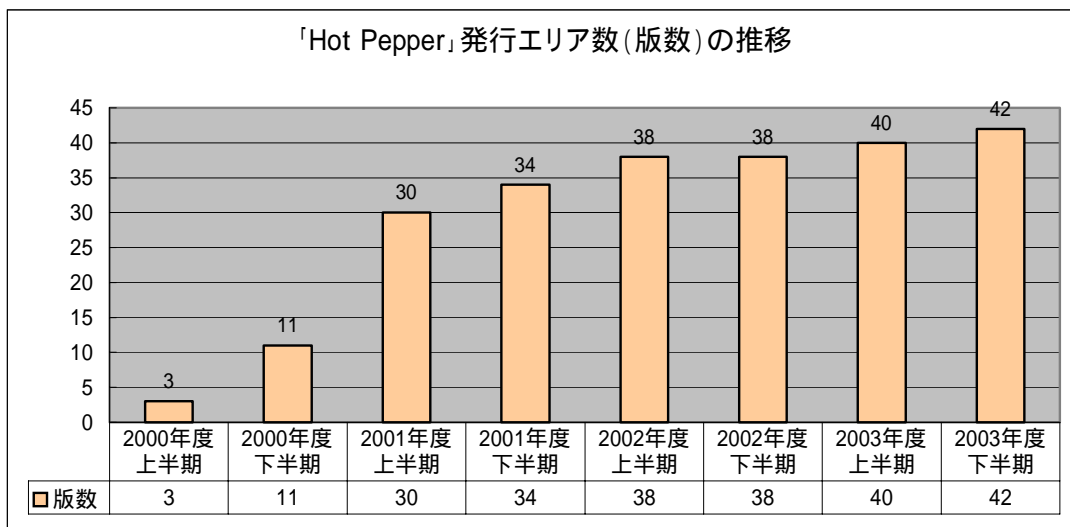


このような背景のもと、リクルートは、『R25(アールニジュウゴ)』という新たなメディアを発信すべく、1ヶ月間限定の「テスト創刊号」という形式でフィジビリティスタディを行います。

リクルートは、これまでも様々な情報誌によってマーケットを活性化し、生活者の自由なアクションを喚起すべく努力して参りました。

今回、『R25』の発行により、団塊 Jr.男性たちの「変わらなきゃ」という気持ちを勇気づけ、行動を支援していくこと。そして、団塊 Jr.男性を元気にし、仕事・消費の両面から日本を活性化していくこと。これこそが『R25』のコンセプトであり、使命だと考えております。

【参考データ】2000年7月にテスト創刊した『Hot Pepper』の推移



団塊 Jr.世代の男性たちを取り巻く状況

【POINT 1】若年女性にくらべ、生活満足度が低い！

<若年の暮らしぶり>

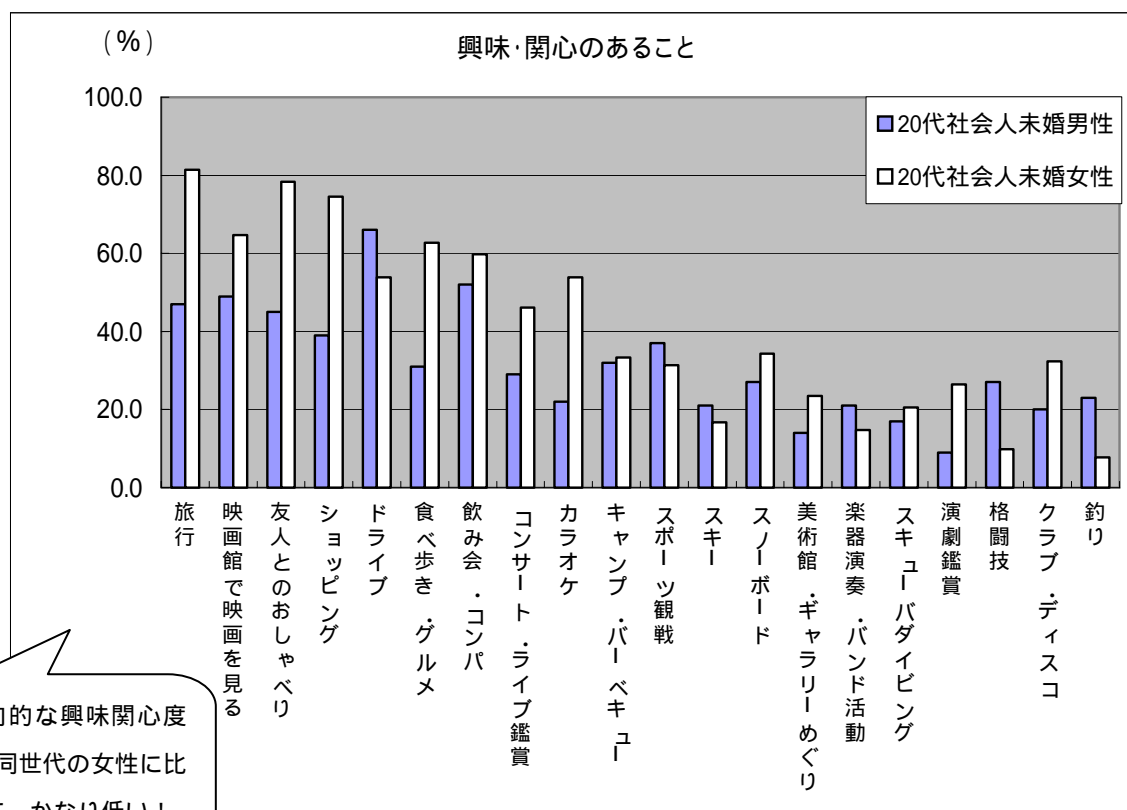
「平成 15 年版 国民生活白書」より

	収入 (万円/年)	自由に使えるお金 (万円/月)	生活満足度 (%)
未婚男性	280	5.6	42.5
未婚女性	220	5.3	63.8
既婚男性	410	2.4	63.0
既婚女性	140	1.5	71.4

回答者は全国の学生・既婚者(離死別)を除く 20~34 歳の男女

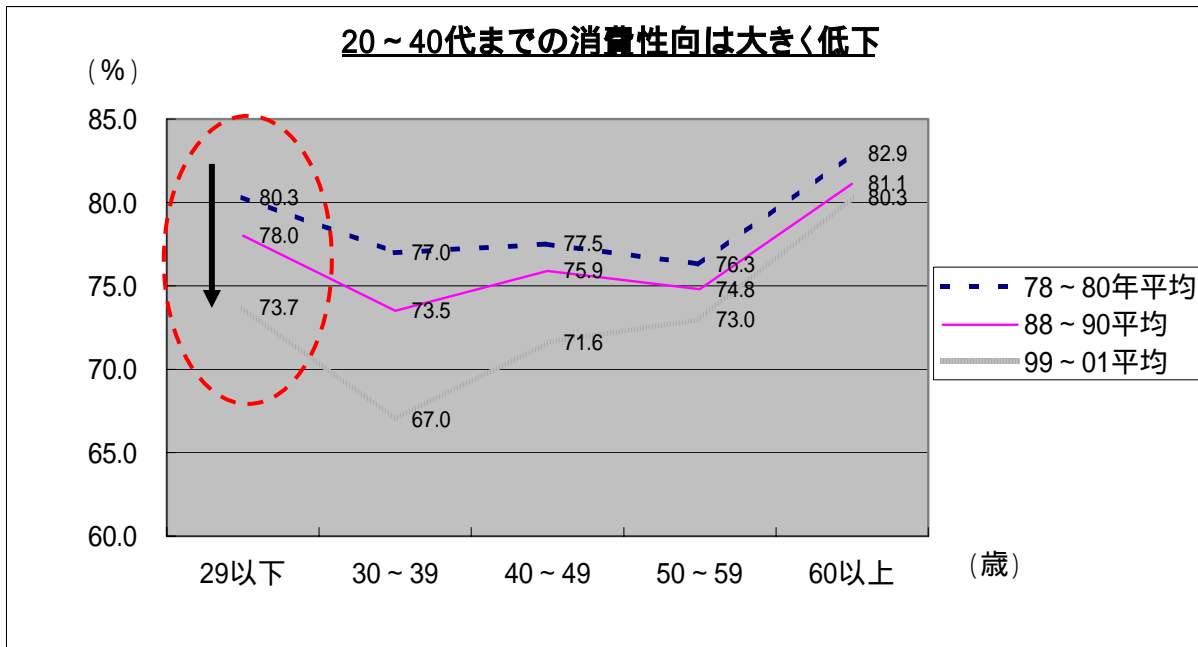
【POINT 2】若年女性に比べてネガティブな興味・関心！

「TOKYO FM 若者ライフスタイル分析 2002-2003 より」



【POINT 3】消費性向は約 20 年間で大きく低下！

「平成 15 年版 国民生活白書」より



『R25』のコンテンツ概要
 Ranking × Review (ランキンレビュー)

「働く」から「楽しむ(消費する)」まで、幅広いモノ・サービスについてのランキングとレビューで世の中を読み解く。(ex. 映画、本、食、ファッション、パソコン、スポーツなど)

(誌面イメージ)



『R25』世代が憧れる“大人の男”インタビュー

「変わらなきゃ」と思っている M1 男性の感性へ訴えかけるメッセージを、憧れの男たちに語ってもらう。
 ～「憧れの大人の男から勇気をもらおう！」～

(誌面イメージ)



連載 マンガで学ぶビジネスの仕組み

週に1度の“誌上ビジネススクール”。やさしく楽しく読み解けば、打つべき一手が見えてくる。
 ~「世の中の仕組みを知って、楽しく自分らしく生きよう！」

(誌面イメージ)



ウィークリーカレンダー(イベント&新商品情報)

団塊Jr.ビジネスマンの行動を後押しする新商品情報を、1週間のカレンダー形式で紹介。
 ~「いい商品、サービス、コンテンツに触れて、アクティブになろう！」

(誌面イメージ)



流通・配布に関して

『R25』流通ラックを配置し、団塊Jr.ビジネスマンの行動導線にて配布いたします。

2004年3月のテスト創刊時(首都圏20万部)

東急・相鉄・京急・都営地下鉄の主要駅

都内一部書店店頭

都心・横浜・川崎のサンクス・スリーエフ一部店舗

都心オフィス街の独自ラック網(約300箇所)

媒体概要

誌名	R25(アールニジュウゴ)
発行日	2004/3/4(木) テスト創刊号は3/25まで毎週木曜日発行(4回) 本格創刊は2004年7月予定
版型	A4変形判(287mm×210mm) 中綴じ 右開き
頁数	オールカラー52P(編集記事36P/広告16P)
定価	無料
発行部数	20万部(テスト創刊号としての部数。本格創刊後は全国100万部を目指します)
発行地域	東京都心部、横浜市、川崎市、城南エリア
配布チャネル	専用ラック+鉄道、コンビニ等のリクルート共同ラック
発行人	峰岸真澄
編集人	田中耕介