

**クーポンマガジンナンバーワンのホットペッパーが
2005年4月22日(金)インターネットサービス
HotPepper.jp(ホットペッパー.jp)スタート
～ 情報件数ナンバーワンのグルメサイトを目指します ～**

株式会社リクルート(本社：東京都中央区 代表取締役社長 柏木齊)は、2005年4月22日(金)、クーポンマガジン『ホットペッパー』のインターネットサービス<ホットペッパー.jp>(ホットペッパージェイピー)を、まずは東京23区のごグルメ情報からスタートします。

クーポンマガジン『ホットペッパー』は、東京23区で6エリア(銀座・渋谷・新宿池袋・赤坂六本木・田町品川・中野)106万部を発行し、F1層(20～34歳女性)に広く定着しています。今回は、さらなる機能追加として、インターネットサービスをスタート、東京において、情報件数ナンバーワンのグルメサイトを目指します。



媒体を、フリーペーパー+パソコン+ケータイと広げることで、
東京23区の読者106万人から、ユーザー500万人へ。情報件数2000件から1万件へ。

「ホットペッパー」の役割は、集客したいという飲食店と、お店の情報を探したいという読者、双方のニーズをマッチングし、地域の消費の活性化を促進することにあります。ホットペッパーは、販促ツール「クーポン」を根付かせる媒体仕様として、フリーペーパーをもっとも有効と考えスタートしました。その結果、飲食店1店舗あたり月間233人(2004年10月号実績)の集客効果をお返しするまでに成長いたしました。今回、サービス提供のツールを、パソコン、ケータイへと広げ、「クーポンの利用シーンの拡大」「利用者層をネットユーザーへ拡大」「情報検索機能・詳しい店舗情報の提供」を実現し、ホットペッパーブランドの更なる浸透を図ります。

ユーザーに対しては、欲しい情報がいつでも手に入る環境を構築し、クライアントに対しては、より高い集客効果をお返しするためのサイトを目指します。



2006年3月時点で、情報件数1万件、毎月500万人が訪れる、最大規模のグルメクーポンのサイトを構築することを計画しています。

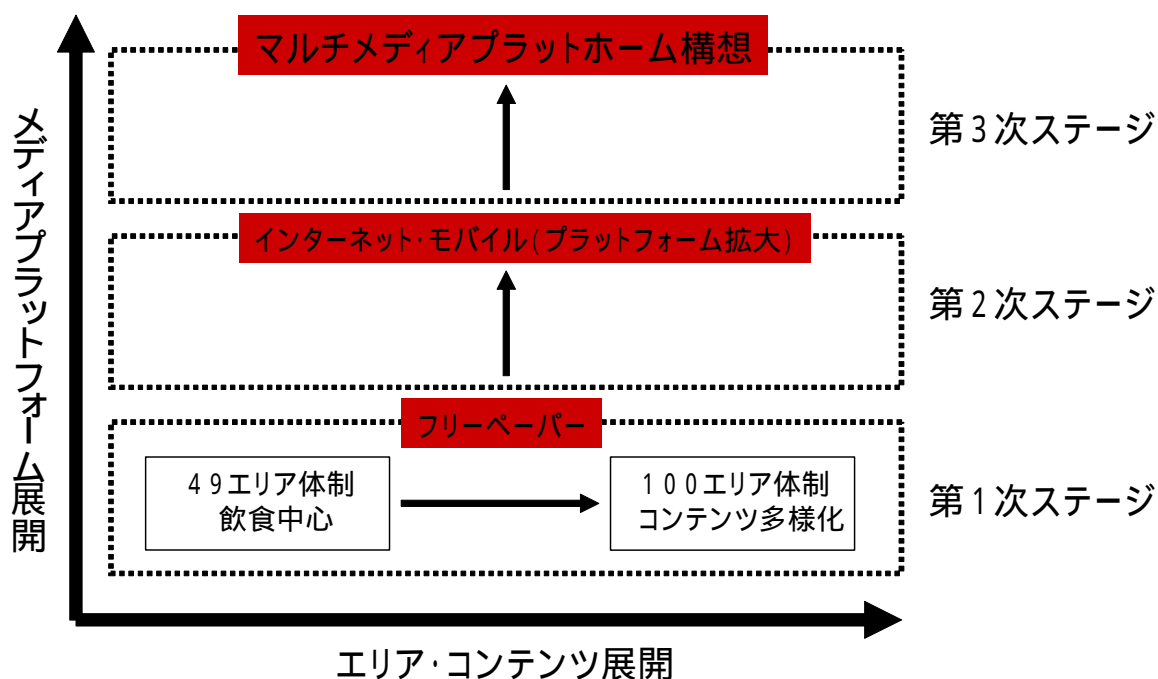
サービススタートである2005年5月号(4月22日号)の掲載をお申し込みいただいた飲食店については、その後1年間、掲載費を無料とするキャンペーンを実施します。それにより、情報件数の早期獲得を目指します。

ホットペッパー.jp は将来的に、全国へのエリア展開、コンテンツの領域拡大、
マルチメディアプラットフォームとしての発展を目指します

<ホットペッパー.jp> は首都圏 6 版元エリア(銀座・渋谷・新宿池袋・赤坂六本木・田町品川・中野)を
皮切りに、ホットペッパーを発行しているエリアではすべてサービスを提供し、全国展開を目指します。

また、本誌同様、グルメだけにとどまらず、20～30代女性をターゲットとした「美容」「スクール」
「ショッピング」など、様々なコンテンツ提供を行っていきます。

さらには、RFID 技術等を利用した新しいビジネスモデルを構築していく上でのプラットフォームとし
ての発展を積極的に推進していきます。



【本件に関するお問合せ先】

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

クーポンサイト<ホットペッパー.jp> サービス概要

「24時間会社でも自宅でも、宴会のお店を比較検討OK！」



サービス名	HotPepper.jp (ホットペッパー ジェイビー)	
サイトURL	http://www.hotpepper.jp	
サービス開始日	2005年4月22日(金) *ホットペッパー本誌の発行に合わせ、毎月最終金曜日に情報を更新します	
サービス内容	<p>クーポンマガジン「ホットペッパー」都内6版(銀座・新宿・渋谷・田町品川・赤坂六本木・中野)に掲載のグルメ情報をはじめ、東京23区内のグルメ情報とクーポンを提供するサイト。</p> <p>2006年3月時点で、情報件数1万件を計画。</p>	
サイトの特徴	<p>ユーザーにとっては、「欲しい情報」に早く行き着くことができ、たくさんの情報から比較検討できる、お店選びにやさしい設計。掲載店舗にとっては、「集客効果」を最大化するための販促ツール。</p> <p>【クーポン】ホットペッパー最大の特徴であるクーポンを、ほぼ全件のグルメ情報にセットし、提供します</p> <p>【狭域】店選びを決定する重要なポイントは、「何を食いたいか」より「どこで食べるか。現実的に出かけられるか」である……この、クーポンマガジン「ホットペッパー」で得た「狭域」という考え方を、WEBでも踏襲します。東京23区を12エリアに区分し、エリアごとにトップページを用意。飲食店と読者のマッチングの確度を高めます。</p> <p>【シンプル】ホットペッパー読者へのユーザーテストを行い、複雑さを徹底的に排除したデザイン・設計にしました。</p> <p>【検索】お店のジャンル・料理・マップなど、店の基本情報からの検索はもちろん、「デートで使える」「みんなで騒げる広い店」などのこだわり軸や、幹事さんに便利な、宴会コースからの検索などを搭載。</p> <p>【詳しい店舗情報】基本情報/料理メニュー/ドリンクメニュー/おすすめのコースメニュー/地図・クーポンの5大要素で店舗を紹介。すべての情報は、ホットペッパーの編集部員が店舗に訪れ取材をした内容を掲載します。</p> <p>【フリーペーパー・ケータイとの連動】毎月6版106万部発行するホットペッパーで告知。また、より詳しい店舗情報や検索性を搭載することで、利用を促進します。パソコンサイトと同時に、ケータイサイト「ホットペッパーポケッツ」もサービススタート。パソコンサイトで気に入った情報は、ケータイのメールに転送すると、ケータイの店舗情報にラクラクアクセスできます。クーポンをいつでも携帯できる利便性を担保します。</p>	

クーポンケータイサイト<ホットペッパーポケット>概要

「いつもポケットにホットペッパーを！ 電子版クーポンホルダー」



サービス名	Hot Pepper Pockets (ホットペッパー ポケット)
サービス開始日	2005年4月22日(金) *ホットペッパー本誌の発行に合わせ、毎月最終金曜日に情報を更新します
サービス内容	クーポンマガジン「ホットペッパー」東京23区6版(銀座・新宿・渋谷・田町品川・赤坂六本木・中野)に掲載のグルメ情報をはじめ、東京23区内のグルメ情報とクーポンを提供するケータイサイト。 ホットペッパー.jpと同様のコンテンツ数
サイトの特徴	ユーザーにとって、「ホットペッパーをいつもポケットに」。 掲載店舗にとって、「集客効果」を最大化するための販促ツールに。 気に入った情報は、「ホットペッパー.jp」からケータイのメールに転送すれば、ケータイの店舗情報にラクラクアクセスできます。クーポンをいつでも携帯できる利便性を担保します。いわば、「電子版クーポンホルダー」です。
広告効果	全国に先立ち、本誌とケータイの組み合わせでサービスをスタートした札幌では、本誌単独でケータイ非掲載店49.3枚/161.8人の集客効果に対し、本誌+ケータイ掲載店は100.9枚/338.9人の集客効果を上げ、その内訳は、本誌71.5枚/284.5人、ケータイ29.4枚/54.4人となっており、ケータイを媒体手段に加えたことで純粋に集客効果がアップした。(2004年10月号札幌版実績)

クーポンマガジン「ホットペッパー」概要

「パラパラめくってお店発見！そのままクーポンもGETできる」



誌名	Hot Pepper (ホットペッパー) 誌名の由来：刺激的(スパイシー)な生活をこの街で
判型・体裁	A4ワイド判 オールカラー
発行	毎月最終金曜日配布 月刊誌 専用ラック設置およびオフィスへの無料配布
設置場所	書店、コンビニ、量販店、ファミリーレストラン、ファーストフード、居酒屋、カラオケBOXなど女性が多く集まる場所での設置。 オフィスへの無料宅配もあり。
発行部数	全国49エリア 538万部発行(2004年12月1日現在) *ホットペッパージェイピーの対応エリアは、首都圏6版106万部
編集方針	20~30代女性の消費活動を支援する情報提供 「食べる(飲食店)」「きれいになる(美容室)」「買う(ショッピング)」「遊ぶ(アミューズメントスポット)」「癒す(リラクゼーション)」「学ぶ(スクール)」など生活領域全般のクーポンをメインとするお得情報提供 クーポン利用を前提とした機能的な編集 写真・地図情報の必須掲載。 広告全体を切り取って使える体裁。
情報件数と広告効果	全国49版合計飲食お取引件数 2万3024件 1件あたりの1ヶ月の集客人数 233人(2004年10月号実績)