

2008年3月3日  
株式会社リクルート

## リクルートのフリーマガジン

## 『Lu\*jo!』と『Hot Pepper 東京都心4エリア版』が

## 3月3日からアスクルの法人向け購買サイトで申し込みが可能

株式会社リクルート(本社:東京都千代田区 代表取締役社長兼 CEO: 柏木齊)が発行するフリーマガジン『Lu\*jo! (ルージョ)』と『Hot Pepper(ホットペッパー)』が、3月3日(月)から、アスクル株式会社が運営する法人向け購買サイト「アスクル・インターネットショップ」(<http://www.askul.co.jp/>)より配送を申し込みできるようになります。

## ■本件の概要

首都圏のみで発行している特典付きフリーマガジン『Lu\*jo!』と、クーポンマガジン『Hot Pepper』の東京都心4エリア版(渋谷・赤坂・六本木・原宿・青山・恵比寿・目黒・自由が丘・中目黒・三軒茶屋・二子玉川版、新宿・池袋・高田馬場・下北沢版、銀座・日本橋・神田・上野・新橋・虎ノ門・丸の内版、品川・目黒・五反田・田町・浜松町版)が、3月3日(月)より「アスクル・インターネットショップ」で配送の申し込みができるようになります。

※配送可能エリアは、離島を除く東京都です。

※アスクルサービスご利用時にオフィス用品の注文と同時に申し込みいただけます。単独での申し込みは出来ません。

## ■新たな配布チャネル

従来、『Lu\*jo!』と『Hot Pepper』は、「街頭配布」、「ラック設置」、「オフィス配本」という3つの配布方法でユーザーの皆様にお届けして参りました。

今回、「ネット申し込み」という新たなチャネルが加わることで、アスクルのデリバリーサービスを利用する中小事業所のお客様が、オフィス用品を注文するのと同じ要領で、いつでも欲しい時に入手出来るようになります。初回は約5,000部配布の試験的な取り組みとしてスタートし、今後についてはお客様の声を聞きながら検討してまいります。

また近日中に、『ホットペッパー.jp』と「アスクル・インターネットショップ」とのWebによる新たな連携サービスも開始する予定です。

リクルートではこれからも、働く、学ぶ、住む、結婚、育児、旅、車、趣味や暮らし情報など、さまざまな場面でユーザーが新しい発見・機会創出できるサービスを提供し、ひとりひとりにあった「まだ、ここにいる、出会い。」を届けることを目指していきます。

【本件に関するお問い合わせ先】

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

## ■参考資料

### ◎『Lu\*jo!』とは

2007年11月に創刊した、『Hot Pepper』のお姉さん版フリーマガジン。東京在勤の25歳以上の女性に向けて、「ちょっと贅沢をしたい」「自分にご褒美をあげたい」というニーズに応える情報を、グルメとビューティをメインジャンルに、読者限定メニューなどのオリジナル特典と共に提供しています。発行エリアは新宿、渋谷、恵比寿、表参道、青山、赤坂、六本木、銀座など、都内おしゃれエリアが中心。年4回発行の季刊誌。

### ◎『Hot Pepper』とは

2000年創刊。「ワタシの街をおトクにするクーポンマガジン」をコンセプトに、毎月最終金曜日に、全国49エリアで約563万部を発行。地域の飲食店や美容院、リラクゼーションスポット、スクール、アミューズメント施設など、街のお得な情報をクーポン形式で提供しています。PCサイト「Hot Pepper.jp(グルメ)」(<http://www.hotpepper.jp/>)・「Hot Pepper Beauty(美容院)」、携帯サイト「Hot Pepper Pockets(グルメ)」も展開中。

### ◎「アスクル・インターネットショップ」(<http://www.askul.co.jp/>)とは

アスクルは「お客様のために進化する」を企業理念とし、オフィスに必要なモノやサービスを「明日お届けする」トータル・オフィス・サポートサービスの会社です。中小事業所をはじめとするお客様に、オフィスで必要なものをお届けするサービスを全国で展開しています(但し、沖縄・離島を除く)。専用カタログ(紙媒体または、Web上)で商品を選んでいただき、ファックスもしくはインターネットを使って注文いただくと、当日または翌日にはお届けできるスピーディな配送サービスが好評です。「アスクル・インターネットショップ」は、インターネット草創期の1997年よりサービスを開始しました。現在では、紙カタログを補完する便利な購買サイトとしての利用が進んでおり、全売上げに占めるインターネットの受注比率は50%を超えるまでに広がっています。

以上