

2014年7月16日
株式会社リクルートホールディングス
株式会社Media Shakers

リクルートのフリーマガジン『R25』が創刊10周年を機にリニューアル！ 30オトコの「迷い・不安・欲望」にフォーカスしたテーマ特集型に。

株式会社リクルートホールディングス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長 兼 CEO：峰岸真澄、以下リクルート）は、同社が発行するフリーマガジン『R25』の創刊10周年を機に、30歳前後の男性ビジネスマンをターゲットにしたテーマ特集型のメディアにリニューアルいたします。

1. 『R25』の概要

『R25』は、2004年7月にリクルートより創刊したフリーマガジンです。これまで25歳から34歳までの男性ビジネスマンに、幅広い分野の旬のトピックスをダイジェストして提供してきました。しかし昨今、SNSやスマートフォンなど、この世代が接するメディア環境は大きく変化しています。そこで創刊10周年を迎える2014年7月、『R25』をリニューアルすることに決定いたしました。

2. リニューアル後の『R25』の特徴

1. ワンテーマ特集型になります！

スマートフォンの普及やSNS、キュレーションメディアの台頭により、雑多な情報を「つまみぐい」的にチェックする環境は整ってきました。しかし、それによってひとつのテーマをじっくり掘り下げたり考えたりする時間は少なくなってきました。そこで『R25』では、毎号、ひとつのテーマにフォーカスし、いろいろな角度や切り口から特集を組むことで、「1冊読めば、そのテーマの論点や最前線が一通りおさえられる」ストック価値の高いメディアに生まれ変わります。これによって、読者の興味関心をより強く刺激し、飽きさせずに考えるきっかけ・行動するきっかけを作ります。

2. ターゲットは30歳。男の「迷い・不安・欲望」にもっと食い込みます！

リニューアル後の『R25』は、人生の岐路にさしかかる30歳前後のビジネスマン「30オトコ」の興味関心に応えるメディアになります。昨今、30オトコをとりまく環境は一段とシビアに変化しています。そうした変化に対応し、“閉塞感”の殻から一步外に踏み出すには、バラバラと流れる点の情報（他人事のニュース）を“ジブンゴト”化し、読者がリアリティを感じられるカタチに加工して届ける必要があります。そのため、リニューアル後の『R25』は「世の中のこと」より「自分たちのこと」、「知ること」より「理解すること」に価値を置き、30オトコの“迷い・不安・欲望”をテーマに、特集を組んでいきます。

《特集例》

この先どうやってサバイバルする？「食いつぶれない仕事」 / ビジネスマンを襲うニッポンの病「睡眠クライシス」 / グローバル化に負けるな「スマート英会話学習術」 / きちんと愛し合ってる？「30歳のSEX白書」 / 趣味でも自炊でも…「男の料理 再入門」 / ネタバレ、誹謗中傷、炎上etc.は勘弁！「SNSの正しいお作法」など

リクルートホールディングスではこれからも、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、一人ひとりにあった「まだ、ここにない、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/form/>

3. リニューアル後の『R25』の媒体情報



- ◎ 部数： 25万部
- ◎ ページ数： 36～44ページ
- ◎ 配布場所： 1都3県
- ◎ 発行日： 毎月第一・第三木曜日
(リニューアル第1号は7月17日発行)
- ◎ 広告単価： 掲載料180万円 (中面1ページ)
- ◎ 発行： 株式会社リクルートホールディングス
- ◎ 編集： 株式会社Media Shakers