

オトコを刺す情報マガジン RECRUIT

R25 100円

ぼっか ぼっか

電子投票 日本銀行 外こもり

超高級ティッシュ フラットタックス 高の字の速いトイレ

からだがありやんとかなる 磨 赤児

気負わずできる 誰かに「いいこと」始めてみない?

最近の号で特に人気が高かったという、CSRの特集記事。最近では、お金のことを扱った記事より、CSR系の方が関心が高い。争いを好まない気質とのマッチングや、にわかになや企業を信じがたい世の中で「CSRをしているような企業なら」と安心できるのが人気の秘密？

「誰かにいいこと」始めてみない?

気負わずできる 誰かに「いいこと」始めてみない?

「R25」ではターゲットとなる男性に対し、毎年大規模なインサイト調査を行っている。そこから見えてくる「R25」世代の特徴は「どんな世の中に期待してもダメなものダメ」という諦観と、「時代に対する被害者意識」です」とリクルートR25事業部長の藤井大輔氏は言う。

そんな彼らへ企業がアプローチする
**ポストバブルにも受ける商品が
 次の時代に売れるモノ**

決して諦めず、彼らの心を捉えてほしい。

「R25」世代は本音のまわりに、薄皮のよつなものをまとっているんです。その向こうに本音がある。本音をさらして馬鹿にされるのが怖いので、日ごろは自己防衛のために薄皮を

本音が見抜く目があるし頭もいい。上から目線では捕まえられません。

「R25」世代は本音のまわりに、薄皮のよつなものをまとっているんです。その向こうに本音がある。本音をさらして馬鹿にされるのが怖いので、日ごろは自己防衛のために薄皮を

「R25」世代は本音のまわりに、薄皮のよつなものをまとっているんです。その向こうに本音がある。本音をさらして馬鹿にされるのが怖いので、日ごろは自己防衛のために薄皮を

**傷つきたくない気持ちの表れ
 無気力はカモフラージュ**

「R25」世代は本音のまわりに、薄皮のよつなものをまとっているんです。その向こうに本音がある。本音をさらして馬鹿にされるのが怖いので、日ごろは自己防衛のために薄皮を

「R25」世代は本音のまわりに、薄皮のよつなものをまとっているんです。その向こうに本音がある。本音をさらして馬鹿にされるのが怖いので、日ごろは自己防衛のために薄皮を

**20-30代ビジネスマンのインサイト
 本音は“薄皮”の向こう
 目線を合わせて接すれば心開くR25世代**

25歳から34歳の男性をターゲットとし、2003年の創刊以来、一貫して若い男性の支持を受け続けるフリーマガジン「R25」。まさに読者であるポストバブル世代のインサイトを「R25」はどう捉えているのか。

**人生に対する諦観と
 時代に対する被害者意識**

「R25」ではターゲットとなる男性に対し、毎年大規模なインサイト調査を行っている。そこから見えてくる「R25」世代の特徴は「どんな世の中に期待してもダメなものダメ」という諦観と、「時代に対する被害者意識」です」とリクルートR25事業部長の藤井大輔氏は言う。



リクルート
 事業開発室 クロスメディアプロモーションユニット R25事業部長
藤井大輔氏 Daisuke Fujii
 1973年生まれ。大阪大学経済学部卒。95年リクルートに入社。「セクシティ」「AB-ROAD」などの雑誌編集を経て、2003年9月から「R25」の立ち上げに携わる。05年4月、編集長。07年10月、R25事業部長。現在は「R25.jp」「R25式モバイル」の編集長も兼務。

「R25」ではターゲットとなる男性に対し、毎年大規模なインサイト調査を行っている。そこから見えてくる「R25」世代の特徴は「どんな世の中に期待してもダメなものダメ」という諦観と、「時代に対する被害者意識」です」とリクルートR25事業部長の藤井大輔氏は言う。

「R25」世代は本音のまわりに、薄皮のよつなものをまとっているんです。その向こうに本音がある。本音をさらして馬鹿にされるのが怖いので、日ごろは自己防衛のために薄皮を

「R25」世代は本音のまわりに、薄皮のよつなものをまとっているんです。その向こうに本音がある。本音をさらして馬鹿にされるのが怖いので、日ごろは自己防衛のために薄皮を