

リクルートとNEXCO中日本のコラボによる、高速道路初の自動車誌
フリーペーパー『KURUMAG. (クルマグ)』
～9月16日(月・祝)創刊、サービスエリアで50万部配布～

株式会社リクルートマーケティングパートナーズ(本社:東京都千代田区 代表取締役社長:富塚^{とみづか}優)と中日本高速道路株式会社(NEXCO中日本、本社:名古屋市中区、代表取締役社長CEO:金子^{かねこ}剛一)と、は、“カーライフ、再発見”をコンセプトに、フリーペーパー『KURUMAG. (クルマグ)』を創刊し、9月16日(月・祝)からNEXCO中日本管内50カ所のサービスエリア(SA)で配布します。

■『KURUMAG. (クルマグ)』の特徴

- ◇「高速道路初」の自動車誌
- ◇ターゲットはクルマの購入が活発な30～40代(SA利用者の中心層)
- ◇国内だけでなく、海外からも集めた情報や独自のインタビュー記事を掲載
- ◇新車・中古車問わず、幅広い車種を登場させ、様々な角度からクルマの魅力を伝える記事を掲載
- ◇ドライバーにすぐに役に立つ、NEXCO中日本エリアの高速道路マップを掲載

■『KURUMAG. (クルマグ)』の概要

- ◇発行日: 創刊号 2013年9月16日
第2号 2013年12月16日(予定)
第3号 2014年3月16日(予定)
- ◇配布箇所: NEXCO中日本管内のサービスエリア 50カ所
- ◇配布部数: 50万部

■創刊の背景

◇サービスエリアの充実

SAの充実により、利用者の平均滞在時間が37.5分にまで伸びてきています。また、SA内の施設を利用する時間が増えたことにより、フリーペーパーの認知が利用者の約半数にまで増えています。

このようなSAの状況の変化を受けて、クルマを所有しているカスタマーをターゲットにした“クルマのある生活の楽しさ”を提案するフリーペーパーを創刊します。

◇クルマに対する価値の変化

クルマを“単なる移動手段”としての価値に偏り、クルマ選びも価格と燃費性能を重視した選び方に偏る傾向があります。コト、モノ、ヒトの様々な角度からクルマにアプローチした企画を掲載し、“クルマの楽しさ”、“クルマのある生活の魅力”を再発見してもらうことを目的とした自動車誌です。



▲9月16日創刊号 <表紙>

■創刊号のラインナップ

- ◇【特集】カーライフ再発見 見る人をワクワクさせるハリウッドのカースタントマンと軽自動車でロシアを横断した女性、それぞれが感じる“クルマのある生活”の楽しさを掲載
- ◇日産自動車代表取締役 COO の志賀俊之氏をはじめ、自動車業界の方が語るプライベートなカーライフのインタビュー記事を掲載
- ◇音楽やファッションなど、様々な方向からクルマへアプローチする記事を展開

同時配付先	国土交通記者会、国土交通省建設専門紙記者会、国土交通省交通運輸記者会、中部地方整備局記者クラブ、中部経済産業記者会、愛知県政記者クラブ、都庁記者クラブ、神奈川県政記者クラブ、静岡県社会部記者会、静岡県政記者クラブ、山梨県政記者クラブ、長野県会見場、富山県政記者クラブ、石川県政記者クラブ、福井県政記者クラブ、岐阜県政記者クラブ、三重県政記者クラブ、滋賀県政記者クラブ
お問い合わせ先 (マスコミ専用)	中日本高速道路株式会社 広報室 Tel 052-222-3628(直通)
	株式会社リクルートマーケティングパートナーズ 広報 https://www.recruit-mp.co.jp/support/press_inquiry/