

# SPUR.JP 5つのCHANGE!

## 1. 本誌のリニューアルに合わせてデザインも一新

新しいコンセプトに合わせたデザイン変更はもちろん、スマートフォンファーストに徹底したUI設計へ。ファッションコンシャスな読者にとって心地よくわかりやすいデザインに変更します。

## 2. 知的好奇心を刺激する、新しいコンテンツラインナップ

ファッションはもちろん、ビューティ、ジュエリー&ウォッチ、ウェディングのチャンネルでさらに充実を図ります。また、カルチャーチャンネルを新設し、映画、旅はもちろん、“TOKYO”をテーマにした新コンテンツも始動します。

## 3. SNSを中心にリーチ数と拡散力を強化

リーチ数を目的としたフォロワー増加はもちろん、LikeとShareを中心に拡散機能を強化。雑誌、ウェブ、SNSとさまざまな角度から反響がとれるページ作りを徹底します。

## 4. スタッフもコンテンツもデジタルネイティブ化

ウェブ専任スタッフを拡充、テクニカルやマーケティングスタッフも増員し、デジタルに特化した運営チームを再編成。ソーシャル、キュレーションなど、各ユーザー特性に応じた戦略と内容に進みます。

## 5. チームSPURのフォーメーションを再定義

美しいビジュアルとストーリー性のあるページを作るSPUR編集部、デジタルユーザーへの情報最適化とリーチプランニングをするSPUR.JP編集部、両者が連携して、広告主様の商品の魅力を最適な方法でお届けします。

ユーザーの情報取得手段は数カ月単位で進化し、半年前の状況を現状と同じに語ることはできません。ウェブ広告の効果も単なるPVから拡散力(反響)へと移行し、純広告の第三者配信へのリクエストが高まる今、各媒体が同じツールと指標で効果検証される時代が始まっています。だからこそ、デジタルのトレンドに敏速に、そして柔軟に対応できる基盤を整えること。リーチ数の拡大はもちろん、より良質でダイレクトなニーズを持つユーザーを確保し、SNSやキュレーションメディアを通じて流入してくるライトユーザーのロイヤルティを上げること。これらをスピーディに確実に実行できるようリニューアルし、広告主様に良い結果をお返しできるサイトにしたいと考えています。2016年1月22日、進化するSPUR.JPにご注目ください。

SPUR.JPウェブプロデューサー 長岡夏未

SPUR.JP編集部  
ウェブプロデューサー 長岡夏未  
コンテンツディレクター兼ウェブエディター 垂井清子  
ウェブエディター 松江未生・菅原絢子  
※その他、制作・システム・マーケティングチームがブランド事業部内にあります。

お問い合わせ 集英社 広告部 03-3230-6202

# SPUR.JP

<http://hpplus.jp/spur/>

2016.1.22

# CHANGE!

ウェブサイトSPUR.JPもチェンジ!  
コアなSPUR読者はもちろん、モード・エントリー層までをターゲットにした  
拡散力の高いメディアへとリニューアルします

2016年1月22日、本誌に先行してSPURのウェブサイト「SPUR.JP」もリニューアルします。デザイン、ユーザーインターフェイスの刷新とともに、新コンテンツも多数スタート予定です。本誌がファッション・エリート向けに深化するのと同様に、SPUR.JPはいわゆるモード・エントリー層、ファッションに興味をもつ幅広いユーザーに向けてのコンテンツを増やしつつ、拡散力を強化する方向に進化。トピックをディープに掘り下げる本誌と幅広いリーチを発揮するウェブサイト、ふたつの位相から立体的に情報を発信していきます。

SHUEISHA

SPUR編集長 山崎貴之

## 媒体数値

SPURブランドの各メディアを活用して  
 広告主様の情報を良質なユーザーへとお届けします。



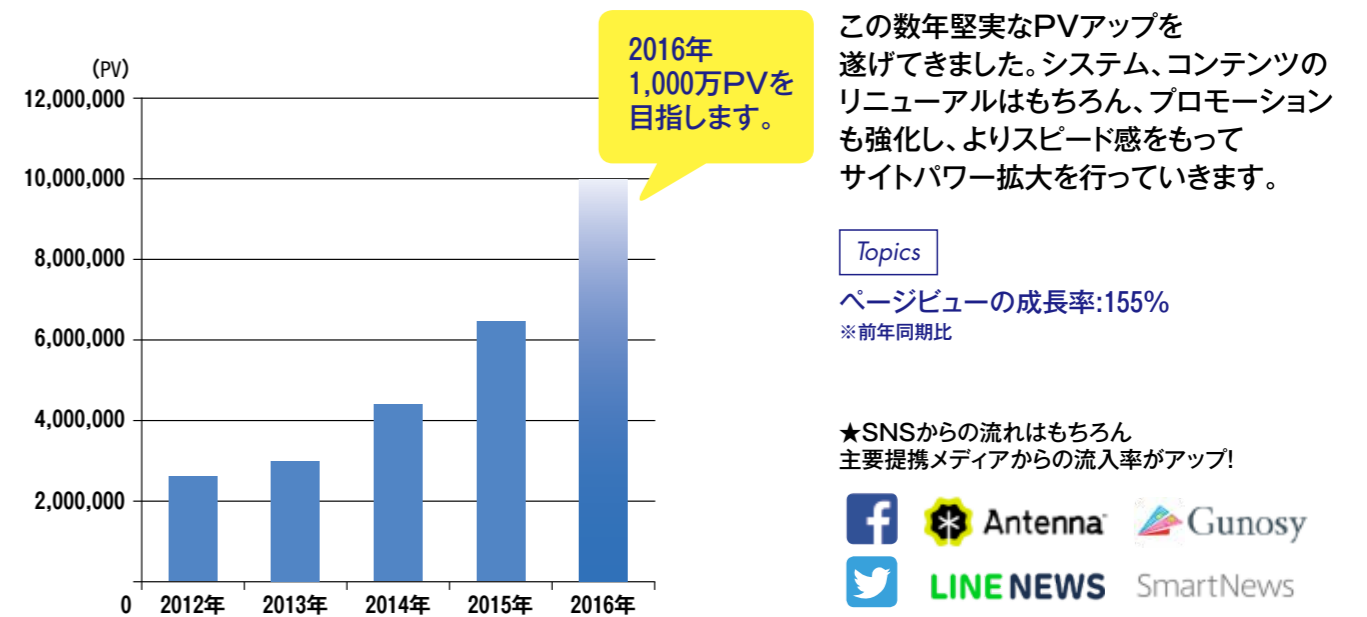
## ファッションを中心に、エディター発信のコンテンツが大人気!

ファッションチャンネルへのアクセスがNo.1。  
 ビューティ、ジュエリー、ウェディングチャンネルも好調に推移し  
 ています。PVアップを牽引するのは雑誌・ウェブ両編集部員が  
 一緒になって発信する連載型コンテンツ。  
 各部員の個性が際立つ記事が人気です。

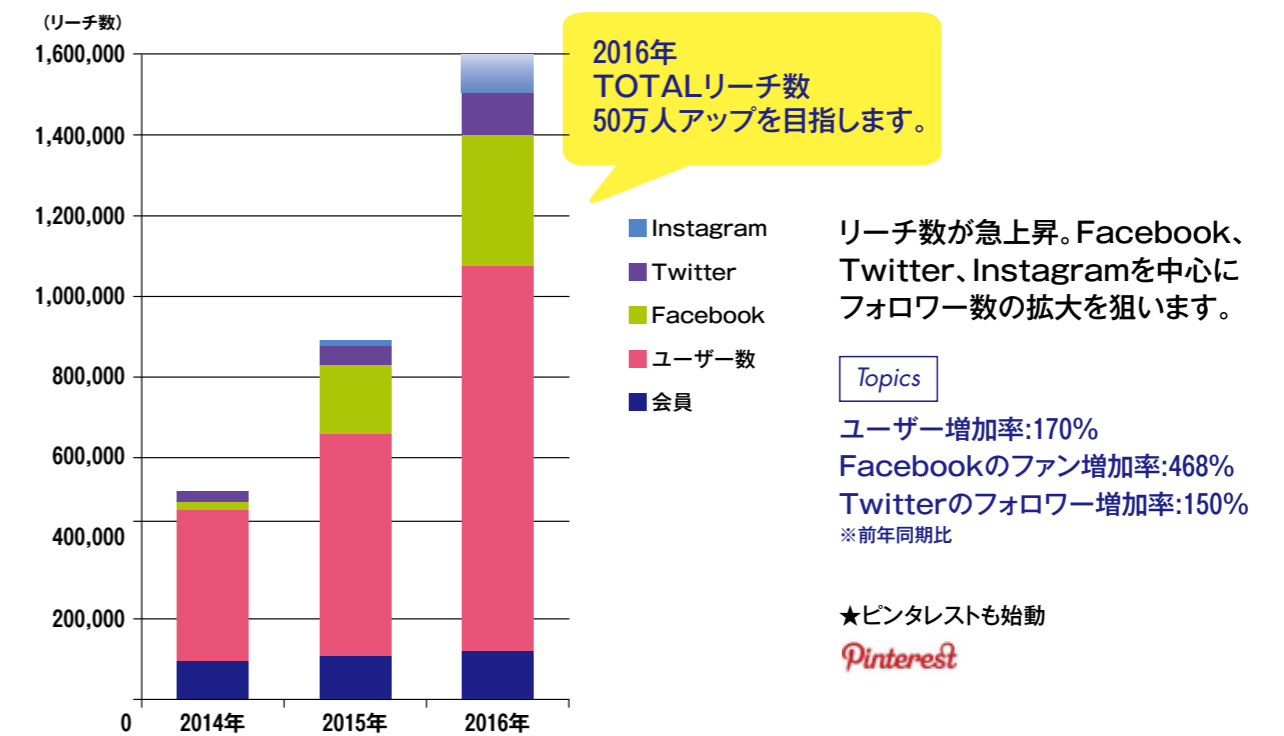
### CONTENTS TOPICS



## PVは前年同期比約155%の成長率!



## SNSを中心にリーチ数が急上昇



## ユーザー数に対しての会員比率の高さに注目

|       | SPUR    | ELLE      | VOGUE     |
|-------|---------|-----------|-----------|
| UU    | 600,000 | 1,550,000 | 1,900,000 |
| 会員    | 91,000  | 140,000   | 47,000    |
| 会員/UU | 15%     | 9%        | 2%        |

※各社公表数値参照(2015年9月末時点)

単なるリーチ数拡大だけでは終わらせません。  
 ユーザー数に対しての会員比率の高さを  
 維持し、ロイヤルティの高い  
 ユーザーを確保。良質なユーザーに  
 広告主様の情報を届けます。

Topics  
 メルマガの開封率は平均10%、イベントの  
 応募数やアンケートの回答数は平均300人以上