

リーチ数に加えて、オリジナリティの強化でサイトパワーがさらにアップ!

## 2300万PVを突破

(5月期 2330万PV)

SPUR.JPの月間PVが5月期に2300万PVを超えました。ここへきて大きく数字を伸ばすことができたポイントを、“お店の経営”にたとえて言うならば以下の3つになるでしょうか。

- ・「エントランスの間口を大きく広げて数も増やして、お客様が入りやすくしました」→リーチ数アップ
- ・「商品は質にこだわり、さらにバリエーションも多く買い付けました」→コンテンツリニューアル
- ・「店内で買い物をするお客様のことを第一に考え、きめこまやかな接客を心がけました」→ソーシャルファーストの徹底

SPUR.JPはこれからも皆様に愛されるお店 = ウェブサイトであり続けます。さらに“ALL SPUR”を合言葉にデジタルと本誌で培ってきた企画力とビジュアル表現を掛け合わせ、ひとつのコンテンツを本誌、ウェブともにマルチ編集できる環境を整えていきます。今後ともどうぞ注目ください。

SPUR 編集長 山崎貴之

### 継続成長のポイント

#### 1. オーディエンス数増と広がる外部提携先でリーチ数がアップ

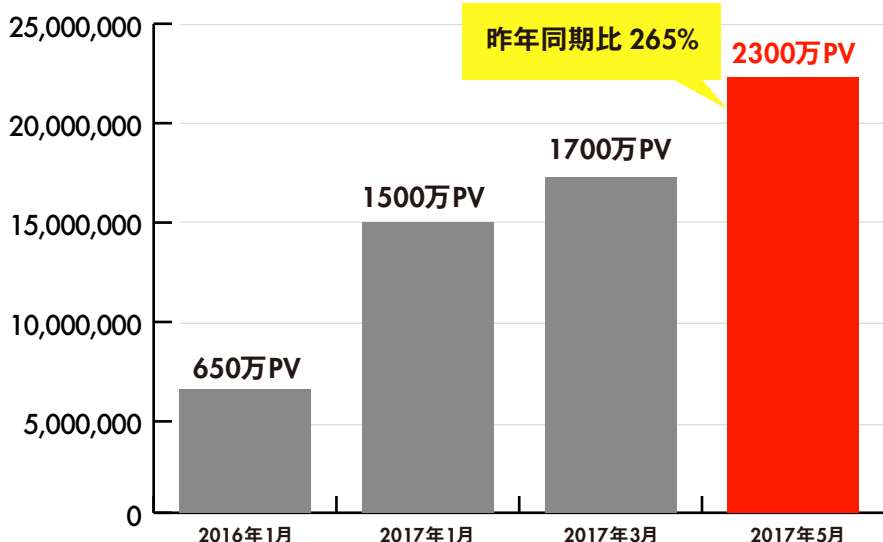
公式LINEの友だちが66万人、LINE NEWSの友だちが21万人を突破し、SPURへのロイヤルティが高いユーザーの囲い込みと流入率アップを引き継ぎ強化。また外部チャンネルにヤフーニュースが加わり、情報のリーチ力はさらにパワーアップしました。

#### 2. 既存コンテンツのリニューアルと新規企画でユーザー満足度を向上

注目ニュースの“読みどころ=Editor's Eye (エディターズ・アイ)”が加わり独自視点でお届けしている「ニュース」、ゲッターズ飯田さんも嫉妬する話題の占い師・水晶玉子先生による「フルーツ・フォーチュン占い」、読者のお悩みに美容界で大活躍の小田切ヒロさんが答える「小田切ヒロの肌ネツ教室」、実際にあったエピソードをコンテンツ化する「SPUR ナショナル・ファッションストーリー・プロジェクト」など、他にはないコンテンツが続々と公開。

#### 3. ソーシャルファーストなコンテンツ作りとサイト改善

ソーシャルエンゲージメントの高い写真、タイトル、時間帯にこだわってコンテンツを企画。さらに、外部から流入するモードエンターリーなユーザーを視野にいれたUIを定期的に改善。新規ユーザー獲得と回遊率を上げることでユーザー数は130万人(3月)から140万人(5月)に、回遊率は5.7PV/SS(3月)から6.5PV/SS(5月)と約10%アップしました。



296,000  
いいね!



94,600  
フォロワー



83,000  
フォロワー



667,000  
友だち

LINE NEWS

213,000  
友だち