

SPUR

世界とつながる、
未来のラグジュアリー

「世界偏愛カワイイ主義」

それは、私たちの“感性の国宝”を探す旅



新体制、SPUR 37歳を迎えます。

ラグジュアリーは、もっと自由で、もっと身近でいい。

SPUR編集部では、そんな思いを胸に、

世界中の“カワイイ”を毎日探しています。

2026年、SPURは新しい風を迎えました。

12年ぶりに池田誠がプリント編集長としてチームに加わり、

編集部は今、笑顔とアイデアが飛び交う、軽やかな空気に包まれています。

「それ、面白いね！」 「かわいいね！」 が

合言葉のように飛び交い、毎日がちょっとした冒険です。

SPURは、グローバルで、かつ偏愛的な視点から、

あなたの毎日に寄り添うストーリーを、これからも手作りでお届けします。

SPURブランド統括 五十嵐 真奈

デジタル編集長 並木 伸子 プリント編集長 池田 誠



1. 2026年、“実売”初速好調！



1月号

前年比
299.0%

2月号

前年比
157.0%

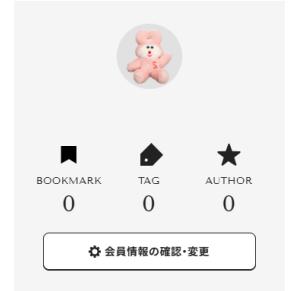
12月号も、前年比140.6%と好調でした！

2. [The SPUR Club]スタート！

新会員組織 **The SPUR Club** をスタート。

モードエントリー層“以上”的ユーザーへのリーチを狙い、
今後はSHUEISHA IDを軸としたコマース連携などビジ
ネス軸の拡張にも繋げていきます。

The SPUR Club
MY PAGE



3. 新体制SPUR！

昨年より、編集長3人体制がスタート！SPURはさらにパワーアップします。



SPURブランド統括
五十嵐 真奈



デジタル 編集長
並木 伸子



プリント 編集長
池田 誠

1996年入社 SPUR編集部に配属
2011年 MAQUIA編集部に配属
2013年 SPUR編集部に配属
2017年 SPURプリント編集長に就任
2021年 SPURブランド統括/デジタル
編集長に就任
2025年 SPURブランド統括に就任

1998年入社 Seventeen編集部に配属
2004年 PINKY編集部に配属
2009年 MORE編集部に配属
2014年 SPUR編集部に配属
2021年 SPURプリント編集長に就任
2025年 SPURデジタル編集長に就任

2000年入社 MORE編集部に配属
2004年 SPUR編集部に配属
2013年 UOMO編集部に配属
2021年 UOMOプリント編集長に就任
2025年 SPURプリント編集長に就任

What is "SPURY/シュプーリー"



SPUR STYLE -SPURが好きなこと-

キュートとも、チャーミングとも違う、
唯一無二の価値を持つ「カワイイ」で満たされたい。
SPURの好きなニュー・ラグジュアリーなアイデア

- カワイイ本物が好き
- 心の栄養はジュエリー
- トレンドに前向き
- 人生の“一瞬”をともに過ごす時計
- “一生”を信じていける名作バッグ
- まだ誰も知らない香り
- 美学のあるジャケット
- 地球といい関係を築くアイテム
- Itなドレスで通勤
- 作り手の意思を感じるブランド



SPURが
好きなことを
もっとみる



SPUR The 37th Year.

「世界偏愛 カワイイ主義」

「偏愛」という感性で世界を俯瞰で見つめ、こだわりの“好き”を丁寧に選び抜く。

SPURはこの視点を新しいラグジュアリーの定義として掲げ、

読者の日常に寄り添うストーリーを届けていきます。

「世界偏愛 カワイイ主義」とは



それは、誰かの“好き”を尊重しながら、自分の“好き”にも正直でいること。

SPURは、そんなヘルシーな「偏愛」主義を通して、世界中のユニークで美しいものに光を当てます。

それは、ラグジュアリーの再定義—高価であることよりも、心に響くこと。文化や価値観の違いを楽しみながら、自分らしい贅沢を見つける旅。

「偏愛」というフィルターで選び抜いた“カワイイ”が、日常をちょっと特別にする

それが、SPURが提案する新しいラグジュアリーのかたちです。

SPUR Keywords

2026年、SPURの強みとなるキーワードをご紹介。

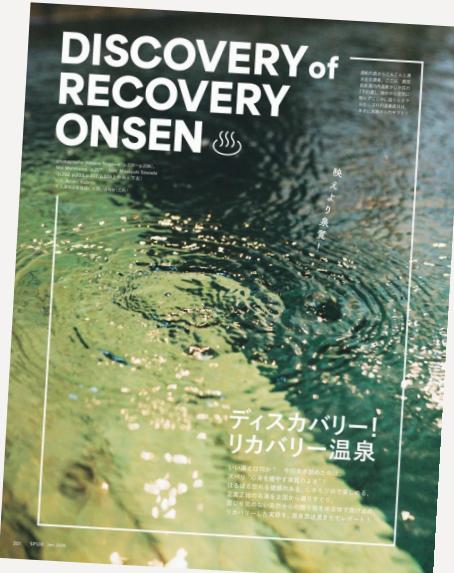


時計

佐藤栞里さんを起用した新連載をはじめ、「はじめての時計」など多角的な時計企画を展開。“かわいい”“欲しい”という直感的な購買意欲を喚起する編集力が強みです。

ウェルネス

高まる“健やかさ”ニーズに対し、温泉企画から「ウェルネス鍋」まで、日常～非常日に渡る多層的なウェルネス提案を強化。美容・旅・ライフスタイル商材とのタイアップに高い親和性を持つ領域です。



香水



話題の人

“いま最も輝いている人”をいち早く見つける、目利き力。HANAさん起用企画など、KOL・アーティストへの迅速なアプローチと高い表現力はSPURならでは。

WEB連載、年間特集、フレグランスマガジンなど、香水ジャンルで確かな実績を持つSPUR。緻密な画作りと言語化力で“香りの魅力が伝わる”企画力には、高い評価をいただいています。

SPUR Total Reach

2025年3月期
2,303万PV
249万UU
達成

SPUR

TOTALリーチ数

約5,551,000

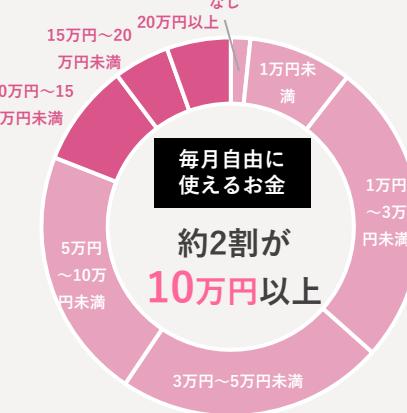
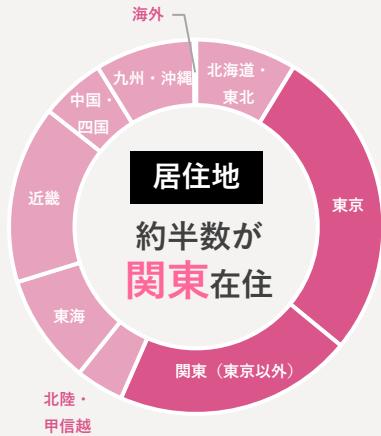
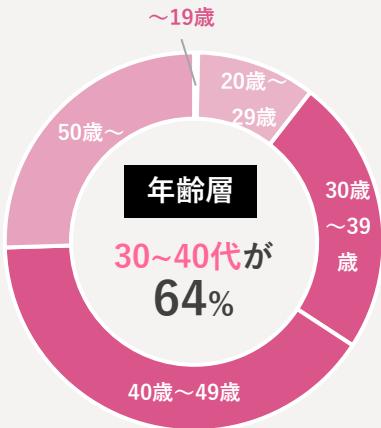
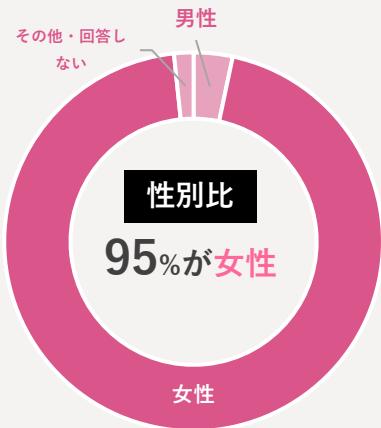
※TOTALリーチ数：
「本誌発行部数」「電子書籍版UU数」
「WEBサイトUU数」「サイト会員数」
「各SNSフォロワー数」の合計値
※2025年7月末現在



SPUR	プリント版 発行部数	55,000	X	307,000
	デジタル版 UU	29,300	○	329,000
WEB 月間PV		19,449,000	f	319,000
WEB 月間UU		2,200,000	LINE LINE公式	1,326,000
会員数		114,000	LINE SPUR News	570,000
メール マガジン		40,500	▶ 登録者数	48,600
			tiktok	250,000

【提携メディア】
Yahoo!ニュース
Smart News
LINE NEWS
グノシー
ニュースサイト
d menuニュース
gooニュース

SPUR Users



普段利用するSNS

Instagram	96%
YouTube	71%
LINE	86%
X	58%
TikTok	24%

日々の生活や買い物で大切にする価値観

長く使える・品質が高いこと 77.6%

自分らしさを表現できること 75.3%

ブランドや商品を選ぶ際に参考にするもの

商品の素材や製造背景 60.0%

ブランドの世界観やストーリー 54.0%

SPURの好きなところ

「愛と個性に溢れたジュエリー紹介が大好きです。」

「YouTubeは、全雑誌媒体のものの中でもいちばんです。
これからも応援し、憧れにし、参考にていきたいです。」

「モデルさんたちの表情、洋服を際立たせるポージング。
そのまま旅に行けそうなファッションなど、
物語性のあるページが大好きです。」

「ずっと愛読させてもらっていますが1番夢がある雑誌だと思います。」

「エディターのおすすめが知れるSmall Good Thingsが大好きです！」

ファッション

「洋服」購入時の予算目安
3万円以上は 26.6%

「洋服」を購入する頻度
1か月に1回以上は 43.3%

ジュエリー・時計

ジュエリー・時計を
持っている または
購入を検討している
85.2%

購入のきっかけ/決め手
「30歳の誕生日に」
「転職記念として、ご褒美に」
「おばあさんになっても身に着けたい」
「いつかは娘に譲りたい」
「雑誌で見て憧れた」

ウェルネス

健康のためのボディケア習慣
睡眠 47.3%
食事管理 43.3%
サプリメント 37.5%



SPUR Chronicle

37年目も、プリント・デジタル・SNS・ECと幅広い取り組みで多くのSPURファンを虜に



受け手と同じ視座をもつ
生活感のある視座で
モードを翻訳して伝えます



モードだけど
リアルなビジュアルは唯一無二
多くのバイヤーさん・スタイリストさんも
チェックしてくださっています

ALL集英社のIPコンテンツ力を
生かした取り組みは話題性抜群



創刊35周年を記念して
誕生した公式キャラクター
様々なコンテンツで活躍中



2024.9
ローンチ！

シュプール TV
by SPUR



公式YouTubeチャンネル
「シュプールTV」には
SPURエディターも登場

SPURSHOP
(EC)



誌面でのアイテム
紹介連載も実施中！



しゅぶるん
グッズも大人気！

2025.12
The SPUR Club
スタート！

SPURデジタルのサイトに
毎日足を運びたくなる仕掛けが続々

雑誌の実売が好調！
1月号は前年比約300%、
2月号は前年比約160%を記録



広告サイト
ADNAVI
はこちら



お問い合わせ

集英社 メディアビジネス部

TEL ☎ 03-3230-6201

E-mail ✉ adinfo@shueisha.co.jp