

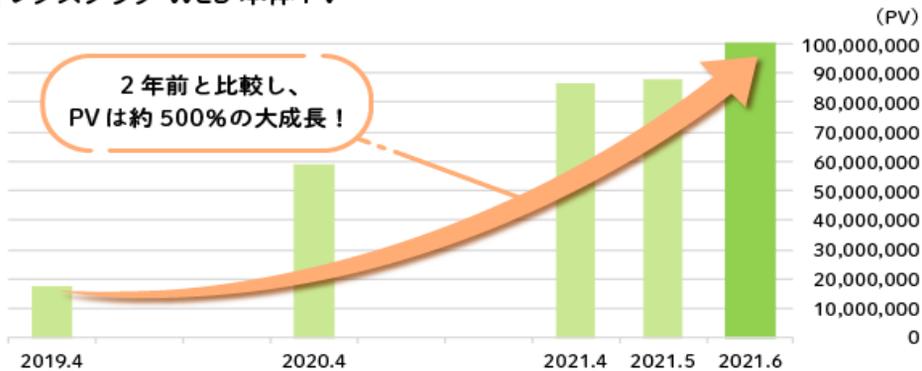
2021年6月期、サイト本体で歴代最高の1億PV突破！ メディア全体では月間1億6000万PVの記録を樹立！

2019年から約500%成長！総合生活情報メディア 国内最大級の規模に！

「レタスクラブ(WEB)」は、創刊33周年の生活情報誌「レタスクラブ」の公式WEBサイトとして誕生した、総合生活情報メディア。2020年4月期のリニューアル以降は「へとへと解放宣言！」をメディアの軸に掲げ、忙しい主婦の毎日を支えるレシピ＆料理・家事・暮らしのニュースが満載です。

2021年6月期、ついにサイト本体PVが109,331,930PVを記録し、1億PV/1200万UUを突破！外部配信と合わせて月間1億6000万PVを達成し、国内最大級の規模を誇る総合生活情報メディアとしての地位を強固なものとなりました。

レタスクラブ WEB 本体 PV



SNSでも存在感UP！フォロワー数も成長中

LINE公式アカウント友だち数は248万人を突破し、Instagramフォロワー数も13.2万人に成長！

2021年4月からはInstagram公式アカウントを活用したライブ配信を実施するなど、ユーザーとの新たなコミュニケーションの場としても活用されています。

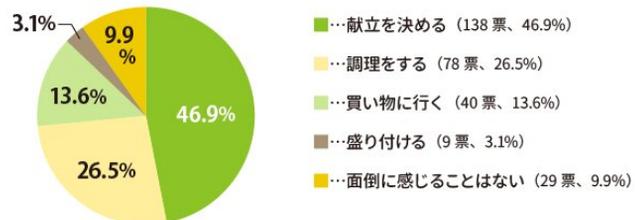
話題の画像キュレーション型SNS・Pinterestは、月間閲覧者数244万人超。メルマガ登録者数4万4000人、サイト会員数は9万9000人を抱え、媒体外にも波及するメディアパワーも強みです。

躍進のワケ(1)：へとへと主婦の悩みをダイレクトに解決するアプローチ

レタスクラブ(WEB)の成長を支えているのは、約9000人の「レタスクラブアンケート会員」の存在です。編集部では、日頃からユーザーへ日々の暮らしのお悩みに関するアンケート調査を実施し、へとへと主婦のインサイト抽出に注力しています。

その一環として、「食事作り」に関するアンケートを実施。23～50歳の女性に、日々の食事作りで面倒に感じていることや意識していることを聞きました。

食事作りの工程のうち、以下のどれを一番面倒に感じますか？



そこで明らかになったのは、「面倒に感じること」の第1位が「献立決め」であること！約半数の「へとへと主婦」が、買い物や調理の過程そのものよりも、献立を考える／決めることに苦痛を感じていることが分かりました。

【お問い合わせ】

株式会社KADOKAWA デジタルコンテンツ局 マーケティング部 メディア営業1課

MAIL: mi-digital-ad-all@ml.kadokawa.jp TEL: 050-1744-4209 FAX: 03-6683-7266

カドカワアドメディアガイド <https://mediaguide.kadokawa.co.jp>

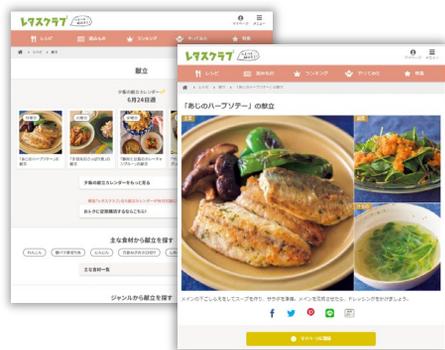
レタスクラブ

そんな悩みを解決するべく、レタスクラブ(WEB)では毎週の献立を提案するコンテンツを提供！

雑誌「レタスクラブ」に掲載されたプロのレシピを基盤に、**料理家・栄養士による質の高いレシピデータを約31,000件**有しています。それらをデータベース的に格納するだけでなく、「献立」として組み合わせ、毎週更新。直感的に「今日の主権・副菜・汁物」を一気に決められるよう、和食・洋食を問わず、バリエーション豊かなラク献立を日々ご提案しています。

さらに、「**献立 和食**」「**献立 洋食**」Google検索順位では堂々の1位を獲得！
(右:2021年7月1日時点の検索画面)

2020年3月以降は、自宅でご飯をつくる機会が多くなったことから、サイトの主軸である「へとへとな日でもラクに作れる」レシピの需も高まり、検索流入件数も大きく増加しました。



躍進のワケ(2):心の「ラク」をもたらす肯定&共感型コンテンツ



時短・ラクのレシピや家事テクニックで「へとへと」を救うことだけでなく、**根本的な心の負担を軽くする記事の発信に力を入れている**ところも、レタスクラブ(WEB)の大きな特徴です。

好評を集める連載の1つに、「料理のお悩み」をテーマにした、人気料理家へのインタビュー記事があります。料理のプロ自身が「**家事にルールはないし、無理しなくていい**」「**何品も作らねば、とプレッシャーを感じなくて大丈夫**」といったメッセージを発信することで、日々家事に追われる「へとへと主婦」ユーザーに、少しでも心のゆとりを持っていただきたい、という思いがこもった企画です。

その他にも、人気主婦ブロガー「WEBレタス隊」を起用した、各家庭のセキララな様子と共に、簡単レシピ・家事テクニックを紹介する「**やってみた**」企画も支持を集めています。「**この悩み、私だけじゃないんだ!**」「**みんな、へとへとしてるんだな**」という共感が、ユーザーを惹きつける大きなポイントになっています。

躍進のワケ(3):手軽に得られる「ときめき」を強化!忙しい主婦のオアシスに

2020年半ば以降、おうち時間の増加に伴って、家事の負担は増えていったものと推測されます。そんな中、時短・ラク系記事と並んで人気を博したのは、忙しくても気軽に「ときめき」を得られる情報です。

その1つとして、新たに連載が始まった「500円で幸せになってみた」シリーズでは、主婦が手元のお小遣いで気軽に試せるプチプラ商品やコスパ抜群のおやつなど、日常にちょっとした楽しみプラスする方法をご提案。**ユーザーと同じ主婦目線のレビューで、紹介した商品が通販サイトで売り切れる**などの反響がありました。その他、手軽に読めるコミックエッセイの連載(試し読み)記事も、**サイト規模拡大と共にコンテンツを増強。「へとへと主婦」のちょっとした息抜き**の場としても、人気を集めています。

