

C CHANNEL、2,600万人のフォロワーに向けてメディアを再構築。 コンプレックスを武器に変えるライフスタイル提案メディアへ ～新・メディアコンセプトは「誰もがわがままでいられる時代へ」～

C Channel株式会社(本社:東京都目黒区、代表取締役社長:森川 亮、以下「当社」)が運営する『C CHANNEL』(<https://www.cchan.tv/>)はメディアコンセプトを「FIND YOUR “CAWAIL、WAY!”」から「誰もがわがままでいられる時代へ」に変更しました。同時にユーザーや企業へ新しい価値を提供してまいります。



メディアをリニューアル 誰もがわがままでいられる時代へ



【新・『C CHANNEL』の特徴】

■自分に自信がない20~30代のユーザーに寄り添い、みんなを応援するメディアへ

C CHANNELは2015年にサービスを開始して以降、ヘアアレンジやメイクアップなどのテーマを中心とした短尺のHowTo動画を制作し、可愛いを見つけるためのドレンド発信メディアとして成長してきました。トレンドに敏感なF1層を中心に国内フォロワー数は2,600万人を超えます。当初は「明日のデートはどんなリップをつけたら良い?」「友達と遊びに行くけど何着たら良い?」といった具体的な悩みを解決するためのHowTo動画を多く発信していました。しかし、6年以上経過し、ユーザーの悩みは「可愛いと言われたい」という他人基点のものから「自分が理想とする自分になりたい」という自分基点に変化してきました。同時に多くの20代、30代ユーザーが何かしらのコンプレックスを常に抱えており、悩みも「自分の未来はどうなるの?」「女性としてどうやって生きていこう」といった抽象的なものが増えていることがわかりました。C CHANNELがInstagramで実施したアンケートでは、「あなたには(身体的・性格的なものも含め)コンプレックスがありますか?」という問いに93.6%の方が「はい」と答えました。

このような背景からC CHANNELに関わる従業員でC CHANNELユーザーの声をもとに議論を重ね、「誰もがわがままでいられる時代へ」という新メディアコンセプトが生まれました。「そのままでもいい、ありのままでもいい」といった前向きな意味で「わがまま」という言葉を使用しています。今後は今まで発信してきたメイクやファッション等のコンテンツに加えライフスタイルや課題解決をテーマにしたコンテンツも発信し、ユーザーがなりたい自分になることを応援するメディアとして進化します。

■各SNSに最適化されたコンテンツを発信、新たなSNS活用の価値創出へ

今までC CHANNELは動画を制作し、それを一律に各SNSアカウントで配信していました。C CHANNELをリリースした当初は動画自体が新しく、SNSも動画に特化しているものは少なかったため従来の配信方法で多

くの効果を見込めました。しかし、現在、SNSは多様化し、動画は一般的なものとなり、ユーザーも各SNSを使いこなすようになってきています。そのためC CHANNELでは各SNS毎のユーザーの思考や使い方を考慮した上で、それぞれのSNSに最適化したコンテンツを配信していくように変化します。

また当社が持つ様々なソリューションを活用し多種多様な企業のニーズにお応えできるメディアへと変化します。具体的には動画ではなく静止画の方が高いエンゲージメントが期待できるSNSは静止画を配信。またYouTubeクリエイターをマネジメントしている当社の実績を活かしYouTubeアカウントで人軸コンテンツの配信、インフルエンサーが自主投稿で口コミを増やす「Lemon Square」とも連携し情報発信・検索対応の強化もしてまいります。

今までは動画を配信することで「認知・理解」を得られるメディアとして成長してきましたが、今後は商品の発売前には「期待値の向上」や「興味度の向上」の獲得、発売時には「話題化」や「理解促進」、そして発売後には「定着」「EC購買促進」までを網羅できるメディアへと成長します。配信データの解析やレポートも強化し、SNS活用の価値を広げ、企業の販売促進を支援して参ります。

ユーザーの行動に合わせたトータルコミュニケーションを提供



顧客コンプレックスの抽出で、具体的な価値提供による購買意欲を向上



認知・期待値形成

静止画(一部動画)とテキストで即時性を持ちユーザー接点を創出。

このコスメ知ってる? (9%知ってる, 91%知らない)

興味度の向上

LIVEで使い心地や品質感を本音で配信。ユーザーからの質問も実時回答を行う。

このコスメほしい? (71%ほしい, 29%ほしくない)

理解促進

HOW TO動画で使い方配信 YouTubeは編集長が自ら体験!

検索対応、定着

ギフトリングによる本音投稿で話題性の演出と口コミを創出。

アンケート調査

ユーザーの肌質、肌質ごとの悩みを調査

自分の肌質を知っている?	肌質はどれですか?
はい 31%	乾燥肌 29.4%
いいえ 69%	混合肌 44.7%
	普通肌 4.7%
	オイリー肌 (油肌) 21.2%

価値提供動画配信

動画で肌質毎にメイク法、対策をコンテンツ化。また、専門家からの肌診断方法も訴求。

ぶっちゃけLIVE

編集長自らがLIVEで配信。ぶっちゃけの使用感とユーザーの質問に生回答!

このコスメほしい? (82%ほしい, 18%ほしくない)

【新・ロゴデザインについて】

今回のメディアリニューアルに際してロゴも変更します。新：ロゴデザインには「アップデート」「トランスフォーム」「芯の強さ」「大人らしさ」「多様性」の5つを主な表現要素として取り入れました。



■ アップデート

特徴的なシンボルをより発展させ、成長や発展、変化の形状を表現。

■トランスフォーム

「どのような形でも認めよう」という意味を不定形に近い形状で表現。

■芯の強さ

マークには多様性と支える姿勢を、ロゴタイプでは自信と力強さを表す、真っ直ぐ上に伸びる形状に。

■大人らしさ

イエローに情熱のレッドを加えて芯の強さ、旧ロゴの三角形を重ねることで、「蕾から花開く」大人らしさを表現。

■多様性

さまざまな色を取り入れダイバーシティを表現。また、サービスが常に寄り添うようにグラデーションと融合する色合いに。

FIND YOUR "CAWAI" WAY
あなただけのカワイイを見つけて！



誰もがわがままでいられる時代へ
なりたい自分に自信をもって。



▼C CHANNELの新しい媒体資料は下記URLよりご覧いただけます。

<https://qr.paps.jp/LCGNI>

▼C CHANNELリブランディングの裏側を当社のブログで公開しています。

https://note.com/cchannel_japan/n/n7b9168fee953

【会社概要】

社名：C Channel株式会社

URL：https://corp.cchan.tv/

設立：2015年4月

代表者：代表取締役社長 森川亮

※C Channelでは採用を強化しております。コーポレートMISSION「人と技術の力で笑顔を作り世界を元気にする」やVISION「誰もが自分らしく輝ける機会を創る」に共感してくださる方を募集中です。

募集一覧ページ：https://open.talentio.com/1/c/cchan/requisitions/2029

このページに掲載されているプレスリリースその他の情報は発表日現在の情報であり、時間の経過または様々な後発事象によって変更される可能性がありますので、あらかじめご了承ください。