

報道関係各位

2021年2月26日
株式会社 PR TIMES

私の“好き”にウソをつかない。

Webメディア「isuta」が、今の女性のリアルな声を映した新コンセプトを発表

－ 見た目はシンプルでも、心の中はカラフル。そんな「おしゃれ、しあわせ、かわいい」情報を届けるメディアへ －



私の“好き”にウソをつかない。

それ、きのうはそうじゃなかったけど、
今日、好きになった。

みんながいいと言っているけれど、
そんなにハマっていない。

流行りは気にしているけれど、
前に流行ったものが、むしろに気になったりもする。

基本、お金はかからないほうがいい。
でも、高くてもながくつかえるものは、ほしい。

おかしのパッケージの誰も気づかないような裏側のデザインや、
服のタグのステッチの色によるこべることが、うれしかったり……。

誰かと話すたびに、スマホを見るたびに、
空の色が変わるたびに、呼吸をするたびに変わっていく、
私の、おしゃれ、かわいい、しあわせ。
と、
きっと、ずっと変わらない。
私の、おしゃれ、かわいい、しあわせ。

そのぜんぶに、ウソをつかない。
変わっていくわたしも、
ここにしゃがんで変わっていないワタシも、
私。だから。
私の“好き”にウソをつかない。

URL : <https://isuta.jp/about/>

プレスリリース配信サービス「PR TIMES」等を運営する株式会社 PR TIMES（本社：東京都港区、代表取締役：山口 拓己、東証一部：3922）が企画・運営を手掛ける Web メディア「isuta（イスタ）」は、2021年2月26日（金）、これまでのコンセプトである「おしゃれでかわいくて、しあわせ」をアップデートし、新コピーとして「私の“好き”にウソをつかない。」を発表いたしました。また、同時にロゴとテーマカラーをリニューアルいたしました。

isuta 的「おしゃれ」「かわいい」「しあわせ」をアップデート



私の“好き”にウソをつかない。

それ、きのうはそうじゃなかったけど、
今日、好きになった。

みんながいいと言っているけれど、
そんなにハマっていない。

流行りは気にしているけれど、
前に流行ったものが、むしろに気になったりする。

基本、お金はかからないほうがいい。
でも、高くてもながくつかえるものは、ほしい。

おかしなパッケージの誰も気づかないような裏側のデザインや、
服のタグのステッチの色によろこべるのが、うれしかったり……。

誰かと話すたびに、スマホを見るたびに、
空の色が変わるたびに、呼吸をするたびに変わっていく、
私の、おしゃれ、かわいい、しあわせ。

と、
きっと、ずっと変わらない。
私の、おしゃれ、かわいい、しあわせ。

そのぜんぶに、ウソをつかない。
変わっていくわたしも、
ここにしゃがんで変わっていないワタシも、
私。だから。
私の“好き”にウソをつかない。

●私の“好き”にウソをつかない。

「isuta」は、2013年9月、日常をおしゃれにワンランクアップさせるニュースサイトとして誕生し、2016年12月にスマホ情報サイト「techjo」と統合、読者ターゲットを10代後半～20代の女性に定め、「女の子のためのメディア」として「おしゃれでかわいくて、しあわせ」になれる情報を日々発信してきました。

それから4年と2カ月。さまざまな企画やイベントを通してたくさんの女性と出会い、対話をしていく中で、彼女たちにとっての「おしゃれ」「かわいい」「しあわせ」が、徐々に変化していることに気づきました。誰のためにおしゃれをして、なぜかわいくなりたくて、どんなときにしあわせだと感じるのか。その答えは人それぞれ異なり、今日の答えが明日も同じとは限りません。しかしながら、自分にとっての「おしゃれ」と「かわいい」と「しあわせ」は、自分自身で決めたいと考えているということだけは、共通しています。

誰かに否定されたり、強制されたりしたくない。自分の機嫌をとるための「おしゃれ」と「かわいい」と「しあわせ」があればそれでいい。毎日こころろ気分が変わっても、自分の“好き”にだけはウソをつかないで生きていたい。そんな今の女性のリアルな声を反映し、「isuta」のコンセプトである「おしゃれ」と「かわいい」と「しあわせ」をアップデートいたしました。

●見た目はシンプル、中身はカラフル

メインビジュアルには、カラフルなダルメシアンを採用しました。白の毛色に黒の斑点模様が特徴のダルメシアンは、見た目からクールでスタイリッシュなイメージをもたれやすい犬種ですが、心までモノクロームなわけではありません。

「isuta」のユーザーも同様です。身につける服やアクセサリはシンプルでスタイリッシュなものが好みだけど、子供の頃好きだったキャラクターグッズは大人になってもたまに欲しくなる。丁寧な暮らしには憧れるけど、流行っている服やコスメはついつい買ってしまう。見た目はモノトーンでも、心の中は色で溢れている…。カラフルなダルメシアンは、「isuta」の象徴であると考えています。

クリエイティブディレクター/コピーライター：武藤雄一

アートディレクター：青木康子

ニュートラルでタイムレスなデザインへ

コンセプトのアップデートにあたり、ロゴとテーマカラーも刷新しました。

●“直線”にこだわったロゴ

新しいロゴは、“私”に正直であることを表現し、曲線をできるだけ使わずにまっすぐなラインを使用。装飾を極限まで削ぎ落とし、とことんシンプルに、長く愛せるデザインを目指しました。また、“i”の部分に少しだけアクセントを加え、みんなと違っていい、個性があるから自分らしい、好きなもの・ことにウソをつかない“I=私”を表現しています。

isuta

●パステルカラーからアースカラーに

テーマカラーは、ピンクとブルーのグラデーションからブルーグレーにリニューアルしました。「女性＝ピンクやオレンジなどの暖色が好き」というステレオタイプを脱却し、ライフスタイルに馴染み、服やインテリアにも取り入れたいようなカラーでありつつ、自分なりの差し色を加えられるようなニュートラルな色味を意識しました。



Then



Now

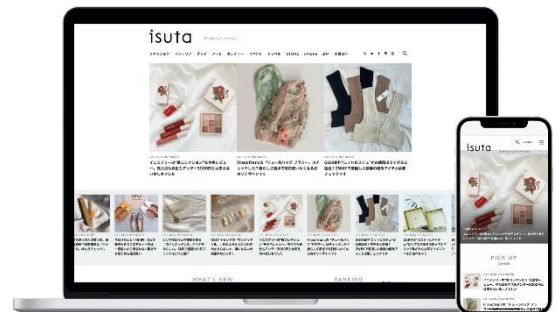
デザイナー：見上楓

Web メディア「isuta」とは

●「isuta」サイト概要

おしゃれな服を身に着けているだけでしあわせ。かわいいネイルを見ているだけでしあわせ。おいしいモノを食べたら最高にしあわせ…。「isuta」は、何気ない日常にちいさなしあわせをもたらすような、おしゃれでかわいい情報をお届けする Web メディアです。

大切な人と行きたくなる穴場カフェや、毎日の気分を上げてくれる最新コスメ、売り切れる前に手に入れておきたい旬なファッションアイテムなど、自分らしい「好き」がたくさんつまったコンテンツをお届けしています。



サイト名：isuta（イスタ）

URL：<https://isuta.jp/>

Instagram：https://www.instagram.com/isuta_jp/

●今後の取組

isuta では、「私の“好き”にウソをつかない。」をコンセプトに、今後も洗練された情報を配信予定。SNS で密かに注目されているスポットや、良質なアイテムを展開するファッションブランド、充実したおうちでの過ごし方など、新たな「好き」が見つかるコンテンツを配信し、読者にポジティブな行動をもたらすメディアを目指してまいります。

【株式会社 PR TIMES 会社概要】

ミッション：行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ

会社名：株式会社 PR TIMES（東証一部 証券コード：3922）

所在地：東京都港区南青山 2-27-25 ヒューリック南青山ビル 3F

設立：2005 年 12 月

代表取締役：山口 拓己

事業内容：

- プレスリリース配信サービス「PR TIMES」(<https://prtimes.jp/>) の運営
- ストーリー配信サービス「PR TIMES STORY」(<https://prtimes.jp/story/>) の運営
- 広報・PR の効果測定サービス「Web クリッピング」(<https://webclipping.jp/>) の運営
- クライアントとメディアのパートナーとして広報・PR 支援の実施
- 動画 PR サービス「PR TIMES TV」「PR TIMES LIVE」(<https://prtimes.jp/tv>) の運営
- カスタマーサポートツール「Tayori」(<https://tayori.com/>) の運営
- タスク・プロジェクト管理ツール「Jooto」(<https://www.jooto.com/>) の運営
- スタートアップメディア「BRIDGE」(<https://thebridge.jp/>) の運営、等

URL：<https://prtimes.co.jp/>

PR TIMES