

LIDDELL と電通テック、Z世代へ向けた情報発信事業を共同で開始！

アグリゲーションを主としたメンズ美容領域のInstagramアカウント “Boys Beauty” を運営

～ Instagramを活用した新プロジェクトでZ世代特有の消費行動をつかむ～



インフルエンサーをはじめとするソーシャルオーソリティー マーケティング事業を展開する LIDDELL 株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役：福田 晃一、以下リデル）と、株式会社電通テック（本社：東京都千代田区、社長：松原 靖広、以下電通テック）の未来志向型の開発組織である+tech labo は、Instagramを活用した新プロジェクトとしてZ世代男性をメインターゲットとしたメンズ美容コミュニティ“Boys Beauty”をスタート致します。メンズスキンケア市場の拡大とInstagramのマス化に伴う検索媒体としての使われ方に着目し、アグリゲーションを主とした一大メンズ美容コミュニティの構築を目指します。

スマホネイティブだからこそ、SNS との高い関連性に着目！厳選したメンズ美容情報を集約したアグリゲーションアカウント“Boys Beauty (@boysbeauty_jp)”を開設

経済と社会が大きく変化と混乱を極めた時代を青年期として成長した「Z世代」は、ミレニアル世代とも異なる特異性が注目されています。そうした成長過程の外的な要因は、彼らに社会への高い問題意識を持たせるに至り、サービスや商品の購入や情報との関わり方においても、これまでのマーケティングだけでは計ることのできないZ世代独自の考えが醸成されています。幼少期から“スマホネイティブ”である彼らは、SNS を生活の一部として完全に取り込んでいるなど、特有の行動様式と SNS との関連性は密接しています。

なかでも、Z世代の男性は美意識が高く、自分磨きに積極的であることもわかってきました。また、近年のメンズコスメ市場の拡大を受け、Z世代の消費行動把握、およびメンズスキンケア・コスメ市場の活性化への貢献を目的として、当社と電通テックは共同で、Z世代男性向けに厳選したメンズ美容情報を発信するInstagramアカウント“Boys Beauty (@boysbeauty_jp)”を開設したことをお知らせ申し上げます。

“Boys Beauty” は一大メンズ美容コミュニティとなることを目指し、Instagram上で分散している投稿を厳選、集約するアグリゲーションを主として、Z世代男性向けにメンズスキンケア・コスメ情報を発信してまいります。また、アグリゲーションのみでなく、同世代の男性インフルエンサーによるオリジナル投稿の配信も併せて行います。



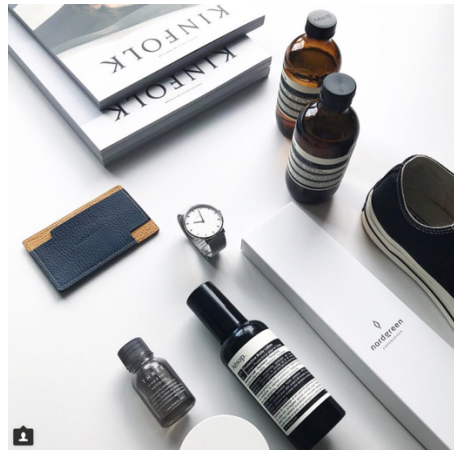
boysbeauty.jp • フォローする

boysbeauty.jp
男性の為に作られた日焼け止め。
石鹸で落とせるのに、保水力も紫外線防止力もしっかり。

紫外線は、肌荒れや老化を早める原因となります。
男子だってかっこいいままでいたい！
日頃のちょっとした意識でかっこいいをキープ。

Repost from @bulkhomme @sanaikurita

#BoysBeauty
いいね！ 52件
2日前
コメントを追加...



boysbeauty.jp • フォローする

boysbeauty.jp
Boys Beauty アカウントオープン！

「男子も美容を楽しもう！」
スキンケアも、ヘアケアも、コスメも
女子だけのものじゃない。男子だって楽しめる。

全てのBoys Beautyの役に立てるよう誕生したアカウントです。

これから参考になる男子向け美容情報を発信していくのでフォローをお願いします

さて、
1投稿目はAesopとTHREEのご紹介を。
Aesopは店舗の内装もプロダクトの見た目も
スタイリッシュで
男子も入りやすいブランドがもしれないです

いいね！ 38件
7日前
コメントを追加...

激増したユーザー数に伴い、本当に欲しい情報へはたどり着きにくくなった事実！？それに答えるひとつの可能性として誕生したアグリゲーションアカウント

インスタグラムは 2015 年のアクティブユーザー数 810 万人から 2018 年は 2,900 万人へと急成長を果たし、さらにユーザーの年齢層も 10 代から 50 代を越え、多世代が集う SNS へと発展を遂げました。また、かつては「憧れ」の対象として鑑賞する SNS として認知されていましたが、現在では「参考」になる情報を求めて検索目的で活用するケースが顕著となっていることも大きな特徴です。当社独自の調査においても、20 代ではおよそ 84.9% (※) の方が「商品・サービスを検索するツール」としてインスタグラムを挙げており、この傾向は他の世代においても増加していることがわかっています。より信頼できる情報を求める結果、「誰かの体験の結果」である投稿を有益として参考にしていることがわかっています。

しかしながら、インスタグラムのユーザー数が激増したことで、フィードのスクロールやハッシュタグ検索では真に欲しい情報へたどり着くことが難しくなりつつあるのも事実です。その課題に答えるのがアグリゲーションアカウントであり、インフルエンサーの専門的な投稿から情報を厳選したうえでひとつの世界観を構築します。世界観に沿う他ユーザーの投稿を選びリポストしていき、アカウントのフォロワーのニーズを満たすべく高い信頼性に基づき関係構築していくものです。ジャンルに特化して専門性とトレンド性を満たす新たな可能性として、当社が注目してきたものです。当社は自社でアグリゲーションアカウントを「デリ」、「トラベル」、「ママ」、「ファッション」、「ビューティー」、「サブカルチャー」など特に人気の高いジャンルに絞って試験的に運用を行っており、一定のナレッジが蓄積されてきています。

今回の電通テックとの連携を皮切りとして、これからも SNS と生活者の関連性に着目したマーケティング運用を促進してまいります。

(※) 調査概要：(調査期間) 2018 年 8 月 30 日～2018 年 9 月 3 日 (調査対象) 当社運営「SPIRIT」に登録している 20 歳～69 歳男女 300 人 (平均フォロワー数) 14,597 人 _リデル調べ

[インフルエンサーニュースデリバリー EMERALD POST (エメラルドポスト)]

URL : <https://emerald-post.com/>

[インフルエンサーマッチングプラットフォーム SPIRIT(スピリット)]

URL : <https://spirit-japan.com/>

[10 代インフルエンサーマッチングプラットフォーム SPIRIT TEENS(スピリットティーンズ)]

URL : <https://spirit-teens.com/>

[インフルエンサーによるソーシャルメディアクリエイティブサービス PRST(プロスト)]

URL : <https://prst-sns.com/>

[共感型フォトジェニック・アート展「VINYL MUSEUM (ビニールミュージアム)」]

URL : <http://vinyl-museum.com/>

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

「影響力を数値化 ヒットを生み出す「共感マーケティング」のすすめ」

著者名：福田 晃一 出版社名：日経 BP 社

定価：1,500 円+税

ISBN-10 : 4296101315 / ISBN-13 : 9784296101313

<Amazon 購入ページ>

<https://www.amazon.co.jp/dp/4296101315/>

[インフルエンサーの感性や才能を応援し、その影響を称える。IAJ 2017]

IAJ 2017 特設サイト: <https://www.spirit-japan.com/influencer2017/>

[企業情報]

会社名：リデル株式会社/LIDDELL Inc.

代表者：代表取締役 CEO 福田晃一

本社：東京都渋谷区神宮前 3-35-8 ハニービル青山 3F/4F(受付)

事業内容：(1)インフルエンサーを含むソーシャルオーソリティーマーケティング事業
(2)パーソナルマーケティングプラットフォームの企画、開発、運営

コーポレート URL : <https://liddell.tokyo/>

採用に関して : <https://www.wantedly.com/companies/liddell/>

【お問合せ】

リデル株式会社 担当：滝川

メール：info@liddell.tokyo

電話：03-6432-9806