

2025年9月8日

博報堂・ワイハウ・イロップ

コミュニティマーケティング研究に関する共同実証実験を開始
—1万人の生活者コミュニティを構築し、PR・マーケティング効果を検証—

株式会社博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：名倉健司、以下 博報堂）の新規事業開発を担うミライデザイン事業ユニットは、多新規事業の立ち上げ支援、M&A・投資戦略を通じて企業の価値創造を支援する THE WHY HOW DO COMPANY 株式会社（本社：東京都新宿区、執行役員社長 CEO：亀田信吾、以下 ワイハウ）、若年女性に向けたデジタルマーケティングを手掛ける株式会社イロップ（本社：東京都渋谷区、代表取締役：高橋洋介、以下 イロップ）と、1万人の生活者接点を通じた新たなコミュニティマーケティングの研究・開発を目的とした共同実証実験を開始いたします。



近年、生活者の嗜好や行動、情報接点が多様化・細分化していく中で、生活者の消費行動に影響を及ぼす発信者＝インフルエンサーのあり方にも変化が生じつつあります。これまでは特定の市場において強い影響力をもつインフルエンサーが重要視されてきた一方、これからは、多様化する生活者の嗜好・行動様式ごとに影響力をもつ新たな生活者が発信の担い手となると推測されます。

こうした背景から博報堂 ミライデザイン事業ユニットでは、独自の価値観で繋がる生活者コミュニティを通じた新たなコミュニティマーケティングの研究・開発に向けて、ワイハウおよびイロップと共同で、実証実験を行うこととなりました。

イロップが展開する美容マーケティング事業「irop（イロップ）」の抱える会員・インフルエンサーコミュニティと、ワイハウの幅広いパートナー企業群を通じて形成された熱量の高い生活者コミュニティに博報堂の生活者インサイト分析およびPR・マーケティングのノウハウを掛け合わせることで、各コミュニティにおける最適なPR手法の開発および効果の検証を行います。

今後は実証実験の結果を踏まえ、新たなPR・マーケティングモデルの開発、KPI開発、さらには本実証実験を通じて形成されたコミュニティを活用した共同ソリューション開発などを進めてまいります。

博報堂 ミライデザイン事業ユニットは今後も、スタートアップ企業の技術を起点に、生活者、企業、VC（ベンチャーキャピタル）、アカデミア、官公庁といったさまざまなパートナーとの共創によって、企業や社会の課題解決に貢献してまいります。

【実証実験の概要】

■実施内容

1. コミュニティ横断インサイト調査

- イロップとワイハウの保有する1万人のコミュニティを横断調査し、美容における価値観や、情報収集・消費行動にまつわるインサイトを分析。

2. コミュニティを活用したPR・マーケティング手法の開発

- 1万人のコミュニティからエンゲージメントの高い参加者を発見し、ブランドのPR・マーケティングの共創関係を築く。
- 調査を通じて、生活者接点を活用したコミュニティの組成方法、PR・マーケティング活動への活用方法、独自のKPIなどを分析・発表する。

■実施期間：2025年9月8日～2025年11月30日

THE WHY HOW DO COMPANY 株式会社

事業概要：新規事業の立ち上げ支援、M&A・投資戦略、子会社への経営指導

所在地：東京都新宿区愛住町 22 第 3 山田ビル

設立：2004年7月

上場：2006年10月 東証スタンダード（3823）

代表者：執行役員社長 CEO 亀田信吾

URL：<https://twhdc.co.jp>

株式会社イロップ

事業概要：パーソナルカラーケアなどの美容マーケティング事業「irop（イロップ）」の運営

所在地：東京都渋谷区代々木 1-58-5 代々木吉野ビル 5 階

設立：2023年7月

代表者：代表取締役社長 高橋 洋介

URL：<https://irop.jp/shop/>

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂 広報室 西川・大野 koho.mail@hakuodo.co.jp