

2025 年 10 月 24 日

博報堂生活者発想技術研究所とスパイスボックス、 「界限」向けマーケティングソリューション「界限 ENGAGEMENT™」を提供開始

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）の専門組織「生活者発想技術研究所」は、株式会社スパイスボックス（本社：東京都港区、代表取締役：田村栄治）と共同で、生活者が「好き」や興味関心を軸に自発的に形成する集団＝界限に向けたマーケティングを行うソリューション「界限 ENGAGEMENT™」の提供を開始しました。



生活者発想技術研究所

×

spicebox

SNS のアルゴリズムの発達などによって、生活者の見聞きする情報は自分の興味のある情報やフォローしている発信者の周辺情報が多くを占めるようになっており、同じ「好き」や興味関心を持つ人たちは SNS 上を中心に「界限」と呼ばれるゆるやかな集団を形成するようになりました。こうした「界限」はいまや推し活や趣味、職業など多種多様な領域や粒度にわたって存在しており、「界限」の中やほかの「界限」に情報や流行が伝播することで、「界限」を起点とした消費＝「界限消費」が生まれています。

博報堂は 2024 年 11 月に発表したレポート「[Future Evangelist Report vol.3 界限消費](#)」において、こうした「界限消費」の実情を分析するとともに、「界限」発想のマーケティングのプロセスを「見つける」「学ぶ」「盛り上げる」「広がる」の 4 つのプロセスで行うことを提言しています。この度、スパイスボックスの「トライブマーケティングソリューション（※）」と連携することで、この 4 つのプロセスに基づく界限向けマーケティングソリューションを開発しました。

※トライブマーケティングソリューション：ソーシャルビッグデータを元に、SNS 上に存在する共通した価値観・嗜好性を持つユーザー群を「ソーシャルトライブ」として定義・分類し、マーケティング活用するソリューション。

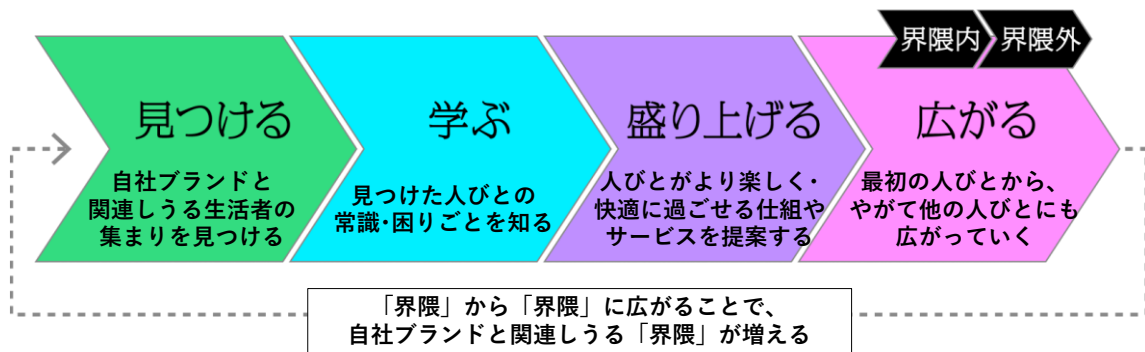
博報堂、スパイスボックスは今後も、消費における存在感がさらに増していくと予想される「界限」に向けて、マーケティング・ソリューションの実装を進めてまいります。

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂 広報室 三矢・高橋 koho.mail@hakuholdo.co.jp

株式会社スパイスボックス 界限マーケティング問い合わせ窓口 info@spicebox.co.jp

「界限」発想のマーケティングプロセス



<「界限 ENGAGEMENT™」ができること>

- ① 見つける：ソーシャルビッグデータを通じた「自社と親和性の高い界限の発見 & 界限 MAP の作成」
SNS 上の投稿データ分析により、商品 / ブランド周辺の界限をターゲット候補として発見し、パネル調査を組み合わせながら、各界限がターゲットとして有効かどうかの検証・選定を行う。

「界限ENGAGEMENT™」でできること①

見つける

「ターゲット界限MAP」の策定

① 商品 / ブランド周辺の界限発見

SNSデータ分析

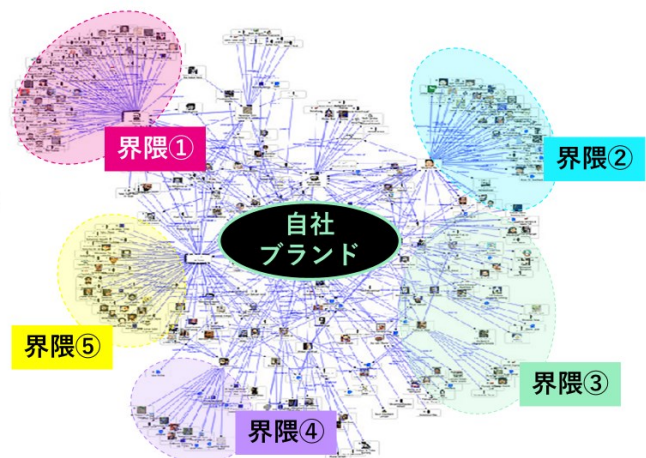


② ターゲット界限の特定

ターゲット界限の
特徴を言語化

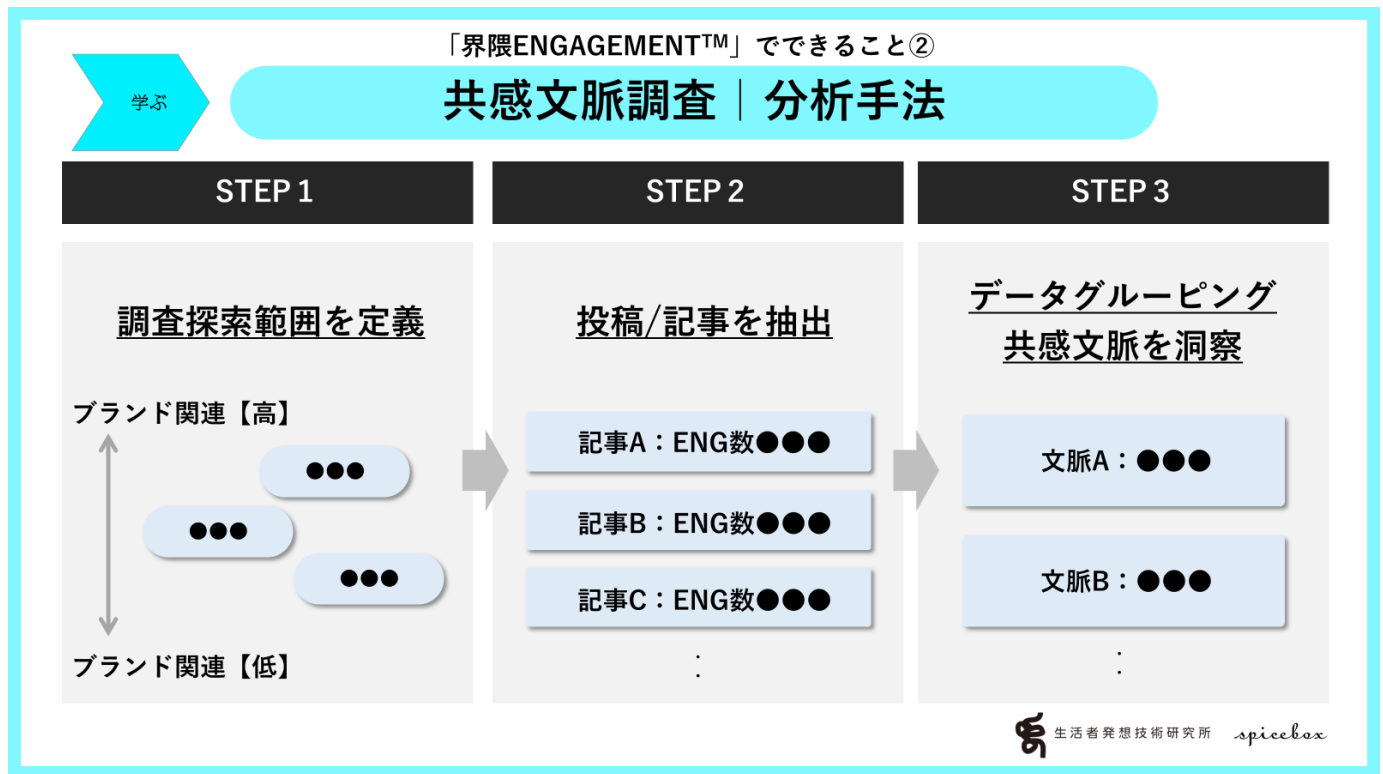


ターゲット界限MAPの策定



生活者発想技術研究所 spicebox

- ② 学ぶ：共感文脈（ミーム・ハッシュタグ）調査による有力メディア・インフルエンサー・アカウントの特定
- SNS データを元に界限内で実際にエンゲージメントしている投稿・記事を、抽出～グルーピングすることで界限ごとの「共感文脈」を可視化。



- 共感文脈調査を通じて可視化できる以下情報を踏まえて、ターゲット界限への効果的なコミュニケーションを設計する。



- ③ 盛り上げる・広がる：インフルエンサー・メディアを活用したコミュニケーションのワンストップ設計
デジタル / ソーシャルメディアでの情報発信は勿論、イベントや屋外広告を着火点としたデジタル / ソーシャルでの情報波及をデザインするような施策など、ターゲット境界の特徴に合わせたプランニング～実行を提供可能。



■博報堂生活者発想技術研究所について

クライアント企業の生活者発想を推進するための研究開発を目的に設立された専門組織です。「未来生活者発想」をコンセプトに、「生活者発想経営」「フォーカス型生活者洞察」「生活者心理・行動」「ウェルビーイング社会の共創」「生活者発想に基づく創造性」等に関する、研究・開発・教育・発信を行っています。

・研究所の設立リリースはこちら：<https://www.hakuhodo.co.jp/news/newsrelease/111845/>

■スパイスボックスについて

企業やブランドへの好意、共感醸成を支援する、コミュニケーション・カンパニー。2003年、日本初のデジタルエージェンシーとして創業。さまざまな企業のブランディング支援を手掛けています。スマートフォン、ソーシャルメディアが一般化して以降は、“生活者”に共感を呼ぶ「エンゲージメント・コミュニケーション（※）」施策の設計、提供を強みとし、様々なクリエイターやアナリストと共に、調査からコンテンツ企画、制作、発信までを一気通貫でサポートいたします。

※「エンゲージメント・コミュニケーション」

SNSやソーシャルメディア上の生活者の反応データ（いいね！やシェア、コメント、リツイートなどで、マーケティング用語で「エンゲージメント」と呼ぶ）を分析、活用して企業と生活者を繋ぐコミュニケーション施策を設計すること。企業やブランドのメッセージをターゲットに届けやすくするために、SNSやソーシャルメディア上のデータからターゲットが持つ興味や問題意識、トレンド、社会状況などを把握して施策に活かす。スパイスボックスが定義。

・事業内容の詳細はこちら：<https://www.spicebox.co.jp/>