

2025年12月18日

博報堂 生活者発想技術研究所、
推しや所属する界隈のある生活者と共に「好き」の実態や未来を探求する
コミュニティ型研究プロジェクト「偏愛会議™」を開始

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（以下、「発想技研」）」は、「推し活」や「界隈」といった生活者の「好き」に対する熱量への理解を深め、生活者の視点に立ったマーケティング活用を推進することを目指し、研究員全員が強い「好き」（偏愛）を持つ当事者によって構成されたコミュニティ型研究プロジェクト「偏愛会議™」を開始しました。



発想技研で2025年3月に実施した調査によると、10-60代で推している人・モノ・コトがある人の割合は53.7%、自分が所属していると思う界隈があるという人の割合は53.3%と過半数を上回っており、50-60代でも拡大の兆しを見せています。推し活や界隈は10-20代を起点に活発化した現象ですが、今や幅広い生活者にとって自分事となっているなか、強い「好き」＝偏愛を持つ生活者の熱量をより深く理解し、企業がどのように向き合うべきかを考えることは、これからの当社の「生活者発想」とそれを活用したマーケティング支援において重要と考え、同研究プロジェクトを立ち上げました。過去に発想技研傘下の博報堂若者研究所にて実施していた、偏愛を持つ若者同士の対話の場である従来の「偏愛会議」をコミュニティ型の研究プロジェクトとして発展させることで、より広く生活者の「好き」という気持ちへの研究活動を行ってまいります。

偏愛会議では、主に以下2点の活動を通じてこれからの時代の「生活者発想」のあり方を探りながら、クライアント企業が行う、偏愛を持つ生活者や推し活界隈で活動している生活者に向けたマーケティング・コミュニケーションのサポートをしてまいります。

【「偏愛会議」の活動】

- ① 発想技研の研究員と外部研究員（アイドル、音楽、アニメ、キャラクター、スポーツなど様々なジャンルにおいて強い「好き」を持つ生活者）との協働による、推し活などの生活者の強い「好き」にまつわる行動の実態やその背景にある意識についての当事者目線での研究・発信
- ② 企業の推し活・界隈を活用した調査やマーケティング、研究活動のサポート

【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@hakuhodo.co.jp

<参考データ>

偏愛会議 「好き」を研究するコミュニティ

人よりも「好き」と言える人やモノがある生活者が集まり、「当事者目線」で、現代社会の「好き」という気持ちについて研究活動を行うコミュニティです。

通常のリクルーティングではなかなか出会いにくいコアな生活者へのインタビュー/ワークショップ等のご対応が可能です。

外部研究員

- 18歳以上男女109名以上の生活者（男女比は約1：2）
- 10-50代まで広く生活者の方に外部研究員として参加いただいている（※12月5日現在）

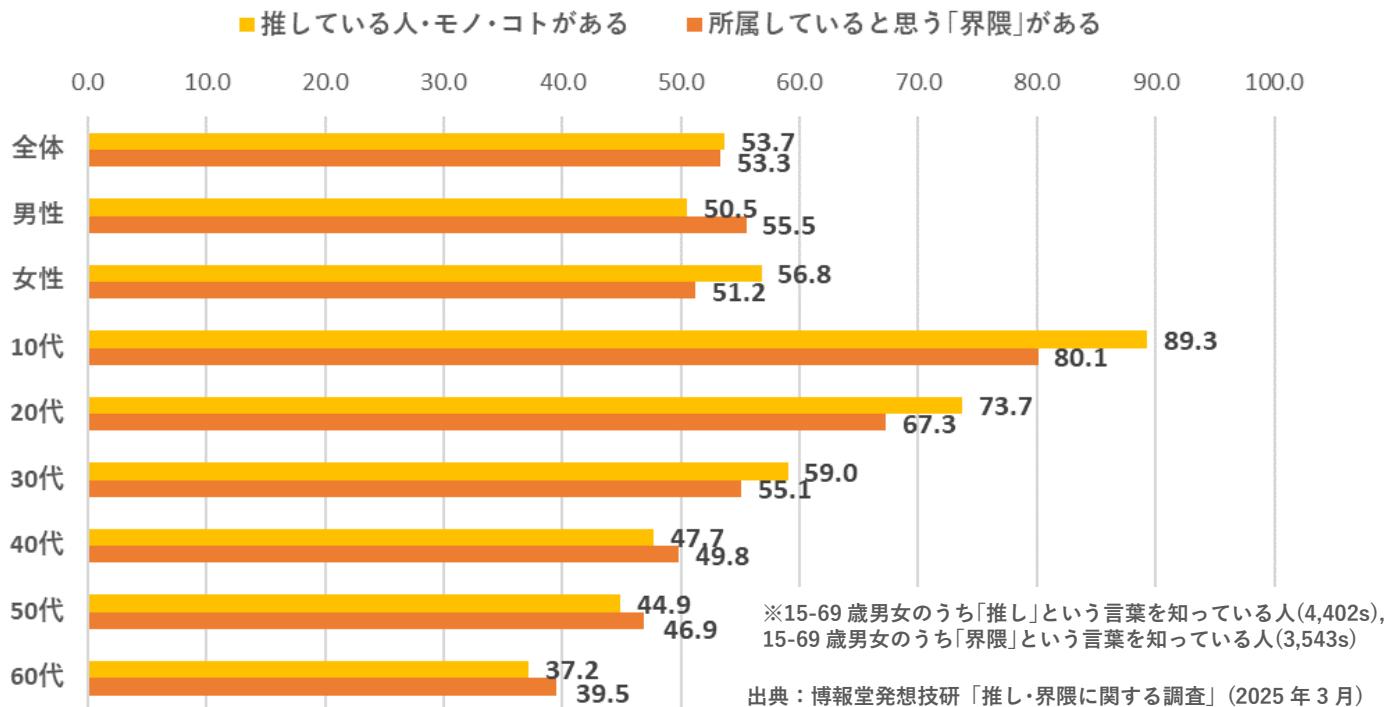
■年齢別割合

年齢	人数
10代	5人
20代	31人
30代	36人
40代	28人
50代以上	9人

- アイドルやキャラクターだけではなく、アーティスト、スポーツ、お笑いなど幅広いジャンルに対して「好き」という気持ちを持っている外部研究員が所属しています。

HAKUHODO INC. ALL RIGHTS RESERVED. 2025

推し / 所属していると思う「界隈」がある



■運営メンバー



十河 瑠璃 (Sogo Ruri)

博報堂 生活者発想技術研究所 上席研究員

2013 年博報堂入社。管理部門を経て、生活総合研究所で消費行動を中心とした生活者研究に従事。その後、マーケティングプランナー・ディレクターとして自動車や商業施設・消費財などの様々な領域のマーケティングを担当、2024 年より現研究所設立に伴い現職。自身がアニメを中心とした様々な界隈に関心を持ってきた経験から、「好き」や興味関心を軸に生活者が自発的に形成する「界隈」に関する研究レポート「Future Evangelist Report vol.3 界隈消費」を 2024 年 11 月に発表。新しい潮流・消費行動に関する研究やソリューション化に取り組んでいる。



瀧崎 絵里香 (Erika Takizaki)

博報堂 生活者発想技術研究所 上席研究員

2015 年入社。推し活や、メタバース生活者としての自らの体験を生かした「当事者研究」の視点を大切にしながら、「デジタル生活者発想」をキーワードに、SNS やメタバース等のデジタル空間ならではの生活者の意識・行動を研究中。若年層をターゲットとするコンテンツ領域のプラニングや、SNS やメタバース等のデジタル接点を活用した新しいサービス開発やコミュニケーション戦略立案にも従事。所属する「博報堂若者研究所」や「メディア環境研究所」「メタバース生活者ラボ」とも連携し、「好き」という気持ち取り巻く世代研究やメディア環境変化の研究なども行っていく。

■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・発信を行っていきます。

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

※運営協力：株式会社 buy4（個人情報管理の委託およびコミュニティの共同運営）