

2026年9月16日

博報堂生活者発想技術研究所 × Mimi Beauty マーケティングウェビナー 「『美容×推し活』の重なりからアプローチする、 新時代美容界隈マーケティング戦略」10月13日（火）実施

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」傘下の「界隈マーケティング研究プロジェクト」は、株式会社 Mimi Beauty（所在地：東京都渋谷区、代表取締役社長：黒川涼子）が運営する美容メディア「Mimi Beauty」と共同で、美容界隈に関するマーケティングウェビナーを2026年10月13日に実施いたします。

お申し込みページ：https://go.trenders.co.jp/261013_mimibeautywebinar

The banner features a pink and blue color scheme with illustrations of beauty products. At the top, it reads '生活者発想技術研究所 × Mimi Beauty'. Below this, the title '「美容×推し活」の重なりからアプローチする、新時代美容界隈マーケティング戦略' is displayed in large, bold characters. The date and time '開催日時 2026.10.13 12:00-13:00' are prominently shown. A badge indicates '参加無料 & Zoom開催' (Free participation & Zoom event). A circular badge on the right says '募集締切 2026 10.5 mon' (Registration closed 2026 10.5 mon). At the bottom, four speakers are introduced with their names and titles: 十河 瑠璃 (Ruri Tohya, Hakuhodo Life Consumer Idea Technology Research Institute Senior Researcher), 嵯峨 美和子 (Mikako Soga, Hakuhodo Life Consumer Idea Technology Research Institute Senior Researcher), 神村 英里 (Eri Kamimura, Hakuhodo Strategic Design Center Chief Planning Director), and 中谷 友里氏 (Yuri Nakatani, Mimi Beauty Representative Director).

生活者発想技術研究所と Mimi Beauty の共同調査（※）をもとに、最新の生活者の美容意識・行動をご紹介。調査を通して発見した美容の情報発信を牽引する層「アクティブ美容垢」は、アイドルやアニメなどの推し活や他の界隈への関心も高く、それが美容のモチベーションにも強く結びついています。本ウェビナーではこうした「界隈の重なり」を起点に共感を広げる新時代美容マーケティング戦略を、特に「美容」×「推し活」の重なりに着目して解説いたします。

■概要

「美容×推し活」の重なりからアプローチする、新時代の美容界限マーケティング戦略

開催日時 2026 年 10 月 13 日（火）12:00～13:00

開催形式 Zoom によるウェビナー形式

参加費 無料

お申し込みページ https://go.trenders.co.jp/261013_mimibeautywebinar

お申し込み締め切り 2026 年 10 月 5 日（月）23:59

プログラム構成（予定）
1.美容界限に関する調査結果について
2.美容×推し活層のインサイトについて
3.パネルディスカッション：美容マーケティングへの示唆

■スピーカー

株式会社博報堂

生活者発想技術研究所 上席研究員

十河 瑠璃

同社の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後、自動車などのマーケティング業務を担当、2024 年より現職。「好き」や興味関心を軸に生活者が形成する「界限」に関する研究や、偏愛を持つ生活者とのコミュニティ型研究プロジェクト「偏愛会議™」を通じて、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。

株式会社博報堂

生活者発想技術研究所 上席研究員

嵯峨 美和子

事業会社、コンサルティング会社における新規事業開発 PJ の経験を経て博報堂入社。女性インサイトを掴むことが重要な美容業界、結婚情報誌などのマーケティング、ブランド戦略などを数多く担当。現在は研究員として、美容潮流の変遷に関する勉強会を主催。また、ブランドロイヤルティにつながる愛着感情についても研究中。「令和の愛着」「うつくしあわせ研究」などのレポートをリリース。

株式会社博報堂

ストラテジックデザインセンター チーフプランニングディレクター

神村 英里

圧倒的な生活者洞察を武器に、自動車・通信・美容など多岐にわたる戦略を牽引してきたストラテジックプランナー。

マネジメントを経て、各分野のスペシャリストが集う役員直轄のエグゼクティブルームへ。美容領域のシンクタンク統括や横断プロジェクトを推進。

社内組織「キャリジョ研」設立、大学非常勤講師や企業向け講演も務める。

株式会社 Mimi Beauty

取締役・編集長

中谷 友里氏

美容/コスメ知識やトレンド感度を活かして、美容クライアントのコンサルティング、戦略立案、プロモーションに従事。またライブ配信やオンラインイベントの企画運営、自ら司会出演など活動範囲は多岐にわたる。業界でも指折りの美容オタク。

※生活者発想技術研究所と Mimi Beauty の共同調査

Mimi Beauty、博報堂 界限マーケティング研究プロジェクトと「美容界限の実態調査」を共同実施 ―中心層「アクティブ美容垢」を起点とした“影響の連鎖”とクラスター別戦略―

<https://www.hakuhodo.co.jp/news/newsrelease/267237/>

■博報堂生活者発想技術研究所

博報堂生活者発想技術研究所は、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として2024 年 9 月に設立された専門組織であり、「未来生活者発想」をコンセプトに掲げ、「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」など、多様なテーマに関する研究・開発・教育・発信を行っている。

WEB サイト：<https://hassogiken.jp/>

■界限マーケティング研究プロジェクト

生活者が「好き」や興味関心を軸に形成するゆるい集団＝「界限」の研究と、「界限」に向けたマーケティング手法の開発を進める研究プロジェクト。2024 年 11 月のレポート発表後、2025 年 12 月には推し活・オタ活関連の「界限」に特化した研究プロジェクト「偏愛会議™」を立ち上げるなど、具体的な「界限」の深掘り研究とマーケティング視点からの提言を続けている。

調査レポート：<https://www.hakuhodo.co.jp/news/info/113099/>

■美容メディア「Mimi Beauty」

「Mimi Beauty」は「美容でときめく世界を、一緒に」をコンセプトに掲げ、SNS に特化したメディア運営を行っています。美容情報の発信にとどまらず、美容にまつわる様々な体験をユーザーに提供することで、ユーザーとともに進化し、ともに作りあげるメディアへと進化してまいります。それにより、すべての人々が“美の変化”を楽しめるきっかけを創出することを目指します。

Mimi Beauty サイト URL：<https://mimitv.co.jp/>

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂 広報室 戸田・和田 koho.mail@hakuhodo.co.jp