

複雑な課題を“1泊2日合宿”で解決する、参加者共創型プログラム 「博報堂ビジネスキャンプ」企業向けサービス提供開始

博報堂の専門組織で、ブランド構築などを手掛ける博報堂ブランドデザイン(*1)は、会議やワークショップなどの既存の手法では解決が難しい課題を解決する新しいアプローチ「博報堂ビジネスキャンプ」を開発し、企業向けのサービス提供を開始いたしました。

会議やワークショップは課題解決の基本アプローチですが、それらの手法では解決しづらい課題があります。例えば、組織改善に関する案件や、新商品のコンセプト開発のような、課題が大きく複雑である場合など、会議やワークショップでは「限られた短い時間の中で議論が収まらない」、「会議室という無愛想な空間ではアイデアが出にくい」、「あらたまった場では個人的な感想を口に出しにくく、議論が一般化してしまいがち」などの理由で、期待通りの成果が得られないことがあります。このような課題を効果的に解決に導くアプローチが「博報堂ビジネスキャンプ」です。

基本パッケージは1泊2日の日程で、近郊のホテル・研修施設などに集まり、ワークショップやインドアワーク、アウトドアワークなどのプログラムを実施します。オフィスを離れ環境を変えることで、普段とは異なる意識や気づき生まれ、各種ワークを通じて五感を刺激することにより、新たな発想が促され、議論が活発化されていきます。

また、博報堂ビジネスキャンプには、組織やチームの“体質”そのものを改善する効果もあります。1泊2日のプログラムを通じて、組織の方針・目標に対する共通理解が生まれ、チームワークが強まります。また、互いの性格やキャラクターを理解しあうことで“公”だけでなく“私”な自己も解放できる風通しの良い組織となり、仕事における目標を個人が自発的に設定し行動するイノベーティブな「共創型組織」へと進化していきます。このような組織は、「管理統制型」や「個人主義型」の組織よりも業績がよい・所属員のモチベーションが高いなどの強みを持つことが、独自調査で確認されています。(参考資料2)

実施にあたっては、インドアワークで個人の創造力向上コンテンツ開発を行う博報堂の専門組織「こどもごころ製作所」と協働するなど、各分野の専門家との連携により本格的なプログラムを設計します。

今後も博報堂は、様々な次世代型マーケティング・ソリューションの開発に取り組み、クライアントの課題解決をあらゆる面においてサポートしてまいります。

【参考資料1】「博報堂ビジネスキャンプ」のモデルケース

博報堂ブランドデザインでは、約10年間、自らビジネスキャンプを実施し、このプログラムの効果を実証しています。

(下記は、そのプログラム構成の中から、一部のメニューを抜粋したものです)

事前準備	メンバー決定、ナビゲーター選定、テーマの設定、スケジュールリング、開催場所選定（オフィスから2時間程度のエリア、東京の企業なら箱根など）、プログラムデザイン
1日目	(集合) ・アイスブレイク、テーマ確認、事前情報インプット ・ワールドカフェ形式で行う拡散のダイアログ ・夕食セッション ・インドアワーク ・宴会
2日目	・前日の振り返り ・アウトドアワーク ・収束のダイアログ（最終意見の発表） ・アクションプラン策定 (解散)
フォローアップ	キャンプ終了後1ヶ月以内に全員でミーティングを開き、キャンプの結論の確認や、進捗の報告などを行う

(*1) 博報堂ブランドデザイン

ブランド戦略の立案から、ブランディングに関わるアウトプットの開発・制作までをワンストップで実行し、一貫したブランド構築ソリューションを提供するブランディング専門チーム。事業戦略/CI/ネーミング/空間開発/商品開発/インナーブランディングなど、非マス領域における様々なコンサルティング業務を行っています。

<http://www.h-branddesign.com/>



hakuodo brand design

【参考資料2：独自調査結果】

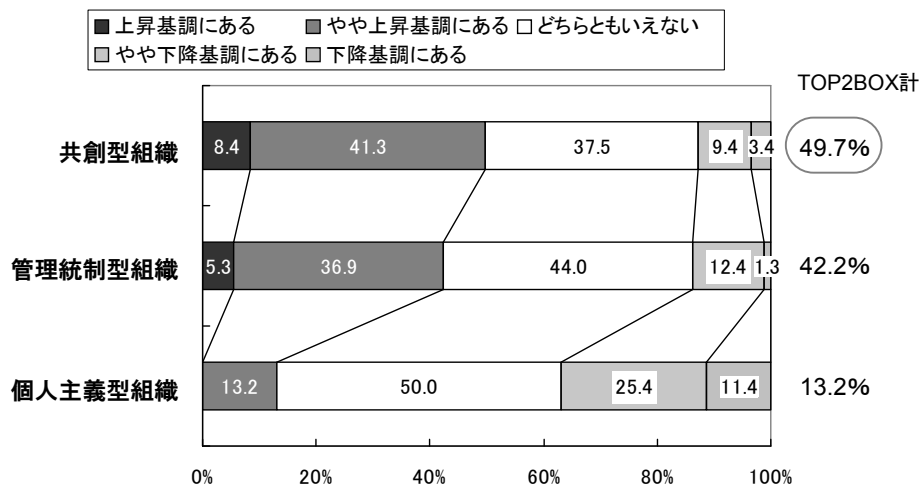
博報堂ブランドデザインが、全国20～59歳の会社員を対象に行った職場環境調査のうち、「あなたが所属する組織やチーム」について尋ねた項目を用いてクラスター分析を行った結果、3つの組織タイプが存在することが明らかになった。

タイプ1：「共創型」組織	(32%)	
タイプ2：「管理統制型」組織	(45%)	
タイプ3：「個人主義型」組織	(23%)	※ () 内は構成比

■この3タイプにおいて、下記のような組織の業績やモチベーションの違いがみられた。

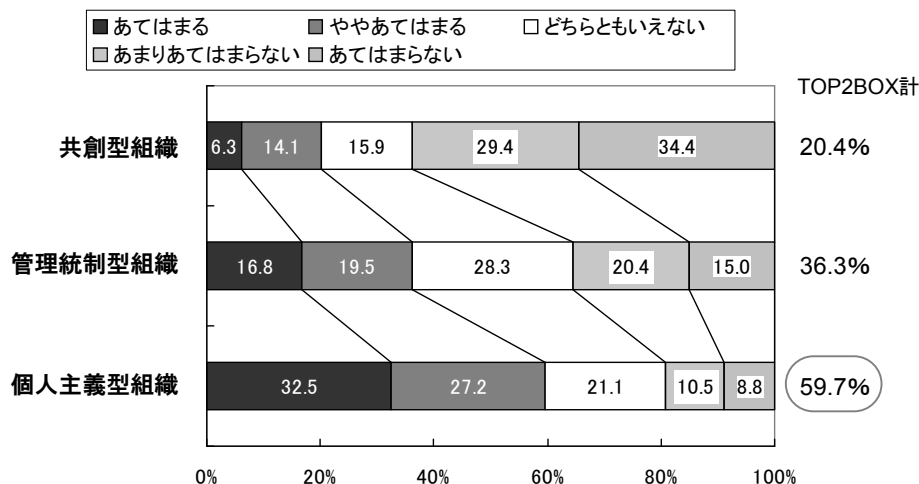
【結果1】「共創型組織」は、他の2タイプに比べて業績が高い。

Q. 他の組織やチームと比べた時の、あなたが現在所属している組織やチームの現在の「業績」について



【結果2】「共創型組織」は、他の2タイプに比べて所属員のモチベーションが高い。

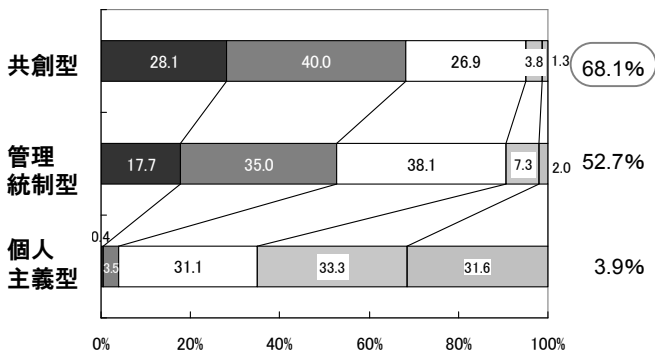
Q. 最近、会社に行くのがなんだかつまらない



■また、調査から明らかになった「共創型組織」の主要な特徴は、以下の通り。
 (=「共創型組織」を育成するための要件)

- ①組織の方針・目標に対する共通理解がある (①-a)
- ②互いの性格やキャラクターへの理解があり、
 “公”だけでなく“私”の自己も組織内で解放できている (②-a、b)
- ③仕事における目標を個人が自発的に設定できる (③-a、b)

①:現在の組織やチームの方針・目標について共感している

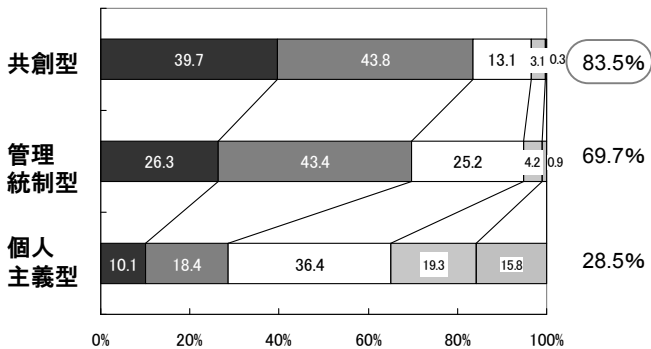


<表の見方>

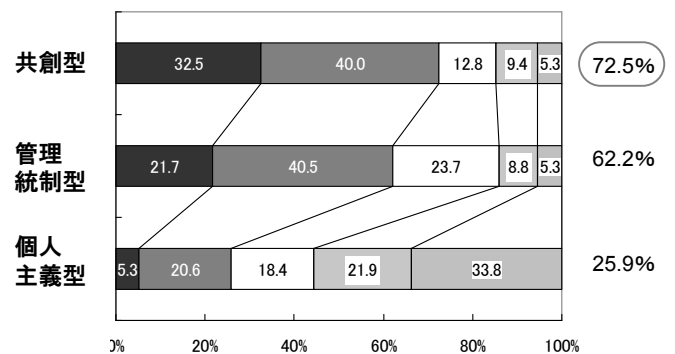
- あてはまる
- ややあてはまる
- どちらともいえない
- あまりあてはまらない
- あてはまらない

右端の数字はTOP2BOX計
 (最も高い組織タイプに○)

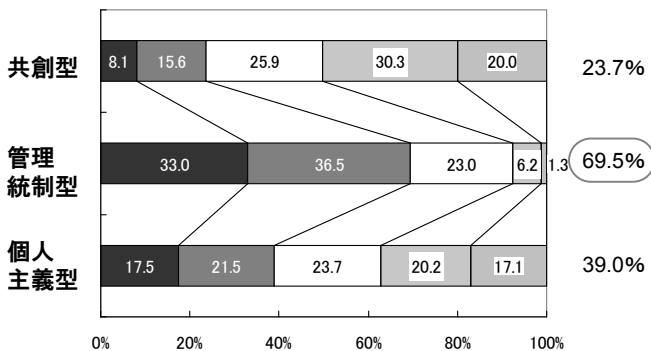
②-a:自分の性格・キャラクターを、周囲は理解してくれていると思う



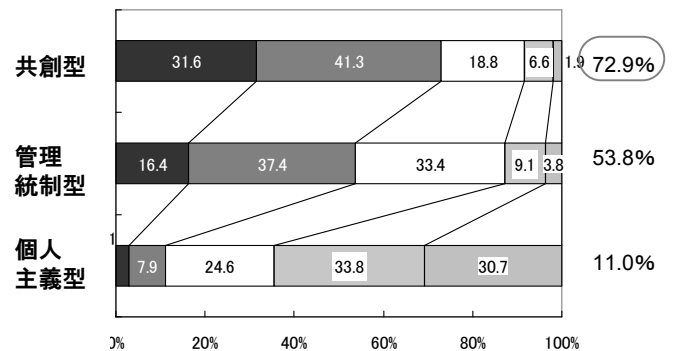
②-b:組織やチーム内では、プライベートなことも話す方だ



③-a:仕事の目標達成に関する圧力を感じている



③-b:仕事における目標を個人が自発的に設定できる雰囲気がある



調査概要	調査手法：インターネット調査／対象条件：全国20～59歳会社員／調査地域：日本全国47都道府県 対象者除外条件：①一般職・アルバイトを除く ②チームではなく一人で仕事をする機会の多い人を除く サンプル数：1000名(性年代均等割付)／調査期間：2010年6月19日～20日 分析手法：“チームの風土”をベースとしたクラスター分析
------	---