

# Information

博報堂 広報室

**HAKUHODO**

Corporate Public Relations Division

tel:03-6441-6161 fax:03-6441-6166

www.hakuhodo.co.jp

2019年3月26日

## 大学生のためのブランドデザインコンテスト

### 「BranCo!特別編」開催のお知らせ

<https://branco.h-branddesign.com/special-edition/>



博報堂の次世代型コンサルティングチーム「博報堂ブランド・イノベーションデザイン」は、東京大学教養学部教養教育高度化機構と共に毎年開催している、大学生のためのブランドデザインコンテスト「BranCo! (ブランコ)」の拡大企画として、「BranCo!特別編」を2019年6月より開催いたします。

「BranCo!」は、博報堂ブランド・イノベーションデザインが日頃の業務として手掛ける“ブランドデザイン”“イノベーションデザイン”の重要性や魅力を学生に伝えることを目的に発足させた学習形式の教育コンテストです。2012年に開始し、これまで、のべ173大学4079名もの学生が参加しています。

当コンテストは1チーム3名の学生が協力して、課題となるテーマについて様々な視点から調べ、その本質を考え抜き、魅力的な商品やサービスブランドのアイデアをつくりだして競い合うチーム対抗形式のコンテストです。参加学生は、セミナーやアドバイザーを通して博報堂ブランド・イノベーションデザインが持つ「共創」の考え方や、昨今のビジネストレンドでもある「デザイン思考プロセス」など、企画に必要な実践的な知識を学ぶことができます。また、あらゆる商品・サービス開発の基本プロセスとなる「調べる」「考える」「つくる」といった力をコンテストを通じて高め、「正解のない問い」にチームで挑むことの難しさ面白さを体験するものです。

緻密で論理的な分析力、大胆な発想力、人を動かすデザイン力といった「アイデアの総合力」を競うコンテストで、文系、理系、美術系など学部を問わず、多数の学生が参加します。「暇」をテーマに実施した「BranCo!2019」では、全国89大学205チーム837名の学生が参加し、過去最大の応募チーム数を記録しました。

例年開催している「BranCo!」の拡大企画として開催する「BranCo!特別編」のテーマは「Digital Wellbeing -デジタルで実現する人々の新しいしあわせ-」。デジタルテクノロジーが生活を手助けしてあげることが当たり前となりつつある中で、デジタルテクノロジーと人間の関わり方は今後、一層複雑化していくことが考えられます。

そのような時代の中で、参加者には、人々とデジタルテクノロジーとの関わり方を問い直していただき、実際に「AI アシスタント」を用いた新しいブランドのアイデアを、深い思考と柔軟な発想を駆使して競い合ってください。

### 【BranCo!特別編開催概要】

- 参加対象：大学生・大学院生・高等専門学校生
- テーマ：「Digital Wellbeing -デジタルで実現する人々の新しいしあわせ-」
- スケジュール（予定）：

#### 1.キックオフオリエンテーション（説明会&企画セミナー）

日時：2019年4月13日（土）

会場：六本木ヒルズ

#### 2. BranCo!特別編一次予選（プレゼンテーション）

日時：2019年6月1日（土）

会場：六本木ヒルズ

#### 3. BranCo!特別編ファイナルイベント（午前 テーマ別決勝+午後 本選決勝）

日時：2019年8月7日（水）

会場：渋谷ストリームホール

### 【主催】

博報堂ブランド・イノベーションデザイン/東京大学教養学部 教養教育高度化機構

### 【技術協力】

Google

### 【後援】

朝日新聞社

### 【協力】

HELLO,VISITS

## 【詳細】

### ●2018 度開催「BranCo!2019」の実績

テーマ：「暇」に関する新しいブランドをデザインする

参加人数：89 大学 205 チーム（837 名）

優勝チーム：「Neighbor 助人」

### ●過去の実施風景

#### ・キックオフイベント



説明会の様子。東大の大教室にたくさんの参加者が集まりました。



代表の宮澤始め、ブランド・イノベーションデザインのメンバーによるブランドの講義も実施。



企画セミナーでは隣の人とのミニワークなどもあり、楽しく行われました。

#### ・予選プレゼンテーション



書類選考を通過した 120 チームが各ブロックに分かれてプレゼン合戦を行いました。



工夫を凝らしたブランドのアイデアに対して、審査員からの鋭い質問も飛び交います。



予選後の懇親会は競争の関係を越え参加者の交流が生まれました。

#### ・決勝プレゼンテーション



東京大学駒場キャンパスで行った決勝プレゼンテーションでは、一般公開も行いました。



多くのチームから勝ち残った決勝進出チームによるプレゼンテーションは、レベルの高い戦いに。



優勝チームは、Neighbor 助人。暇を現代人に必要なものであると解釈し、暇になれる時間を提供するサービスを考案。

## ※ご参考

### 【博報堂ブランド・イノベーションデザイン】

博報堂内の次世代型コンサルティング専門チーム。マーケッター、デザイナー、コピーライター、一級建築士、組織開発コンサルタント、リサーチャーなど、多彩なバックグラウンドを持ったメンバーより構成され、戦略からアウトプットまでをワンストップで実行するのが特徴。ブランド戦略立案をはじめ、組織・風土改革、ビジョン策定、新事業開発、商品・サービス開発、CI・VI、ネーミング、空間デザインといった様々なビジネス領域をカバーし、クライアントや外部専門家と深くコラボレーションする「共創型」のプロジェクトを得意としている。

(代表：宮澤正憲)

- ・博報堂ブランド・イノベーションデザイン <https://h-branddesign.com/>
- ・公式 Facebook ページ <https://www.facebook.com/h.branddesign/>

### 【東京大学教養学部教養教育高度化機構ブランドデザインスタジオ】

“ブランドデザインスタジオ”は、東京大学教養学部の「21 KOMCEE（理想の教育棟）」を舞台に、「共創」の手法により商品やブランドなどの新しい価値を発想・構想する特別授業プログラム。「正解のない問いに共に挑む」というコンセプトのもと、広く社会一般で活用し得る「共創」の手法を、アクティブラーニング形式により学ぶことを目的としている。全回、ワークショップ形式で行われ、現役の広告会社社員、ブランド・コンサルタントがプログラム・デザインおよびファシリテーションを担当。

(責任者：真船文隆 東京大学 大学院総合文化研究科 教授)

