

2019年10月3日

大学生のためのブランドデザインコンテスト

「BranCo!2020」開催のお知らせ

10月19日(土)に東大駒場キャンパスにてブランドデザインレクチャーを実施

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

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、8回目を迎え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)」を開催いたします。



「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。東京大学教養学部で開講しているアクティブラーニング型授業「ブランドデザインスタジオ」の拡大企画として2012年に開始し、これまで、150を超える大学から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3~6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と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昨年度は、89大学837名の学生が参加し、最終プレゼンでは非常にレベルの高い戦いが繰り広げられました。

今年のテーマは「秘密」。一言に秘密といっても、その意味するものは多様で広がりがあります。私たちの人生や暮らしにおいて「秘密」とは何なのか? 秘密の趣味、秘密の関係、企業秘密。コンテストとして「秘密」の定義や対象は規定しません。問いを立て、定義を考えることが、創造の出発点となるからです。深い思考と柔軟な発想を用いて、このテーマに取り組んでいただきます。2019年10月19日(土)にはコンテストの説明も兼ねたブランドデザインレクチャーを開催。2020年2月1日(土)にファイナルイベントを実施します。

【BranCo!開催概要】

- 参加対象：大学生・大学院生
- テーマ： 「秘密」に関する新しいブランドをデザインする
- スケジュール（予定）：

本年度スケジュール



1. ブランドデザインレクチャー by BranCo!（企画セミナー&説明会）
日時：2019年10月19日（土）13:30 - 17:00
会場：東京大学駒場キャンパス
申込に関する詳細は「BranCo!」公式サイト/SNSをご確認下さい。
WEB サイト <http://branco.h-branddesign.com>
Facebook <https://www.facebook.com/brancohakuodo/>
Instagram <https://www.instagram.com/branco.official/>
Twitter https://twitter.com/branco_info
※ コンテンツ構成により終了時間が変更になる場合があります。
※ セミナー終了後、希望者にはチーム組成の時間を設けます。
2. 書類審査
締切：2019年11月18日（月）
通過チーム発表：2019年11月下旬
3. BranCo!一次予選（プレゼンテーション）
日時：2019年12月21日（土）
会場：東京大学駒場キャンパス
4. BranCo!ファイナルイベント（午前：二次予選+午後：決勝戦）

日時：2020年2月1日（土）（午後の決勝戦のみ一般公開）

会場：東京大学駒場キャンパス

※一般観覧には事前申し込みが必要です。

【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

【後援】

朝日新聞社

【協力】

キャリア大学/株式会社博報堂プロダクツ

【詳細】

●昨年度「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」

参加大学（参加者数順）：

早稲田大学、慶応義塾大学、中京大学、東京大学、明治大学、法政大学、同志社大学、成蹊大学、中央大学、立命館大学、立教大学、一橋大学、青山学院大学、高崎経済大学、神戸大学、東京工科大学、武蔵野美術大学、上智大学、女子美術大学、産業能率大学、多摩美術大学、首都大学東京、横浜国立大学、東洋大学、京都大学、関西学院大学、和歌山大学、名古屋大学、安田女子大学、信州大学、専修大学、明治学院大学、お茶の水女子大学、甲南大学、滋賀県立大学、埼玉大学、福島大学、東北学院大学、関西大学、東京工業大学、同志社女子大学、東京外国語大学、金沢美術工芸大学、千葉大学、大阪大学、日本大学、北九州市立大学、東京学芸大学、駒澤大学、実践女子大学、麻布大学、武蔵大学、京都産業大学、熊本県立大学、近畿大学、長野大学、学習院大学、東北大学、九州大学、筑波大学、東京造形大学、長野県立大学、東京藝術大学、獨協大学、武蔵野音楽大学、南山大学、名古屋市立大学、目白大学、城西国際大学、横浜市立大学、桜美林大学、茨城キリスト教大学、東京理科大学、創価大学、京都市立芸術大学、國學院大學、明星大学、日本女子大学、神田外語大学、昭和女子大学、千葉工業大学、工学院大学、東京女子大学、清泉女学院短期大学、東京経済大学、茨城大学、日本社会事業大学、東京電機大学、大正大学

●昨年の実施風景

・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。



博報堂ブランド・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のほか、哲学者國分功一郎先生による『暇』に関する講義も行われました。



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の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、審査員からも全力のフィードバックが行われます。



予選後には懇親会が行われ、参加者同士や審査を行った社員の交流。そして、通過チームが発表されました。

・決勝プレゼンテーション



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なりました。



優勝チームは、炎を観ながら自分を見つめ直す時間と空間を提供する「燻屋」というアイデアを発表した Neighbor 助入に。



約三か月間、正解のない問題に向き合った仲間として、チームの垣根をこえた一体感が感じられました。

【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）

