

## 「共創」をテーマとした東京大学特別プログラムに協力 化粧品の枠にとらわれない社会に役立つアイデアを共創

株式会社ポーラ・オルビスホールディングスで化粧品の既存の枠を超えた新価値創出を狙うマルチプルインテリジェンスリサーチセンター（以下「MIRC」 所在地：東京都中央区）は、共創のスキルを体験するプログラム「東京大学×博報堂 ブランドデザインスタジオ」に協力します。同プログラムにメーカーとして協力するのは初めてのことです。

### 「ブランドデザインスタジオ」プログラムについて

実際のビジネスの現場で使われている「共創」の手法を学びながら「正解のない問いに、ともに挑む」をキーワードに、東京大学と博報堂が実施する特別プログラムです。参加者は発想と議論を繰り返して、社会に役立つアクションのアイデアを創造します。



※写真は過去に行われたプログラムの様子です

### 今期のプログラムについて

期 間：2018年4月19日（木） ～ 7月12日（木）

テーマ：『手ざわり』からブランドを創る

参加者：東京大学教養学部1～2年生、東京藝術大学学生、および社会人

内 容：参加者はプロジェクトチームを結成し、現役広告会社社員のファシリテーションのもと、ポーラ・オルビスグループ向けの新たなブランドのアイデアを創出します。多様なリサーチや議論を通し手ざわりを多面的に捉え直すことで、化粧品の枠にとらわれない新たなブランドコンセプトを構築し、実際のサービスやイベントなどのアイデア創出を行います。MIRCは、グループ会社であるポーラ化成工業㈱のフロンティアリサーチセンターとともに技術メンターとして参加し、オリエンテーションや触覚の可能性についてのレクチャーを行います。すぐれたアイデアは、ポーラ・オルビスグループにて活用することも検討する予定です。

### ポーラ・オルビスグループのプログラム参画のねらい

「手ざわり」は、化粧品の使い心地に直結するだけでなく、心に対する働きかけなどをはじめさまざまな可能性を秘めています。そこで新たな価値創造に向けて、次世代を担う学生と一緒に柔軟な視点で「手ざわり」の価値を捉えなおし、未来志向の視点やニーズを探っていきます。

## 【参考資料】

### 株式会社ポーラ・オルビスホールディングス

#### マルチプルインテリジェンスリサーチセンター (MIRC)

化粧品の既存の枠を超えた新価値創出を狙い、グループ視点での研究戦略および知財戦略を策定し、研究成果のグループ最適配分の役割を担います。また、マーケットリサーチとイノベーション案件の探索に特化した専任スタッフ（通称 ぶらぶら研究員）を配置し、全世界から次世代のニーズを収集、最先端技術との連携や投資案件の探索を行ないます。さらに、グループ横断で「美を考える」取り組みの企画・実施も行います。

### ポーラ化成工業株式会社

#### フロンティアリサーチセンター (FRC)

マルチプルインテリジェンスリサーチセンターで決定した戦略に基づいて、新価値創出を目的とした研究を実行し、新規・既存事業へ活用するシーズを創出する役割を担います。

### 東京大学×博報堂 ブランドデザインスタジオ

<http://www.bdstudio.komex.c.u-tokyo.ac.jp/>

東京大学駒場キャンパス「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・構想する特別プログラムです。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します。東京大学教養学部1～2年生と一定数の東京藝術大学学生、および社会人参加者が一緒になってプロジェクトチームを結成し、チームで「正解のない問い」に向き合い、創造的なアウトプットを導き出す体験をしていただくプログラムです。



### 博報堂ブランドデザイン

<https://h-branddesign.com/>

共創型のプロジェクト運営をベースに、ブランド戦略の立案から実行まで、ブランディングの全プロセスを一貫してサポートする、株式会社博報堂内のブランディング専門ユニットです。