

## 研究所・シンクタンク

当社グループ独自の強みであるクリエイティビティを活かし、社会、企業、個人の課題解決に貢献する価値創造パートナーであり続けるために、研究所・シンクタンクの活動を続けています。生活者やマーケティング、クリエイティビティに関わる領域を深く探索し提言を行うだけでなく、研究成果や実験の場を広く社外に開示していることが活動の特徴です。当社グループの研究所・シンクタンクが生んだ研究成果が様々な場所で活用され、未来をつくるクリエイティビティの源泉となり、新たな市場の開拓や社会のさらなる発展につながることを目指しています。

### 博報堂生活総合研究所

博報堂生活総合研究所は、博報堂の企業哲学である「生活者発想」を具現化するために1981年に設立されたシンクタンクです。生活者の価値観の変遷を長期にわたって調べたり、会社の外に飛び出して街や暮らしの現場を覗き込むなど、多角的かつユニークな観点で研究を続けています。その成果はWebサイトやニュースリリースを通じて広く発信しており、得意先だけでなく官公庁や研究者からも高い評価をいただいています。

詳細 ▶ [WEB](#) 博報堂生活総合研究所

### UNIVERSITY of CREATIVITY (博報堂)

UNIVERSITY of CREATIVITY (UoC) は創造性・クリエイティビティを研究・教育・実装する機関です。AI、IoT、ビッグデータ時代に創造性を人類最大の資本と捉え直し、みずみずしい未来の地図を描くための「クリエイティビティの港」を目指します。UoCは文理芸、産官学の壁を越え、様々な感性・アイデアを衝突させながら独自の研究・プロジェクト活動を行い、新しい世界をつくる方法を提案します。

詳細 ▶ [WEB](#) UNIVERSITY of CREATIVITY

### メディア環境研究所 (博報堂DYメディアパートナーズ)

メディア環境研究所は、メディア環境の「今」と「未来」を見立て、明るい次のベクトルを提言しています。2023年3月期は「2040年のメディア環境」をテーマに未来洞察を発表しました。最近ではTV番組のリアルタイム配信の視聴状況やZ世代のメディア・コンテンツ接触実態、生成AIやVR技術の進化による「リアリティ意識」の変化、メディア企業が行うべきSDGs促進アクションについての研究・提言を公式サイトなどから発信しています。

詳細 ▶ [WEB](#) メディア環境研究所

### 都市生活研究所 (読売広告社)

市民や街に関わる人がその地域・街に対して持つ意識「シビックプライド」や、次世代サードプレイスなどの場の持つ価値など、都市と生活者の新たな関係性のデザインについて研究し、その知見を活かして新たなビジネスの可能性を拓くことを目指しています。

詳細 ▶ [WEB](#) 都市生活研究所

#### Interview

### 生活者発想をアセアン地域にて体現、伝播する組織 (HILL ASEAN)

Hakuhodo Institute of Life and Living ASEAN (HILL ASEAN) は、日本、中国に続き2014年に設立された3拠点目の生活者研究に特化したシンクタンクです。

タイ・バンコクに組織を構えアセアン6カ国にある博報堂各拠点\*から選抜されたナショナルスタッフを研究員として招き、家庭訪問や定量調査などアセアン生活者に関する調査研究を行っています。バックグラウンドの異なる研究員が様々な視点からアセアン生活者に対する深い洞察を行い、クライアントやメディア、社内の業務に役立つ新視点やマーケティング提言を創出し、研究成果は年に1回各国で開催するイベント「アセアン生活者フォーラム」やWebサイトで紹介しています。

国別に特化した生活者研究にも積極的に取り組んでおり、例えばHILL ASEAN (Thailand) では、タイ生活者の消費予測調査レポート“Thailand Consumption

Forecast”の発行や、有名大学の学生と生活者インサイトを深掘りするワークショップを行っています。

\*タイ、インドネシア、マレーシア、ベトナム、フィリピン、シンガポール



マネージングディレクター  
伊藤 祐子

詳細 ▶ [WEB](#) HILL ASEAN