



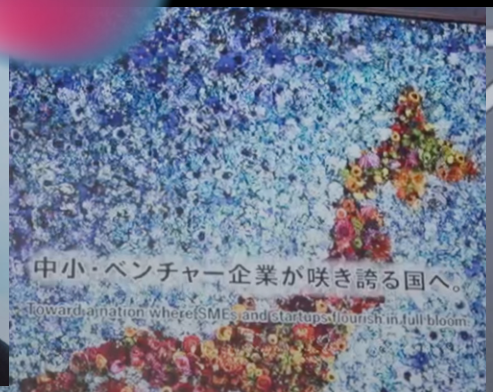


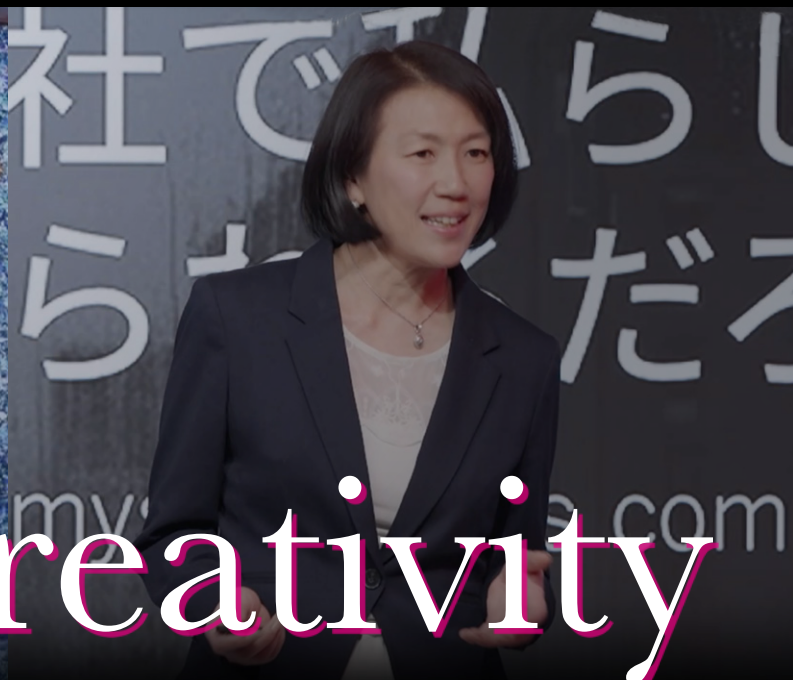

Feature Story

博報堂DYグループの多様なクリエイティビティ

変化の激しい時代において、博報堂DYグループの競争力の核にあるのは、
多様な人材が生み出すクリエイティビティです。
生活者発想を起点に、企業や社会の課題を新たな関係価値へと変えていく力。
それは、単なる発想力ではなく、事業を動かし、未来を切り拓く経営資本でもあります。
人の力を底力として、次の成長へ。その現在地と可能性をご紹介します。






Our Diverse Creativity

Feature Story



My Creativity

自分が社会を観る視点から生まれる

「こんな世の中になったらいいな！」という、想いと発想が“クリエイティビティ”だと思う。

そして、個人から生まれた クリエイティビティが、誰かのクリエイティビティを刺激し、連鎖していく。

そんなカタチをつくる仕事が好きです。

大屋 翔平

読売広告社コミュニケーションデザインセンター
第2コミュニケーションデザインルーム ルーム長
クリエイティブディレクター

「Chain of Aspirations」
未来の自分と故郷をつなぐ“18歳の図書館”

宮崎県西都市は、古墳が有名な日本の地方都市です。私たちは、この街の移住・定住のコミュニケーションに5年間並走してきました。

40名を超える市民の方に話を聞く中で、私はこの街のアスピレーションに気づきました。この街では、新しい移住者が増えることも望んでいる。しかしそれ以上に、街の若者に出て行ってほしくないという願いです。西都市には高校までしかなく大学がありません。18歳になると、若者は街を出ていきます。「いつか戻ってきてほしい」というのが大人たちの切実な思いでした。一方で若者たちは、街のことは好きであると同時に、将来を考えたら出ていくのはどうしようもない、という気持ちを抱えていました。どちらの気持ちも正しい。だけど、正しいまますれ違っている。そこに葛藤がありました。

私たちが出した答えは、引き留めないことでした。街を出ることを若者の可能性が広がることと捉え直し、街から送り出す。街が若者の将来を応援する存在になれば街への愛着が高まり、いつか戻ってくる可能性も高まるはずだと考えたのです。

私たちは、「18歳の図書館」という仕組みをつくりました。街に関わる79名の大人が、18歳の未来を応援する本を選びました。街で唯一の高校に開館し、213名の18歳が国語の授業で本を借りていきました。貸出期間は3年間。18歳から20歳の人生の岐路となる時期です。そして3年後、本を返すために街へ戻ってくる。返却期限の知らせは、貸出の際に3年後の自分に宛てて書いてもらった「未完成の読書感想文」として届きます。

発想のもとは、学生時代の友人から本を借りっぱなしになっているという、経験です。「返さなければ」という気持ちが友人との関係をつないでいる。この現象を逆手に取れないかと思いました。私自身も地元が好きで、恩返しがしたいという想いも原動力になりました。この企画は、仕組みごと街へ移管する設計にしています。誰かのアスピレーションが、次の誰かのアスピレーションを刺激していく。私たちのアスピレーションを伝えるだけでは終わらず、街の中で、「Chain of Aspirations」が連鎖していく未来を願っています。



Feature Story



My Creativity

私にとってクリエイティビティとは、

まだ形のない可能性を、誰もが安心して挑戦できる仕組みに変える力です。

法は創造を止めるブレーキではなく、判断の迷いを減らし、現場の熱量を実現へと導くエンジンになり得ます。

個人のひらめきを組織の力へ変えること、それが私の考えるクリエイティビティです。

藤井 正則

Hakuhodo DY ONE 戦略法務局
クリエイティブ法務 エグゼクティブ

「創造を法で支えるインフラへ」再現性ある仕組みで現場の熱量を解放する〈クリエイティブ法務〉

「ぶっちゃけさ、法務ってクリエイティブのブレーキ役だよね」。企業法務に携わるようになってから、私はこの一言に違和感を覚え続けてきました。本当にそうなのか、法は創造を止めるためだけにあるのか。すべてはこの問いから始まりました。

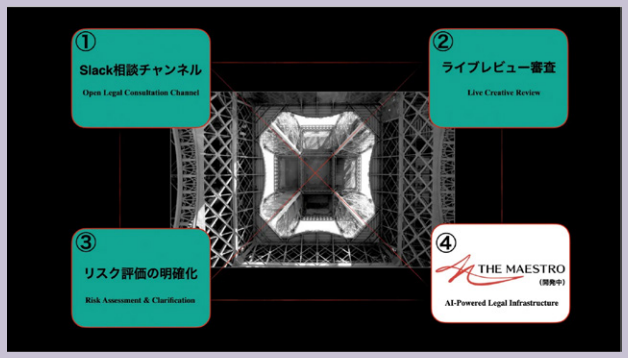
私はフランスとアメリカで、制作や撮影の現場に常駐するクリエイティブ・ロイヤーでした。クリエイターと同じ視点に立って法的課題を解く。その現場で、法律は熱量を抑えるものではなく解放できるという確信を得たことが、私の出発点です。

広告会社の現場では、スピードと自由度が命です。もっと挑戦したい、正しく進めたいのに判断基準が分からない。そんな声を何度も聞きました。薬機法、景品表示法、AI活用に伴う個人情報や著作権と、判断すべき領域は広がる一方でした。一方で現場から見た法務は「遠く、遅く、よく分からない存在」でした。返答に時間がかかるから見切り発車し、事故が起きてから初めて相談が来る。問題は構造にありました。

必要だったのは役割の変更ではなく、法務という機能と仕組みの再定義でした。そこで立ち上げたのが4つの柱から成る「クリエイティブ法務」です。一つ目は、社内共通のビジネスチャットにいつでも相談できる入り口を設け、アイデア段階から伴走して24時間以内に一次意見を戻す仕組み。二つ目は、大量のバナーやLPをその場で確認し代替案まで示すライブレビュー審査。三つ目に広告表現のリスク評価基準の明文化。そして四つ目としてそのナレッジをデータ化しAIエンジン化する「THE MAESTRO」を進めています。

相談は累計720件に達し、そのチャンネルには600名以上が参加して、迷ったらまず相談する文化が生まれました。重大インシデントはゼロになりました。ただ、本当の変化は数字ではありません。「心強い」「コンペに勝てた」そうした声が届くようになりました。組織の挑戦量そのものが増えたのです。心理的安全性は創造の前提条件だと、私は考えています。

この取り組みは今、Hakuhodo DY ONEの公式サービスとして、会社の提供価値になりました。法務は、止める役割からアイデアを実装するエンジンへ変わったのです。



Feature Story



My Creativity

「huug」の立ち上げにおけるクリエイティビティとは、

「社員が大切にしている人生や感情を誰よりも大切にする」という強い意志を起点に、点在する施策を一つの世界観へと統合した点にあります。

この想い（Aspiration）と課題の本質を融合させることで、両立支援を「会社と社会をあたたかく、強くしていくための文化・成長戦略」へと進化させました。

橋本 絵美

博報堂DYコーポレートイニシアティブ
経営戦略室　第二CI総合管理部
部長　マネジメントプランニングディレクター

「ライフステージの不安を安心へ」
大丈夫を増やす両立支援「huug」

私は3度の出産と復職を経験しています。1人目の復職先はビジネスデザイン局のフロントラインで、当時、周りにママ社員はほとんどいませんでした。毎日、時計を気にしながら周囲に謝ってばかりいました。朝は、ママと離れたくないと泣く子どもの声を背に、心の中でごめんねと繰り返す。この会社で育てていけるのだろうかと不安でした。

そんな私を救ってくれたのは、チームメンバーの「大丈夫」という言葉でした。「君は得意先のことを分かっているんだから、その経験を伝えてくれればいいよ。大丈夫」。その一言が、私にチームの一員でいる意味を与えてくれました。あの時の感謝を忘れたくない。育児や介護との両立が会社の当たり前になること。それが私のアスピレーションです。

2024年、人事室在籍時に育児や介護と仕事の両立施策「huug」の発信を開始しました。これまでの制度や施策を、クリエイティブの力で一つのブランドに再定義したものです。「huug」という名前は、hugにもう一つのU、「あなた」を足したものです。親であるあなたも、子であるあなたも、仕事を頑張るあなたも包み込みたいという想いを込めました。発信を重ねるうちに、当事者ではない方にも認知が広がってきました。

「huug」が形にするのは、社員の本音です。例えば博報堂の学童サポート「CREATIVE KIDS CAMP」は、乳幼児期の支援メニューは揃う一方で、長期休みに様々な経験をさせてあげられないという小学生の親の悩みから生まれました。これはお子さんを預かるだけの取り組みではありません。社員が先生になって特別な体験を届け、会社やクリエイティビティを知ってもらう。働く親であることに自信を持てる体験をデザインしました。「ママの会社は、アイデアをつないで幸せを作る仕事なんだね」とか、「大きくなったらパパの会社に入りたい」といった声も届いています。

両立支援は、単なる福利厚生ではありません。育児や介護の経験は時間の制約を生む一方で、生活者としての視点と経験の引き出しを増やします。その経験の掛け合わせこそが、私たちグループの力になる。「大丈夫」の連鎖が、会社を、社会をあたたかく強くしていくと信じています。



Feature Story



My Creativity

私にとってクリエイティビティとは、

既存アセットを異なる視点で捉え直し、そこに宿る「想い」や仕組みを組み合わせて、新たな価値を実装しきることです。

富山県朝日町での実践を原点に、生活者、全国の自治体、企業、研究機関の皆様と、「暮らすだけで元気になる」まちづくり。それが私の生涯かけた挑戦です。

畠山 洋平

博報堂 地域共創プラットフォーム事業推進局 局長

住民の「想い」を新しい「生活者価値」へ編集する。日本初の（生活者参加型）マイナンバーカードサービス「LoCoPi」

7年前に父が急逝し、奈良の田舎で一人になった母に東京においでよと言うと、こう返されました。「ここには友達がいて、オカリナサークルだってあるし、やりたいこともある。ここが好きなんだ」と。母の願いは「住みたい場所に住みたい」ただそれだけでした。この言葉が今も私の原動力です。

しかし日本の地方は今、均質化したロードサイドとシャッターの下りた商店街に覆われ、どこも同じ顔になりつつあります。人口が減り続ける中、これを誰か任せで解決できるのでしょうか。私たちは、「住みたい場所に住み続けられる」と無意識に信じてはいないでしょうか。それが私の課題意識でした。

この課題意識のもと全国を回り、想いが合致した富山県朝日町に家を買いました。住民として、生活者として暮らしながら話を聞いて回りました。またお店が潰れた、子どもの安全が心配だと住民の声は様々でしたが、根底にあったのは母とまったく同じ「住みたい場所に住みたい」という願いでした。

同時に、小さな町でも行政が本当に縦に割れていると気づきました。人が足りないのに分断され、手間とお金がかかる。ローコストの生活インフラの構築が急務でした。

そこで着目したのは、国民の8割が持つマイナンバーカードです。この一枚に行政サービスを束ね、生活者インターフェース「LoCoPi」をつくりました。ただ便利にしたのではなく、無機質な管理の道具だったものを、想いが循環するものへと価値転換したのです。使い始めた方の反応は、想像を超えていました。「この店が好きだから使うんだ、どうせデータを取っているんだろう、いいんだよ、それを伝えてくれよ」と。住民が主役になったこの状態こそ、生活者価値ではないでしょうか。

行政は縦割りだと外から言っていた私自身は、どうだったか。営業職、ストラテジックプラニング職、クリエイティブ職とそれぞれ分断し、バケツリレーになってはいないか。今回は部門を越えてバディを組み、フロントからプラニングまで一緒に行いました。職能の壁を越えること。それができれば、このグループでできないことなどありません。



Feature Story



My Creativity

創造性とは、絶え間ない観察と探求の積み重ねです。

好奇心と共感をもって世界を見つめ、当たり前を問い直し、いま歩む道の先にある別の道筋を思い描き、そこがどこへ通じるのかを遊び心とともに探る。居心地の悪さを伴うときでも可能性に心を開き続け、その姿勢を、新しいものを世に生み出す確信へと変えるタイミングを見極めることです。

Heather Boesch
IDEO Partner

「医療からセルフケアへ」女性の主体性を取り戻す、痛くない在宅子宮頸がん検診の再設計

アメリカでは、女性の4人に1人が子宮頸がん検診を推奨される頻度で受けていません。。毎年4,000人が命を落とし、20万人がこの病気と闘っています。早期に見つければ防げるはずの病気でこれだけの犠牲が出てしまっています。

背景には、憂鬱で苦痛の伴う検診という体験があると私は考えています。仕事を休み、子どもを預け、病院に出向き、ほとんど裸になって固定台に上がり、冷たい器具を挿入されて細胞をこすり取られる。この器具が設計されたのは1800年代で、以来その形はほとんど変わっていません。

なぜ変わらなかったのか。女性の健康が、長く投資されてこなかった領域だからです。臨床試験への女性の参加が義務付けられたのは1993年のことでした。女性が率いるチームに向かうベンチャーキャピタル投資は3%にも達しません。技術の限界ではなく、優先順位の問題だったのです。

このプロジェクトで私が最初に立てたのは、技術的な問いではありませんでした。「女性は、どう感じたいのか」。答えは明快で「快適でいたい」「自分でできるという自信を持ちたい」「自分が気にかけられていると感じたい」というものでした。年齢も体型も人種的背景も様々な方々に話を聞くうちに、これが器具だけの問題ではないと分かってきました。自分の身体に対する主導権を奪われているという感覚もあったのです。

そこからクライアントであるTeal Healthとともに生み出したのが、細く、柔らかく、直感的に使える、自宅で行うことができる器具です。妊娠検査薬やタンポンのように女性がすでに自宅で使っているものを参照して設計しました。折り紙と花びらから着想を得た、人間味のある医療処置の道具には見えないデザインとしました。

自宅での検査精度は、医師のもとで受ける検査とほぼ変わらない96%です。利用者の94%が従来の方法よりもこちらを選ぶと答え、97%が使いやすいと回答しました。FDAの承認を異例の速さで取得し、現在は全米50州で利用可能です。2027年には保険適用となる見込みです。私たちは新しい薬や医療技術を生み出したわけではありません。長く使われてきた器具から、恐怖と、摩擦と、不平等を取り除いただけです。それだけで、防げるはずのがんが本当に防げるものになったのです。

