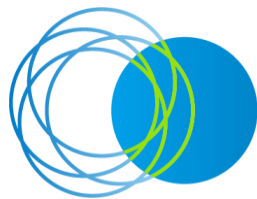


博報堂、「サイバーフィジカル・ブランディング」を提供開始

産総研の技術コンサルティングを活用し、開発
サイバーフィジカル技術で“次世代型の五感ブランド体験”を創出

株式会社博報堂（東京都港区、代表取締役社長：水島正幸、以下博報堂）は、「ブランド・トランスフォーメーション®」による企業支援の一環として、サイバーフィジカル技術を活用してブランド体験を開発する「サイバーフィジカル・ブランディング」プログラムの提供を開始しました。



CYBER PHYSICAL BRANDING

内閣府が掲げる“Society 5.0”では、現実世界(フィジカル空間)とサイバー空間が高度に融合した未来社会の到来が謳われています。そこに生まれる「サイバーフィジカル空間」では、企業やブランドが生活者に提供するサービスや体験も、“サイバーフィジカル空間での最適な設計“が求められていくと考えられます。

博報堂は、生活者を起点としたブランド発想の事業変革「ブランド・トランスフォーメーション®」を推進するため、サイバーフィジカル技術を活用したブランド体験の検討をいち早く進めてきました。

今回提供を開始する「サイバーフィジカル・ブランディング」は、五感ブランディングなどブランド体験開発のエキスパート集団である博報堂ブランド・イノベーションデザイン（博報堂 BID）が、サイバーフィジカル技術を活用して、新たな時代の企業のブランドづくりを支援するプログラムです。プログラムの開発にあたっては、国立研究開発法人 産業技術総合研究所（産総研）の技術コンサルティングを受け、サイバーフィジカル空間における人の感覚・認知・行動に関する技術的な知見を活用しています。

博報堂 BID の生活者や UX に対する深い知見と、最先端の研究・テクノロジーを組み合わせ、現実世界とサイバー空間の情報を掛け合わせてブランドの魅力を楽しむ“次世代型の五感ブランド体験”を創出していきます。

本プログラムは、サイバーフィジカル技術の活用により、今までになかったブランド体験や新しい価値を生活者に提供します。たとえば、AR 技術や瞳孔径計測を活用した買物体験のケース（p2-3 に詳細）では、

- ・ 現実空間より自由度が高い商品検討ができる
- ・ 自分が感じたことがデータで可視化され、納得感のある商品選択ができる
- ・ 生産現場を多感覚情報で体験することで、ブランドへの関心や好意が高まる

といった買物の楽しさや納得感を生活者にもたらし、ブランドへの好意・共感を醸成していくことが可能です。

博報堂は今後も、多様な企業やアカデミアと連携し、新しい時代の生活者体験の創造を通じて、企業の「ブランド・トランスフォーメーション®」を支援・推進してまいります。

【報道関係のお問い合わせ】 博報堂広報室 山野 koho.mail@hakuodo.co.jp 03-6441-6161

【サイバーフィジカル・ブランディング プログラムに関するお問い合わせ】

bidlab_open-innovation@hakuodo.co.jp (専用メールアドレス)

<参考資料>

ブランド・トランスフォーメーション® (BX)

社会・生活者起点のブランド発想で実現する、オールデジタル化時代の事業変革

生活者とモノが常時接続し、その接点に新たなインターフェースが生まれる「生活者インターフェース市場」が拡大する中、「ブランド」のあり方も共創型、参加型へと大きく変化しています。博報堂は、これからの事業変革・事業成長の鍵は「ブランド」にあると捉え、最先端のデジタル技術を積極的に活用しながら、企業の「ブランド・トランスフォーメーション®」を支援・推進しています。

「サイバーフィジカル・ブランディング」プログラムについて

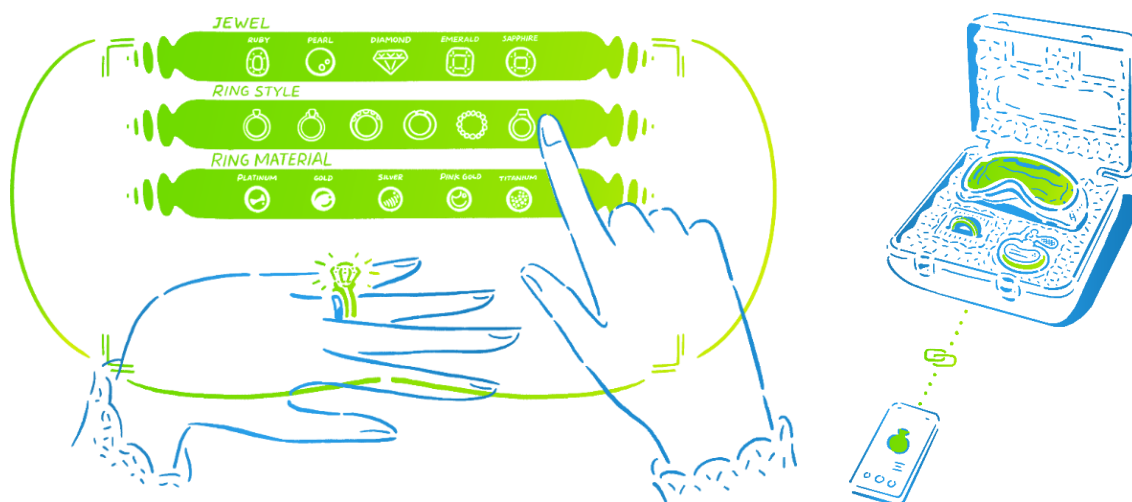
■プログラムの概要

博報堂の専門組織である博報堂ブランド・イノベーションデザインが、サイバーフィジカル空間に関する最先端の研究・技術を活用しながら、サイバーフィジカル空間における生活者とブランドの新たな関係を創造するプログラムです。

■プログラムのアウトプットイメージ

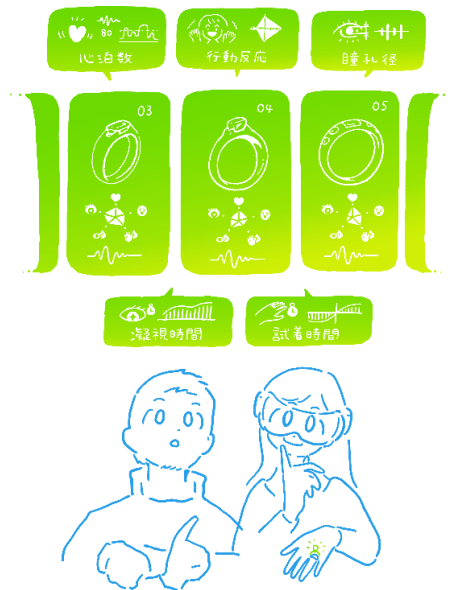
以下はアイデアの一例です。商品・サービスの課題に応じて、生活者のインサイトをとらえた企画や適切な技術の選択を行い、サイバーフィジカル空間を活用したブランド体験を構想・実装していきます。

【現実の指輪の上に AR でさまざまなジュエリーやリングのデザインを重ねる「AR 試着」】



【瞳孔径や凝視時間などの自分のデータを振り返り、検討の参考に(左)】

【工房などの生産現場を 360° 映像で体験(右)】

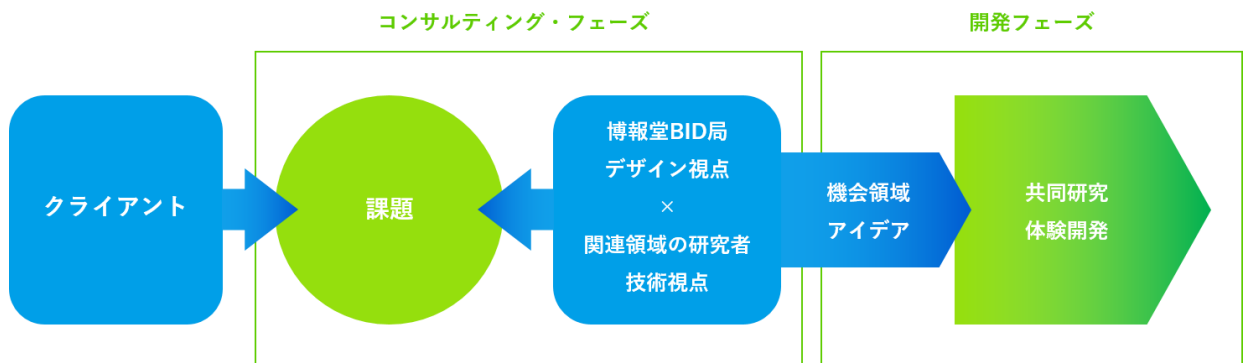


【多感覚情報を組み合わせた空間開発やイベント開発(左)】

【生産者や顧客になりきるインナーブランディング(右)】



■プログラムの進行イメージ



本プログラムは「コンサルティング・フェーズ」と「開発フェーズ」の2段階で進行します。

「コンサルティング・フェーズ」では、クライアントの課題・テーマに対して、博報堂ブランド・イノベーションデザインのコンサルタントが研究者の協力を得ながら、課題の深掘りを行います。技術視点や認知科学視点、デザイン視点での分析を踏まえて、ブランディングのための機会領域、具体的なアイデアを発想します。「開発フェーズ」では、最新の研究知見や科学的なエビデンスに立脚しながら、アイデアを生活者が体験できる具体的な施策「ブランド体験」として具現化します。

■サイバーフィジカルシステムとは

実際の世界（フィジカル空間）にある多様なデータをセンサーネットワークなどで収集し、サイバー空間で大規模データ処理技術などを駆使して分析／知識化を行い、そこで創出した情報／価値によって、産業の活性化や社会問題の解決を可能とする仕組み。

（一般社団法人電子情報技術産業協会（JEITA）のサイトより引用）

※本リリースでは、サイバーフィジカルシステムを実現するための技術要素を、サイバーフィジカル技術と表現しています。

■博報堂ブランド・イノベーションデザイン

ブランド及びイノベーションの企画・コンサルティングを行う株式会社博報堂内の次世代型専門組織。経営戦略、新規事業開発、商品開発、空間開発、組織人材開発、地域活性、社会課題解決など多彩なビジネス領域において実務コンサルテーションを行っている。「人は、身体中の感覚を総動員して世界と向き合っている。だからこそブランドも、五感を最大限に活用してお客様と向き合うべき。五感を通じて築かれた顧客との絆は、きっと、深く、長く、強い。」との考え方のもと「五感ブランディング」を推進するなど、新たなブランド体験の創出に関する豊富な知見と実績を有しています。 <https://www.h-bid.jp/>

【参考】

国立研究開発法人 産業技術総合研究所

国内最大級の公的研究機関として日本の産業や社会に役立つ技術の創出とその実用化や、革新的な技術シーズを事業化に繋げるための「橋渡し」機能に注力しています。（産総研サイト <https://www.aist.go.jp/> より引用）

産総研 技術コンサルティング制度 <https://unit.aist.go.jp/colproc/consulting/index.html>

■関連オンラインセミナーのご案内

2021年9月27日(月)に、博報堂マーケティングスクールにおいて、「サイバーフィジカル・ブランディング ～次世代五感技術を活用したブランド体験のデザイン～」と題したセミナーを実施いたします。「サイバーフィジカル・ブランディング」プログラムについてもご案内します。

詳細・お申し込みは、下記 URL からご確認ください。

【セミナー詳細ページ】 <https://www.hakuhodo.co.jp/marketing-school/course/91589/>

【問い合わせ】博報堂マーケティングスクール事務局 info.marketing@hakuhodo.co.jp