2026 年 6 月 24 日

博報堂と東京大学教養学部の共催プロジェクト“BranCo!” “LIVe”が学生とアカデミアの視点から導いた「創造性 10 の源泉レポート」を公開

株式会社博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：名倉健司、以下 博報堂）生活者発想技術研究所は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）」、「LIVe(Liberal-arts Innovation Village)」（東京大学教養学部教養教育高度化機構と共催）と共同で、学生とアカデミアの視点から「現代の創造性」を探求する「創造性 10 の源泉レポート」を公開しました。

本レポートは、AI の急速な成長と仕事や生活への浸透を強く感じる昨今、「今の時代の創造性とは何か？」の探究と、それらをもとに作成した、「創造性 10 の源泉と創造的になるためのアクション」を紹介するものです。

今回は二つのアプローチを通して創造性の実像に迫りました。一つ目は「学生視点」です。

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）」の中で、全国から参加した 586 名の学生がそれぞれに工夫を凝らして暮らしにおける創造性を調査し、その課題や機会を見出した上で具体的なブランドのアイデアまでを考えた提出企画を俯瞰的に捉え直し、視点を抽出しています。

二つ目は「アカデミア視点」です。リベラルアーツの力をビジネスやイノベーションにつなげる取り組み「LIVe（ Liberal-arts Innovation Village ）」の学生コミュニティによる活動で、様々な専門領域を持つ東京大学に

所属する先生方に「各専門領域からみた創造性」を聞いたインタビューの成果から、視点を抽出しています。

若者の等身大でリアルな生活に根ざした探求と専門知の視点を掛け合わせることで、「創造性」の本質と、現代ならではの課題や可能性を明らかにすることに挑戦しています。

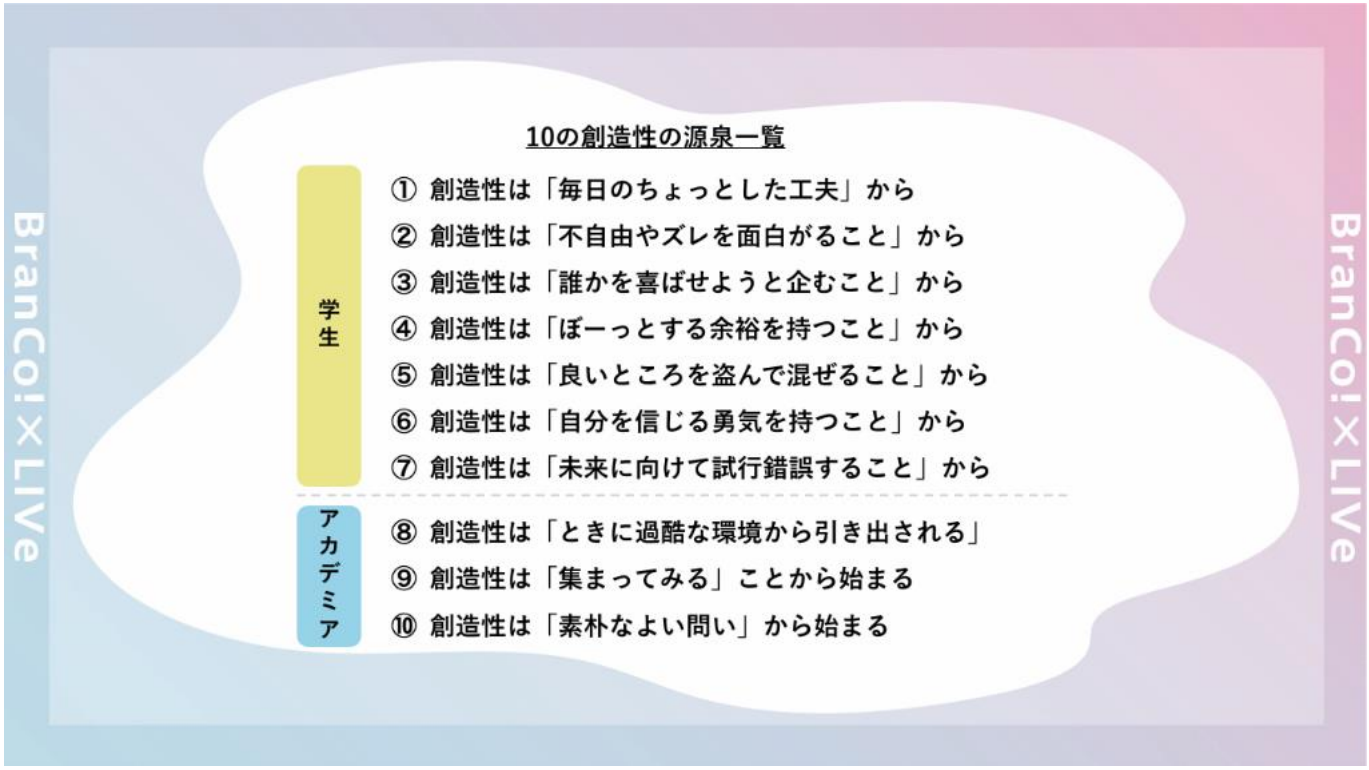
▶ レポートはこちら（無料でダウンロードいただけます）
https://hassogiken.jp/assets/cms/2026/06/branco_live_creativity_report.pdf

■ 「創造性 10 の源泉レポート」の構成

Chapter1：創造性の源泉 10
Chapter2：大学生のためのブランドデザインコンテスト「BranCo!」から見る創造性
Chapter3：学際的視点から見る創造性（アカデミアからのヒント）

■ レポート一部抜粋

創造性の源泉 10 は、「学生視点からの 7 の創造性」「アカデミア視点からの 3 の創造性」で構成されています。



・学生視点の創造性の源泉（創造性は「不自由やズレを面白がること」から）

創造性とは、正解があったり完璧なものではなく、制約を面白がって工夫することから始まる。

創造性の源泉②

創造性は「不自由やズレを面白がること」から

正解や完璧さを求めるのではなく、そこから少しはみ出したものを面白がったり、言葉にできないモヤモヤを大事にすることこそ価値がある

現代の課題や可能性（BranCo!審査書類より）

自由すぎたり、制約を排除する環境が大人が制約の中で工夫し楽しむ余白をなくしている

- 子どもの頃は日常の中である程度の制約があったため、創造性的に遊べていたのではないかと分析する学生が多かった。現代は選択肢が無限にあり、ある意味自由すぎるといえる環境でもあり、生活の中で違和感を感じる機会を与えない。
- また同時に現代は制約や不自由は排除される傾向もある。こうしたクリーンすぎる環境が「制約を面白がって、制約の中で工夫する」態度を育てることを阻んでいるのではないか。

日常に制約を設けて、楽しんでみる

- 帰り道の寄り道にあえて制約をつけて帰ってみるなど、日常の小さな違和感を逃さず楽しむ姿勢が、最適化され整えられすぎた世界で見過ごされている「新しい価値」の発見に繋がるかもしれない

BranCo!×LIVe

・創造的になるためのアクション（創造性は「不自由やズレを面白がること」から）

「白いもの（白米・豆腐など）だけを使った料理」などにより、日常の中で不自由やズレを面白がることができるかもしれない。

創造的になるためのアクション②

創造性は「不自由やズレを面白がること」から

- **白いものだけを使って料理してみる**

  白米、豆腐、サラダチキン、牛乳、大根、ねぎ、塩、砂糖、白だし…意外となんとかなる？

- **自分と違うSNSの声を受け止めてみる**

  自分とは全然考え方が違う人の投稿を受け止めてみて、「なぜこの人はこう感じるんだろう？」と考えてみる。

- **「待ち時間」を、スマホを触らずに過ごしてみる**

  信号待ち・エレベーター待ち・電子レンジの待ち時間などにスマホを使わず、
  周囲の観察など他にできることを考えてみる。

BranCo!×LIVe

■ BranCo!について

博報堂が東京大学教養学部と共催する「BranCo!」は、博報堂の“生活者発想”や“ブランドデザイン”の魅力を学生に伝えるための教育コンテストです。2012 年に開始し今年で 15 回目を迎えます。累計約 200 校以上の大学から 8252 名が参加しています。昨年度は 89 校、149 チームが参加しました。

■ 東京大学教養学部リベラルアーツ・イノベーション・ヴィレッジ（LIVe）について

『LIVe』は、東京大学教養学部が培ってきた「教養の知」と博報堂の強みである「生活者発想」を活かすことで、専門家たちの知識と社会をつなげ社会的に価値があるもの（イノベーションやブランド）を生み出すことに挑戦するリベラルアーツのコミュニティです。東京大学と博報堂はこれまでも、リベラルアーツをイノベーションに活かす全学自由研究ゼミナール『ブランドデザインスタジオ』や、コンテスト形式のプロジェクト『BranCo!』を手がけてきました。その次のステップとして立ち上げた『LIVe』では、創造性や問題解決といったリベラルアーツの動的な本質を発信しながら、新たなイノベーションへの活用を目指しています。

■ 博報堂 生活者発想技術研究所 について

クライアント企業の生活者発想を推進するための研究開発を目的に設立された専門組織です。「未来生活者発想」をコンセプトに、「生活者発想経営」「フォーカス型生活者洞察」「生活者心理・行動」「ウェルビーイング社会の共創」「生活者発想に基づく創造性」等に関する、研究・開発・教育・発信を行っています。

・設立リリースはこちら：https://www.hakuhodo.co.jp/news/newsrelease/111845/

・公式サイト： https://hassogiken.jp/

【本件に関するお問い合わせ】

博報堂　広報室　戸田・和田　koho.mail@hakuhodo.co.jp