

2026 年 10 月 1 日

博報堂、マーケティングサイエンス研究機関「アレンバーグ・バス研究所」と 広告会社として国内初となるスポンサー契約を締結 — 独自研究の科学的裏付けを大幅強化し、EBM の実践と組織・人材の育成を加速 —

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）は、客観的なデータや科学的方法に基づくエビデンスベースマーケティング（以下 EBM）のさらなる高度化を目指し、同分野の世界的権威である「アレンバーグ・バス・マーケティングサイエンス研究所（Ehrenberg-Bass Institute of Marketing Science、以下 アレンバーグ・バス研究所）」と、広告会社として国内初となるスポンサー契約を締結しましたのでお知らせします。

近年、再現性のある不変の法則に基づいてマーケティングの意思決定を行う「EBM」への注目が世界的に急速な高まりを見せています。博報堂ではこれまでも、独自のブランド資産（DBA^{※1}）やカテゴリーエントリーポイント（CEP^{※2}）に着目し、理論実践や自主研究活動を独自に推進してまいりました（過去リリース^{※3}を参照）。今回、EBM 研究の世界的権威であるアレンバーグ・バス研究所が有する世界最先端の知見や研究環境と直接連携する体制を構築することで、博報堂が培ってきた独自研究ノウハウの「科学的裏付け」を大幅に強化するとともに、以下のような具体的取り組みを通じてクライアント企業の持続的なブランド成長支援をさらに加速させてまいります。

【スポンサー契約締結による主な強化ポイント】

1. 博報堂独自の EBM 実践・自主研究における「科学的裏付け」の大幅強化

これまで博報堂が自主的に積み重ねてきた理論実践や研究ノウハウに対し、アレンバーグ・バス研究所の知見を掛け合わせることで、マーケティング提案や戦略策定における根拠・説得力をより強固なものにします。

2. 最新研究と先端マーケティングナレッジへの直接アクセスと、実務への応用

アレンバーグ・バス研究所が有する豊富なデータ・エビデンス・専門知見とあわせ、最新の研究論文に常時アクセスできる社内環境を整備します。これらの知見を日々の実務に組み込むことで、博報堂は最新のエビデンスとナレッジに基づくマーケティングアプローチを確立していきます。

3. 世界トップレベルの研究者（マーケティングサイエンティスト）への直接アクセス

アレンバーグ・バス研究所に所属する多数の専門研究者とのディスカッションや相談体制を通じて、複雑化・高度化する個別のマーケティング課題に対しても高度で客観的なソリューションを提供できるよう、社内ナレッジを強化します。

4. EBM の実践応用の拡大と深化

アレンバーグ・バス研究所の知見に触れることで、独自ブランド資産（DBA）やカテゴリーエントリーポイント（CEP）を含むマーケティング理論を、クリエイティブ開発、プロダクト設計、各種キャンペーン評価などの具体的な実務プロセスへ、より広く・深く落とし込んで応用していきます。

5. 世界基準の EBM 思考の定着と人材育成

対面のセミナーやトレーニングの機会を通じて、アレンバーグ・バス研究所のトップ研究者へ特別にアクセスできるようになり、最新のマーケティングサイエンスを生み出す当事者の思考に直接触れることが可能になります。これにより、全社的な博報堂の EBM 対応力を強化するとともに、クライアント企業におけるマーケティングの法則の定着を支援します。

博報堂は、今後もアレンバーグ・バス研究所をはじめとする国内外の先端研究機関との関係を深め、科学的な法則やエビデンスに基づいた革新的なアプローチを通じて、クライアント企業の事業およびブランドの持続的な成長に貢献してまいります。

※1 DBA：Distinctive Brand Asset の略。ロゴ、カラーなど、ブランド名以外で生活者にそのブランドを識別させる要素のこと。

※2 CEP：Category Entry Point の略。生活者がブランドやカテゴリーに目を向けるきっかけのこと。

※3 過去リリース：[博報堂、エビデンスベースマーケティング手法を活用し企業のブランド成長を支援する専門プロジェクトを組成—ブランドエクイティを可視化し、ブランド成長に向けた戦略立案が可能に—](#)

【ご参考：アレンバーグ・バス研究所について】

アレンバーグ・バス研究所は、オーストラリア・アデレード大学に拠点を置く、マーケティング研究における世界最大の研究機関です。世界を代表する多くのブランド企業から、マーケティングにおける権威として認知されています。60 名を超えるマーケティングサイエンティストからなるチームが、マーケティングに関する知見を発展させるとともに、世界中の企業がエビデンスに基づくマーケティングの文化から成果を得られるよう支援しています。

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂 広報室 高橋・菱沼 koho.mail@hakuholdo.co.jp