

## 博報堂、組織開発支援プログラム「創造する組織」を提供開始

企業変革の基盤となる創造型の組織づくりを支援

株式会社博報堂（東京都港区、代表取締役社長：水島正幸）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（以下、博報堂 BID）は、「ブランド・トランスフォーメーション®」による企業変革支援の基盤となる組織開発支援プログラム「**創造する組織**」の提供を開始します。

本プログラムは、社員一人ひとりが、自分を起点として自らの価値観や社会とのつながりを捉え直しながら、会社のパーパスとの関係を探求することで、クリエイティビティを発揮し、イノベーションが創発される次世代の創造型組織づくりを支援します。

企業は、不確実かつ大きく変化する外部環境の中で、経営・事業戦略において、大胆な変革が迫られています。同時に、社内の社員の働き方や仕事に対する意識は、世代で大きく異なり、また、副業やギグワークなどの新しい働き方の潮流も生まれる中で、その企業らしいよりよい働き方を模索していく必要が生まれています。

「創造する組織」は、そうした環境の変化の中で、博報堂 BID が長く培ってきたインナーブランディング、組織文化開発、リーダーシップ開発などの多彩な知見と、博報堂のクリエイティビティを活かして、企業変革を果たすための基盤となる創造型組織づくりを支援するための統合プログラムです。

その特徴は、所属している会社ありきではなく、自分自身への気づきや社会との関係性をベースに、会社との関係性を改めて探求し、働く意味や仲間との関係を再構築することで、創造的かつイノベーションが創発される次世代の組織がつくられる、という博報堂 BID 独自の理論を基本モデルとしているところにあります。（p2 に詳細）。

このモデルをもとに、その企業らしい次世代の組織のあり方を構想し、実現のために必要な組織診断やパーパス策定、組織文化策定、インナーコミュニケーションプログラムなどの具体施策を専門のコンサルタントが設計し、実施します。

この「創造する組織」による企業の変革は、じぶんを起点として社会と結びつきながら組織との関係を捉え直していくことで、最終的に、個人と組織とが、co-well-being を果たし、また社会へのポジティブな貢献を果たしていくことができます。

博報堂は今後も、多様なプログラムの提供を通じて、新たな時代の企業変革を支援してまいります。

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

【プログラムに関するお問い合わせ】 博報堂ブランド・イノベーションデザイン info@h-bid.jp

<参考資料>

■博報堂 組織開発支援プログラム「創造する組織」について

【プログラムの概要】

## 創造する組織

ブランド・トランスフォーメーション®による企業変革の基盤となる組織を創造型組織へと変革する博報堂独自の組織開発プログラム。「自分」を起点に、「外に開かれていくオープン化」「パーパスへの共鳴」「インナーエンゲージメント」の螺旋的統合によって、組織を創造型組織へと変革し、個人の成長と会社の成長を同時実現します。

【プログラムの基本モデル】



<考え方>

- 「じぶん」  
自分が大切にしたい価値観に目を向けることで、自分を知る
  - 「オープン化」  
自分と外部社会との関わりに目を向け、社会における自分「I's」という視点を持つ
  - 「パーパス」  
自分が、このパーパス（=社会における存在意義）を掲げる会社で働くことに目を向け、パーパスと自分との関係性に出会い直す
  - 「インナーエンゲージメント」  
会社を通じて社会に働きかけようとする自分、チームメンバーとの関係を創造的に結び直す
- ・これら4つの要素が螺旋を描くように作用し合うことで、企業の成長と個人の成長が同時に実現する健全で強い組織がつくられる。そして、その結果としてイノベーションが創発される。

### 【プログラムで実施する個別施策の例】

上記の考え方にに基づき、下記のような個別メニューを課題に応じてカスタマイズしてご提供します。

- ・ 創造する組織診断プログラム
- ・ クリエイティブ・リレーションシップ開発
- ・ コミュニティ設計・構築
- ・ パーパス策定
- ・ 組織文化開発
- ・ インナーコミュニケーション設計・実装

### 【オリジナル調査結果（企業・組織の階層別意識調査）】

「創造する組織」プログラム開発にともない、経営層、管理職層、一般社員の3階層に対して、パーパス、事業開発、組織文化や、働き方の価値観に関する本音を尋ねたオリジナル調査を実施しました。この調査の分析結果もプログラム提供時に活用します。

### ■ブランド・トランスフォーメーション® (BX)

オールデジタル化時代の生活者発想による事業成長・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」が拡大するなか、事業のあり方も共創型、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、生活者発想で事業を変革することを「ブランド・トランスフォーメーション® (BX)」と定義。「生活者発想のクリエイティビティ」と「生活者インターフェーステクノロジー」を活用しながら、企業のブランド・トランスフォーメーション (BX) を支援・推進しています。

### ■博報堂ブランド・イノベーションデザイン

博報堂ブランド・イノベーションデザインは、生活者発想による事業変革・成長＝ブランド・トランスフォーメーション® (BX) を推進する博報堂の専門ユニットです。ブランドの重要な構成要素である「パーパス」「ビジネスプロセス」「組織・人材」「商品・サービス」「コミュニケーション」「コミュニティ」の各領域のプロフェッショナルが、領域横断のチームで、ブランド・トランスフォーメーションを強力に支援します。多様なバックグラウンドと専門性を有するスタッフが、「生活者発想」と「共創プロセス」を大切に、リサーチから戦略の構想、実現・実装まで、ブランディングとイノベーションのすべてのフェーズを一貫して行い、企業や事業の本質＝“らしさ”を見つけ、ブランドの持続的な成長をお手伝いします。