

2021年4月7日

博報堂、note と業務提携し、 企業・ブランドのパーパスを発信・可視化するサービス “new branding with note”の提供を開始

株式会社博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：水島正幸）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、note 株式会社（東京都港区、代表取締役社長：加藤貞顕）と共同で、パーパスを起点とした企業・ブランドの情報発信を行うため、業務提携契約を締結しました。あわせて、両社による企業向けサービス「new branding with note」を本日より提供開始します。

商品の機能による差別化が難しくなり、生活者の価値観も変化している現代においては、企業やブランドには明確な「パーパス」（存在意義）が求められるようになってきました。企業やブランドは、自らのパーパスを具体的なアクションや情報発信によって「可視化」し、生活者に伝えていく必要があります。それも一方的な発信ではなく、ユーザーと「共創」しながら発信していく姿勢が重要です。

博報堂と note は、両社の強みを活かして、こうした新しい時代における企業・ブランドの情報戦略の設計からコンテンツ制作・発信までを共同で支援していくことを目指します。

note は、月間アクティブユーザー6,300万、毎日2.6万件以上の記事が投稿されるメディアのプラットフォームとして、企業による情報発信も積極的に行われています。またユーザーからも、企業やブランドのパーパスに共鳴するコンテンツが数多く投稿されています。

博報堂は、ブランディングに関する深い知見と、構想・発想力を活かして、さまざまな企業やブランドのパーパス設計やブランディング活動を支援してきました。また、生活者との共創型コンテンツの設計も数多く手掛けています。

これらの強みを組み合わせ合わせた協働により、ユーザーと「共創」しながら、企業・ブランドのパーパスを「発信・可視化」するコンテンツマーケティングを実現していきます。

このたび提供を開始する「new branding with note」は、パーパスを可視化するコンテンツを note 上で制作・発信するサービスです。主に2つのメニューを企業向けに提供します。

1つは、法人向けサービス note pro を活用して、note 上に企業・ブランドの公式ページ（オウンドメディア）を開設し、パーパスを可視化するコンテンツを定期的に制作・発信していくサービスです。もう1つは、ユーザー参加型の投稿企画「コンテスト」を活用した共創スキームで、パーパスを起点としたテーマを設定してユーザーの投稿を募集し、ユーザーとストーリーを共創していきます。いずれも博報堂グループのリソースを活かした体制を構築し、運用していきます。

博報堂は今後も、パーパス（社会的存在意義）を起点とした共創型、参加型のブランディングである「ブランド・トランスフォーメーション」により、企業の新たな価値の創造に貢献してまいります。

【本件についてのお問合せ】

博報堂 広報室 平原・山野 koho.mail@hakuhodo.co.jp 03-6441-6161

博報堂 new branding with note プロジェクトチーム new_branding_with_note@hakuhodo.co.jp

<参考資料>

(※)ブランド・トランスフォーメーション®：パーパス（社会的存在意義）を起点とした共創型・参加型のブランディング手法。

【note について】



note はクリエイターが文章や画像、音声、動画を投稿して、ユーザーがそのコンテンツを楽しんで応援できるメディアプラットフォームです。だれもが創作を楽しんで続けられるよう、安心できる雰囲気や、多様性を大切にしています。

個人も法人も混ざり合って、好きなものを見つけたり、おもしろい人に出会えたりするチャンスが広がっています。2014年4月にサービス開始し、約870万件の作品が誕生。月間アクティブユーザー数は6,300万（2020年5月時点）に達しています。

URL : <https://note.com/>