

日本ロレアルー大学生を対象に世界最大級のビジネスコンテスト 「BRANDSTORM 2023」日本大会を実施

メタバース・AR/VRをテーマとした最先端ビジネス創出の機会を提供

世界最大の化粧品会社ロレアルグループ（本社：パリ）の日本法人である日本ロレアル株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：ジャン-ピエール・シャリトン）は、学生を対象とする世界最大級のビジネスコンテスト「BRANDSTORM 2023（ブランドストーム）」日本大会を3月30日（木）にオンラインで開催しました。

学生がビジネスの現場を疑似体験するビジネスコンテスト「ブランドストーム」、2023年のテーマは「AR・VR・メタバース等最先端テクノロジー」

未来の地球を担うグローバルリーダー育成のため、ロレアルがグローバルに展開する「ブランドストーム」は、1992年に始まり、専攻・分野を問わず、世界の18~30歳の学生ならびに社会人を対象とした世界最大級のビジネスコンテストです。毎年異なるテーマを設け、学生がチームをつくり、新製品やサービス、テクノロジー関連のアイデアを提案、ロレアル社員に英語でプレゼンテーションするという、グローバル企業ロレアルで行われているビジネスの現場を疑似体験できる機会です。

2023年は「Crack the new codes of beauty（新しい美の領域を開拓せよ）」というテーマのもと、AR・VR・メタバース等の最先端テクノロジーを活用したビジネス提案を募集。科学やテクノロジーの力で、未来の美を創造し続けるロレアルが目指すのはO+O+O（オンライン+オフライン+オンチェーン）の新しい美容体験です。オンチェーンビューティーとは、Web3やメタバースを活用した没入的で新しい顧客体験で、ロレアルが描く未来の美のひとつの在り方です。日本では約40の大学生チームが参加、選考を勝ち抜いた4チームが日本大会へと進出。日本ロレアルの役員を含む、2名が審査員として参加しました。

フレグランス×メタバースの画期的なアイデアを提案した早稲田大学 恩蔵ゼミのチームが優勝

2023年度は、「現代マーケティング研究」を行う、早稲田大学 商学部 恩蔵ゼミから参加したチームが優勝しました。

■優勝チーム名：OnzoD

■アイデア：

「Metagrance-メタグランス」

10種類のカートリッジで香りをカスタマイズし、メタバース空間でのフレグランス体験を可能にするデバイスで、フレグランスを使用したメディテーション（瞑想）、バーチャルフレグランスショップ等を提供するサービス

■評価点：

1. 実現可能性：フレグランス×メタバースという難しいトピックに対し、既に実在する技術にヒントを得て、実現可能性の高い具体的なデバイスを提案。
2. シアープなコンセプト：フレグランス、メタバース、メンタルケア等、最新のトレンドやトピックに注目して提案に反映。

■優勝チームのコメント

「チームメイトとともに試行錯誤を重ねたり日本大会で自分たちとは異なるバックグラウンドを持つ他のチームのアイデアに触れて新しい発見を得たりと、自分自身の大きな成長を感じました」

「無知だったWeb3や美容業界について理解が進んだり、自分たち以外のチームのアイデアに触れ視野が広がったりと貴重な経験ができています」

「これからも自分たちのアイデアが世界中の方々に共感してもらえるよう、さらに磨きをかけ、優勝を目指し努力していきます！」

優勝チームは、日本代表として5月にオンラインで開催されるインターナショナル・セミファイナルへと進み、その選抜チームはインターナショナル・ファイナルへ参加。世界約70カ国の学生たちと競います。最優秀チームは、ロレアル本社でのインターナショナルに参加できます。

早期段階から責任を与えグローバルなキャリアを通して成長機会を与えるロレアルの人財育成

ロレアルでは俊敏性をもってトレンドを掴み、一人ひとりが起業家としてビジネスを起こし切り拓くことが推奨されている中で、若手社員のころから責任や権限が委譲されます。「世界をつき動かすような美の創造」を企業パーパスに掲げ、世界中の一人ひとりにテラーメイドの美を創造し届けることを使命に、150カ国でビジネスを展開するロレアルの経営戦略は、グループ全体でひとつのものを共有しながら、オペレーションは各国に分散する「グローカライゼーション」という考え方です。そのため、ロレアルにとって、事業を展開する各国の知見だけでなく、グローバル規模のトレンドや動向を掴むことが重要です。各国拠点間の交流も盛んで、日本ロレアル社員も約20名がフランス本社や中国本土などに出向。その数は過去5年で約1.5倍になっています(注)。また日本ロレアルでも約30国籍の社員が勤務しています。

日本ロレアル 副社長 人事本部長である大田浩充は次の通りコメントしています。「当社グループは『世界をつき動かすような美の創造』を企業パーパスとして定義し、売上などの経済的成長だけでなく、環境・社会貢献といった非財務面での卓越を目指して

います。現代は、変動的で不確実、曖昧な時代です。より多様で公正、包摂的な社会への移行が求められる中で、必要とされるのは俊敏性をもち、伝統や文化などの違いを理解し、寄り添い、変化を起こしていくスキルをもつビジネスリーダーです。ロレアルは、未来を担うリーダーとなる若者たちの可能性に賭け、投資しています。『ブランドストーム』もその取り組みの一環です。参加学生の皆さまには、ビジネスの現場を体感することで、グローバル環境下で働くことの楽しさ、必要なスキルセットについて感じ・考えるきっかけになればと考えています」

日本ロレアルについて <https://www.loreal.com/ja-jp/japan/>

ロレアルは1963年から日本で事業を開始し、1996年に日本法人である日本ロレアル株式会社が設立されました。2022年末現在の社員数は2,253人、取り扱いブランドは18です。化粧品の輸入、製造、販売、マーケティングを行っています。日本はロレアルグループのなかで戦略的拠点のひとつであり、マーケティングならびに営業拠点のほか、研究開発所（日本ロレアルリサーチ&イノベーションセンター）と製造工場（株式会社コスメロール）とシュウウエムラとタカミの2つのブランドの本社組織（商品企画やグローバル展開施策を策定する組織）を有しています。

注)2018年3月と2023年3月のデータで比較