

令和3年度商品開発・管理学会附属研究所公開セミナー受講報告

技術第3班 伊藤 眞子

1 目的

コロナウイルス感染症状況下においても、制約される対面環境を創意工夫で凌駕しビジネスチャンスの拡大を図る各社の事例も散見されるようになった。本セミナーでは、コロナ禍でも工夫やロボットの活用により産学連携等によるビジネスチャンス拡大に努める企業事例についてのご講演と研究報告がなされた。これらを聴講することで今後の技術職員としての知見を広げ業務に役立てることを目的とした。

2 開催日時・会場

令和3年6月19日(土) 13:00~17:30
神戸国際大学 オンライン開催

3 セミナー内容

13:10~14:10 講演1

「こんな時代だからこそそのネットとリアルとの融合」
株式会社コスメネクスト代表取締役社長
遠藤 宗

14:10~14:50 講演2

「石巻市SDGS広報大使に就任したロボット
ATOMの取り組みとは？」
講談社 奈良原 敦子

14:50~15:30 講演3

WITHコロナ時代への提案
「秋葉原ハイブリッド体験ツアー」
NPO法人秋葉原観光推進協会
理事長 泉 登美雄

15:30~15:50 インターミッション(休憩)

15:50~16:20 研究報告1

「居酒屋業態でのロボット導入による実証実験・カフェ業態でのロボットとの協業と課題」
養老乃瀧株式 特命チームリーダー
梶谷 佳生

株式会社エイチ・アイ・エス
商社事業部グループリテールマーケティング事業部
変なカフェ運営責任者 中島はるか
所長 高橋 伸介

16:20~16:50 研究報告2

「オリンピックにおけるホストタウン取り組み
と商品取り組み事例」
明治フレッシュネットワーク株式会社
リテール営業本部 市場開発部
新規事業グループ長 丸山英夫

16:50~17:20 研究報告3

「アパレルの高齢化対応における量産商品開発
—ユーザー中心の商品開発における限定された
市場の拡大プロセス—」
名美アパレル株式会社 代表取締役
前野いずみ

6 セミナーを受講して

コロナウイルス感染症拡大のために予想以上に早まったネット販売やロボットの活躍などを日本の最先端という内容で受講することができました。例えば化粧品は、実際に手に取らなければ売れなかった時代が終わり、あっという間にネット販売が当たり前となったその戦略や、商業施設におけるロボット活用におけるメリットとデメリットを知ることができました。時代の変化によって価値観や必要なモノ、販売方法は変わるということを改めて感じることができました。高等教育機関においても「教育」「研究」「貢献」が果たす役割とされていることから、時代の変化というものを受け止めることも重要であると考えています。今回受講した経験を活かし、今後の技術職員業務に励みたいと思います。