

2. 講演

【講演-1】『魅力的な製品のつくり方』

～実験 VOCE 視点からの化粧品特徴の見える化と化粧品技術の傾向と予測～

武庫川女子大学客員教授・sukai 美科学研究所代表
日本顔学会会長、日本化粧品学会学術委員

菅沼 薫 氏

【講演要旨】

化粧品は多くの人を幸せにする日常に欠かせない製品ですが、一人一人に合った化粧品を選択することは難しいものです。メーカーは、化粧品の使い心地や効果、魅力を感じてもらえるような発信や伝え方をする必要があります。化粧品技術者でありながらメディアの立場から化粧品産業を長く見てきて、化粧品特徴を分かりやすく可視化(見える化)するためのコツがあると感じます。また、魅力的な製品をつくるためにポイントとなる要素があります。化粧品を取り巻く社会の変化、トレンドも化粧品市場に影響を及ぼしているため、消費者意識の変化や傾向をつかみ化粧品開発に生かしていく必要があります。

【講師プロフィール】

奈良女子大学で布の風合いと物理特性について研究、卒業後ライオン油脂(現ライオン)に入社、毛髪物性と洗髪剤の研究に携わり、広報部お客様相談室を経て、フジテレビジョン発行の生活情報誌 ESSE の研究部門である(株)FCG 総合研究所(フジテレビ商品研究所)に入社。夜間の美容専門学校に通い美容師免許を取得。化粧品や美容効果の科学的研究を続け、美容科学研究室長、商品研究部長、取締役を歴任。化粧品の使い心地や触感評価法の講師としても活躍。講談社発行 VOCE では 1999 年より連載中の「実験 VOCE」を立ち上げ、化粧品特徴の見える化手法を広めた。2020 年度まで SCCJ 運営役員、東日本支部会計幹事を務める。監修:「実験 VOCE 17 年に学ぶー化粧品の特徴・使用感の見える化データ集」(S&T 社,2017) 共著:「臨床で活かすがん患者のアピアランスケア」(南山堂 2017)、「コスメティックサイエンス」(共立出版,2014)、「顔の百科事典」編集幹事」(丸善、2014)など多数。

【講演-2】『デジタルトランスフォーメーションは企業に何をもたらすのか？』

株式会社コーセー

情報統括部 グループマネージャー

進藤 広輔 氏

【講演要旨】

業界、業態を問わず各社がこぞってデジタルトランスフォーメーション(DX)への挑戦を進める中、その実態は各社によって「DX」の定義が異なり、成果も今一つ明らかになってきていません。この講演ではまずDXとはそもそも何なのか？何が実現したらDXが成功したと言えるのかと言ったところを紐解きながら、次に化粧品メーカーであるコーセーでのDXへの取組みや他社での取組みの事例などを、DXに取組む際のちょっとしたコツなども交えながらご紹介し、最後にデジタルトランスフォーメーションの後には何が生まれるのかをお話してみたいと思います。

【講師プロフィール】

大手ITベンダー企業で大規模なプロジェクトのプロジェクトマネージャーやプリセールスを歴任。その後国内大手コンビニエンスストアの情報システム部門に移り、システムの全面的なクラウド化を推進し、そこでの経験を踏まえAmazon Web Services(AWS)に転職し、大手企業のシステムのクラウド化、デジタルトランスフォーメーションへの取組みをサポート。2020年からは株式会社コーセーの情報システム部門でデジタルトランスフォーメーションなどの推進役として活動中。