

MCEI 東京支部 2021 年 5 月定例研究会 プログラム  
『コロナ禍に生き残る！企業の実践とその報告<第8回>』  
2021年5月25日(火)17:30~19:30 Zoom オンライン

<発表企業・タイムテーブル>

17:30~17:35 イントロ・この研究会の意義・登壇者紹介

---

17:35~17:50

ハウスウェルネスフーズ株式会社 栗本宜長氏(機能性事業本部 事業開発部長)

「コロナ禍で外食自粛<ウコンの力>大苦戦」

・緊急事態宣言が発出され、外食産業は時短営業を余儀なくされました。  
それに伴い<ウコンの力>も大苦戦。そんな中でも、新需要創造に果敢にチャレンジ。  
その内容とは。もがきながらも進み続けた、現場の生の声をご紹介します。

---

17:55~18:10

キーズ・コンサルティング株式会社 近藤敬氏(代表取締役社長)

「コンサルティング業界 裏方としての働き方改革事例」

・コロナをきっかけに対面業務を全面オンライン化。移動ゼロの働き方をご紹介します。  
新規事業・DX 領域のプレストセッションは、ZOOM やオンラインのホワイトボードツールを  
活用し、オンライン化を実現。デジタルの活用により、海外のマーケティング活動も、日本から  
支援モニタリング。これまでの間接・付帯業務を直接業務に転換していますので、このような  
業務の進め方が 皆様の参考になればと思います。

---

18:15~18:30

株式会社ネオマーケティング 松田和也氏(カスタマードリブンディビジョン マネジャー)

「想起集合(evoked set)によるブランディング効果測定」

・生活者は様々なブランドを頭の中で分類し類型化します。  
マーケティングではそれをブランド・カテゴリーゼーションという枠組みで整理しています。  
今回はその分類の一つである「想起集合(evoked set)」に着目した取り組みを、昨今の生活の  
変化で見られる事例と合わせてご紹介します。

---

18:35~18:50

株式会社Believe-UP 信田洋二氏(代表取締役)

「消費者は売り場に何を求めているのか？ CVS の with コロナ対応策から考える」

・コロナ禍において、コンビニエンスストア(CVS)の売り場づくりにも大きな変革が起きて  
います。実際の CVS のコロナ対応施策例を見ながら、なぜこの施策なのか？消費者は何を求  
めているのか？を皆様が自ら予想し、自社・実務に置き換えることで、新たな発見や自社にで  
きることは何かを考えてみてください。

---

19:00~19:30

質疑応答タイム・ディスカッション