

令和7年度 東京情報大学総合研究所プロジェクト研究
研究実績報告書

1. 研究課題名

学生中心課題解決プロジェクト「ビジネス AI ラボ」

2. 研究組織

区分	氏名	所属・職名
研究代表者	マッキン ケネス	総合情報学部 総合情報学科・教授
研究分担者	池田 幸代	総合情報学部 総合情報学科・准教授
	秋元 大輔	総合情報学部 総合情報学科・准教授

3. 研究期間

2025 年 4 月 1 日～2026 年 3 月 31 日

4. 研究の目的

共創ラボ内の研究グループとして学生中心課題解決プロジェクト「ビジネス AI ラボ」を実施する。ビジネス AI ラボでは、ビジネス分野における様々なサービスや事業において AI を活用することにより新たな価値の創造を提案する。

地域の企業との産学連携を通して、企業が抱える実際の課題を学生中心の課題解決型プロジェクトとして、課題の原因究明、解決方法の提案、開発、実施、評価および改善までを実施する。

5. 研究報告

1) モノテクノス産学共同開発として、以下を実施した。

開発テーマ：「ポン付け AI」の提案

開発目的：1) 学生チームによる IoT と AI を用いた新サービスの提案

2) 2025 年 10 月 14 日～17 日の CEATEC 2025 出展

※CEATEC は日本最大級のテクノロジー総合展

成果：

CEATEC2025 において、「DX ものづくりラボ」と題して、モノテクノスとの共同展示を行い、学生が提案する以下の新サービス展示を行った。

①音声認識を用いたゲーム機の操作インタフェース

②AI カメラを用いた片付け支援システム

③無人カラオケ用オンライン予約決済システムと AI カメラによる人数確認システム



CEATEC2025 展示レイアウト



CEATEC2025 展示および参加学生

- 2) 共創ラボ全体の研究成果発表として国際会議 31st International Symposium on Artificial Life and Robotics 2025 (AROB 31th 2026)にて企画セッション Co-creation in research and education を企画・実施し、5 件の発表が行われた。
 1. Kenneth J. Mackin, Takeshi Fujiwara, Yoshihiro Kawano, Hideki Komagata and Keisuke Tanaka, Co-creation in inclusive design -developing audio-based action games-
 2. Yorinori Kishimoto, Kenneth James Mackin and Masanori Ohshiro, A Consideration on Discrepancies Between Generative AI and Model Answers in Programming Education
 3. Xingjie Xie and Jonggeol Park, A Distributed Cooperative Algorithm for the Practical Implementation of Drone Swarm Control
 4. Mikio Ito and Yoshihiro Kawano, Development and Practical Evaluation of a Learning Outcome Sharing Platform and Interview-Based Study to Promote Output-Oriented Learning among Children
 5. Zhu Guodong and Jonggeol Park, Vision-Based Online Landmark Mapping and Localization Using RGB-D Images
- 3) Exist Japan 学生向けマーケティング講座の実施
 2025 年 6 月 27 日 に講師として Exist Japan マーケティングコンサルタント今長学様にお越しいたき、学生向けマーケティング講座「お客様に売って欲しいと言われる商品の作り方」を実施した。



講師の Exist Japan 今長学様



マーケティング講座の様子

4) 有限会社齊藤商店との共同商品開発として、以下を実施した。

開発テーマ：企業が手掛ける「サンマの開き」に関する課題解決に向けた提案、実行、評価

開発目的：1) 水産物に関する市場・消費をめぐる課題及び経営課題の明確化

2) 企業ブランド及び商品ブランドの再構築

3) 若葉区民祭りにおける「サンマの開き」に関するアンケート調査の実施と改善点の明確化

成果：

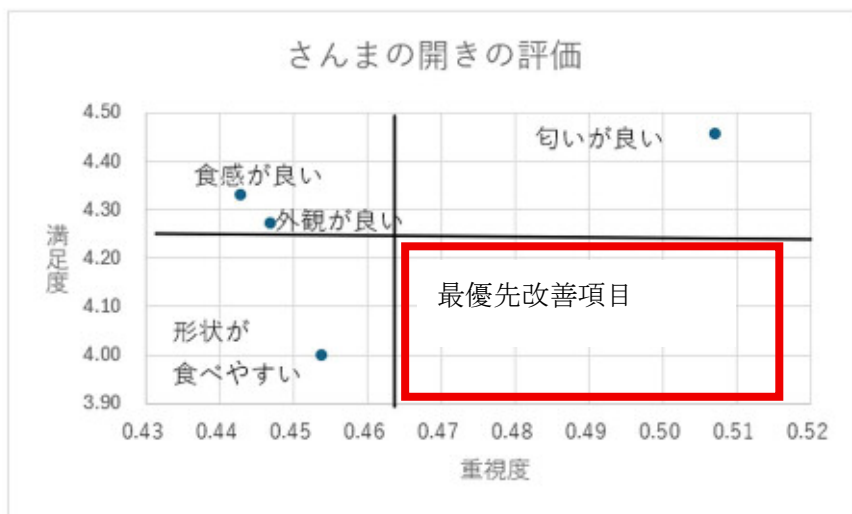
①齊藤商店の経営に関する学生向けレクチャーの実施により、主力商品が「サンマの開き」であることと、市場での差別化ができていない事が課題として挙げられた。また、「サンマの開き」の味について確認し、若者うけするかどうかを確認するため、試食会を実施した。若者の味覚からも十分美味しい商品であることが確認された。水産物の消費・市場動向調査では、40歳以上の消費者が魚をよく消費しているが、それ以外では魚の消費が減っていることが確認された。また、サンマの開きの潜在的及び顕在的なターゲットに関する意見交換の実施を実施し、今後は若者や子供にも商品を食べてもらえるような戦略が必要であることを確認した。

②ブランド戦略に関する理論を学び、知的財産に関する申請の必要性について学んだ。6次産業化を進めている企業を訪問し、商品開発やマーケティングに関する学習を行った。齊藤商店の企業ブランド戦略については、屋号が登録されていないことから、申請を行い、認められた。次に、製品ブランドの観点から、「サンマの開き」パッケージデザインを学生の側から提案するとともに、製品ブランド戦略の方針として決定した顧客ターゲットにあう案の提示をデザイナーに依頼した。これらの複数の案のうち、1つの案が企業内のコンペで決定されそれを用いたパッケージの作成を企業に依頼した。2026年2月末に、ラベルシールが完成し、商品のプロトタイプ

が完成した。3月末からは、従来の取引先（小売店）で新しいラベルを使用した商品の販売を実施する予定である。

③商品自体の改善点を探るために、若葉区民祭りにおいて「サンマの開き」を販売するとともに、来場者に対して商品に関するアンケート調査を実施した。結果、商品の味については、「うまみがある」「脂がのっていてよい」「香りが良い」という順に良い評価が得られた。またCSポートフォリオ分析の結果、食感、におい、外観、形状の点からは最優先に改善が必要な項目はなく、よって商品自体に問題はなく、消費者は良い評価をしていることが分かった。そのため、「サンマの開き」自体を改善する必要はないとの判断に至った。

アンケート分析結果



※CS ポートフォリオ分析の結果、商品に関する改善点は確認されなかった。

商品のプロトタイプ



6. 成果の公表

学会発表等なし