

# セミコンに参加する意義

報告者 学部4年 小澤祐喜

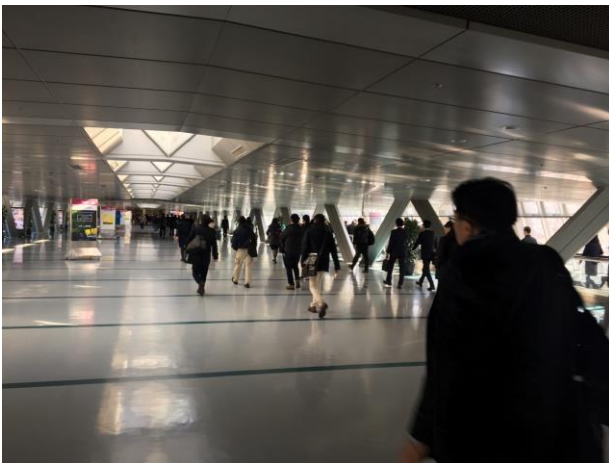
今回は小林先生が学内の所用により予定した講演会に出席することが出来なくなってしまったため、代理として(建前上)VIPとしての参加をさせて頂いた。

まず、ビックサイトに到着



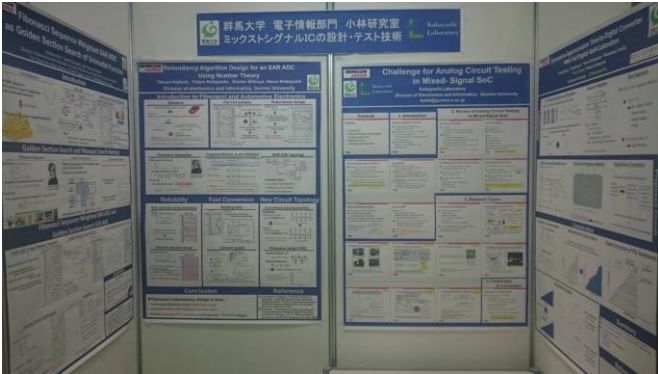
規模の大きさに圧倒される  
東京の割に広い

歩く歩道で移動するほどである。



人通りは激しいが、当研究室に限らず、研究室のポスターに興味を持って訪れる人は1時間あたり1~3人であった。

私達の研究室のブースがこちらである。



やはり、ポスターだけでなく実機があった方が来場者さんの興味を引く。

「工」学部が出展しているだけのことはあり、他大のポスターを見ても実際に「物」を作成して評価していたところが多かった。隣の大学のブースではチップの試作品を展示していた。

ポスターの質問は TDC が多かった。

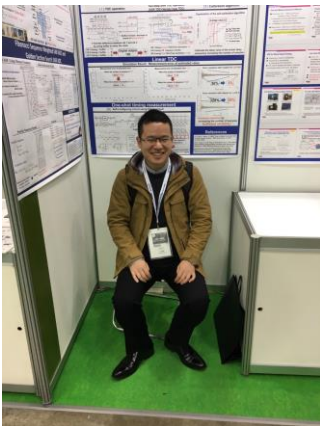
TDC を知っていて質問して下さるのではなく、

「TDC とは？」という質問から始まり、有用性と問題点と解決策を説明する流れである。

セミコンといってもチップそのものではなく「製造業界」が主な来場者であるので、回路のことを知っている方は一部である印象を受けた。

展示会の際はもっと広く浅く、まずは興味を持って貰うことを最優先に考えた方が良いのかも知れない。

途中から王建龍さんが助っ人として現れた。大変心強かった。差し入れも頂いた。



合間を縫って企業ブースを散策してみる。



セミコンの第一印象としては、技術と営業の人が取引先の方を対象とした展示、あるいは新規取引先を創出することを期待した展示である。

トヨタが展示していた今話題の SiC、新型プリウスに採用されているらしく、ユニットが小型であるのが印象的であった。



就職活動期になると、合同企業説明会が開催される。

自社を学生にアピールすることが目的であるので良いところを見せる。

また、セミコンは今まさに売り込みたい技術・製品を展示しているので、

今、「企業が欲しい技術」とは何かということが知れば就活における作戦を練る際の重要な参考資料となるはずである。

セミコンに参加すれば、合同企業説明会とは違った視点で企業を観察できることは間違いない。

手が空いていれば学生であっても積極的に説明して下さる企業もあれば、そうでない企業もいる。

少しでも興味を持って貰おうと演出に凝った企業もあれば、「バルブの組み立て競争」などを企画して技術者魂を擲る作戦をとる企業もあり、マーケティングの上手いのが見てすぐに分かった。

最後に、筆者の最大の仕事である「講演」である。



実際には、これより遥かに少ない聴講者であった。

学生ということもあり気遣って下さったチェアマン、そして他の講演者、聴講者の皆様に深く感謝の意を申し上げる。



マーカーを渡されたので落書きをさせて頂いた。