

# MOT-IPブランド戦略セミナー

## ブランドで生き残る

### ～個人も企業もブランド構築の時代～

日時： 2020年12月14日(月)13:00～16:40

場所： WEB

主催： 一般社団法人 技術知財経営支援センター(MOT-IP)

<http://www.mot-ip.com/>

協賛： 公益社団法人 日本技術士会 登録グループ 知財コンサルティングセンター

聴講料：20,000円(消費税込み)

(なお、参加者の皆さまには後日一度だけ講師の無料相談ができます。)

申込・お問い合わせ：[fukudont0221@Jupiter.ocn.ne.jp](mailto:fukudont0221@Jupiter.ocn.ne.jp)

- |             |   |
|-------------|---|
| 13:00～14:30 | 講演1. 技術者個人のブランドを創る<br>講師：福井 寛氏 (福井技術士事務所 代表、元資生堂)         |
| 14:35～16:05 | 講演2. 素材メーカーにおける技術ブランド化戦略<br>講師：八角 克夫氏 (八角コンサルティンググループ 代表) |
| 16:10～16:40 | フリーディスカッション   |



# 開講にあたって

MOT-IP セミナー担当理事 福井 寛

アフターコロナはWEBによるネットワークの時代で、個々人の仕事が本質的に求められるようになります。

能力のある人にとっては仕事が増えますが、能力のない人は淘汰される厳しい時代になるでしょう。企業にとってもそれは同じです。

個人のブランド構築には①専門能力と②マーケティングの両輪が必要になります。化粧品会社におられた福井氏に技術者を化粧品に見立てて説明してもらいます。

企業にとっても技術ブランド化戦略は大切で、長年その仕事に携わってこられた八角氏に事業活性化の具体的活動とノウハウを話して頂きます。

先行きの見えない現在だからこそ聞いて頂きたいセミナーです。



# 講演1. 技術者個人のブランドを創る



福井 寛 氏  
福井技術士事務所 代表  
技術士(化学)、工学博士  
日本化学会フェロー

## 講演内容

1. 専門領域の広げ方
2. 創造の3つのステップ
3. 戦略を組み立てるための3C
4. マーケティングの構成要素4P
5. 自分自身のブランド化

### 本セミナーで習得できること

- ・専門領域を広げることができる
- ・自分を商品としてマーケティングを考えることができる
- ・自分自身をブランド化できる

### 経歴

1974年 広島大学大学院工学研究科発酵工学専攻修士課程修了

同年 (株)資生堂入社。大阪工場、メーキャップ研究所、基礎研究所、香料研究室、素材薬剤開発センター、特許部、フロンティアサイエンス事業部などで粉体の触媒活性研究および表面処理を行う。

東北大学、東京理科大学、大同大学、信州大学などの客員教授を歴任。

2010年 (株)資生堂定年退職。

同年 福井技術士事務所設立。

公益社団法人 日本技術士会 理事

一般社団法人 技術知財経営支援センター 理事

# 講演2. 企業のブランドを創る



八角 克夫 氏

八角コンサルティンググループ 代表

技術士(化学)

AIPE認定 知財アナリスト

検索技術者検定1級

ブランド構築の必要性に企業が目覚めるのは、その企業が何らかの危機に陥り、そこから回復しようとするときといわれています。

危機に直面してきた素材メーカーの事業部に対して講演者が長年実施してきた技術ブランド化戦略による事業活性化の具体的活動とノウハウをご紹介します。

ぜひ、ご参加をお待ちいたしております。

## 本セミナーで習得できること

- ・技術ブランド活動の考え方や取り組み方
- ・研究技術者の活性化と効果的なテーマ発掘
- ・営業部門を巻き込んだコンサル営業の仕掛け
- ・キーパーソンの必要性と育成方法

## 経歴

1992年 東北大学大学院工学研究科応用化学専攻修士課程修了

同年 宇部興産(株)入社。千葉研究所、高分子研究所、千葉石油化学工場にて、高分子重合触媒、高分子フィルム開発およびクラスター化合物の研究・開発に携わる。

知的財産部では、グループリーダーとして全社知財を統括。知財戦略、特許情報解析、ブランド戦略、MOT、内外の社員への知財教育などに携わる。

2019年 宇部興産(株)を早期退職。

同年 八角コンサルティンググループを設立

現在 東京工業大学大学院博士課程在籍中

一般社団法人 技術知財経営支援センター 理事