



| | |
|----|--------------------|
| 氏名 | 横井 健二 (よこい けんじ) |
| 生年 | 1952年 |

専門分野

- ・ その他：製品・機器デザイン、製品企画アイデア創出
- ・ その他：企業の強みを活かしたブランディング施策立案と実施]

※特に上記活動に於いて企業内メンバーが参画したワークショップ形式による施策立案の作成を得意としています。

資格等

【資格】・実用英検準一級、TOIEC875点

主な経歴

- ・ 千葉大学工学部工業意匠学科卒業
- ・ (株)日立製作所入社 同社デザイン研究所
- ・ 1年間米国イリノイ工科大学留学、1990年12月から6年間イタリアミラノ、ドイツミュンヘンに海外赴任
- ・ (株)日立製作所宣伝部へ異動後、日立グループのブランド戦略を担当
- ・ 大同大学情報学部情報デザイン学科教授
- ・ 製品企画、ブランド戦略立案コンサルタントとして活動

現在

ソリューションスタッフ：板橋区内企業製品企画、ブランディング支援

千葉経済大学非常勤講師：産業デザイン論、デザイン手法活用論などの講義を担当

フォトカルチャー倶楽部講師：フォトインストラクターとして、撮影会講師を務める

支援実績

- ・印刷会社におけるブランディング施策立案、ノベルティグッズ製品企画案作成支援
- ・産業塗装企業における課題解決に向けた施策案立案支援
- ・子育て用品通販会社におけるブランディング施策立案支援
- ・梱包材メーカーにおける新印刷機導入に際しての新事業案作成支援
- ・光学測定機メーカーにおけるブランディング基本案作成と製品デザインアイデンティティ案作成支援

※上記活動の多くに於いて企業内メンバーが参画したワークショップ形式でブレインストーミング手法を活用した施策立案を実施しています。企業内メンバーの参画により施策の実施過程においても当事者意識を持って臨むこととなり、実施効果も高くなります。

自己PR

それぞれの企業の強みは、自社そしてお客様も明確には自覚できていません。しかし、その強みが想像以上に継続的取引の基盤になっています。その強みを再認識した上で、ブランド戦略や新製品開発、さらには企業改革を進めることは他社との差異化をもたらし、施策の成功につながります。

この強みを再認識するプロセスとして、SWOT分析を当該企業メンバーによるワークショップ形式で進める手法を実践しています。企業のメンバーが強みを自覚、そしてブランド戦略の立案や新製品企画を行うことで当事者意識が生まれ、施策実施効果も高まります。