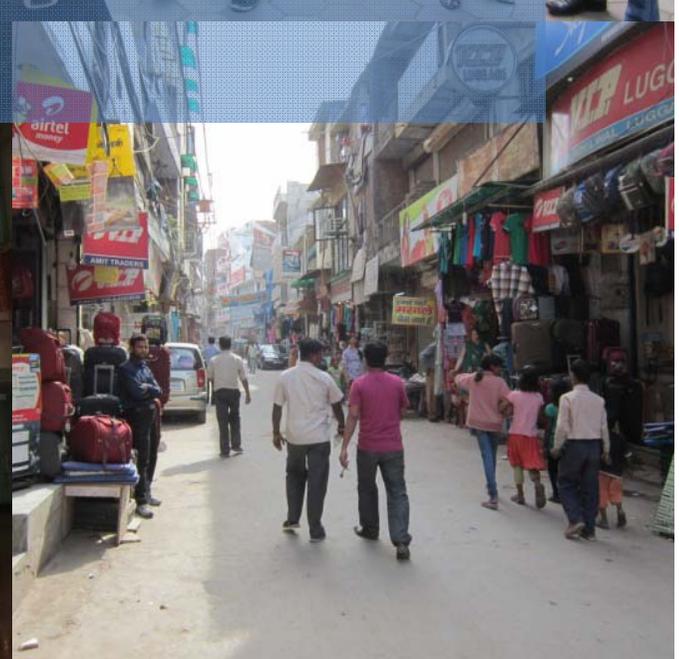
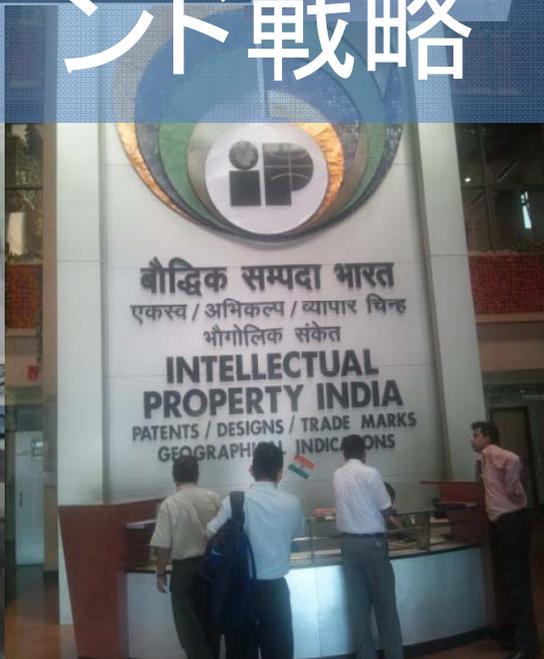


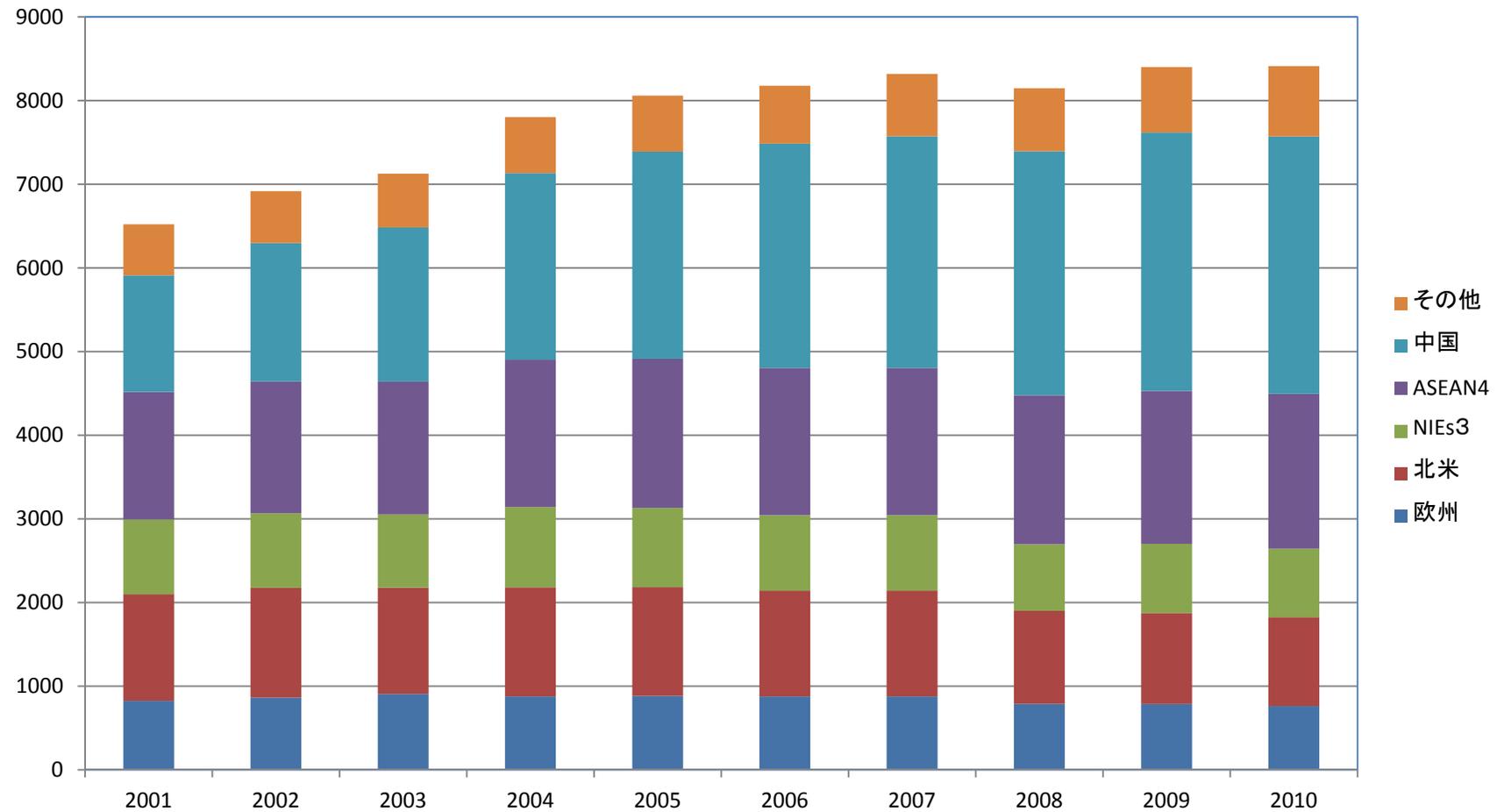
# 海外事業の成功に向けた戦略 付加価値の創造とデザイン・ブラン ド戦略



# 海外(新興国)事業というとき……

- 製造の場としての海外(新興国)
- 市場としての海外(新興国)
- 研究開発拠点としての海外(新興国)

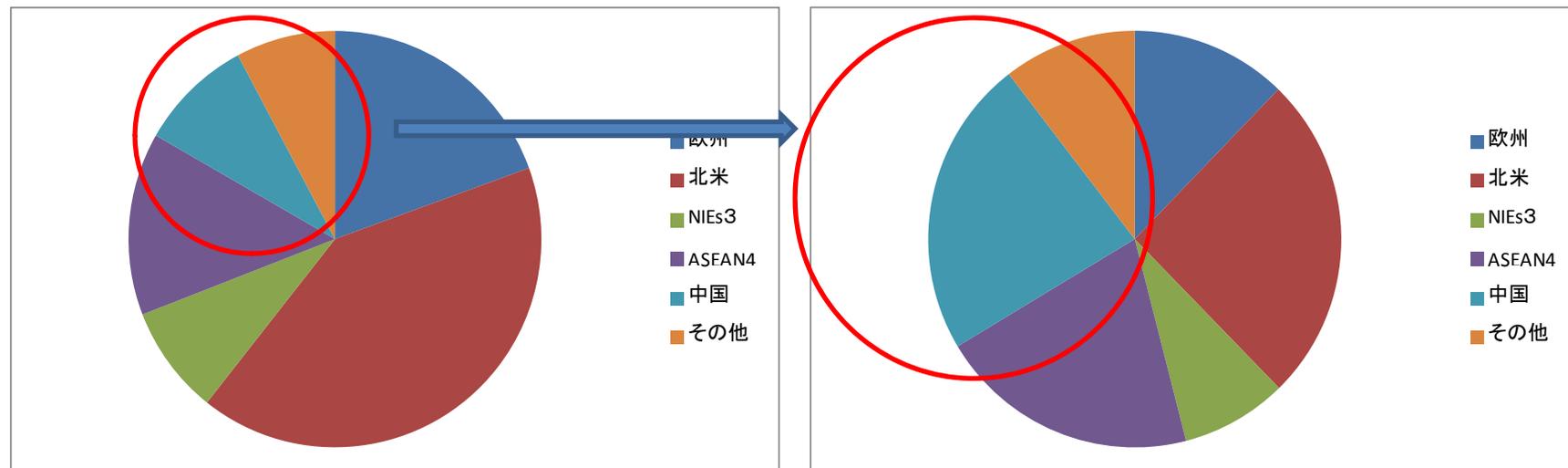
# 海外現地法人数の推移



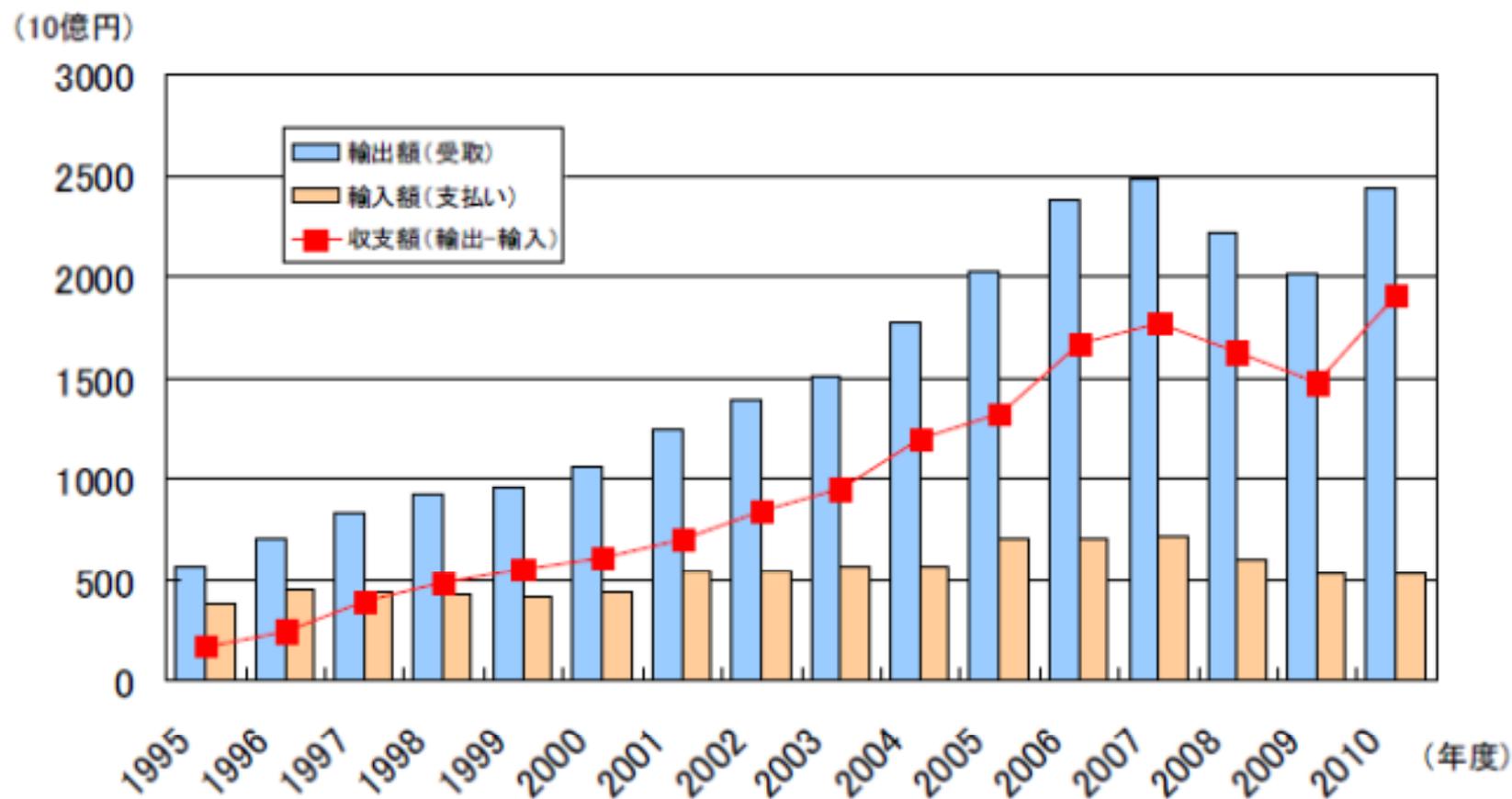
# 製造業海外現地法人の調達構成比

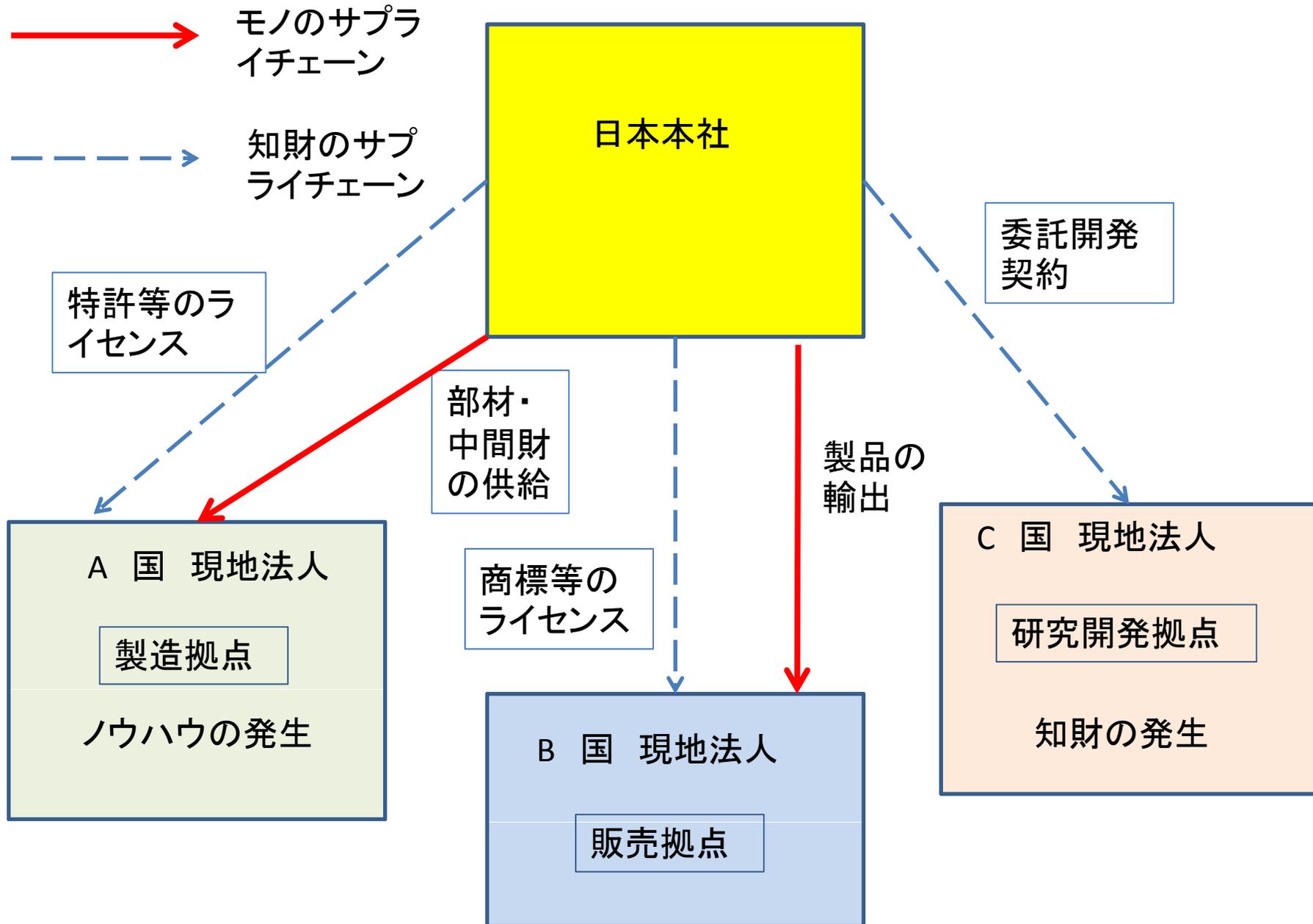
2001年

2010年



# 技術貿易収支（総務省統計）





# 狙い

- **グローバル競争→ 特に新興国市場取り込み**
- **技術優位 + デザイン・ブランド戦略**
- **海外事業展開でいかに成功に導いたか、その成功事例を基に今後の海外展開について議論する**

海外事業の成功に向けた戦略  
付加価値の創造とデザイン・ブラン  
ド戦略 議論のまとめ

# 新興国事業戦略を成功に導くための ポイントとは

1. リスクを許容するスピード感のある決定による  
事業展開
2. しっかりしたリサーチに基づく、現地ニーズに  
合致した商品やサービスの提供
3. 新興国におけるビジネスモデルの確立
4. 新興国でのブランドの確立
5. 低コスト商品の機能を補うデザインの重要性

# 新興国事業戦略に資する知財戦略のポイントとは

- 現地への技術移転に際しライセンスの前提となる知財権をその国でまずは確保すること。
- 他部門、現地（代理人も含めて）、から信頼される知財部門になること。
- 製造技術の技術流出リスクへのしっかりした対処
- グローバルな直接対応に取り組み人材育成に取り組むこと。
- 営業現場に響くスピード感のある知財対応（模倣品など）。
- 全社コーポレートとしての統一した知財方針を貫くこと。