

# 第13回海外ビジネス研究会

## 日本マーケットの9割を占める企業が、 海外進出に際して直面した課題とその解決策

インターネットの発達、海外渡航費の抑制などにより、過去に比べて海外への進出のハードルは下がってきています。しかし、それでもなお多くの企業が海外に挑戦しては、挫折しているのも実情です。語学力がある社員がいない、進出費用が掛かりすぎる、よい代理店が見つからない等、様々な理由が挫折の理由に挙げられます。どの理由も確からしい理由ではあるし、大資本がなければ解決できないような問題のようにも聞こえます。

しかし、語学力は拙くても、既存の営業の方に気持ちが伝わりお客様の心を動かせれば詳細の詰めは後でもできます。費用が掛かりすぎるなら、協力関係を結べる企業を見つけ出し、一緒に進出することもできます。代理店の人任せにし過ぎるのではなく、自分（自社）でも少しずつ進出していき、人間関係を構築することも可能です。今回ご登壇頂く株式会社ユニオンは、このように一つずつ知恵を絞って解決されてこられました。また、ユニオン社が海外での潜在顧客として注目したのは、富裕層でした。そして、海外富裕層にアプローチするためには、「ブランディング、デザイン、知的財産」がなくてはならない要素だとおっしゃられます。

ユニオン社が、海外に進出にあたっての問題をどのように乗り越えられたのか、そして海外のお客様から選んで頂けるために注力してこられた点を、宣伝広告室、宮本尚幸様にお話し頂きます。

日 時： 令和1年10月18日（金）

セミナー： 18:00~19:00 懇親会： 19:00~

場 所： 柳野国際特許事務所（大阪市淀川区宮原1丁目15-1 ノスクマードビル）

参加費： 5,000円（セミナーのみの場合 3,000円）

問い合わせ先： 06-6394-4831（柳野嘉秀まで）

申込フォーム： 柳野国際特許事務所HP→[当事務所について]→[セミナーのご紹介]より

講演者：株式会社ユニオン 宣伝広告室 室長 兼 知財担当 宮本 尚幸 氏

2006年、株式会社ユニオン入社。一級建築士。開発デザイン室を経て、2014年から同社の宣伝広告及び知的財産部門を担当。意匠用ドアハンドル分野において約90%以上の占有率を誇る同社だが、ドアハンドルのみならず、クロセットドア、消火器収納ケース、景観製品など、アイデアに満ちた新たな製品群にもチャレンジしている。

既存のマーケットの維持・拡大と、新しい分野への挑戦という大きな取り組みに、開発・広告・知財という複合的な視点から日夜挑戦する。

