













開発およびブランディング拠点としてのスイス

2017年「メイド・イン」ブランドのトップ10

国名	順位
 メイド・イン・ジャーマニー	1
 メイド・イン・スイス	2
 メイド・イン・EU	3
 メイド・イン・英国	4
 メイド・イン・スウェーデン	5
 メイド・イン・カナダ	6
 メイド・イン・イタリア	7
 メイド・イン・ジャパン	8
 メイド・イン・フランス	9
 メイド・イン・アメリカ	10

出典: Statista, 2017年

はじめに

堅牢なブランド戦略を確立することで、株主価値を生み出し、優秀な労働力を惹きつけ、顧客との関係性を強化することが可能になります。人々の心を魅了し、多くの人に価値を理解してもらうには、彼らの価値観、信念を理解し、その価値感や信念と調和することができるブランド戦略を構築する必要があります。多くの情報や知識をもたらしてくれる顧客体験を通してこそ、信頼関係を築き上げることができます。そのため、ブランドの開発そしてサービスにおける責任を慎重に定義し、各担当任務を適切に配分することがとても大切です。また、一貫性のあるプロセスを実現し、ひとつのブランドの個別の特性を確立するための権限を、各領域の関係者に与えることが必要です

「Made in Switzerland」は、素晴らしい顧客体験と同義語である、といっても過言ではありません。スイスの製品と聞いて、顧客がイメージするのは、高い信頼性、品質、耐久性、技術面における卓越性です。デザイン性そしてブランド力という点においても、スイスは、世界でもトップクラスの市場競争力を有しています。

スイスを選ぶ理由

他にも、様々な理由が挙げられますが、特に次の点を重視するならば、スイスの選択をご検討されることをお勧めします：

- ・ 製品もしくはサービスに「Made in Switzerland」のブランド価値を付加したい場合
- ・ スイスの類まれな開発能力と優秀な精密加工技術を活用したい場合
- ・ 高度に発展したテスト市場を探している場合

開発およびブランディングにおける主要トレンド

トレンド1: コンテンツのカスタマイズ

製品およびサービスのカスタマイズは、避けて通ることのできない重要なトレンドです。それと同時に、それぞれの顧客の特別なニーズに合った製品およびサービスを開発するためには、幅広い顧客ベースを開拓することが必要不可欠です。

課題:

- 開拓された顧客ベースの確保
- 適切なテスト市場へのアクセスの確立
- 顧客のニーズに対応したカスタマイズされたコンテンツの実現

スイスを選ぶ理由:

1. 製品テストのための良好な条件

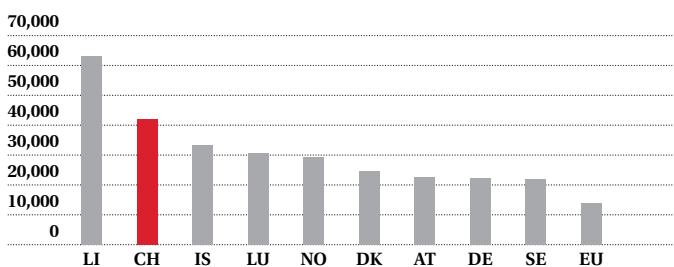
アメリカ合衆国の財務省は、ヨーロッパ市場への進出を考えているアメリカの企業に、スイスを製品のテスト市場として活用するように推奨しています。特にスイスは、「新たなハイテク製品やコンシューマ向け製品の導入に最適」とされる市場です。出典: 2014 Country Commercial Guide for U.S. Companies、アメリカ合衆国財務省

2. 高い購買力

スイスの顧客の高い購買力は、世界でもトップクラスです。そのため、スイス市場は、特殊設計の医療機器から大量生産のバイクまで、幅広いカスタマイズ製品に適しているのです。2017年、スイスの購買力は、リヒテンシュタインに続きヨーロッパで第2位にランクインしました。

一人当たりの平均購買力

(ユーロ)、2017年



出典: www.gfk.com, 2017年

実例:

ハーレー・ダビッドソン・スイス有限会社 (Harley-Davidson Switzerland GmbH) は、アメリカのハーレー・ダビッドソン・グループのスイス支社として、オートバイを製造しています。ステアリングロッド、シート、サスペンション、ペダルは、顧客がオリジナリティを実感することができるように、カスタマイズや調整が可能です。スイスの高い購買力とハーレー・ダビッドソンによるカスタマイズ可能な製品は、スイスでこの企業が成功を収めるに至った最重要の要因です。この戦略は、実際に効果を発揮しています。事実、ハーレー・ダビッドソンは、スイスで最も高い売り上げをあげているオートバイ・ブランドです。

トレンド2: イノベーションと開発・製造の融合

今日、信頼性、つまりひとつの国や企業におけるイノベーション・開発・製造の統合は、顧客にとってさらに重要性を増しています。その点において、製品の開発や発明のみならず、製造に関しても、スイスは他に類を見ない可能性を有しています。「Made in Switzerland」と記すことで、製品の成長の可能性を印象付けることができ、国際市場にとってとても大きく魅力的な意味を持たせることができます。

各企業が自社製品に「Made in Switzerland」のラベルを貼付し、装飾できるようになるためには、最低でも製造コストの60%がスイス国内で費やされなければなりません(この費用内には、研究開発費、原材料費および認可証明の手続きにかかる費用なども含まれます)。それに加えて、製造上の重要な作業は、スイス国内で行われなければなりません(こちらをご覧ください: www.s-ge.com/swissness)。

課題:

- 開発および製造のための抜きでた環境を持つ拠点を発見する必要性。

スイスを選ぶ理由:

1. 企業独自の強みを反映し、信頼に足るモットーを掲げられるブランドを立ち上げましょう。スイスは、世界でも有数の産業国であり、医療技術から化粧品、時計製造、産業設備に至るまで、高度に発展した製造拠点を有しています。
2. また、スイスの精密機器製品の卓越した加工技術も、世界的に有名です。つまり、企業は、品質と信頼性にとって重要な要因であるスイスの開発力と製造力を組み合わせ、活用することができるのです。

国別ブランドランキングは、ブランディング関連の先駆的シンクタンクであるフューチャー・ブランド (FutureBrand) が、毎年発表しているリストです。この調査では、対象となった全75か国がブランドとしての基準を満たすことができるわけではありません。22か国のみがブランドとしての基準を満たし、測定可能な市場競争力を有していると見なされるのです。

2014-15年、スイスは、ヨーロッパ各国、およびアメリカ、カナダ、韓国などの「カントリー・ブランド」を抑え、第2位に輝きました。スイスを抑えて第1位に輝いたのは、日本です。

ランキングによると、カントリー・ブランドの特性として、製品の高い品質で知られていること、旅行や留学の目的地として人気があること、そして素晴らしいインフラストラクチャーを有していることを挙げるすることができます。

実例:

米国のメドトロニック (Medtronic) は、世界160か国以上に 91,000名の社員を抱える巨大企業です。この企業は、心臓疾患、循環器疾患、糖尿病を専門とする医療メーカーとして、市場をリードする存在です。ヨーロッパ、中東、およびアフリカ大陸でのビジネスの拠点となっているのは、スイスのトロシュナに所在するメドトロニック・ヨーロッパ有限会社 (Medtronic Europe Sàrl) です。このスイスの子会社は、約1,100人の従業員を雇用しており、1日あたり1,600個から2,000個のペースメーカーを製造しています。この数字は、全世界の装着数の5分の1を占めていることを示します。メドトロニックは、イノベーション、品質、デザインに関するスイス製の製品のポジティブなイメージを活用しています。

世界的に有名なデンマークのコーヒーメーカー・ブランド、ボダム (BODUM) は、ルツェルン州トリーングエンに、開発およびサービス・センターを構えています。ここに、世界で最も有名なキッチン用品を開発するために、スイス特有のサービス・クオリティを目指して、世界のトップデザイナーが集結するのです。

トレンド3: 戦略的ブランドおよび 開発管理

企業が益々激化する市場競争に直面するグローバル化された今日の国際社会では、知的財産 (ブランドおよび開発) の統合的な管理および利用が、さらに重要になってきています。知的財産の保護は、開発およびブランディングのコンテンツ、イノベティブな産業開発、ブランド・ラベル、商標等の管理を集約的に行います。

課題:

- ・ 知的財産の事業戦略の一部としての効率的な保護
- ・ ビジネスおよび税制的観点における知的財産の管理の最適化

スイスを選ぶ理由:

1. 競合他社による知的所有権の侵害や詐欺に対する国際的な保護は、とても重要です。特許申請数という点において、スイスは世界でもトップクラスに数えられています。2017年、スイスでは7,283件の特許が申請されました。これは、世界で第6位、ヨーロッパでは第3位となる申請数です。人口1人当たりの登録特許において、スイスは他の追随を許しません。力強いブランド・オリエンテーションと多大な年間特許申請数を有するため、スイスでは、国内外における知的所有権の保護状況に関し、多くの先進国や新興工業国との二国間条約の締結によって強化していくことを特に重視しています。また、世界知的所有権機関 (WIPO) は、スイスに拠点を置いています。厳しいデータ保護規定および優秀なデータセンターにより、産業スパイの危険性が低減されています。

2. 知的財産の効率的な利用

スイスには、様々な知的財産のための魅力的な財政計画モデルが存在します。そのひとつが、ライセンス・ボックス制度です。これにより、特許および商標コストを節約することができます。例えば、ニトヴァルデン準州では、IP使用権のライセンス純利益に課す税率を、一律1,2%に設定しています。認定された知的財産権 (IP) の定義は、国際標準 (OECD) に合わせたものです。

実例:

世界80か国以上で事業を展開するアメリカ合衆国のホテル・グループのスイス支社は、世界中の様々なブランドのライセンスを、スイスで一括して管理しています。

