

中小企業における知財戦略対策の秘訣

～数々のヒット商品を生み出している経営者へのインタビュー～

編集委員（以下、編）：今日は、数々のヒット商品を生み出している株式会社エンジニア代表取締役社長の高崎充弘さんに、中小企業の経営者としての立場から中小企業における知財戦略対策の秘訣についてお話を伺いたと思います。よろしくお願いいたします。

高崎充弘氏（以下、高崎）：よろしくお願いいたします。

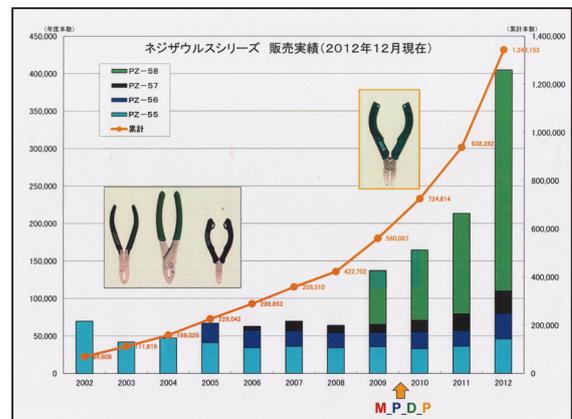
■失敗と苦労を重ねてたどり着いた「MPDP 理論」

編：大ヒット商品「ネジザウルス GT」の商品開発の経験から、独自の理論を編み出し、実践していると伺いました。御社の強みと弱みを分析し、理解されていると推察します。「ネジザウルス GT」が誕生したきっかけと、成功理由である御社の強みをお聞かせください。

高崎：弊社の工具「ネジザウルス」は 2002 年発売以来、主に業務用として 3 シリーズで展開していました。リーマンショックで収益が激減し、経営的になんとかしなければいけない局面となり、従来の「ネジザウルス」を、「一家に一本、ネジザ

ウルス」を合言葉にして改良し、どんなネジでも外せる工具として家庭向けに進化させたのが、4 代目「ネジザウルス GT」です。

「ネジザウルス GT」を発売した 2009 年になぜこんなに売上が増えたのかを私自身が要因分析した結果、「M（マーケティング）、P（パテント）、D（デザイン）、P（プロモーション）」の 4 つの要素＝「MPDP」が大事だと気がきました。「ネジザウルス GT」の強みは「MPDP」だったことを理論化したことですね。



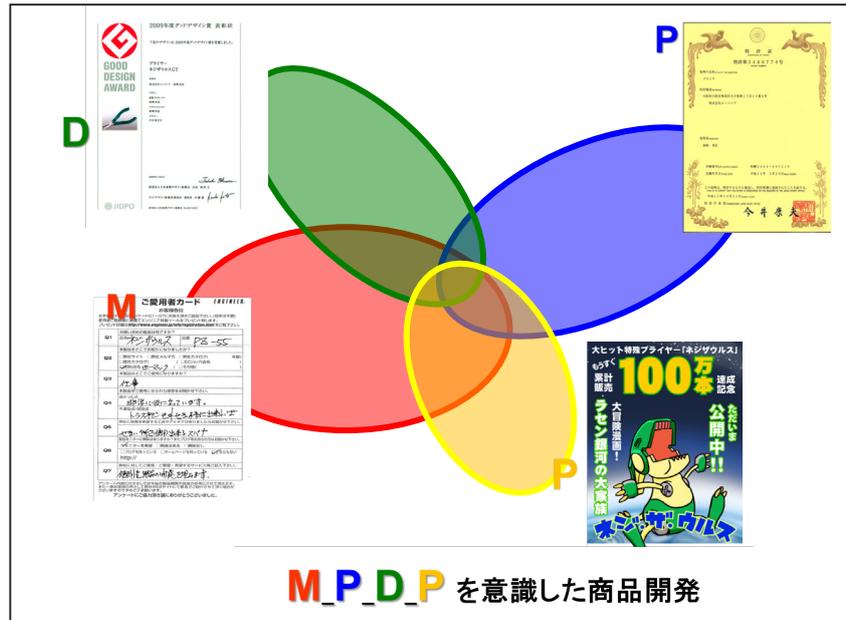
プロフィール：高崎 充弘（たかさき みつひろ）

株式会社エンジニア代表取締役社長。1955 年神戸市生まれ。大学卒業後、造船会社でディーゼルエンジン技師として 10 年間勤務。1987 年双葉工具株式会社（現エンジニア）に入社、2004 年代表取締役社長に就任。二級知的財産管理技能士（管理業務）。

株式会社エンジニア

1948 年（昭和 23 年）創業。作業工具等の開発、販売を行っている。従業員数 30 名、本社は大阪市東成区にある。「M（マーケティング）、P（パテント）、D（デザイン）、P（プロモーション）」を融合させるという「MPDP 理論」を独自に編み出して実践、発売以来 10 年間で累計 155 万本（2013 年 5 月 10 日時点）を超える販売数を記録した大ヒット工具「ネジザウルス」シリーズや、「鉄腕ハサミ GT」、新製品「ムッシュマグニ」などを誕生させている。「ネジザウルス」シリーズの知的財産権は、国内外、意匠・商標・著作権も含め合計で 15 件取得している。<http://www.engineer.jp/>

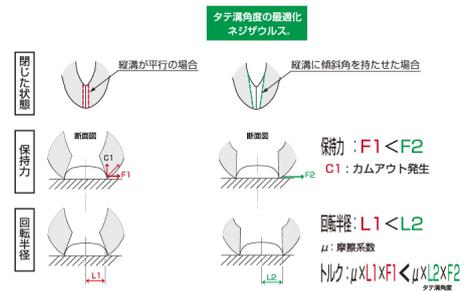




「ネジザウルス GT」

頭が潰れたり錆びた小ネジをつかんで外す道具 特許第 3486776 号

発明者 高崎充弘 株式会社エンジニア



編：この「MPDP」は、どのような積み重ねを経て「ネジザウルス GT」で理論化されたのでしょうか。

高崎：私は造船会社で 10 年エンジニアとして働き、32 歳のときに家業を継ぐかたちで帰ってきました。

入社してから 20 年間で 800 アイテムくらい作っていたのですが、失敗の連続でした。今から思えば、その頃は「MPDP」のうち一個だけで勝負していました。パテント一本だけで勝負したり、プロのデザイナーに頼んだだけで勝負したり。

そして、40 代になってくると少し賢くなってき

て合わせ技が使えるようになってきて（笑）、でも、「MPDP」のうち三個まではできていてもどれか一個が欠けている状態でした。パテントを持っていないから模倣品が出て価格競争に巻き込まれてしまったり、機能がいいからとデザインを専門家に頼まず見栄えがイマイチで売れなかったり……。そういった 20 年間の失敗と苦勞の積み重ねの結果、たどり着いたのが、「MPDP 理論」だったということです。

編：多くの失敗と苦勞の積み重ねで確立されたのですね。この「MPDP」の 4 つの要素は 1 つでも欠けたらヒット商品は誕生しないのですね。



高崎：「MPDP」を麻雀に例えてみます。「MPDP」が4つ揃ったらリーチ・ツモ。ちゃんと役をそろえてからリーチして上がる＝勝負するわけです。

自分ですべて立てなくてもいい、鳴い

てもいい。役はすべて揃えないと勝負できませんが、すべて自前で揃える必要はありません。例えば、デザインは外部の専門家である工業デザイナーに依頼するなど、外部リソースを最大限活用します。なんにしても言えるのは、「MPDP」の4つ全部がないと絶対ダメということですね。

編：そのためには外部リソースを最大限活用することが重要なんですね。

高崎：「自社でできないところは外部のリソースを活用してお手伝いいただく」ことが大事だと思っています。

例えばアメリカでは、小さな企業でも2、3年経つと急成長するケースがありますよね。その理由をアメリカのビジネスパートナーに聴いたら、アメリカの場合は、「本当にこの事業はいいとなったら専門家を集めるのだ」と。映画「オーシャンズ

11」のように、「ラスベガスの金庫を破る」という目的のもと、2人の首謀者がメンバーに誰を入れるかを議論して、世界中から専門家を呼び集めるわけですね。

私たちのような小さな会社でも、次の新製品の方針を決めるときや、何かの対策を決める会議のときには、本当に我々だけで決めていいのか、外部の専門家、たとえば熱処理なら熱処理の、デザインならデザインの専門家にこのチームに入ってもらわないといけないのか、ということについて、常に頭に置いています。外部の専門家に入ってもらうとか、話を聴くといったことは、非常に重要だと思っています。

編：御社の「MPDP理論」は、他社にも応用できるものでしょうか。また、御社はファブレスメーカーと伺っていますが、他の業態の中小企業、例えば、製造ノウハウを持ったものづくりがメインの会社でも適用できるのでしょうか。

高崎：「高崎さんのところはファブレスだから、MPDPができるのではないのですか」とよく聞かれますが、まったく逆です。私は、もし、自社で旋盤やプレスを持っていたら、それを「MPDP」の中に入れ込みます。自社ができる＝強みとして。

どんな会社でも「MPDP」の中のどこかに「これが自分」というように、当てはめられる強みがあるはず。うちの場合、自社内でPOPやパッケージ、プロモーションビデオなどを作ることができるので、プロモーションは強みであり、その分のコストは外部に払わなくていい。自社工場を持っていないので、固定費がかからない。逆に、製造工程は外注しないといけないので、コストは高くなる。それはどっちもどっちだとは思いますが、「MPDP」のどこかに自社の強みを見つけて当てはめ、足りないところは先ほどの麻雀牌のように外部リソースを最大限活用して当てはめるという考えなので、どんな業態・業種であっても

M ⇒ P ⇒ D ⇒ P の順番

M	P	P	P	P	D	D	D	D	P	P	P
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

潜在
ニーズ

特許
出願

意匠
出願

商標
出願

国際
出願

MPDP 役がそろったら！

リーチ！

M

一発・ツモ！！

「MPDP」は適用できると私は思います。

■「誰もやっていないこと、世の中にあることをやってみよう」が会社の原点

編：御社で開発される新商品のアイデアはどのように浮かぶのですか。アイデアをいかに醸成されているのか、工夫されている点を教えてください。

高崎：「ネジザウルス GT」について言うと、歴代の愛用者カード 1,000 枚に書かれていたお客さんの要望を分析し、参考にしました。私は、お客さんの潜在的なニーズを商品なりサービスに盛り込む重要性は痛感していますが、もう少しマクロ的に言うと、基本的に、「誰もやっていないこと、世の中にあることをやってみよう」と思っています。 「MPDP」の最初の出発点として、かならず隙間的なニーズがあるはずだと。

そのために、私は頭の中に色々な要素を常日頃からたくさん入れておきます。私は講演をさせていただき一方で、他の方の講演もたくさん聴きにいきますし、テレビや新聞の情報など、これは大事だと思うものを頭の中に入れておくわけです。圧力鍋の中にいっぱいモノを入れておき、ぐいっと圧力をかけると、中に入れた情報がパパッと触媒反応を起こして、ぴょこんとなんか出てくる、そんなイメージがあるのです。

ここで重要なのは、圧力鍋の中には、モノはたくさんあればあるほどいい、プラス、圧力をかける必要がある、この2つなのです。よって、新商



株式会社エンジニアの知財技能士の皆さん

品のアイデアは、「誰もやっていないもの、世の中にあるものを探す」というのと同時に、「ヒラメキに関して自分なりの発想をもっている」、この2点から生み出されています。

編：高崎さん以外の社員の方のアイデアもあるのでしょうか。

高崎：私だけでなく、組織・チームとして、社員も発想しています。三人寄れば文殊（もんじゅ）の知恵に倣い、社員が3人寄ったら私以上に何倍もよいアイデアが出せるということで、「ミニ文殊会議」というものを社内で奨励しています。この会議で大事なのは遊びの要素を入れておくことです。ガチガチの会議ではなく、遊び心、ゆとりをもたせた雰囲気で行っていると、いいアイデアが「パチン！」と弾け出ることがあります。

■知財技能士が社内にいることで生まれる良い効果

編：そんな御社の皆さんの中には、知財技能士の方も多いと伺いました。

高崎：私を含め従業員 30 名のうち7名が知財技能士資格を持っていて、この7月にまた7名くらい受検する予定です。この7名が全員取ると全従業員の半分くらいになるので、これはちょっともう行き過ぎ感がありますよね（笑）。

編：半分はすごいですね。また、中小企業経営者が知財技能士になると、どのようなことが起こりますか。

高崎：例えば、パテントの場合は、弁理士さんと中小企業経営者とではそもそも距離があります。私がよく例に出す、「弁理士さんが2階から注ぐビールを中小企業経営者が1階でコップを持って受け止めようとする」という話があるのですが、2階から注がれるビールを1階でコップに受け止めようとする、これは無理がありますよね。

知的財産に関する基礎的知識がないと、経営者にとって弁理士さんとのコミュニケーションはこ



のように非常に困難です。かといって、権利は取りさえすればよいというものではないので、弁理士さん任せにはできないですね。なので、弁理士さんとのコミュニケーションで言えば、経営者が知的財産を勉強して知財技能士になって階段をあがって近づけばいいんです。そうすれば程よい距離になるのでコップにビールを注ぐことができるわけです。

編：なるほど。そして、社員の方が知財のスキルを身に付けることで、どのような効果がありましたか。

高崎：従来は、全部私がやるか、弁理士さんに頼むかのどちらかだった知財の仕事が、社員に知財技能士が増えることで社員ができるようになったので、スピーディになりましたし、かつボリュームも増えてきています。

「MPDP」を進めるうえでは、例えば、新製品開発における初期段階で、他社の権利侵害にならない方向性を現場単位で導き出せるようになりました。新製品開発の中盤では、特許、商標、意匠、不競法などのどの部分を「権利化」して、どの部分を「ノウハウ（営業秘密）」にし、どの部分を「標準化」するかなどの知財戦略が、社内の会議でできるようになりました。これは、非常に効率的で、実践的です。

■世界を見据えた経営者としての次なる展開は

編：御社を運営するうえで、知財にかかる課題はありますか。

高崎：知財の課題というと、海外の知財ですね。

日本の国内市場が人口減でシュリンクしている今、当然海外に目を向けています。米国や欧州、台湾や中国などにPCTを通じて特許出願したり、意匠・商標もとるなど、海外でも知財を押さえていかないとはいけません。ただ、インドもブラジルも、そして、エチオピアやザンビアなどアフリカも押さえると考えると多くのお金がかかりますよね。「海外に対してどこまで押さえていかないといけないのか」ということは、今のところの大きな課題です。

編：最後に、今後の展開、経営者としての夢、目標を教えてください。

高崎：私はそれこそ「MPDP」の最終的な目標は、「ブランド化」だと思うのです。「MPDP」をグイグイまわせていたらブランドが創出できると思っています。ブランドができれば、いくら模倣品が多い中国でもどちらが本物が認識されますよね。ただ、中途半端に有名なときに中国に行くと、コピーされてニセモノのほうが逆に有名になって後から来た日本のものをニセモノと思うかもしれない。なので、「ネジザウルス」としても、愛着のある名前をアメリカの土壌になじむ「VamPLIERS（ヴァンプライヤーズ）」という名前にあえて変えて展開し、欧米でまずブランド化しようとしています。

そして、工具専門のこの会社に来た頃は、携わるものがいきなりハイテクからローテクになり、それまで造船会社で培ったり、米国留学で学んだ技術が活かせていなかったり、なんとなく自信や誇りを持ってないでいました。でも、道具に向き合ううちに徐々に「道具って素晴らしい」と思うようになりました。



「2001年宇宙の旅」という映画のオープニングに、類人猿が空中に投げ放った道具(骨)が、ブーメランのような回転をして、数回転した後に宇宙ステーションに変化していくという象徴的な

シーンがありますが、人類の進化をもたらしたのはまさに「言葉」と「道具」だったということで、道具はすごい、更に道具を進化させていこう、「人間と道具の関係を私のライフワークにしよう」と思っています。

知財で言いますと、やはり先ほども言いましたが、中小企業で大好きな日本のものづくりを活性化するために、ぜひ「MPDP理論」が活用されればいいなと思っていますし、「MPDP」の中で一番ボトルネックになっている「パテント」を、この知財技能士資格がさらに普及することによって解決できたらと思っています。「一家に一本、ネジザ

ウルス」に並んで、「一社に一人、知財技能士(字余り(笑))」になったら素晴らしい、知財技能士制度自身が世界標準になったら面白いなと思いますね。

また、夢は何かって言うと、「イグノーベル賞」を受賞することです。必ず私が取りたいと思っています(笑)。

編：本日はたくさんのお話をありがとうございました。

高崎：ありがとうございました。

インタビュー：2013年5月1日(火)

聞き手：仁平洋一(編集委員)

掲載資料・写真ご提供：株式会社エンジニア
インタビュー写真撮影・場所：発明推進協会

参考：高崎氏の「MPDP理論」については、本誌のバックナンバーもご参考ください。

寄稿「モノづくり中小企業を活性化する4つの秘訣～「ネジザウルスGT」の開発から得られたMPDP～」
高崎充弘、『IPマネジメントレビュー』2号掲載

お知らせ

本インタビューを実施させていただく直前の2013年4月29日に政府が発令した春の褒章で、高崎氏が黄綬褒章を受章されました。おめでとうございます。以下、高崎氏から寄せられた受章コメントを紹介させていただきます。

黄綬褒章受章の御礼

2013年4月吉日
株式会社エンジニア 高崎充弘

このたびは黄綬褒章受章の栄に浴し、身に余る光栄でございます。これもひとえに受章の対象となりました「ネジザウルス」を長年ご愛顧いただきましたお客様、並びにご指導を賜りました知的財産関係団体の皆様のお陰でありますこと心より御礼申し上げます。一緒に汗を流してきた社員とその家族とともにこの喜びをわかちあいたいと思います。今回の受章を機に、モノづくり企業活性化のための「MPDP理論」と「知的財産管理技能士」の普及に取り組んで参りたいと存じます。