

関西知財・無形資産ガバナンス・フォーラムにおける高崎充弘氏の講演内容予測:MPDP理論を通じた中小企業活性化戦略の構造的分析

Gemini 3.6 Flash

2026年9月4日に大阪工業大学梅田キャンパスで開催される「関西 知財・無形資産ガバナンス・フォーラム ～関西発 知財・無形資産ドリブン経営への変革～」(主催:一般社団法人知財・無形資産ガバナンス協会、共催:大阪工業大学)において、株式会社エンジニア代表取締役社長の高崎充弘氏による講演「MPDP理論による中小企業活性化戦略」が予定されている¹。

本報告書は、高崎氏の過去の著作、講演記録、企業実績、知的財産戦略に関する公開情報ならびに本フォーラムの開催背景を構造的に解析し、当日展開される講演の内容、経営学的知見、および中小企業活性化に向けた示唆を分析・推測したものである。

1. フォーラム開催の背景と高崎氏講演の位置付け

「関西 知財・無形資産ガバナンス・フォーラム」は、内閣府が策定した「知的財産推進計画2026」や金融庁によるコーポレートガバナンス・コードの改訂など、国主導の知財・無形資産投資推進政策と強力に連動して開催される³。同フォーラムでは、知財・無形資産を企業価値の根幹をなす成長投資と位置づけ、大企業、中小企業、アカデミア(大学)の各視点から具体的な実践手法を発信することを目的としている²。

本フォーラムにおける高崎充弘氏の講演「MPDP理論による中小企業活性化戦略」は、大企業の取り組み(ダイキン工業による知財部運営など)や行政方針(内閣府参事官による基調講演)に対し、資本や人財に限りがある中小企業が知財を実利に直結させるための実践的フレームワークを提示する極めて重要な役割を担っている²。

本フォーラム全体の講義構造において、内閣府参事官が国家戦略とマクロ政策を提示し、大企業が組織的ガバナンスを、アカデミアが人材育成を論じる中で、高崎氏の講演は中小企業現場での具体的な勝ち筋を示す架け橋として配置されている²。高崎氏の講演は、単なる概念論にとどまらず、累計700万丁を突破したメガヒット商品「ネジザウルス」の実証データを背景にした実践的ノウハウの共有となることが確実視される⁶。

2. 株式会社エンジニアと高崎充弘氏の経営的背景

高崎充弘氏は、東京大学工学部を卒業後、米国レンスラー工科大学(RPI)の修士課程を修了し、三井造船株式会社にて10年間にわたりディーゼルエンジンの技術者として勤務した経歴を持つ⁶。

1987年に父と叔父が創業した双葉工具株式会社(現・株式会社エンジニア)に入社し、商品開発の指揮を執った後、2004年に代表取締役社長へ就任した⁵。

同社は従業員数約30名の小規模企業でありながら、自社で旋盤やプレス機などの製造設備を持たないファブレス経営を徹底し、開発・ブランド構築・知財管理・プロモーションに特化する特異なビジネス

スモデルを確立している⁵。

項目	詳細および実績数値
企業名	株式会社エンジニア(旧・双葉工具株式会社、2002年に現社名へ変更) ⁶
代表者	代表取締役社長 高崎 充弘(二級知的財産管理技能士) ⁷
代表的製品	「ネジザウルス」シリーズ(累計販売数700万丁以上) ⁶
事業形態	作業工具等の企画・開発・プロモーション(ファブレス型ものづくり) ⁵
社内知財資格	社員の半数以上(25名以上)が知的財産管理技能士を取得 ⁹
主な受賞歴	全国発明表彰「日本商工会議所会頭発明賞」、黄綬褒章、グッドデザイン賞など ⁶

同社は過去に年間800アイテムにおよぶ開発を行いながらも多くの失敗を経験した⁷。その痛切な反省と、メガヒット商品「ネジザウルスGT」の開発成功体験の定量的・定性的分析から体系化されたのが「MPDP理論」である⁷。

3. MPDP理論の構造的分析と講演の核心骨子

高崎氏が提唱する「MPDP理論」は、新製品開発における試行錯誤と数多くの失敗体験、そして「ネジザウルスGT」の爆発的ヒットの要因分析から導き出された再現性のあるヒット商品創出理論である⁷。従来のものづくり中小企業に見られた「良い製品を作れば自然と売れる」という技術偏重思考(プロダクトアウト)を否定し、マーケティング(M)、パテント(P)、デザイン(D)、プロモーション(P)の4要素が不可分に融合した交差点にこそメガヒットが生まれると定義する⁶。

マーケティング(M)は、顧客の現場における潜在的な不満や困りごと(例えば、頭の潰れたネジや錆びたネジを外せない課題)を徹底的に汲み取る起点となる⁶。パテント(P)は、模倣品の参入を阻んで市場の独占権を維持し、自社製品の売上急ブレーキを防ぐ保護壁の役割を担う⁹。デザイン(D)は、単なる外観の美しさだけでなく、機能美や人間工学的な使いやすさを追求し、顧客の所有欲と識別力を刺激する⁹。プロモーション(P)は、製品の強みや価値をターゲット層へ届ける強力な広報活動であり、キャラクター展開やSNS発信等を通じてファンを醸成する⁶。

高崎氏は、これら4要素の関係性を麻雀の役に例えて解説する⁷。4要素のいずれか1つでも欠ければ勝負に勝ち続けることはできず、すべての要素を揃える必要があるものの、必ずしも自社のみで完結させる必要はないと説く⁷。デザインを外部の専門デザイナーへ委託するなどの形で外部リソースを活用して要素を補完する戦略が認められる点が、リソースに乏しい中小企業にとって実践的で

ある⁷。また、自社工場を保有する製造メーカーであっても、自社の技術設備や加工技術そのものを「P」や「D」の強みとして組み込むことでMPDP理論を等しく適用可能であるという汎用性についても言及される見込みである⁷。

4. 講演内容の詳細予測と具体的展開論点

フォーラムのテーマ「関西発 知財・無形資産ドリブン経営への変革」および高崎氏の過去の知見に基づき、2026年9月の講演で展開される具体的な論点と主張は以下の通り予測される¹。

海外訴訟トラブルからの脱却と知財の能動的活用

高崎氏の知財戦略の原点は、かつて米国企業から自社製品のグリップの色（青色）が権利侵害であるとして届いた内容証明郵便のショック体験にある⁹。この危機をグリップ色の変更（緑色へ変更）で乗り越えた経験から、「知財を知らないことは経営上の致命的リスクになる」ことを痛感した⁹。講演では、自社の事例を引き合いに出し、中小企業における知財が他社からの攻撃を防ぎ自社の売上急ブレーキを防ぐ保険であると同時に、価格決定権を握りブルーオーシャン市場を獲得するための能動的武器であるという意識改革を強く訴えかけると考えられる⁶。

多重防衛型の知的財産ポートフォリオ戦略

単一の特許取得にとどまらない、多角的な知財保護の手法が詳述される見込みである⁶。高崎氏はネジザウルスに関して特許、意匠、商標、著作権など国内外で多数の権利を取得している⁷。特に以下の高度な知財戦略は、作業工具業界における先駆的事例として紹介される可能性が高い⁶。

1. 防護標章登録：著名ブランドとしての識別性を保持し、類似名称の他領域での不正使用を排除する⁶。
2. 立体商標登録：製品そのものの形状自体を商標として登録し、特許権消滅後も半永久的に製品形状の模倣を防ぐ保護壁を構築する⁶。
3. ノウハウ秘匿化（ブラックボックス化）：公開前提の特許出願と、社外秘として永久的に秘匿化する技術管理の選択基準（コカ・コーラのレシピ型アプローチ）を提示する¹²。

全社員を巻き込む知財経営文化と人財育成

高崎氏の経営で特筆すべきは、全社員約30名のうち半数以上が「知的財産管理技能士」の国家資格を保有している点である⁷。社内の廊下にはMPDPの区分ごとに表彰状が飾られ、知財活動が一部の専門部署ではなく全社的な日常業務として定着している⁹。本フォーラムの後半に予定されているパネルディスカッション「知財を経営に活かす人財のあるべき姿」とも連動し、中小企業がいかにして社員の知財リテラシーを高め、感性とアイデアを組織的価値に変換するかという具体的な社内文化醸成策が語られるとされる³。

外部専門家との対等なパートナーシップと政策動向の活用

中小企業が高度な知財戦略を遂行する上でのネックとなる専門知識の補完方法として、弁理士をはじめとする外部専門家との対等かつ協働的な関係構築の重要性を語る⁵。経営者が自らの言葉でMPDPの構想を語り、専門家を自社の戦略的パートナーとして巻き込む手法が提示される⁷。さらに、コーポレートガバナンス・コード改訂が示す知財投資の重要性に対し、MPDP理論がいかに明確な回答を与えるかを論証する³。

5. 経営学的分析と中長期的インパクト

高崎氏の講演内容から導き出される本質的な示唆は、単なるヒット商品の開発手法にとどまらない。中小企業経営における資本の制約を克服するための無形資産ガバナンスモデルとしての多層的な効果を内包している。

製品開発においてMPDP理論を実践し、模倣品の追従を許さない排他的なポジションを構築することは、企業に価格決定権をもたらす⁹。これにより、多くの中小企業が悩まされる下請け構造や過度な価格競争からの脱却が可能となり、高い粗利益率が確保される⁴。

さらに、高利益率の実現と自社ブランドの確立は、社員のプライドとエンゲージメントを向上させる⁶。全社的な知財資格取得支援を通じて社員自身が価値創出の担い手であると認識することで、組織全体のイノベーション体質が強化される⁶。この持続的な価値創造循環こそが、無形資産を重視する現代経営において中小企業が採るべき本質的な勝ち筋である³。

6. 結論および参加者への示唆

高崎充弘氏による「MPDP理論による中小企業活性化戦略」の講演は、2026年現在の厳しい経済環境(原料高、市場競争の激化等)に直面する経営者や知財担当者に対し、極めて実践的かつ即効性のある処方箋を提示するものとなる³。

中小企業の経営者および知財担当者は、技術力や製品機能のみに頼るプロダクトアウトから脱却し、マーケティング、パテント、デザイン、プロモーションの4要素が均等に機能するバランス型経営への転換を模索することが求められる⁷。また、単一の特許権に依存するのではなく、商標権や立体商標、ノウハウ秘匿化を組み合わせた多重防護網を構築し、長期的な市場優位性を確保することが不可欠である⁶。そして、知財活動を専門部署のみに委ねるのではなく、全社的な人材育成と文化醸成を通じて社員一人ひとりのアイデアを企業の無形資産へ昇華させる組織体制を整えることが推奨される⁶。

高崎氏の講演は、地方・中小企業が持っている潜在能力を最大限に引き出し、知財・無形資産を駆動馬車とした知財ドリブン経営へ転換するための具体的なかつ強力な実証モデルとして、本フォーラムにおける最重要セッションの一つになると結論付けられる²。

引用文献

1. 関西から「知財を経営の力に」9月4日開催の知財・無形資産ガバナンス・フォーラムをご紹介, <https://ameblo.jp/shuichi19760126/entry-12974877496.html>
2. 関西 知財・無形資産ガバナンス・フォーラム, <https://yorozuipsc.com/blog/3440445>
3. 【知財・無形資産ガバナンス協会×大阪工業大学共催】「関西 知財・無形資産ガバナンス・フォーラム」開催のご案内(9/4開催), https://chizai-portal.inpit.go.jp/madoguchi/osaka/news/_94.html
4. 内閣府・清水参事官が解説「知的財産推進計画2026」- よろず知財戦略コンサルティング, <https://yorozuipsc.com/blog/20267311298>
5. 平成 25 年度 第4回「近畿知財塾」企業経営者によるプレゼンテーション「元気な会社に学,
https://www.kansai.meti.go.jp/2tokkyo/02shiensaku/chizaijuku/25FY/4_131120.pdf
6. Special Interview『ENGINEER』| 知的財産学部特設サイト | 大阪工業大学
ADMISSION, <https://www.oit.ac.jp/admission/choutizaijinzai/interview03.html>

7. 中小企業における知財戦略対策の秘訣,
https://www.kentei-info-ip-edu.org/library/pdf/IPMR9_16_21.pdf
8. 「モノづくり企業を活性化する4つの秘訣」- 大阪発明協会,
<http://www.jiiosaka.jp/keieisyamukeH26.10.17.pdf>
9. ドン底からV字回復！ ネジザウルスGTが導き出したヒットの理論 | となりのカインズさん, <https://magazine.cainz.com/article/17516?page=3>
10. デザインのチカラ、活かし方 - 近畿経済産業局,
https://www.kansai.meti.go.jp/2tokkyo/02shiensaku/guide/2018fy_power_of_design_for_innovation.pdf
11. ブランドを立てる「MPDP」理論, <https://www.brand-si.com/theme185.html>
12. 中小企業経営者がとるべき知財戦略の一考察 - 兵庫県立大学,
<https://www.u-hyogo.ac.jp/mba/pdf/SBR/9-1/079.pdf>
13. 知的財産管理技能士会【第18回交流会】(2015年9月),
https://www.ip-ginoushikai.org/koryukai_20150904
14. エンジン ネジザウルス®シリーズ | 日本弁理士会 関西会,
<https://www.kjpaa.jp/aboutus/case/nejizaurus>
15. IPIAGA(知財・無形資産ガバナンス協会), <https://ipiaga.org/>