

ヒット商品を生む「MPDP理論」：中小企業が知財で勝つための4要素



M (マーケティング) & P (特許)

顧客の潜在ニーズ (M) を起点に、特許 (P) で模倣を防ぎ、価格競争を回避します。



D (デザイン) & P (プロモーション)

機能が同じなら優れた外観 (D) が選ばれ、積極的な販促 (P) が認知を広げます。

4要素が揃って初めて「ブランド」になる

どれか1つが欠けても持続的なヒットにはならず、全てを回すことでブランドが確立されます。

中小企業が「P (特許)」の壁を越える方法



経営者自身が「知財リテラシー」を習得する

知財館がなくても、経営者が知的財産管理技能士などの資格を得て、弁理士と対等に話せる力を養います。



250万丁超

MPDPの実践により、工具業界の宿願を覆す異例のロングセラー「ネジザウルス」が誕生しました。



無形資産が「価格決定力」を生む

知財とブランドという無形資産を磨くことで、コスト競争から脱却し、適正な利益を確保します。