

「MPDP 理論による中小企業活性化戦略」講演内容の予測

関西 知財・無形資産ガバナンス・フォーラム（2026 年 9 月 4 日）

講演② 株式会社エンジニア 代表取締役社長 高崎充弘 氏

2026 年 8 月 8 日

Claude Opus 5

要旨

本講演は、なめたネジを外せる大ヒット工具「ネジザウルス」を生んだ株式会社エンジニアの高崎充弘社長が、自社の成功体験から独自に体系化した「MPDP 理論」（M＝マーケティング、P＝パテント〔特許〕、D＝デザイン、P＝プロモーション）^{3,7}をもとに、知財・無形資産を軸とした中小企業の活性化戦略を語る内容になると高い確度で予測される。

フォーラムは「知財を経営の力に」をテーマとする協会と大阪工業大学の共催イベントであり、本講演は内閣府の政策論（講演①）と大企業事例（ダイキン工業・講演③）、大学の知財教育（講演④）の間に置かれた「中小企業版・知財経営」の実践パートとして位置づけられる¹。

想定される核心メッセージは、①良いものを作っても売れない、M・P・D・P の 4 要素が揃って初めてヒットとブランドが生まれる、②中小企業にとって最大のネックはパテント（P）であり、経営者自身が知財を学ぶことで克服できる、の二点である^{2,3}。

1. 本レポートの位置づけ（前提と限界）

本講演は 2026 年 9 月 4 日に開催予定であり、当日の内容は未実施である。以下のうち、第 2 章から第 4 章は公開されている一次情報・二次情報により確認した事実であり、第 5 章以降は当該事実からの推論による予測である。両者は本文中で明示的に区別している。

特に「MPDP 理論」の定義（M/P/D/P の各要素）については高崎氏本人の発言として一次情報で確認できたが^{3,7}、「中小企業活性化戦略」という本講演固有の構成・強調点については事前資料が公開されておらず未確認である。

2. フォーラムの概要と本講演の位置づけ

2.1 開催概要（確認済み事実）

- 名称：関西 知財・無形資産ガバナンス・フォーラム（KANSAI IP・IA Governance Forum）
～関西発 知財・無形資産ドリブン経営への変革～¹
- 共催：一般社団法人 知財・無形資産ガバナンス協会（IPIAGA）×大阪工業大学¹
- 日時：2026 年 9 月 4 日（金）15:00～18:00（受付 14:00～）、懇親会 18:30～20:00¹
- 会場：大阪工業大学 梅田キャンパス（大阪市北区茶屋町 1-45、JR 大阪駅徒歩約 5 分）。受付 1 階、会場 11 階、懇親会 21 階^{1,11}
- 定員：講演 300 名／懇親会 150 名。参加費：講演無料、懇親会は会員無料・非会員 2,000 円。
申込締切 8 月 20 日¹

開催趣旨は、知的財産推進計画 2026 による成長戦略分野への IP ランドスケープ実行、およびコーポレートガバナンス・コード改訂により知財・無形資産が設備投資・研究開発・人的資本と並ぶ投資対象として明確化された流れを受け、政府の最新政策、大企業・中小企業の戦略、大学の人財育成を関西から発信することにある¹。

2.2 プログラム構成と本講演の座標（確認済み事実）

- 挨拶：協会理事長 菊地修 氏／大阪工業大学 学長 井上晋 氏¹
- 講演①「知的財産推進計画 2026～成長戦略を支える知財戦略の推進～」内閣府知的財産戦略推進事務局 参事官 清水祐樹 氏¹
- 講演②「MPDP 理論による中小企業活性化戦略」株式会社エンジニア 代表取締役社長 高崎充弘 氏（本レポートの対象）¹
- 講演③「経営に活かす知財の在り方を考える～クリエイティブな知財部運営に挑むダイキン工業の取組み～」ダイキン工業 知的財産部長 安部剛夫 氏¹
- 講演④「知的資産と知財教育」大阪工業大学 知的財産学部 杉浦淳 氏¹
- 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」（モデレータ：KDDI 川名弘志 氏、パネラー：清水・高崎・安部・杉浦の 4 氏）¹

【分析】プログラムは「政策（マクロ）→大企業→中小企業→大学教育」という階層で構成されている。高崎講演は、講演①の政策論を受けて、それを中小企業がどう実装するかを示す実践パートに当たる。知財部を擁する大企業の運営を語る講演③と対をなし、リソースの乏しい中小企業がいかに知財・無形資産で戦うかという、フォーラム中で最も現場に近い視点を提供する役割を担うと考えられる。高崎氏はパネルディスカッションのパネラーも務めるため、講演内容は最終セッションへの伏線となる可能性が高い。

3. 高崎充弘氏と株式会社エンジニアの背景

3.1 会社概要と「ネジザウルス」（確認済み事実）

株式会社エンジニア（旧・双葉工具、1948 年創業、大阪市東成区）は、弱電機器製造企業向けにおよそ 1,000 種類の工具を製造販売する開発型メーカーである^{2,9}。看板商品「ネジザウルス」は、ペンチ先端の縦溝加工と独自の傾斜角により、頭をつぶれたネジや錆びたネジも外せる点に特徴がある²。累計販売数は資料の時点により大きく異なる。2013 年時点で約 155 万本、2014 年のインタビューで累計 180 万本²、2015 年の書籍副題で累計 250 万丁⁴、その後 260 万丁とする報道もある⁶。工具業界では年間 1 万丁で大ヒットとされ（別資料では大ヒット基準を 5 万本とする²）、異例のロングセラーである。ネジザウルス GT はグッドデザイン賞、iF product design award 2011 などを受賞している⁹。

3.2 高崎充弘氏の経歴（確認済み事実）

1955 年神戸市生まれ。1977 年東京大学工学部卒業後、三井造船にディーゼルエンジン技師として約 10 年勤務。1983 年米国レンスラー工科大学修士課程修了。1987 年に家業の双葉工具（現エンジニア）へ入社し、2004 年に代表取締役社長就任^{2,4}。二級知的財産管理技能士（管理業務）。2013 年春の褒章で黄綬褒章を受章し、同年より一般社団法人知的財産教育協会「中小企業センター」初代センター長を務めた^{2,8}。

著書は『「ネジザウルス」の逆襲——累計 250 万丁の大ヒット工具は、なぜ売れ続けるのか』（日本実業出版社、2015 年）⁴。なお、しばしば言及される『世界一のネジザウルスをつくった弱者の戦略』という書名は確認できず、他書との混同の可能性がある。

3.3 知財ポートフォリオと講演実績（確認済み事実）

高崎氏は日本弁理士会関西会のインタビューで、ネジザウルスシリーズについて国内外で特許権・意匠権・商標権など合計 18 件を取得しており、模倣品を防ぐうえでこれらの取得が非常に重要であると述べている²。主な権利には特許第 3486776 号・第 4471315 号「プライヤ」、意匠第 1232051 号、商標第 4744142 号「ネジザウルス」、米国特許 US 6,923,097 などがある²。特許庁『知的財産権活用企業事例集』にも掲載され、中小企業の知財活用モデルとして公的に紹介されている^{8,10}。

講演実績としては、日本弁理士会関西会の知財支援セミナー、知的財産マネジメント研究会（Smips）第 157 回「モノづくり企業を活性化する 4 つの秘訣～ネジザウルス GT の開発から得られた MPDP～」¹³、経済産業省「製品安全対策優良企業表彰」受賞企業講演会⁷、専門学校での特別講演¹⁴など、中小企業の知財・ものづくり活性化をテーマとしたものが多数ある。

なお、高崎氏と大阪工業大学との客員教授・非常勤講師等の公式な教職関係は、公開情報の範囲では確認できなかった（不在の証明ではない）。

4. MPDP 理論の内容（一次情報で確認）

MPDP 理論は高崎氏が自ら編み出した独自の経営フレームワークであり、既存の経営学理論ではない^{3,7}。ヒット商品を生む法則として二次媒体でも繰り返し紹介されている^{5,12}。各要素の定義は以下のとおり確認できる。

M＝マーケティング

顧客の潜在ニーズを拾い上げる工程。ネジザウルスでは初期モデルに同梱した愛用者カード約 1,000 枚の要望のうち、5 番目程度の少数意見であった「トラスネジを外したい」に着目し、これが差別化とイノベーションの起点となった^{3,4}。高崎氏は MPDP の中で最も重要なのが M であるとし、M が無ければそもそも市場にニーズがなく、最初のボタンを掛け違えた状態で後の PDP を行っても売れないと述べている³。

P＝パテント（特許）

模倣品を防ぎ価格競争を回避する工程。高崎氏は、知的財産で製品を守らなければコスト競争に巻き込まれ市場における優位性を持続させることが難しいとする一方、中小企業にとって最大のネックとなるのがパテントであり、大企業のように社内で弁理士を雇用することも知財部を設置することもできないと指摘している²。

D＝デザイン

同じ機能・同じ価格であれば消費者はデザインの良い方を選ぶ、という理由から D を独立要素として置く³。ネジザウルス GT はグッドデザイン賞および iF デザイン賞を受賞している⁹。

P＝プロモーション

キャラクター「ウルスくん」の導入や動画制作など、積極的な販促活動を指す^{3,7}。

理論としての含意

高崎氏は、それまで開発してきた 800 のアイテムやネジザウルスの初期 3 機種が売れなかった理由を、MPDP が全て揃わないまま勝負しようとしたことにあると総括している³。また、4P や 4C と異なり MPDP にはプライスとプロダクトを含めない（適正価格や良品は当然の前提であるため）とし、4 要素を二重螺旋の掘削ドリルに例え、経営トップがこれを回すほどブランドが立ち上がり、ブ

ランドができれば価格競争に陥らないと説明する³。中小企業の壁である P については、経営者が知的財産を学んで知財技能士になり階段を上ればよいとし、弁理士との関係を「2 階からビールを注いでもらい 1 階のグラスにほとんど入らない状態」に例え、知的財産管理技能検定の合格により階段の途中まで上れるようになったと述べている³。

5. 講演内容の予測（想定アジェンダ）

以下は前章までの事実に基づく推論であり、確定情報ではない。

- (1) 導入：工具業界の常識と初期モデルの失敗（年間 1 万丁で大ヒットの世界、初代「小ネジプレイヤー」の苦戦）^{3,4}
- (2) ネジザウルス誕生とヒットの経緯（愛用者カードの少数意見への着目、先端の溝と傾斜角、社内公募によるネーミング、機械工具店からホームセンター流通への転換）^{2,3,4}
- (3) MPDP 理論の体系的解説（800 アイテムの失敗分析、4 要素の定義、各要素が欠けた場合の帰結）^{3,7}
- (4) 中小企業が知財で戦う方法：価格決定力とブランド、大企業との差別化、知財部を持たない中小企業の P 克服法（経営者が知財を学ぶ、知的財産管理技能士の社内普及）^{2,3}
- (5) 組織活性化と社員のモチベーション（社員のアイデア創出のしくみ、人材観、企業ビジョン）^{3,7}
- (6) 無形資産・ブランドとしての結び（プロダクトブランドからコーポレートブランドへ、感性価値の訴求）³
- (7) フォーラム趣旨への接続：知財ガバナンスの中小企業版、経営者自身が知財を理解する意義（パネルディスカッションへの接続）¹

タイトルの「中小企業活性化」は、高崎氏が黄綬褒章受章に際して「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みたい」「一家に一本、ネジザウルスに並んで、一社に一人、知財技能士になれば素晴らしい」と述べた問題意識と直結している^{2,3}。したがって本講演は、単一企業のヒット商品の成功譚にとどまらず、中小企業全体の底上げを狙った知財経営の普及メッセージとなる可能性が高い。

6. 聴講に際しての着眼点

- 経営者の知財リテラシー：コーポレートガバナンス・コードが取締役会に求める知財戦略の策定・公表は本来大企業向けだが、高崎氏の「経営者自身が知財を学ぶ」実践は中小企業

版・知財ガバナンスの具体像を示す。ガバナンス論を中小企業にどう翻訳するかが最大の論点となる^{1,2}。

- P（パテント）のボトルネック論：中小企業の知財活用が進まない構造的理由（人材・コスト）への処方箋として、知財技能士の社内育成と弁理士との協働モデルが提示される見込みである^{2,3}。
- 無形資産としてのブランド：MPDP が最終的にブランド（無形資産）を生むという主張は、フォーラムの「無形資産ドリブン経営」というテーマと整合する。価格決定力＝無形資産の収益化という論点に注目したい^{1,3}。
- 講演④（大学の知財教育）およびパネル（知財人財）に接続するため、講演②においても人材育成の視点が強調される可能性が高い¹。

7. 留意事項

- 第5章以降は予測であり、当日の構成・強調点は異なりうる。
- 累計販売数（155万～260万本超）や知財取得件数（15件／18件）は出典・時点により大きく変動する。関連製品を合算した数値（700万本等）も流通しているため、講演で示される数値は最新値として受け止め、過去資料との差異は時点差として理解するのが妥当である^{2,4,6}。
- 工具業界における「大ヒット」の基準値さえ、資料により年間1万丁・5万本と異なる^{2,3}。
- 本レポートに掲げた URL は調査時点で実在を確認したものであるが、書誌情報の一部（Smips 研究会の開催案内等）は公式アーカイブでの再確認を要する。

参考文献

- [1] 一般社団法人 知財・無形資産ガバナンス協会「【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」<https://ipiaga.org/>（2026年8月8日閲覧）
- [2] 日本弁理士会関西会「知財を活用した企業事例：株式会社エンジニア「ネジザウルス®」シリーズ」<https://www.kjpaa.jp/aboutus/case/nejizaurus/>（2026年8月8日閲覧）
- [3] ブランド戦略経営研究所「ブランドを立てる「MPDP」理論」（高崎充弘氏対談）<https://www.brand-si.com/theme185.html>（2026年8月8日閲覧）
- [4] 高崎充弘『「ネジザウルス」の逆襲——累計250万丁の大ヒット工具は、なぜ売れ続けるのか』日本実業出版社、2015年（ISBN 978-4-534-05314-5）
- [5] ライフハッカー・ジャパン「大阪の小さな工具メーカーを成功に導いた「MPDP」理論とは？」

<https://www.lifehacker.jp/> (2026 年 8 月 8 日閲覧)

- [6] PRESIDENT Online 「『「ネジザウルス」の逆襲』高崎充弘著」<https://president.jp/articles/-/16962>
(2026 年 8 月 8 日閲覧)
- [7] 経済産業省 「「製品安全対策優良企業表彰」受賞企業講演会 MPDP による新商品開発と製品安全対策の実現 (株式会社エンジニア 高崎充弘)」 2015 年 2 月 25 日 https://www.meti.go.jp/product_safety/ps-award/3-consumer/pdf/engineer.pdf
- [8] 株式会社エンジニア 「知的財産権活用企業事例集に弊社記事が掲載されました。」
<https://www.engineer.jp/2227.html> (2026 年 8 月 8 日閲覧)
- [9] 株式会社エンジニア 公式サイト (会社概要・沿革・製品情報) <https://www.engineer.jp/> (2026 年 8 月 8 日閲覧)
- [10] 特許庁 『知的財産権活用企業事例集』 <https://www.jpo.go.jp/> (2026 年 8 月 8 日閲覧)
- [11] 大阪工業大学 公式サイト (梅田キャンパス・知的財産学部) <https://www.oit.ac.jp/> (2026 年 8 月 8 日閲覧)
- [12] 株式会社リバース 「ヒット商品の法則「MPDP 理論」とは？」 <https://rebirth-ad.com/> (2026 年 8 月 8 日閲覧)
- [13] 知的財産マネジメント研究会 (Smips) 第 157 回研究会 「モノづくり企業を活性化する 4 つの秘訣～ネジザウルス GT の開発から得られた MPDP～」 (開催案内)
- [14] 大阪ハイテクノロジー専門学校 ロボット学科ブログ (高崎充弘氏 MPDP 講演記録) <https://www.osaka-hightech.ac.jp/> (2026 年 8 月 8 日閲覧)