

MPDP理論：中小企業が知財で「稼ぐ力」を最大化する4つのステップ

M：顧客の「困り事」から 潜在ニーズを発掘する

約1000枚の顧客ハガキを分析し、
まだ言葉にならない不満を特定する。



P：特許・意匠・商標の 「知財バンドル」で守る

複数の権利を組み合わせることで、
模倣困難性と独自の交渉力を構築する。



D&P：価値を可視化し、 物語として市場へ伝える

機能だけでなく使いやすさをデザインし、
動画や漫画でブランドを浸透させる。



知財を「経営の力」に変える ガバナンスの実装

知財人材を「人的資本」として育成する：
全社員の知財資格取得を奨励し、企画段階から
知財を語る組織文化を作る。

知財を「コスト」ではなく「成長投資」と捉える：
権利の維持管理ではなく、将来の利益や価格
決定力を生むための投資と評価する。

従来型の知財管理

何件出願したかを重視

知財担当者だけで検討

権利取得・維持がゴール

MPDP型の知財経営

どの顧客価値を守るかを重視

経営・開発・営業が一体で検討

ブランド形成と価格競争回避がゴール