

「MPDP理論による中小企業活性化戦略」講演内容予測 — 2026年9月4日「関西 知財・無形資産ガバナンス・フォーラム」

Executive Summary

2026年9月4日に大阪工業大学梅田キャンパスで開催予定の「関西 知財・無形資産ガバナンス・フォーラム」で、株式会社エンジニア代表取締役社長・高崎充弘氏は「MPDP理論による中小企業活性化戦略」と題して講演することが公表されている。フォーラム全体のテーマは「知財を経営の力に」であり、内閣府による「知的財産推進計画2026」、ダイキン工業による知財経営、大阪工業大学による知財教育と並んで、高崎氏には「中小企業では知財・無形資産をどう実装して稼ぐ力につなげるのか」を具体的な企業事例で示す役割が割り当てられていると考えるのが最も自然である。主催者側が想定する聴衆には、中小企業経営者、経営企画、知財・法務、事業開発、研究開発、ブランド・デザイン担当、支援機関、ベンチャー、大学関係者、弁理士・弁護士等が明記されている。 ¹

本調査の結論は、講演内容の中心がかなり高い確度で予測できるというものである。最大の根拠は、高崎氏自身が大阪工業大学との公式対談でMPDPを「Marketing、Patent、Design、Promotionの四つのKSFを体系化したもの」と定義し、ネジザウルスGT、全社的な知財人材育成、特許・意匠・商標の組合せ、営業秘密、ブランド構築を一続きの経営活動として説明していることに加え、近畿経済産業局が2026年に開催した別イベントでも、高崎氏がほぼ同じテーマの「中小企業活性化のための知財戦略としてのMPDP～ネジザウルスGTの開発から得られた4つの鍵～」という基調講演を行っているためである。 ²

したがって、9月4日の講演は、単なる「特許取得のすすめ」ではなく、

顧客の潜在ニーズを発見する（M）→価値を知財で守り、模倣困難性をつくる（P）→機能価値を使いやすさ・情緒価値として可視化する（D）→ブランド・物語として市場に伝える（P）という一体運用によって、中小企業が価格競争から脱し、少ない経営資源で独自市場をつくる

という主張を、ネジザウルスGTを中心に展開する可能性が最も高い。これは高崎氏自身が、MPDPをネジザウルスGTの成功を事後分析して発見した枠組みであり、その後の商品開発に意識的に適用してきたと説明していることも整合する。 ³

さらに2026年の政策環境を考えると、今回は従来のMPDP講演に「知財・無形資産＝コストではなく成長投資」「知財人材＝人的資本」「経営者自身が知財戦略を判断する」「権利数ではなく事業価値への貢献を見る」というガバナンスの文脈が強く付加される可能性が高い。知的財産推進計画2026は知財・無形資産を国家・成長戦略の中核に位置づけ、2026年改訂コーポレートガバナンス・コードも設備、研究開発、人的資本、知的財産等の無形資産への成長投資を経営資源配分の重要事項として扱っている。 ⁴

ただし、2026年8月8日時点で高崎氏の9月4日用スライド、正式な講演要旨、個別持ち時間は公表確認できず、これらは未指定である。公開されているフォーラム案内は15:00～18:00という全体時間と講演順を示すだけで、個別講演時間は示していない。案内資料にも講演タイトル・登壇者・時間等には調整中の内容が含まれる旨が付記されている。したがって、以下のスライド構成・時間配分・Q&Aは、一次情報、過去講演、2026年の政策文脈を突き合わせた予測であり、確定プログラムではない。 ⁵

予測の前提、講演目的、ターゲット聴衆

最重要の予測根拠

予測に用いた証拠を重要度順に整理すると、次のようになる。

証拠	内容	講演予測への意味	確度
9月4日フォーラム公式案内	講演②が「MPDP理論による中小企業活性化戦略」。全体テーマは「知財を経営の力に」	MPDPを知財・無形資産経営の実装事例として話すことはほぼ確実	確定 6
2026年の近畿経産局イベント	高崎氏が「中小企業活性化のための知財戦略としてのMPDP～ネジザウルスGTの開発から得られた4つの鍵～」を基調講演	9月講演と題名・問題意識が極めて近く、内容予測の最重要先行事例	非常に高い 7
大阪工業大学×高崎氏公式対談	MPDPの定義、知財人材、権利ミックス、ブランド、営業秘密を詳細説明	共催者自身が既に高崎氏のMPDP観を公開しており、再利用・発展の可能性が高い	非常に高い 8
高崎氏への商品開発インタビュー	ネジザウルスGTの顧客分析、特許、デザイン、プロモーションを具体化	MPDP各要素を説明する中心ケースを予測できる	非常に高い 3
2026年の学術研究	ネジザウルスGTを「知財権バンドル」として理論化し、他業界への条件付き一般化を検討	MPDPを現代的な知財・無形資産ガバナンスに翻訳する理論的補助線	補助的根拠 9
知的財産推進計画2026・CGコード改訂	知財・無形資産を成長投資・経営資源配分として位置付け	従来のMPDP商品開発論に「経営・投資・ガバナンス」の論点加わる可能性	高い 10

特に重要なのは、**MPDPがネジザウルスGT開発前に大学等で演繹的に構築された経営理論ではない**という点である。高崎氏自身の説明では、ネジザウルスGTのヒット要因を後から分析したところ、Marketing、Patent、Design、Promotionという四要素の融合に気づき、それをMPDPと名付け、その後の製品開発コンセプトにした。したがって、厳密には「普遍的な経営理論」というより、**成功事例から帰納した実践的KSFフレームワーク**と捉えるべきである。 3

この点は2026年のネジザウルスGTに関する学術研究も慎重で、単一企業・単一製品の事例研究であること、MPDP型の知財バンドルだけが成功原因だったかを他の要因から分離できないこと、反実仮想がなく因果推論が難しいこと、他産業への一般化には追加検証が必要であることを明示している。したがって本レポートでも、MPDPを「やれば必ずヒットする公式」として扱わない。 11

想定目的

高崎氏の講演の役割は、フォーラム全体の流れから見ると次のように整理できる。

フォーラム内の位置	想定される役割
講演① 内閣府「知的財産推進計画2026」	Why / Policy：なぜ今、知財・無形資産経営なのか

フォーラム内の位置	想定される役割
講演② 高崎氏 MPDP	How for SMEs ：資金・人材の限られる中小企業がどう実践するのか
講演③ ダイキン工業	How for large corporations ：大企業の知財部・経営統合
講演④ 大阪工業大学	Who ：それを担う知財人材をどう育成するか
パネル「知財を経営に活かす人財」	上記四視点を経営人材・組織論として統合

このプログラム構成は公式案内そのものであり、高崎氏に期待されているのは、政策論でも知財法の制度解説でもなく、**経営者自身が知財を武器に事業モデルを変えた中小企業側の実践証言**である可能性が高い。

6

ターゲット聴衆

主催側は、中小企業経営者だけでなく、経営企画、知財・法務、事業開発、研究開発、ブランド・デザイン担当、支援機関、ベンチャー、大学・学生、弁理士・弁護士等を対象として明記している。したがって高崎氏の講演も、「知財担当者向けの特許実務」に狭めるより、**経営者が理解でき、非知財部門も行動に移せる事業開発言語としてMPDPを説明する**構成になると予測する。

6

高崎氏自身、「中小企業には大企業のような知財部門がないため、まず自分で知財を勉強した」と説明しており、その後社員に知財管理技能検定受験を奨励し、商品企画の初期段階から「特許・意匠・商標」が会議に出る組織へ変化したとしている。このため経営者だけでなく、**企画・開発・営業を横断して知財を使う社内人材**も主要な対象になるだろう。

12

MPDP理論の要点と講演での適用方法

MPDPの定義

高崎氏の公式説明を整理すると以下の通りである。

要素	高崎氏による基本的意味	ネジザウルスGTでの具体像	経営上の意味
M : Marketing	顧客の潜在ニーズ、Unmet Needsを発掘	約1,000枚の愛用者ハガキを分析し、数十の要望から開発ポイントを選択	「作れる物」ではなく「困り事」から始める
P : Patent	パテントを中心とする知財戦略	特許だけでなく意匠・商標も組み合わせる	独自性を模倣困難性・交渉力に変換する
D : Design	製品品質にふさわしいデザイン	低頭ネジへの対応に加え、グリップの手触り、色等の情緒価値	技術を顧客が理解・体感できる価値に翻訳する
P : Promotion	市場への認知・価値伝達	キャラクター、Web漫画、テーマソング、動画、多言語展開	「良い物を作れば売れる」という発想から脱する

高崎氏は大阪工業大学との対談で、MPDPをヒット商品のKSFとして明示し、出発点を顧客の潜在ニーズの発掘、続いて知財戦略、デザイン、最後をプロモーションと説明している。また中小企業ではPatent／知財戦略が特にボトルネックになりやすいと指摘している。 12

ただし「Patent」のPを文字通り特許だけに限定すると、高崎氏の実務を正確に捉えられない。実際には同社は特許・意匠・商標をミックスして差別化し、公開すべきでない営業・開発ノウハウは営業秘密として保持するというオープン／クローズ判断を行っている。したがって2026年のフォーラム文脈では、「Patent」は実質的にIP Strategy / Appropriability Strategyとして説明される可能性がある。 13

MPDPは「足し算」より「掛け算」

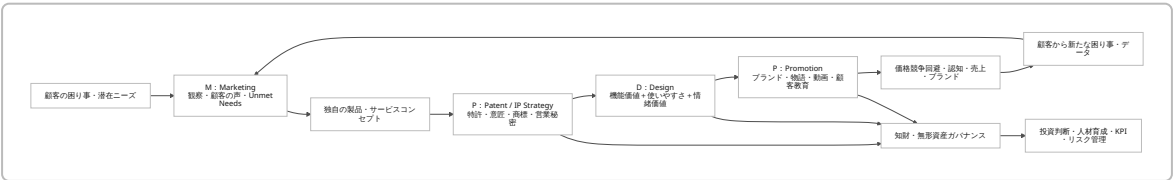
高崎氏の過去説明で重要なのは「四要素を全部やった」ことではなく、「四つが融合したこと」がヒットにつながったという認識である。ネジザウルスGTでは、顧客ニーズを機能に変え、その機能を権利化し、使いやすい形に設計し、さらに市場に分かりやすい物語として伝えることで、一つの価値提案が四方面から強化された。 3

理論的には、この考え方は後年の「IP rights bundle（知財権バンドル）」研究とよく整合する。Parchomovsky & Siegelmanは、特許・商標等を別々の制度としてだけ分析するのではなく、それらの相互作用を含む統合的知財理論を提起した。英国知的財産庁の研究も、企業は実際には一つのイノベーションについて特許、商標等を組み合わせて保護することがあるとして、IPR bundleを分析している。 14

2026年の赤間愛理氏によるネジザウルスGT研究はさらに直接的で、特許による機能保護、意匠によるデザイン保護、商標・プロモーションによる市場への説明を、一つの製品開発プロセスに統合することが同社事例の特徴だと整理している。研究上の後付けの理論化でありMPDPそのものの原典ではないが、MPDPのP-D-P部分を「複数の無形資産の補完性」として説明できる有力な理論的補助線である。 15

講演で予想されるMPDPのストーリー

最も可能性が高いストーリーは以下である。



この循環型表現のうち、M→P→D→Pという基本順序は高崎氏自身の説明に基づく。一方、最後の顧客反応からMへ戻る循環、ガバナンス・KPIとの接続は、ネジレスQによる顧客相談の蓄積や2026年政策を踏まえた本レポートの実務的再構成であり、高崎氏がこの図をそのまま提示すると予測しているわけではない。高崎氏は実際に、顧客からネジトラブルのSOSを受ける「ネジレスQ」の相談内容を社内に蓄積し、それ自体が重要なマーケティング活動になっていると説明している。 16

MPDPの理論的強みと限界

評価	分析
強み	顧客価値、技術、知財、デザイン、ブランドを部門横断でつなぐため、中小企業の実務に落としやすい

評価	分析
強み	「特許を何件取るか」ではなく、「売れる価値をどう発見し、守り、伝えるか」という経営言語になっている
強み	少数の重点製品に資源集中する中小企業と親和性が高い
限界	ネジザウルスGTという成功事例から帰納した枠組みで、MPDP単独の因果効果は実証されていない
限界	B2Cの物理製品と、B2B部材、SaaS、AI、創薬では権利・デザイン・プロモーションの最適比率が異なる
限界	Patent、Design、Promotionを増やせば増やすほどよいわけではなく、費用・速度・公開リスクとの最適化が必要

2026年研究も、MPDP型バンドルが特にB2C、機能差別化可能な製品、ニッチ市場、少数の主力製品を持つ中小企業に適し得る一方、B2B、技術変化が速い産業、複雑なシステム製品では別の構成が必要と論じている。 17

中小企業活性化施策・業種別適用と知財・無形資産ガバナンス

講演で中心になる可能性が高い事例

ネジザウルスGTが中心事例になる可能性は極めて高い。2009年発売のネジザウルスGTについて、高崎氏は約1,000枚の愛用者ハガキから潜在ニーズを分析し、低頭のトラスネジへの対応等を製品に落とし込み、特許・意匠・商標を組み合わせ、グリップ・カラーリング等の情緒価値を加え、キャラクターやWeb漫画等でプロモーションしたと説明している。 3

ここから講演で導かれるであろう第一の教訓は、**中小企業は資金量では大企業に勝てなくても、「顧客の小さな困り事を早く発見して、独自性を知財化する」ことで戦える**というものである。高崎氏自身、「中小企業には大企業ほどお金はなくても知恵、すなわち知財を生み出せる」と述べ、知財を大企業と競うための武器と位置付けている。 12

第二は、**価格競争をしないこと**である。同社は特許・意匠・商標等を組み合わせることで他社製品との差別化を図り、形成したブランドによって同業他社との価格競争に巻き込まれにくくなったと説明している。これはMPDPの最終目的を「権利取得」ではなく「利益を生む独自ポジションの形成」と理解すべき根拠になる。 13

第三は、**知財人材も無形資産である**という点である。高崎氏は自身が知財を学ぶだけでなく、社員の知的財産管理技能検定受験を費用補助・報奨等で奨励し、新商品企画の初期から特許・意匠・商標を検討する文化を形成した。これは2026年フォーラム後半の「知財を経営に活かす人財」というパネルテーマとの接続が極めて強い。 18

国内外・業種別にMPDPを展開するとどうなるか

以下では、「実証済み事例」と「本レポートによる適用推定」を区別する。

業種・市場	M	P / 知財	D	Promotion	評価
作業工具／ B2C・B2B 混合	ネジの困 り事、顧 客カード	特許＋意匠 ＋商標＋営 業秘密	機能・ 把持 性・カ ラー	キャラク ター、動画等	ENGINEER 実例。最も適合 度が高い ¹⁹
はさみ等の 工具	切断に関 する不満	機能・形 状・ブラン ド保護	握り・ 形状	商品訴求	高崎氏によればMPDPを意 識した初期適用品が「鉄腕 ハサミGT」 ²⁰
医療機器・ 専門工具	医療現場 の特殊な ネジトラ ブル	特許・意匠 ＋規制対応 ＋ノウハウ	医療用 途に適 した操 作性	専門家への信 頼形成	高崎氏は「メディザウル ス」開発を説明。ニッチ市 場への拡張例 ¹⁶
文具・調理 器具・家庭 用品	日常の小 さな不便	機能特許＋ 意匠＋商標	特に重 要	店頭・SNS・ ブランド	2026年研究がMPDP型バン ドルとの親和性が高いB2C 例として挙げる。適用推定 ²¹
地域特産・ 伝統工芸	新用途・ 若年市場	商標・意 匠・GI等＋ ノウハウ	伝統× 現代用 途	地域ストー リー	少数主力商品の中小企業へ の集中型バンドルとして有 望。適用推定 ²¹
B2B部材・ 精密加工	顧客工程 の歩留ま り・工数	特許、営業 秘密、契約 が中心	製造容 易性・ 組込み 性	技術営業・実 証データ	商標・大衆プロモーション の相対的重要性は低下。 MPDP比率を変更すべき ²¹
SaaS・AI	業務フ ロー上の 未解決課 題	著作権、営 業秘密、特 許、商標、 データ契約	UX/UI	導入事例・コ ミュニティ	製品寿命が短く、特許偏重 は不適切な場合あり。大幅 な再解釈が必要 ²²
英国・EU 企業一般	市場投入 前の価値 設計	複数種類の IPRを組み合 わせる企業 が存在	製品に より異な る	商標等	海外でも「IP bundle」は 観察される。ただしMPDP そのものの海外実証ではな い ²³

海外については、「MPDPが海外企業で一般的経営理論として採用されている」とまでは確認できない。一方、WIPOでも高崎氏は「Four Keys to Revitalizing Manufacturing Companies」としてMPDP、ネジザウルス、SMEへの適用を紹介しており、MPDPを国際的な中小企業・知財文脈で発信した実績がある。 ²⁴

また英国IPOは、実際の企業が一つのイノベーションに特許と商標等を組み合わせるIPR bundlesを研究しており、EUIPO/EPOの企業分析でも登録知財を持つ企業、特に複数種類の知財を持つ企業と企業パフォーマンスとの間に強い関連が観察されている。ただし、これらは「IP取得が高業績を引き起こした」とする単純な因果証明ではないため、講演の成功事例を一般化するには留保が必要である。 ²³

知財・無形資産ガバナンスとの接続

2026年9月の講演で最も新味が出ると思われるのが、この部分である。

「知的財産推進計画2026」は、知財・無形資産を中核に据えた国家戦略・成長戦略の推進を掲げ、日本の成長戦略分野にIPランドスケープ等を活用する方向を示している。フォーラム自体もこの政策転換を明示的な開催理由としている。 25

また2026年改訂コーポレートガバナンス・コードでは、取締役会が企業の成長の道筋を構築し、設備、研究開発、人的資本、**知的財産等の無形資産への投資**を含む経営資源配分について何を実行するのか説明し、継続的に検証することが強調された。これは直接には上場企業がバナンスの枠組みであり、非上場中小企業すべてにそのまま法的義務として適用されるものではないが、**経営管理原則としては中小企業にも移植可能**である。 26

MPDPをこの言語に翻訳すると、次のようになる。

従来型の知財管理	MPDP型の知財経営	ガバナンス上の問い
「何件出願したか」	「どの顧客価値を守るために出願したか」	その投資は経営戦略とつながっているか
特許部門だけで検討	M-P-D-Pを横断して検討	営業・開発・ブランド・経営者が参加しているか
権利取得後は維持管理	ブランド・商品寿命まで運用	権利を売上・利益・交渉力に変換しているか
特許＝公開して保護	特許・意匠・商標・営業秘密を選択	公開／秘匿の判断基準はあるか
費用として予算化	将来価値への成長投資として評価	投資後の効果を検証しているか
知財担当者の専門知識	全社的「知財マインド」	人的資本への投資を行っているか

この最後の「人的資本」とMPDPの結合は講演で取り上げられる確率が特に高い。フォーラムのパネル自体が「知財を経営に活かす人財」をテーマとし、高崎氏は既に大阪工業大学との対談で、全社的な知財資格取得が会議・商品企画・アイデア創出を変えたと具体的に説明している。 27

さらに高崎氏は、特許・意匠・商標等の権利を「持つだけでは宝の持ち腐れ」であり、知財をどう「使いこなすか」が経営者に問われると述べている。この発言は、フォーラムの「知財を経営の力に」というテーマとほぼ完全に重なるため、講演の締めめのメッセージになる可能性も高い。 13

想定講演構成、スライド、主要メッセージと質疑応答

個別講演時間は「未指定」

公式発表では、フォーラム全体が15:00～18:00で、その中に4講演とパネルディスカッションが含まれることまでは確認できるが、**高崎氏個人の持ち時間は未指定**である。案内資料にも時間等が調整中である旨がある。 5

180分から4講演、パネル、開会・転換時間を考えると、本レポートでは**約25～30分程度**を中心推定とする。ただしこれは単純なプログラム上の逆算であり、公式情報ではない。過去には高崎氏がMPDPをより長時間で講演した例もあるため、実際には20分台から40分程度まで変動し得る。

最もありそうな30分版の構成

時間	想定スライド見出し	予想内容	確度
0-3分	「中小企業にこそ知財が必要」	資金量では大企業に勝てないが、知恵・独自性では勝負できる	高
3-6分	「ネジザウルスGTはなぜ生まれたか」	ネジザウルスの歴史、顧客の困り事、ヒット前の試行錯誤	高
6-9分	「ヒットを分析して見えた4つの鍵」	MPDP誕生。Marketing / Patent / Design / Promotion	非常に高
9-13分	「M：小さな声の中に大きな市場がある」	約1,000枚の顧客カード、潜在ニーズ、トラスネジ等	非常に高
13-17分	「P：中小企業最大のボトルネックは知財」	特許・意匠・商標、営業秘密、模倣対策、権利ミックス	非常に高
17-20分	「D：機能だけではヒットしない」	使いやすさ、触感、色、グッドデザイン等	高
20-23分	「P：いい物を作っても伝わらなければ売れない」	キャラクター、Web、動画、ストーリー、ブランド	高
23-26分	「知財マインドを全社に」	知財管理技能士、MPDP Wall、企画段階からの知財	高
26-28分	「権利からブランドへ、価格競争から価値競争へ」	ネジザウルスのブランド、防護標章・立体商標等	中～高
28-30分	「知財を経営の力に」	MPDPを中小企業の成長投資として総括	高

この流れの根拠は、高崎氏の既存説明にほぼ同一の論点が揃っているためである。ネジザウルスGTでは顧客カード分析から始まり、特許・意匠・商標、デザイン、キャラクター等のプロモーションが一連の事例として語られている。²⁰

また高崎氏は、2021年の防護標章、2022年の立体商標、営業秘密、ネジレスQ、医療分野への展開等、従来のネジザウルスGT発売当時より後の事例も大阪工業大学との対談で説明している。今回は共催が大阪工業大学であるため、これらの「MPDP後の進化」が補足事例として登場する可能性は中程度以上と見る。²⁸

講演の主要メッセージ予測

最も可能性の高いメッセージを、発言内容そのものではなく意味として要約すると次の五つに集約できる。

第一に、「技術が優れている」だけでは十分ではない。顧客の潜在課題、知財、デザイン、プロモーションまでがそろって初めて商品価値になる、というMPDPの中核命題である。高崎氏は実際に「機能・価格だけではヒットは生まれない」という趣旨を明言している。²⁹

第二に、特許はゴールではなく経営ツールである。何を出願し、何を意匠・商標で守り、何を営業秘密にするかは事業戦略から決めるべきであり、権利を保有するだけでは価値を生まない、という考え方である。

第三に、中小企業こそ「一点集中」が可能である。少数の有望商品に知財・デザイン・ブランド投資を集中し、狭くても模倣しにくい市場を形成する。2026年の研究も、リソース制約のある中小企業では製品単位で権利の補完性を最大化する戦略が合理的になり得ると論じる。 30

第四に、知財は専門部署だけの仕事ではない。経営者、開発、営業、デザインが知財の基本語彙を共有することで、商品企画時点から権利・市場・デザインを同時に考えられる。この組織能力自体が重要な無形資産になる。 12

第五に、最終的に作るべきものは「特許ポートフォリオ」より「ブランドと価格決定力」である。高崎氏が特許・意匠・商標のミックスによる差別化と、ブランド形成による価格競争回避を説明しているためである。 13

想定される質疑応答

以下の「回答」は高崎氏の逐語的な予定回答ではなく、既存発言から再構成した**想定回答**である。

想定質問	想定回答の骨子	根拠
「知財予算の少ない中小企業は何から始めるべきか」	まずM。顧客の困り事を集め、本当に製品化するテーマを絞る。その後、価値の核心について必要な権利だけを取る。	高崎氏の顧客カード分析と、2026年研究の集中投資論 31
「特許さえ取れば模倣を防げるか」	いいえ。特許、意匠、商標を組み合わせ、ブランド・プロモーションまで含めて差別化する。公開すべきでないノウハウは営業秘密も検討する。	13
「マーケティング予算がありません」	大規模調査だけがマーケティングではない。既存顧客のハガキ、問い合わせ、困り事、SOSを蓄積すること自体がMになる。	顧客カード、ネジレスQ 32
「デザインは見た目の話か」	見た目だけではなく、握りやすさ、使いやすさ、触感、色などを含む。技術的価値を顧客が体験できるようにする役割がある。	20
「知財部のない会社では誰が担当するのか」	最初は経営者自身が基本を理解し、社員に知財教育を行う。専門判断は弁理士等と連携するが、経営判断を丸投げしない。	高崎氏自身の資格取得・社員教育 12
「知財投資のROIをどう測るか」	単純な特許件数ではなく、商品差別化、価格競争回避、売上、ブランド、交渉力等との関係で考えるべき。	高崎氏のブランド・価格競争回避論。ただし具体的KPI設計は本レポートの推奨 13
「MPDPは製造業以外にも使えるか」	原則は転用可能だが、Pの中身を業種に合わせる必要がある。デジタルでは著作権・営業秘密・データ等が重要になる。	2026年研究は業界ごとの適合条件・限界を指摘 33
「海外展開では何が変わるか」	権利は国・地域ごとに検討し、ブランドとプロモーションも市場に合わせる。市場検証前の無差別な海外出願は避ける。	同社は国内外で権利を取得し、多言語プロモーションも実施 34

「ROI」について特に注意すべきなのは、**権利数をKPIにしない**ことだろう。2026年CGコードの問題意識も、成長投資について具体的に何を実行し、その経営資源配分を継続検証するかにある。MPDPをガバナンスに接続するなら、「特許5件」という入力指標より、「その知財によってどの顧客価値を守り、粗利率・価格維持力・新規顧客・ライセンス・交渉力等にどう寄与したか」をレビューする方が整合的である。後半は本レポートからの実務提言である。 26

講演後の実務アクションプラン

中小企業がまず行うべき「MPDP 90日診断」

講演を聞いた企業が最も避けるべきなのは、「では特許を出そう」といきなりPから始めることである。高崎氏自身のMPDPではMが出発点であり、公的な知財経営支援も知財・無形資産を事業・経営戦略に結びつける方向へ移っている。 35

期間	中小企業が行うこと	成果物
最初の30日	主力商品・サービスを3つ程度選び、顧客クレーム、問い合わせ、返品理由、営業メモ、SNS、現場観察から「困り事」を収集する	Unmet Needsリスト
同時期	技術、ノウハウ、ブランド、デザイン、データ、顧客関係、社員技能等を棚卸しする	無形資産マップ
30～45日	一つの重点テーマについて「なぜ顧客が払うのか」を一文にする	価値仮説
45～60日	特許、意匠、商標、著作権、営業秘密、契約のどれで何を守るか検討する	IP保護マップ
45～60日	機能だけでなく、操作性、形状、UX、包装等を検討する	Design仮説
60～75日	顧客が価値を理解できる言葉、実演、動画、事例等を試す	Promotion実験
75～90日	顧客反応、原価・粗利、模倣リスク、知財費用を確認してGo/No-Go	経営会議レビュー

このプロセスを一枚にするなら、企業ごとに次のような「MPDP Canvas」を作るのが実務的である。

M — Market	P — Protection	D — Design	P — Promotion
誰が何に困っているか	何を他社に真似されたくないか	価値をどう使いやすく・見える形にするか	その違いを誰にどう伝えるか
顧客証拠はあるか	特許・意匠・商標・秘密のどれか	機能+情緒価値は何か	ブランド名・動画・実演・事例
市場は十分か	他社権利を侵害しないか	顧客テストをしたか	認知→試用→購入を測れるか

これは高崎氏が公開した公式様式ではなく、**MPDPを講演後すぐ経営実務に転換するための本レポート独自の実装案**である。

その後6～12か月で経営制度にする

90日で終えず、四半期単位で経営会議にMPDPを載せることが「ガバナンス」への転換点になる。

推奨KPIは、「特許出願件数」単独ではなく、**顧客課題の発見数 → 検証済み価値仮説 → 製品化率 → 保護した競争優位 → 新製品売上・粗利 → 値引率・リピート率 → ブランド検索・指名受注**という価値創造の連鎖で見る。知財投資を設備・R&D・人材と同様に経営資源配分として検証するという2026年のガバナンス政策とも整合する。 ²⁶

もう一つ重要なのは、「**出願するか、秘密にするか**」を経営会議で決めることである。高崎氏自身、公開することで独占権を得る特許等と、公開せず営業秘密として活用すべきノウハウを区別している。この判断は技術部または弁理士だけではなく、競争優位の持続期間、リバースエンジニアリング可能性、海外模倣リスク等と一体で考えるべきである。 ¹³

支援機関に求められる役割

2026年現在、公的支援も「出願手続の相談」から「経営戦略に知財を組み込む支援」へ広がっている。INPIT知財総合支援窓口は全国の中小企業等に対し、技術だけでなくアイデア、ブランド、デザイン等を知財の観点から経営課題解決につなげる無料相談を提供している。 ³⁶

またINPITは2026年度も、特許情報等を経営・事業戦略に利用する企業等を専門家が支援する**IPランドスケープ支援事業**を実施している。これはMPDPのMとPの間、すなわち「顧客・市場の仮説を、競合技術・特許情報によって検証する」部分を強化する手段になる。 ³⁷

2026年度の知財金融事業では、中小企業の強み・知財等について現状（As Is）と将来像（To Be）を整理した「知財ビジネス報告書」を作り、金融機関による事業性評価につなげる仕組みも用意されている。これはMPDPで形成した「なぜ自社が将来稼げるのか」という無形資産ストーリーを、金融機関との対話へ展開する方法として有用である。 ³⁸

したがって支援機関の役割は、「何を特許にできますか」という相談への回答だけではなく、次のように変えるべきだろう。

中小企業 → 経営課題・顧客ニーズを定義 → INPIT等が知財/IPランドスケープ支援 → 弁理士が権利戦略 → デザイン・大学等が価値具体化 → 商工会議所・金融機関が事業化・資金面を支援 → 経営者が成果を検証

という横断型支援である。INPIT、特許庁、日本弁理士会、日本商工会議所等による「知財経営支援ネットワーク」の強化も、この方向に一致する。 ³⁹

講演を一文で予測すると

2026年9月4日の高崎氏のメッセージを、公開情報から最もありそうな形に圧縮すると、次のようになる。

「中小企業が大企業や海外企業との価格競争から抜け出すには、顧客のまだ言葉になっていない困り事を見つけ、その解決策を知財で守り、デザインで価値化し、プロモーションでブランドとして伝えることが必要である。その四つを経営者と社員が一体となって回すのがMPDPであり、知財は保有するものではなく、企業を活性化するために使いこなす経営ツールである」

これは逐語引用ではなく、本調査による**高確度の内容予測**である。その根拠となる高崎氏の既存発言、2026年のほぼ同題講演、今回のフォーラムの目的は相互に非常によく整合している。 ⁴⁰

参考文献・一次情報

以下では、主催者・講演者・政府機関等の一次情報を優先し、MPDPの理論的評価に必要な研究論文を補完的に掲載する。

区分	タイトル	著者・発行主体	発行年	URL
主催・イベント	関西 知財・無形資産ガバナンス・フォーラム開催案内	INPIT大阪府知財総合支援窓口／知財・無形資産ガバナンス協会・大阪工業大学	2026	INPIT公式案内 ⁶
主催者	知財・無形資産ガバナンス協会公式サイト	一般社団法人 知財・無形資産ガバナンス協会	2026	IPIAGA公式 ⁴¹
講演者一次情報に近い公式対談	Special Interview 「ENGINEER」－知的財産の活用が日本企業のものづくりを新たなステージに導く	高崎充弘・杉浦淳／大阪工業大学	公開年はページ上で未指定	大阪工業大学公式 ⁴²
講演者・企業	株式会社エンジニア 会社情報	株式会社エンジニア	更新年未指定	ENGINEER公式 ⁴³
講演者・企業	CORPORATE HISTORY	株式会社エンジニア	更新年未指定	ENGINEER公式・沿革 ⁴⁴
MPDP直接資料	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M・P・D・P	高崎充弘	2013	INPIT公開資料 ⁴⁵
MPDP直接資料	中小企業における知財戦略対策の秘訣	高崎充弘ほか／IPマネジメントレビュー	2013	知的財産教育協会 PDF ⁴⁶
MPDP実務インタビュー	SolidWorksと3次元プリンターの組み合わせで、最強の開発環境が実現しました	高崎充弘ほか／大塚商会	年未指定	CAD Japan ⁴⁷
2026年の最重要先行講演	中小企業活性化のための知財戦略としてのMPDP～ネジザウルスGTの開発から得られた4つの鍵～	高崎充弘／近畿経済産業局イベント	2026	近畿経済産業局 ⁷
海外向けMPDP資料	Four Keys to Revitalizing Manufacturing Companies	Mitsuhiro Takasaki／WIPOセミナー資料	2019	WIPO PDF ²⁴
国内公的事例	MPDP理論と大阪らしい「遊び心」で世界一愛される道具を	大阪府等	成果事例資料	公的支援事例 PDF ⁴⁸

区分	タイトル	著者・発行主体	発行年	URL
MPDPの 学術的分 析	知的財産権バンドル戦略に よる中小企業の競争優位性 の確保—ネジザウルスGTの 事例—	赤間愛理	2026	宮城学院女子大 学 PDF 49
理論的基 礎	Towards an Integrated Theory of Intellectual Property	Gideon Parchomovsky & Peter Siegelman	2002	SSRN 50
海外公的 研究	Understanding the collective bundles of IP rights by firms	UK Intellectual Property Office / Christian Helmers, Philipp Schautschickほ か	2013	UK Government / IPO 51
政策一次 資料	知的財産推進計画2026	知的財産戦略本部	2026	内閣官房・全文 PDF 52
政策一次 資料	「知的財産推進計画2026」 概要	知的財産戦略本部	2026	内閣官房・概要 PDF 53
ガバナン ス一次資 料	コーポレートガバナンス・ コードの改訂（2026年）の 概要	金融庁	2026	金融庁 PDF 26
知財経営 ガイド	知財経営への招待～知財・ 無形資産の投資・活用ガイ ドブック～	特許庁	2024	特許庁 54
中小企業 向け公的 支援	知的財産権を事業に活かそ う	特許庁	更新年未 指定	特許庁 55
支援制度	IPランドスケープ支援事業	INPIT	2026	INPIT 56
支援制度	令和8・9年度 IPランドス ケープ支援事業 公募要領	INPIT	2026	INPIT IPL支援 ポータル 57
地域支援 政策	第3次地域知財活性化行動 計画関連	特許庁・INPIT	2023– 2026	特許庁 知財活用 事例・支援情報 58

最終的な予測確度としては、「ネジザウルスGTを起点にMPDP四要素を説明する」「知財を中小企業の価格競争回避・ブランド化の武器と位置付ける」「経営者・社員の知財マインドと人材育成を論じる」は**非常に高確度**、「2026年の知財・無形資産成長投資・ガバナンス政策との明示的接続」は**高確度**、「ネジレスQ、防護標章、立体商標、医療分野等の最近の拡張例」は**中程度**、「個別スライド、具体的KPI、正確な時間配分、新規未公表事例」は**未指定・低確度**と評価する。これは、2026年9月4日の講演そのものの資料がまだ公開されていない以上、明確に区別して扱うべき範囲である。 59

1 5 6 27 59 【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） | お知らせ | 大阪府 知財総合支援窓口 | 全国の窓口 | INPIT知財総合支援窓口

https://chizai-portal.inpit.go.jp/madoguchi/osaka/news/_94.html

2 8 12 13 16 18 28 29 34 35 40 42 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>

3 19 20 31 32 47 SolidWorksと3次元プリンターの組み合わせで、最強の開発環境が実現しました | CAD Japan.com（大塚商会）

https://www.cadjapan.com/case/solidworks/consumer_product/engineer.html

4 10 25 53 「知的財産推進計画2026」（概要）

https://www.cas.go.jp/jp/seisakukaigi/titeki2/260612/keikaku_gaiyo_all.pdf?utm_source=chatgpt.com

7 関西知財活用支援プラットフォーム×K-IPAS 合同成果報告会

https://www.kansai.meti.go.jp/2tokkyo/07_chizai_platform/presentation.html?utm_source=chatgpt.com

9 11 15 17 21 22 30 33 49 mgu.ac.jp

https://www.mgu.ac.jp/miyagaku_cms/wp-content/uploads/2026/04/35_05_p101-126.pdf

14 50 Towards an Integrated Theory of Intellectual Property

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=304064&utm_source=chatgpt.com

23 51 Understanding the collective bundles of IP rights by firms

[https://www.gov.uk/government/publications/understanding-the-collective-bundles-of-ip-rights-by-firms?](https://www.gov.uk/government/publications/understanding-the-collective-bundles-of-ip-rights-by-firms?utm_source=chatgpt.com)
[utm_source=chatgpt.com](https://www.gov.uk/government/publications/understanding-the-collective-bundles-of-ip-rights-by-firms?utm_source=chatgpt.com)

24 [PDF] Four Keys to Revitalizing Manufacturing Companies - WIPO

https://www.wipo.int/edocs/mdocs/mdocs/en/wipo_smes_tyo_19/wipo_smes_tyo_19_p3.pdf?utm_source=chatgpt.com

26 fsa.go.jp

<https://www.fsa.go.jp/news/r7/singi/20260721/04.pdf>

36 INPIT知財総合支援窓口

https://chizai-portal.inpit.go.jp/?utm_source=chatgpt.com

37 IPL支援ポータル | IPランドスケープ支援事業 | IPL支援ポータル

https://ipl2026-2027.inpit.go.jp/?utm_source=chatgpt.com

38 【公募】[中小企業等向け]知財ビジネス報告書作成支援事業の ...

https://chizai-portal.inpit.go.jp/madoguchi/nagano/news/61831.html?utm_source=chatgpt.com

39 [INPIT] 知財経営支援ネットワークの更なる強化に向けた ...

https://www.inpit.go.jp/katsuyo/topic/2026.html?utm_source=chatgpt.com

41 知財ガバナンス・無形資産経営の推進 | IPIAGA(知財・無形資産ガバナンス協会)

<https://ipiaga.org/>

43 会社概要・アクセス

https://www.nejisaurus.engineer.jp/access?utm_source=chatgpt.com

44 会社沿革

https://www.nejisaurus.engineer.jp/corporate-history?utm_source=chatgpt.com

45 ネジザウルスGTの開発から得られた M_P_D_P

https://www.inpit.go.jp/content/100554935.pdf?utm_source=chatgpt.com

46 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?utm_source=chatgpt.com

48 [PDF] MPDP理論と大阪らしい「遊び心」で 世界一愛される道具を

https://www.maido.or.jp/mono_hojokin/mono_seika_H25/52.pdf?utm_source=chatgpt.com

52 知的財産推進計画2026

https://www.cas.go.jp/jp/seisakukaigi/titeki2/260612/keikaku_all.pdf?utm_source=chatgpt.com

54 「知財経営への招待〜知財・無形資産の投資・活用ガイドブック ...

https://www.jpo.go.jp/support/example/chizai-mukei-toushi-katsuyou-guide/?utm_source=chatgpt.com

55 知的財産権を事業に活かそう | 経済産業省 特許庁

https://www.jpo.go.jp/support/chusho/index.html?utm_source=chatgpt.com

56 [INPIT] IPランドスケープ支援事業

https://www.inpit.go.jp/katsuyo/ipl/index.html?utm_source=chatgpt.com

57 公募要領 - IPL支援ポータル

https://ipl2026-2027.inpit.go.jp/recruitment?utm_source=chatgpt.com

58 知的財産権活用事例 | 経済産業省 特許庁

https://www.jpo.go.jp/support/example/index.html?utm_source=chatgpt.com