

株式会社エンジニア 高崎光弘社長の講演

「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」

高崎社長は、大学卒業後10年間造船技術者



として活躍後、父親が創設された「双葉工具株式会社（後の株式会社エンジニア）」に入社され、その後社長を継がれました。

当社は主に電気・電子機器業界向けの作業工具を製造販売してこられたが、今日は、「頭をつぶれたネジを外す工具ーネジザウルスGT」の開発から得られた、後述する4つの秘訣“MPDP”の紹介を通して、リーマンショック、東日本大震災により苦境に立たされている中小のモノづくり企業の支援をしたい、とのご意向でお話をいただきました。

「MPDPとは」

マーケティング、パテント、デザイン、プロモーションの頭文字で、MPDPそれぞれに強みを出して、しかもこの4つが融合して始めてヒット商品が誕生する、と考えている。以下MPDPについて考察する。

（1）M：マーケティング

過去のネジザウルスの愛用者カードを参考に、現行品の改善点を盛り込んで製品化した「ネジザウルスGT」は爆発的に大ヒットした。受けたのは顧客からの改善要望の低かった“頭の薄いネジも外せる”ことだった。顧客の要望点を改善するのは当たり前で、大事なことは、顧客も気づいていない、モノを見て初めてこれは便利と気付くような改善である。

（2）P：パテント

知的財産の重要性は中小企業経営者も分かっているが、個々の事例の対処に精一杯で、具体

的にどのように出願するかとなると理解出来ておらず、知的財産戦略が構築できていない。

当社では、社員に国家資格の「知的財産管理技能検定」を受けさせている。2、3級を取得すると、弁理士とのコミュニケーションが図れて、効果的な知財投資が可能になる。

（3）D：デザイン

多くの中小企業の経営者は、機能は極めるがデザインを考えないために、魅力的な商品にならない事が理解できていない。現在のようにモノが売れない時代には、機能的価値だけでなく、情緒的価値を商品に持たせることが重要になっている。そのために、専門的な知識と経験のあるデザイナーの活用を進めなければならない。

（4）P：プロモーション

プロモーションは、費用対効果を慎重に考えなければならない。先ずインターネットの活用を考えることが重要。ホームページやブログ、ツイッター、フェイスブックが利用できるし、動画は効果的である。

「モノづくりへの取り組み姿勢」

日本のモノづくり企業が復活するためには、ドイツの生き方が参考になる。

世界に冠たるドイツの技術力はモノづくりへのこだわりを負っていると言われる。

また、ドイツの中堅企業はオンリーワン企業を目指し、ドイツの輸出の7割を中堅中小企業が担っている。

一方、日本は輸出の9割が自動車・電機・機械・鉄鋼など大手企業の製品である。

これからの日本の中小企業の再生の道はドイツをモデルにすること、それには「優秀な職人技の伝承と、MPDPによる活性化」が有用である。

お話の内容もプレゼンテーションもすばらしく、一同深い感銘を受けました。

（長田記）