



# ENGINEER® の MPDP ダイアリー



高崎 充弘

## 第16回 グローバルニッチトップ戦略とMPDP

### [Profile]

東京大学工学部卒業後、三井造船入社。米国レンスラー工科大学で修士課程修了後、(株)エンジニアの前身である双葉工具に入社。2004年に同社代表取締役社長に就任。独自の「MPDP理論」によるニッポンのモノづくり立国を提唱している。

本年3月、当社は経済産業省から「グローバルニッチトップ（GNT）企業100選」として表彰を受けました。

同省がグローバル展開において優秀と認めた企業を「GNT企業」として認定するのは今回が初めてのことです。堀場製作所（エンジン排ガス測定装置）、シマノ（自転車用変速機）、日本製鋼所（原子炉圧力容器）といった大企業とともに従業員30余名の中小企業である当社が100社の中に選ばれたのは大変名誉なことと社員一同心から喜んでいます。

当社のGNT製品といえば……さびたり、頭がつぶれてしまい、ドライバーでは外せなくなった小ネジの頭を掴んで外せる専用工具……という、まさにスーパーニッチな市場をターゲットとした「ネジザウルス」であり、シリーズ累計販売200万本を達成する大ヒット商品になっています。

現在は国内のウエートのほうが大きいですが、海外にも積極的にプロモーションを展開しており、数年後には海外比率を2分の1程度にしたいと考えています。

そして、ネジザウルスだけでなく、もう一つGNT企業に選ばれた理由があったのです。それは経済産業省のホームページに記載されていた（<http://www.meti.go.jp/press/2013/03/20140317002/20140317002.html>）以下の内容から分かりました。

「GNT企業として顕彰するとともに、こうした企業の経験値を一般化し、GNT企業を目指す企業に対する経営の羅針盤を示すことを目的として、グローバルニッチトップ企業100選を選定しました」

「羅針盤」という言葉が使われていたことは受賞後に気づいたのですが、まさに当社が提唱している「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」がそれに相当します。

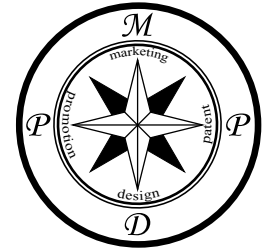
リーマンショック後の大苦境からV字回復への原動力となった4代目ネジザウルスの開発秘話と、そこから誕生した「MPDP理論」については本稿で皆さまにご紹介させていただいているとおりです。右ページ上部に掲げたMPDPのロゴマークは、商品開発からプロモーションに至る、まさに当社の「羅針盤」です。

多くの皆さまにMPDP理論を知っていただき、それを活用することで日本から続々とGNT企業が誕生していくことを心から祈念しています。

GNT企業100選の表彰式の席上、茂木敏充経済産業大臣から、以下のありがたいお言葉をいただきました。

「日本の貿易赤字はさまざまな要因で増大していますが、日本再興戦略の牽引役として頑張ってもらいたい。ドイツでは皆さんのようなGNT企業のことを『Hidden Champions（隠れたチャンピオン）』と呼んでいます。皆さんはもうHiddenではありません。政府も支援しますので、ますますの活躍を期待しています」

今回選ばれたGNT企業の輸出額を合計すると7000億円になり、日本全体の輸出額70兆円の実に1%に相当するそうです。当社も今回の受賞を機に、MPDPをさらに磨き上げ、ネジザウルスに続く第二、第三のGNT製品を鋭意開発していきたいと考えています。今後ともどうぞよろしくお願ひいたします。



ウ：社長はん、グローバルニッチトップ企業100選の受賞、オメデトウございます。

高：ありがとう！ 発明表彰やデザイン賞とはまた別の視点で選考された賞なので、とても光栄だったし、誇りに思うよ。

銀：お話しちゅうえろうすまへん、「グローバルなんか」ちゅう賞でっけど、長すぎて意味がよう分かりまへんねん。

高：日本国内の小さな市場の中で、圧倒的なシェアを持っている企業のことをニッチトップ (NT) 企業というんだけど、それが海外でも高いシェアを誇っている企業のことをGNT企業というんだよ。

銀：なーるほど！ グローバルに事業展開しておって、ニッチな市場でトップシェアの企業ちゅう意味でんな。ネジザウルスもVamPLIERS (吸血鬼) に名称変更して北米などへも展開してまっからね！

ウ：受賞理由にMPDPがあったって聞きましたけど？

高：GNT企業の経験値を一般化することで他の企業の参考にもなるようにというのが表彰の目的の一つだったようだね。

銀：MPDPは社長はんが抽出しはったヒットの法則やから、まさに一般化された経験値ですやん。

高：国内だけではなくグローバルなヒット商品を生み出せるというのが、MPDP理論の真骨頂だからね。

ウ：へえ～、そうやったんでっか？

高：国内でNT製品になっても、GNT製品になれるとは限らないんだが、その理由は分かるかな？

ウ：国内でしか売れへん製品もありまっからね。海外にも同じような隙間市場があるかどうか、ちゃんとマーケティングせなあきまへん。

銀：MPDPの最初のMがさっそく登場～ (\*^\_^\*)

高：隙間市場の見つけ方のヒントが“Niche”という単語に隠されているんだよ。

ウ：ニッチの意味は隙間でっしょろ？

高：Nicheは「生態的地位」とも訳され、「個々の生物種が、生態系の中で占める位置または役割。同じ生態的地位をもつ二種は共存できないとされる」という意味があるんだ (三省堂『大辞林』より)。

銀：活動時間や場所によってすみ分けされてるちゅうことでんな。最適な居場所を探さなあかんねんな。

高：例えば草食動物の場合、同じ植物を食べるとしても茎や葉のように食べる部位が異なれば「食い分け」ができるから共存が可能だよな。

ウ：僕はネジタリアン恐竜やから、か～んなりニッチでっせ～ (\*^\_^\*)

銀：社長はん、生態系の観察のなかから、ニッチな市場を見つけるヒントがありそうでんな。

高：そのとおり！ さて、海外でも隙間市場があることが分かったら、次は何をすればいいかな？

銀：輸出相手国での知的財産権の確保でんな。例の怖～いラブレターが届いたり、模倣品が出たら長続きしまへんからね。

高：ノウハウや標準化など海外展開の場合は慎重に知財戦略を検討しないとね。

ウ：グローバル展開するためにはやっぱり海外の消費者に好まれるデザインが大切ですわ。

高：銀次郎くんがデザインしたネジザウルスは、グッドデザイン賞だけでなく海外で最も権威があるドイツのiFデザイン賞も初チャレンジで受賞したね！

銀：そういう効果もあったんやね～。そして、何といっても最後の決め手はやっぱり情報発信でんな。海外向けホームページやYouTubeを活用して、グローバル・プロモーションができる時代やからね。

高：GNT企業を目指すにもMPDPが絶対に必要だということに分かっただろう。

ウ・銀：GNT製品開発のお役に立てればいいね～。