



ENGINEER® の MPDP ダイアリー



高崎 充弘

第18回 MPDPの詰め合わせ「GTパック」の誕生

[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。

今回は、MPDPの4要素において、ネジザウルスと鉄腕ハサミの共通点と相違点を比較してみたいと思います。

(1) M : Marketing

ネジザウルスGTの場合、愛用者アンケートの上から5番目の要望、すなわち少数意見を取り入れることにより、ユーザーの潜在ニーズを掴むことができました。

一方、鉄腕ハサミGTの場合、アンケートの1番目と2番目の要望(ほぼ同数)で、しかも相矛盾していた2つのニーズを融合させることを開発の出発点にしました。

ユーザーの潜在ニーズを見つける方法は一つではなく、幾つかパターンがあります。MPDPのうち、最も難しいのがマーケティングですが、私自身、工具メーカーの経営者として、いかにしてユーザーの声なき声を聴くことができるか、日々業務の中で試行錯誤を続けています。

(2) P : Patent

ネジザウルスGTが18件、鉄腕ハサミGTは5件取得しており、いずれも特許権、意匠権、商標権等を組み合わせた知財権ミックス戦略であり、ノウハウも含めた知財の活用を意識しています。

両者は共に近畿地方発明表彰で「大阪府知事賞」を受賞し、さらにネジザウルスGTは平成23年度の全国発明表彰で「日本商工会議所会頭発明賞」も受賞しました。

(3) D : Design

ネジザウルスGTは設計やデザインをすべて内製化し、国内外の権威あるデザイン賞を連続受賞しました。これを機にデザインの重要性に気づき、鉄腕ハサミGTでは、社外の工業デザイナーを起用したのです。

(4) P : Promotion

ネジザウルスGTはご存じウルスくん、鉄腕ハサミGTは日本刀(居合道)をコンセプトにプロモーションを展開しました。さらに「GT」という共通のネーミングから、ネジザウルスと鉄腕ハサミの思わぬコラボレーションが誕生しました。2012年の夏に開催された所ジョージ氏の「マルトコ板金自動車ショウ」というイベントで限定販売した、世田谷ベースのロゴ入り「GTパック」です。



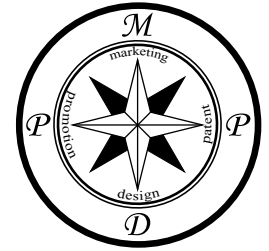
高級感あふれるパッケージを採用し、商品には名前やメッセージをレーザーマーキングすることができます。

おかげさまで、ギフト用や記念品として多くの方々からご好評をいただくことができました。

プロモーションは、商品の市場投入後も臨機応変にさまざまな企画を行うことが可能であり、販売戦略として必要不可欠な活動です。マーケティングと同様、日々感性を磨いておくことが重要だと思います。

GTパックのMPDP比較 (2014年6月時点)

	ネジザウルスGT	鉄腕ハサミGT
Marketing	5番目の潜在ニーズ	矛盾する2つのニーズを融合
Patent	国内10件、海外8件	国内3件、海外2件
Design	グッドデザイン賞 iF product design award	IDEA finalist
Promotion	ウルスくん	居合道
発売時期	2009年	2011年
累計販売数(シリーズ)	110万(200万)	12万(33万)



銀：今回はフルにしゃべらせてもらいまっせ～。

高：分かった、分かった (^_^) 前号の鉄腕ハサミGTの開発秘話で何か聞きたいことがあったの？

ウ：居合姿の社長はんの写真がおましたが、あれは？

高：3年前に全日本剣道連盟から居合道初段認定を受けた時の写真だよ。

銀：居合とハサミはどんな関係がありまんのん？

高：鉄腕ハサミGTは「最小にして最強」を実現するため、グリップを外側から、両手で握るなど、さまざまな使い方ができるのが特徴なんだ。

ウ：ぶっと～いロープや針金も切れるし、段ボールの開梱もできまんねんな！

高：それら6つの切り方に、「前」「後ろ」「添え手突き」「諸手突き」等、居合の技の名を参考に命名したんだ。

ウ：ところで社長はん、今は二段か三段の腕前でっか？

高：いや～、鉄腕ハサミのおかげで商談はできるんだが、「昇段」はなかなか難しくてね…… (^_^)

ウ：社長はんのダジャレ、初めて聞きましたわ！ 銀次郎はんよりイケてますやん (*^_^)

銀：ウッサイわ。ワシは滑舌が悪いから損してるだけや！

ウ：そうでっか～。ところで社長はん、工業デザイナーさんとはどこで知り合ったんでっか？

高：実は、愛用者カードにコメントを書いて送ってくれたデザイナーなんだ。不思議な縁を感じているよ。

銀：ネジザウルスでデザイン賞を受賞して、てんぐになりかけてた時期だったんで、目からウロコでしたわ。

高：中小企業はパテントやデザイン戦略でも、社外の専門家を有効に活用することが重要だね。

ウ：あ！ この写真懐かしいわ～ (右上)。

銀：所さんや北野武さんのスーパーカーが勢ぞろいしたビッグイベントにチーム・エンジニアも参戦！

高：その目玉商品として「GTパック」を企画したんだが、パッケージデザインにはかなり力を入れたね。



「マルトコ板金自動車ショウ」@渋谷ヒカリエ (2012年8月)

ウ：ロード・ストローラの金箔のロゴや、「ヒーローには相棒がいる」ちゅうコピーも作りましたな～。

高：MPDPの詰め合わせ「GTパック」。滑るわけには……。

ウ：いきまへん！ おかげさまで大成功でしたな！

銀：その後、GTパックは定番品になって、ノベルティーやギフト用にえらい人気が出てきましたな。

高：知財を活用した便利な道具として、日アセアン特許庁長官会合で記念品に採用いただいたりしたね。

銀：ところで今年は所さんのイベントはおまへんの？

高：10月11～13日に「アメリカン・ピクニックディ」と題して東京・お台場で開催されるよ！
<http://www.bsfulji.tv/tsb/picnieday>

ウ：社長はん、今回の目玉商品は何でんの？

高：まだ秘密なんだが……本誌の読者にはこっそりお教えしましょう！ 銀次郎くん、例のアレをここへ。

銀：フフフ……ウルスくんは知らなかったやろけどな、恐竜的進化を遂げた、史上最大の「ネジザウルスRX」が登場するんや！ ホラ！ こいつや！

ウ：出たあああ！ アメリカンサイズですやんっ！！

高：続きは次号で！ お台場で！