



ENGINEER® の MPDP ダイアリー

高崎 充弘

第47回 MPDP誕生の歴史秘話ヒストリア(2) ～人間万事塞翁が馬～



[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。

前号では2000年に発売した「小ネジプライヤー」がふとしたきっかけから「ネジザウルス」に変身し、絶滅危惧種からカンブリア紀最強の「アロマノカリス」になったところまでお話ししました。この時点ではまだMPDPは誕生しておらず「機・能・美」というぼんやりとしたイメージがあっただけでした。

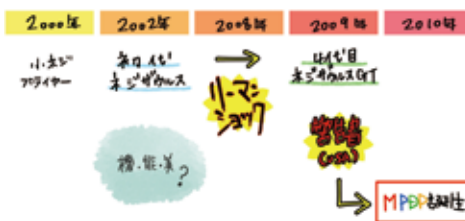
その後2005～2006年にサイズの異なるシリーズをリリースするも見るべき効果はなく、ネジザウルスの売り上げは下降傾向を示し、2008年のリーマンショックをバネにして開発された4代目ネジザウルスGTが空前の大ヒット、そして2010年にMPDP理論が完成……というストーリーは読者の皆さまはよくご存じかと思います。

しかし、その半年前の2009年7月に当社がリーマンショック以上の衝撃を受けた事件がありました。それは初代ネジザウルスのグリップカラー(青)に対する米国からの商標権侵害警告(本稿2015年7月号参照)でした。2週間の回答期限を過ぎるとあらゆる権利行使(販売差止め、損害賠償請求)をするという恐ろしい内容に、顔面蒼白、震え上がりました。

たまたま4代目のネジザウルスGTは、虫の知らせか(笑)それまでのネジザウルスのグリップカラーの青ではなく、環境に優しく、アウトドアのイメージにもつながる緑にしていたのですが、初代ネジザウルス等は確かに先方の色商標を侵害していました。

どれほどの賠償請求になるのか、米国で裁判になったら、巨額の係争費用が発生し、陪審員は日本企業に不利……など最悪のケースも頭をよぎりました。

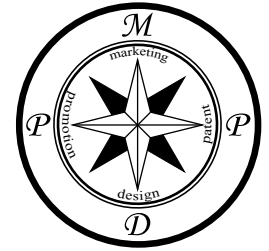
リーマンショックによる売り上げ急減と米国からのラブレターの到来というダブルショックをなんとか乗り越えた2009年末、「『ああ良かった!』で済ませてはいけない、今回の経験を絶対に生かさなければ!」という強烈な想いに突き動かされてKey Success Factorとしての「MPDP」を抽出することができたのです。



真っ先に出てきたのはもちろんP:パテントです。「機・能・美」などという漠然とした感覚的な表現ではなく、「知的財産」の大切さを強く認識し、M:マーケティングの次の重要なポジションに据えました。また同年にはグッドデザイン賞や展示会でさまざまな賞をいただくことができ、D:デザインとP:プロモーションが重要な要素として明確になりました。そして、こうして生まれたMPDPを広く正しく使っていくために商標登録を行いました。

「人間万事塞翁が馬」は父親が好きな言葉でしたが、危機的な状況の後に、ネジザウルスGTとMPDP理論が誕生したこともあり、今では私自身の座右の銘となっています。





ウ：リーマンショックとラブレター攻撃でっか！ どちらも米国からの強烈なパンチでしたな！

高：しかしそれが契機となって、素晴らしい宝物が2つも誕生したから、まさに「人間万事塞翁が馬」だね。

銀：すんまへん、その「じんかん……」なんちゃらっちゅうのはどういう意味でんの？ (^_^;)

ウ：昔、中国に塞さんちゅうおじいさんがおってな、飼ってた馬が逃げてもたんや。

銀：そら、えらいこっちゃ！ かわいそうやな～。

ウ：せやけどある日、めっちゃエエ馬と一緒に戻ってきたよったんや。

銀：めっちゃラッキーやん！ よかったな～。(^o^)

ウ：せやけど、おじいさんの子どもがその馬から落ちてけがしたんや。

銀：そら、えらいこっちゃ！ かわいそうやな～。

ウ：せやけど、そのおかげで子どもは兵役にとられんで、戦死せんで済んだわけや。

銀：めっちゃラッキーやん！ よかったな～。(^o^)
……これっていつまで続くん？

高：良いときも有頂天にならず、悪いときも意気消沈せず、いつも感謝の気持ちを持って平常心でいることが大切という意味なんだ。

ウ：米国発の激震といえ、今年はトランプ・ショックも予想されるみたいやけど、一喜一憂せんと冷静に対処しまひよ！ (*^^*)

銀：ところで社長はん、MPDPはどんな感じで生まれてきたんでっか？ サウナの水風呂で産湯をつかわはったって聞きましたが。(本稿2014年1、3月号)

高：「機・能・美」以来何年間も考え続けてきたことがベース（具材）になり、そこに強い外圧が加わり（圧力鍋）、馬上・枕上・^{しじょう}廁上のリラックス状態（サウナ）で誕生した。ストーンと^ふ腑に落ちる感じだった。

ウ：最初からMPDP（マーケティング、パテント、デザ

イン、プロモーション）で生まれましたん？

高：そうじゃないんだ。4つの要素は明確になったんだが、どういう名前にするかはかなり考えたよ。

銀：そうですね、ワシも2人の娘の名前をつける時、めっちゃ悩みましたで。(^^*)

ウ：奥さんの名前をいれるか銀ちゃんの名前から取るか……かなり綱引きあったみたいやけど……。

銀：うっさいな～、そこはエエねんて！ 女の子やからカミさんの名前で……。(;O;)

高：お客さまの潜在ニーズはVOC（voice of customer）、知的財産はIP（intellectual property）などいくつもの名前がサウナで浮かんで消えていって……。

ウ：そして最後に圧力鍋から飛び出てきたのがMPDPちゅうわけでんな？

高：実はもう一つ同時に出てきたのがMaPDeP！ 宝の地図(Map)を使って、潜在ニーズを深く(Dep)掘る。かなり気に入ってロゴまで考えてみたが、やはり伝わりやすいほうがいいということでMPDPに決定！

銀：やっぱシンプルイズベストでんな～。(^^*)

ウ：社長はん知ってまっか？ 数カ月前から「MPDP」という似た言葉が大ブレイクしてまっせ！

銀：「PPAP」やろ。ピコ太郎のペンパイナッポーアッポーペン。YouTubeの再生回数、世界一らしいで。

高：確かに語感が似ていて面白いね。(^^*) ところで「PPAP」って商標はどうなってる？ ウルスくんJPP(特許情報プラットフォーム)で検索してごらん。

ウ：おやおや！ 昨年10月にピコ太郎さんの所属事務所が出願しているが、その9日前に別の出願人が……。

高：最近問題になっている商標ブローカーの仕業かも。

銀：MPDPは2012年に商標登録していて良かったでんな～。

高：難産の末に生まれた「MPDP」が、読者の皆さまを中心に広まり、「PPAP」に負けないうくらい世界中で愛用される日を夢見ているよ。