となった。

SNS でファン層拡大

株式会社 ウイオール

事業内容

平成9年に創業。ロゴ製作、フライヤー・広告

など印刷物全般を中心にしたデザイン活動を軸に

置き。デザイン活動の広がりの中で、平成11年

に大型バイクのハーレーダビッドソンのカスタム

デザインを手がけ、「大阪モーターサイクルショー」

に出展。そのことがその後バイクに関わるきっかけ

平成12年、店舗に自社製作工場を併設し、合わ

せてバイク部品の「TRIJYA (トライジャ)」ブランド

が誕生した。そして平成16年に法人化。現在では

モーターサイクル事業を核にして今日に至っている。

そのブランドはブログやフェイスブック、インスタ

グラム、YouTubeといったSNSを通じて、国内

はもとより海外にまで名前を知られるようになり、

展示会への出展が反響を呼ぶ

世界のバイク愛好家の心をつかむ

補助事業

あらゆるバイク部品をカスタマイズ

同社の自社ブランドである「TRIJYA」はデザ イン性や機能性が高いことを特徴にしており、顧客 が求める"良いもの"に応える。特にシートや塗装、 金属加工などを含むあらゆるバイク部品のカスタ マイズができる"国内で唯一の企業"を標榜して おり、様々な顧客の要求に対応している。

強まる短納期化対応への要望

バイク業界では、モデルチェンジの短期化に伴う 部品の短納期対応が課題になっている。特に同社 が扱う部品は特注品に当たるため、これまでその 受注から製造・納品には3か月以上を要していた。 それも年々精度の向上とともに短納期化の要望が 強まってきている。同社ではこれまで精度向上に対応 するため部品のデータを取るための3Dスキャニング の工程を外注していて、そのためにバイクそのもの を外注先に輸送する必要があった。

株式会社 ウイオール

代表取締役社長 岡本 佳之

多くのファン層を生んでいる。

〒582-0001 大阪府柏原市本郷5-4-18

TEL. 072-970-3110 FAX. 072-972-6114 資本金/8,000千円 従業員/7名

主な取引先/正規ディーラーなど

主な保有設備/3Dスキャナ

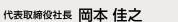
主力製品/バイク部品販売、広告デザイン











ハイスペックブランドを提供

終わりを告げているメーカー主導の時代に、 "良いものを求める"顧客に真正面から向き 合い、"業界で最もハイスペックな"ブランド を作ってきました。

板金から組立までを行う技術力とデザイン 力が強みです。



https://trijya.com/





3D スキャナを使った作業



1. 5カ月の工程を1日で

そこで補助金を使って3Dスキャナを導入。それ までバイクそのものを外注先に輸送・発注していた スキャニング工程を内製化した。その結果、この 工程だけでこれまで約1.5ヵ月を要していた期間 が、1日で済むようになった。そして納期の短縮 だけでなく、さまざまなバイクモデルのCADデータ を社内で取れるようにもなったことから、今後は それらのデータを参考に同社の製品開発にも生か せそうだ。

データの蓄積で一層の効率化も

また、試作加工工程も短縮化している。試作品 に直接粘土などを使用して修正を行い、そのデータ を3Dスキャナで CAD に取り込むことができる ようになった。これまでは一つひとつデータを修正 して対応していたため、修正時間の大幅な短縮が 実現した。さらに、バイク構造の専門知識を持つ スタッフのノウハウを CAD へ取り込めるように なったために、より正確に技術の「見える化」も 実現できている。それらのデータを蓄積していく ことで、今後一層の作業の効率化にもつながると 見ている。

今後の戦略

機会損失の解消へ

これまではバイクに愛着の深い顧客が増えるに 従って、バイク部品の受注が6ヵ月先まで埋まって いる状況が続いていた。このため、それ以上の 受注を受けきれない状況まで出現し、同社にとっ ても機会損失につながっていた。この納期短縮に よって、これまでより大幅に受注を受けることが できる体制を確保。常に顧客に待機してもらって いる状態が続いている同社だが、作業の効率化へ の一つの目途がついたことでその解消を図っていく 考えだ。

海外市場も視野に

ジャパンブランドの波にも乗って、同社に想いを 寄せる顧客は今や国内だけではなくなっている。 岡本佳之社長自らSNSでの情報発信を続けており、 例えばインスタグラムではフォロワー数はわずか 1年半で2万6,000人を超えている。国別では インドネシアやインド、米国、マレーシアなどが 続く。海外からの来店客も増えているといい、今後 はそうした海外客への対応も課題に上っている。 実際、海外の展示会への誘いもあるといい、世界

中のバイク愛好家たちから対応を待たれている。

取材を終えて

継続する力が差別化を生む

創業からのさまざまな苦労の中でも顧客の信用を得るために現在の「TRI JYA」ブランドを磨き上げてきた。その社長が大切にしているのが"継続 する力"だそうだ。同社の大切な販促活動にもなっているブログはこの13年間、 入院していた日も含めて一度も休んだことなく投稿し続けているという。そして 会社の "継続"に向けて大切にしているのが社員教育と待遇だ。今後の事業 拡大に向けて、社長の想いをくみ取れる社員を増やすことが欠かせない。

46 平成30年度ものづくり補助金成果事例集 平成30年度ものづくり補助金成果事例集 47