

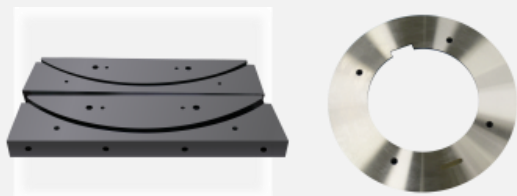
# 会社概要

社名	株式会社トライヤーン		
創立	1966年2月15日		
所在地	東京都東大和市立野3-581		
資本金	2000万円	従業員数	40名
事業内容	工業用機械刃物、工作機械向け部品（レール等）、カッターユニット／パンチユニットの製造・販売		

## 主力製品

- 工業用機械刃物
  - ・専門の機械（設備）で特定の製品を切断する特注刃物。  
100mm～3,000mmまで。
- 工作機械用部品
  - ・工作機械の生産に使用するレールやテーブルを中心とした精密部品。
- ユニット製品（カッター／パンチ）
  - ・二枚刃カッターユニットを中心に、産業設備用のユニット品として生産。  
二枚刃方式のカッターユニットは国内数社のみ。

工業用機械刃物



工作機械用部品



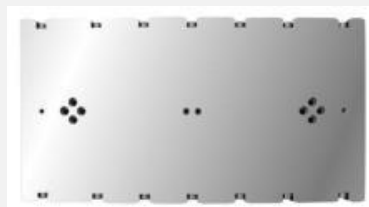
## 作成前の課題認識

未来について大きくは考えていたが、社員と対話できるレベルのまとめ方はしておらず、社員にとっても未来が見えない状態であった。

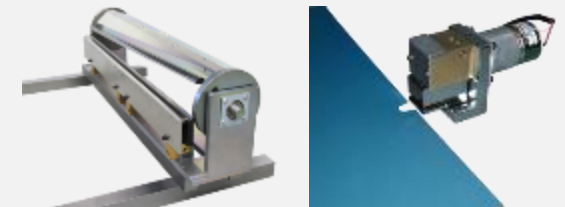
## 作成の成果・今後の活用

- ・社長のイメージを社員に伝えやすくなった。
- ・社員と未来を語りやすくなった。
- ・より詳細な必要事項が明確化した。

工作機械用部品



ユニット製品



# 経営デザインシート (アウトドア事業)

株式会社トライヤーン

## 事業概要

経営理念>夢を創る会社  
 切手を磨いて、刃物の新たなあり方とものづくりの楽しさを提供する企業  
 社長の思い>①人生楽しく ②自主自律 ③トライヤーン(熱意を持って挑戦する)  
 取締役の思い>お客様のありがとうを集める  
 特徴>数少ない鉄鋼向け刃物が製作できる(自社熱処理あり)  
 シヤーリング方式のカッターユニットが製作できる(国内3社のみ?)

## 経営方針との関係

トライヤーン  
 ~熱意を持って挑戦する~

## 事業概要

経営理念>夢を創る会社  
 切手を磨いて、刃物の新たなあり方とものづくりの楽しさを提供する企業  
 社長の思い>①人生楽しく ②自主自律 ③トライヤーン(熱意を持って挑戦する)  
 取締役の思い>お客様のありがとうを集める  
 工業用刃物で培った技術でアウトドア愛好家に向けて高耐久の刃物を実感しえ  
 賣う

## 経営方針との関係

熱意をもって挑戦する

資源

ビジネスモデル

価値

資源

ビジネスモデル

価値

**内部資源**

- ・大型研削盤
- ・熱処理施設

知財

- ・会長の切るに対するアイデア
- ・熱処理の歪みに対するリカバリ、硬度、靱性等の技術特化
- ・高耐久性・そこそこ品質・お手頃価格の刃物の製造技術
- ・材料の選定ノウハウ
- ・焼きなましのノウハウ

**外部調達資源 (誰から)**

- ・

知財 熱処理連携

資源をどのように用いて価値を生み出してきたか

**高耐久性・そこそこ品質・お手頃価格の刃物の製造・販売**

刃物に関しては熱処理での硬度や靱性への対応により長寿命、真直度の高精度化、材料の最適化でコスト削減

誰と組んで

提供先へのアクセス法

知財の果たしてきた役割

一中小企業が大手との直販のパイプを作ってきた。

提供してきた価値

提供先 (誰に)

大手企業 (タイマーカー、鉄鋼メーカー、印刷機メーカー)

何を切断に関する課題解決

- ・熱処理製品に関しては硬度、靱性への対応により刃物の長寿命化
- ・レール関係は真直度の高精度化
- ・材料の最適化によってコスト削減

提供先から得てきたもの

- ・ネームバリュー

**熱処理装置**

- ・ワイヤー放電加工機
- ・研削盤

知財

- ・熱処理技術
- ・既存の熱処理技術を応用した鉋・斧の製造技術
- ・切断材料により刃の構造の開発力
- ・鋼材に関する知見
- ・鋼材の仕入れネットワーク
- ・直販サイト
- ・デザイン力
- ・長年刃物を扱い続けた業界内でのネームバリュー

**外部調達資源 (誰から)**

- ・鉋・斧の柄

知財

- ・鉋・斧の柄のデザイン

資源をどのように用いて価値を生み出すか

フルタングで熱処理加工を施した、切れ味のよい鉋および斧の製造・販売 (鉋および斧の特徴)

- ・強靱・耐久性・軽量
- ・料理とパトニングに使用可能

どんな相手と組んで木工業者

提供先へのアクセス法

クラウドファンディング ⇒ 直販サイトで販売

提供する価値

提供先 (どんな相手に)

アウトドアギアにこだわりを持っているキャンパー

アウトドア好きな女性

装備を軽くしたいと思っているキャンパー

料理とパトニングを兼用したいキャンパー

何を

- ・切れ味良く巻き割が出来る
- ・長く使える

提供先から得るもの

- ・ネームバリュー
- ・エンドユーザーのニーズ
- ・口コミ

**これまでの外部環境**

- ・要素 高度経済成長時代投資も多くなり工作機械の需要が高かった。自動車産業も好調な時期がありタイヤの需要が高かった。
- ・要素 金属の価格変動、リーマンショック、コロナ等の大きな市場影響、印刷物が販を必要としないデジタルなものへの変化

市場状況

**事業課題 (弱み)**

- ・ニッチな業界のため既存客に変化が少なく全体の中での枠の取り合いのため価格供促になりやすい。

## 「これから」の姿への移行のための戦略

これまで

**これからの外部環境**

- ・要素 アウトドアブーム、焚火がスタンダード、アウトドアギアにこだわりを持つ人の増加
- ・要素 安全面への要求が高くなっている 鋼材の高質

アウトドアブームで、焚火がスタンダードになった。アウトドアギアにこだわりを持つ人が増加している。

**移行のための課題**

- ・デザイン性・最適な歯の開発・販路開拓

**必要な資源**

知財

- ・料理とパトニングに活用できる刃の構造の開発力
- ・直販サイト
- ・デザイン力

**解決策**

- ・社内デザインコンペを開催し、鉋・斧のデザイン開発
- ・刃材および刃の形状の選定 (料理とパトニングに最適化)
- ・クラウドファンディングを活用した購買検証
- ・柄および刃の意匠権取得
- ・知財の非侵害の確認 (クリアランス調査)
- ・切れ味の定量評価 (第三者評価)
- ・ブランド策定 (ストーリー性を含む)
- ・直販サイトの構築

これから