

株式会社カスタムジャパン

“カッコ悪い”けど高収益のバイク部品販売 ネット通販に乗り出し、業界を変革

戦後から続くバイク部品卸会社の3代目。家業の人脈と信用力を活かして、バイク販売店や修理工場向けに部品や工具のネット販売をスタートさせた。業界の慣習を変革し、ベンチャー型事業承継を実現した。

株式会社カスタムジャパンは、バイク・自動車・自転車の部品や工具をバイク販売店や整備工場向けにネット販売する。その前身となるのは、1954年に代表取締役社長の村井基輝氏の祖父がバイクや自動車部品の販売業として大阪市で創業した鶴橋部品。父親が2代目としてその経営を引き継いだ。

「後継者になる気はまったくなかった」と話す村井社長は、コンピュータ専門学校に通う傍ら、クラブDJとしても活躍。知人らと起業したITベンチャー企業で取締役に就き、時流に乗ったビジネスの楽しさを味わったという。しかし、出資を受けた事業が難航し役員任期終了とともに退任。当時、村井社長は28歳だった。

そんな時、思いがけず父親から「家業を手伝って見ないか」と誘いを受けた。当時の鶴橋部品は従業員5人。電話で注文を受けて手書きの伝票をつけ、

部品をトラックで配達するという昔ながらの商売をしていた。

「正直、カッコ悪いので家業に入るのは嫌だと思った。でも、これまで自分が好き勝手にできたのも、家業のバックボーンがあったからだ気づいた」という村井社長。財務諸表を見ると、かろうじて黒字であることに驚いたという。仕入れと売り方を変えれば、拡大のチャンスがあると考えた。2003年に入社した村井社長は、「父親がエンジェル投資家に見えた。父親か



「日本国内では斜陽といわれるバイク部品販売事業も、アジアでは成長産業。今後海外での部品の流通は加速していくと見ている」と語る村井基輝代表取締役社長

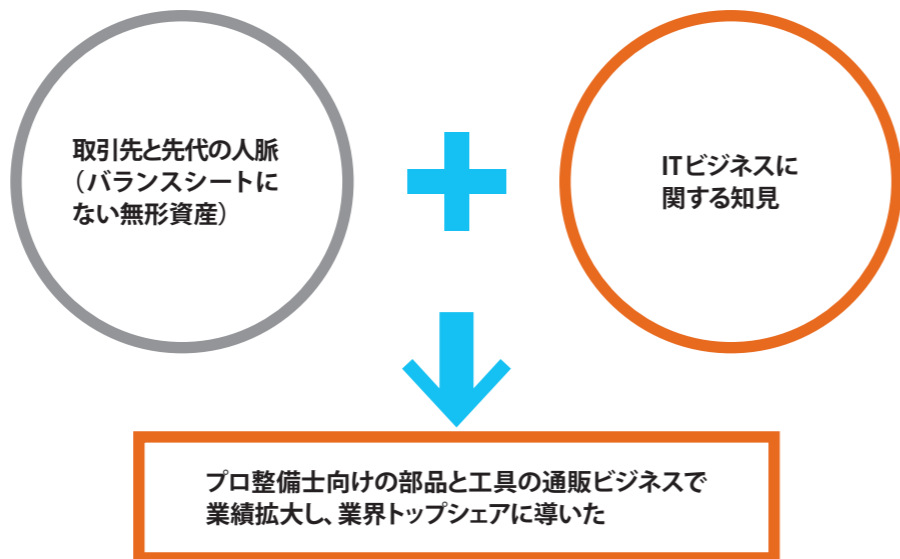
Corporate Profile

代表取締役社長 村井基輝
 本社 大阪府大阪市中央区
 日本橋2-9-16
 創業 1954年
 設立 2005年
 従業員数 120人(アルバイト含む)
 事業内容 バイク・自転車・自動車パーツ、
 整備工具の販売

https://www.customjapan.jp

カスタムジャパンの改革

ITベンチャー企業の役員から転身。プロ整備士向けの部品と工具の通販ビジネスで業績拡大



ら資金調達して自分の会社を作ってやると考えていた」と話す。

入社して気づいたのは、バイクや自動車の部品は流通経路が複雑で、顧客は発注に手間がかかるということ。村井社長は、複数の部品を一括発注できる仕組みが必要だと考えた。当時、オフィス用品の通販会社が成長していたこともあり、これまでのITの知見を生かしてバイクや自転車部品のネット通販への挑戦を決意。05年に株式会社カスタムジャパンを設立した。鶴橋部品とは別会社にしたのは、社長という立場のほうが事業を進めやすいと思ったからだという。

家業の再構築はスピード速くイノベーションを起こせる

家業では国内の商社や問屋を経て部

品を入手していたが、新たに海外の工場を自らメーカーを探し出し、直接仕入れを交渉。中国語を話せるスタッフは語学学校の講師やコンビニエンスストアのアルバイト店員に声をかけ希望者を採用した。

ネット通販サイトを作る上で大変だったのは、部品のデータベース化。特に部品の互換情報は自動車やバイクメーカーが開示していないため、取引先である修理工場の協力を得て、一つひとつ丹念に調べ上げた。

「祖父の代からの商品情報の蓄積や取引先との信頼関係という財産があったからこそ、通販サイトを構築することができた。スタートアップ企業にはない、古くから根を張る会社の良さがよくわかった」(村井社長)。

仕入れと流通の見直しによって商品

カスタムジャパンのネット通販サイトでは、業界で初めて、バイクに適合した部品情報をフレームナンバー、型式や純正部品番号から検索できる機能を構築した



村井CEOの祖父母にあたる創業者夫婦。1954年に大阪市の鶴橋で自動車やバイク、自転車の部品販売業を始めた

価格を抑えたことと、必要な部品が素早く見つかる利便性の高さからサイトの会員数は大きく伸び、同社は業界に革新を起こす事業を創り上げることに成功した。その後、部品の自社開発にも取り組み、現在は国内外メーカー商品と合わせて約30万点を取り扱い、サイトの会員数は7万社に上る。鶴橋部品の入社当時から比べると、売上高は10倍以上に伸びた。現在、鶴橋部品は社名を変更して株式会社日本モーターパーツとなり、大手バイクショップ向け事業を担うグループ会社として、村井社長が代表を兼任している。

「バイク市場は日本では縮小傾向だが、アジアでは成長産業。今後は海外展開を加速する。自分で部品を集めて作る新しい乗り物の提案や、バイク好きの個人に向けたBtoC事業も手掛けたい」と村井社長の構想は広がる。

自身がベンチャー型事業承継を成し遂げた経験から「家業のリソースがあるほうがビジネスの成功率が高いことを、若手アトツギに知ってもらいたい」と話す村井社長。「DJをしていた時、新しい音楽は必ず、既存の楽曲に何らかの要素を加えたリミックスによって生まれると知った。ビジネスで言えばこれは“家業の再構築”。リミックスこそ、イノベーションの源泉であり、長寿企業の多い日本の事業承継問題の解決につながるはず」と語る。