

【DX戦略書】 株式会社IPS PLIERS

策定日：2025年5月14日

代表取締役 内山 航洋

当社は1940年、パンチメーカーであった創業者・五十嵐末一郎が「恩師と同じ工具は造らない」という信念のもと、日本で初めてプライヤの製造を開始したことにより誕生しました。その創業精神は、「同じ工具は造らない」という革新への挑戦として脈々と受け継がれています。

以降、80年以上にわたり、国内唯一のプライヤ専門メーカーとして「高品質な日本のモノづくり」を体現し続け、IPSブランドは国内外から高い評価を得てまいりました。目に見えない部分にまで妥協しない姿勢、真摯な商品開発と製造へのこだわりが、今日の私たちの強みとなっています。

今、私たちは新たな時代の要請に応えるべく、DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進に取り組んでいます。

製造業を取り巻く環境は大きく変化し、単なる価格競争ではなく、機能的・感性的価値が求められる時代へと移行しています。日本製プロダクトへの期待が高まる中、当社は「製造DX」「営業・マーケティングDX」「経営・管理DX」の3つの柱を中心に、事業全体の変革を加速しています。

自社ブランド「IPS」の価値をより一層高めることで、OEM依存からの脱却を図るとともに、DXによる業務効率化、製造プロセスの最適化、顧客との接点強化を進め、企業価値の向上を目指してまいります。

“楽しむことで生まれるモノづくり”という原点に立ち返りながら、未来のために、そして将来生まれてくる子どもたちのために、「本当に良いもの」を残すこと。

それが、私たちIPS PLIERSの使命であり、変わらぬ覚悟です。

DXという変革の波の中にあっても、私たちの信念は揺らぎません。これからも、時代の先を見据え、日本発のプライヤを通じて、世界中に豊かさと価値を届けてまいります。



2025年10月2日

代表取締役 内山 航洋

1. DX推進の背景と目的

2. 企業理念、経営ビジョン

3. ビジネスモデルの方向性について

4. DX戦略

5. 具体的な取り組み

6. DX推進体制

7. DX人材の育成・確保

8. ITシステム環境の整備

9. DX戦略の達成指標

製造業におけるデジタル技術の進化は、生産性向上や業務効率化の面で大きな機会をもたらす一方で、競争環境の変化に適応できなければ、企業の競争力低下につながるリスクもある。特に、「価格競争から機能価値へのシフト」や「外国市場における日本製プロダクトの価値向上」が進む中で、データ活用やDXの推進が不可欠となっている。

リスク

01

デジタル化の遅れによる競争力低下

他社がデジタル技術を活用して生産性向上やコスト削減を進める中、自社がアナログな製造管理を続けると、競争力を失うリスクが高まる。

02

低価格競争の激化と差別化の必要性

海外メーカーが低価格かつ高機能な製品を市場投入することで、価格競争に巻き込まれる可能性がある。機能価値を重視した製品開発とブランディング戦略を強化しなければ、競争優位性を維持できなくなる。

03

労働力不足による生産力低下

少子高齢化により熟練技術者が減少し、人材確保が難しくなることで、生産体制の維持が困難になる可能性がある。デジタル技術を活用し、技術継承や業務の効率化を進めなければ、生産性低下につながる。

04

サイバーセキュリティリスクの増大

クラウド化やデータ活用を推進することで、情報漏洩やサイバー攻撃のリスクが高まる。適切なセキュリティ対策を講じなければ、企業の信用低下や業務の停止といった影響を受ける可能性がある。

機会

05

高付加価値製品の開発による市場拡大

価格競争ではなく、機能価値を重視した製品開発に注力することで、ブランド価値を向上させ、新たな市場を開拓することが可能となる。特に、海外市場では「日本製」の信頼性を活かした展開が有効である。

06

製造データの活用による品質向上・効率化

製造工程のデータを可視化・分析することで、生産ラインの最適化が可能となり、不良品の削減や品質向上につながる。結果として、業務効率の向上とコスト削減が実現できる。

07

クラウド導入による業務最適化

製造・営業・経理データをクラウド上で一元管理することで、業務の効率化やリモートワーク環境の整備が可能となる。これにより、働き方の柔軟性向上や業務の属人化解消が期待できる。

08

AI活用による業務負担軽減

AIを活用したデータ分析や自動化技術の導入により、業務の負担を軽減し、従業員がより高度な業務に集中できる環境を構築できる。これにより、人的リソースの最適化と生産性向上が可能となる。

01 【経営理念】

私たちは、新しい価値と高品質な商品の創造を通じて社会に貢献します。

02 【経営ビジョン】

デジタル技術を活用し、製造・営業・管理の業務効率化と付加価値向上を実現し、世界No.1のプライヤメーカーを目指す。

03 【DX方針】

トップダウンでのアナログ管理からDXを通じた、製造、営業、経理の自走型組織を目指す。

3. ビジネスモデルの方向性について

従来のOEMに依存した製造から脱却し、自社ブランド「IPS」の付加価値を高めることで市場競争力を強化し、価格競争から機能価値重視の戦略へシフトする。また、デジタル技術を活用した業務効率化、製造プロセスの最適化、ユーザーエンゲージメントの向上を実現し、利益率の向上とステークホルダーへの還元を推進する。

【高付加価値戦略】

OEMからの脱却と自社ブランド「IPS」の成長

高機能・高品質なプライヤ製品の開発とブランディング

- 「IPS」ブランドの強化を図り、日本国内だけでなく海外市場でも競争力を確立
- 製品の差別化を図り、価格競争からの脱却を目指す

デジタルマーケティングの活用

- ECサイト・SNSを活用し、国内外のユーザーとの接点を強化
- ユーザーエンゲージメントを高め、ブランドロイヤルティの向上を図る

【製造DXの推進】

生産性向上と高付加価値環境の実現

製造プロセスのデジタル化

- 製造データを可視化し、工程の最適化と品質向上を実現
- AI・IoTを活用したスマートファクトリー化を推進

製品開発の強化

- データを活用した高精度な開発体制を確立し、競争力のある製品を提供

【営業DXの推進】

ユーザーエンゲージメントの向上

データ分析による販売戦略の最適化

- 顧客データを活用し、最適な製品提案・販促施策を実施
- デジタルマーケティングの強化による販路拡大

ダイレクト販売の強化

- 自社ECの拡充とD2Cモデルの確立
- ユーザーのフィードバックを製品開発に反映

【経営DXの推進】

利益率向上とステークホルダーへの還元

業務効率化によるコスト削減

- クラウドシステムの導入によるデータの一元管理とバックオフィス業務の最適化
- AIの活用による業務の自動化と労働生産性の向上

利益還元と持続可能な成長

- DXによる粗利の向上を図り、従業員・パートナー企業・社会全体への価値還元を推進

「日本唯一のプライヤ専門メーカーから、日本No.1、世界No.1のプライヤメーカーへ成長する」という経営ビジョンを実現するためにDX戦略を推進する。「製造DX」「営業・マーケティングDX」「経営・管理DX」の3つの柱で構成される。

01 製造DX

高品質・高効率な生産体制の構築

02 営業・マーケティングDX

データ活用による顧客対応の強化

03 経営・管理DX

業務効率化と利益率向上

製造・営業・管理の各部門でデータを最大限に活用し、業務の効率化・生産性向上・競争力強化を実現する。
特に、データの可視化・分析・簡略化を推進し、迅速な意思決定を可能にする環境を構築する。
また、クラウド・AI・自動化技術を活用することで、業務の属人化を解消し、より柔軟な働き方を実現する。

①製造DX

製造データの可視化・分析・最適化

リアルタイムの製造データ

- ・ 設備の稼働状況や生産効率をリアルタイムで監視
- ・ クラウド上でデータを管理し、遠隔からでも状況を把握可能にする

AIによる製造データ分析と品質向上

- ・ AIを活用し、不良品発生のパターンを分析し、品質管理を強化
- ・ 製造工程ごとのデータを蓄積し、作業効率の最大化を図る

生産計画の最適化

- ・ 過去の生産データを分析し、最適な生産スケジュールを自動生成
- ・ 在庫管理と連携し、材料の過不足を防ぎ、生産コストを最適化

②営業・マーケティングDX

営業データの活用と販売戦略の最適化

営業データの一元管理と分析

- ・ 顧客データをCRMで統合管理し、販売機会を最適化
- ・ AIによる顧客分析を行い、最適な販売アプローチを自動提案

デジタルマーケティングの活用

- ・ ECサイト・SNSのアクセスデータを分析し、ターゲット層に最適なマーケティング施策を実施
- ・ 過去の購買データを基に、顧客ごとに最適な販促施策を展開

営業プロセスのデジタル化

- ・ 営業資料・契約書のデジタル管理を推進し、業務の効率化を図る
- ・ 営業部門のリモートワーク環境を整備し、柔軟な働き方を実現

③経営・管理DX

業務データの一元管理と業務効率化

経理・労務のペーパーレス化と業務効率化

- ・ 紙ベースの請求書・契約書をデジタル化し、ペーパーレス環境を推進
- ・ AIによる自動データ入力を導入し、経理業務の負担を削減

クラウド移行による業務効率化

- ・ すべての管理データをクラウドに統合し、業務の属人化を防ぐ
- ・ クラウド環境のバックアップ体制を強化し、データリスクを最小化

AIによる業務自動化

- ・ AIを活用した自動レポート作成により、経営判断の迅速化を支援

DX推進のための責任者を代表取締役とし、DX推進チームを編成し、各部門と連携しながらDX施策を推進する。

① DX推進責任者の設置

- DX推進責任者を代表取締役とし、DX戦略の策定・実行を統括
- 各部門のデジタル化推進に向けて、必要なリソースの確保・外部パートナーとの連携を主導

② DX推進チームの編成

- 各部門のDX化を横断的に推進するため、DX推進チームを設置。
- チーム構成は、DX責任者、IT・システム担当者、各部門のDX推進リーダー（製造・営業・管理）、外部DXパートナーにて推進をする。

DX推進を加速させるために、従業員のデジタルリテラシー向上と専門人材の確保を進める。

eラーニングを活用した自主学習を推奨し、社内でのDX知識の定着を図るとともに、適切なタイミングでDX推進に必要な人材を選出し、チームを編成する。また、外部専門家やITパートナーとの連携を強化し、実践的なDXスキルを習得できる環境を整備する。

① 従業員のデジタルリテラシー向上

eラーニングを活用した自主学習の推奨

- ・従業員がデジタル技術や最新ツールの基礎知識を習得し、DXの理解を深める
- ・業務での活用方法を学び、各部門のDX推進に貢献できる人材を育成

DX推進に関する社内研修の実施

- ・各部門のDX推進リーダーを対象に、データ活用・業務効率化・IT導入に関する研修を実施
- ・ITベンダーや専門コンサルタントと連携し、実践的なスキル習得を支援

② DX推進担当者の選出とチーム編成

各部門のDX推進リーダーを選出

- ・製造・営業・経理の各部門にDX推進担当者を配置し、業務のデジタル化を推進
- ・部門横断的なDX推進チームと連携し、現場での実践を強化

専門人材の確保と外部パートナーの活用

- ・必要に応じてITスキルを持つ外部人材を活用し、DX推進をサポート
- ・ITベンダー・コンサルタントと連携し、システム導入やデータ活用の実装を推進

DX推進の基盤としてITシステム環境の整備を強化し、業務のデジタル化・自動化を推進する。製造・営業・管理の各部門でクラウド・IoT・AIなどのデジタル技術を活用し、業務効率の向上・生産性の最適化・リスク管理の強化を図る。特に、データの一元管理とシステムの連携を進め、遠隔操作やリモートワークにも対応可能なIT環境を構築する。

① クラウド化とデータ管理の強化

業務システムのクラウド移行

- ・ 製造・営業・管理の各部門のデータを統合管理し、リアルタイムで情報共有を実現

セキュリティ対策の強化

- ・ データの自動バックアップを実施し、BCP（事業継続計画）を強化
- ・ サイバーセキュリティ対策を導入し、安全なシステム運用を確保

② 製造のデジタル化・自動化

スマートファクトリー化

- ・ IoT等のシステムを導入しデジタル上で生産数、稼働率を監視
- ・ AIによる生産データ分析を行い、品質管理・業務改善を強化

生産管理の最適化

- ・ 自動集計機能を活用し、作業データの蓄積・分析を効率化

遠隔操作の実現

- ・ 遠隔からの設備制御を可能にし、工場管理の効率化を推進

③ 営業・管理業務のデジタル化

ペーパーレス化と業務効率化

- ・ 電子契約・電子請求システムの導入により、紙書類の廃止を推進

リモートワーク環境の整備

- ・ クラウド型のコミュニケーションツールを導入し、柔軟な働き方を実現

DX推進の進捗と成果を適切に評価し、継続的な改善を行うために、定量指標と定性指標の両面からDXの達成度を測定する。
これにより、業務効率・生産性・市場競争力の向上を可視化し、DXの効果を最大化する。

定量指標

業務効率化

- ・ クラウド移行率
- ・ ペーパーレス化率

生産性向上

- ・ 製造プロセス自動化率
- ・ データ可視化率
- ・ 不良品発生率削減

市場競争力強化

- ・ デジタルマーケティング活用率
- ・ 営業のデータ活用率、顧客満足度（NPS）

定性指標

業務の簡素化・迅速化

- ・ デジタルツール導入による業務負担軽減
- ・ 意思決定の迅速化

現場の業務改善効果

- ・ AI・IoT活用による製造現場の最適化
- ・ トラブル対応の迅速化

市場競争力の向上

- ・ データ分析を活用した営業戦略の最適化
- ・ 顧客からのフィードバックによる製品改善