

株式会社クラフテックオカモト
DX戦略

2026年4月7日改訂 取締役会承認
株式会社クラフテックオカモト
代表取締役社長 岡本太郎

DX取組宣言

私たち株式会社クラフテックオカモトは、1947年金属プレス製造業として創業し、1992年オカモトグループの一員になりました。

その当時は、海外の安い労働力を求めて仕事がどんどん中国に出て行った時代で、国内工場として生き残るためには新規設備の導入や技術を磨くなどの差別化する必要がありました。また、クライアントの求める品質・納期・コスト基準はとて高く、その要望に必死で対応してまいりました。そのような中で、外国製の加工機械を導入し使いこなすことで、新しいものをいち早く取り入れるという気風が培われ、IT化も熱心に取り組んでまいりました。

その結果、「世界トップの独トルンプ社製最新加工設備」と「精密板金・プレス加工で長年培った技術ノウハウ」の融合によって次世代生産工法『金型レス生産』を確立した国内トップクラスのメーカーに成長することができました。

昨今のグローバルな競争激化、資材やエネルギーの高騰、人手不足、SDG'S対応、製品サイクルの短さ等外部環境変化が大きく、金属加工分野においてはロボットやAIによる自動化、シュミレーション技術の発展などデジタル技術も目まぐるしく発展しております。今後は高品質は当たり前で更なる短納期、コスト削減などの差別化がとて重要な時代になると予想しています。

ロボットやAIが当たり前の時代となる。その中で人間はどういう立ち位置になるのか？

その先には他にはない手作りや独自のものに価値が出てくると思います。クライアントが新製品・サービスを考えるときに、真っ先に名前と顔が浮かぶ会社、クライアントにとってなくてはならない会社となるためには、モノづくりに関する確固たる実績をもつ**信頼というブランド力**をつけて、DXによる圧倒的な差別化を図り、お客様に選んでもらえる会社になる必要があります。

クラフテックオカモトは、これまで進めてきた『金型レス生産』のノウハウをベースとしながらも、明るい未来を創造するためにDXに取り組んでまいります。

経営理念・経営ビジョン

経営理念

「デザインのカで、ものづくりに新たな価値を創造する」

私たちは、工業デザイン・プロダクトデザインの発想と精密板金加工の技術を融合し、お客様のアイデアを“かたち”にします。
デザインという視点から製品の機能性・生産性・美しさを最適化し、社会に新しい価値を届けます。

経営ビジョン

「技術で選ばれ、信頼で仕事が集まる企業へ」

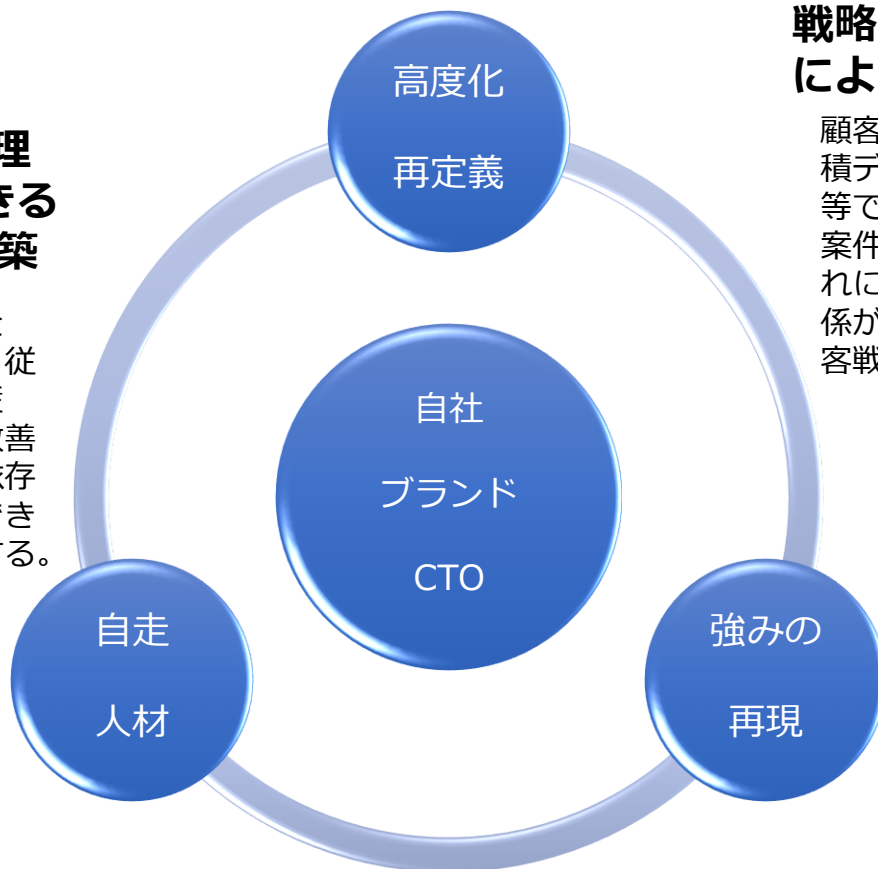
精密板金の常識を更新し続け、技術力・品質姿勢・対応力を磨き上げることで、お客様と共に価値ある製品を生み出し、信頼によって選ばれ続ける企業を目指します。

DX戦略

当社は、これまで培ってきた技術と現場力を基盤に、デジタル技術とデータ活用を通じて、以下のDX戦略を推進します。DXは単なるIT導入や効率化にとどまらない、技術の高度化、現場改善、顧客からの信頼という価値をデータで裏付け、可視化し、進化させる取り組みと位置づけます。

戦略③ 自社の価値を理解し、進化を自走できるDX人材育成・体制構築

自社ブランド価値及び強みをダッシュボードで可視化し、従業員自らが顧客データや生産データに基づく課題発見と改善を促進し、個人の頑張りに依存する働き方から脱却し自走できる人を育てる仕組みを構築する。



戦略① 自社ブランドの高度化による顧客関係の再定義

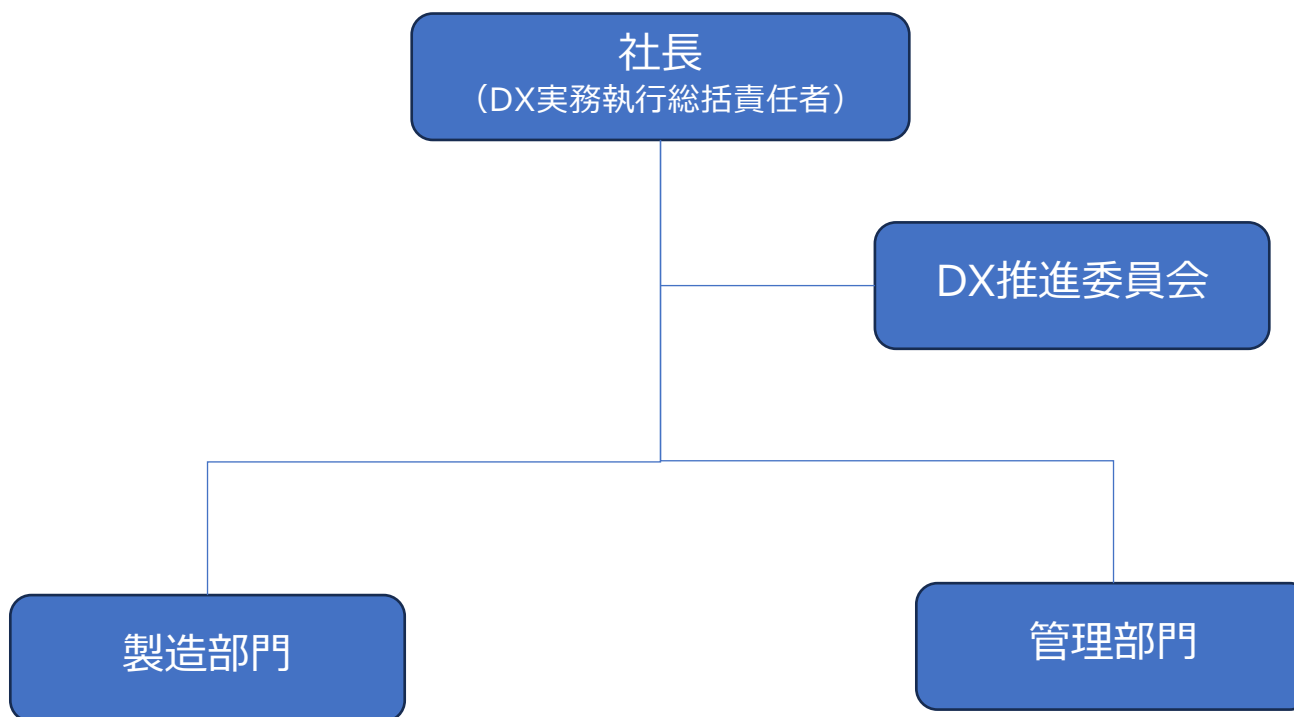
顧客・案件に関する受発注データ、見積データ、設計図面情報等をBIツール等で分析し、当社の強みが発揮される案件特性や顧客傾向を可視化する。これにより、高付加価値案件や長期的関係が期待できる顧客の特定を行い、顧客戦略の高度化につなげる。

戦略② 強みを再現し続けるための生産・判断プロセスの高度化

蓄積した生産実績データ（素材、寸法、加工方法、作業時間等）をAI等活用して分析し、当社の強みが発揮される加工条件を明確化する。これを見積システムに反映し、類似案件の見積・工程判断に活用し、精度向上と再現性の高い生産体制を構築する。

DX推進体制

株式会社クラフテックオカモトは、社長（実務執行総括責任者）を中心として、DX推進委員会を組織し、定期的にDX戦略の進捗を管理しながらDXを推進してまいります。また、必要なデジタル人材の育成は、総務部門を主管とし「教育計画」を立案し全社を挙げて取り組むデジタルリテラシー教育とデジタル専門人材の育成を進めます。



デジタル環境整備

株式会社クラフテックオカモトは、DX推進のために毎年売上の0.5%を投資します。これまで利用している既存システムを見直しながら、活用を促進していきます。また、新規システムの導入やネットワークを構築して、会社全体のDXを推進していきます。

KPI（目標値）

DX戦略の達成状況を測る指標として下記を定めます。実行計画を立案したうえで、取り組みを行い、各部署ごとに目標値の達成状況を月1度評価を行いながら目標達成できるようPDCAサイクルを回していきます。

戦略	取組内容	期限	目標値
戦略① 自社ブランドの高度化による顧客関係の再定義	<ul style="list-style-type: none">顧客・案件データの構造化強み・価値の可視化顧客接点のデジタル活用	2028年までに	新規案件獲得6件
戦略② 強みを再現し続けるための生産・判断プロセスの高度化	<ul style="list-style-type: none">見積・工程判断の精度向上段取り・進捗の見える化類似案件の再利用の仕組み	2028年までに	一人当たりの付加価値向上40%UP（2025年基準）
戦略③ 自社の価値を理解し、進化を自走できるDX人材育成・体制構築	<ul style="list-style-type: none">自社の強みの可視化と共有SECIモデルによる教育体制DX人材の育成	2028年までに	DX人材の育成3人

社長（実務執行総括責任者）メッセージ

株式会社クラフテックオカモトの岡本です。

私がこの会社を引き継いだのは1992年です。当時、量産プレスメーカーとして事業を行っていましたが、コスト競争が激化する中で、当社は「国内で非量産にいく」と腹を決めました。その選択のもと、試行錯誤を重ね、金型に頼らない独自の加工手法を確立し、短納期・高品質を国内で実現してきました。

これまでも、社内のIT化や情報発信を続けてきましたが、まだまだ私たちの潜在能力が、正しく世の中に伝わっているとは言えないと感じています。

今回、私たちが取り組もうとしているDXには、3つのポイントがあります。

1つ目は、技術で「選ばれる」ために自社の強みを高度化すること。

2つ目は、そのブランドを支える生産面での再現性を磨くこと。

3つ目は、ブランドを支え、現場で実践し続ける自走する人材を育成し、個人の頑張りに頼らない文化として定着させることです。

DXは、特定の部署や担当者だけが進めるものではありません。

一人ひとりが、自社の強みを理解し、データを活かし日々の判断や仕事の進め方を少しずつ変えていく取り組みだと考えています。

クラフテックオカモトは、技術と提案力を磨き続けることで、信頼され、選ばれ、仕事が自然と集まる「行列のできる工場」を目指し、地道に、そして着実にDXを推進してまいります。

株式会社クラフテックオカモト
代表取締役社長 岡本太郎