

株式会社田代製作所

# DX戦略書



2026年1月19日改定【取締役会承認】  
株式会社田代製作所  
代表取締役 日景好範

## 1. DX取組み宣言

田代製作所は、昭和63年（1988年）に埼玉県で内装工事業と襖製造工場を経営していた創業者が出身地である秋田県の旧田代町に誘致企業として設立し、襖の製造工場としてスタートしました。しかし、住宅がどんどん洋風になっていくなか、創業2年目に木製ドアをはじめとする室内建具および造作物の製造に転換しました。

襖に比べて高い加工技術が要求される木製ドア等の製造には当初大変苦労しましたが、お客様の信頼に応えられるように「今日より明日、今年より来年」と継続的に品質改善をおこなってきました。その結果、平成9年（1997年）には建設省の「優良住宅部品製造工場」の認定を受けることができました。炭素排出量の削減にも努め、製法に関する特許も取得しながら常にお客様のご要望や様々なデザイン要求に対応できるように歩み続けた結果、年間20万を超える日本でも最大規模の生産ができるようになりました。首都圏・東北では、木製ドアのほぼ3割のシェアをいただいており、2021年の東京オリンピックでは、選手村のすべてのドアを製造するに至りました。

お客様のご要望に速やかにお応えできるように、工場の従業員ひとり一人にタブレット端末を持たせ、制作指示書を7-8割ペーパーレス化するとともに、工程完了報告をタブレットでおこなうことにより進捗管理のリアルタイム把握と共有化を実現、受注から出荷までを約1日短縮しております。

このようにこれまでの業績は総じて順調ですが、一步下がってみると、人口減少の影響が忍び寄ってきています。2040年には、住宅着工戸数が現在の6割程度になるとの予測があり、住宅建設技能者数も同じく6割になるとと言われています。これまでの住宅戸数が増え続けること、住宅建設技能者も潤沢にいることを前提としたビジネスモデルは転換を余儀なくされています。

このような厳しい時代が迫るなか、私たちは、多様化する最終ユーザのニーズを的確につかみ、きめ細やかにお応えし、最終ユーザからも積極的に選んでいただける製品をつくることが肝要になってきています。また、住宅建設技能者の工数が少なくて済む製品も考えていく必要があります。そのため、社内の生産性向上のために有効に利用してきたデジタル技術の力を外向けにも活かし、時代の変化・お客様の変化に的確に対応するビジネスモデルに少しずつ転換していく必要があると考えています。まさしく、DXです。田代製作所には、創業2年目でビジネスモデルの転換を成し遂げた進取の精神があります。そのDNAを活かして、DXへの取り組みを従業員とともに進め、次の時代にもお客様とともに栄える田代製作所をつくっていきたいと考えています。これまでも大変ご協力をいただいたお客様や関係者の皆様に心から感謝申し上げるとともに、田代製作所のDXへの取り組みへのご理解とご協力もよろしくお願い申し上げます。

## 2. 経営ビジョン

これからも、かけがいのない自然を大切に、「今日より明日、今年より来年」と継続的に品質改善し続ける基本姿勢を堅持しながら、デジタル技術の力をより活かして、最終ユーザ及び大幅な減少が予測される建設技能者の声を的確に把握し、最終ユーザからも積極的に選ばれ、建設技能者からも支持される製品をつくる会社にしていきます。

### 3. DX戦略

私たちは、デジタル技術を的確に用いることにより、経営ビジョン実現のため、次のようなDX戦略を推進する。

- ・ DX戦略①：当社はこれまでB to B to Cの取引であったため、最終ユーザのニーズをビビッドにつかめない面があった。最終ユーザのニーズを的確につかむために、「（仮）ドアを選べるリフォーム・サイト」をつくり、ユーザが田代製作所のドア製品の中から自分の好みに合った色とデザインのドアを組み合わせて選んでショミレーションができるようにする。これにより、最終ユーザのドアに対するニーズを直接つかみ、それをもとに新商品開発や提案ができる会社へと変容する。
- ・ DX戦略②：田代製作所の製品に対して、現場で作業する建設技能者方々の感想を直接聞くため、製品にQRコードを貼り、製品の取扱い説明書およびアンケート用紙とする。これにより、建設技能者がスマホで当社製品の取扱い説明を見ることが出来るだけでなく、組立易さに対する評価や製品に対する要望を書き込めるようにして、建設技能者の意見を収集し、彼らからも支持される製品をつくっていく。
- ・ DX戦略③：受注～生産～出荷の工程はひとり一台タブレットを用いて最大限生産性を高めてきたが、受注工程および出荷工程における関係者（商社、あるいは運送業者）との情報のやり取り、あるいは生産現場と経理等のバックヤード業務との連携の生産性も高め、会社全体で最終ユーザや建設技能者の声により向き合える余力をつくる。

## 4. DX戦略推進体制および人材の育成

- (1) 当社は、社長直轄で部門横断の「DX推進委員会」を設置し、月に一度委員会を開催して、DXを推進します。

株式会社田代製作所組織図

DX推進のため、「DX推進委員会」を設置。



- (2) 人材の育成

今後の田代製作所の発展にとってデジタル技術の活用が鍵であるとの認識のもと、DX推進委員会のメンバーを中心に「ITパスポート」試験を積極的に受験します。

## 5. 環境整備

### (1) 予算

今後ともデジタル技術の活用が田代製作所の発展の鍵であることを認識し、毎年売り上げの0.5%をデジタル技術に投資します。

### (2) レガシーシステムの刷新方針

製造現場の生産効率を高めるための基幹であるひとり一台タブレット端末は、2022年4月から配置を始めており、2027年頃には更新時期を迎えることを経営者は認識しており、2027年予算はその前提で組むこととしている。

## 6. 数値目標 (KPI)

	DX戦略	目標値 (KPI)
戦略①	当社はこれまでB to B to Cの取引であったため、最終ユーザのニーズをビビッドにつかめない面があった。最終ユーザのニーズを的確につかむために、「(仮) ドアを選べるリフォーム・サイト」をつくり、ユーザが田代製作所のドア製品の中から自分の好みに合った色とデザインのドアを組み合わせて選んでショミレーションができるようにする。これにより、最終ユーザのドアに対するニーズを直接つかみ、それをもとに新商品開発や提案ができる会社へと変容する。	次の段取りでサイトを開設し、提案につなげる。 ① 「ドアを選べるリフォーム・サイト」を当社HPのなかにどのように作成するかを設計する【2026年2月頃まで】 ② 上記にもとづきサイトを開発し、公開する。【2026年6月頃まで】 ③ サイトの利用状況を見ながら、ユーザの声を分析し、製品や提案につなげる。【2026年7月以降】
戦略②	田代製作所の製品に対して、現場で作業する建設技能者方々の感想を直接聞くため、製品にQRコードを貼り、製品の取扱い説明書およびアンケート用紙とする。これにより、建設技能者がスマホで当社製品の取扱い説明を見ることが出来るだけでなく、組立易さに対する評価や製品に対する要望を書き込めるようにして、建設技能者の意見を収集し、彼らからも支持される製品をつくっていく。	次の段取りでQRコードによる建設技能者の声の収集を始める。 ① 製品の取扱い説明書および建設技能者アンケート用紙を設計する。【2025年7月完了】 ② QRコード～アンケートを回収する簡単なシステムを開発する。【2025年8月完了】 ③ 全製品にQRコードを貼付し、アンケートを回収し、分析する。【2025年11月以降継続中】
戦略③	受注～生産～出荷の工程はひとり一台タブレットを用いて最大限生産性を高めてきたが、受注工程および出荷工程における関係者（商社、あるいは運送業者）との情報のやり取り、あるいは生産現場と経理等のバックヤード業務との連携の生産性も高め、会社全体で最終ユーザや建設技能者の声により向き合う余力をつくる。	① 発注元と擦り合わせ、制作指示書を当社のフォーマットに統合することにより転記等を不要とし、よりスムーズな受注工程としていく。【2025年6月完了、現在も改良中】 ② 材料の購買と在庫管理を全社横断型のシステムで構築・管理し生産性向上を図る。【2027年3月頃まで】

## 7. 経営者のリーダーシップのもとでのデジタル技術に係る課題把握

- ✓ DX推進指標を用いた課題把握結果：「DX推進指標」自己診断フォーマットver2.4にて自己診断を行い、2026年1月13日にIPAの自己診断結果入力サイトより提出済みです。
- ✓ 受付番号：202601AH00001022

## 8. 戦略実施の前提としてのサイバーセキュリティ対策

- ✓ Security Actionの二つ星宣言を実施し、その旨を自社ホームページに公表（2023年12月15日）