

【DX戦略書】 株式会社ゴトウ熔接

第1版：2025年4月4日
改定版：2025年11月18日
代表取締役 後藤英樹

株式会社ゴトウ熔接は、昭和43年（1968年）の創業以来、金属加工の一大産業地である新潟県・燕三条地域で「パイプ作り」に情熱を注いでまいりました。

長きにわたり培ってきた巻き、溶接、レーザー加工の技術を常に進化させ、パイプ作りのパイオニアとして確かな地位を築いてきたことが、私たちの誇りです。

私たちの変わらぬ理念は、「技術で人々の生活を豊かにする」という使命にあります。高品質・高効率を追求し、常に次のレベルを目指す姿勢は、創業以来貫いてきたものです。

今、デジタル技術の進化や市場のグローバル化が進む中、当社はこれらの変化を成長の機会と捉え、積極的にDX（デジタルトランスフォーメーション）を推進していく必要があると考えています。

その目的は、技術革新への迅速な対応、グローバル市場への展開、顧客中心のビジネスモデルの確立、持続可能な社会への貢献を通じて、競争力の向上と企業価値の最大化を目指すことにあります。

当社のDXビジョンは「デジタル技術と品質の融合により、持続可能な社会と豊かな未来を創造する」ことです。

私たちはこのビジョンの下、データとデジタル技術を最大限に活用し、業務効率化、顧客対応力向上、グローバル市場への適応を実現します。これからも変化を恐れず、既存技術と新たなデジタル技術を融合させ、次世代に繋がる事業を力強く展開していきます。



2025年9月30日
株式会社ゴトウ熔接
代表取締役 後藤英樹

1.DX推進の背景と目的

6.DX推進の段階的計画

2.企業理念、品質方針、経営ビジョン

7.DX推進体制

3.ビジネスモデルの方向性について

8.DX人材の育成・確保

4.DX戦略

9.ITシステム環境の整備

5.具体的な取組

10.DX戦略の達成指標

デジタル技術の進化や市場のグローバル化が進む中、当社はこれらの変化を成長の機会と捉え、積極的にDXを推進していく必要があると考えています。技術革新への迅速な対応、グローバル市場への展開、顧客中心のビジネスモデルの確立、持続可能な社会への貢献を通じて、競争力の向上と企業価値の最大化を目指します

機会

- ・技術革新への対応: 最新のデジタル技術や自動化技術を活用し、より高精度・高効率な生産プロセスを実現。
- ・GLOBAL戦略の推進: 海外市場への展開を進め、グローバルな競争力を確保。
- ・顧客中心のビジネスモデルの構築: データ分析を活用し、顧客ニーズを的確に把握し、最適な製品・サービスを提供。
- ・サステナビリティへの取り組み: 環境負荷の低減、エネルギー効率の向上、資源の有効活用を推進し、持続可能な経営を目指す。
- ・企業成長の機会: デジタル技術の活用により、新たな市場機会を創出し、事業拡大を実現。

リスク

- ・技術変革への対応遅れ: デジタル化の進展に適應できない場合、競争力が低下し、市場シェアを失う可能性。
- ・サイバーセキュリティリスク: ITシステムの導入に伴う情報漏洩やサイバー攻撃のリスク増大。
- ・デジタル人材の不足: DX推進に必要な専門スキルを持つ人材の確保が課題。
- ・投資負担の増加: 新技術導入には高額な投資が必要であり、費用対効果の検討が不可欠。

【経営理念】

当社は、世の中の役に立つために存在し、人々の生活が豊かになるために技術の英知を追求し、大樹を広げて次の時代に伝えていく企業をめざす。

【品質方針】

- ・ 株式会社ゴトウ熔接は金属加工を通じてひとつひとつの出会いを大切にし、また信頼を得られるように方針を定め全社員一丸となって取り組みます。
- ・ 提供する製品の品質はお客様の満足度、信頼度の向上を常に意識し目標を設定し改善します。
- ・ 提供する製品は時代の変化やニーズに合わせて技術、サポートを継続的に向上することを図ります。
- ・ 提供する製品を全社員が理解し素直な心で行動し、維持、管理されることを目指します。
- ・ 提供する製品でお客様の満足を得るため、顧客要求事項及び法令を順守し、全社員の活動に関する品質マネジメントシステムは、私達全社員が豊かな人生を送ることを目指します。

【DXビジョン】

デジタル技術と品質の融合により、持続可能な社会と豊かな未来を創造する。

当社は、グローバル市場への適応、顧客ニーズに基づいた価値提供、自社の強みを活かした競争力強化を軸に、デジタル技術を活用したビジネスモデルを構築しています。データとデジタル技術を活用することで、業務の効率化を図り、持続可能な成長と企業価値の向上を目指します。

- 01 1. グローバル市場への対応**
海外市場のニーズを分析し、現地の需要に合わせた製品・サービスを展開。
オンラインを活用した海外顧客との接点強化。
- 02 2. 顧客ニーズに基づく価値提供**
顧客情報を一元管理し、ニーズの変化を分析することで、最適な製品・サービスを提供。
- 03 3. 自社の強みを活かした差別化戦略**
高品質な金属加工技術と長年の実績を活かし、他社との差別化を図る。
- 04 4. 業務効率化と営業力強化**
WEBサイト・SNSの発信、SEO対策を強化し、オンライン営業活動を活性化。
定型業務を自動化し、人的資源を有効活用。

**DX推進を経営の重要課題と位置づけ、持続的な成長と競争力強化を実現するためのDX戦略を策定し、公表。
データとデジタル技術を活用することで、業務効率化、顧客対応力の向上、グローバル市場への適応を目指します。**

1.営業活動の デジタル化

WEBサイト・SNSの活用、SEO対策の強化により、オンラインでの集客・顧客対応を強化し、営業効率を向上。

2.顧客情報の 一元管理

CRMを活用し、顧客の購買履歴や問い合わせ履歴を統合。データ分析を通じて、よりパーソナライズされた提案を行い、顧客満足度を向上。

3.生産管理の 最適化

生産データを分析し、品質管理・生産計画の精度を向上。作業の標準化と最適化を進め、リードタイム短縮とコスト削減を実現。

4.業務の自動化

定型業務をデジタルツールで自動化し、人的リソースを戦略的業務に集中させる。社内の情報共有を円滑化し、組織全体の生産性を向上。

5.データ活用による 意思決定の高度 化

経営データを可視化し、迅速かつ的確な意思決定を支援。各種KPIを設定し、DX推進の進捗管理を行う。

**営業活動の強化、生産管理の最適化、業務の効率化、意思決定の高度化を推進しています。
データを適切に収集・分析・活用することで、競争力を高め、持続可能な成長を実現します。**

1.営業活動のデジタル化におけるデータ活用

- ・WEBサイト・SNSのアクセスデータを分析し、顧客の導線を特定。
- ・SEO対策の効果をデータで測定し、オンライン集客の最適化を図る。
- ・デジタルマーケティングの成果を数値で管理し、営業戦略に反映。

2.顧客情報の一元管理とデータ分析

- ・CRMを活用し、購買履歴・問い合わせ履歴を統合管理し、顧客の傾向を可視化。
- ・データ分析を通じて、顧客ごとの最適な提案やフォローアップを実施し、顧客満足度を向上。
- ・過去の取引データを活用し、リピーター獲得やLTVの最大化を図る。

3.生産管理の最適化とデータ活用

- ・生産データを分析し、品質管理の改善点を特定。
- ・作業効率や歩留まりデータを活用し、生産計画を最適化。
- ・設備の稼働データを基に、メンテナンススケジュールを最適化し、ダウンタイムの削減を実現。

4.業務の自動化とデータ連携

- ・定型業務を自動化し、業務時間を削減。
- ・社内システム間のデータ連携を強化し、部門間の情報共有を円滑化。
- 従業員の実作業データを分析し、業務の効率化と最適な人材配置を実施。

5.データ活用による意思決定の高度化

- ・経営データを常時経営者が確認できる状態になり、迅速かつ的確な意思決定を支援。
- ・生産・販売・在庫データを統合分析し、データドリブンな経営判断を実現。
- ・KPIを設定し、DX戦略の進捗を定期的に評価・改善。

当社は、DX戦略を短期・中期・長期の3つのフェーズに分け、段階的に推進する計画を策定しています。
これにより、現状の課題を解決しつつ、持続的な成長と競争力強化を実現します。

第1段階（短期：1～2年）

- ・WEBサイト・SNSの活用強化、SEO対策の実施
- ・CRMの導入と顧客データの統合
- ・定型業務の自動化に向けたツール導入
- ・社内情報共有の強化（クラウド活用）

第2段階（中期：3～5年）

- ・生産管理のデジタル化とデータ活用による品質改善
- ・AI分析を活用した顧客ニーズの精緻化
- ・営業活動の完全デジタル化（オンライン商談の標準化）

第3段階（長期：5年以上）

- ・DX戦略の継続的な見直しと最適化
- ・グローバル市場向けのデジタルマーケティング戦略強化
- ・全社的なデータ駆動型経営の確立

現時点では社長が主導してDXの取り組みを進めています。今後、生産管理部・営業部を中心にDX推進体制を構築し、各部門が主体的にデジタル技術を活用できる体制を整えていく予定です。

現在の体制

- ・ DX推進責任者: 社長が主導し、DX戦略の策定・実行を担当。
- ・ 生産管理部: DX推進の準備段階。生産データのデジタル管理や業務効率化の検討を進めている。
- ・ 営業部: CRMの導入やデジタルマーケティングの活用に向けた準備を開始。

今後の体制

- ・ DX推進チームを設置し、部門横断的な取り組みを実施。
- ・ 各部門のDX推進責任者を選任し、実務レベルでのDX推進を強化。
- ・ 必要に応じてITベンダーや専門コンサルタントと連携し、外部の知見を活用。

DX戦略の推進を加速するため、デジタル技術を活用できる人材の育成・確保を重要な課題と認識しています。
現在は社長が主導してDXを推進していますが、今後、生産管理部・営業部を中心に、デジタル活用スキルを持つ人材を育成し、組織全体でDXを推進できる体制を整えていきます。

1.社内人材の デジタルスキル向上

- ・DX推進に必要な基礎知識（データ活用・業務自動化・デジタルマーケティングなど）に関する社内研修を実施。
- ・生産管理部では、生産データの分析やデジタル管理のスキル向上を目的とした教育プログラムを導入。
- ・営業部では、CRM活用やデジタルマーケティングに関するトレーニングを実施し、オンライン営業力を強化。

2.外部外研修・専門家の活用

- ・DX推進に関する外部セミナーやオンライン講座への参加を促進。
- ・必要に応じて、ITベンダーやコンサルタントと連携し、専門的な知識やノウハウを習得。

3.デジタル人材の確保

- ・将来的には、デジタル活用スキルを持つ新規採用者を増やし、DX推進体制を強化。
- ・外部パートナーとの協力を通じて、専門的な技術支援を受ける体制を整備。

DX戦略を推進するために、営業・生産管理・業務全般のITシステム環境を整備し、業務の効率化と生産性向上を図っています。これにより、データを活用した迅速な意思決定と、競争力の強化を実現します。

1.営業・マーケティングのデジタル化

- ・CRMの導入により、顧客データの一元管理を実施し、営業活動の効率化を図る。
- ・WEBサイト・SNSの運用強化に向け、アクセス解析ツールを導入し、SEO対策・デジタルマーケティングの最適化を推進。
- ・オンライン商談ツールの活用により、非対面営業の強化と業務の効率化を実現。

2.生産管理のデジタル化

- ・生産管理システムのデータ分析機能を活用し、品質管理・工程管理のさらなる最適化。
- ・データ分析ツールの活用で、不良品発生率・生産効率を分析し、業務改善に活用。
- ・設備管理のデジタル化により、メンテナンス計画を最適化し、ダウンタイムを削減。

3.業務の自動化・効率化

- ・新生産管理システム（コミュニケーションツール/生産管理/顧客管理の一体統合）」の導入により、定型業務の自動化を推進し、人的リソースを高付加価値業務に集中
- ・社内ポータルの活用により、社内の情報共有・業務連携を円滑化。
- ・電子決裁・電子契約システムの導入により、業務のスピード向上とペーパーレス化を促進。

当社は、DX戦略の進捗を評価し、継続的に改善するために定量指標と定性指標を設定しています。これにより、DX推進の成果を可視化し、経営への貢献度を測定しています。

定量指標

- ・収益性の向上: DX推進による売上・利益の向上（利益率3～10%向上を目標）
- ・生産性の向上: 生産管理システム活用によるリードタイム短縮、不良率低減(1%減少)
- ・コスト削減: 業務自動化による運用コスト削減率
- ・業務の効率化: CRM活用による顧客対応時間の短縮、オンライン商談実施率(30%増)

定性指標

- ・DXを活用した新規顧客開拓・市場拡大の進捗
- ・デジタル活用による社内業務の標準化・情報共有の向上
- ・DX推進による顧客満足度の向上（サービス品質の向上）