

DXPの「どうするDX」《概要版》

その他製造業におけるDX革命

家具・宝飾・玩具・スポーツ用品・印刷業界のデジタル変革と生成AI活用の最前線

株式会社DXパートナーズ

2026年1月28日



エグゼクティブサマリー

デジタル前提への転換が加速

調査期間

2025年12月～2026年1月

対象業界

その他製造業（化学・自動車・電機・機械・鉄鋼・食料品・繊維を除く）

伝統的な「モノづくり」の価値観が色濃く残る本業界において、直近1ヶ月間で「デジタルを前提」とした破壊的なビジネスモデルへの転換が急速に進展しています。

AIエージェントによる調達自動化、生成AIによるデザイン革新、プラットフォーム型製造業への移行という3つの大きな変革が確認されました。



影響調査：3つの変革軸

リソースの置換

AIエージェントが調達交渉や販売業務を自律実行。人間は戦略的判断へシフト

プロセスの活用

生成AIによるデザイン自動化で、数週間の工程が数秒に短縮

ルールチェンジ

プラットフォーム型製造業の台頭で、競争軸が「設備保有」から「ネットワーク接続力」へ

リソースの置換

AIエージェントによる業務革命

調達・交渉の完全自動化

NECと富士通が2025年12月に実用化した自律型AIエージェントにより、サプライヤーとの納期・価格交渉が人間を介さずAI同士で実行される時代が到来しました。

従来の「熟練購買担当者による駆け引き」がアルゴリズムに置換され、調達リードタイムが大幅短縮されています。



デザイン領域のAI革命



宝飾業界

Camwearaの「WishType」がテキストから即座にジュエリーデザインを生成。製造可能な3Dデータへ自動変換



家具業界

MITの「Speech to Reality」が自然言語指示から設計・製造データまでを完結。専門知識不要でデザイナーに



顧客対応

IKEAのAIアシスタントが24時間体制でインテリア提案。人間では不可能な多言語即時対応を実現

ビジネスプロセスの超高速化



オフィスレイアウト設計

オカムラとTektomeの「Work Space Creator」により、数週間かかっていたレイアウト案作成が瞬時に完了。営業担当者が顧客の目の前でリアルタイム修正・提案が可能になりました。

印刷・パッケージング

大日本印刷の全社的ChatGPT Enterprise導入により、多言語パッケージ作成や規制チェックが大幅効率化。作業時間を劇的に削減しています。

ルールチェンジ

プラットフォーム型製造業 の台頭

01

ミスミグループ

Fictiv買収により「時間の価値」を再定義。3DデータアップロードでAIが即座に見積・納期回答し、世界中の工場から最短調達

02

CLAS

家具サブスクで循環型エコノミーを実現。「所有」から「利用」へのパラダイムシフトを推進

03

Yukai Engineering

「Mirumi」で機能競争から情緒的結合競争へ。AIによる自律的振る舞いが「愛着」という新価値を創出



業界を変革する3大技術

1

Agentic AI

自律型AIエージェント

- 目標設定から実行まで自律的に遂行
- 他者との交渉・連携が可能
- サプライチェーン管理を革新

2

Generative AI for 3D

物理設計のための生成AI

- テキストから製造可能な3Dモデル生成
- CADスキル不要でデザイン可能
- プロトタイピング期間を劇的短縮

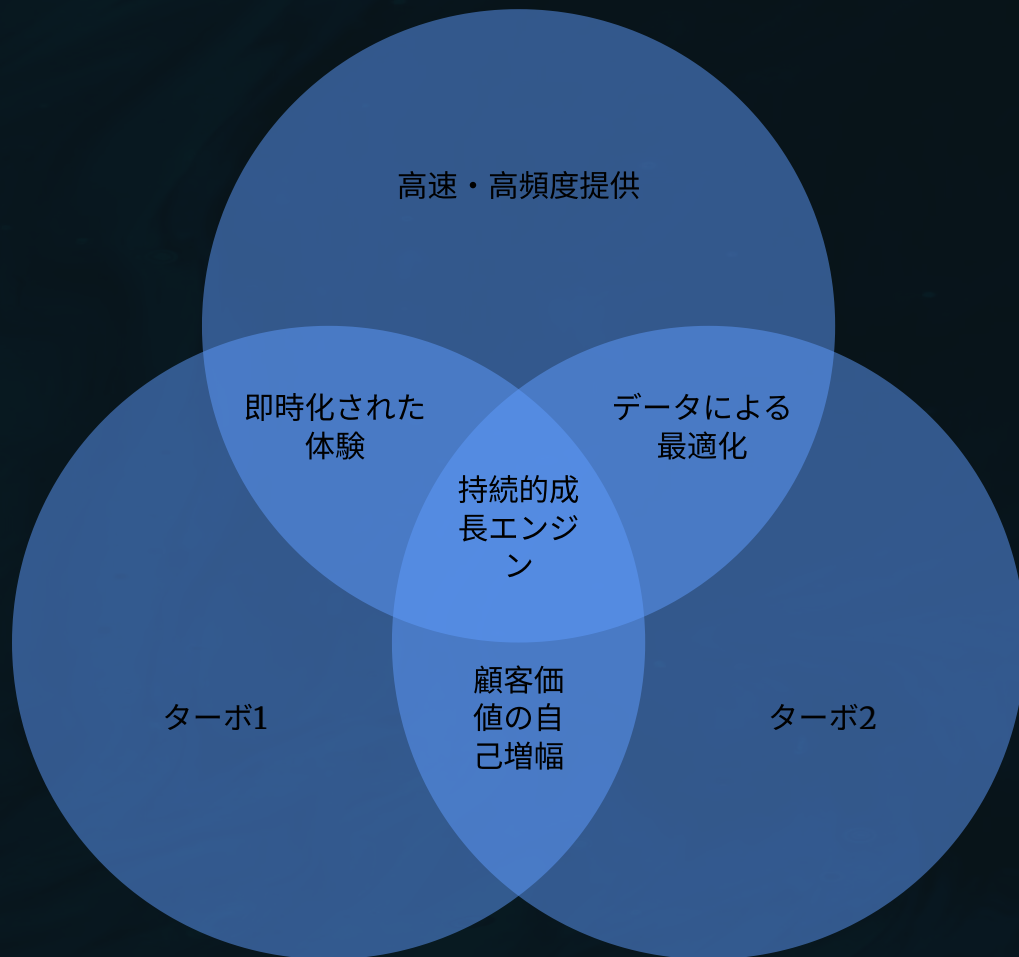
3

Physical AI

身体性を持つAI

- ロボットハードウェアと統合
- 実環境での自律的動作
- 製品自体がAIで自律的に振る舞う

成功企業の戦略パターン



ターボ1: スピード価値

AIによる即時見積・短納期で「待ち時間ゼロ」を実現。
顧客体験を劇的に向上

ターボ2: ネットワーク効果

ユーザーとサプライヤーが増えるほどデータが蓄積され、AIが進化。価値が自己増幅する仕組み

ミスミ、ラクスル、OpenFashionの3社に共通するのは「ツインターボエンジン」の実装です。

2026年以降の生存戦略



AIに選ばれる企業へ

顧客の意思決定がAIエージェントに委ねられる時代。構造化データ整備とGEO対策が必須



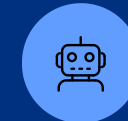
プラットフォーム戦略

ツインターボエンジンの実装で、単体製品からエコシステムへ。ネットワーク効果が競争優位の源泉



コアビジネスへ転換

完成品ではなく、顧客のAIが最適化する「素材・半完成品」を提供。分散型製造に対応



業務の完全自動化

間接業務はAIエージェントに任せ、人間は共感価値創造と高度判断に集中



体験価値で差別化

機能・価格はコモディティ化。ブランド、ストーリー、情緒的結合が最後の差別化要因

本レポートが貴社の経営判断の一助となり、デジタル・AI時代における飛躍的な成長に貢献することを願います。