



地域創造カンパニー
グローカルマーケティング株式会社

DXを進める Digital Transformation 中小企業 はこれを活用している！

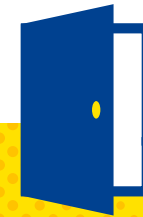
業務効率

はじめての一步

DXを進める Digital Transformation

中小企業

はこれを活用している！



業務効率

はじめての一步

目次

はじめに..... P1

Chapter01 DX とは

1-1. DX において必要な考え方 P2

1-2. 中小企業の DX：よくある 3 つの課題 P3

Chapter02 情報管理と社内コミュニケーション

2-1. クラウド型グループウェアの活用 P4

2-2. デジタルとアナログの併用 P5

Chapter03 生成 AI 活用

3-1. なぜ生成 AI を活用すべきなのか..... P6

3-2. 生成 AI でできること P7

Chapter04 DX と営業の効率化

4-1. 営業活動の効率化と平準化 P10

4-2. インサイドセールスの考え方 P11

4-3. 営業支援ツールの活用 P12

Chapter05 DX ツールの社内定着を図る

5-1. ルール作りの重要性 P13

5-2. 社内定着のための動画マニュアル P14

今取り組むべきことを整理するチェックリスト P15



はじめに

「うちはビジネスではなく商売なんだ。デジタルを導入する必要はない。」
「うちの業界ではDXはまだ早い。」

それは本当ですか？

ある地域では、90代の女性たちがiPadを使って、農作物の生産管理や受発注管理などを行い、生産性の高い商売をしています。

人口減少を止めることはできません。人材の確保もますます難しくなります。だからこそ、現状のマンパワーでこれまで以上の成果を上げていくためにデジタルツールは必要不可欠です。

また、デジタルツールを用いて生産性が高く働きやすい環境を整えることで、人材確保にも繋がっていきます。

今やどのような商圈・業種・ビジネスモデルであったとしても、デジタルを有効活用していく流れから背くことはできないのです。

「そうは言っても何から始めるべきなのか」

この冊子では、全国の中小企業のDXを支援する経営コンサルタントが、中小企業の経営者にスポットライトを当て、デジタル化を推進して生産性の高い職場やビジネスモデルを作り出すために必要となる考え方から、実例を踏まえたツールの紹介まで、実践のためのノウハウを提供しております。

ぜひ、貴社のDXの第一歩として、

また、立ち止まって振り返る際の地図としてご活用ください。

本誌に登場するITツール・各種サービス名の商標関係については全て本誌の最終頁に掲載しております。

Chapter 01

DXとは

1-1 DXにおいて必要な考え方

DXを進めていくうえでまず認識しておきたいことは、「デジタルツールを導入したことによって劇的に作業時間が短縮するということはない」ということです。「じゃあDXを推進する意味なんてないじゃないか!」という声が聞こえてきそうですが、肝心なのはDXによって改善される時間の総量です。

例えば、日報を紙ベースの回覧からシステムへの入力・回覧に変更した結果、日報を書く時間や提出するために本社に帰社していた時間が1人あたり10分程度短縮されたとします。

もし、貴社に20名の社員がいたらどうでしょうか。20名×10分で、計200分、約3時間の時間短縮になります。このような、1人当たりでは数分単位の短縮であったとしても、これを複数の業務でわずかな時間短縮を積み重ねていくことによって、会社全体で大きな時間短縮に繋がっていくのです。



DXはチリツモで考えよう!

仮に、会社全体で8時間短縮できたとすれば、社員一人分の労働時間となります。この浮いた時間を活用して、社員の成長を図るための研修時間に充てることもできますし、これまで取り組むことができなかった新たな事業にチャレンジするきっかけにもなるでしょう。

このような、DXの考え方をご理解いただいたうえで、中小企業でDXを推進していく際に起こりがちな3つの問題を見てみましょう。

1-2 中小企業のDX:よくある3つの課題

1 デジタルツールを導入しながらない経営者 (あるいは現場)がいる問題

「クラウドを導入して情報共有を円滑化させたい!でも社長が予算を付けてくれない…」

このように導入までに時間がかかってしまうのはもったいないです。世の中には、あらゆるツール・システムが星の数ほど存在します。初めから自社に完璧にフィットするものを選ぶことは諦め、まずはコストをかけずに活用できるものから試していき、その中で自社にマッチするものを見つけていくほうが効率的ですし、社員のデジタルリテラシーの向上にも繋がります。

2 デジタルツールを活用しているが、 ルールがなく非効率になっている問題

デジタルツールの導入に早くから取り組んでこられた企業で起こりがちな問題です。社内で情報伝達を行う際に、ある人はGmailを多用するがある人はLINE WORKSを多用する、というような状況をイメージしてください。こうした場合に、どのようなシーンでどのツールを使用するか運用ルール作りが解決策となります。こちらはP13にて解説します。

3 デジタルツールを導入したのに使う人と 使わない人がいる問題

この問題が一番多いかもしれません。デジタルツールを導入したは良いものの、使わない人があるために、結局アナログの方法とデジタルの活用が混在してしまい成果に繋がっていない状況です。

この場合、活用のメリットを腹落ちさせるためのワークショップを開催したり、動画やキャプチャなどを用いたマニュアル整備が解決策となります。使わない人の多くは「使い方がわからず難しく感じている」「難しいものにチャレンジするほどのメリットが感じられない」というケースが多いのです。

こちらはP14にて解説します。

Chapter 02

情報管理と 社内コミュニケーション

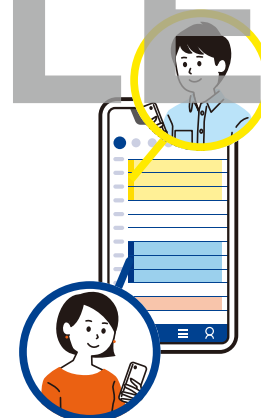
2-1 クラウド型グループウェアの活用

グループウェアとは、企業や組織内での情報共有や共同作業を支援するためのツールの総称です。例えば、チャットやビデオ会議などのコミュニケーションツールや、カレンダーやタスク表などのスケジュール管理ツール、データを格納・共有するための共有フォルダツールなどが統合的に提供されているサービスです。

どのようなグループウェアにも標準的に装備されている機能で、特におススメしたい3つの機能をご紹介します。

1 カレンダー機能の活用

カレンダー機能を活用して、全社員の入力をルール化することにより、「いつ」「どこで」「誰と」「何を」しているのかが一目でわかるようになります。個人のタスク管理が効率化されるだけでなく、外出中の営業パーソンの帰社時間や、会議室の予約状況なども全てスマートフォン1つで確認できるようになります。



2 チャット機能の活用

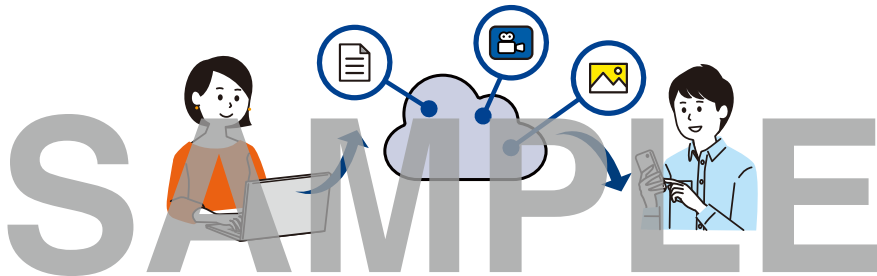
チャット機能を活用することで、メールでの会話よりも効率的にメッセージのやりとりが可能となります。個人のスマートフォン上のコミュニケーションアプリを活用して、全社員のトークルームを使用されるケースも散見されますが、個人のスマートフォンの使用について制限をかけることができないため、セキュリティ面で十分ではありません。



3 クラウドフォルダ機能の活用

Microsoft WordやMicrosoft Excelなどの共有すべき文書ファイルを会社のサーバーに保管するのではなく、クラウドフォルダに保管することにより、ネットワーク環境さえあれば外出先や自宅でも安全にファイルにアクセスすることが可能です。これにより、営業先から会社に戻る時間の短縮や、自宅などでのテレワークを実現できます。

グループウェアを活用することで業務効率を改善するだけでなく、風通しの良いコミュニケーションの実現を通じて社員の満足度も高めることができるでしょう。



2-2 デジタルとアナログの併用

デジタルツールの活用はあくまで生産性を向上させるための手段の1つに過ぎません。アナログ手法のほうが生産性向上に寄与するのであれば、アナログの手法を採用することも有効な選択肢です。

例えば、お客様の大多数がFAXや電話での受発注を望んでいらっしゃる際に、Web発注やLINEでの発注を促すことは難しいでしょう。こうした場合には、受発注の方法をデジタルに変えるのではなく、受注してからのプロセスを効率化することを考えましょう。

例えば、FAXで受領した発注書を、スキャナーでPDF化すると、「PCがPDFの情報を判別して販売管理システムに自動で入力されていく」というような自動化の仕組みを作ることができます。こうした技術はRPA (Robotic Process Automation) と呼ばれるものです。

このように、現実的にどのようなデジタル化ができるのかを考えながら、効果が高く、リスクが少ない部分からデジタル化を図っていくことを目指しましょう。

Chapter 03

生成AI活用

3-1 なぜ生成AIを活用すべきなのか

2022年11月にChatGPTが一般公開されて以来、徐々に私たちの日常業務やサービスにも生成AIが活用される機会が増えてきました。公開当初は、生成AIによる回答に誤り（ハルシネーション）が見られることも多々ありましたが、モデルの向上により回答精度も向上してきました。

YouTubeを開いてみれば、生成AIに明るい著名人のYouTubeチャンネルでは、本人と見分けがつかないほど似ているアバターが、本人と聞き分けがつかない同質の声で話をしている様子が映し出されています。また、GoogleのGeminiを使用すればテキストで指示を与えるだけで、本当に撮影して編集したかのようなリアルティのある動画を作成することが可能です。

今や縦型動画を見ていると、こうした生成AIで作られた動画を目にする機会が当たり前のようになってきました。

つまり、私たちが使用するかしないかに関わらず、生成AIの技術は確実に世の中に浸透しつつあり、生成AIと生成AIでないものの見分けがつかない状況がすぐそこに迫っているのです。

だからこそ、現在の生成AI技術でどのようなことができるのか、という基本的な知識については、ビジネスで使用するか否かに関わらず、教養として身につけておく必要があるのです。



新たな技術を知ること
身を守ることでもある

3-2 生成AIでできること

この章では、2025年7月18日時点で、無料で使用できる生成AIの中から、特に汎用性が高く業務効率に寄与する活用方法をご紹介します。

1 口コミやレビューの分析を行う

まずは、業務ではなく日常生活でも使用できる例から参りましょう。皆さんは飲食店などに行く際に、どのようにお店を決めていますか？私は気になるお店をGoogle マップで検索し、口コミを見て決めるケースが多いです。ただ、A店とB店で迷うことがありますね。そんな時に使いたいのが文章生成AIのChatGPTやGeminiです。

A店とB店のGoogle マップのURLをコピーし、ChatGPTの入力欄にペースト。その後ろに、例えば「このお店の口コミを分析して、その魅力をプレゼンテーションしてください。」などを入力するだけです。これでこのお店の魅力を、Webページの情報や口コミを分析したうえでわかりやすく教えてくれます。

ChatGPTやGeminiをはじめとする文章生成AIには、Webブラウジング機能が搭載されているため、現在のWeb上の情報に基づいて知りたい情報を得ることができるのです。

こうした使用法は、競合企業の分析や、ターゲット顧客の情報収集にも使用することができますので、ぜひ試してみてください。



生成AIは全体像や傾向を知りたい時に生きる

2 Excelの関数を調べたり、ITツールの操作方法などを調べる

では業務で活用できる例もご紹介します。

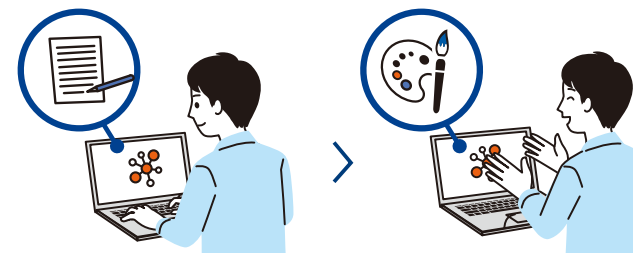
職場でMicrosoft Excelを利用する際に、関数を入力して自動計算したいシーンはよくあると思います。こんな時もChatGPTやGeminiを頼ることができます。「Microsoft Excelで、A2セルの〇〇を、■■■という加工をしてB2セルに返す際の関数を教えてください」などと入力するだけ、どのセルにどのような関数を入力すべきかを瞬時に教えてくれます。関数の形式だけでなく、実際にコピー＆ペーストするだけで求めている挙動ができる「答え」を提供してくれるので、Web検索で関数そのものを調べるよりも遥かに早く答えにたどり着くことができます。

このように、様々なITツールやアプリケーションの活用方法で困ったことがあれば、検索するのではなく、まずは生成AIに聞いてみると良いでしょう。

3 プレゼン資料を作成してもらう

文章や画像を生成するだけでなく、プレゼン資料の作成も生成AIにお任せください。Gammaという生成AIでは、作成してほしいプレゼンテーションのテーマを入力するだけで、プレゼンテーション資料の構成を提供してくれます。必要があればその構成に微修正を加え、資料デザインのテーマを選択します。あとは生成するというボタンを押すだけで、あっという間に画像やテキストが反映されたプレゼンテーション資料が完成するのです。

回数に制限はありますが、無料で使用できますので、皆様もぜひお試しください。



文章生成AIで
資料の骨格を作成

Gammaで
デザインを施す

4 マニュアルから知りたいことだけ教えてもらう

Googleが提供しているNotebookLMというサービスを使用すれば、自社のマニュアルから知りたい情報だけを抜き出して教えてくれるシステムを作り出すことができます。

自社のマニュアルで生きているもの(利用されているもの)だけを選別し、それをPDFファイル化します。PDFファイルは複数あっても構いません。このPDFを、NotebookLMにアップロードするだけで完了です。実際に、マニュアルをアップロードし、「有給休暇の申請方法を教えてください」と入力すれば、そのマニュアルの中から有給休暇の申請に関することだけを抜き出して教えてくれるのです。

5 議事録作成や商材検索にも

NotebookLMは、議事録の作成にも大いに役立ちます。

商談や会議の場で、スマートフォンの音声録音機能で録音しておき、そのデータをNotebookLMにアップロードして「議事録を作成して」と指示するだけであつという間に議事録が完成するのです。

また、小売店や商社のように様々な商材を扱う会社であれば、商品カタログをアップロードしておくだけで、すぐに商材の特徴や価格を掴むことが可能となります。

あえて、限られた情報から参照するという特徴を持つNotebookLMを、是非活用してみてください。

注意点として、Chat GPTをはじめとする生成AI に入力した文章は、学習機能により生成AIに蓄積されたり、当該生成AIを開発した企業の社員に見られたりするなどのリスクがあります。個々の生成AIにより異なりますので利用規約を確認しましょう。

このように、生成AIは無料版でも十分業務効率化に役立つ使い方ができるのです。皆様も、ぜひ試してみたいはいかがでしょうか。

※P6～9の情報は全て、2025年7月18日時点のものです。

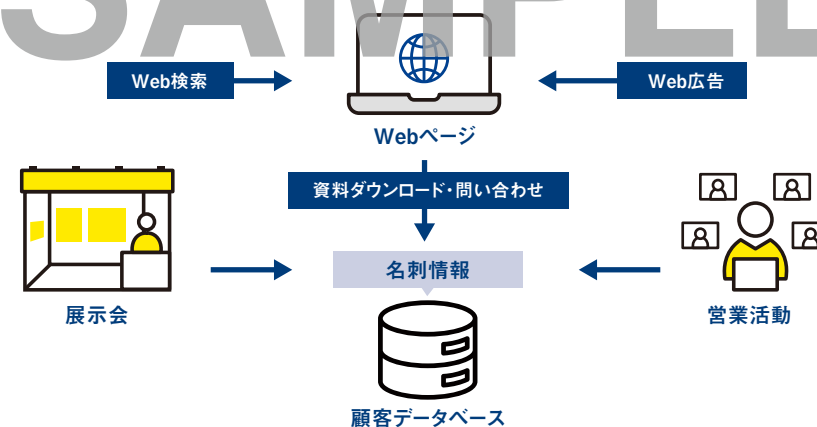
Chapter 04

DXと営業の効率化

4-1 営業活動の効率化と平準化

デジタルツールの有効性は、社内の情報共有やバックオフィスの効率化の場面だけではありません。営業活動にもデジタルツールを取り入れることで、生産性の高い営業活動が可能となります。

例えば、顧客管理システム(CRM)を使用することで、効率化と平準化の両方を達成することができます。CRMとは、主に顧客の連絡先・会社情報・商談情報等の顧客情報を一元的に管理するものであり、各営業パーソンが抱えている顧客情報を社員全員が見ることができるデータベースに格納していくことで、顧客情報を個人のものではなく会社全体の資産として有効活用していくという考え方です。



例えば、各営業パーソンの商談内容を、CRMの商談情報に記載していくことで、各営業パーソンが「いつ」「どこで」「誰と」「どのような」商談を実施しているのかが一目で分かるようになります。商談情報に記載するルールとして「お客様の理想の姿と課題」「提案におけるボトルネック」「ネクストアクション」というような項目を用意しておけば、各営業パーソンの記載ぶりを見ることができ、具体的にどのような点をフォローしてあげるべきかがマネジメント側もわかります。メンバー同士で互いの商談内容を見ることができ、ノウハウの共有にも繋がります。

4-2 インサイドセールスの考え方

組織全体の営業活動の生産性を高めていくうえで、重要なキーワードとなるのが「インサイドセールス」という考え方です。

お客様を訪問してリアルでの商談を行うような活動を「フィールドセールス」と表現するものに対し、インサイドセールスとは「会社内にいながら、デジタルツールなどを用いて行う営業活動」と捉えていただけるとわかりやすいと思います。

とはいえ「リアルの商談をオンラインに置き換えればよい」というものではありません。商談は、野球に例えれば「打席に立つ」ことであり、ここを何でもかんでも効率化すれば良いというものではないですね。

そこで、インサイドセールスの役割はどうかというと「見込客の興味関心を高め、商談を創出するもの」と理解いただくと良いでしょう。



インサイドセールスは営業部に所属していなくてもできる

例えば「Webページの導線を工夫して問い合わせを得やすくする」「ダウンロード資料を作成し、ダウンロード時に連絡先情報をいただく仕様とする」「メルマガを配信し、Webページに流入させる」「自社サービスのセミナーを開催し、見込客との接点や商談アポを作る」など、社内においても商談化のためにできるアプローチは沢山あります。

こうしたインサイドセールスを展開する上でぜひ活用していきたいのが「営業支援ツール」です。

4-3 営業支援ツールの活用

営業支援ツールの代表的なものとして、メールマーケティングツールをご紹介します。

既に接点のある見込客へ、自社サービスや商材の強みをメルマガで配信することで、サービスページへの流入や問い合わせ獲得を目指す手法です。

「メールを配信するだけだったら通常のメールで良いのでは？」と思われる方もいらっしゃるかもしれません。

メールマーケティングツールを使うことで何が良いのか？

それは「誰が開封したか」「誰が本文中のリンクをクリックしてWebページまで来てくれたか」等の行動情報がわかることです。闇雲にテレアポをしても商談に至る率はわずかですが、メルマガの本文を読んでWebページにまで来てくれた方であれば、少なからず自社の商材に興味を持ってくださっているはずです。こうした見込度の高いお客様を抽出し、効率的に商談を目指していくことが可能となります。

図：メールマーケティングイメージ



リンクをクリックしてくれた(興味がある)人にだけアプローチ

また、Webページにアップロードしたコラム記事や導入事例の記事などをメルマガで配信することで、本来プル型のWebページにこちらからのアクションで流入させるチャンスにもなります。

メールマーケティングツールは月額料金も安価に使用できるものが多いですので、特にBtoBビジネスを展開される事業者様はぜひ試してみてください。

Chapter
05

DXツールの社内定着を図る

5-1 ルール作りの重要性

デジタルツールは導入して終わりではありません。デジタルツールを導入してから如何に社内定着を図っていくかが重要です。

社内定着を図る上でキープポイントとなるのが「ルール作り」です。

例えば、カレンダーであれば

- 1 外出や休暇、商談・会議など、外部と連絡を取ることができない予定を入力する
- 2 予定を入力する際には、タイトルに「相手・内容・場所」を必ず入力する。
例「クライアント名(内容)@場所」
- 3 カレンダーの招待を受けた人は必ず「承諾」「拒否」「未定」のいずれかでリアクションを行う。

などのように、具体的な判断基準や入力内容を指定してあげることが重要です。上記2のように、具体的な入力例まで示し、各自の運用揺れが起こらないようにしておくといいでしょう。

このようなルール作りを行う際には、社内の各部署から参画してもらい、各部署の意見を踏まえながら決めて行くことが重要です。各部署の意見を聞くことで「管理側だけで決めたことではなく、全員で決めた内容なんだ」という、運用上の責任感を持たせることに繋がります。こうしたプロセスを経ることで、最適な運用の定着に繋がっていくのです。

5-2 社内定着のための動画マニュアル

社内定着を図るうえでのもう1つ重要な取り組みとして、動画によるマニュアル作成を推奨します。

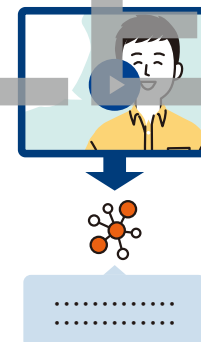
最近は無料で利用できる動画編集ソフトも数多く流通していますが、中でも特に下記3点の機能があるものを選んで利用することを推奨します。

1 動画撮影機能

動画の編集画面からカメラを起動させて、対象物の撮影や、操作中のパソコンの画面録画が可能となります。これにより、社内システムの操作方法やデジタルツールの活用方法を、言葉だけでなく実際の画面操作でお伝えすることができるため、デジタルツールが苦手な方でも、動画のとおりマネをすればしっかり使用できるようになります。

2 字幕作成機能

最近の動画編集ソフトには、AIが動画内の音声を読み込み、自動的に字幕を生成してくれる機能が存在します。例えば、システム操作の解説動画であれば、解説部分の声を読み込んで精緻な字幕にしてくれるのです。誤字脱字はほとんどないため、字幕作成の時間を大幅に短縮することができます。



3 ナレーション追加機能

字幕生成とは逆に、入力したテキスト(字幕)をAIに読み込んでもらい、ナレーションを付加することも可能です。口頭で説明することが得意な方は字幕作成機能を使用し、口頭で説明することが苦手な方はナレーション機能を使用すると良いでしょう。

こうした動画マニュアルは、製造業、卸売業、販売店、設備業など、様々な業種・業態で利用する企業が増えております。

デジタルツールの定着だけでなく、営業ノウハウの共有や、技能継承にも活かすことのできる手法ですので、ぜひ皆様も試してみてください。

今取り組むべきことを整理するチェックリスト

ここまでデジタルツールの活用を通じた業務効率化のポイントを解説させていただきました。しかし、デジタルツールの活用はあくまで手段です。まずは、自分たちの業務プロセスや仕事の進め方にどのような問題があるのかを洗い出し、そのうえで最適なデジタルツールを検討することが重要です。

まずは、自社の問題点を洗い出すためのチェックリストに取り組んでみましょう。

ムリ 過剰な負荷

- 過剰な残業が存在する - 従業員の過労を引き起こす。または起こっている。
- 不適切なタスク割り当て - 技能に合わない作業の割り当てにより生産性が下がっている。
- 過度なマルチタスク - 同時に多くのタスクを抱えており生産的な仕事できていない。
- 短すぎる納期設定 - 余裕を持ったスケジュール調整ができていない。
- 過剰な文書化や報告 - 必要以上の文書作成が求められている。

ムダ 無駄

未使用データや資料の蓄積、不要な情報の保持により、データ圧迫や探す時間が増加。

- 無意味な会議 - 本来議論すべき全体像について議論できず、局所的な議論に終始。
- 手戻りと修正作業 - 不明確な指示や、不十分な計画やコミュニケーションに起因。
- 非効率なコミュニケーション - メールや会話における非効率なやり取り。
- 不必要なプロセスの実行 - 価値を加えない作業の継続。やらなくても良い仕事の横行。

ムラ 不均一

- 業務の偏り - 業務が一部の人間に集中している。
- 不均一な作業負荷 - 時間帯や月日により、業務量に大きな変動が生じている。
- 不規則な業務手順 - 標準化されていない作業手順や方法により非効率が発生。
- 資源の不均等な配分 - 必要な部署にリソースが適切に配分されていない。
- 品質のばらつき - 同じ作業における品質の不一致。

チェックリストに当てはまるものがあるか、ぜひ、社員の皆様でディスカッションしてみてください。チェックがついた箇所から、改善できるツールがないか検討していきましょう！独立行政法人中小企業基盤整備機構が運営する「ここからアプリ」では、用途別に様々なITツールの情報を確認することができます。

ここからアプリ <https://ittools.smrj.go.jp/>

著者紹介

グローバルマーケティング株式会社

「地域創造カンパニー」をビジョンに掲げ、「マーケティング」「業務効率化」「人材採用・育成」の3つの領域を軸にコンサルティングサービスを通じて地域経済の活性化と雇用創出を目指している。

本社は新潟県長岡市。新潟県・東京都・群馬県・北海道・宮城県・石川県・兵庫県・福岡県に事務所を展開し、全国の中小企業の経営サポートを行っている。豊富で実践的なノウハウで「売れる仕組み」を構築し、売上増大に導くことを得意としている。

マーケティングを基礎から学べるセミナー『マーケ大』を主催するなど、セミナー・講演活動にも積極的に取り組んでいる。独自企画として、にいがた子育て応援団『トキっ子くらぶ』を展開中。

業務効率化支援や各種セミナー・研修に関するサービスの詳細、ご相談は
お気軽にお問い合わせ下さい。

お気軽相談ダイヤル

0120-011-913

【営業時間】19:00-18:00

グローバルマーケティング

検索

文中補足

- ・iPadは、米国およびその他の国で登録されたApple Inc.の商標です。
- ・Gmail、YouTube、Google マップ、Gemini、NotebookLMは Google LLC の商標です。
- ・LINE及びLINE WORKSはLINEヤフー株式会社の商標もしくは登録商標です。
- ・Microsoft Excel、Microsoft Word は、Microsoftグループの企業の商標です。
- ・PDFはアドビ株式会社の商標もしくは登録商標です。
- ・ChatGPTはOpen AI, Inc. の商標もしくは登録商標です。
- ・「ここからアプリ」は独立行政法人中小企業基盤整備機構の商標です。

この本は上記商標登録企業・組織によって承認または提携されているものではありません。

DXを進める中小企業はこれを活用している！ 業務効率はじめの一步

2025年 7月31日 二版発行

著作・監修 グローバルマーケティング株式会社

発行所 グローカル出版
〒940-0061 新潟県長岡市城内町 3-2-1 山嘉ビル 3F
グローバルマーケティング株式会社内
tel.0258-89-6221