

グローバルマーケティング株式会社 DX戦略：『地域創造』の新たなステージへ

～自社のDX実践を、地域への提供価値へと転換する～



地域創造カンパニー

グローバルマーケティング株式会社

当社は、経済産業省が定めるDX認定制度の取得に向け、全社的なDX戦略を策定いたしました。

本資料は、私たちのDXに対するビジョンと戦略を、株主、お客様、パートナー企業の皆様、そして未来の仲間となる皆様に深くご理解いただくために公表するものです。

私たちの挑戦にご期待ください。

2025年8月吉日
グローバルマーケティング株式会社
代表取締役CEO 今井 進太郎

機会 (Opportunity)

生成AI等のデジタル技術により、これまで見えなかった顧客課題や事業機会をデータから発見し、支援の質と速度を飛躍させる絶好の機会。

脅威 (Threat)

高度な分析が誰でも容易になり、コンサルティングにおける従来の情報提供価値が相対的に低下する脅威。



私たちの提供すべき本質的価値

データや生成AIが示す客観的な「示唆」と、
経営者が持つ「想い」や現場の「実感」とを繋ぎ合わせ、

組織全体が真に納得して前進するための
「意思決定の質を高め、実行の後押しをする」こと

データとデジタル技術がもたらす

『客観的な知性』

+

顧客一人ひとりの想いに寄り添う

『血の通った伴走』



地方企業が抱える経営上の「**迷い**」を「**確信**」に変え、私たちの使命である『**地域創造**』を新たな次元で実現します。

『自社のDX実践を、地域への提供価値へと転換する循環モデル』

コンセプト

自らがまず実践し、得た生きた知見を、同じ課題を抱える中小企業へわかりやすく提供することこそ、私たちにしかできない地域への貢献です。

基本方針

社内業務はデータとデジタルで徹底的に効率化し、創出した時間と知見を、お客様との血の通った対話と伴走支援に最大限投入します。

1. データドリブン経営
への変革と生産性向上



2. 「実践知」のサービス化
による提供価値の向上

基本方針

「社内業務（バック）はデータとデジタルで徹底的に効率化し、それによって創出されたリソースを、お客様との血の通った対話や伴走支援（フロント）に最大限投入する」という基本方針のもと、DXを推進します。

『社内業務変革と提供価値向上を直結させる、実践主導型DX戦略』を、
以下の3つの柱で推進



① データドリブン
経営への変革による
生産性の最大化



② 全社ナレッジの
形式知化によるサ
ービス品質の向上



③ 「実践知」のサ
ービス化による提
供価値の創造



データドリブン経営 への変革

目的

社内に散在する顧客データ、商談・売上管理データ、プロジェクト実績、そして各コンサルタントが持つ暗黙知を一元管理するデータ基盤を構築し、BIツール等で可視化・分析します。これにより、経営から現場の業務まで、あらゆる意思決定の速度と精度を向上させる「**データドリブンな意思決定プロセス**」へと変革し、全社的な生産性を最大化します。

主なアクション

- ・ 社内に散在するデータの一元化・可視化
- ・ 客観的データに基づく意思決定プロセスの確立
- ・ 全社的な生産性の最大化



全社ナレッジの 形式知化

目的

Google Workspaceという統一プラットフォーム上で、
個々のコンサルタントの中に留まっていた「**暗黙知（ノ
ウハウ、顧客課題、成功・失敗事例）**」を、全社員が共
有・活用できる「**形式知**」へと転換します。これにより、
属人性を排して組織全体のサービス品質を標準化し、顧
客へ提供する価値の底上げを図ります。

主なアクション

- ・ 個々の「暗黙知（ノウハウ、事例）」を「形式知」へ転換
- ・ 属人性を排除し、組織全体のサービス品質を標準化
- ・ Google Workspaceを統一プラットフォームとして活用



「実践知」の サービス化

目的

私たち自身が戦略①、②を実践する中で得た、成功も失敗も含む生々しい「**実践知**」を、既存のコンサルティングやセミナー・研修サービスに体系化して組み込みます。自らの変革プロセスそのものをサービスとして顧客に提供する『循環モデル』を確立し、説得力と共感性の高い、唯一無二のDX支援を実現します。

主なアクション

- ・ 自社のDX推進プロセス（成功・失敗）を「実践知」として体系化
- ・ 「実践知」を既存コンサルティングやセミナーに組み込む
- ・ 『循環モデル』を確立し、唯一無二のDX支援を実現

フェーズ1 DX基盤構築 (~1年目)

目標：
「データドリブン経営」の土台を構築。

施策：
当社は売上や原価をコミットシートという名称のスプレッドシートで管理していますが、年度ごと・用途ごとに分断されており、包括的な確認分析がしづらいという課題があるため解決を目指す。

フェーズ2 業務変革・効率化 (~2年目)

目標：
構築したDX基盤を活用し、業務プロセスを変革。

施策：
精度の高い売上予測、データに基づく最適な人員配置、AIによるナレッジ検索・要約を活用した提案品質の向上などを実現し、全社的な生産性向上を追求。

フェーズ3 提供価値創造 (~3年目)

目標：
「実践知」をサービスへ完全に組み込む。

施策：
得られたノウハウを、既存のコンサルティングやセミナー・研修サービスに完全に組み込み、新たな付加価値を創造。

1. 経営・営業領域におけるデータ活用

活用データ:

- ・受注・売上実績データ
- ・確度別ヨミ管理（見込み案件）データ
- ・顧客属性・取引履歴データ

利活用の方策:

Google AppSheet/Looker Studioを活用し、リアルタイムな業績可視化と、データに基づく先行的な営業戦略の立案・実行を実現。

2. コンサルティング・サービス提供領域におけるデータ活用

活用データ:

- ・プロジェクト別の工数・採算実績データ
- ・クライアントの課題・施策・成果データ
- ・各コンサルタントの暗黙知
- ・セミナー等のフィードバックデータ

利活用の方策:

プロジェクト採算性を可視化し、人員配置の最適化や提案の質とスピードを向上。

3. 全社的なナレッジ共有とサービス品質向上におけるデータ活用

活用データ:

- ・上記1,2で収集した全ての構造化・非構造化データ

利活用の方策:

全情報をGoogle Workspaceに集約し、生成AI（Gemini）による横断的な検索・要約が可能な環境を構築。「AIアシストによるナレッジ共有」で組織全体の能力を底上げし、『循環モデル』を力強く駆動。



意思決定プロセス

全体方針は取締役会で決議。個別施策はDX推進チームが起案し、スピード感を最優先に、重要度に応じ経営層（経営会議等）の承認を得て迅速に実行します。

外部連携

グーグル・クラウド・ジャパン合同会社とのパートナーシップを強化し、最新技術動向やノウハウを積極的に取り入れます。

1. 目指す人財像

全社員：『主体的デジタル活用人財』

自身の業務効率化や顧客への価値向上のため、デジタルツールを主体的に使いこなす人財。

DX推進リーダー：『変革ドライバー人財』

データ分析、PM等のスキルを兼ね備え、DXの具体的な施策を牽引する人財。

2. 人財育成方針

・ Google Workspace活用研修、データリテラシー向上研修、社内実践事例共有会を定期的に実施。

・ 外部専門研修への参加支援、資格取得支援制度（ITパスポート、G検定等）を拡充。

3. 具体的な数値目標

目標①：

3年後までに、全正社員のITパスポート資格取得率を20%以上とする。

目標②：

2年後までに、社内認定制度で全正社員の8割がブロンズランク以上を取得する。

目標③：

データリテラシーに関する研修を、全正社員対象に年間2回以上実施する。

基本方針

創業早期からの「クラウドファースト」を徹底し、新たなシステムを闇雲に導入するのではなく、「既存システムの深化」「データ連携の強化」「セキュアな利活用」の3点を基本方針とします。

具体的方策

・データ活用基盤の深化

Google AppSheetで入力業務をアプリ化し、CRMとしてのデータ蓄積基盤を構築。Looker Studioでリアルタイムに可視化します。

・統合プラットフォームの運用強化

全ての業務情報をGoogle Workspaceに集約し、生成AI(Gemini)が組織の全情報を横断的に検索・要約できる環境を実現します。

DX投資計画と レガシーシステムへの対応

・投資計画

物理的なハードウェア資産への投資を極小化し、クラウドサービス利用料と人財育成に重点的に配分します。

・レガシーシステムへの対応

当社にレガシーシステムは存在しません。「データのサイロ化」という課題に対し、データ活用基盤の構築・深化によって対応します。

管理体制

DX推進チームと取締役会により定期的（半期に1回）に進捗を管理し、継続的な改善に繋がります。

《戦略の柱①：データドリブン経営への変革による生産性の最大化》

指標	定義	種別
労働生産性の上昇率	従業員一人当たり付加価値額の上昇率を測定。	定量
間接業務時間の削減率	バックオフィス業務の効率化を測定。	定量
データ活用基盤の構築完了	フェーズ1の目標である「コミットシート」のAppSheet/Looker Studio化の完了。	定性

《戦略の柱②：全社ナレッジの形式知化によるサービス品質の向上》

指標	定義	種別
顧客満足度スコアとNPS®	アンケートでサービス品質を客観的に測定。	定量
ナレッジ追加件数	組織知の蓄積と鮮度を測定。	定量
Google Workspace 習熟度取得者割合	全正社員のデジタル活用能力の向上度合いを測定。	定量

《戦略の柱③：「実践知」のサービス化による提供価値の創造》

指標	定義	種別
コンサルティングサービスの ブラッシュアップ	自社DXの知見を基に既存メニューを定期的に更新・高度化。	定性
DX関連支援の引き合い件数	新たな信頼とビジネス機会の創出に繋がっているかを測定。	定量

基本方針

「サイバーセキュリティ経営ガイドライン」の趣旨に則り、お客様および当社の情報資産を保護します。

具体的な対策

- ・ Google Workspaceの高度なセキュリティ機能の活用
- ・ 二要素認証の全社員必須化
- ・ 重要情報へのアクセスログの取得と定期的な監視
- ・ 全従業員を対象とした情報セキュリティ研修の実施

公的認定



セキュリティ対策自己宣言

**「SECURITY ACTION」
二つ星を自己宣言**

自己宣言ID : 41069337476
(2025年7月22日取得)

1. 経営者自らによる 価値創造ストーリーの発信

代表取締役CEO 今井進太郎が自らの言葉で、DX戦略のビジョンを「価値創造ストーリー」として対外的に発信します。

- ◆ 発信するメッセージの要点
 - ・ 変革の時代における、私たちの真の提供価値
 - ・ 自らが「DXの実践者」となり、その生きた知見を地域へ還元する決意
 - ・ 具体的な指標で進捗を管理し、成果を公表する約束

2. 主な発信方法・媒体

以下の媒体を通じて、ステークホルダーの皆様との対話を促進します。

- ◆ 具体的な発信チャネル
 - ・ 公式表明：コーポレートサイトへの固定ページ新設
 - ・ 定期的発信：コーポレートサイト「お知らせ」欄での進捗報告（半年に1回目安）
 - ・ 多角的展開：採用サイト等でのDXへの取り組みのアピール

代表取締役CEO 今井進太郎が自らの言葉で、DX戦略の推進状況や成果について、代表者名・役職を明記の上、公式メッセージとして公表します。

グローバルマーケティング株式会社
新潟県長岡市城内町3-2-1 山嘉ビル3F

本戦略に関するお問い合わせ先：
(部署名)コンサルティング部 武田知浩
(電話番号) TEL：0258-89-6221

GLOCAL