

AI活用顧問 | お役立ち資料

AIが現場で使われる会社は、 何を先に決めているか

答えは**着手順**でした。当社の4か月をそのまま公開します

効いたのは、この3つだけ

業務を棚卸しする



3列で並べ替える



1本目は社内業務

デジタルプロモーション株式会社 代表取締役社長 後藤 晃

 Digital Promotion

この資料の流れ

1

使われない理由

つまりく場所と、定着する3条件。棚卸し・並べ替え・1本目の選び方

2

当社の4か月

業務36件の棚卸しから、営業SFAを自社で作るまでの実際

3

AI活用顧問

9つのメニューと、ご相談から運用までの進み方

第1部

なぜ、AIは現場で使われないのか

つまり場所と、定着する3条件。順番に意味があります。

よくいただくご相談

AIを入りたいが、進め方が決まらない

どこから手をつけるかが決まらないまま、時間だけが過ぎていく状態です。

研修はやったが、現場で使われない

受けて終わりになり、翌週には元のやり方へ戻ってしまっています。

実際に詰まっていた場所

技術ではなく、その手前

どの業務から着手するか、誰が旗を振るか。ここが決まっていませんでした。

展開が止まる

1人が使えるところまでは進み、そこから横に広がらないのが実態でした。

4か月やって分かったことを、先に3つ書きます。順番に意味があります。

① 業務を棚卸しする

- ・「AIでやりたいこと」ではなく「いま人がやっていること」から書き出します
- ・粒度は「AIに任せられるかを判断できる単位」に合わせます
- ・当社は10カテゴリ・36件になりました

② 3列で並べ替える

- ・優先度・想定工数・経営インパクトの3列を足します
- ・議論が「やりたい順」から「効く順」に変わります
- ・優先度は、経営が決めるべき列です

③ 1本目は社内業務にする

- ・社内で完結し、痛みが出ている業務を選びます
- ・顧客向けを1本目にする、慎重になりすぎて進みません
- ・失敗コストを顧客に出さない設計です

条件① 業務を棚卸しする（当社は10カテゴリ・36件）

6 / 21

カテゴリ	件数	中身の例
営業・提案	6	ターゲットリスト自動生成／提案書骨子のドラフト／失注理由の分析
制作	5	バナー・サイネージ素材の量産／動画の字幕自動編集／表現の一次チェック
運用	5	月次レポート自動生成／広告アカウントの異常検知／差し替え漏れ検知
マーケ分析	4	アクセス解析と打ち手／SEO記事の自動化／ダッシュボード自動化
コンテンツ	4	note・SNS・ブログ・ローカルメディアの発信自動化
アカウント管理	3	定例アジェンダ自動生成／契約更新リマインド／ナレッジ横断検索
店舗・ローカル	3	口コミの分析と返信文生成／MEOモニタリング／インフルエンサー選定
PM・進行	3	会議録画からタスク化／成果物の一次レビュー／日程調整の効率化
人事	2	採用の一次スクリーニング／社員評価の一次ドラフト
バックオフィス	1	経費精算の自動化

※ 当社の棚卸し結果です。件数と区分は、業種・規模によって変わります。数十件のオーダーに収まれば、だいたい適正です。

列	何を書くか	判断の目安
大分類	営業・提案／制作／運用 など	部署ではなく、業務のかたまりで切ります
業務名	「ターゲットリスト自動生成」	動詞で終わらせます。名詞止めにすると曖昧になります
業務内容	「条件からリスト抽出・重複名寄せ」	1行に収めます。長くなるなら業務を分けるサインです
現状の担当・頻度	誰が・月に何回やっているか	空欄の業務は、実は誰もやっていないことが多いです
優先度	高・中・低	「困っている度」ではなく「止まると事業が痛む度」で付けます
想定工数	AI化にかかる開発・設定の工数	人日でかまいません。精度より、桁が合っているかです
経営インパクト	効いたときに何が動くか	売上・粗利・人時のどれに効くかを書きます
出所	いつ・誰の棚卸しか	更新のとき、古い行を見分けるために要ります

※ この形式は自由にお使いください。列の順番も、自社の言葉に置き換えてかまいません。

※ 要点は「優先度・想定工数・経営インパクト」の3列が揃っていることです。

3列を入れる前

やりたい順に並ぶ

「AIでこれができたら面白い」の順に並び、優先度がつきませんでした。

議論が終わらない

36件を眺めても、どれから手をつけるかの結論が出ませんでした。

3列を入れたあと

効く順に変わる

「止まると痛い × 効いたら大きい × すぐ作れる」の交差点を探す議論になりました。

1本目が決まる

優先度が高い業務ほど工数も大きい。だから、社内で完結する業務が残ります。

条件③ 1本目は、社内で完結する業務にします

9 / 21

当社が1本目に選んだのは、営業のSFA（案件管理）でした。選んだ理由と、選ばなかったものを並べます。

売上に直結する

止まると事業が痛む業務から選びます。効いたときの大きさが違います。

人に依存していた

当社の営業プロセスは人に依存していて、担当が動けないと止まる状態でした。

顧客に影響が出ない

社内向けなので、失敗しても顧客に迷惑がかりません。試せる範囲が広がります。

逆に、1本目に向かないもの

顧客向けの業務です。失敗がそのまま顧客に届くうえ、慎重になりすぎて前に進まなくなります。

社内では月3回の研修を続けています。扱うのは機能紹介ではなく、運用のクセの部分です。

セッションを長く引きずらない

会話が膨らむと古い情報がノイズになり、回答の質が落ちます。話題が変わったら履歴を捨てる、方向性を添えて要約する、中間出力が多い作業は切り出す。この3つを運用ルールにしました。

出力を自分の言葉で説明できるか

説明できないものは通してはいけない、というのが社内の結論です。特に経験の浅いメンバーには、自分の頭で考える訓練を先に置きます。

エラーは貼って、対話で詰める

きれいな指示を一発で書こうとするより、粗い指示を出して修正を重ねるほうが速く進みます。

外注との併走期間を置く

すぐ切り替えず、1〜2か月は外注とAIの品質を比べてから判断します。あわせて、最新動向を追う枠は月1回に固定しています。

第2部

当社の4か月

業務棚卸し36件から、営業SFAを自社で作るまで。うまくいかなかったことも書きます。

制約・判断・結果・再現条件の4行で、当社の4か月をそのまま置きます。

項目	当社の場合
制約	開発の手を動かせるのが実質1名。外注予算は未計上。既存業務は止められない。
判断	全部を並行させず、優先度1位だけに人を寄せました。社内向けの業務を先にして、失敗コストを顧客に出さないようにしました。
結果	4か月で営業ダッシュボードが稼働段階へ。週次レポートは自動投稿で運用しています。
再現条件	①棚卸しに3列を入れる ②1本目は社内業務にする ③入力を書き続ける運用を設計に含める ④最新動向を追う枠を月1回に固定する

分解して見えたのは、両端は手が付いていて、真ん中が空いているという構図でした。

工程	やっていること	着手前の状態
1 リード獲得	フォーム・名刺・アウトバウンドから集める	動いていた
2 アポから商談化	打診と日程調整	空いていた
3 商談前リサーチ	相手企業と課題の下調べ	空いていた
4 商談	ここは人がやります	人が担当
5 議事録からタスク化	記録から次の行動を切り出す	空いていた
6 BANT抽出とヨミ反映	予算・決裁・ニーズ・時期を拾って確度を更新	空いていた
7 週次レポート	数字をまとめて自動投稿	動いていた

※ レポートは自動で出るのに、元になるヨミ表を人が手で埋めている。それでは精度がそこで頭打ちになります。

精度は、入力データで決まります

記録がない案件は、空欄で返ってきます

提案資料や見積の記録がない案件は、そのまま空欄で出てきます。AIの問題ではありません。

いちばん地味な運用が、最重要でした

週1回の1on1でダッシュボードを一緒に見ながら、記入の意味を伝え続けています。

自社で作ると、後から変更られます

その週のうちに直せます

確度ランクがCに偏り、スコアの刻みが細かすぎると分かって100段階から10段階へ見直しました。

運用して初めて分かる違和感を潰せます

「この画面に目標との乖離を出したい」といった要望を、完成品を待たずに反映できます。

うまくいかなかったことも書きます。詰まったのは技術ではなく、展開のほうでした。

名刺データの一括投入

処理の上限に当たって途中で止まりました。分割して入れ直しています。

AI議事録の全社展開

1人が使えるところで止まり、横に広がりませんでした。誰が広げるかを決めていなかったためです。

削減工数は、まだ測れていません

ローンチ後に実測し、続報として公開します。数字が出ていない段階で効果は語りません。

仕組みを入れても、手間は消えません

書き続ける運用が要ります。そこを設計に含めていないと、精度が頭打ちになります。

第3部

AI活用顧問

9つのメニューと、ご相談から運用までの進み方。

同じ型を、地域の企業と自治体、そして店舗運営の現場へ持ち込んでいます。

① 現場を持つ会社が設計

- ・全国73拠点のタウンビジョンを運営しています
- ・地域企業・自治体・店舗運営の現場を、日々見えています
- ・机上ではなく、現場が回る形で設計します

② 売上・人手・意思決定

- ・売上：リード獲得から商談管理まで
- ・人手：シフト・発注・問い合わせ対応
- ・意思決定：散らばった数字を1画面に集める

③ 研修で終わらせない

- ・使い方の底上げから始めます
- ・推進体制と月次の振り返りまで設計します
- ・当社自身が、内製で運用しています

売上・現場の手間・意思決定・人材育成の4方向から、必要なものを組み合わせてお使いいただけます。

01 生成AI研修・定着支援

役職と業務に合わせた実務型の研修です。受けて終わりにせず、日々の業務で使われる状態まで見ます。

02 AI業務実装支援

発信文づくり、問い合わせ返信、資料作成。定型業務にAIを組み込み、現場が回る形まで作ります。

03 推進体制づくり

「誰が旗を振るか」から設計します。月次で取り組みを振り返り、次の打ち手をご提案します。

04 AIチャットFAQ

問い合わせ対応を自動化します。お客様向けだけでなく、社内マニュアルの検索窓としても使えます。

05 AI店舗シフト作成

希望・スキル・人件費の制約を踏まえたシフト案を自動で作ります。店長の時間を戻します。

06 AI需要予測

販売実績・天候・曜日・近隣イベントから需要を読みます。欠品と廃棄の両側に効きます。

07 経営ダッシュボード

散らばった数字を1画面にまとめます。月次を待たず、日次で見てその場で判断できます。

08 SFA構築

リード獲得から商談、ヨミ管理までを回す営業基盤です。当社自身が内製で運用しています。

09 AI × コンテンツ制作

地域の産品・観光資源・店舗の商品を、発信できる形にします。サイネージとSNSへそのまま流せます。

進め方が決まらない

AIを入れたいが、どこから手をつけるかが決まっていない。

研修が定着しない

研修はやったが、現場で使われないまま止まっている。

発注・仕込みのロス

欠品と廃棄の両方を減らしたい。

シフト作成の負担

店長の時間が、毎月のシフト作成に奪われている。

問い合わせ対応

一次対応を自動化して、人が出る場面を絞りたい。

数字が散らばっている

すぐに判断できる形へまとめたい。

「進め方だけ相談したい」といった単発のご依頼にも対応しています。

01 業務棚卸し

現状の業務を並べ、優先度・想定工数・経営インパクトの3列を入れて優先順位を決めます。半日～1日で形になります。

02 1本目を決める

社内で完結し、痛みが出ている業務から、着手する1本を選びます。ここは経営が決める場面です。

03 実装と研修を並走

作りながら、使い方の底上げを同時に進めます。作れる人を1人にしないための並走です。

04 運用に乗せる

入力を書き続ける運用まで設計し、月次で振り返って次の手を決めます。ここまでで1周です。

まずは、業務を並べるところから

棚卸しの3列は、業種を問わずそのままお使いいただけます。自社で並べてみて、手が止まったところからご相談ください。

「進め方だけ相談したい」「1本目の選び方を一緒に決めたい」といった単発のご依頼にも対応しています。

当社の実装の詳細は、DP JOURNAL の記事で公開しています。

<https://digitalpromotion.co.jp/dp-journal/dp-ai-insourcing-sfa/>

お問い合わせ

デジタルプロモーション株式会社 〒231-0007 神奈川県横浜市中区弁天通6-85 宇徳ビルディング4F

TEL 045-670-7640（受付時間 9:30～17:30／土日・祝祭日・年末年始を除く）

サービス詳細 <https://digitalpromotion.co.jp/business/ai-advisor/>

お問い合わせ <https://digitalpromotion.co.jp/contact/>