

WHITE PAPER | 2026年版

中小企業のための AI導入ガイド

人手不足の時代に、採用の前にできること

— 月数千円から始める業務効率化の実践書 —

発行：Harmonic Society株式会社

千葉市 | ホームページ制作・AI導入支援・IT顧問

本書でわかること

- ① なぜ今、中小企業こそAIなのか
- ② 業務別・業種別の活用マップ
- ③ 費用の全体像と投資対効果の計算式
- ④ 失敗しない導入5ステップと社内ルールの作り方

2026年7月発行

はじめに — 「様子見の期間」が、そのまま競合との差になる

「AIが話題なのは知っているが、うちのような会社に関係あるのか」
「何から始めればいいのか分からない」「情報漏えいが怖い」――

生成AIは、専任のIT部門がある大企業のためのものではありません。**むしろ恩恵を受けやすいのは、一人が営業・事務・広報を兼務している中小企業です。**稟議や調整が不要で、経営者が決めればその日から始められる。組織がフラットな分、大企業より早く効果を実感できます。

生成AIは先に使い始めた会社ほど社内にノウハウが蓄積します。つまり、**様子見の期間はそのまま競合との差になります。**

本書の数値について：掲載している削減時間・金額は、当社ブログで紹介したモデルケースおよび一般的な目安を含みます。効果は業種・業務内容・データの状況によって異なります（自社での試算方法は第3章）。

本書のなりたち

300人超

経営者ヒアリングの蓄積

約20本

自社実践に基づくAI活用記事

1冊

経営者が読み通せる形に再構成

ゴール：読み終えたとき「自社ではどの業務から、いくらで、どう始めるか」が具体的に描けること

「人が来ない」時代の現実



約65%

「正社員が不足している」と回答した中小企業（帝国データバンク調査）

15～20%

採用しても、入社1年以内に離職する割合

求人を出しても応募が来ない。この状況は景気変動で解消される種類のものではなく、構造的な人口減少に根ざしています。

ここで一度、発想を変えてみてください。

「採用で人を増やす」の前に、
「AIで業務を減らす」ことはできないか。

本来「人にしかできない仕事」ではないもの



議事録・日報



請求書



定型的な問い合わせ回答

顧客からの問い合わせの6～7割は定型的な質問と言われます。情報を整理して文章化するだけの作業は、AIの得意領域です。

採用1人分のコストと、AI投資の比較

図表1 | 採用1人の初年度実質コスト（モデルケース）

求人媒体費用	20万～80万円
面接・選考の人件費（3～5人×20～40時間）	10万～20万円
初年度人件費（月給25万円・会社負担込み）	約400万円
研修・教育コスト（教える側の時間含む）	30万～50万円
合計	約500万～600万円

+ 離職リスク（1年以内 15～20%）が加わる

図表2 | 同規模予算をAI投資した場合（モデルケース）

経理業務の半自動化	月20時間（年240時間）
問い合わせの自動応答	月30時間（年360時間）
文書・議事録作成の効率化	月15時間（年180時間）
マーケティング業務の効率化	月10時間（年120時間）

合計 年間900時間 ≡ 正社員0.5人以上の稼働

しかもAIツールは退職せず、体調も崩しません。

AIは万能ではなく、人にしかできない仕事は確実に残る。だからこそ「どの業務を採用で、どの業務をAIで解決するか」の切り分けが合理的な経営判断です。

そもそも生成AIとは何か — 「判別」 から 「創出」 へ

生成AI = 「文章・画像・音声などのコンテンツを新しく作り出すAI」
中核は大規模言語モデル（LLM）。2022年末のChatGPT公開で、専門知識なしで使えるように。

図表3 | 従来のAIと生成AIの違い

	従来のAI（判別・予測）	生成AI（創出）
得意なこと	迷惑メール判定、需要予測、画像検品	メール文面の作成、議事録の要約、企画アイデアの提案
使い方	システムに組み込んで使う	日本語で話しかけるだけ
導入の敷居	開発が必要	ブラウザがあれば今日から



「書く・まとめる・考える」が自動化の対象に

あいまいな指示から成果物のたたき台を作れる——ここが従来のITツールとの根本的な違いです。



ただし「ハルシネーション」に注意

事実と異なる内容を自信たっぷりに出力することがあります。「必ず人間の確認を挟む」が業務利用の大原則（詳しくは第5章）。

業務別活用マップ — 生成AIの活用は4系統に整理できる



書く

提案書・営業メール・求人票・販促文

本書の該当節 → 2-3



まとめる

議事録・週次レポート・口コミ分析

本書の該当節 → 2-1 / 2-3 / 2-5



考える

企画の壁打ち・需要予測・値付け

本書の該当節 → 2-6



自動化する

請求書・OCR・チャットボット

本書の該当節 → 2-2 / 2-4

すべてに共通する原則 「8割の下書きをAIに作らせて、2割を人間が仕上げる」

毎週の定例から、6～12時間を取り戻す

事例：千葉県内の士業事務所

議事録1回あたり

~~約50分~~ → 15分程度

1時間の会議には清書まで30分～1時間の議事録作業が付随。週3回の定例なら月6～12時間が議事録だけに消えている計算です。

進め方はシンプル（文字起こしAI × 生成AI要約）

- 1 対象会議を1つ（週次定例）に絞って試す
- 2 録音と保存のルールを決める
- 3 要約の指示文（プロンプト）を固定して体裁を安定させる
- 4 固有名詞や事実関係を人が最終チェックしてから共有する



注意点：機密情報の扱い

顧客名や取引条件を含む会議は、入力データを学習に使わない設定のサービスを選ぶか、対象から外します（第5章参照）。

「手で写す仕事」をなくす



請求書作成

月18時間 → 4時間

千葉市内の士業事務所（社員15名） | 年間168時間 ÷ 約3週間分の稼働を削減

取引先30社分で月18時間（時給2,000円換算で年間43万円）かかっていた作業を、過去の請求履歴からAIにデータ生成させ、人は確認に回る方式へ。



AI OCR（紙書類のデータ化）

1枚 5分 → 1分

確認のみなら30秒程度 | 月100枚なら年間約80時間の削減

月約200枚の納品書进行处理していた製造業では**年間約240時間（約30営業日分）**を削減。月1〜2件あった金額の入力ミスがほぼゼロに。

費用の目安

定額 月3万〜10万円

月額3万円で月10時間削減できれば十分回収。3〜6ヶ月で投資回収する例が多数。

ワンポイント：カタログの「精度99%」は理想条件下の値

契約前に自社の実書類50件以上でトライアルを。精度は100%を求めず、70〜80% + 人の確認で運用するのが現実的です。

「白紙に向かう時間」をなくす



週次・月次レポート

月8～10時間 → 1時間程度

指標の型を固定しCSVを渡して「前週比較で変化の大きい項目と要因候補をまとめて」と指示。人はAIに見えない現場事情の補正と、次の打ち手の検討に集中します。



提案書

1件4～5時間 → 実作業1.5時間程度

①構成案の生成 → ②見出しごとの下書き → ③自社実績の差し込み → ④「決裁者の立場で反論されそうな点を指摘して」というセルフチェックの4段階（松戸市の介護事業者の例）。



社員研修資料

数時間～十数時間を大きく圧縮

ベテランの口頭説明を録音・文字起こしし、AIに「手順ごとに整理して」と指示。頭の中にしかなかった暗黙知がマニュアルになり、属人化リスクの軽減にも直結します。

業種別のテンプレートを保存すれば、使うほど速くなります。

定型はAIに、込み入った話は人に

問い合わせ対応の「隠れたコスト」

1日10件 × 5分 × 月20営業日

= 約16時間/月

電話に出られず取りこぼした見込み客は、見えない損失に。

事例：千葉県内の建材卸会社

社内FAQ接続のチャットボットで対応 月40時間削減

AIチャットボット導入の3ステップ（月10万円規模で実現可能）

- 1 よくある質問を20～30個洗い出す
- 2 サービス内容・料金表・FAQをAIに学習させる
- 3 社内テストで育ててから公開する

新規顧客のオンボーディングも同じ構図：初期案内メールの下書き・FAQ自動応答・問い合わせの自動仕分けをAIが担い、人は個別性の高い相談に集中。

鉄則：有人対応への引き継ぎ導線を必ず残す。

「AIは定型的で繰り返される対応、人は個別性が高く信頼が問われる対応」——この役割分担が、温かみと効率を両立させます。

内製できる範囲が広がり、勘にデータの裏付けが付く



マーケティング・販促

販促画像の内製：SNS投稿画像やブログのアイキャッチは画像生成AIで十分な品質に。柏市の複数店舗経営の飲食事業者は、毎月十数点外注していたSNS画像の一部をAI生成に切り替え、外注費を抑制。

口コミ・レビュー分析：数十～数百件の口コミは「読む」より「分類する」。ポジ・ネガ・中立の分類と改善要望の集計は、**人が半日かける作業が数分で完了**。ポジティブな口コミの「強み」はそのままキャッチコピーに。

※ 実際の商品写真・実写・ロゴには不向き。「雰囲気を伝える画像」に限定して使い分けを。



在庫・需要予測

「作りすぎて廃棄、絞りすぎて品切れ」。過去2年分の販売実績に天候・曜日・イベントを加えた需要予測で、廃棄ロスと機会損失の両方を削減できます。

事例：千葉県内の食品加工会社

AIによる発注量算出で 年間の廃棄ロス 約300万円削減

大がかりなシステムは不要。まずは生成AIやスプレッドシートに販売データを渡し「来週の各曜日の需要と推奨発注量を提示して」から。毎週、予測と実績を照合して精度を上げます。

ベテランの勘を否定せず、その知見をAIに学ばせる進め方が現場の納得感を得るコツ。

図表5 | 業種別のAI活用の入口（千葉県内の事例・相談より）

業種	最初の一步に向く業務	期待できる効果の例
製造業	検品・手順書整備・納品書OCR	納品書処理 年240時間削減
建設業	日報・写真からの報告書たたき台	現場監督の残業削減
士業	議事録・顧問先向け文書・請求書	請求書業務 月18時間 → 4時間
飲食・小売	需要予測・口コミ分析・SNS販促	廃棄ロス削減・外注費削減
介護・医療	提案書・記録文書（相談対応は人）	提案書 4～5時間 → 1.5時間
卸売・物流	問い合わせ仕分け・FAQ自動応答	問い合わせ対応 月40時間削減

自社の業種の行から、「定型的で、時間がかかっている業務」を1つ選ぶのが最初の一步です。

費用は「3つの層」で考える — どの層まで踏み込むかで金額が変わる

第1層

ツール利用料 ChatGPT等の既製サービスの月額課金

月数千円/人～

第2層

構築・連携費用 チャットボット構築、業務システム連携、需要予測AI等

数十万円～数百万円

第3層

教育・運用費用 社員研修、ルール整備、定着支援

社内工数が中心

多くの中小企業は、まず第1層だけで十分

個人向け有料プラン 月20ドル前後（約3,000円）、法人プランは1ユーザー月25～30ドル程度から。

5人契約しても月2万円台。

第1層で効果を数字で確認してから、第2層の開発投資を判断するのが定石です。



見落とされがちなのが第3層。 契約しただけで使われなくなる「幽霊アカウント」は、生成AI導入で最もよくある失敗です。ツール代よりも、定着の仕組み（第4章）が効果を左右します。

どのツールを選ぶか — 「最強」 より 「自社の環境と業務に合うか」

図表7 | 主要生成AIツールの比較

ツール	強み	向いている会社
ChatGPT (OpenAI)	情報量・汎用性の定番。ノウハウ記事が豊富	迷ったらこれ。「最初の1本」に
Claude (Anthropic)	長文読解・要約、自然な日本語に定評	契約書・報告書など長文業務が多い会社
Gemini (Google)	Gmail・スプレッドシート連携	Google Workspace利用企業
Microsoft Copilot	Word・Excel・Teams内で直接使える	Microsoft 365を全社導入済みの会社

法人利用で必ず確認する3点



入力データを学習に使わせない設定（オプトアウト）があるか



法人向けプランがあるか



アカウント管理ができるか

投資対効果は「削減時間 × 時給」で試算する

1

対象業務の現状時間を測る

例：議事録作成に週3時間

2

AI活用後の時間を見積もる

例：確認・修正のみで週1時間

3

削減時間を人件費に換算し、利用料と比べる

週2時間 × 時給2,500円 × 4週 = 月2万円の効果

対する利用料は月数千円 → 初月から回収できる計算

ROI（投資対効果）

= (削減できたコスト - AI導入コスト) ÷ AI導入コスト × 100

モデルケース：従業員50名規模・月額10万円のAI投資

年間 約500万円

残業代・ペーパーレス化・ミス削減・機会損失防止の合計コスト削減（初期投資込みでも1年以内の回収見込み）

導入企業の投資回収期間は **6ヶ月～1年** というケースが多く、需要予測のよ
うに初月から効果が出る領域もあります。

¥

補助金も選択肢に

IT導入補助金・ものづくり補助金・小規模事業者持続化補助金などはAI
関連が対象になる場合あり。公募時期・要件は年度ごとに変わるため、
必ず最新の公募要領を確認。申請前提のスケジュール設計は支援機関へ
相談を。

失敗しない5ステップ — 成否はツールの性能ではなく進め方で決まる

STEP 1

業務の見える化

1～2週間、業務時間を記録。時間がかかる業務・繰り返し作業・ボトルネックを洗い出す

STEP 2

対象を1～3個に絞る

「効果の大きさ×導入の難易度」で優先順位付け。全業務を一度にAI化するのは典型的な失敗

STEP 3

小さく試す

経営者＋推進役の2～3名で1～2ヶ月。削減率を記録し、うまくいったプロンプトを書き溜める

STEP 4

ルールを整える

入力してよい情報の線引きと利用ルールを1枚に（第5章）。安心して使える土台をつくる

STEP 5

展開・定着させる

「AIがないと困る」状態がゴール。成功体験→教育→推進役→共有の順で広げる

最優先すべき業務の特徴（STEP2の判断基準）

- ✓ 定型的・反復的である（議事録、請求書、FAQ対応など）
- ✓ 週5時間以上を消費している
- ✓ 既製ツールで対応できる
- ✓ 多少の試行錯誤が許容される（顧客への影響が小さい）

生成AI活用の最大の障壁は

「使われなくなること」

技術でも費用でもありません。

最初の90日プラン — 1つの成功体験を作ってから横展開する

「とりあえず全員にアカウントを配って各自で活用してね」で終わると、数ヶ月後の利用率は **5%以下** に落ちます。最初の90日は特定の業務に絞って集中的に使うのが鉄則です。

図表9 | 導入90日のロードマップ例

期間	やること
～30日	業務の見える化 / 対象業務の決定 / 推進役2～3名で試用開始
31～60日	効果測定（時間記録） / プロンプトの型を蓄積 / 社内ルール整備
61～90日	経営会議で数字を確認 / 横展開の判断 / 共有会の定例化

導入後は月1回30分のPDCA：「使われているか・効果が出ているか・次に何を試すか」を確認。「導入して終わり」にしないことが、投資を回収する唯一の方法です。

全社展開で効く5つの打ち手

- 1 位置づけの明確化：AIは「助手」。前向きなメッセージを経営者自身が伝える
- 2 早期の成功体験：効果を体感しやすい業務（議事録など）から
- 3 段階的な教育：動画マニュアル・FAQ・プロンプト集
- 4 社内チャンピオン：部署ごとに推進役と共有の場を
- 5 心理的安全性：「うまく使えない」と言える雰囲気を保つ

期待値をそろえる：「下書き8割・仕上げ2割」

生成AIの4大リスク — 正しく恐れて、安全に使い倒す



① 情報漏えい

無料プラン等では入力内容が学習に使われる場合がある。顧客名簿・財務情報の不用意な入力が危険。

対策：学習オプトアウト設定 + 入力情報の線引き



② 著作権

生成物が既存の文章・イラストに酷似し、対外利用でトラブルになるおそれ。

対策：対外利用前の類似チェック + 利用規約確認



③ ハルシネーション

事実と異なる内容を、自信を持って出力する（次ページで詳述）。

対策：人による事実確認をワンセット化



④ シャドーAI

会社が把握しないまま、社員が私用アカウントで業務利用してしまう。

対策：安全な「公式ルート」の用意

全面禁止が最悪の選択：禁止すれば「シャドーAI」が生まれ、かえって統制不能に。禁止で封じるのではなく、安全に使える公式ルートを用意することが最善の防御です。

ハルシネーション — AIは「断言する形で」間違える

生成AIは事実を検索しているのではなく「それらしい文章」を作っています。存在しない条文・実在しない統計・架空の出典を、自信なさそうにではなく断言する形で出力するのが厄介な点です。

特に注意すべき4つの場面

- 1 数字・固有名詞・日付**
AIが最も間違いやすい領域。必ず一次情報で裏取りする
- 2 専門分野の判断**
税務・法務・医療は下書きと位置づけ、最終判断は専門家が行う
- 3 最新情報**
AIの知識には時点の区切りがあり、制度改正に追従できないことがある
- 4 「もっともらしい引用」**
「～という調査によると」の出典は実在を必ず確認する

運用ルールは3つで足りる

- 1 用途を仕分ける**
アイデア出しなら多少の誤りは問題ない。顧客に出す資料は別扱いに
- 2 外部に出す文書は「AIが作成、人が確認」をワンセットに**
確認者の名前を記録すれば責任の所在も明確に。市原市の製造業はAI出力に必ず「要確認」の付箋を付けるルールで確認漏れを防止
- 3 「AIの答えは鵜呑みにしない」を社内の共通認識に**

ハルシネーションはゼロにできない。しかし仕組み化すれば管理可能。AIを信じすぎず、しかし使うのをやめない。

社内ルールは「A4・1枚」にまとめる

図表11 | 生成AI利用ルール（1枚テンプレート）

1. 入力してよい情報／いけない情報

- ・ 入力禁止：顧客の個人情報、取引先の機密、自社の非公開情報（財務・新製品等）
- ・ 入力可：公開情報、社内の一般的な文書、個人が特定されないよう加工した情報

2. 使ってよいツールとアカウント

- ・ 会社契約のアカウントのみ。私用アカウントでの業務利用は不可
- ・ 学習オプトアウト設定を有効にしたうえで利用する

3. 出力の確認ルール

- ・ 社外に出す文章・数字・引用は、必ず人間が事実確認してから使う
- ・ 確認者の名前を記録する。判断に迷ったら相談窓口（担当：〇〇）へ

あわせてやること



退職者アカウントの停止などの管理を徹底



朝礼や月次会議で事例を交えて定期リマインド



ヒヤリハットは責めずに共有し、ルール更新の材料に



ルールの棚卸しは半年に一度が目安



機密性が特に高い業務は、社外にデータを出さない
ローカルLLMという選択肢も

「AIが分かる人材がいらない」への3つの答え



① 正社員採用

向いているケース

AIが事業の中核になる場合（AI自社サービス開発など）

注意点

要件を「生成AIの業務活用ができる人」に絞る。評価は外部専門家の支援を



② 既存社員の育成

現実解

向いているケース

社内業務の効率化が目的で、ITに前向きな社員がいる場合

注意点

業務知識×AIの掛け算で費用対効果が最も高い



③ 外部委託・顧問

現実解

向いているケース

早く成果を出したい／何から始めるか分からない場合

注意点

丸投げするとノウハウが社内に残らない点に注意

多くの中小企業にとって現実的なのは②と③の組み合わせ。立ち上げ期は外部の知見を借り、並行して社内人材を育て、必要になった段階で採用を検討します。

失敗しない分担：「開発は外部、業務知識と運用は社内」。社内に窓口担当者を必ず置き、外部パートナーと一緒に手を動かす。採用ありきではなく「AIで何を実現したいか」から逆算を。

AI導入チェックリスト20 — 3段階で自社の状況を確認する

導入前

- ☐ 1. 時間がかかっている業務を1週間記録した
- ☐ 2. 「定型的で、週5時間以上かかる業務」を洗い出した
- ☐ 3. 最初に取り組む業務を1〜3個に絞った
- ☐ 4. 「AIで減らす業務」と「人を採用すべき業務」を切り分けた
- ☐ 5. 削減時間×時給で、期待効果を試算した
- ☐ 6. 自社の業務基盤（Google/Microsoft）に合うツールを選んだ
- ☐ 7. 学習オプアウト設定・法人プランの有無を確認した

試用中

- ☐ 8. 経営者＋推進役の2〜3名で試している
- ☐ 9. 作業時間の変化を記録している
- ☐ 10. うまくいったプロンプト（指示文）を書き溜めている
- ☐ 11. 「下書き8割・仕上げ2割」の期待値を共有した
- ☐ 12. 入力してよい情報の線引きを1枚にまとめた
- ☐ 13. 外部に出す文書は「AI作成→人が確認」をワンセットにした
- ☐ 14. 数字・固有名詞・引用は一次情報で裏取りしている

展開・定着

- ☐ 15. 「浮いた時間で新しい仕事に挑戦してほしい」と現場に伝えた
- ☐ 16. 部署ごとの推進役と、活用共有の場を作った
- ☐ 17. 有人対応への引き継ぎ導線を残した（顧客対応の自動化時）
- ☐ 18. 月1回、利用状況と効果を確認する場がある
- ☐ 19. ヒヤリハットを責めずに共有し、ルールを更新している
- ☐ 20. 「次にAI化する業務」の候補リストがある

判定の目安：7個以下 → まず第4章のSTEP1（業務の見える化）から。 15個以上 → 第2層（システム連携・自動化）への投資を検討する段階です。

Harmonic Society株式会社

千葉市を拠点に、中小企業のホームページ制作・AI導入支援・IT顧問を提供しています。10年・300人超の経営者ヒアリングで培った「課題を見つける力」と、AI活用による「安く・早く・巧く」を組み合わせ、ヒアリングから導入・定着まで代表が一貫して伴走します。地域経済メディア「ちば経済産業新聞」運営。

サービスのご案内

IT顧問ライトプラン	AI活用・業務のIT化を月1.5万円から継続相談
AIトレーニング（マンツーマン）	貴社の実務を教材にした生成AI研修
ホームページ制作	コーポレートサイト 198,000円（税込）～
ホームページ保守運用	GA4×AIの週次レポート付き 月額5,500円
SEO伴走プラン	SEO記事制作・分析・改善を月3万円（税別）で伴走

まずは30分の無料相談から

「うちの場合、どの業務から始めるべきか」——本書を読んで浮かんだ疑問を、そのままお持ちください。売り込みはしません。貴社の業務と数字を伺いながら、最初の一步を一緒に整理します。

ご相談・お問い合わせ

harmonic-society.co.jp/contact/

サービス一覧

harmonic-society.co.jp/services/

本書の内容は2026年7月時点の情報に基づきます。掲載した事例・数値にはモデルケースを含み、効果を保証するものではありません。補助金・各ツールの価格や仕様は変更される場合があります。無断転載を禁じます。