

# 企業のデジタル化の現状と課題

## — 賛助会員へのアンケート結果から —

株式会社常陽産業研究所 地域研究センター 研究員 中橋 彩乃

労働人口の減少が加速する中、自治体や企業におけるデジタル化・DX(デジタル・トランスフォーメーション)の推進は喫緊の課題となっている。茨城県では「スマート県庁」の実現に向けて行政手続きのオンライン化や生成AIを活用した業務改革の推進とともに、「茨城県DX推進補助金」等を通じた民間企業のIT導入支援や、2023年に制定された「茨城県リスクリテラシー推進政策パッケージ」に基づくデジタル人材の育成に取り組んでいる。

本稿では、こうした動きを踏まえ、当社賛助会員企業を対象に実施したアンケート調査の結果から、地域企業のデジタル化の取り組み状況とデジタル人材の確保・育成の現状を整理し、今後の課題と支援の方向性を考察する。

## 1. はじめに

### リソース不足に直面する中小企業のデジタル化

2025年版中小企業白書によると、全国の中小企業のデジタル化は改善傾向にあり、「紙や口頭による業務が中心で、デジタル化が図られていない状態」(段階1)の企業割合は減少している(図表1)。

しかしながら、「デジタル化によるビジネスモデルの変革や競争力強化に取り組んでいる状態」(段階4)に到達した企業は依然として少数にとどまっている。

また、DXに向けた取り組みを進めるにあたっての問題点では、いずれの取組段階においても「費用の負担が大きい」「DXを推進する人材が足りない」と回答する事業者の割合が高く、資金や人材といったリソース不足

に直面している企業が多い状況が指摘されている。こうした状況は、地方の中小企業においても同様と考えられる。

## 2. 地域企業のデジタル化に関するアンケート結果

こうした状況を念頭に置きつつ、企業のデジタル化の取り組み状況と人材育成に関する考え等について、当社が実施したアンケート調査結果をみていく。

### (1) 調査対象・調査方法等

#### 【調査対象】

- ・当社賛助会員企業 2,574社(うち茨城県1,865社)
- ・回答数 513社(うち茨城県内企業 386社)
- ・回収率 19.9%(うち茨城県内企業 20.7%)

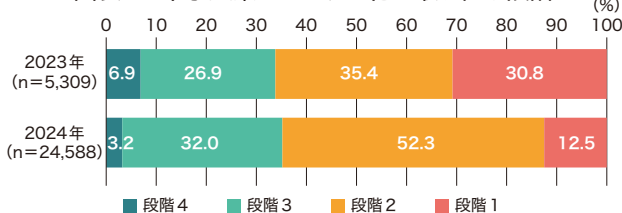
【調査期間】2025年5月12日(月)～5月30日(金)

【調査方法】調査票およびWeb

【注意点】本調査で「デジタル人材」とは、新たなデジ

タル技術やデジタルツールを活用して業務を遂行し、企業のDXを推進する能力を持つ人物のことを指す。また、「リスクリテラシー」は、技術革新やDXに伴い、現在の業務の枠組みを超え、新しい業務に必要なスキルを習得することを指す。

図表1 中小企業のデジタル化の取り組み段階



(注) デジタル化の取組段階は、以下の通り。

段階4: デジタル化によるビジネスモデルの変革や競争力強化に取り組んでいる状態

段階3: デジタル化による業務効率化やデータ分析に取り組んでいる状態

段階2: アナログな状況からデジタルツールを利用した業務環境に移行している状態

段階1: 紙や口頭による業務が中心で、デジタル化が図られていない状態

資料: 2025年版中小企業白書

(原出典: (株) 帝国データバンク「令和6年度中小企業の経営課題と事業活動に関する調査」「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」)

## (2) デジタル化の取り組み概要

### 全体の6割以上でデジタル化の取り組みが進む一方、10人未満の企業で約半数が今後も取り組む予定なし

まず自社のデジタル化の必要性と取り組みの有無を質問したところ、「必要性を感じ、既に取り組んでいる」と回答した企業が全体の62.0%となった(図表2-1)。製造業で61.4%、非製造業でも62.5%が回答しており、いずれも6割を超えた。

企業規模別にみると、「必要性を感じ、既に取り組んでいる」と回答している企業は、10人未満の企業では37.5%にとどまっているのに対し、10～29人と30～99人は6割を超え、100～299人と300人以上は7割を超えた。

加えて、10人未満では「必要性を感じているが、取り組む予定はない」が23.6%、「必要性を感じていない」が13.9%、「わからない」が9.7%と、他の区分と比較して最も多くなっており、約半数が今後もデジタル

化に取り組む予定はないとしている。10人未満の企業規模とその他の企業規模で取り組みに大きな差がみられた。

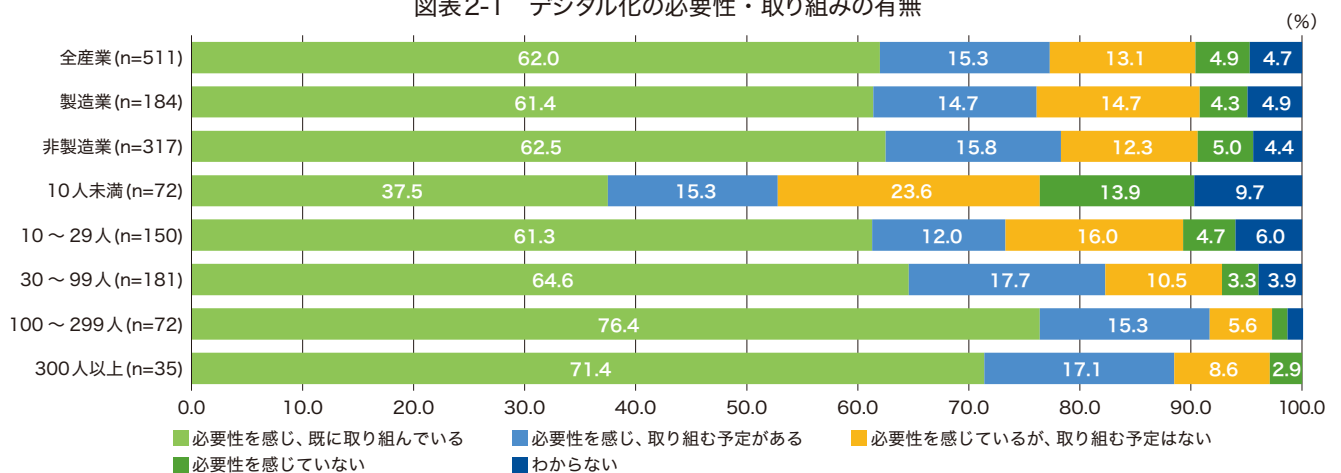
### デジタル化に取り組んでいる部門は、全ての業種、企業規模で「人事・総務・経理」が1位

次に部門ごとのデジタル化の取り組み状況について質問したところ、全産業では、「人事・総務・経理」が76.8%と最も多く、続いて「営業・販促」が43.4%、「製造・生産」が35.8%となっている(図表2-2)。

業種別にみると、製造業では、「人事・総務・経理」が76.4%と最も多く、次に「製造・生産」が69.3%、「営業・販促」が43.3%、「物流・在庫管理」「調達・購買」が41.7%となった。

非製造業は「人事・総務・経理」が77.2%と最も多く、次に「営業・販促」が43.5%、「販売・サービス」が37.5%と続いている。製造業と比較し、「物流・在庫管理」

図表2-1 デジタル化の必要性・取り組みの有無



図表2-2 部門ごとの取り組み状況

	研究開発	企画広報	調達・購買	製造・生産	販売・サービス	営業・販促	物流・在庫管理	人事・総務・経理	その他	わからない(答えたくない)
全産業(n=366)	10.1	18.6	27.9	35.8	34.7	43.4	28.4	76.8	3.8	2.5
製造業(n=127)	18.9	17.3	41.7	69.3	29.1	43.3	41.7	76.4	3.1	0.8
非製造業(n=232)	5.2	18.5	20.7	17.2	37.5	43.5	21.1	77.2	4.3	3
10人未満(n=35)	5.7	22.9	11.4	17.1	42.9	37.1	14.3	65.7	2.9	2.9
10～29人(n=101)	6.9	12.9	25.7	33.7	30.7	38.6	22.8	73.3	5.9	2
30～99人(n=138)	10.1	19.6	33.3	41.3	32.6	47.1	33.3	78.3	3.6	2.9
100～299人(n=62)	14.5	21	27.4	40.3	27.4	37.1	30.6	75.8	3.2	3.2
300人以上(n=29)	17.2	24.1	31	31	62.1	62.1	34.5	100.0	0	0

※赤字は各区分上位3位までの選択肢

「調達・購買」が約2割と少なくなっており、取り組み状況に差がみられた。

企業規模別にみると、全ての区分で「人事・総務・経理」と「営業・販促」が上位3位以内に入っている。

### (3) デジタルツールの導入状況と効果

#### 製造業・非製造業ともに「経理」「人事労務」、「オンライン会議ツール」の導入が上位3項目

全産業では「経理」が81.4%と最も多く、次に「人事労務」が79.5%、「オンライン会議ツール」が69.4%と続いている（図表2-3）。「経理」「人事労務」のツールは、部門ごとの取り組み状況で最も多く選択された「人事・総務・経理」の部門で使用されているため、同様に多く選択されているとみられる。

#### 今後導入予定のデジタルツールは「生成AI」が1位に

全産業では「生成AI」が24.4%と最も多く、次に「電子契約」「わからない」が22.2%と続いている（図表2-4）。「わからない」という回答が業種・企業規模別ともに多くなっており、今後のデジタル化の方向性を決定していない企業も多くみられる。

取り組み予定では「CRM（顧客関係管理）」「生成AI」「電子契約」など、現状の導入率が低いツールが多く選ばれており、これらは今後多くの企業で導入が進むことが推測される。

### (4) デジタル化の課題

#### デジタル化を進めるうえでの課題は、全産業で「初期・運用コストが高い」が1位

企業へ、デジタル化を進めるうえでの課題を質問したところ、全産業で「初期・運用コストが高い」が

図表2-3 デジタルツール導入状況

(%)

	文書・画面作成ツール (電子化、CAD等)	人事労務 (勤怠管理、給与計算システム等)	オンライン会議ツール	経理 (会計システム)	コミュニケーションツール (チャット)	SFA (営業支援システム)	CRM (顧客管理システム)	生成AI	電子契約	その他	わからない (答えたくない)
全産業 (n=376)	55.9	79.5	69.4	81.4	38.8	8.0	18.1	12.8	38.0	4.3	1.6
製造業 (n=133)	61.7	85.0	72.2	85.7	37.6	8.3	15.0	15.0	30.8	6.8	1.5
非製造業 (n=236)	52.5	77.5	67.4	78.4	39.0	8.1	20.3	11.4	41.5	3.0	1.7
10人未満 (n=35)	57.1	48.6	42.9	71.4	28.6	5.7	22.9	17.1	22.9	0.0	8.6
10~29人 (n=102)	64.7	71.6	60.8	79.4	31.4	4.9	12.7	11.8	49.0	5.9	0.0
30~99人 (n=145)	54.5	82.1	75.9	80.7	36.6	6.9	18.6	7.6	35.2	3.4	1.4
100~299人 (n=63)	54.0	93.7	76.2	85.7	47.6	7.9	11.1	17.5	31.7	6.3	1.6
300人以上 (n=30)	33.3	100.0	83.3	93.3	66.7	26.7	43.3	26.7	46.7	3.3	0.0

※赤字は各区分上位3位までの選択肢

図表2-4 デジタルツール導入予定

(%)

	文書・画面作成ツール (電子化、CAD等)	人事労務 (勤怠管理、給与計算システム等)	オンライン会議ツール	経理 (会計システム)	コミュニケーションツール (チャット)	SFA (営業支援システム)	CRM (顧客管理システム)	生成AI	電子契約	その他	わからない (答えたくない)
全産業 (n=270)	11.9	21.9	9.3	19.6	11.9	17.4	21.9	24.4	22.2	7.4	22.2
製造業 (n=95)	14.7	18.9	8.4	18.9	16.8	15.8	24.2	31.6	21.1	12.6	20.0
非製造業 (n=168)	10.1	23.2	9.5	19.6	9.5	17.9	19.6	21.4	23.2	4.8	23.2
10人未満 (n=27)	7.4	22.2	0.0	11.1	7.4	14.8	22.2	11.1	18.5	7.4	29.6
10~29人 (n=70)	18.6	20.0	11.4	25.7	10.0	11.4	14.3	21.4	25.7	5.7	22.9
30~99人 (n=103)	7.8	21.4	6.8	16.5	12.6	21.4	28.2	33.0	22.3	4.9	15.5
100~299人 (n=49)	12.2	20.4	12.2	20.4	14.3	20.4	22.4	22.4	20.4	12.2	30.6
300人以上 (n=21)	14.3	33.3	19.0	23.8	14.3	14.3	14.3	14.3	19.0	14.3	23.8

※赤字は各区分上位3位までの選択肢

62.5%、「デジタルに精通した人材の不足」が52.9%、「セキュリティへの懸念」が38.9%となった（図表2-5）。

なお、「初期・運用コストが高い」「デジタルに精通した人材の不足」「セキュリティへの懸念」は全ての業種・企業規模で3位以内に入っており、多くの企業に共通する課題であることが分かる。特に「初期・運用コストが高い」では、全ての業種・企業規模で6割以上が選択している。

企業からは、「今後の成長や競争力強化に必要な取り組みであることを十分理解しているが、外部環境や導入コスト、人材確保とあらゆる分野での課題がある」（非製造業）など、デジタル化に理解を示す一方で、取り組みの難しさを指摘する声が多数みられた。

### 3. デジタル人材の確保と育成

#### (1) デジタル人材の必要性と確保状況

デジタル人材が「必要」と回答した企業は全体の79.0%

全産業は、「必要であるが、確保に向け取り組めてい

ない」が39.6%と最も多く、次に「必要であり確保できている」が19.9%、「必要であり、確保に向け進んでいる」が19.5%と続いている（図表3-1）。上記を合計した、デジタル人材が「必要である」と回答した企業は79.0%にのぼり、多くの企業がデジタル人材の必要性を認識している。

製造業・非製造業ともに「必要であるが、確保に向け取り組めていない」が最も多く、業種を問わず、確保に向けた取り組みに踏み切れていない企業が多い。

企業規模別にみると、「必要であり確保できている」と回答した企業は、企業規模が大きくなるごとに割合が増加しており、企業規模の小さい企業は人材を確保することが難しい状況であることが推測できる。もっとも、10人未満の企業は「必要がない」が30.4%と他の規模を大きく上回っており、小規模企業に関してはデジタル人材のニーズが他の規模と比較し低い状況がうかがえる。

図表2-5 デジタル化を進めるうえでの課題

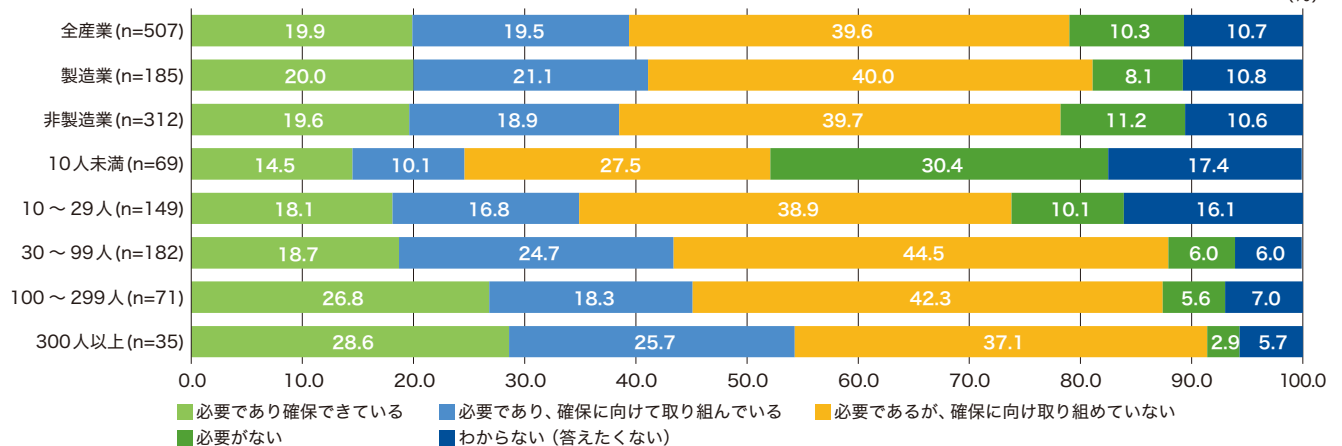
(%)

	初期・運用コストが高い	技術の習得が困難	セキュリティへの懸念	既存システムとの統合が困難	システム導入に対する抵抗感	デジタルに精通した人材の不足	法規制・コンプライアンス対応	必要なインフラが整わない	システム導入後の効果の測定	その他	わからない(答えたくない)
全産業 (n=493)	62.5	28.6	38.9	28.8	20.1	52.9	9.1	9.9	24.1	4.1	6.5
製造業 (n=177)	60.5	29.4	34.5	29.4	18.6	61.0	4.5	12.4	22.6	5.1	7.3
非製造業 (n=306)	63.1	27.5	40.8	29.1	20.9	49.0	11.8	8.8	24.5	3.6	6.2
10人未満 (n=68)	60.3	30.9	30.9	17.6	13.2	35.3	4.4	14.7	14.7	7.4	17.6
10～29人 (n=144)	60.4	32.6	41.7	27.1	24.3	49.3	11.8	9.7	17.4	4.2	6.3
30～99人 (n=176)	61.4	30.1	39.2	30.1	16.5	59.7	4.5	7.4	28.4	2.8	5.1
100～299人 (n=69)	63.8	21.7	39.1	37.7	26.1	58.0	17.4	11.6	31.9	4.3	2.9
300人以上 (n=35)	77.1	14.3	40.0	34.3	22.9	60.0	14.3	11.4	34.3	2.9	0.0

※赤字は各区分上位3位までの選択肢

図表3-1 デジタル人材の確保状況

(%)



## (2) 確保している人材と今後必要な人材

現在確保できている人材は、

### デジタルツールを実務上で使いこなせる人材

企業へすでに確保しているデジタル人材を聞いたところ、全産業で「基本的なITスキルを持つ実務者」が62.5%と最も多く、「現場でデジタルツールを使いこなせる実務者」が42.3%、「デジタル化の企画・推進を担当する実務者」が33.1%と続いた（図表3-2）。製造業・非製造業を問わず、すでに確保している人材の多くは、現状のデジタルツールを実務上で使いこなせる人材となっている。

### 今後必要となる人材は、デジタル化を推進・リードする人材

今後、確保したい人材を企業に聞いたところ、全産業は、「デジタル化の企画・推進を担当する実務者」が45.8%と最も多く、次に「デジタル技術活用を主導す

る統括責任者」が38.6%、「現場でデジタルツールを使いこなせる実務者」が38.1%と続いている（図表3-3）。今後必要となる人材は、企画・推進担当者や統括責任者など、デジタル化を推進・リードする人材が多くなっている。

企業規模別にみると、規模によって、求める人材の種類に違いがみられる。30人未満の規模の小さな企業では、既存のシステムを使いこなす人材を多く求めており、30人以上の規模が比較的大きい企業では、デジタル化を推進・リードする人材を求める傾向が強い。

## (3) リスキリングの実施状況と課題

### 社内教育を行いたいとする企業が多い一方で、半数以上の企業がリスキリングに消極的

全産業では、「実施しておらず、実施の予定もない」が50.4%と最も多く、次に、「実施を検討している」が

図表3-2 現在確保しているデジタル人材

(%)

	デジタル技術活用を主導する統括責任者	デジタル化の企画・推進を担当する実務者	基本的なITスキルを持つ実務者	データの収集・分析ができる実務者	情報セキュリティ対策を担当する実務者	現場でデジタルツールを使いこなせる実務者	システム開発・保守ができる技術者	その他	わからない(答えたくない)
全産業 (n=357)	24.4	33.1	62.5	23.8	31.7	42.3	17.1	4.2	11.8
製造業 (n=134)	22.4	35.8	64.9	24.6	33.6	41.0	23.1	4.5	6.7
非製造業 (n=217)	24.9	31.8	60.8	22.6	30.0	43.3	12.4	4.1	14.7
10人未満 (n=31)	9.7	9.7	48.4	16.1	12.9	19.4	6.5	9.7	22.6
10~29人 (n=95)	18.9	29.5	52.6	22.1	26.3	41.1	11.6	5.3	12.6
30~99人 (n=142)	26.8	34.5	67.6	25.4	31.7	43.7	16.9	3.5	10.6
100~299人 (n=57)	31.6	40.4	61.4	17.5	38.6	42.1	26.3	3.5	10.5
300人以上 (n=31)	32.3	48.4	83.9	41.9	54.8	61.3	29.0	0.0	6.5

※赤字は各区分上位3位までの選択肢

図表3-3 今後必要になるデジタル人材

(%)

	デジタル技術活用を主導する統括責任者	デジタル化の企画・推進を担当する実務者	基本的なITスキルを持つ実務者	データの収集・分析ができる実務者	情報セキュリティ対策を担当する実務者	現場でデジタルツールを使いこなせる実務者	システム開発・保守ができる技術者	その他	わからない(答えたくない)
全産業 (n=365)	38.6	45.8	34.2	28.8	25.8	38.1	25.2	1.6	7.9
製造業 (n=136)	41.2	47.8	35.3	25.7	26.5	36.8	30.9	1.5	4.4
非製造業 (n=222)	37.8	45.0	33.8	31.1	25.7	38.3	21.6	1.4	9.9
10人未満 (n=32)	15.6	15.6	34.4	18.8	21.9	43.8	18.8	0.0	21.9
10~29人 (n=101)	29.7	38.6	39.6	25.7	22.8	39.6	20.8	1.0	7.9
30~99人 (n=146)	47.9	55.5	30.8	30.1	28.8	38.4	28.1	2.7	6.8
100~299人 (n=58)	39.7	50.0	36.2	37.9	22.4	37.9	31.0	0.0	1.7
300人以上 (n=28)	46.4	46.4	28.6	25.0	32.1	25.0	21.4	3.6	10.7

※赤字は各区分上位3位までの選択肢

23.0%、「わからない」が16.1%、「実施している」が10.5%と続いている（図表3-4）。製造業、非製造業別でも大きな傾向の差はみられず、半数以上の企業はリスキリングに消極的である。

企業規模別にみると、10人未満の企業では「実施を検討している」と回答する企業が10.8%と他の企業規模より少なく、「実施しておらず、実施の予定もない」が66.2%と多かった。企業規模の小さい企業は、リスキリングに特に消極的であると考えられる。

### リスキリングの一番の課題は

#### 「研修時間・費用など、リソースの確保」

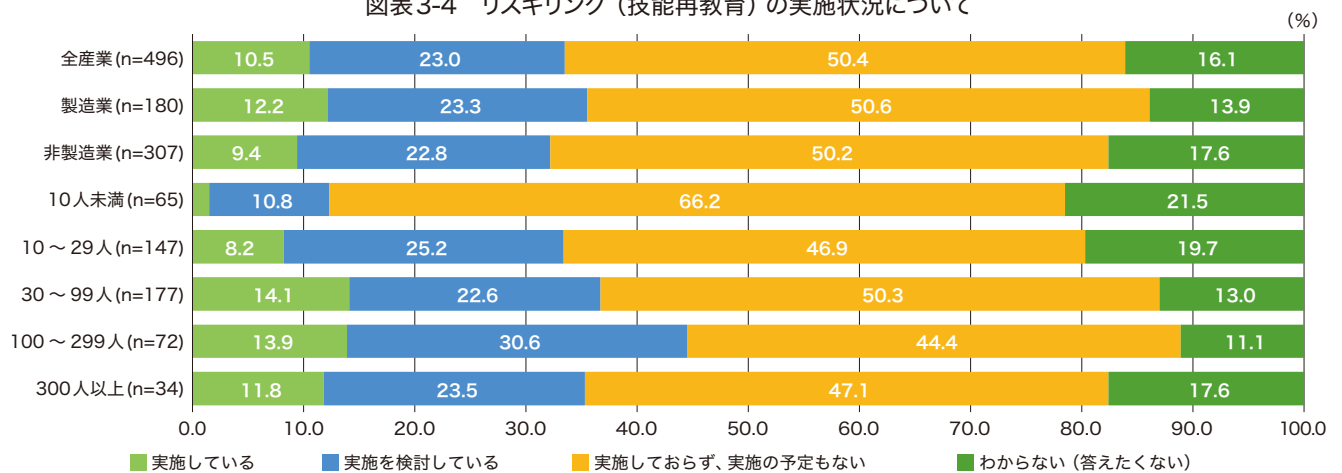
全産業では、「研修時間・費用などリソースの確保」が56.1%と最も多く、「既存業務と教育のバランス」が

49.4%、「教育プログラムや講師の選定」が42.7%と続いている（図表3-5）。

製造業・非製造業ともに、1位が「研修時間・費用などリソース確保」、2位が「既存業務と教育とのバランス」となっているが、3位は、製造業で「教育プログラムや講師の選定」であるのに対し、非製造業は「従業員のモチベーション向上」となった。

企業規模別に見ていくと、10人未満と300人以上で「研修時間・費用などリソース確保」の回答が多い。「従業員のモチベーションの向上」は規模の小さい企業の回答が多い。

図表3-4 リスキリング（技能再教育）の実施状況について



図表3-5 リスキリングを進めるうえでの課題

	研修時間・費用などリソース確保	教育プログラムや講師の選定	既存業務と教育とのバランス	デジタル技術進化への対応	リスキリングの効果測定	経営陣の理解・サポート体制	従業員のモチベーション向上	その他	わからない (答えたくない)
全産業 (n=164)	56.1	42.7	49.4	39.0	11.6	16.5	40.9	1.2	3.0
製造業 (n=64)	54.7	50.0	51.6	37.5	9.4	17.2	37.5	1.6	3.1
非製造業 (n=97)	56.7	38.1	48.5	41.2	13.4	16.5	43.3	1.0	3.1
10人未満 (n=8)	87.5	62.5	25.0	25.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
10~29人 (n=49)	46.9	24.5	51.0	44.9	6.1	16.3	53.1	0.0	0.0
30~99人 (n=64)	56.3	50.0	46.9	43.8	12.5	20.3	35.9	0.0	6.3
100~299人 (n=31)	51.6	41.9	54.8	22.6	12.9	12.9	35.5	3.2	3.2
300人以上 (n=12)	83.3	66.7	58.3	41.7	33.3	16.7	25.0	8.3	0.0

※赤字は各区分上位3位までの選択肢

## 4. まとめ

### ～企業のデジタル化の取組状況と展望～

#### 調査結果のポイント

本調査からは、企業のデジタル化への取り組みは企業規模によって顕著な差があるものの、総じて「業務効率化」や「働き方改革」を目的とした導入が進んでいることが明らかになった。全体の6割以上の企業がデジタル化に取り組んでいる一方、10人未満の小規模企業では取り組み割合が約4割にとどまり、必要性を感じつつも着手できていない現状が浮き彫りとなった。

デジタル人材に関しては、約8割の企業が必要性を認識しているものの、約4割は具体的な確保策を講じられていない。現在は「ITツールを使いこなせる実務者」が中心であるが、今後は「デジタル化を牽引する企画・推進者」や「統括責任者」など、リーダーシップを担う人材へのニーズが高まっている。人材確保の方法は「社内育成」や「中途採用」が主流であるが、リスクリングに対しては半数以上の企業が積極的ではなく、「時間・費用・リソースの不足」が背景にあることが確認された。

#### 支援の方向性と今後の展望

調査結果を踏まえ、業種別・企業規模別に求められる地域企業のデジタル化支援の方向性を図表4に整理した。

図表に示した通り、企業規模が小さいほど基礎的なデジタル化支援が、規模が大きいほど高度な技術導入やリスクリング支援が求められる傾向にある。業種別では、製造業は生産部門を中心とした技術導入支援が、非製造業は全社的な戦略策定の伴走支援が重要と考えられる。

今後、生成AIをはじめとする新たなデジタル技術の普及が加速する中、企業のデジタル化には一層の進展が求められる。特に、小規模企業におけるデジタル化の遅れは、生産性格差の拡大につながる懸念がある。行政や支援機関には、企業規模や業種に応じたきめ細やかな支援の充実が期待される。同時に、企業においても、経営層のリーダーシップのもと、デジタル人材の育成とリスクリングを計画的に推進していくことが重要である。

図表4 デジタル化・デジタル人材育成の課題と求められる支援（業種別・企業規模別）

対象	主な課題	求められる支援
製造業	製造・生産部門のデジタル化推進、新技術への対応	新技術（AI等）の導入コンサルティング、設備投資への補助金、専門教育の提供
非製造業	全社的なデジタル戦略の策定、販売・サービス部門のデジタル化	全社的なデジタル戦略策定の伴走支援、企業文化醸成のための情報提供
10人未満の企業	コスト負担、人材不足、必要性の認識不足	申請ハードルの低い補助金制度の設計、低利融資、基礎的な研修機会の提供
10～99人の企業	デジタル人材の確保・育成、社外リソースの活用	デジタル技術の導入コンサルティング、デジタル化に適応した企業文化の醸成支援
100人以上の企業	最新技術の導入、セキュリティ強化、リスクリング	高度技術・セキュリティ対策への特化型支援、定期的・継続的なリスクリングプログラムの提供

## TOPIC 常陽産研の「ChatGPTセミナー」

常陽産業研究所では、企業のデジタル化支援の一環として、本年度より生成AIの基本・応用的な使い方を学ぶ「生成AIビジネス活用講座」を実施しています。今回は、調査のTOPICとして、この講座についてご紹介します。

### 「基礎編」と「応用編」の2回構成

本講座は「基礎編」と「応用編」の2回構成です。

基礎編では、生成AIの仕組みや導入手順、先行事例の紹介など、企業が生成AIの活用を始めるうえで知っておきたい基礎知識を学びます。

応用編では、実務での効率化を目的とした実践的な演習を中心に行いました。自社の経営状況の分析をはじめ、検索エンジンやSNS・各種Webツールを生成AIのアイデアと組み合わせた販促手法、さらにはコスト削減・売上向上・顧客満足度の改善に向けた活用方法など、明日からすぐに使えるヒントが盛りだくさんの内容となっています。

### ChatGPTをビジネスへ活かす方法を紹介

2026年1月23日に、常陽つくばビルおよびオンライン配信のハイブリッド形式で開催した「基礎編」には、70名の方にご参加いただきました。また、「応用編」は2月6日に同会場にて対面形式で開催し、67名の方が参加されました。ともに、県内外から多くの企業の方々にお越しいただき、生成AIについての理解を深めていただきました。

講師にはブリッジソリューションズ株式会社代表取締役阿部満氏をお迎えし、ChatGPTをビジネスへ活かす方法をわかりやすくお伝えいただきました。

応用編では、販促への生成AI活用について、阿部講師から「デジタル化の過程で生じる『ITツール間』や『ツールと人』のすり合わせにAIを取り入れることで、業務をより最適化できる」とのアドバイスがありました。

また、阿部講師は、「近年の検索エンジンにはAIが組み込まれており、AIが生成した文章は検索結果に選ばれやすい傾向があります。生成AIをうまく活用



▲2026年2月26日開催 ChatGPTセミナー 応用編の様子

することで、DX化に伴う業務の複雑さを解消することができます」といった点も強調されておられました。

### 参加者の8割以上が「良かった」

セミナー参加者へのアンケートでは、受講した感想について「良かった」または「まあまあ良かった」との回答が全体の約80%を占めました。「自分の業務で使用できそうな生成AIツールが見つかりました」「初心者にもわかりやすく、ぜひ活用したいと思いました」など、多くの方から前向きなご意見をいただいています。一方で、「もう少し手を動かす時間があるとよかった」「講師からの個別のアドバイスをもっと受けたかった」といったご要望も寄せられました。こうした貴重なご意見を参考に、今後もブラッシュアップを重ねてまいります。

本セミナーには多くの経営者の方にご参加いただき、事業における生成AIの具体的な活用方法や可能性への理解を深めていただきました。今回のセミナーをきっかけに、従業員が現場でAIを活用できる体制づくりを進めていただければ幸いです。なお、2026年の7月・8月にも、ChatGPTセミナーの実施を予定しております。

外部研修などの学びの機会を設けることは、企業のDX推進において非常に有効です。常陽産業研究所では、デジタル人材の育成をはじめ、企業のニーズに合わせた多彩な講座・研修メニューをご用意しております。「まず何から始めればよいかわからない」という段階でも、お気軽にご相談ください。皆様の企業の人材育成を、常陽産研がしっかりとサポートいたします。