

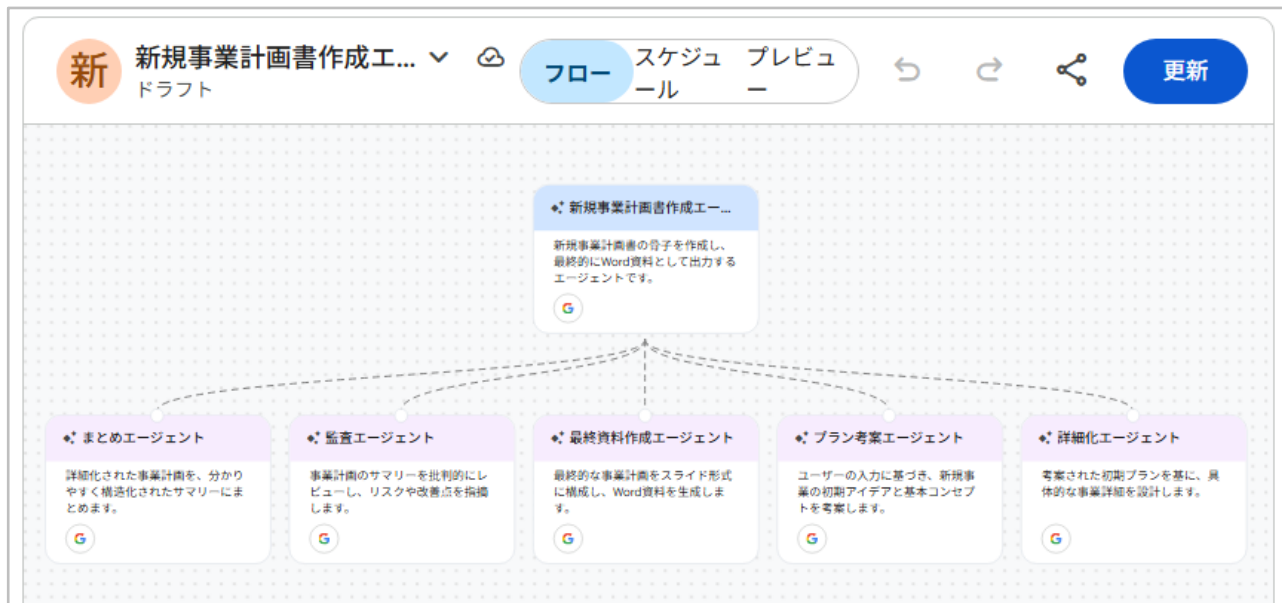
株式会社サテライトオフィス

Gemini Enterprise AIエージェント テンプレートのご紹介



Gemini Enterprise とは ✦

Gemini Enterprise とは、日常の業務ツールを横断連携し、情報検索からワークフローの実行までをノーコードで自動化する、最上位の企業向けAI活用プラットフォームです。



テンプレートのご紹介

本章は、テンプレートの説明をします。

Gemini Enterpriseテンプレート一覧

『標準テンプレート』すぐにご利用いただけるテンプレートです。※編集も可能です。

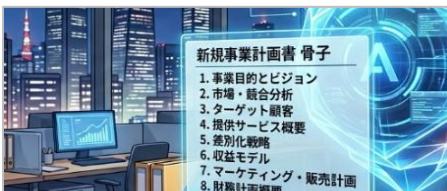
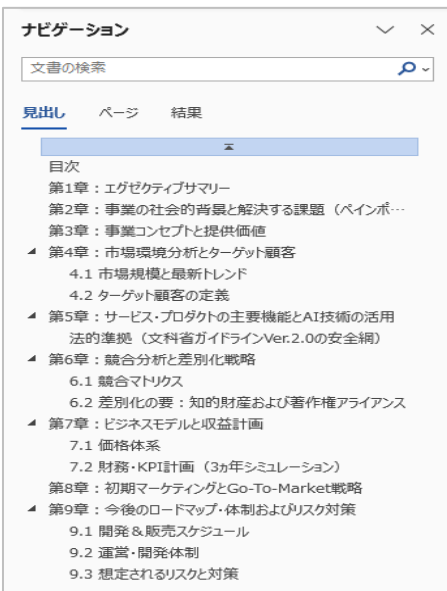
- | | |
|-----------------------|-------------------------|
| 1.新規事業計画書骨子作成エージェント | 14.メール内容から問題事象調査エージェント |
| 2.市場調査エージェント | 15.来週の予定確認エージェント |
| 3.中期経営計画骨子作成エージェント | 16.海外/国内マーケット市況調査エージェント |
| 4.マーケティング計画骨子作成エージェント | 17.ペルソナ設計エージェント |
| 5.予算計画作成エージェント | 18.価格戦略/収益モデル調査エージェント |
| 6.販売計画骨子エージェント | 19.リスク/課題/対策レポートエージェント |
| 7.人員計画骨子作成エージェント | 20.会議準備エージェント |
| 8.営業報告エージェント | 21.商談先企業エージェント |
| 9.トラブル報告エージェント | 22.クライアント向け提案エージェント |
| 10.競合企業分析エージェント | 23. SWOT分析エージェント |
| 11.競合差別化計画骨子エージェント | 24. PEST分析エージェント |
| 12.日報/報告書作成エージェント | 25. KPI設計エージェント |
| 13.システム開発計画骨子作成エージェント | |

Gemini Enterpriseテンプレート一覧

『標準テンプレート』すぐにご利用いただけるテンプレートです。※編集も可能です。

- | | |
|------------------------|---------------------|
| 26. OKR作成エージェント | 39. 在庫最適化エージェント |
| 27. 事業採算シミュレーションエージェント | 40. 調達コスト削減エージェント |
| 28. 投資対効果（ROI）分析エージェント | 41. 業務改善提案エージェント |
| 29. 補助金・助成金調査エージェント | 42. 業務マニュアル作成エージェント |
| 30. M&A候補企業調査エージェント | 43. 社内FAQ生成エージェント |
| 31. アライアンス候補企業発掘エージェント | 44. 社内規程作成エージェント |
| 32. 顧客アンケート分析エージェント | 45. 研修計画作成エージェント |
| 33. VOC分析エージェント | 46. 人材スキル分析エージェント |
| 34. 顧客離反分析エージェント | 47. 組織診断エージェント |
| 35. カスタマージャーニー設計エージェント | 48. 採用計画作成エージェント |
| 36. ブランド戦略立案エージェント | 49. RFP作成エージェント |
| 37. 新商品企画エージェント | 50. ベンダー比較評価エージェント |
| 38. 商品ポートフォリオ分析エージェント | |

01.新規事業計画書骨子作成エージェント



・第3章：事業コンセプトと提供価値

本事業のコンセプトは、「大手塾に匹敵する個別最適化指導（AI コーチング）と、極限の現場効率化（AI アシスタント）の同時実現」です。

顧客（ターゲット）	提供価値（ソリューション）	期待される定量的効果
塾経営者・教室長	講師の採用・育成コスト低減、退塾率の抑制、人件費削減	教室運営コスト：最大 15%削減 退塾率：前年比 20%改善
講師（アルバイト含む）	授業準備・事務作業の自動化、指導の標準化、授業品質向上	事務・準備時間：最大 70%削減 （週あたり 5 時間以上削減）
生徒・保護者	一人ひとりに最適化された教材、即時の記述採点、温かみのある詳細な学習報告	宿題提出率：25%向上 保護者満足度：90%以上を達成

①新規事業の初期アイデアや方向性を提案

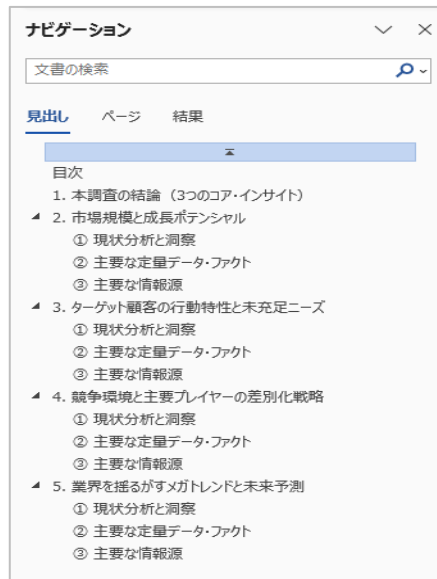
②選択された事業プランの詳細を設計

③これまでの内容を整理し事業計画書の骨子を作成

④作成された事業計画書のリスクや改善点を指摘

⑤監査済みの骨子を最終的なWord文書として出力

02.市場調査エージェント



・1. 本調査の結論（3つのコア・インサイト）←

本章では、世界の電気自動車（EV）市場における最新動向から得られた、最も重要な3つのコア・インサイトを提示します。←

① 普及速度の「地域的二極化」と、グローバル全体における一貫した成長持続←

2026年現在、世界のEV市場は地域的な普及スピードの格差に直面しています。中国やASEANでは大衆普及期への移行が急速に進む一方、米国での政策インセンティブの変更（トランプ政権による優遇策撤廃）や、欧州における合成燃料（e-fuel）容認を含む内燃機関規制の柔軟化により、一時的な普及ペースの鈍化（過渡期）が見られます。しかし、地政学リスクに伴う原油価格の高騰やエネルギー安全保障の観点からEV需要を強力に底支えしており、世界のEV需要は2034年までに2兆6,008億米ドル（年平均成長率：CAGR 13.8%）に達する見通しであり、中長期的な成長基盤は極めて強固です。←

② 「補助金依存からの脱却」と「次世代電池の低コスト化」が本格普及への分水嶺←

消費者および法人の購買意向は、政府による直接的な購入補助金（2026年現在の日本のCEV補助金上限最大130万円など）に強く依存しているのが現状です。今後の自律的な需要拡大を達成するためには、現在のリン酸鉄リチウム（LFP）電池に対して約5倍の製造コストを有する「全固体電池」の量産技術を確立し、劇的なコスト低減を図ることが不可欠です。←

① ユーザーのトピックに基づいて市場調査計画を作成

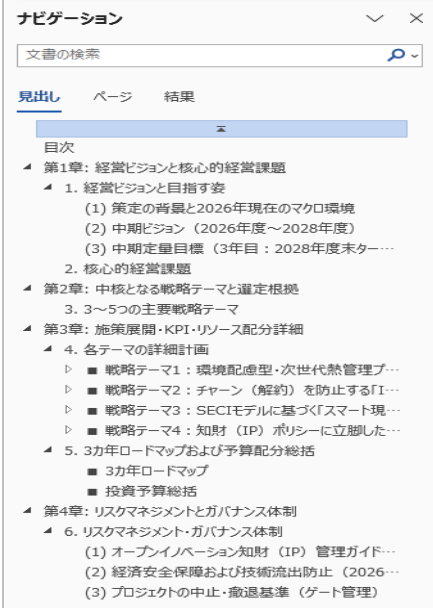
② 詳細なデータと洞察を収集し調査計画を実行

③ 詳細な調査結果を首尾一貫した要約レポートに統合

④ 要約レポートの正確性および論理的な流れをレビュー

⑤ 監査済みレポートでWordドキュメントを生成

03.中期経営計画骨子作成エージェント



・第2章: 中核となる戦略テーマと選定根拠

・3. 3～5つの主要戦略テーマ

中期ビジョンを達成するため、以下の4つの戦略テーマを相互に連動させながら同時推進します。

■ 戦略テーマ1: 精密コア技術を応用した「環境配慮型・次世代熱管理プロダクト」の開発 (GX 製品シフト) ↓

【選定根拠】: 世界の脱炭素化の加速および EV 普及、さらにデータセンターの激増により、機器の「熱管理 (冷却)」は 2026 年現在、最大の成長市場です。自社の強みである「超精密・極薄肉」の技術は、省スペース・超軽量・高放熱を要求される次世代冷却ユニットと高いシナジーを有します。自動車ティア 1 だけに依存しないポートフォリオ参入により、低リスクかつ確実に高付加価値新市場を確保します。 ↓

■ 戦略テーマ2: チャーン (解約) を防止する「IoT 予知保全・最適稼働サブスクリプション」の確立 (サービタイゼーション) ↓

【選定根拠】: 売り切り製品は常にコモディティ化と価格競争に晒されます。IoT センサーとクラウドを自社装置に組み込み、「ダウンタイムゼロ」という顧客価値を継続提供することで、不況に左右されない安定したストック収益源 (MRR) を確立します。チャーンを防ぐカスタマーサクセス機能を最初から設計することで、製造業のサブスク失敗の罅を回避します。 ↓

①入力された企業情報に基づき
中期経営計画のプランを考案

②大枠の戦略プランに具体的な
施策やKPIなどの詳細を策定

③詳細化された各項目を統合し
中期経営計画をまとめます

④作成されたドラフトの
実現可能性を監査

⑤監査済みの計画を整え
Word文書として出力

04.マーケティング計画骨子作成エージェント

ナビゲーション

文書の検索

見出し ページ 結果

- 1. 導入および市場環境と競合インサイト
 - 1.1 背景と市場環境 (2026年最新トレンド)
 - 1.2 競合インサイト
- 2. ターゲットペルソナとポジショニング
 - 2.1 理想顧客プロフィール (ICP : Ideal Customer...)
 - 2.2 ターゲットペルソナ (代表例)
 - 2.3 市場におけるポジショニング
- 3. コアコンセプトとキーメッセージ
 - 3.1 コアコンセプト
 - 3.2 ターゲット層別キーメッセージ
- 4. 統合マーケティング戦略 (4つの柱)
 - (1) GEO/AEO対策と「Zero-Clickコンテンツ」による...
 - (2) エコシステム・レッド・グロース (ELG) による認知...
 - (3) 同意ベース (オプトイン) のインテントABM
 - (4) Product-Led Sales (PLS) と「サンドボックス...
- 5. ファネル別の詳細アクションプラン
- 6. プロジェクトスケジュール (6ヶ月)
- 7. 予算配分と予測KPI・ROIシミュレーション
 - 7.1 月次予算配分
 - 7.2 予測KPI (現実的かつ高度な目標設定)
 - 7.3 費用対効果 (ROI) シミュレーション (月次)



5. ファネル別の詳細アクションプラン

ファネル段階	主な目的	主要ターゲットチャネル	具体的なアクション
TOFU↓ (認知・初期流入)⇨	AI 検索エンジンや 主要 SaaS 連携から の「オーガニックな 発見」⇨	① GEO/AEO 対応オウ ンドメディア↓ ② ELG (エコシステム 連携)↓ ③ SNS (LinkedIn, Meta)⇨	・ JSON-LD 構造化マークアップ、 llms.txtの実装による AI 引用獲得。↓ ・ 主要アプリストア (Slack 等) への公 式登録と、インストール CVR 向上のため の動画デモ設置。↓ ・ リンクをクリックさせずタイムライン 上でノウハウが完結する「Zero-Click 型」スライド・動画の配信。⇨
MOFU↓ (比較・検討・育 成)⇨	購買意欲 (インテン ト) の適法な検知と 個別バイヤーの課題 解決⇨	① 同意ベースインテン ト検知 (ABM) ↓ ② コスト・時間削減シ ミュレーター↓ ③ 課題特化型ウェビナ ー⇨	・ CMP (Cookiebot 等) を導入し、同意 取得企業の IP 情報を適法にリスト化。↓ ・ 「自社ツール導入で削減できる工数」 を数クリックで自己診断できるシミュレ ーター (診断 LP) の提供。↓ ・ 「Slack×Salesforce の連携課題解決」 などのテーマで、連携先ベンダーとの共 同 (Co-Marketing) ウェビナー開催。⇨

① マーケティング戦略の
方向性やコンセプトを考案

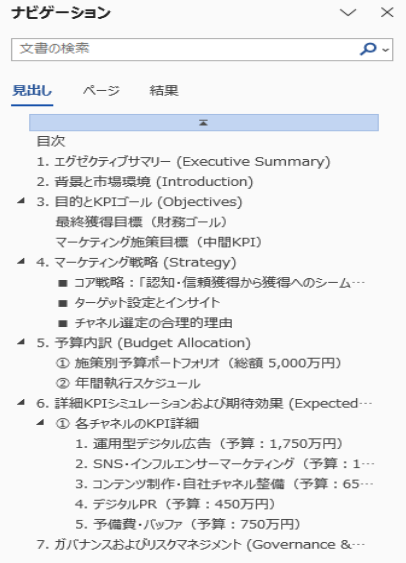
② 大枠のプランを具体的な施策
スケジュールで策定

③ 詳細化されたプランを整理し
計画のドラフトとして構造化

④ 作成された計画の妥当性や
実現可能性を厳しくチェック

⑤ 監査結果を反映して計画を
Wordとして出力

05. 予算計画作成エージェント



・5. 予算内訳 (Budget Allocation)◀

総予算 5,000 万円を各施策の期待効果、および安全なガバナンス管理に基づいて以下のように配分し、4 つのフェーズに分けて機動的に執行します。◀

・① 施策別予算ポートフォリオ（総額 5,000 万円）◀

施策・チャネル	割り当て予算	構成比	主な役割と最適化の意図
① 運用型デジタル広告	1,750 万円	35.0%	確実な新規コンバージョン（獲得）の達成。フェーズごとの CPA 目標を設定し運用。
② SNS・インフルエンサー	1,400 万円	28.0%	タイアップに 1,000 万円（二次利用権を完全クリア）、ギフトングに 400 万円（800 名送付・現実的投稿率 50%で 400 件の UGC を安全に担保）。
③ コンテンツ制作・自社整備	650 万円	13.0%	LP 開発費を 150 万円に抑制（▲100 万円）。バナー動画制作（300 万）、公式 SNS 運用（200 万）は維持し、受け皿を強化。
④ デジタル PR	450 万円	9.0%	ポップアップ中止分をリバランス。Web メディア

① 予算計画の大枠となる
戦略と方向性を立案

② 大枠のプランに基づき、
具体的な施策、金額を詳細化

③ 詳細化された計画を一つの
ドラフトに統合

④ 作成されたドラフトを厳しく
監査し、実現可能性を評価

⑤ 監査済みの計画を最終化し
Word 文書として出力

06.販売計画骨子エージェント

ナビゲーション

文書の検索

見出し ページ 結果

目次

エグゼクティブサマリー

- 第1章：計画の背景とターゲット選定
 - 1-1. 2026年スマートウォッチ市場のトレンド分析（背…
 - 1-2. 新商品スマートウォッチの提供価値（目的）
 - 1-3. ターゲット選定（セグメンテーション）
 - ① プライマリターゲット（コア層）：35歳～55歳…
 - ② セカンダリターゲット（ギフト・見守り需要）：3…
- 第2章：販売戦略と具体的なアクション
 - 2-1. マルチ販売チャネル戦略
 - ① D2Cチャネル（自社ECサイト & 大手ECモ…
 - ② BtoBtoCチャネル（健康経営企業・福利厚…
 - ③ 医療・調剤薬局ネットワーク
 - 2-2. D2Cチャネルにおける販売目標（8,000台）の…
 - 2-3. フェーズ別プロモーション・アクション
 - 2-4. ECサイトにおけるCVR（コンバージョン率）2.5…
- 第3章：実施スケジュールとマイルストーン
 - 3-1. 2026年度 スケジュールタイムライン
- 第4章：推進体制と成果指標（KPI）
 - 4-1. プロジェクト組織体制と役割分担
 - 4-2. 予算要件およびシステム構成（データセキュリティ…
 - ① 予算計画（総額 5,000万円）
 - ② 利用システム・ツールと情報保護体制
 - 4-3. 成果を測定する重要業績評価指標（KPI）
 - ① 販売ボリューム・売上指標
 - ② マーケティング投資効率指標
 - ③ エンゲージメント・ロイヤリティ指標
- 第5章：想定されるリスクとその対策



・第5章：想定されるリスクとその対策

想定されるリスク	発生要因と影響	具体的な事前回避・軽減対策
薬機法違反 （行政指導・広告停止等）	LP、取扱説明書、アプリ内の表現で「病気の予防効果がある」などと医学的誤解を与える。	・2026年7月のリーガル監査プロセスを厳格に実行。 ・専門の薬事弁護士・コンサルタントによる文言全数確認の徹底。 ・「健康・コンディション管理の参考ツール（非医療機器）」の表現に終始する。
個人情報 （生体データ）の漏洩	サイバー攻撃やハッキングにより、ユーザーの睡眠・脈拍・行動データ等が流出する。	・データベースを医療情報ガイドラインに基づき完全暗号化。 ・多要素認証（MFA）を全ユーザーに推奨。 ・外部専門家による第三者脆弱性診断を年1回以上実施。

①ユーザーの要望に基づき
販売計画の初期プランを考案

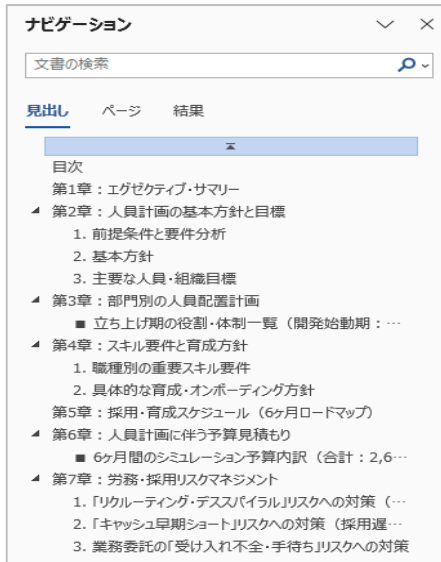
②考案された初期プランを基に
具体的な施策などの詳細化

③詳細化されたプラン情報を
整理し、論理的な構成に作成

④作成された販売計画を
客観的な視点で監査

⑤監査結果を反映して計画を
完成させ、Wordで出力

07.人員計画骨子作成エージェント



第3章：部門別の人員配置計画

本事業の立ち上げから正式リリース・初期グロース検証までの6ヶ月間を、フェーズごとの役割を明確にして以下のように配置する。

■ 立ち上げ期の役割・体制一覧（開発始動期：計5名体制）

部門	職種・役割	人数	契約形態	主な業務内容と2026年市場相場
共通	スポット外部アドバイザー（PM領域）	1名	業務委託（週2日）	1～2ヶ月目の戦略設計、アーキテクチャ基本設計の土台構築。↓ 【単価相場：月額35万円】
共通	スポット外部アドバイザー（マーケティング領域）	1名	業務委託（週2日）	1～2ヶ月目のGTM（市場開拓）戦略設計、需要テスト計画策定。↓ 【単価相場：月額35万円】
開発	テックリード兼PM（コア内製）	1名	正社員（3ヶ月目～）	システム全体のアーキテクチャ設計、開発進行管理、AI開発環境の統括。↓ 【想定年収：1,000万円】

① 人員計画の大まかなプランや方向性を考案

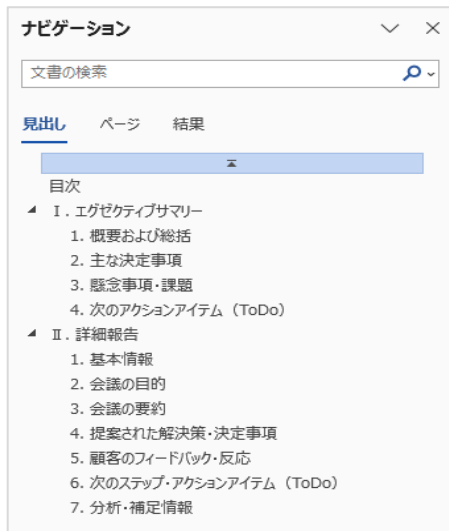
② 考案されたプランの具体的な詳細を詰めます

③ 詳細化された人員計画を整理構造化された形にまとめます

④ 人員計画の妥当性、整合性を監査し、修正案を提示

⑤ 監査済みの人員計画を整えWordとして出力

08.営業報告エージェント



・II. 詳細報告

・1. 基本情報

本報告書は、2026年5月29日（金）14:00～14:30に開催された、新プロジェクト「アルファ」の週次進捗確認ミーティングに関する詳細な記録です。

- ・ **日時**：2026年5月29日（金）14:00 - 14:30
- ・ **顧客名**：利用不可（※提供された資料は社内プロジェクト「アルファ」の進捗確認ミーティング議事録であり、新規提案先「B社」に関する記載は含まれておりません）
- ・ **出席者**：山田氏（マネージャー）、佐藤氏（開発）、鈴木氏（マーケティング）

・2. 会議の目的

本ミーティングの主な目的は、現在進行中である新プロジェクト「アルファ」の全体的な進捗状況をプロジェクトチーム内で共有し、次月に開催を控えている展示会でのデモンストレーションに向けた具体的なタスクの整理およびスケジュールの整合を図ることにあります。展示会という重要なマイルストーンを成功させるため、各部門が抱える課題を早期に排出し、必要な対策を講じることを主眼として実施されました。

①入力された営業メモから
報告書の構成案を作成

②構成案に基づき、詳細な
報告内容を記述

③詳細な報告内容から、
重要なポイントを要約

④報告書全体をレビューし、
品質を向上

⑤完成した報告書テキストから
Word文書を生成

09.トラブル報告エージェント



・6. 体制

迅速かつ確実な障害対応と恒久対策の遂行に向け、以下の体制および役割分担で対応する。

役割	担当者	主な対応内容
トラブル対応リーダー	プロジェクトマネージャー	全体指揮、関係者ヒアリングの実施、振り返り会（Post-Mortem）の主催、最終報告書の作成。
インフラ運用担当者	インフラエンジニア	インフラ増強（スケールアウト等）、サーバーログ・OS ログの確認、障害データ（ダンプ）の取得、サービス/OS の再起動、暫定・恒久のインフラ設定変更。
セキュリティ・ネットワーク担当	セキュリティエンジニア	WAF/ロードバランサーログの確認、悪意あるトラフィックの遮断設定。
開発エンジニア	開発リード / アーキテクト	アプリログ解析、ソースコード変更履歴確認、ヒアリングへの回答、DB クエリやメモリリーク箇所の特定と修正、テスト環境での負荷テスト実施。
データベース管理者	DBA	DB スロークエリやロックの解析、DB インデックス追加（安全性を検証の上）、コネクション設定変更。

①トラブル内容から初期対応プランを立案します

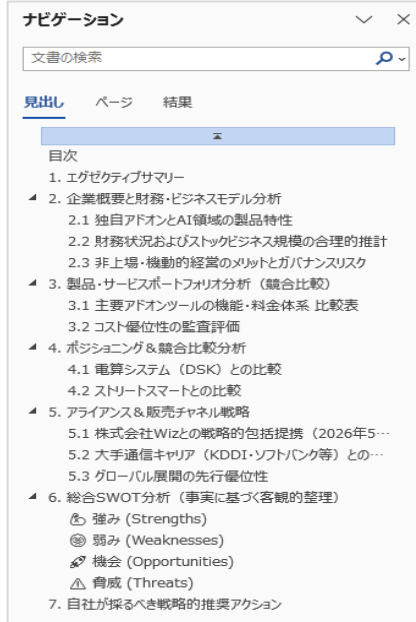
②初期プランを基に具体的な対応手順を詳細化

③詳細な対応手順を報告用にわかりやすく要約

④要約された報告内容に不備やリスクがないか監査

⑤監査済みの内容からWord形式の報告書を生成

10.競合企業分析エージェント



・3. 製品・サービスポートフォリオ分析（競合比較） ←

アドオン市場における主要製品の「機能」「価格」「操作性」の差異を精緻に検証・整理した比較表は以下の通りである。 ←

・3.1 主要アドオンツールの機能・料金体系 比較表 ←

製品名（提供企業） ←	代表的なプランの月額料金 ←	製品の特徴 ←	操作性（UI/UX）および定着性 ←
サテライトオフィス（サテライトオフィス） ←	全部入り：600円 ← 単体：200円 ←	組織アドレス帳、SSO、ワークフロー、ポータル等、日本の複雑な縦割り組織やハンコ文化、代理承認フローに精緻に適合する数十種類のアドオンを網羅。 ←	【機能重視型（レガシー）】 ← 機能の網羅性と適合性は極めて高いが、UI/UX は古風であり、IT リテラシーの低い現場ユーザーへの教育・定着化コストが発生しやすい。 ←
rakumo（rakumo） ←	Basic パック：680円 ← Suite パック：1,100円 ← （ワークフロー単体は 500円） ←	Google Workspace の UI/UX とシームレスに統一されたアドオン群。勤怠・経費精算までを一パッケージ化可能。 ←	【定着性・UI/UX 最優先】 ← 「マニュアル不要」を掲げる洗練された操作画面。直感的なドラッグ&ドロップ操作が可能で、定着率が極めて高い。 ←

①競合企業分析のための
全体計画と調査項目を立案

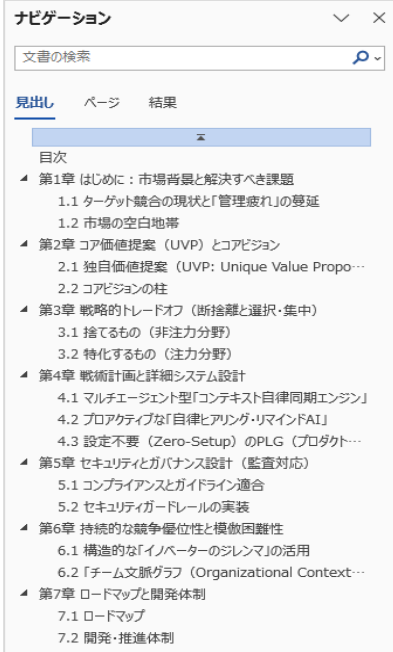
②計画に基づき、競合企業の
詳細な情報を収集・整理

③収集された詳細情報を分析し
重要なポイントを要約

④要約された分析結果の品質客
観性、論理性を監査

⑤最終的なレポートを構成し
Wordとして出力

11.競合差別化計画骨子エージェント



・第 6 章 持続的な競争優位性と模倣困難性

・6.1 構造的な「イノベーターのジレンマ」の活用

Jira や Asana などの競合他社は、「手動で細かくカスタマイズできること」を最大の売りにして大企業を中心とする顧客基盤を築いています。そのため、SyncAgent のように「手動カスタマイズを捨てて自律化・自動化に 100%振り切る」というアプローチに追従することは、既存のパワーユーザーやレガシー顧客の離反を招くリスクがあり、極めて困難です。

・6.2 「チーム文脈グラフ (Organizational Context Graph)」によるデータネットワーク効果

単なるテキストの要約やタスク抽出に留まらず、「チャットでの議論」⇔「GitHub でのコミット・プルリクエスト」⇔「Figma 等のデザイン成果物」を三位一体で結びつける、SyncAgent 独自の「文脈依存関係グラフ」を裏側でデータベース化します。使われれば使われるほど、組織特有の「阿吽の呼吸」や「誰がどの課題を解決するのに適任か」を学習し、進捗予測や課題検知の精度が向上します。このデータの蓄積は、後発の「チャット要約型 AI」が容易に真似できない強力な参入障壁およびスイッチングコスト（乗り換え障壁）となります。

①初期のハイレベルな競合差別化戦略を策定

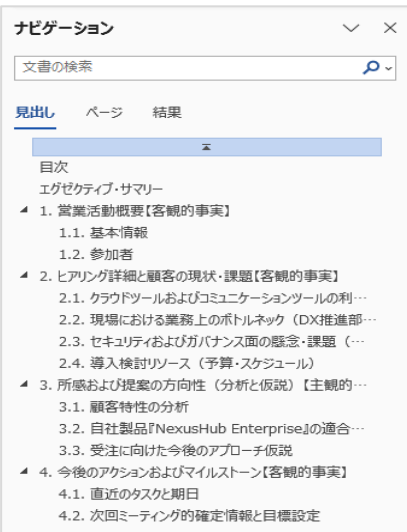
②提案された戦略の詳細と実行可能な戦術を具体化

③詳細な戦略を明確で簡潔な要約に統合

④実現可能性、リスクについて戦略を批判的にレビュー

⑤最終的な骨子をまとめ Wordドキュメントを生成

12. 日報/報告書作成エージェント



・2. ヒアリング詳細と顧客の現状・課題【客観的事実】 ←

・2.1. クラウドツールおよびコミュニケーションツールの利用現状 ←

- グループウェアの併用状況：全社的に「Google Workspace」と「Microsoft 365」の双方を導入し、並行して運用されています。業務の特性や部門に応じて使い分けがなされており、現時点で一本化する計画はありません。 ←
- コミュニケーションツールの運用状況：社内の日常的な情報共有には「Slack」が主軸ツールとして稼働しています。一方、一部の外部取引先（ベンダー等）との連携においては「Microsoft Teams」を使用しており、これら複数のツールを個別のニーズに合わせて併用しているのが実態です。 ←

・2.2. 現場における業務上のボトルネック (DX 推進部長 T 様のご指摘) ←

- 組織の急速な拡大と人員増加：現在、同社は急激な組織拡大期にあり、毎月5～10名ペースで中途採用社員が新たに入社しています。これにより、既存のドキュメント管理ルールやナレッジの共有体制の整備が追いついていません。 ←
- 重要ナレッジおよびドキュメント資産の散逸：過去に作成した重要ドキュメント（顧客向けの提案書、社内の技術仕様書、運用マニュアル等）が、特定の個人の「Google ドライブ」に保存されたままになっており、全社共有のディレクトリから検索できない事態が常態化しています。結果として「どのドライブに格納されているかが不明」な状態に陥っており、情報資産が有効活用されていません。 ←

① ユーザーの入力から
報告書の構成案を作成

② 構成案をもとに、詳細な
報告内容を作成

③ 詳細な報告内容から
要約を作成

④ 報告書の内容を監査し
品質を向上

⑤ 完成した報告書データから
Wordドキュメントを作成

13.システム開発計画骨子作成エージェント

ナビゲーション

▼ ×

文書の検索

🔍

見出し

ページ

結果

1. プロジェクト概要

1.1 開発の背景と現状の課題

1.2 システムの主要な目的・ゴール

2. ターゲットおよび要件定義

2.1 ターゲットユーザーとペルソナ・ユーザーニーズ

2.2 主要な機能要件

2.2.1 MVP（最小限の実行可能製品）機能

2.2.2 拡張機能要件（本開発フェーズ）

2.3 期待される導入効果

3. システム基本設計・アーキテクチャ

3.1 システムアーキテクチャ（構造と相互作用）

3.2 技術スタック選定とその根拠

4. プロジェクト実行計画

4.1 開発スケジュールと各フェーズのマイルストーン

4.2 プロジェクト推進体制

5. リスク管理・セキュリティ対策

5.1 想定されるプロジェクトリスクと回避策

5.2 セキュリティ・データ保護設計・コンプライアンス方針

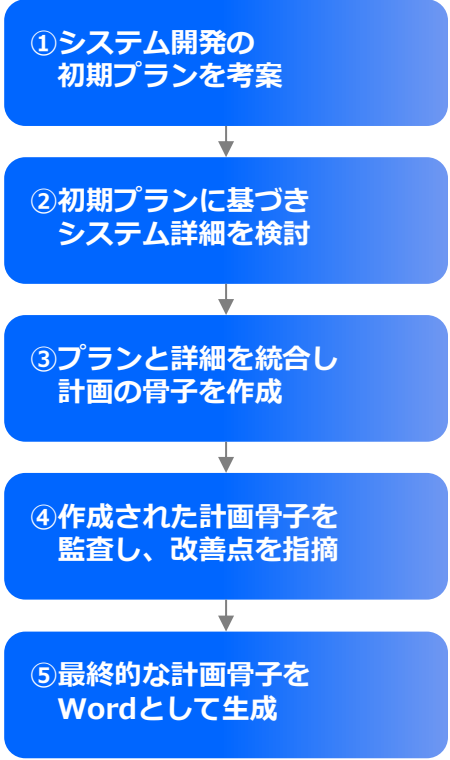
5.3 テスト自動化・品質保証・運用保守体制



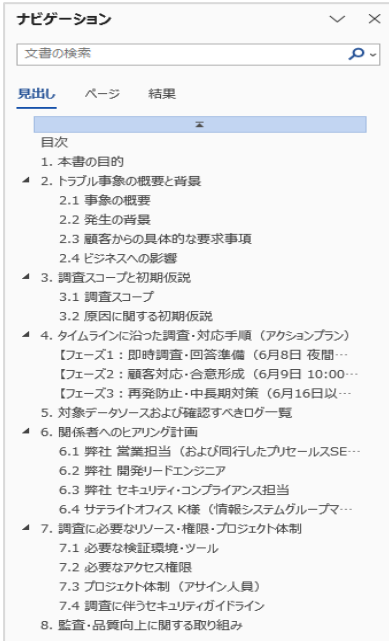
.2. ターゲットおよび要件定義

.2.1 ターゲットユーザーとペルソナ・ユーザーニーズ

ターゲット層	想定されるペルソナ像	主要なユーザーニーズ
申請者 (全従業員、特に営業・出張従事者)	出張や社外ミーティングが多く、日中はPCを起動する時間が十分にない。簿記や税務の専門知識は全く持ち合わせていない。	・領収書を紛失、破損する前にその場で処理したい。↓ ・出社せずに、移動中のスマホから申請を完結させたい。↓ ・面倒な入力や仕訳科目の選択肢で悩みたくない。
承認者 (部門マネージャー・役員等)	複数のプロジェクトを統括しており、1日の大半が会議やメンバーフォローで埋まっている。承認待ちが常に溜まりがちである。	・承認待ちの件数と優先度を一目で確認したい。↓ ・申請内容が妥当か（例：正規の移動経路か、交際費上限を超えていないか）を自動で判定してほしい。
経理担当者 (管理部門・経理財務)	限られた少人数のメンバーで、全従業員から上がってくる月間数百	・手作業による二重チェックや、手書き転記作業を撲滅したい。↓



14. メール内容から問題事象調査エージェント



5. 対象データソースおよび確認すべきログ一覧

客観的なファクトに基づいた仕様確認および検証を行うため、以下のシステム、ドキュメント、およびログを調査対象とします。

#	対象システム・ソース	調査対象 (ファイル名・パス・定義箇所)	確認・検証すべき内容
1	NexusHub API 連携 モジュールソースコード	src/services/auth/ 周辺、manifest.json、OAuth2 クライアント設定、Scope 宣言コード	実際にプロダクト内で定義・リクエストしている、Google Workspace および Microsoft 365 の全 API スコープ (URI レベル) の技術的整合性の確認。
2	プロダクト公式 技術仕様書 (内部)	社内 Confluence、 [製品仕様] API Scope Matrix	Google および Microsoft API との連携に関する公式仕様上の最小パーミッションの定義の確認。
3	検証・開発環境における API 実行アクセスログ	開発環境ログサーバー (Google Cloud Logging 等) 対象: apicall_request_log (最新 1 週間分)	監査ログの自動取得機能が動作した際、実際にバックエンドで発行された API 呼び出しログをトレースし、読み取り専用 (ReadOnly) 以外の不要な権限が一切要求・実行されていないかのエビデンス確

①問題事象のメール内容から
初期の調査プランを立案

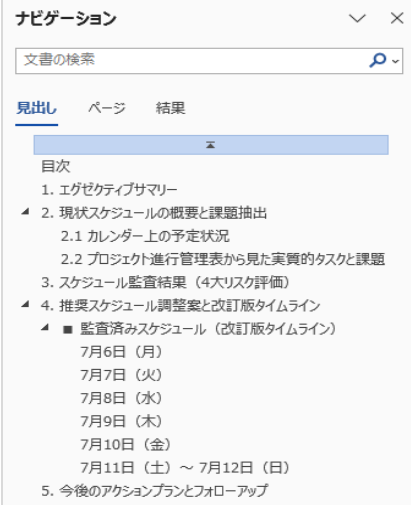
②調査プランに基づき
調査手順を詳細化

③調査プランと詳細手順を
中間報告として構造化

④中間まとめの内容を客観的に
評価し、論理的欠陥を修正

⑤監査済みの調査方針をもとに
Wordとして生成

15.来週の予定確認エージェント



3. スケジュール監査結果 (4 大リスク評価) ←

計画された期間において、以下の4つの観点からリスクチェックを行いました。←

1. 予定の重複 (ダブルブッキング) : 【リスク: 極小】 ←

- カレンダー自体に重複している会議等の登録はありません。←

2. 移動時間の不足 (物理的移動) : 【リスク: 極小】 ←

- 現時点で外出や往訪を伴う予定は設定されていません。←

3. 過密スケジュール (連続ミーティング) : 【リスク: 高】 ←

- カレンダーが「空き」であるために、実作業タスクが無視され、新たな会議予定が割り込んでくる懸念があります。実稼働時間をブロックしない場合、タスク遅延による業務崩壊リスクがあります。←

4. 準備時間の不足 (重要マイルストーン) : 【リスク: 極大】 ←

- 7月5日期限の「登壇者依頼」が遅延している状況、および7月10日の「外注デザイン締切」、7月15日の「招待状送付」に向けた準備時間が、カレンダー上に一切確保されていません。←

① 来週の予定を確認するための
大まかな計画を立案

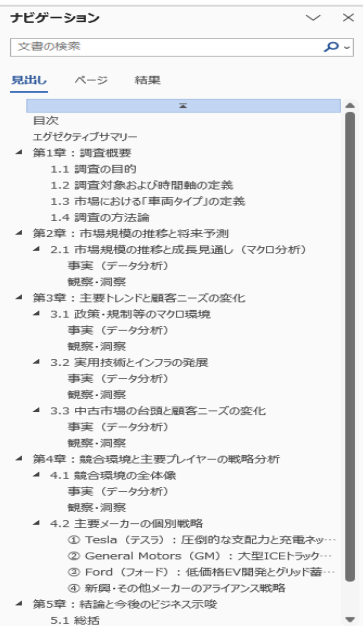
② 計画に基づき、カレンダー等
から具体的な詳細を取得

③ 収集された予定の詳細情報を
分かりやすく整理・要約

④ 要約されたスケジュールを
監査し、問題点を指摘

⑤ 監査済みの情報を最終的な
レポートとして文書化

16.海外/国内マーケット市況調査エージェント



第1章：調査概要

1.1 調査の目的

本調査は、強力な連邦政府支援が消失し、新たな自律的（市場原理に基づく）な競争フェーズ（EV 2.0）に突入した2026年の北米電気自動車（EV）市場における真の成長性と方向性を明らかにすることを目的とする。政策の激変、技術・インフラの高度化、顧客購買心理のパラダイムシフト、主要メーカーの事業戦略ピボット（方向転換）を包括的に分析し、自動車業界の関連プレイヤーが取るべき持続可能な生存・成長戦略の立案に資するインサイトを提供する。

1.2 調査対象および時間軸の定義

- 調査対象地域：北米市場（米国およびカナダ）
- 調査対象セグメント：新車EV（BEV/PHEV）、中古EV、充電インフラ、主要自動車メーカー（OEM）の戦略動向
- 基準時間軸：2026年6月時点における最新データ（2025年末～2026年上半期）を基盤とする。

①ユーザーの要望に基づいて
高度な調査計画を作成

②調査計画を実行し、詳細な
市場データを収集

③収集したデータをレポートの
草稿にまとめます

④報告書の草稿について、
品質、一貫性、完全性を監査

⑤最終監査報告書から
Word文書を生成

17.ペルソナ設計エージェント

ナビゲーション

文書の検索

見出し

目次

1. イントロダクション（設計の目的）

2. 基本プロフィール（Demographics）

2.1 木村家の基本情報

2.2 夫婦の属性比較

3. 価値観と信念（Mindset & Beliefs）

4. ライフスタイルと日常ルーティン（Lifestyle & Timeline）

4.1 平日タイムライン（美咲が出社、拓也が在宅勤務の日）

5. ペインポイント（課題・悩み）

6. 目標と願望（Goals & Desires）

7. 主な情報収集源とメディア行動

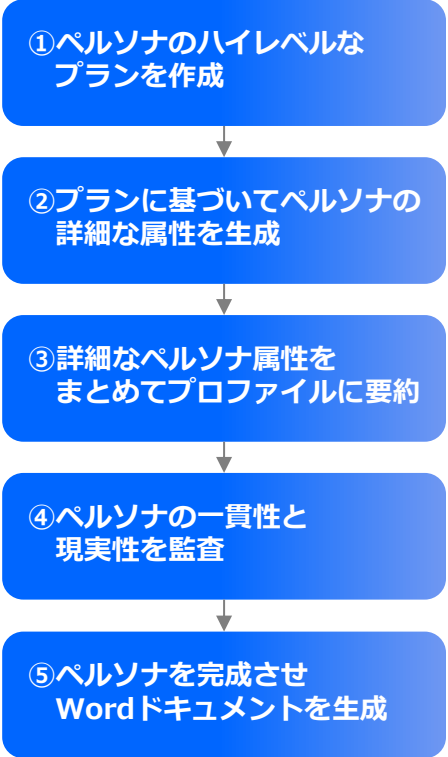
8. 開発チームへのデザイン示唆（プロダクト要件）



・4. ライフスタイルと日常ルーティン（Lifestyle & Timeline）

・4.1 平日タイムライン（美咲が出社、拓也が在宅勤務の日）

時間帯	行動内容・詳細
06:30	起床・朝の戦場スタート 美咲が起床。自分の身支度をしながらケトルで白湯を沸かす。拓也が娘の結菜を起こし、オムツ替えと着替えを担当。
07:00	朝食・保育園の準備 結菜には Oisix の冷凍幼児食をレンジで温めて提供。大人はパンとコーヒーで手早く済ませる。美咲は連絡帳アプリ『コードモン（Codmon）』に体温や体調を入力。美咲が昨日と今朝の食器を「標準装備の浅型ビルトイン食洗機」にパズルのように詰め込むが、入り切らないフライパンやマグカップは諦めて手洗いし、水切りカゴに伏せてから急いで出社する。
07:45	美咲の出発・拓也のお迎え準備 美咲が汐留のオフィスへ向けて出発（ゆりかもめ直通で約 30 分）。拓也が結菜の保育園バッグを確認し、靴を履かせる。
08:15	保育園送り・拓也の始業 拓也が結菜を保育園へ送る（徒歩 10 分）。帰宅後、8:45 から自宅のワークスペースで在宅ワークを開始。



18. 価格戦略/収益モデル調査エージェント

ナビゲーション

文書の検索

見出し ページ 結果

1. エグゼクティブサマリー

2. 収益モデルの分類と定義

- ① 多層 (ティア) 型サブスクリプションモデル
- ② コミットメント型ディスカウント (期間契約モデル)
- ③ フリーミアム (Freemium) モデル
- ④ ハイブリッドモデル (定額基本 + 超過従量・ト...
- ⑤ B2B / 法人向けモデル (バリュー割引 + 運用管...

3. 主要競合4社の価格・機能制限の徹底比較 (2026...

4. 各戦略のメリットとデメリット (専門監査分析)

- 4.1 多層 (ティア) 設計 (例: Speak, ELSA, Du...
- 4.2 コミットメント型 (長期一括割引) 設計 (例: ...)
- 4.3 完全機能解放 (単一機能無制限) 設計 (例: ...)

5. 最適な料金プランおよび価格戦略に関する監査提言...

- 5.1 推奨するプラン構成: 「3階建て + 長期コミット」...
- 5.2 利益率 (粗利益率) を死守するための「AIコスト」...
- 5.3 無料から年間契約への転換 (CVR/LTV最大...
- 5.4 B2B / 法人市場における「アクティブライト率」希釈...

6. 一次データソース (エビデンスリンク一覧)



1. エグゼクティブサマリー

2026 年現在、AI を活用した英会話アプリ市場は、音声対話 AI 技術の驚異的な進化とマクロ経済的な変化 (タイパ・コスト重視の消費行動) を背景に急速な成長を遂げています。本調査報告書は、持続可能で高い収益性を誇る英会話アプリの料金プランおよび価格戦略を設計するため、市場の最前線にあるデータを統合し、具体的な推奨プランを提示します。

主要な調査の発見

1. 対人サービスに対する破壊的なコスト優位性

従来の人間講師によるオンライン英会話 (月額約 5,000 円~13,000 円) や通学型スクール (月額約 10,000 円~40,000 円) と比較して、AI 英会話アプリは月額 1,650 円~2,483 円 (年一括払いの月換算時) という圧倒的な低価格で、24 時間 365 日いつでも予約不要で会話が可能という強力な費用対効果を確立しています。また、対人特有の心理的羞恥心を感じずに「間違え放題」である UX が最大の価値として認知されています。

2. 「AI の利用コスト」に基づく多層 (ティア) 設計がデファクトスタンダードに

LLM (大規模言語モデル) のテキスト生成コスト自体は年々低下しているものの、英会話アプリに不可欠な「リアルタイム双方向音声 API」や「個別化された音素レベルの音声分析」のインフラ費用は 2026 年現在も高価です。このため、主要アプリは、基本カリキュラムは下位プランで提供し、高コストな「AI フリートーク使い放題」「パーソナライズ学習生成」は高額な上位プラン (ティア) へ隔離する仕組みを採用しています。

① 価格戦略と収益モデルを調査するための調査計画を作成

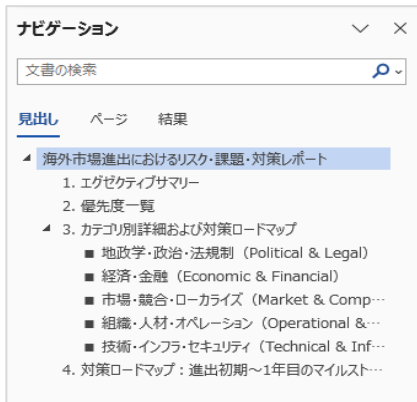
② 調査計画を実行し、価格戦略に関する詳細な情報を収集

③ 調査結果を構造化された初期要約レポートに統合

④ 初期要約レポートの正確性と完全性を批判的にレビュー

⑤ レポートを完成させ Word ドキュメントを生成

19. リスク/課題/対策レポートエージェント



・1. エグゼクティブサマリー

2026 年現在の激動するグローバル情勢（トランプ第二次政権の関税政策、米中デリスキングの長期化、多国籍にわたるデータ保護規制の厳格化）において、日本企業の海外市場進出は、縮小する国内市場を補う不可避の成長戦略であると同時に、極めて複雑なリスク・課題を伴う挑戦です。

本レポートでは、海外進出に伴うハードルを「不確実な将来リスク（R-xx）」と「顕在化している当面の課題（I-xx）」に厳密に分類し、それぞれに対して実効性の高い「予防策・是正策（P-xx、C-xx）」をマッピングしました。



【最優先対応事項（キーテイクアウェイ）】

1. グローバル専門人材の不足と対策（I-05）：多くの企業で最大のボトルネックとなっている推進人材の不足に対し、社内育成を待たず即戦力となる外部専門アドバイザーやフリーランス PMM の即時起用、および海外営業 DX（多言語 CRM/SFA）のスピード導入が不可欠です。
2. 地政学・関税リスクへの機敏な適応（R-01）：保護主義的関税への対抗策として、日本一国に依存しないマルチサプライチェーン（第三国委託生産や現地ノックダウン生産）の事前設計を推奨します。
3. 低コスト・低リスクな段階的アプローチ（I-03）：初期段階から多額の物理インフラ（実店舗や自社拠点）に投資せず、越境 EC プラットフォームを活用した「テストマーケティング」で需要と受容性を把握し、スモールスタートを切ることで資金枯渇リスクを回避します。

① リスク対策を特定するための
ハイレベルな計画を作成

② 計画を拡張し詳細なリスク
課題、および対策を生成

③ 詳細なポイントを構造化
されたフォーマットに要約

④ 要約されたレポートの網羅性
実現可能性をレビュー

⑤ 監査済みの内容を受け取り
Word 文書を生成

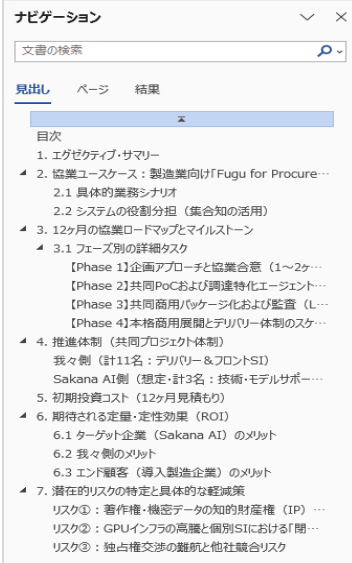
ナビゲーション		▼	▼
文書の検索			
見出し			
ページ	結果		
目次			
4	1. 会議の全体概要と基本戦略		
	1.1 開催目的とゴール定義		
	1.2 アプローチ戦略		
	2. タイムラインとアジェンダ一覧		
4	3. アジェンダ詳細設計		
	4 アジェンダ1: イントロダクションとグランドフルールの共有…		
	ファシリテーター用トークポイント		
	必要準備資料・データ		
	想定Q&Aと懸念事項		
	4 アジェンダ2: 日常業務に替わる「非効率・めんどくさい」…		
	ファシリテーター用トークポイント		
	必要準備資料・データ		
	想定Q&Aと懸念事項		
	4 アジェンダ3: 業務効率化アイデアのブレインストーミング…		
	ファシリテーター用トークポイント		
	必要準備資料・データ		
	想定Q&Aと懸念事項		
	4 アジェンダ4: アイデアの整理と優先順位付け（収束…		
	ファシリテーター用トークポイント		
	必要準備資料・データ		
	想定Q&Aと懸念事項		
	4 アジェンダ5: アクションプランの策定と次のステップへの…		
	ファシリテーター用トークポイント		
	必要準備資料・データ		
	想定Q&Aと懸念事項		
4	事前準備チェックリスト		
4	5. 会議準備監査レポート		
	5.1 目的・ゴールとの整合性		
	5.2 論理的・一貫性と網羅性		
	5.3 監査最終判定		



時間枠	アジェンダ項目	目的・ゴール
00 - 10 分↓ (10 分)	アジェンダ 1:↓ イントロダクションとグ ランドルール共有	会議の目的・最終ゴールの確認を行い、メンバー全員が安心して発言できる環境を作るために「批判禁止」をはじめとするブレインストーミングの基本ルールを全員で合意すること。
10 - 25 分↓ (15 分)	アジェンダ 2:↓ 日常業務に潜む「非効 率・めんどくさい」の洗 い出し	日々の業務や手続きの中で、「無駄だと感じる作業」「時間がかかりすぎているタスク」「属人化している業務」を付箋などを用いて一斉に書き出し、部署全体の課題をマッピングして可視化すること。
25 - 40 分↓ (15 分)	アジェンダ 3:↓ 業務効率化アイデアのブ レインストーミング	洗い出された課題に対し、ECRS の視点（やめられないか、まとめられないか、順序を変えられないか、簡単にできないか）や、デジタルツールの活用、マニュアル化などの切り口から、限界を作

⑤監査済みの会議内容をWordとして生成

21. 商談先企業エージェント



5. 初期投資コスト (12ヶ月見積もり) ←

共同開発から最初の商用パッケージを確立するまでに必要な初期コストの見積もりです。←

費用項目	概要	見積もり金額	備考
人件費 (弊社リソース)	PM、アーキテクト、エンジニア (計 8 名 × 平均稼働率 50% × 10 ヶ月)	4,000 万円	弊社側の内部稼働コスト (約 40 人月)
API 利用料	検証、デバッグ、PoC における Fugu/Marlin API の消費コスト	500 万円	予備費バッファを含む
検証環境インフラ費	セキュアな検証環境 (AWS/Azure プライベート空間) の構築	200 万円	3 社 (弊社、Sakana、デモ顧客) 連携用
プロモーション費	共同セミナー開催、プレスリリース、展示会共同出展費用	300 万円	後半フェーズにおける営業

① 対象企業を調査し、
大まかな提案プランを策定

② 提案プランの具体的な詳細
(スケジュールなど) を設計

③ 策定されたプランを整理し
提案書にまとめます

④ まとめられた提案内容の
実現可能性、リスクを監査

⑤ 監査済みの提案内容をもとに
Wordドキュメントを作成

22.クライアント向け提案エージェント



第1章: 大局的な戦略とターゲット定義

1.1. エンゲージメント主型リテンション戦略の定義

新規顧客の獲得コストは既存顧客を維持するコストの5倍かかる(1:5の法則)とされています。
次年度の基本方針は、受動的な解約防止活動から一歩進み、顧客が自発的に「ブランドのファン」となり、さらには「自発的な推奨者(エバンジェリスト)」となって自律的な売上拡大をもたらす循環モデルの確立を目指します。

1.2. ターゲットセグメンテーション

購買金額(LTV)、利用頻度、および推奨意向を基に、既存顧客を3つのセグメントに分類してアプローチを設計します。

- ロイヤルカスタマー(ファン層): 購買頻度・金額が極めて高く、ブランドの理念に強く共鳴している層。非商業的なコミュニティへのコアメンバーとしての巻き込み、および信頼ベースのリファラル(紹介)の起点と位置づけます。
- ミドル(リピーター層): 一定の購買・利用実績はあるものの、心理的ロイヤルティ(愛着)はまだ限定的で、競合への乗り換えリスクがある層。MAを活用したパーソナライズ提案により、利用用途の拡大やアップセルを促進します。

①クライアント向け提案書の
ハイレベルなプランを作成

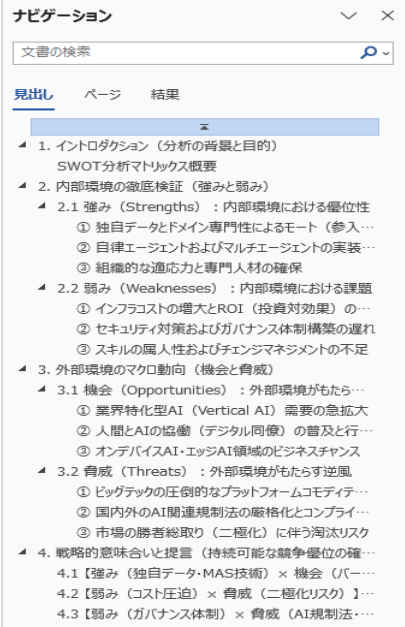
②ハイレベルなプランを詳細な
タイムラインに拡張

③詳細な提案書の簡潔な
結論とポイントを作成

④提案書の整合性をレビューし
フィードバックを提供

⑤監査フィードバックを
組み込み、Wordを生成

23. SWOT分析エージェント



・3. 外部環境のマクロ動向（機会と脅威）

・3.1 機会（Opportunities）：外部環境がもたらす追い風

・① 業界特化型 AI（Vertical AI）需要の急拡大

汎用 AI モデルから、法規制や特有の商慣習が厳しい医療、金融、製造、不動産といった業界特有の業務プロセスに適合する「パーティカル AI（垂直型 AI）」への移行が本格化しています。世界の垂直型 AI 市場規模は、2025 年の 103 億ドルから年平均成長率（CAGR）28.3%で急速に成長し、2033 年までに 745 億ドルに達すると予測されています。特定業界のルールとデータを深く理解するパーティカル AI エージェントの供給はまだ不足しており、極めて大きな市場空白地帯（ブルーオーシャン）が存在します。

・② 人間と AI の協働（デジタル同僚）の普及と行政による後押し

企業の 62%が AI エージェントの実験・導入に乗り出す中、日本国内では 2026 年 6 月にデジタル庁が「生成 AI ガイドライン第 2.0 版」を策定しました。これまでの「一律禁止・制限」から、適切な条件下での「動的な統制のもとでの積極活用（18 万人規模の実証）」へと方針が刷新され、政府・官公庁、地方自治体、ひいてはエンタープライズにおける AI エージェント調達の公的基準が確立されました。これにより、自律型 AI を業務プロセスに組み込むサービスへの需要が公式に押し上げられています。

・③ オンデバイス AI・エッジ AI 領域のビジネスチャンス

プライバシーの確保、低遅延、およびオフライン利用を重視する産業現場において、デバイス搭載

①SWOT分析の初期プランと
フレームワークを作成

②詳細な分析と具体的な
ポイントで初期プランを拡張

③詳細なポイントを構造化
された中間レポートを作成

④論理、一貫性、完全性に
ついて中間サマリーを監査

⑤最終的な分析をして
Wordドキュメントを生成

24. PEST分析エージェント



・5. 技術的要因 (Technological) ◀

【最重要インパクト要因】↓

2027～2028 年の実用化を目指す次世代「全固体電池」の本格パイロット量産および製造プロセスの最適化（立柱・積層試験など）と、先行する中国勢の「半固体電池」量産実装の競合。◀

・① 全固体電池 (SSB) のロードマップ本格化と製造技術（ドライ電極・ロールプレス等）の競争◀

■ 概要と具体的なデータ◀

従来の液体リチウムイオン電池に比べ、エネルギー密度が約 1.5～2 倍（300～500Wh/kg 以上）、充電時間は 3 分の 1（航続距離 1,000km 以上をわずか 10 分で急速充電）、発火リスク極小という「全固体電池」の 2027～2028 年市販に向けた開発が最終フェーズに入っています。↓
日産自動車は、2025 年 1 月に横浜工場へパイロット生産ラインを開設したのに続き、2026 年 5 月に「23 層の積層セル・プロトタイプ」を用いて車両用途に十分な充放電目標値をクリアしたと発表、2028 年度の市販車搭載に向け順調な進捗を見せています。↓

トヨタと協業する出光興産は、2026 年 1 月に千葉事業所において年間数百トン規模の固体電解質大規模パイロットプラントの建設を最終決定（起工）し、同年 5 月 13 日には本格的な建設スタートを告げる「立柱式」を実施、2027 年中の完工に向けて邁進しています。◀

①PEST分析のハイレベルなプランを作成

②分析プランに基づいて詳細な調査を実施

③調査結果を構造化されたPESTフォーマットに統合

④PEST分析の品質と一貫性をレビュー

⑤監査済みのPEST分析の最終的なWordを作成

25. KPI設計エージェント

ナビゲーション

文書の検索

見出し ページ 結果

Ⅰ. はじめに

Ⅱ. 全体目標 (KGI : Key Goal Indicator) の定義
KGI 1 : 業務生産性の劇的向上
KGI 2 : 自走型デジタルカルチャーの確立

Ⅲ. KPIジョックツリー (因果関係マップ)
【ツリー-A : 生産性向上・ROI最大化ルート (KGI 1…
【ツリー-B : 自律的デジタルカルチャー定着ルート (KG…

Ⅳ. 補正済・完全版KPIスベックシート (4つの視点)
① 財務の視点 (Financial Perspective)
② 顧客の視点 (Customer Perspective : ※従…
③ 業務プロセスの視点 (Internal Process Persp…
④ 学習と成長の視点 (Learning & Growth Per…

Ⅴ. 完全版 KPI運用・管理ルール
(1) モニタリング体制 (3線ディフェンス+伴走型推進…
(2) モニタリング頻度とレビューサイクル
(3) データの見える化と一元管理 (KPIマスターの構…
(4) KPIの変更管理・不振時の改善 (PDCA) ルール



④ 学習と成長の視点 (Learning & Growth Perspective) ←

目的: 持続的な DX を可能にする「デジタル人材」の創出と「変革カルチャー」の定着。←

【L-1】自律型 DX 推進リーダーの累積認定数	
分類←	遅行指標 (Lag) ←
計算式←	社内 DX 人材認定制度 (IPA「デジタルスキル標準」に準拠し、かつノーコード開発等で実業務プロセスを 1 つ以上開発・稼働した実績を持つ者) をクリアした累積人数←
目標値←	1 年目: 15 名 (各部門に最低 1 名配属) ← 2 年目: 40 名 (主要各課に 1 名配置) ← 3 年目 (2029 年 3 月): 80 名以上 (全社への自走体制配属の完了) ←
測定頻度←	半期ごと←
データ取得元←	DX 推進委員会 (LMS の認定者名簿) および人事システム←

←

① ユーザーの目標に基づき
高レベルなKPIプランを作成

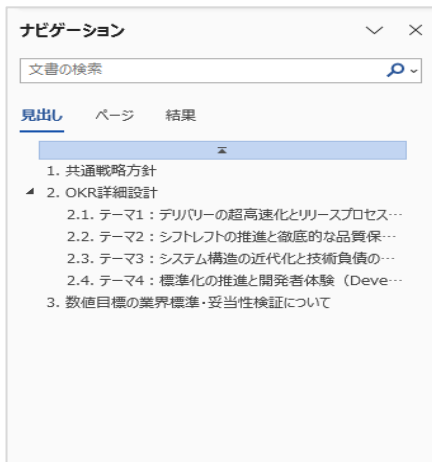
② 高レベルなプランを詳細な
指標に落とし込みます

③ 詳細化されたKPIを
構造化されたドラフトに要約

④ KPIドラフトの品質と
網羅性を監査

⑤ 最終的なまとめを作成し
Wordドキュメントを生成

26. OKR作成エージェント



・1. 共通戦略方針←

「品質向上」と「リリース速度の向上」をトレードオフとせず、「自動化の徹底」「シフトレフト」「アーキテクチャの疎結合化」「開発摩擦の排除」を通じて、安全かつ高速に顧客価値を届け続けるエンジニアリング組織を確立する。←

・2. OKR 詳細設計←

・2.1. テーマ1：デリバリーの超高速化とリリースプロセスの自動化（CI/CD の高度化）←

🎯 Objective (O): 「待つ」を開発から完全に一掃し、書き上げたアイデアが瞬時にユーザーの手に届く「超高速デリバリー」を極める←

KR 1: 今四半期末までに、変更のリードタイム（コードマージから本番反映まで）を現状の平均 24 時間から「1 時間未満」に短縮する。←

KR 2: 今四半期末までに、本番デプロイ頻度を現在の週数回から「1 日平均 3 回以上」へ向上させる。←

KR 3: 今四半期末までに、CI/CD パイプライン（ビルド～自動テスト完了）の実行時間を平均 20 分から「5 分以内」に短縮する。←

①OKRの初期の高レベルな計画と方向性を起草

②高レベルの計画を具体的な目標と主要な結果に展開

③詳細なOKRをクリーンで構造化された形式に統合

④ベストプラクティスに照らしてドラフトをレビュー

⑤OKRコンテンツを最終化しWordドキュメントを生成

27. 事業採算シミュレーションエージェント

ナビゲーション

文書の検索

見出し ページ 結果

目次

1. エグゼクティブ・サマリー

2. 事業概要および市場・競合分析

2.1. 事業コンセプト

2.2. ターゲットペルソナ

2.3. 市場環境と成長トレンド

2.4. 主要競合ベンチマーク

3. 初期事業計画（楽観的プラン）と損益分岐点分析

3.1. 収益化・ビジネスモデルの前提

3.2. 初期費用（イニシャルコスト）

3.3. 月間運営費用（固定費）

3.4. 損益分岐点（BEP）分析

4. 厳格財務監査（CFO・投資審査視点）

4.1. 楽観的仮定に対する4大指摘

4.2. 見落とされていた「隠れたコスト」の算入

5. ストレスシナリオ（ワーストケース）との比較

6. 事業計画を強化するための「実行可能な推奨事項（…）」

① チャーンレート（離職率）の劇的改善（最優先）

② リファラル（紹介）採用の仕組み化によるCACの…

③ 高単価「上流案件・特化型スキル」特化による限…

④ 「サイト交渉」の徹底と開業前の融資枠確保

7. 改善アクション適用後の最終3カ年財務シミュレーション

7.1. 年次収益シミュレーション（KPI推移）

■ 1年目（基盤構築・先行投資期）

■ 2年目（黒字転換・回収期）

■ 3年目（事業拡大・安定成長期）

8. 結論

・3. 初期事業計画（楽観的プラン）と損益分岐点分析

本章では、参入初期に設計したベースとなる収益モデルと、その前提に基づく採算性を解説する。

・3.1. 収益化・ビジネスモデルの前提

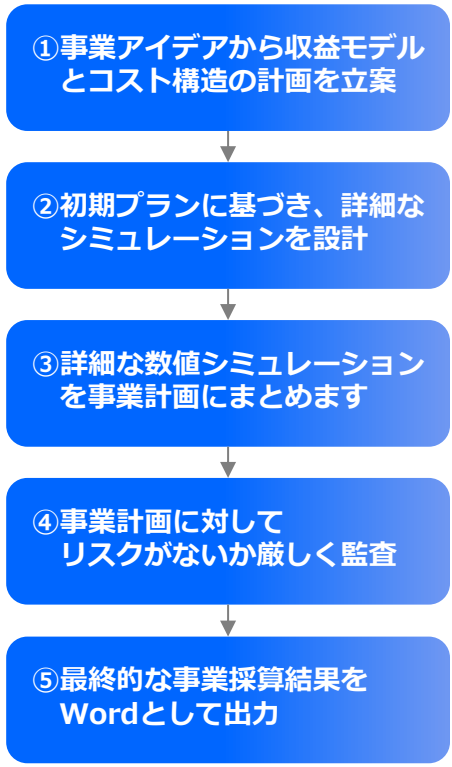
準委任契約ベースのB2B人材仲介モデルとし、以下の4つの変数を基本KPIとする。

- 1. 稼働エンジニア数（名）：当社経由で参画している人数
- 2. 平均契約月額単価（売上）：75万円 / 月（名）
- 3. 平均マージン率（粗利益率）：20%（エンジニア支払報酬：60万円、当社マージン：15万円 / 月）
- 4. 顧客獲得単価（CAC）：新規稼働1名あたり計45万円（エンジニア獲得25万、クライアント開拓20万）

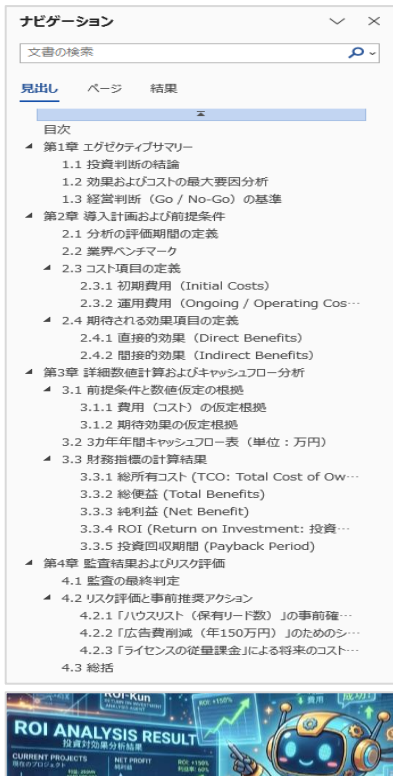
・3.2. 初期費用（イニシャルコスト）

事業立ち上げ時に一回限り発生する創業費用。

費用項目	金額	概要・内訳
法人設立および諸認可取得費用	30万円	会社設立登記、司法書士手数料、有料職業紹介・派遣等認可取得関連



28. 投資対効果（ROI）分析エージェント



・第 2 章 導入計画および前提条件

・2.1 分析の評価期間の定義

- ・ 評価期間：3 年間（短期・中期的な投資回収の総合評価）
- ・ 背景と目的：MA ツールの導入は、初期設定や既存システムとの連携、メール文章の作成、データ蓄積などに最初の数ヶ月（立ち上げ期）を要します。そのため、単年度（1 年目）だけの評価では初期投資の重さから真の価値を測定できません。中長期的なナチャリング効果や、既存顧客の LTV（顧客生涯価値）向上による売上貢献度を適切に評価するため、3 年間で評価期間として定義しています。

・2.2 業界ベンチマーク

- ・ 期待される ROI の目安：MA ツールの導入により、3 年間で投資額 1 ドルに対して平均 5.44 ドルのリターン（平均 ROI 544%）が得られるとされています。
- ・ 立ち上げスピード：導入企業の約 76%が、導入 1 年以内にプラスの ROI を達成しています。
- ・ 一般的な投資回収期間：効果的な自動シナリオ構築と段階的な運用により、6 ヶ月未満～1 年以内での初期投資回収が十分に期待できる範囲とされています。

①ROI分析の全体計画と前提条件を定義

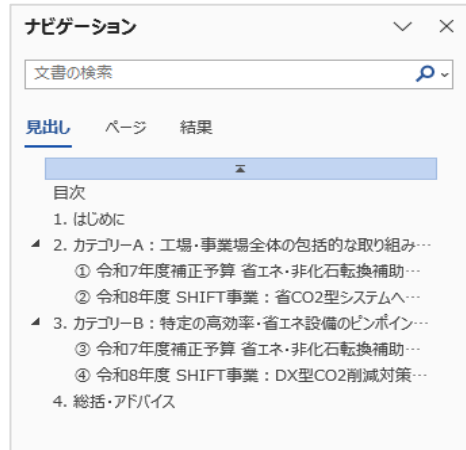
②計画に基づき、詳細なROI計算を実行

③計算結果からエグゼクティブサマリーを作成

④分析結果の論理的整合性と前提条件の妥当性を監査

⑤監査済みの分析結果を統合しWordドキュメントを生成

29. 補助金・助成金調査エージェント



・2. カテゴリーA：工場・事業場全体の包括的な取り組み（計画重視・大規模投資） ←

工場や事業場全体での省エネ計画、または大幅なCO2削減目標に基づき、オーダーメイド型設備やシステムシステム全体の更新を行う、規模の大きな投資に適したカテゴリーです。 ←

・① 令和7年度補正予算 省エネ・非化石転換補助金（工場・事業場型：I型） ←

項目	公募内容・条件
提供・公募組織	経済産業省 資源エネルギー庁 / 執行団体：一般社団法人環境共創イニシアチブ (SII) ←
利用可能金額・補助率	・補助上限額（単年度事業）：15億円（非化石エネルギー転換を伴う場合は20億円） ← ・補助上限額（複数年度事業・最長4年）：事業全体で20～30億円（非化石転換時は30～40億円） ← ・補助下限額：100万円/年度 ←

① ユーザーのニーズを分析し
戦略的計画を作成

② 調査計画を実行し、特定の
補助金や助成金の詳細

③ 生の調査データを整理し
構造化された形式に要約

④ 要約された調査結果を確認し
リスクがないか厳しく監査

⑤ 監査済みの情報を
コンパイルし、Wordを生成

30. M&A候補企業調査エージェント

ナビゲーション

文書の検索

見出し ページ 結果

目次

本レポートの背景および監査指摘事項の反映について

I. エグゼクティブサマリー（投資妥当性の総合評価）

1. 完全買収を通じた「技術・人材の獲得」を検討する…

2. 基幹産業の共同DXおよび資本提携を志向する…

3. 高度な専門アルゴリズムによる研究開発プロセスの…

II. 会社概要とビジネスモデルの解釈

1. 燐株式会社（Akari Inc.）

2. Spiral.AI株式会社（Spiral.AI Inc.）

3. 株式会社Recursive（Recursive Inc.）

III. 定量的評価（財務および業績のトレンド分析）

定量的比較サマリー

財務面における主要トレンドと実務上のリスク

1. 燐株式会社のバリュエーション割高感と投資回…

2. Spiral.AI株式会社の財務インフラ負担とCap…

3. 株式会社Recursiveの資本政策とロート製薬…

IV. SWOT評価（強み・弱み・機会・脅威）

1. 燐株式会社

2. Spiral.AI株式会社

3. 株式会社Recursive

V. 投資シナジー、リスク、およびデューデリジェンス（DD）…

1. 期待される投資シナジーとアプローチ方法

2. 5つのコア仮説に基づく検証結果

3. 守秘義務契約（NDA）締結後の詳細デューデリ…

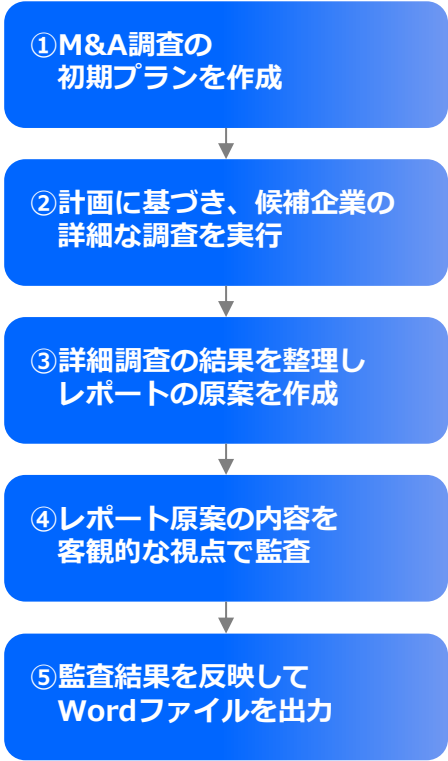
VI. 結論と提言



・III. 定量的評価（財務および業績のトレンド分析）

・定量的比較サマリー

項目	燐株式会社	Spiral.AI 株式会社	株式会社 Recursive
設立	2021 年 2 月	2023 年 3 月	2020 年 8 月
直近評価額	1,000 億円超	約 56.2 億円（推測）	約 146.4 億円（推定）
（バリュエーショ ン）	（2026 年 1 月時点）	（2026 年 1 月時点）	（2024 年 7 月時点）
直近調達額	50 億円	非公開	非公開
（累計調達）	（三菱電機）	（累計 12.1 億円超）	（ロート製薬と資本業務 提携）
従業員数	415 名（2026 年 1 月 現在）	非公開	非公開
直近業績	当期純利益：5.54 億円 （黒字）	非公開（要詳細 DD）	非公開（要詳細 DD）



31. アライアンス候補企業発掘エージェント

ナビゲーション

文書の検索

見出し ページ 結果

目次

- 1. エグゼクティブサマリー
- 2. ターゲット選定とスクリーニング基準
 - (1) ターゲットサブセクターの定義
 - (2) 厳格なスクリーニング及び監査基準
- 3. 最も有望なアライアンス候補プロフィール (精鋭4社)
 - ① TXP Medical株式会社
 - ② 株式会社テックドクター
 - ③ キュアコード株式会社
 - ④ 株式会社HEMILLIONS
- 4. 総括と推奨事項



3. 最も有望なアライアンス候補プロフィール (精鋭 4 社) ←

選定された最も有望候補 4 社の概要は以下の通りです。各社の詳細なプロフィールおよび監査結果に基づく提携条件は後述の個別セクションをご参照ください。←

企業名 ^①	ターゲット分野 ^②	主な強み・アセット ^③	推奨提携条件 (要約) ^④
TXP Medical 株式会社 ^⑤	分野① ^⑥ (AI・文書化) ^⑦	全国大病院 79 箇所導入、累計 40 億円調達、3 省 2GL 完全準拠 ^⑧	既存主要株主との利益相反・コンフリクトの事前確認 ^⑨
株式会社テックドクター ^⑤	分野② ^⑥ (遠隔監視) ^⑦	dBm 解析『SelfBase』、累計 18 億円調達、ISMS・P マーク保有 ^⑧	契約後速やかな PoC 環境立ち上げと連携テスト推進 ^⑨
キュアコード株式会社 ^⑤	分野② ^⑥ (PHR 連携) ^⑦	『PHRONTIER』、デジタル庁資料に代表事例として掲載 ^⑧	少数精鋭体制に対応する開発窓口の明確化と共同アプローチ ^⑨
株式会社 HEMILLIONS ^⑤	分野② ^⑥ (FHIR 標準化) ^⑦	東大・ソフトバンク発、FHIR サーバ『FRUCtoS』保有 ^⑧	超極小体制への対策として 3 社間協創フレームワークの義務化 ^⑨

①ユーザーの要望に基づいて
ハイレベルな計画を作成

②ハイレベル計画を詳細な
検索条件に落とし込みます

③詳細計画を実行し、候補の
企業を見つけてまとめます

④まとめられた
候補者リストを監査

⑤監査済みのリストを
Word文書を作成

32. 顧客アンケート分析エージェント

ナビゲーション

文書の検索

見出し ページ 結果

- Ⅰ. エグゼクティブ・サマリー
- Ⅱ. 調査概要と主要KPI
 - 1. 調査設計
 - 2. 主要KPI実績
 - 3. 回答者属性 (n=1,250)
- Ⅲ. 購入動機および認知経路の分析
 - 1. 認知経路の実績 (複数回答可)
 - 2. チャネル認知の広がりによる利用シーンの不一致と…
- Ⅳ. 機能・要素別満足度評価 (定量分析)
 - データの解釈とボトルネックの把握
- Ⅴ. 顧客の声を基にした定性分析 (VoC構造化)
 - 1. 製品の「強み」に繋がっているロイヤリティ要因
 - 2. 製品の「課題」および「改善要望」
- Ⅵ. 意思決定に向けた改善提案とアクションプラン
 - ※ 優先順位 1: 最優先改善課題 (価格に対する…)
 - ※ 優先順位 2: オンボーディング体験の最適化 (…)
 - ※ 優先順位 3: 新需要セグメントの獲得 (カラー…)



・Ⅳ. 機能・要素別満足度評価 (定量分析) ←

5つの評価項目について、5段階で評価を求めた結果は以下の通りです。←

評価項目	大変満足	満足	普通	やや不満	不満	満足度 (Top2)
デザイン・外観	42.0%	40.0%	13.0%	4.0%	1.0%	82.0%
自動温度キープ機能	55.0%	33.0%	9.0%	2.0%	1.0%	88.0%
専用アプリの操作性	38.0%	44.0%	12.0%	5.0%	1.0%	82.0%
バッテリー持ち	29.0%	50.0%	15.0%	5.0%	1.0%	79.0%
価格の適正感	15.0%	42.0%	31.0%	10.0%	2.0%	57.0%

←

・データの解釈とボトルネックの把握←

- 圧倒的な強み (自動温度キープ機能、デザイン): 「自動温度キープ機能」は大変満足が55.0%に達し、Top 2 満足度は88.0%と突出した高評価を獲得しています。「デザイン・外観」も82.0%が満足としており、ハードウェアとしての基本性能と外観デザインは初期ユーザーに非常に強く肯定されています。←

① アンケートデータをもとに
分析の全体プランを作成

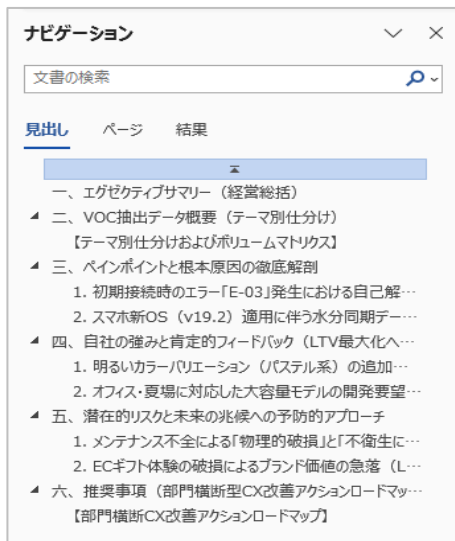
② 全体プランをもとに
詳細な分析手順を策定

③ 詳細プランに従ってデータを
分析し、結果を要約

④ 要約された分析結果を監査し
客観性と正確性を確認

⑤ 監査済みの結果から
Wordとして出力

33. VOC分析エージェント



二、VOC 抽出データ概要 (テーマ別仕分け) ←

当月に寄せられた全 452 件の問い合わせおよび重要案件 14 件をマッピングし、重要度とボリュームから優先順位を明確にいたしました。←

【テーマ別仕分けおよびボリュームマトリクス】 ←

カテゴリ コード	カテゴリ (テーマ) 名	月間件数 (推定)	全体比率 (推定)	重要案件 数 (実績)	トピック概要と当月の傾向
APP_02	アプリ・システム信頼性	136 件	30.1%	4 件	最新スマホ OS (v19.2) 適用後の水分同期データの切断など、製品の本質機能への不満。
PRD_03	製品ラインナップ要望	113 件	25.0%	0 件	カラーバリエーション (パステル系) や容量 (750-800ml) の追加。愛用者からの前向きな要望。
SYS_01	初期接続・オンボーディング	90 件	19.9%	5 件	初期ペアリング時におけるエラー「E-03」発生と、説明書にお

①VOCデータを分析し、初期プランを作成

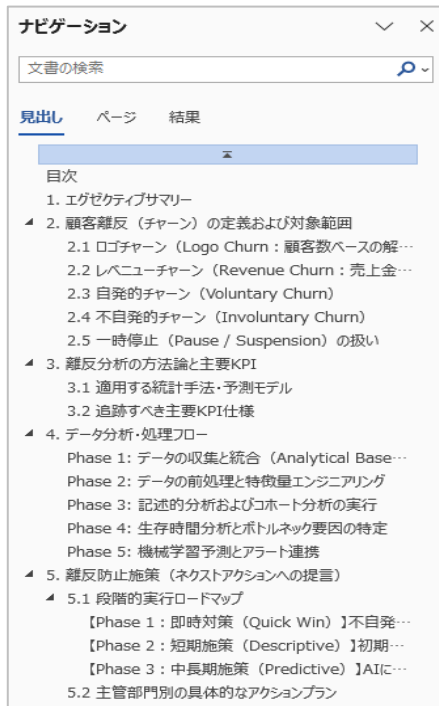
②分析プランを受け取り具体的な詳細と発見を深掘り

③詳細な発見をまとまりのある初期要約に統合

④初期要約の正確性、完全性、実行可能な洞察をレビュー

⑤最終的な包括的レポートを作成し、Wordを生成

34. 顧客離反分析エージェント



・2. 顧客離反 (チャーン) の定義および対象範囲

分析精度を担保し、施策への正確な紐づけを行うため、解約 (チャーン) の分類と対象範囲を以下のように厳密に定義する。

・2.1 ログチャーン (Logo Churn : 顧客数ベースの解約)

有料プランを契約していた顧客 (企業または個人アカウント) が、サービスの利用契約を完全に終了させた状態を指す。

月次分析においては、「当月期首にアクティブであった有料顧客が、当月末までに有料契約を喪失した状態」と判定する。なお、評価期間中に新規契約し、同月内に即時解約した極端な超短期顧客は、通常の解約率計算の分母から除外して別枠で管理する。

・2.2 レベニューチャーン (Revenue Churn : 売上金額ベースの解約)

財務インパクトを正確に測定するために、売上金額ベースでの離反を以下の2つの観点から定義する。

- ・ 総レベニューチャーン (Gross Revenue Churn) : 既存顧客の完全解約 (Logo Churn) およびダウングレード (下位プランへの移行、契約アカウント数の削減など) によって失われた月間経常収益 (MRR) の総額を指す。これは純粋にプロダクト不満や外的要因による損失規模を

①顧客離反分析の
ハイレベルなプランを作成

②分析プランの詳細を具体化

③詳細な分析プランを要約

④要約されたプランの品質と
完全性を監査

⑤最終的な監査済み要約を
含むWordを作成

35. カスタマージャーニー設計エージェント

ナビゲーション

文書の検索

見出し

ページ

結果

1. 前提条件とターゲットペルソナ設計

2. 全体俯瞰マトリクス (カスタマージャーニーマップ)

3. 各フェーズの詳細分析と感情変化 (心理バイオリズム)

4. 監査を踏まえた戦略的示唆 (インサイト) と改善まとめ

① 「感情の波 (バイオリズム)」のリアリティ確保

② 「不自然な魔法」の排除と現実的な技術連携

③ 売り込みプロモーション (営業色) の完全排除



4. 監査を踏まえた戦略的示唆 (インサイト) と改善まとめ

本ジャーニーマップを設計するにあたり、単なる「最高のおもてなしストーリー」を羅列するのではなく、高級ホテルの経営・ブランディング視点において、以下の重要な3つの戦略的改善を実施しました。

① 「感情の波 (バイオリズム)」のリアリティ確保

- 一律に高評価の「オール+3.0」というお約束のジャーニーを廃止。
- 移動による疲れ (フェーズ③) や、サプライズ準備に対する主客 (健一さん) のささやかな不安や緊張 (フェーズ②) を表現。
- さらに、帰宅後に日常に戻る際の一抹の寂しさ (ペイン・フェーズ⑤: +1.8) をリアルに描き、その後のコンシェルジュからの真摯なメールに触れることで、愛着とロイヤルティが「安定した高満足 (+2.2)」へと静かに着地するグラデーションを表現しました。これにより、ダニエル・カーネマンの「ピーク・エンドの法則」を完璧に機能させ、フェーズ④ (滞在) の感動のピークを最大限に引き立てることに成功しています。

② 「不自然な魔法」の排除と現実的な技術連携

- 顔写真や車の事前情報がないのに「ドアマンが最初から名前を呼ぶ」という、ジャーニーにありがちな超能力のような描写を監査にて却下。

① カスタマージャーニーの初期プランを作成

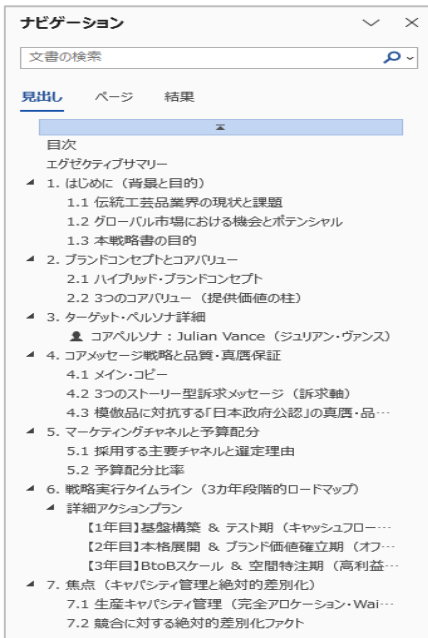
② 初期プランを基に各フェーズの行動や感情を洗い出します

③ 詳細化された情報をジャーニーマップ形式に整理

④ 作成されたジャーニーマップをレビューし、改善点を提案

⑤ 監査結果を反映してWordを作成

36. ブランド戦略立案エージェント



・7. 焦点 (キャパシティ管理と絶対的差別化) ←

本ブランド戦略の根幹にあるのは「あえて大衆（マス）を狙わず、圧倒的な『感度と資産価値の重視層』にのみ完全に照準を絞る」という意思決定です。←

・7.1 生産キャパシティ管理 (完全アロケーション・Waitlist 制) ←

地方の深刻な職人不足と手作りの限界に対応し、無理な量産による品質崩壊を防ぐため、以下の販売スキームを徹底します。←

- ・ シリアルナンバー付き「年間生産数枠 (Allocation)」の設定：D2Cにおいては、「職人〇〇氏の今年の器は、世界で限定 150 個のみ」とシリアルナンバーを刻印して販売。完売後は「Waitlist (予約登録待ち)」に移行させ、希少価値を高めます。←
- ・ BtoB における納期の厳格化：海外バイヤーとの契約条件に、「初回リードタイム：最低 4 ヶ月」「追加発注の年間供給上限の設定」を明記します。納期遅延によるバイヤーからのクレームを防ぎ、クラフトマンの制作環境と品質を保護します。←

・7.2 競合に対する絶対的差別化ファクト←

富裕層ターゲットにおける真の競合（現地ローカルの工芸作家や、欧州の高級ブランド食器、アジアの安価な東洋テイスト磁器等）に対抗するため、以下の差別化を明確にします。←

①ユーザーの入力に基づいて
ブランド戦略を生成

②ハイレベルなコンセプトを
詳細な戦略的戦術に展開

③詳細な戦術を構造化された
ドラフト文書にまとめます

④ドラフト戦略の整合性、
目標との整合性をレビュー

⑤監査のフィードバックを
取り入れ、Word文書を生成

37. 新商品企画エージェント

ナビゲーション

文書の検索

見出し ページ 結果

目次

1. 企画の背景と市場機会

(1) リモートワークの常態化と「目元の不調」の深刻化

(2) 「プレゼンティーズム」による企業の生産性損失

(3) 「スマートリカバリー」と「セルフウェルネス」の市場...

2. 商品コンセプトと提供価値

(1) 商品名とコアコンセプト

(2) 提供価値（バリュープロポジション）

(3) ターゲットペルソナ

3. 製品仕様およびマーケティング戦略

(1) 主要な機能と安全な製品仕様

(2) 価格戦略とB2B展開

(3) プロモーション戦略

4. 競合優位性

【競合差別化マトリクス】

【決定的な3つの優位性】

5. 導入ロードマップ



4. 競合優位性

「Wink-Hug（ウイंक・ハグ）」は、単に目元を温めるだけの競合製品や、動作音が大きくオフィスで使えないエアバッグ式のアイマッサージャーとは一線を画した圧倒的な優位性を誇ります。

【競合差別化マトリクス】

機能・特徴	本製品「Wink-Hug」	一般的な温熱アイマス	一般的なアイマッサー
		ク	ジャー
コア価値	心地よい温冷引き締め + 脳波リカバリー	目元の単純な加温による血行促進	目の周りの筋肉の物理的もみほぐし
コア技術	ソフトベルチェ温冷 + 骨伝導 + HRV 同期 3D	電熱線、または使い捨ての蒸気シート	エアバッグ（加圧）または強い振動モーター
静音性と安全性	完全静音（0dB）、眼球無圧迫（3D 構造）	完全静音、無圧迫	駆動音が大きく（約 50dB）、眼球への圧

①与えられたテーマに基づいて新商品のアイデアを複数提案

②初期プランを元にターゲット価格などの詳細を深掘り

③詳細化されたアイデアを分かりやすい企画書の構成

④企画書を客観的に評価しリスクや改善点を指摘

⑤監査結果を反映して企画を最終化し、Wordを作成

38. 商品ポートフォリオ分析エージェント

ナビゲーション

文書の検索

見出し ページ 結果

目次

- 1. エグゼクティブ・サマリー
- 2. 商品ポートフォリオの現状分析
 - ポートフォリオマッピング要約
 - 2-1. 各事業の現状分析詳細
 - ① 事業A：成熟コア事業（位置付け：金のなる…
 - ② 事業B：新規育成事業（位置付け：問題…
 - ③ 事業C：低収益・高シナジー事業（位置付け…
 - ④ 事業D：不振・低シナジー事業（位置付け：…
- 3. 特定された主要な課題とリスク
 - 3-1. 財務的ボトルネックの特定（ROICツリー分解）
 - 3-2. 非財務的リスクと撤退障壁の評価
- 4. 戦略的提言
 - 提言①：同業他社への事業譲渡（M&A）の最優…
 - 提言②：資本と人材の「二重再配分」による全社価…
 - 1. 資本の再配分（7億円の使い道）
 - 2. 人的資本の再配分（25名の人員配置）
 - 提言③：事業C（要再建）への「撤退トリガー」付き…
 - 提言④：持続的なポートフォリオ見直しガバナンスの…



2. 商品ポートフォリオの現状分析

当社の保有する4つの事業セグメント（事業A～D）について、資本収益性（ROIC）と他事業との戦略的適合性（シナジースコア：1.0～5.0点）をベースにした統合ポートフォリオ分析を行った。各事業のプロット結果は以下の通り要約される。

ポートフォリオマッピング要約

評価区分	対象事業	基本方針
高シナジー × 高 ROIC	事業 A（成熟コア事業）	利益創出・コア投資
低シナジー × 高 ROIC （または高成長）	事業 B（新規育成事業）	集中成長投資
高シナジー × 低 ROIC	事業 C（低収益・高シナジー事業）	期限付き事業再建
低シナジー × 低 ROIC	事業 D（不振・低シナジー事業）	早期売却・撤退

①商品ポートフォリオ分析のための初期のプランを作成

②ハイレベルなプランを詳細な分析ステップに展開

③ハイレベルなプランを詳細な分析ステップに展開

④まとめられたレポートの品質一貫性、網羅性を監査

⑤監査済みのレポートに基づいてWord文書を作成

39. 在庫最適化エージェント

ナビゲーション

▼

×

文書の検索

🔍

見出し

ページ

結果

目次

第1章：エグゼクティブサマリー

1.1 背景と目的

1.2 本計画の主要ハイライト

1.3 期待される財務インパクト・ROI（投資利益率）

第2章：現状分析と戦略的方向性

2.1 現状の課題と目指すべきゴール

2.2 戦略的方向性（全体アプローチ方針）

2.3 主要な4つの最適化アプローチ

アプローチ①：ABC分析による重点管理の実施

アプローチ②：需要予測の精度向上（AI・データ…

アプローチ③：安全在庫の再計算と動的設定

アプローチ④：発注点の最適化と発注方式の見…

第3章：詳細実行計画（実務マニュアル）

■ ステップ1：現状の滞在在庫の可視化と早期処分…

■ ステップ2：SKU別の販売貢献度分析（ABC分…

■ ステップ3：需要予測モデルの設計と次期予測値…

■ ステップ4：科学的な「安全在庫」および「適正在…

■ ステップ5：発注方式の選定と「発注点」「経済的…

■ ステップ6：部門間連携（S&OP）による在庫モ…

第4章：リスク監査と実現可能性

4.1 リスク・ボトルネックの特定と対策

① マスターデータの未整備とリードタイム変動による…

② 現場の計算・モニタリング作業の「肥大化・膨大…

③ 短期処分（プロモーション・値引き）における「…

4.2 具体的な修正推奨事項

第5章：総括と次のアクション

5.1 総括

5.2 直近のネクストアクション（今後1ヶ月の動き）



第4章：リスク監査と実現可能性

提案されたプランをより確実かつ実効性の高いものにするため、実務上のボトルネックの抽出と、それに対する具体的な軽減策、および推奨修正事項を提示します。

4.1 リスク・ボトルネックの特定と対策

① マスターデータの未整備とリードタイム変動による「計算値の形骸化」リスク

想定されるリスク事象：需要予測や安全在庫、発注点、EOQの数式は、正確な過去データや各種コストパラメータを前提としています。これらが不正確な場合、「不適切な過剰発注」や「深刻な欠品」を誘発します。また、標準的な安全在庫公式はリードタイム（L）を固定と仮定しているため、物流遅延などのリードタイム変動リスクを過小評価する危険性があります。

影響度：高（High）

現場で実行可能な具体的な軽減策：

- ・ 初期パラメータの簡易設定：発注コストや維持コストは、業界ベンチマーク（例：年間維持コスト＝商品単価の15%～20%）から仮設定してスモールスタートします。
- ・ リードタイム変動対応型計算への修正：調達リードタイムのばらつきが大きい場合は、以下の「需要とリードタイムの双方の変動を吸収する公式」を適用します。

① ユーザーの入力に基づいて
在庫最適化プランを生成

② 高レベルのプランを実行可能
で詳細なステップに展開

③ 詳細な在庫最適化プランの
簡潔なサマリーを作成

④ 提案されたプランのリスク、
実現可能性を監査

⑤ すべての調査結果をレポート
にまとめWordを生成

40. 調達コスト削減エージェント

ナビゲーション

文書の検索

見出し ページ 結果

本

1. はじめに（背景と目的）
2. 監査に基づく施策の見直しと方針
3. コスト削減に向けた主要施策
 - 4 施策①：業務適正スベックの定義（過剰投資の排…
一般事務・営業職スベック（全体の約70～80%…
開発・クリエイティブ専門職スベック（特定の専門…
店舗・パート・軽作業用スベック（入力・閲覧限定）
 - 4 施策②：高品質リファビッシュPCのハイブリッド調達
一般標準PCの「リファビッシュPCレンタル」移行
同一ロット供給の要件化
 - 4 施策③：部分LCM（スモールスタート）と適法な処…
ゼロタッチキッティング（初期設定の外部委託）
適法な廃棄・データ消去プロセスの義務化
 - 施策④：パートナーシップ型マルチベンダー調達（フレ…
 - 4. コンプライアンスとセキュリティの担保要件
 - 4 5. 期待される効果（定量的・定性的）
【定量的効果（コスト削減の数値目標）】
【定性的効果（業務改善とリスク回避）】
 - 6. 3ヶ月の段階的導入スケジュールとマイルストーン
 - 7. 結論・実行に向けた承認申請



5. 期待される効果（定量的・定性的）

従業員 150 名（年間約 30 台のリプレイス規模、および一部追加調達）のモデルケースを想定した、
本提案による効果の見込みです。

【定量的効果（コスト削減の数値目標）】

施策カテゴリー	従来（新品・一括購入等）	本プラン（最終版）	期待される削減率	年間削減効果（目安）
PC・モニター機器本体価格 （年間 30 台リプレイス時）	約 360 万円 （1 台 12 万円想定）	約 252 万円 （新品+高品質 MAR 再生 PC）	30% 削減	約 108 万円 / 年
一時利用・短期 PC 調達費 （派遣・短期プロジェクト）	約 120 万円 （不要な新品購入・遊休資産化）	約 60 万円 （短期レンタル活用）	50% 削減	約 60 万円 / 年
廃棄 PC 回収・買取	0 円 （無料回収・または廃棄費支出）	約 15 万～30 万円回収 （データ消去・買	新規回収源	約 15 万～30 万円 / 年

①ユーザーの入力に基づいて
コスト削減戦略を生成

②大まかな戦略を詳細で実行
可能なステップに展開

③詳細なステップを構造化
された提案書にまとめます

④まとめられた提案書のリスク
と実現可能性を監査

⑤最終的な監査済み提案書の
Wordドキュメントを作成

41. 業務改善提案エージェント

ナビゲーション

文書の検索

見出し ページ 結果

1. 背景と課題（現状分析と真のボトルネック）

2. 提案の目的とマイルストーン

3. 具体的な解決策（実行計画）

- ① 業務の事前整理（BPR）の先行実施
- ② システム要件：承認滞留を防ぐ機能の標準化
- ③ 取引先への配慮：電子契約の推進とハイブリッド...
- ④ チェンジマネジメント：段階的展開とサポート体制...

4. 推奨ITツール

5. 推定スケジュール（全体期間：6ヶ月）

6. 必要リソース計画

7. 期待される効果

- 【定量的な効果（測定可能なメトリック）】
- 【定性的な効果（目に見えない価値）】



・5. 推定スケジュール（全体期間：6ヶ月）

月	フェーズ	主なタスク	マイルストーン・成果物
1ヶ月目	準備・現状分析	対象書類の洗い出し、BPR（業務の棚卸しとスリム化）、システム要件定義、ツール選定。	推奨ツールの契約完了、プロジェクト推進体制（オーナー・事務局・現場リーダー）の決定。
2ヶ月目	開発・導入	システムの初期設定、申請書テンプレートの作成、SLA・代理承認の設定。電子データ管理規程の策定。取引先への説明・案内を前倒しで開始。	テスト環境 of 構築完了、管理規程案の完成。
3ヶ月目	テスト・検証	特定部門（スモールスタート）でのPoC、自己解決型 FAQ ナレッジの構築、マニュアルの作成。	テスト運用の完了、全社展開用マニュアルおよび FAQ の完成。
4ヶ月目	定着化（第1段階）	従業員向けオンライン説明会の開催、自己解決型 FAQ の公開、「社内ワークフロー」の全社一斉適用開始。	社内決裁の100%デジタル移行。
5ヶ月目	定着化（第2段階）	新規取引から順次「電子契約」への適用開始。同意の得られない取引先向けのハ	電子契約比率 70%突破。

①課題に対する大まかな改善プランのアイデアを創出

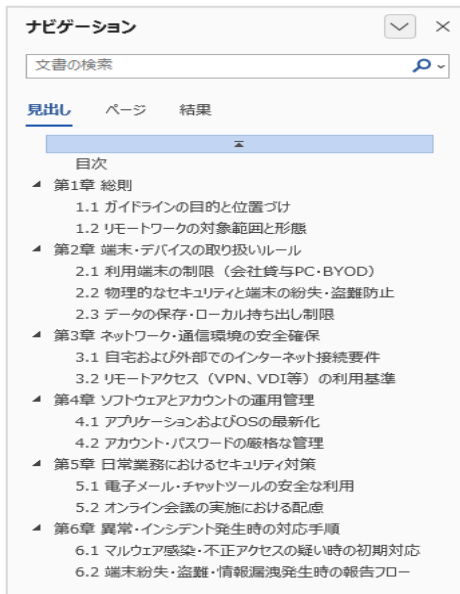
②改善プランを実行ステップやリソースに落とし込みます

③詳細化された計画を提案書のフォーマットに整理・要約

④提案書の内容を批判的にレビューし、改善点を指摘

⑤監査結果を反映して提案書を完成させ、Wordとして出力

42. 業務マニュアル作成エージェント



・第3章 ネットワーク・通信環境の安全確保[Ⓔ]

・3.1 自宅および外部でのインターネット接続要件[Ⓔ]

リモートワーク時の通信経路を保護するため、利用するネットワーク環境には一定のセキュリティ基準を設けます。[Ⓔ]

11. 自宅 Wi-Fi（無線 LAN）ルーターの設定基準[Ⓔ]

- ・ 自宅で Wi-Fi を利用して業務を行う場合、ルーターの設定が以下の要件を満たしていることを必ず確認してください。[Ⓔ]
- ・ **暗号化方式:** 最低でも「WPA2 (AES)」、可能な限り最新の「WPA3」を設定してください（脆弱性のある「WEP」や「WPA（第1世代）」の使用は禁止します）。[Ⓔ]
- ・ **管理者パスワード:** ルーター本体の管理画面にログインするための管理者パスワードは、初期設定のものから必ず「複雑な独自のパスワード」に変更してください。[Ⓔ]
- ・ **SSID パスワード:** Wi-Fi 接続用の暗号化キー（セキュリティキー）についても、初期状態から変更するか、容易に推測できない文字列を設定してください。[Ⓔ]
- ・ **ファームウェアの更新:** ルーター自体の脆弱性を悪用した攻撃を防ぐため、ルーターの管理画面からファームウェアを最新バージョンにアップデートし、可能な限り「自動更新機能」を有効に設定してください。[Ⓔ]

12. 外部ネットワーク利用時の制限[Ⓔ]

① 構造化されたマニュアルの目次と計画を作成

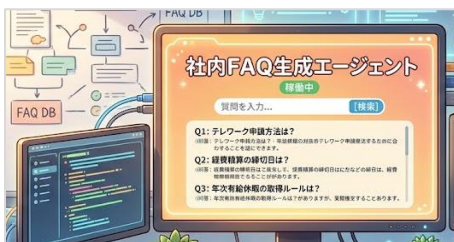
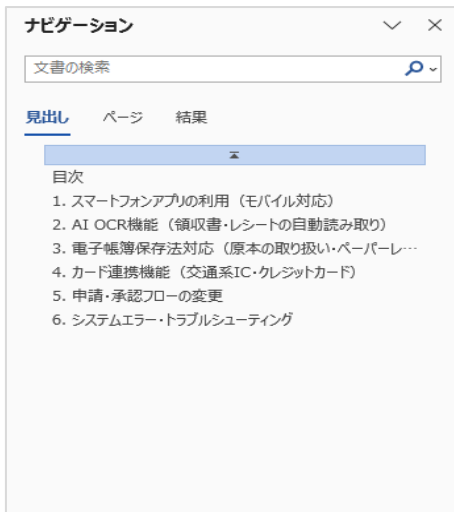
② 提供された計画に基づき、各セクションの本文を生成

③ 詳細なテキストを統合しマニュアル原案を作成

④ マニュアル原案を監査し、修正指示リストを作成

⑤ 監査のフィードバックを反映し、Wordを生成

43. 社内FAQ生成エージェント



1. スマートフォンアプリの利用 (モバイル対応) ←

Q: 社用のスマートフォンではなく、個人のスマートフォンからでも新しい経費精算アプリを利用して申請や承認を行えますか？ ←

A: 利用可能です。 ←

個人のスマートフォン (BYOD) からでも、専用の多要素認証 (MFA) による端末登録とセキュリティ設定を行うことで、安全に申請および承認を行うことができます。 ←

ただし、セキュリティおよび公私分離の観点から、利用を開始する前に、事前に社内ポータルから「個人端末の業務利用申請」を提出し、情報システム部門による承認を取得しておく必要があります。 ←

←

Q: スマートフォンアプリのインストール方法と、初回ログイン時の手順を教えてください。 ←

A: 専用のスマートフォンアプリをインストールし、会社のシングルサインオン (SSO) 連携アカウントで初回ログインを行います。 ←

具体的な手順は以下の3ステップです。 ←

1. アプリのダウンロード : App Store または Google Play にて「スマート経費精算」と検索し、アプリをダウンロードおよびインストールします。 ←

①FAQのテーマや全体構成と想定される質問リストを作成



②構成案に基づいて具体的な質問と回答の詳細を作成



③作成されたQ&Aを整理しまとめます



④原稿の内容をチェックし品質向上の修正案を提示



⑤監査済みの原稿からWordドキュメントを生成

44. 社内規程作成エージェント

ナビゲーション

文書の検索

見出し ページ 結果

目次

第1部 リモートワーク勤務規程 (本文)

第1章 総則

第1条 (目的)

第2条 (定義)

第3条 (就業規則との関係)

第2章 適用範囲及び手続

第4条 (対象従業員の要件)

第5条 (申請及び承認)

第6条 (承認の取消及び変更)

第3章 服務規律及び情報管理

第7条 (服務規律の遵守)

第8条 (情報セキュリティ)

第9条 (業務連絡及び所在確認)

第4章 労働時間、休憩時間及び休日

第10条 (労働時間、休憩時間及び休日)

第11条 (始業及び終業の連絡・記録)

第12条 (時間外、休日及び深夜労働)

第13条 (業務報告)

第5章 給与、経費負担及び機器等の貸与

第14条 (給与及び手当の取扱い)

第15条 (通勤手当の実費精算化)

第16条 (通信費・光熱費等の費用負担)

第17条 (機器及び備品の貸与)

第6章 安全衛生、災害補償及び教育

第18条 (安全衛生及び作業環境の確保)

第19条 (労働災害の補償)

第20条 (研修及び教育)

附則

第1条 (施行期日)

第2部 リモートワーク勤務規程 従業員向け解説・要約

10. この規程のざっくり要約

第4章 労働時間、勤務管理及び報告

第10条 (労働時間、休憩時間及び休日)

1 リモートワーク勤務時の労働時間、休憩時間、及び所定休日については、就業規則第〇条に定める通常の労働時間制度 (所定就業場所におけるもの) を適用する。

2 前項にかかわらず、業務の性質上、労働時間を算定することが困難であると会社が認めた場合は、労働基準法第38条の2第1項に基づく「事業場外みなし労働時間制」を適用することがある。この場合の手続及び取扱い、別に締結する労使協定の定めるところによる。

3 第7条第3項に基づき、中抜け時間を取得した場合、中抜けの時間は労働時間から除外するものとし、当該時間の取り扱い (終業時刻の繰り下げによる代替勤務、又は別に定める労使協定に基づく時間単位の年次有給休暇等の適用等) については、あらかじめ所属長と合意した方法によるものとする。

第11条 (始業及び終業の連絡・記録)

1 従業員は、リモートワーク勤務当日、始業時及び終業時に、会社の指定する勤怠管理システムにより、それぞれの時刻を入力 (打刻) し、又は所属長に対してメール若しくはチャット等により直接始業及び終業の報告を行わなければならない。

2 前項の報告は、従業員本人が正確に行わなければならない、事実反する報告 (虚偽報告) や、他者への依頼打刻等の不正行為を行ってはならない。

①作成する社内規程の全体構成
や目次案を作成

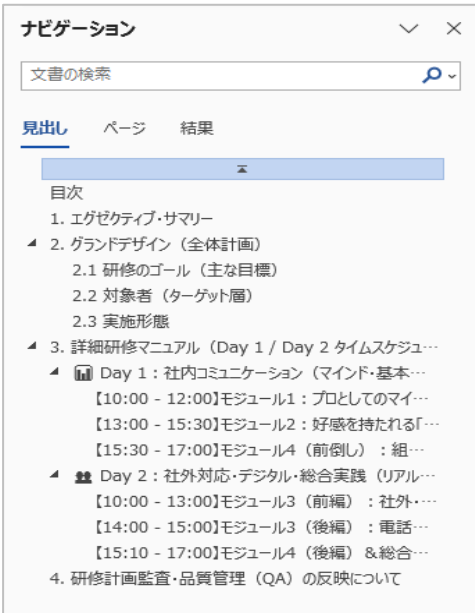
②プランに基づいて、
社内規程の詳細な条文を作成

③作成された詳細な
社内規程の要約を作成

④作成された規程内容に
矛盾や問題がないか監査

⑤完成した社内規程を
Word文書として出力

45. 研修計画作成エージェント



・2. グランドデザイン (全体計画) ←

・2.1 研修のゴール (主な目標) ←

本研修を通じて、受講者が配属後に以下のような具体的な行動変容を起こせる状態を目指します。←

- ・ **マインドの切り替え:**「会社の代表」としての責任感を持ち、主体的な姿勢で自身の業務に取り組む。←
- ・ **基本動作の再現性確保:** 挨拶、表情、身だしなみ、お辞儀を、現場で無意識かつ自然に実践できる。←
- ・ **「相手本位」のデジタル&リアルマナー:** 名刺交換、他社訪問、電話対応、メール・チャットを、「相手がどう感じるか、どうすれば協働がスムーズか」を軸に考えて臨機応変に選択できる。←
- ・ **主体的かつ論理的なコミュニケーション:** 指示の受け方、PREP法(結論ファースト)を用いた適切な「報連相」を実行し、上司や先輩と信頼関係を最速で構築できる。←

・2.2 対象者 (ターゲット層) ←

- ・ **対象:** 新入社員(新卒採用、社会人経験の浅い中途採用含む)、全職種対象。←
- ・ **前提スキル:** PCの基本操作、日常的なコミュニケーション力。ビジネス知識や社会人としての前提知識は不問。←

①研修の全体的な計画と構造を作成

②全体的な計画を詳細なコンテンツに展開

③詳細な研修計画の簡潔な要約を作成

④研修計画の品質と一貫性をレビュー

⑤最終的な研修計画をまとめWordドキュメントを生成

46. 人材スキル分析エージェント

ナビゲーション

文書の検索

見出し ページ 結果

目次

1. コア・プロフィール

2. 最重要スキル（マスト・ハブ・スキル）の抽出

3. 営業マネージャー詳細スキル評価ルーブリック

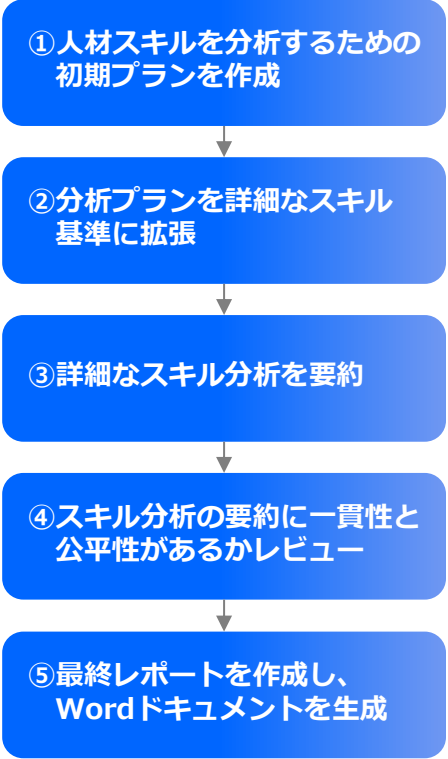
4. 対象スキル別の実用的な評価アプローチ

5. 全体目標およびコンプライアンスとの整合性

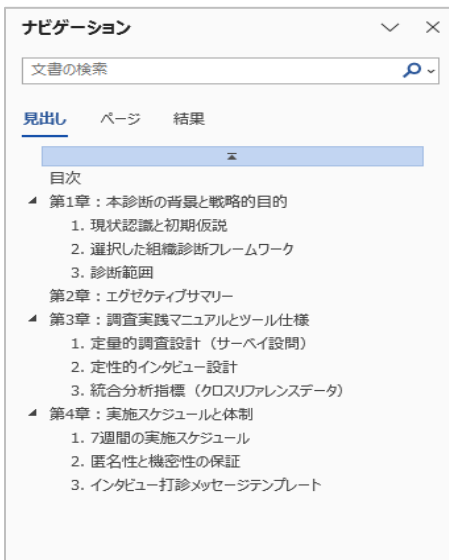


3. 営業マネージャー詳細スキル評価ルーブリック

分類	スキル項目	レベル 1：初級	レベル 2：中級	レベル 3：上級	レベル 4：エキスパート
テクニカル	① 戦略的目標設定	単純な均等割りでメンバーに配分する。時間外労働上限や安全配慮義務を考慮しない。	SMART 原則に基づき、36 条協定に準拠した時間内で達成可能な目標へ分解・合意する。	LTV を考慮した中長期目標を設計。メンバーの習熟度、健康配慮を考慮して適正に配分。	短期収益と中長期 LTV、ウェルビーイングを両立させた目標設計。動的に KPI を再設定。
テクニカル	② バイブライน์最適化	入力ステータスをそのまま集計。プロセスの改善や労働時間管理には取り組まない。	フェーズ定義を明確にし、適正労働時間内で CRM 入力徹底。予測乖離を ±10% 以内に収める。	CRM データを分析しボトルネックを検出。効率的な標準セールスプレイブックを構築。	AI を用いて異常値や業務負荷を自動検知。CS 連携型の営業プロセス刷新を主導。
テクニカル	③ デジタル・AI 活用	基本情報の入力、標準的なチャットやメールのやり取りができる。	CRM ダッシュボードを構築し会議に活用。生成 AI を適切に活用しリサーチ等を効率化。	会話インテリジェンスを活用して勝ちパターンを可視化。チーム共通ログとして指導。	セールステクノロジースタックを独自設計。入力自動化等で生産性を全社で向上。



47. 組織診断エージェント



・第3章：調査実践マニュアルとツール仕様

・1. 定量的調査設計（サーベイ設問）

5つのカテゴリについて、5段階のライカート尺度で測定します。

カテゴリ	主な調査テーマ	問いの例
Shared Values (共通価値観)	ビジョン・目標の理解度、帰属意識、一体感の有無	・ Q1-1. リモートワーク環境においても、自社や所属チームのビジョン・目標を明確に理解している。 ・ Q1-2. 物理的に離れて働いていても、自分はチームの一員であると強く感じられる。
Style (マネジメントスタイル)	上司の健康・心理的ケア、1on1の頻度・質、心理的安全性	・ Q2-1. 上司は、業務の進捗状況だけでなく、私の健康状態や心理的な負担にも気を配っている。 ・ Q2-2. 上司とのコミュニケーションの頻度・時間は、自分にとって適切である。
Systems (制度・評価・ツール)	成果評価の納得感、タスクの可視化、ツールの整備状況	・ Q3-1. リモートワークにおける私の業務成果やプロセスは、適切かつ公平に評価されていると感じる。

①ユーザーの入力に基づいて
組織診断計画を作成

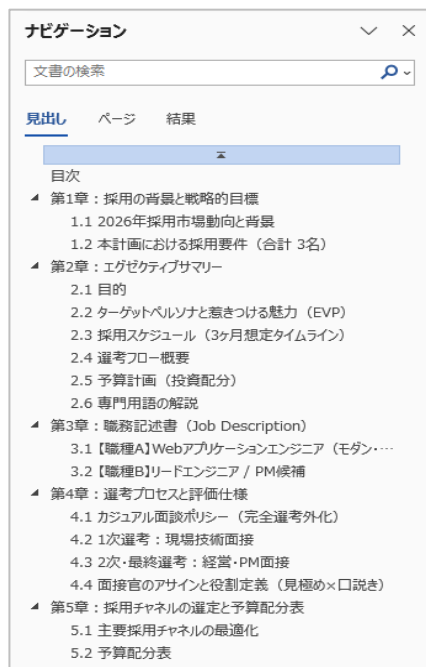
②全体計画に基づいて、具体的
な調査項目と方法論を詳細化

③詳細な診断計画を経営陣向け
に分かりやすい形式に要約

④要約された計画を監査し、
実現可能性をチェック

⑤監査済みの内容をまとめ、
Wordドキュメントを生成

48. 採用計画作成エージェント



第5章：採用チャネルの選定と予算配分表

5.1 主要採用チャネルの最適化

- ダイレクトリクルーティング（DR）※最優先:↓
 - 媒体選定：若手優秀層に強い「Wantedly」、エンジニア特化「Forkwell/Lapras」、ハイクラス「ビズリーチ」等。↓
 - 分業スキームによる現場エンジニアの工数削減：現場のエンジニアが1通ずつカスタマイズして送る場合、毎週21時間もの開発工数が奪われるリスクがあります。これを防ぐため、人事が一次抽出したリストに対し、現場エンジニアはGitHub等を確認して「送信 Yes/No 判定」と「技術的な一言コメント」のみを週1回行う（週計50分以内）。そのコメントをベースに、人事がAI等を用いて文面を完成させ、送信業務を巻き取る分業制を敷くことで、現場エンジニアの採用拘束時間を「週2時間以内」に抑え、本業への影響を最小限にします。↓
- カジュアル面談の徹底活用:↓
 - 心理的ハードルを下げ、相互理解を深める場としての完全選考外ポリシーの運用。↓
- リファラル（社内紹介）採用の活性化:↓
 - 労務コンプライアンス対策：職業安定法第40条の報酬供与制限を遵守するため、紹介インセ

① ユーザーの要件から大まかな採用プランを作成

② 採用プランの具体的な詳細

③ 詳細化された採用計画を整理し、要約

④ 採用計画の実現可能性や一貫性を監査

⑤ 監査済みの採用計画をWordとして出力

49. RFP作成エージェント

ナビゲーション

文書の検索

見出し ページ 結果

- 目次
- 1. エグゼクティブサマリー（プロジェクト要約）
- 2. はじめに
 - 2.1. 本書（RFP）の目的と位置づけ
 - 2.2. 会社概要（想定対象規模）
- 3. プロジェクトの概要
 - 3.1. プロジェクト名称
 - 3.2. 構築の 背景と課題
 - 3.3. 達成すべき目的とゴール（KPI）
- 4. 提案依頼範囲（スコープ）
 - 4.1. 対象とする範囲
 - 4.2. 対象外とする範囲
 - 4.3. 動作環境・対象ユーザー規模
- 5. 要件仕様
 - 5.1. 機能要件
 - 5.2. 非機能要件
 - ① セキュリティ・アクセス権限
 - ② パフォーマンス・可用性
 - ③ データ移行（可塑性・安全な移行）
 - ④ 運用・保守・管理ユーザビリティ
 - ⑤ アクセシビリティ
 - ⑥ バックアップ・復旧要件
- 6. プロジェクトの進め方・スケジュール
 - 6.1. 全体スケジュール（目安）
 - 6.2. 調達スケジュール（提案プロセス）
 - 6.3. 推進体制（想定）
- 7. 前提条件と予算
 - 7.1. 予算規模感（上限・目標）
 - 7.2. 想定契約形態
 - 7.3. 支払い条件
 - 7.4. 知的財産権・成果物の権利帰属
- 8. 提案手続きおよび評価方法

・6. プロジェクトの進め方・スケジュール

・6.1. 全体スケジュール（目安）

本プロジェクトは、契約締結後、約 6 ヶ月間での本番稼働（リリース）を想定する。

時期	主な活動内容
1 ヶ月目	要件定義・サイトマップの策定、UI/UX 基本デザインの決定
2 ヶ月目	プロトタイプ作成・機能設計・デザイン実装
3 ヶ月目	システム開発・各種連携（SSO 認証等）の実装・データ移行計画策定
4 ヶ月目	システムテスト・部分移行データの適用・テスト環境での動作検証
5 ヶ月目	受入テスト（UAT）・ユーザー検証・不具合改修・移行本作業
6 ヶ月目	管理者・一般社員向け教育の実施・本番リリース、定着化初期サポート

①ユーザー要件を分析し、RFPの初期計画を作成

②RFPのアウトラインを元に詳細なコンテンツを執筆

③詳細化されたコンテンツを統合しRFPドラフトを作成

④RFPドラフトの網羅性、具体的な修正案を提示

⑤監査結果を反映してテキストを確定しWordを生成

50. ベンダー比較評価エージェント



2. 各評価軸の詳細分析とスコアリングの根拠

評価軸 A : コスト効率 (重み : 35%)

Microsoft Teams : スコア 【5.0】 (M365 導入企業) / 【4.0】 (ツール単体導入)

- 既存ライセンスの活用 : Microsoft 365 の「Business Basic」「Business Standard」、大企業向けの「E3」「E5」プランなどに Teams が含まれているため、これらを既に契約している企業は追加のライセンス費用を発生させずに全社導入が可能です。
- 単体契約プラン : M365 を契約せず Teams 単体で導入する場合も、「Teams Essentials」が月額\$4.00/ユーザー (年払い) と、競合ツールと比較して低価格に抑えられています。
- 留意点 : 高度な会議機能 (AI 議事録等) を利用するための「Teams Premium」 (月額\$10/ユーザー)、および AI アシスタント機能「Copilot for Microsoft 365」 (月額\$30/ユーザー) など、上位のアドオン機能を適用する場合には、追加コストが発生します。

Slack : スコア 【3.0】

- 料金プラン : 主要プランの年間料金は、中規模向けの「Pro」が月額\$7.25/ユーザー、セキュリティや SSO をサポートする「Business+」が月額\$15.00/ユーザー (月払い時は\$18.00)

①客観的な評価プランと基準を作成

②各ベンダーの詳細な調査とスコアリングを行います

③詳細な分析結果を基に、経営陣向けサマリーを作成

④要約されたレポートの客観性、元のプランとの整合性を監査

⑤確定したレポートを最終的な Word に生成

株式会社サテライトオフィス

最後に



60000社以上の導入実績によるノウハウ提供

60000社（中小規模～大規模）以上の導入支援によるGoogle Workspaceの情報が豊富です。新しい機能や新しい技術に関しても、導入済みのお客様とのコミュニケーションによりいち早く解決して行きます。また、60000社様の要望の多いものから拡張アプリケーションとしてリリースして行きます。

Google Workspace ビジネステンプレート+アドオンアプリケーションの提供

多くのビジネステンプレートをご用意しております。今までのグループウェアの様な、テンプレートも用意しております。また、Google Workspace内では実現できない部分は、拡張アプリケーションとして、API + Google App Engine などを利用する事で、今後も実現して行きます。是非、ご要望をください！

Google App Engine や APIによる開発（カスタマイズ）ソリューション

弊社Google App Engineフレームワークによるシステム開発が可能です。またAPIを利用した社内システムとの連携ソリューションも有効的です！今後もGoogle App EngineやAPI技術は、早い速度で拡張していきます。サテライトオフィスでは、いち早く技術を習得し、ソリューションとして、提供して行きます。

弊社スペシャリストとのテレビ会議&オンサイトによるスピーディーなサポート体制

サテライトオフィスの一番の強みはサポートです。電話やテレビ会議や画面共有ソフトを利用し、とにかくスピーディーに解決して行きます。満足度高いサポートを提供していきますので、よろしくお願いいたします。

Sateraito ~ for your best solution



BayTech Systems,
The Finest Solution
Company



サテライトオフィス
Sateraito Office



Google for Education
Partner



Google Cloud
Partner

認定ソリューション開発パートナー

株式会社サテライトオフィス
〒135-0016

東京都江東区東陽4-3-1

東陽町信栄ビル4F

TEL : 050-5835-0396 (代表)

FAX : 050-6861-2893

E-Mail : contact-info@sateraito.co.jp