解説レポート｜商社（卸売）向け

商社・卸売業向け Gemini導入後の定着 進め方レポート

メールの下書きにとどまっているGeminiの使い道を、受発注・見積・貿易書類の業務に広げていく順番をまとめました

2026年11月版

株式会社AIworker

https://ai-worker.net/

調査概要

項目	内容
種類	解説レポート（公的統計と当社の支援事例をもとに整理）
対象	商社・卸売業の情報システム部門長、営業企画・業務部門の責任者、DX推進の担当役員
使った資料	総務省「令和8年版 情報通信白書」、厚生労働省「労働経済動向調査（令和8年8月）」
期間	統計は2025〜2026年の調査結果。当社の支援事例は2026年
発行	株式会社AIworker（2026年11月）

本レポートでいう「Gemini」は、Google Workspace（Gmail、ドキュメント、スプレッドシートなど）の中で使える生成AIを指します。当社はツール会社の代理店や提携先とは別の、独立した立場で支援を行っています。そのため本レポートも特定の製品を勧めることを目的とせずにまとめており、ここで紹介する進め方は、ほかの生成AIを使う場合にも同じように使えます。

01 商社・卸売業で、Geminiの使い道がメール作成から広がりにくい理由

卸売の現場でも、人手の不足が続いています。厚生労働省の2026年8月の調査で、「卸売業，小売業」の人手の「不足」から「過剰」を引いた値は、正社員でプラス26ポイントでした。またパートタイムではプラス32ポイントとなり、調査した産業全体のプラス26ポイントよりも不足感が強く出ています（労働経済動向調査 7ページ 表3・表4）。

受発注の入力や納期の確認、見積の取りまとめといった事務は、取引が増えるほど量も増えていきます。それでも人を増やすことは難しいため、一人あたりの事務を減らす手段として、多くの会社が生成AIを取り入れてきました。何らかの業務で生成AIを使う日本企業は、86.4%に達しています（令和8年版 情報通信白書 24ページ 図表Ⅰ-2-1-6）。

ただし、会社として使い方まで決めているところは、まだ多くないようです。生成AIで仕事の進め方を変える「組織的な取組はない」と答えた会社は27.0%でした（同 22ページ 図表Ⅰ-2-1-3）。こうした会社では、ツールを社員に配った後、どの業務でどう使うかは各自の判断に任されていると考えられます。

それにより、使い道はメールや議事録などの文章づくりに偏りやすくなります。業務の種類ごとに効果を感じている割合を見ると、「議事録・メール作成補助」が72.3%と、ほかの業務よりも大きく高い数字でし

た。一方で、商社・卸売業の中心である「営業・販売」は37.5%、「調達」は25.9%にとどまっています（同 25ページ 図表 I -2-1-7）。

さらに「営業・販売」での使われ方を見ると、社員が個人の作業を楽にするために使っている会社が27.2%であったのに対し、業務の流れそのものをAI中心に変えた会社は9.5%でした。また「調達」では、35.0%の会社がまだ導入していない状況です（同）。これらの数字から、Gmailで返信の下書きを作るところまでは進めていても、受発注や見積の業務の流れにはまだ取り入れられていない会社が多いと読み取れます。

02 Geminiは、商社・卸売業の業務のどこまで任せられるか

商社・卸売業の主な業務を工程に分け、AIに任せやすい部分と、人が判断する部分を表にまとめました。

業務	今のやり方	Geminiに任せられること	人が判断すること
受注の入力	メールやPDFの注文書を見ながら、品番と数量を手で打ち込む	注文書から品番・数量・納期を読み取り、入力用の表に並べる	品番の読み違いの確認と、基幹システムへの登録
見積の取りまとめ	複数の仕入先の見積を開き、条件を見比べる	単価・納期・最低ロットを比較表にまとめる	仕入先の選定と、得意先に出す価格の決定
納期の回答	仕入先への確認メールと、得意先への回答メールを別々に書く	両方のメールの下書きを、やり取りの経緯から作る	得意先に約束する納期の決定
貿易書類の確認	インボイスとパッキングリスト、注文書を目で突き合わせる	書類どうしの数量・金額の食い違いを洗い出す	食い違いの原因の確認と、通関業者への連絡
営業の報告	週報や商談メモを課長がまとめ直す	メモから得意先ごとの動きを要約する	次に取る対応と、重点的に担当する得意先の判断

任せる範囲は、基本的に一つの考え方で決めています。書類の読み取りや並べ替え、メールの下書きなどはAIに任せ、価格や納期、取引先についての判断は人が行います。それは、商社の利益が値決めと得意先との約束から生まれるためで、その部分はあくまでも担当者の仕事として受け持ちます。

03 進め方（3か月の例）

社内で無理なく定着させるために、全社に一斉に広げることはせずに、件数の多い業務を持つ部門から始めることをおすすめします。まずその部門で成果を出し、その結果をほかの部門に見せながら広げていくほうが、全社に定着するまでの時間も短くなります。

時期	やること	終わったときの状態
1か月目	部門を2つ選び、各部門の推進役を1人決めます。業務を2〜3個に絞り、取引先の情報の扱いを表にまとめます	部門ごとに、使う業務と入れてよい情報が決まっています
2か月目	推進役が週1回、実際の注文書や見積で試します。うまくいった手順を1枚にまとめ、課の中で共有します	推進役が隣の担当者に教えられるようになっています
3か月目	1件あたりの作業時間を前後で比べます。結果を役員に報告し、次の部門を決めます	契約を続けるかどうかを、数字で判断できるようになっています

最初の部門には、受発注の担当課や営業事務が向いています。毎日同じ形の書類を大量に扱っているため、AIを使う前と後の作業時間の差を測りやすいからです。

推進役は、業務の流れをよく知る中堅の担当者から選びます。AIに詳しいかどうかを問わずに、どの作業に時間がかかっているかを言葉で説明できる人を選ぶと、その後の業務の絞り込みも進めやすくなります。

3か月目の比較は、件数の多い業務で行います。たとえば、注文書1枚を入力表に起こすまでの時間を10枚ほど測り、その平均を出してください。1日に何十枚も注文書が届く会社であれば、1枚あたりの差が小さかったとしても、月の合計では大きな時間の削減になります。

04 取引先の情報の扱いを先に決める

商社・卸売業でAIの利用が進みにくい一番の理由は、取引先の情報の扱いにあります。得意先の単価、仕入先の見積、取引条件は、どれも相手との約束のなかで預かっている情報です。そのため、AIに入れてよいかどうかの判断を個人に任せていると、慎重な人ほど使わなくなってしまいます。

そこで、社員が迷わずに使えるようにするために、取引の書類ごとに扱いを先に決めておきます。たとえば、会社が契約したWorkspaceの中で担当者だけが見られる範囲であれば使ってよいこと、取引先と秘密保持の約束がある書類はその約束の中身を確かめてから使うこと、個人の連絡先や口座の情報は入れずに扱うことなどです。こうした決まりを、注文書・見積書・契約書といった書類の名前ごとに書いておくと、現場の担当者がその場で判断できるようになります。

05 商社・卸売業で題材にしやすい業務

商社・卸売業でGeminiの題材にしやすいのは、次のような業務です。どれもメールやPDF、表計算を中心とした業務で、毎日のように発生しています。

部門	題材にしやすい業務
営業事務・受発注	注文書の読み取りと入力表づくり、注文請書の文面づくり
営業	得意先への提案メールの下書き、商談メモから週報への要約
仕入・調達	仕入先の見積の比較表、価格改定の通知の読み込みと影響のある品番の洗い出し
貿易・物流	インボイスとパッキングリストの突き合わせ、船積みの予定変更の連絡文
商品管理	仕入先のカタログから商品マスタに載せる項目を整理する
管理部門	新しい取引先の公開情報の整理、取引条件の問い合わせへの回答案

なかでも価格改定の通知の読み込みは、卸売業で特に手間のかかる仕事です。仕入先から届く改定のお知らせを読み、影響のある品番と得意先を探す作業をAIに任せることにより、担当者は得意先への説明や価格の判断に時間を使えるようになります。

一方で、与信の判断や契約条件の最終確認は、間違えると損失に直結するため、最初の題材からは外しておきます。こうした業務は、まず文書の仕事で成果を出し、社内でAIの使い方への信頼が得られてから検討しても、十分に間に合います。

06 当社の支援事例から

当社は官公庁系IT企業（約400名）を、社内利用ルールの改訂から活用の伴走まで支援しています。業種もツールも商社・卸売業とは異なりますが、導入した後に使い道が広がりにくいという点では、よく似た状況にありました。

伴走を始める前の社内アンケートでは、利用率が73%、今後も使いたい人が86%、ルールを守っている人が92.5%でした。これらの数字だけを見ると、広く使われているように見えます。しかし実際の使い方を確かめると、有償のAIは議事録づくり程度の用途に限られていました。

このように、利用率が高かったとしても、仕事の進め方まで変えるには別の取り組みが必要になります。そこで当社はまず、社員が使ってよい範囲を判断できるように、利用ルールを書き直しました。そのうえで、部門ごとにAIを使う業務を決める作業を、お客様と一緒に進めています。伴走を行った後の変化は、同じアンケートを取り直して確かめる予定です。

07 始める前のチェックリスト

次の項目のうち4つ以上が当てはまる場合は、Geminiの定着に取りかかる時期と考えてよいでしょう。

確認すること	当てはまる例
使い道	主な使い方がメールの下書きと要約になっている
広がり方	使いこなしている人が一部の営業担当に限られる
取引先の情報	得意先の単価や仕入先の見積を入れてよいか、ルールに書かれていない
教える人	部門の中に、使い方を相談できる人がいない
業務の量	注文書や見積の処理件数が多く、事務の残業が続いている
効果の測り方	利用回数は分かるが、どの業務で何分減ったかは分からない
契約の更新	次の更新で、費用を続ける理由を説明する必要がある

出典

資料	発行元・年	使った図表
令和8年版 情報通信白書 第Ⅰ部 第2章 第1節	総務省（2026年）	図表Ⅰ-2-1-3（22ページ）、図表Ⅰ-2-1-6（24ページ）、図表Ⅰ-2-1-7（25ページ）。元の調査は総務省（2026）「国内外における最新の情報通信技術の研究開発及びデジタル活用の動向に関する調査研究」
労働経済動向調査（令和8(2026)年8月）の概況	厚生労働省（2026年9月）	7ページ 表3・表4。産業分類は「卸売業，小売業」で、卸売業と小売業を合わせた数字です

当社の支援事例は、支援先の了承の範囲で、社名を伏せて掲載しました。

当社について

株式会社AIworkerは、業務に合わせたAIの開発、法人向けAI研修、現場に入り込む伴走支援を行っています。Geminiなどの生成AIを入れた後の社内ルールの見直しと、部門ごとの使い道づくりを、月単位の伴走で支援しています。

ご相談: https://ai-worker.net/contact/