

WHITE PAPER

非エンジニアのためのClaude実践ガイド

# 小売・EC AI活用 ユースケース集 & 検討シート

店舗・ネットショップの業務を「棚卸し→適性判定→ROI試算→稟議」まで持っていける、そのまま使える検討テンプレート

発行：2026年6月 / 対象：小売・ECの検討担当・管理職

**Claude Works** (クラウドワークス)

非エンジニアのためのClaude実践メディア [claudelab.jp](https://claudelab.jp)

本資料は、記事「小売・EC事業者のためのAI活用入門」 (</articles/748>) の読者向けダウンロード資料です。記事を読んで「自社のどの業務から手をつけるか」を具体化したい方のために、ユースケース集・業務棚卸しシート・ROI試算枠・導入チェックリストをセットにしました。印刷して書き込んでも、Claudeに貼り付けて埋めてもらってもかまいません。

運営：寺門 (Claude Works / claudelab.jp)

## はじめに：この資料の使い方

私はふだん、小売・EC事業者の方からこういう相談を受けます。「AIが業務を効率化するのはわかった。でも、結局うちの何から始めればいいのか」。

この資料は、その問いに自分で答えを出すためのワークシートです。読み物ではなく、**書き込んで使う検討ツール**として作りました。所要時間の目安は、棚卸しシートの記入で30～45分、ROI試算で15分ほどです。

進め方は次の順番をおすすめします。

1. まず「①考え方」で、小売・ECでAIを使うときの前提を5分でつかむ
2. 「②ユースケース集」で、自社に当てはまりそうな業務に印をつける
3. 「③業務棚卸しシート」に、印をつけた業務を書き出して適性を判定する
4. 「④ROI試算枠」で、上位2～3業務の費用対効果をざっくり計算する
5. 「⑤導入チェックリスト」で、安全に始める準備を確認する
6. 「⑥次の一歩」で、最初の2週間の動きを決める

なお、この資料に出てくる削減時間・金額はすべて**試算例**です。業務の量・現在のやり方・担当者のスキルによって大きく変わります。盛らずに、自社の実数に置き換えて使ってください。

## ① 小売・ECのAI活用の考え方

### そもそも、小売・ECの何にAIが効くのか

小売・ECの仕事は「商品仕入れ、見せ方を整え、注文をさばき、顧客と関係を続ける」の繰り返しです。このうちAI（ここでは文章・表・画像を扱えるAIアシスタント）が得意なのは、**言葉と数字とパターンの作業**です。具体的には次の4つの性質を持つ業務に効きます。

- **量が多くて反復的**：商品説明文を100点分書く、レビューを毎日30件チェックする、といった「同じ形の作業の繰り返し」
- **文章の下書きが必要**：商品ページ、メルマガ、SNS投稿、問い合わせ返信など、ゼロから書くのが面倒なもの
- **表・数字の集計と要約**：売上データやアクセスデータを「で、結局どうなの」という一言にまとめる作業
- **チェック・分類・タグ付け**：レビューを「クレーム/要望/称賛」に仕分ける、在庫を発注すべきか判定する補助

逆に、**AIに丸投げしてはいけない**のは、最終的な仕入れ判断、価格決定、在庫数の確定、業機法・景表法など法令に触れる表現の最終確認です。これらは「AIにたたき台を作らせ、人が決める」が鉄則です。

### 押さえておきたい2つの道具

非エンジニアの小売・EC事業者が使える主な選択肢は、2026年6月時点で大きく2つあります。

- **Claude Cowork（クラウド・コワーク）**：パソコン上のファイルを直接読み書きできる、AIの同僚のような仕組み。Excelやスライドの作業、Google Drive・Gmail・Slackなどとの連携にも対応し、**非エンジニアの事務作業を主な対象**に作られています。商品リストのExcelを渡して一括処理させる、といった使い方向きです。
- **Claude Code（クラウド・コード）**：もともとは開発者向けのツールですが、**定型作業を自動化する仕組み（エージェント）**を組むのに使えます。「毎朝レビューを集計して要約する」のような繰り返し作業を任せたいときの選択肢です。

まず始めるなら、ブラウザ版またはデスクトップ版のClaude（Cowork）で十分です。月額サブスク（個人向けのProプランなどがあり、料金は時期により変わるため申込時に必ず確認してください）から始め、効果が見えてから範囲を広げるのが安全です。

### 3つの原則

1. **小さく始める**：いきなり全業務ではなく、「いちばん面倒で量が多い1業務」から

2. **人が最終確認する**：AIは下書き製造機。公開・送信・発注の前に必ず人の目を通す
  3. **個人情報・機密は最小限に**：顧客の氏名・住所・カード情報などをそのまま貼らない（後述のチェックリスト参照）
- 

## ② 【ユースケース集】 小売・EC特有の業務 × AI活用例

自社に当てはまりそうな業務に、左端のチェック欄で印をつけてください。ここで印をつけた業務を、次の「③業務棚卸しシート」に書き出します。

✓	業務	小売・EC特有の困りごと	AI活用例（こう使う）	主な道具
<input type="checkbox"/>	商品説明文の作成	新商品ごとに数百字の説明を書くのが追いつかない	商品スペックを渡し、ターゲット・トーンを指定して説明文を一括下書き。SEOキーワードも織り込む	Cowork
<input type="checkbox"/>	商品ページのタイトル・キャッチコピー	検索で埋もれる/クリックされない	競合タイトルを参考に、検索されやすい型でタイトル案を10本出し、人が選ぶ	Cowork
<input type="checkbox"/>	レビュー・口コミの集約と分析	件数が多く、何が不満で何が好評か把握できない	レビューを貼り、「クレーム/要望/称賛」に分類し、頻出キーワードと改善提案を要約	Cowork / Code
<input type="checkbox"/>	問い合わせ・カスタマーサポート返信の下書き	同じような質問に毎回手書きで返している	よくある質問のテンプレを学習させ、問い合わせ文に対する返信案を生成（送信前に人が確認）	Cowork
<input type="checkbox"/>	メルマガ・LINE配信の文面作成	ネタ切れ・毎週の執筆負担	商品・セール情報を渡し、件名案＋本文を複数パターン生成。A/Bテスト用に2案出す	Cowork
<input type="checkbox"/>	SNS投稿文（Instagram/X）の量産	投稿が続かない/文章を考える時間がない	商品写真の情報とハッシュタグ方針を渡し、1週間分の投稿文を一括下書き	Cowork
<input type="checkbox"/>	在庫・発注の判断補助	欠品と過剰在庫の両方が起きる	過去の販売データを渡し、売れ筋・死に筋の傾向と「発注を検討すべき商品リスト」を要約（最終判断は人）	Cowork / Code
<input type="checkbox"/>	売上・アクセスデータの週次レポート	数字は出るが「で、どうなの」が言語化できない	ECカートやGA等のCSVを渡し、前週比・気づき・打ち手を3行で要約したレポートを生成	Cowork / Code
<input type="checkbox"/>	競合・市場の価格／品揃え調査	競合チェックに時間が溶ける	競合商品情報を貼り、価格帯・訴求の違い・自社の差別化ポイントを表に整理	Cowork
<input type="checkbox"/>	商品カテゴリ・タグの整理（マスタ整備）	商品が増えて分類がぐちゃぐちゃ	商品リストのExcelを渡し、カテゴリ・タグの付け直し案を一括生成	Cowork

✓	業務	小売・EC特有の困りごと	AI活用例（こう使う）	主な道具
<input type="checkbox"/>	返品・クレーム対応文の作成	言葉選びに気がつかい時間がかかる	状況を伝え、丁寧にトラブルになりにくい返信文を複数トーンで下書き	Cowork
<input type="checkbox"/>	キャンペーン・セール企画のたたき台	毎月の企画ネタが尽きる	過去施策と在庫状況を渡し、セール企画案・割引設計・告知スケジュールのたたき台を生成	Cowork

道具欄の「Cowork」はデスクトップ/ブラウザのClaudeで手作業ベース、「Code」は繰り返し作業を自動化したいとき、という目安です。最初はすべてCoworkで試して問題ありません。

### ③ 【検討テンプレ本体】 業務棚卸しシート

ユースケース集で印をつけた業務を、この表に書き出します。「AI適性」と「想定削減」を埋めることで、どれから手をつけるべきかが自動的に見えてきます。

#### 記入ルール

- **頻度**：毎日／週○回／月○回などで記入
- **月間時間**：その業務に1か月でかかっている合計時間（ざっくりでOK）
- **AI適性**：◎（量が多く反復的・文章や表が中心）／○（一部任せられる）／△（判断が中心で補助どまり）／×（任せるべきでない）
- **想定削減**：AIで減らせそうな時間の割合と時間。「業務により変動・試算」が前提。最初は控えめに見積もる
- **担当**：誰が試すか

## 記入例（このように埋めます）

業務	頻度	月間時間	AI適性	想定削減（試算）	担当
新商品の説明文作成 （月40点）	週1回	12時間	◎	約50%／6時間（下書きをAI、仕上げは人）	田中（EC運営）
レビューの集約・分析	週1回	6時間	◎	約60%／3.6時間（分類と要約を自動化）	田中（EC運営）
問い合わせ返信の下書き	毎日	20時間	○	約30%／6時間（定型のみAI、複雑系は人）	佐藤（CS）
メルマガ・LINE文面作成	週1回	8時間	◎	約50%／4時間（件名＋本文の下書き）	鈴木（販促）
週次の売上レポート	週1回	4時間	○	約50%／2時間（集計と要約を自動化）	田中（EC運営）
在庫・発注の判断	週2回	10時間	△	約15%／1.5時間（傾向整理のみ。発注決定は人）	山本（店長）
返品・クレーム対応文	週2回	5時間	○	約30%／1.5時間（下書きのみ。最終確認は人）	佐藤（CS）
合計	—	65時間	—	<b>約24.6時間／月</b>	—

上の合計「約24.6時間／月」はあくまで記入例の試算です。自社の数字で計算し直してください。

## 記入用（空欄）

業務	頻度	月間時間	AI適性	想定削減（試算）	担当
合計	—	時間	—	時間／月	—

**判定のコツ**：AI適性が◎で、かつ月間時間が長い業務が「最優先」です。逆に△・×は後回しか、補助どまりと割り切ります。まず◎の上位1～2業務だけに絞って始めてください。

## ④ ROI試算枠（費用対効果のざっくり計算）

棚卸しシートで出た「想定削減時間」を、お金に換算します。稟議で「で、いくら得するの」に答えるための枠です。

### 計算式

月間の削減金額 = 削減できる時間（時間/月） × 担当者の時給（円）

年間の削減金額 = 月間の削減金額 × 12

投資回収の目安 = AIツールの月額費用 ÷ 月間の削減金額

## 計算例（記入例の数字を使った試算）

項目	数値	備考
月間の削減時間	24.6時間	③のシート合計より
担当者の時給	2,000円	パート～正社員の実態に合わせて設定
<b>月間の削減金額</b>	<b>約49,200円</b>	24.6時間 × 2,000円
<b>年間の削減金額</b>	<b>約590,400円</b>	月間 × 12
AIツールの月額費用	約3,000円／人	個人向けサブスクの目安（※申込時に最新料金を確認）
導入・学習にかかる初期時間	10時間	最初の試行錯誤・テンプレ作り（時給換算で約20,000円）
<b>投資回収の目安</b>	<b>初月で回収</b>	月額3,000円 < 月間削減49,200円

注：削減時間は「AIが完全に肩代わりする」前提ではありません。下書きをAI、仕上げ・確認を人、という分担での試算です。実際は導入直後ほど削減率は低く、慣れるほど上がる傾向があります。**初月は控えめに、3か月後に再計測する**のが現実的です。

## 記入用（自社の数字で）

項目	数値	備考
月間の削減時間	時間	③のシート合計
担当者の時給	円	
月間の削減金額	円	削減時間 × 時給
年間の削減金額	円	月間 × 12
AIツールの月額費用	円	
投資回収の目安		月額費用 ÷ 月間削減金額

## ⑤ 導入チェックリスト

最初の1業務を安全に始めるための確認項目です。記入例のように、できたものから✓を入れていきます。

### 始める前（環境・ルール）

- 最初に試す業務を1つに絞った（例：商品説明文の作成）
- その業務の現状の月間時間を計った（例：12時間）
- 試す担当者を決めた
- 使うツール（Claude Cowork など）のアカウントを用意した
- 料金プランと支払い方法を確認した（最新料金は申込画面で確認）

### 個人情報・機密の取り扱い（重要）

- 顧客の氏名・住所・電話番号・カード情報を**そのまま貼らない**ルールを決めた
- 仕入先との契約価格など、社外秘の数字を扱う場合の社内ルールを確認した
- レビューや問い合わせを貼るときは、個人が特定できる部分を伏せることにした
- AIが作った文章は**公開・送信前に必ず人が確認する**運用にした

### 法令・表現（小売・EC特有）

- 商品説明で**景表法（優良誤認・有利誤認）**に触れる誇大表現が出ていないか人が確認する
- 化粧品・健康食品などは**薬機法**の効能表現を人が必ずチェックする
- 「最安」「No.1」などの表現は根拠なしに使わない

### 効果測定

- 開始前の所要時間をメモした（ビフォーの記録）
  - 1か月後に「実際にどれだけ時間が減ったか」を計る日を決めた
  - うまくいったプロンプト（指示文）を社内で共有・テンプレ化する場所を決めた
-

## ⑥ 次の一歩

ここまで埋められたら、最初の2週間の動きはこう決めます。

1. **今週**：③で最優先になった1業務を、担当者がClaudeで5回試す。うまくいった指示文をメモに残す
2. **来週**：その指示文を「自社テンプレ」として固定し、実際の業務に組み込む。所要時間を計る
3. **1か月後**：④のROI枠を**実数**で埋め直す。効果が出ていれば、次の1業務へ横展開する

大事なのは、完璧な計画より**1業務での小さな成功体験**です。それが社内に「これは使える」という納得を生み、横展開のエンジンになります。

### つまづきやすいポイント

- 「**思った文章が出ない**」 → 指示文に「誰向けに・どんなトーンで・何文字で」を足すと精度が上がります
- 「**結局チェックに時間がかかる**」 → 最初の数回だけです。テンプレが固まると確認は流れ作業になります
- 「**どの業務から、で迷う**」 → 迷ったら③で◎かつ月間時間が最長の業務。それが正解です

## もし、自社に合わせて具体化したいなら

この資料を埋めてみて、「自社の場合この業務は適性◎なのか△なのか判断がつかない」「ROIの前提の置き方が合っているか不安」「そもそも何から人に任せ、何をAIに任せるべきか相談したい」——そう感じたら、**30分の無料相談**をご利用ください。

小売・ECの業態・規模・扱う商材をうかがった上で、**最初に手をつけるべき1~2業務と、現実的な進め方**を一緒に整理します。営業的な売り込みはしません。研修・コンサルティングのご案内は、ご希望があった場合のみです（人材開発支援助成金を使うと、中小企業なら研修費用の最大75%が国から助成される制度もあります）。

### ▶ 無料30分相談を申し込む

- フォームから：[claudelab.jp/contact](https://claudelab.jp/contact)
- 日程を直接おさえる：Spirの予約ページから空き枠を選んでご予約ください

ご相談の前に、この資料の③業務棚卸しシートだけでも埋めておいていただくと、より具体的な話ができます。

---

運営：寺門 | Claude Works (claudelab.jp) | 非エンジニアのためのClaude実践メディア 関連記事：「小売・EC事業者のためのAI活用入門」 (</articles/748>) 本資料の数値はすべて試算・目安です。料金・機能は2026年6月時点の情報で、変更される場合があります。導入前に最新情報をご確認ください。

## 無料30分オンライン相談を受け付けています

「自社の場合どう進めればいいのか」を、御社の状況に合わせて具体的にご提案します。売り込みはいたしません。

 ご予約：<https://app.spirinc.com/patterns/availability-sharing/evuvVnwxGC-HC8t6imBtr/confirm>

 [support@lexor.jp](mailto:support@lexor.jp) /  <https://claudelab.jp>