

DNPノウハウ継承支援サービス 詳細調査レポート

要約

「DNPノウハウ継承支援サービス」は、大日本印刷株式会社（DNP）と同社グループのDNPコアライズ社が2025年10月に提供を開始した企業向けソリューションです。このサービスは、社内に蓄積されたベテラン社員の知見やノウハウを整理・構造化し、生成AI（大規模言語モデル：LLM）を活用して誰もが共有・利用できる環境を構築するものです。属人的に散在するドキュメントや暗黙知をAIが理解しやすいデータ形式に変換し、Retrieval-Augmented Generation（RAG）によるチャットボット型の知識検索を実現します。本レポートでは、本サービスの概要・機能と狙い、背後にある技術的仕組み、導入事例と想定ユースケース、競合サービスとの比較、そしてこのサービスが解決を目指す社会的課題や導入時の課題・リスクについて詳細に分析します。DNPノウハウ継承支援サービスの強み・弱み・機会・脅威をSWOTの観点で整理し、**熟練者の退職による技術継承問題**など日本企業が直面する課題への有効性と、DXソリューションとしての将来性について総合評価をまとめます。

サービス概要・目的・主な機能・対象顧客

サービスの概要と目的：「DNPノウハウ継承支援サービス」は、ベテラン社員をはじめ組織内に眠るノウハウ資産を可視化・共有し、**人材不足や技術継承**の課題を解決することを目的としたソリューションです。日本企業では少子高齢化による熟練者の退職や中堅層の不足から「この人がいなくなったら業務が回らない」という危機感が高まっており、過去の失敗や対策が共有されず**同じトラブルが繰り返される**、退職とともに**競争力の源泉である技能が失われる**リスクが顕在化しています。本サービスはそのような課題に対し、デジタル技術（生成AI）を活用して**属人的な知識を組織の共有資産に変える**ことを狙いとしています。実際、経済産業省の「DXレポート（2018）」でも**知識共有と業務効率化**の重要性が指摘されており、DNP自身も社内でノウハウ共有を実践して得た知見をサービス設計に活かしています。

主な機能： DNPノウハウ継承支援サービスは、以下のような機能・プロセスで構成されています（図1参照）。まず、企業内に点在するPDFやWordなどの電子文書や紙文書、およびベテラン社員の暗黙知を収集します。次に、有識者へのインタビューやワークショップを通じてノウハウを形式知化（言語化）し、紙資料はスキャンして電子データ化します。こうして集めた社内規程・マニュアル・手順書・Q&A集などの**非構造化データ**を、DNP独自開発のAIモデルで**構造化データ**に変換します。具体的には、テキスト・画像・表が混在するドキュメントを**タイトル・本文・画像・表・キャプション等の要素ごとに分割**し、生成AIが扱いやすいデータ形式に整形します。このデータ構造化はほぼ自動で行われ、大量の文書も高速に処理可能です。最後に、構造化データを**大規模言語モデル（LLM）**に読み込ませ、**検索拡張生成（RAG）**の技術を用いてチャットボット等から必要なノウハウを質問・検索できるようにします。ユーザー（社員）はチャット対話で「〇〇の手順は？」「△△のトラブル対応方法は？」と質問すると、AIが構造化データから該当する知識を探し出し回答します。さらに運用面では、**月次レポート**による利用状況の見える化や、ユーザーの質問ログを分析した**FAQデータ最適化**、AIモデルの継続的な**チューニング支援**など、**定着・精度向上のためのアフターサポート**も組み込まれています。導入企業ごとの文化・ルールに配慮したカスタマイズ設計となっており、導入後も円滑な運用と継続的改善をDNPが支援します。

図1：DNPノウハウ継承支援サービスの全体像。ノウハウの形式知化・文書電子化・データ構造化・生成AI活用支援という4機能で、埋もれた知見を引き出し共有する。

対象顧客と販売目標：本サービスは**業種・業界を問わず社内ナレッジの継承**に課題を抱える企業・団体が対象です。具体的には、製造業（熟練技能者の技術伝承や設備保全ノウハウ共有）、金融機関（膨大な業務マ

マニュアルや手続き知識の活用)、インフラ・エネルギー業界(安全対策や品質管理ノウハウの共有)、自治体(ベテラン職員の行政ノウハウ継承)など、**広範な分野で利用可能**と想定されています。DNPコアライズの紹介ページでも製造・エネルギー・金融業界でのユースケース例が挙げられており、例えば「製造業の運用保守部門」「エネルギー業界の品質保証部門」「金融業界の事務部門」での活用が想定されています。組織規模としては、大手企業や業界団体を中心に、中堅企業まで幅広く提案が可能と思われます。実際、DNPは**2026年度までに累計100件の導入**を目標に掲げており、今後自動車業界以外にも製造、金融、医療など多様な分野への展開を見込んでいます。価格体系は明示されていませんが、類似ソリューションにならい個別見積もりのプロジェクト型提供と推測されます(後述の競合である日立製作所のサービスも「料金は個別見積もり」とされています)。総じて、**熟練者の技術伝承に課題を感じている日本企業全般**がターゲットであり、DNP自身「幅広い業界の知的資本の活用を支援」と述べています。

文書データを生成AI向けに整形する技術的仕組み

DNPノウハウ継承支援サービスの中核には、**社内ドキュメントをAIで処理しやすい形式に変換する独自技術**があります。DNPは印刷事業で培った文字・画像処理や、BPO事業での大量文書取扱いノウハウを活かし、2023年にこの「**生成AI向けデータ整形技術**」を開発しました。この技術では、社内のPDF・Word・画像付き資料などから**独自AIモデル**によってコンテンツを構造単位に自動分割し、LLMが学習・参照しやすいデータに整形します。例えば、ある手順書PDFがあれば、見出し(タイトル)、各段落の本文テキスト、図表とそのキャプション、といったように**意味的な要素ごとに分割・タグ付け**されます。これにより、LLMはドキュメントの**論理構造**を把握しやすくなり、単なる生のPDFを読み込むよりも**正確に内容を理解**できます。このデータ整形処理は特許取得済みであり、基本的に機械処理で自動化されるため大量の社内資料にも短時間で対応可能です。またDNPによれば、一般的なディープラーニングモデルなら数百〜数千ページの学習が必要なところ、本モデルは**数十ページの訓練データ**で新たなドキュメント形式に対応できるとされ、様々なレイアウトの文書に柔軟に適応しうるとのことです。

Retrieval-Augmented Generation (RAG) アーキテクチャ: 構造化された社内ナレッジデータは、**RAG構成**によって生成AIの回答に利用されます。RAGとは、大規模言語モデルが回答を生成する際に**外部の知識データベースから関連情報を検索・参照**する仕組みです。本サービスでは、あらかじめ整形・構造化した社内文書データをベクトルデータベース等に格納し、ユーザーから質問があると**質問文のベクトルと近傍のナレッジを検索**して、その内容を文脈としてLLMに与えられ考えられます。その結果、LLMは社内の正式な資料に基づいた**根拠ある回答**を生成できるため、純粋なLLM単体よりも信頼性・正確性が向上します。実際、本サービスの特徴として「**検索拡張生成(RAG)を組み合わせて、文脈に応じた正確な回答を導き出せる**」と明言されています。つまり、LLMの持つ自然言語生成能力と、社内データ検索による最新知識の提供を組み合わせることで、**リアルタイムかつ高精度なナレッジQ&A**を実現しているわけです。

対応するAIモデル: DNPは具体的な使用モデル名を公表していませんが、文脈から**大規模言語モデル(LLM)**を自社環境で活用していることがわかります。LLMとはChatGPTのような生成AIの基盤モデルのことで、DNPは自社サービス内にそれを組み込み、必要に応じて**企業ごとに調整**(ファインチューニングやプロンプト最適化)して提供している模様です。RAGを実現するため、LLMには社内ナレッジベースへの**プラグイン**的機能や、もしくはLLMと検索システムを組み合わせた**システム構成**が取られているでしょう。一般的には、質問を受けた際にまず**社内データを検索**(ベクトル検索など)し、その結果をLLMにプロンプトとして与えて回答生成させます。その際、**生成AIが参照した社内資料の出典**を回答と共に示したり、一定以上信頼できる情報が無い場合は「**答えられません**」と回答させるといった調整も考えられます(ハルシネーション対策の一環)。DNPは2023年5月に社内で生成AI環境を構築し、社内規定・品質マニュアル・決算短信などをこのAIに学習・参照させる実証を行ったところ、**誤回答や無回答を大幅に減らし高精度な回答を実現**できたと報告しています^①。具体的には、従来の生成AIと比べて誤った回答を約**90%削減**できたとのことで^①、これは上述の**データ整形+RAG**アプローチによりAIが正しい知識に基づいて回答できた成果といえます。以上より、DNPノウハウ継承支援サービスは「**社内ドキュメントの構造化**」×「**LLM+RAGによるQA**」という技術的骨格を持ち、これによって生成AIの回答精度向上とナレッジ共有の実現を図っています。

「90%の回答精度」先行事例の検証と妥当性

本サービスに関して話題となっているのが、「**先行事例で90%の回答精度を確認**」という実績です。これは一般社団法人日本自動車工業会（自工会）および日本自動車部品工業会（部工会）における導入事例で、両団体が策定した「自動車産業サイバーセキュリティガイドライン」に関する業界からの問い合わせ対応に本サービスを用いたところ、**回答の正答率が90%に達した**というものです。ここでいう「問い合わせ」とは、自工会/部工会が自動車メーカー各社やサプライヤー企業から受ける「ガイドラインの解釈」や「具体的な対策」に関する質問を指すと考えられます。従来、こうした質問対応はガイドライン文書を人が読み解いて回答する必要があり手間でしたが、DNPの生成AI活用支援によりチャットボットが質問に答えられるようになりました。その結果、「**多様な問い合わせに対応し、90%の回答精度を実現した**」とされています。この「回答精度90%」の意味するところは、**全問い合わせのうち約9割に対してAIが適切な回答を返せた**ということでしょう。裏を返せば1割程度は誤答や不十分な答えがあった可能性があります、かなり高い水準です。

検証方法・精度の定義： 詳細な検証方法は公開されていませんが、想定されるのは以下のようなアプローチです。まず、対象となったガイドライン文書をサービスのAIが学習・参照できるようデータ化し、想定質問集（または実際に寄せられた質問）にAIが回答するテストを行ったと考えられます。**回答精度90%**という表現から推測すると、例えば100件の質問に対し90件は適切に回答でき、10件は誤りや回答不能だった、といった評価でしょう。適切な回答か否かの判断は、自工会の担当者やガイドラインの専門家がAIの出力を検証して判定した可能性が高いです。つまり**専門家の評価で90%が正答と認められた**ということになります。質問の内容はサイバーセキュリティガイドラインに関するものなので、比較的**定型的・客観的な答え**が存在する問い（「～の場合どの対策が必要か？」等）も多かったと考えられます。そのため、AIがガイドライン文書内の該当箇所を参照して回答すれば正答になりやすく、90%という高精度が実現できたのでしょう。

対象業種・文書の種類： 今回の先行事例は**自動車産業界**であり、扱った文書は業界ガイドライン（技術文書）です。これは業界団体が発行するもので、内容は専門用語や技術内容を含むやや高度なドキュメントと推察されます。しかし**規程・ガイドライン**は文章が体系立てられており、AIにとっても扱いやすい構造化された知識と言えます。そのため、AIが参照すべき情報源が明確で限定的であった点も有利に働いたでしょう。例えばこれが社内の散文化的な議事録やメールの山だと精度は下がりがかねませんが、ガイドラインのように**きちんと整備された資料**であったことが高精度に寄与した可能性があります。

主張の妥当性評価： 90%精度という数値自体は、本サービスの技術力を示す一つの根拠となり得ます。DNPもこの成功を受けて「今後さらなる業務効率化と品質向上が期待される」と述べており、定量効果として積極的にアピールしています。ただし注意すべき点は、この精度は**特定のドメイン・文書におけるものであり**、全てのケースで再現される保証はないことです。ガイドラインQAという比較的閉じた領域だからこその高精度とも考えられるため、他の業種・用途（例えば製造現場のトラブル対処Q&Aなど）では異なる結果となる可能性があります。さらに「回答精度」の定義には**誤回答だけでなく無回答も含まれるのか**、部分的に正しいが不完全な回答はどう扱ったか、といった細部が不明です。例えばAIが自信なさげに「該当箇所はありません」と答えたケースを誤りとするか除外するかで数値は変わります。また評価者の主観による部分（回答が質問意図を十分満たしたかどうかの判断など）もあり得ます。それでも**複数の報道媒体が90%という値を伝えていることから、一定のエビデンスに基づく成果**とみて差し支えないでしょう。少なくとも「ガイドラインに基づく標準回答のうち9割はAIでまかなえ、人手対応を1割以下に減らせる」というのは、業務効率化の観点から大きなインパクトです。この結果は、本サービスの**データ整形技術＋RAG**によって生成AIの実用精度が飛躍的に高まることを示唆しています^①。従って、他の分野でも対象ドキュメントとQAの性質次第では高い精度が期待できるものの、汎用的に「常に90%正解するAI」という意味ではない点には留意が必要です。

導入事例と想定ユースケース

先行導入事例： 現時点で公式に紹介されている導入事例は前述の**日本自動車工業会/日本自動車部品工業会**のケースです。両団体ではサイバーセキュリティガイドラインの問い合わせ対応に本サービスの一部機能（生成AI活用支援）を提供し、チャットボットによる回答自動化で成果を収めました。この他、DNPコアライズの

サイトでは**DNP社内や複数の大手企業での実証**が示唆されています。例えば、DNP牛久工場（開発部門）や大手自動車メーカーで**暗黙知の形式知化**を支援した事例、大手エネルギー会社・鉄道会社で**紙文書の電子化**を行った事例、大手素材メーカーで**データ構造化**を適用した事例、そして大手損害保険会社で**生成AI活用による社内QA**を支援した事例が列挙されています。これらはいずれも社名は伏せられていますが、「その他多数」とも記載されており、**本格提供前から複数企業でパイロット導入**が進んでいたことがうかがえます。特にDNP自身の工場でのノウハウ継承実践はサービス開発の基盤にもなったとされ、**自社実践知をベースに外販している**点は導入効果の信頼性を高める材料です。

想定ユースケース：本サービスは汎用的な「社内ナレッジQ&A基盤」として機能するため、様々な用途に応用可能です。以下、想定される主なユースケースを挙げます。

- ・**製造業の技術伝承・現場支援：** 製造ラインの**設備保全手順**や**不良対応ノウハウ**をベテランから継承し、誰でも参照できるようにします。例えば「〇〇装置のエラーコード123が出た時の対処法は？」と質問すれば、過去のトラブル事例データベースやマニュアルから解決手順をAIが提示してくれる、といった形です。DNPは製造現場の技能伝承に強みがあり、自社工場で蓄積したノウハウ体系化の知見を提供するとしています。このような現場向けナレッジ共有は、**作業品質の安定**（人によるバラツキ低減）や**トラブル未然防止**（過去の失敗事例の教訓活用）に直結します。
- ・**金融機関の業務マニュアル活用：** 銀行や保険会社では事務手続きマニュアルや商品知識集など膨大な社内資料がありますが、従業員が必要な情報を探すのに時間を要することがあります。本サービスにそれらを学習させれば、例えば「〇〇手続きに必要な書類は？」「△△規程では何日以内対応と定められているか？」と尋ねるだけで、AIが該当箇所を抜粋して教えてくれます。大手損保会社での生成AI活用支援事例が紹介されているように、**問い合わせ対応の効率化**や**新人教育の迅速化**に寄与するでしょう。特に商品知識や業務フローが頻繁に更新される金融業界では、AIが最新文書から回答することで**誤った古い情報の参照を防ぐ**効果も期待できます。
- ・**社内ヘルプデスク・FAQの高度化：** 業種問わず、社内のITサポートや人事総務への問い合わせ対応をAIチャットボットに置き換える用途があります。従来のFAQシステムはキーワード検索型が多く、複雑な質問や言い回しの違いに対応しきれませんでした。本サービスなら、例えば「経費精算の締め日は？」「在宅勤務の申請手順を教えて」といった**日常的な社員からの問い合わせ**にも、社内規程集やマニュアルから適切な回答を生成できます。DNPもサービス導入企業向けにFAQデータの最適化支援を行うと述べており、**社内ポータルやチャットツールと連携したAIヘルプデスク**は有力なユースケースです。
- ・**その他のユースケース：** 上記以外にも、例えば**医療・製薬業界**で先輩医師や研究者の知見を共有したり、**建設業界**でベテラン技術者の施工ノウハウを蓄積したり、**コールセンター**でオペレーター向けの応対知識検索に使ったりと、**知識集約型の業務全般**に適用できます。自治体でも、条例や要綱・手続きマニュアルをAIが参照することで、職員の問い合わせや市民への説明業務を支援することが考えられます。要するに、「人の頭の中 or 分厚い紙マニュアルの中にしか無かった情報」を引き出し、**必要ときに即座に答えを得られる環境**を作ることが、このサービスのユースケース横断の価値となります。

こうしたユースケースの実現により、**業務効率化**（探す時間・聞く時間の短縮）と**属人依存からの脱却**（誰でも知識にアクセス可能に）が達成される点が各社にメリットとしてアピールされています。また、暗黙知を形式知化し組織学習を促すことで、**社員教育や人材育成**にも資するという副次的効果も期待されています。

競合サービスとDNPサービスの比較分析

企業向けの生成AIを活用したナレッジマネジメント/ノウハウ継承の分野は、2023年以降各社が注力し始めたホットな領域です。本節では、国内外の主要プレイヤーによる競合サービスを特定し、DNPノウハウ継承支援サービスとの機能・価格・ターゲットの違いを比較します。

- ・**日立製作所：「ノウハウ見える化・継承ソリューション」** – 国内大手である日立も2025年4月に類似コンセプトのサービス提供を開始しています。日立のソリューションは、実務ノウハウの形式知化から継承計画・教育・定着度テストまで網羅した**ナレッジマネジメントプラットフォーム**です。特に特徴的なのは、社内ドキュメントからAIが実務ノウハウを抽出しチャットでQ&A対応する点に加え、**ノウハウ習得度テストを自動生成**して従業員の理解度を測定できることです。またノウハウを「技術・業務・プロセス・人的コネクション」の4カテゴリに分類管理するなど、**知識の体系化フレームワーク**を組み込んでいます。価格は個別見積もりで、今後AIによる引継ぎ支援機能なども追加予定とされています。DNPのサービスと比較すると、日立は**人材育成・定着**まで含めたトータルパッケージ色が強く、**専用UIを持つシステム提供型**の様相です。一方、DNPはどちらかと言えば**既存文書の整形とAI検索インフラ提供+運用支援**にフォーカスしており、学習進捗管理など教育システムの機能は触れられていません。そのため、**製品としての機能範囲**は日立の方が広いですが、その分導入ハードルやコストも高そうです。DNPはクライアントの要望に応じSaaSやBPOも交えて柔軟に構築する**コンサルティングサービス型**で、必要機能に絞って導入できる点が異なります。ターゲット市場は両社とも製造業など熟練者ノウハウが重要な業界ですが、日立は自社が強みを持つ**OT×IT領域（工場・インフラの運用ノウハウ）**に特にフォーカスしている印象です。DNPは印刷業での知見から**紙文書の電子化・情報整理**が得意領域であり、より広範な事務系プロセスにも応用が効く点が強みでしょう。
- ・**アビームコンサルティング：「生成AIを活用したナレッジマネジメント高度化支援サービス」** – 大手SI系では、アビームがKnowledge CoE（Center of Excellence）構築支援という形で、LLMを用いた社内ナレッジ活用を推進するサービスを発表しています。こちらは製品というより**コンサルティングサービス**であり、企業内の知識資産を洗い出し、生成AIプラットフォーム上で横断活用する仕組み作りを支援する内容です。具体的な技術実装は顧客の状況に応じAzure OpenAIや社内Wikiとの連携などを提案する形と見られます。DNPと共通するのは「組織の持つナレッジを共有・活用して競争力に繋げる」という大きな目的であり、**顧客企業の実態に合わせた個別支援**という点です。違いとして、DNPは自社でデータ整形AI技術を保有するのに対し、アビームは特定プロダクトに依存しない中立ポジションで**顧客に最適なAIソリューションを組み合わせ提案**できる点が挙げられます。価格面はプロジェクト規模次第で変動するでしょう。ターゲットも限定的ではなく、**DX推進を図る幅広い企業**に訴求しています。競合というよりは場合によってDNPがアビームと協業する可能性もある領域です。
- ・**PKSHA Technology：「AIナレッジプラットフォーム」** – 国内AIスタートアップのPKSHAは、独自の言語処理技術を強みに**社内ナレッジ活用のためのAIプラットフォーム**を提供しています。PKSHAの製品はFAQシステムやチャットボット製品群の延長線上にあり、生成AIを取り入れてより柔軟な社内問い合わせ対応や文書検索を実現するものと思われます。実際、同社の「AI Knowledge Platform」は「全てのナレッジ・知恵を誰もが使えるようにする」というコンセプトで、DNPサービスと理念は共通しています。機能的には**高性能なFAQ検索エンジン+生成AIによる自然文対応**と推測され、DNPのRAG構成と似ています。違いは、PKSHAは**プロダクト提供型**（クラウドサービスやソフトウェアライセンス）であり、導入企業側で設定や学習データ投入を行うスタイルである点です。DNPはそこを含めアウトソーシング的に支援する色彩が強く、顧客企業が自前で触れる部分は少ない可能性があります。価格はPKSHAは利用ユーザー数やデータ量に応じた**サブスクリプション料金**が想定され、一方DNPは**初期構築費+運用支援費**といった形になるでしょう。ターゲット市場はPKSHAは既存のFAQシステム顧客（金融機関の問合せ対応などで実績多数）を持つため、**コールセンターや顧客対応系から社内までカバー**します。DNPはより**経営課題としての技術伝承**に訴求しており、全社横断プロジェクトとして導入を検討する企業を狙っているように見えます。

・**Microsoft社のCopilotやViva Topics（海外IT大手）** – 海外のIT巨頭も企業内ナレッジ活用のソリューションを展開しています。Microsoftの「Microsoft 365 Copilot」は、社内のOffice文書やメール、SharePointデータなどにアクセスして質問に答える生成AI機能を提供し始めました。さらに「Viva Topics」は社内コンテンツからトピック（キーワード）を自動抽出し、専門家や定義を提示する**ナレッジマイニング機能**です。これらを組み合わせると、企業内の蓄積文書を元にAIが社員の質問に回答するという点でDNPサービスと重なります。機能面では、MicrosoftはTeamsやOfficeアプリに統合された**シームレスなユーザー体験**が強みで、AIが資料を作成支援してくれるなど生産性向上に直結する機能も豊富です。一方で**顧客自身が環境を構築・運用**する前提で、セキュリティ設定や社内データ準備はIT部門の責任になります。DNPはその部分を包括支援する形で、より**伴走型のサービス**である点が差別化と言えます。また日本語に関しては、DNPは日本企業向けサービスとして日本語文書で高い精度を発揮することが期待できますが、海外製品は日本語適応に課題が残るケースもあります。価格面では、CopilotはMicrosoft 365のアドオン（月額課金）で比較的安価に試せる反面、DNPはコンサル込みなので費用感が高めでしょう。導入対象は、Microsoft等は**既にMicrosoft 365を使っている全世界の企業**（うち先進的なところ）で、DNPは**自社データを手厚く扱ってほしい国内企業**と住み分けられそうです。

・**その他の競合：** Salesforceの「Einstein GPT」やGoogleの「Duet AI」「エンタープライズ検索GenAI」など、各種プラットフォームが**社内データ連携の生成AI**を打ち出しています。国内では富士通やNTTデータ、NECなど大手SIも顧客向けに生成AIを用いた**社内問い合わせシステム**の提案を行っていると考えられます（例：富士通は社内で業務ナレッジを学習した独自LLMを開発中との報道あり）。また、ナレッジマネジメントの従来ツールにAIを組み込む動きもあります（ConfluenceのAtlassian Intelligenceや、社内Q&Aツールの**Qast**¹など）。スタートアップでは**GitHub Copilotの社内版**のような「社内コード・ドキュメント検索AI」、チャットボット開発フレームワーク上でRAGを実装したソリューション（社内チャットボットにChatGPTを接続するサービス）も乱立しています。総じて競合は多様ですが、**DNPの強みは自社の特許技術による高精度データ整形と、コンサル・BPOを含む包括支援**にあります。他社が技術プラットフォームを提供しても、ノウハウの言語化から運用までワンストップで請け負う所はまだ少なく、ここにDNPの差別化ポイントがあると考えられます。逆に、内製力のある企業や既存IT資産が豊富な企業では、MicrosoftやOSSを組み合わせでDNPなしでも構築可能なため、「**手間をお金で解決したい層**」対「**自前でチャレンジする層**」で市場が二極化する可能性もあります。

注1: Qast – 社内ナレッジ共有プラットフォーム。個人の知識を引き出しQ&A形式で蓄積できるクラウドサービス。2023年に生成AI（OpenAI API）と連携し、蓄積ナレッジを基に自動回答するAI機能を追加。DNPサービスとは立場上競合する可能性がある。

社会的課題への対応、DX市場での位置付けと将来性

技術継承・人材不足という社会課題の解決： DNPノウハウ継承支援サービスが取り組む中心課題は、日本企業が直面する**熟練技術者の大量退職と人材ギャップ**の問題です。高度経済成長を支えたベテラン層が定年を迎える中、それらの知恵を若手にどう引き継ぐかは各業界で喫緊の課題となっています。一方で90年代～00年代の就職氷河期に採用を絞った反動で、中堅層が薄く若手育成が追いつかない組織も多く、**世代構造の歪み**が生じています。この結果、「結局ベテラン頼み」「人が替わると仕事が回らない」といった状況が慢性化し、生産性向上や働き方改革の阻害要因ともなっています。本サービスはこうした**属人化の解消**を通じて、**企業の持続的成長**を支援しようとするものです。ベテランの頭の中にある暗黙知を形式知として残し、組織の共有知として活かすことは、個人に依存しない強靱な経営基盤につながります。実際、政府のDX推進策でも「2025年の崖」問題として**レガシーシステム刷新と人材不足**が指摘され、ITのみならず**業務ナレッジの継承**が重要とされています。DNPは自社内で積年この課題に取り組んできた経験を持ち、本サービスはその知見を他社にも提供することで、社会全体の生産性向上に寄与し得るものです。さらに、**知的資本経営**（人的資本や組織知の可視化・活用）が注目される中、本サービスはまさに**人的資本をデジタルで活用する**具体策と言えます。知識を見える化し有効活用することで企業価値を高める、という理念はESGの「社会」や「人材育成」の文脈でも評価されるでしょう。

DX市場での位置付け: 日本のDX市場において、本サービスは「ナレッジマネジメント×生成AI」という新興分野の一翼を担います。2023年のChatGPTブーム以降、各社が生成AIの実証を始めましたが、単なるチャットボット実験から一歩進み**社内資産への適用**という具体的テーマに踏み込んだ点で、DNPの動きは先行的です。DXの本質はデータやデジタル技術を使ってビジネス価値を生み出すことにありますが、本サービスは**社内に埋もれる知的データを掘り起こし価値化する**もので、DX推進領域として有望と言えます。特に製造業や社会インフラ領域では暗黙知が多く、ハード面のIoT化だけでなく**ソフト面の知識継承DX**が必要とされており、DNPはその需要にマッチするポジションにいます。DNP自身は「知的資本を未来へ活かす仕組みづくりを推進し、持続可能な企業成長に貢献する」としており、単なるITソリューション提供ではなく**経営課題解決パートナー**としての位置付けを目指しています。これは、DX市場においてコンサルティング+IT実装を一体で提供できるプレイヤー（アクセンチュアやIBM等）の立ち位置に近く、DNPが印刷会社からデジタルソリューション企業へ事業転換を図る戦略の一環とも言えます。市場の将来性としては、**ナレッジ継承ニーズは今後5～10年高まり続けると**予想されます。団塊世代の大量退職はいよいよピークを迎え、中堅・若手への技術伝承が企業の競争力を左右する局面です。また生成AI技術自体も日進月歩で進化し、より安定した日本語LLMやドメイン特化AIが出現すれば、ナレッジ活用の精度・幅はさらに拡大するでしょう。その意味で、本サービスには**長期的な事業ポテンシャル**があります。DNPが目標とする2026年度100件導入はスタートに過ぎず、将来的にはより多くの企業が類似ソリューションを導入するはずです。その中でDNPがシェアを握るには、先行者メリットを活かしつつ他社との差別化を維持することが重要です。現時点では独自技術と実績で一步リードしていますが、IT大手が本腰を入れてくる前に顧客基盤を築けるかがカギと言えるでしょう。とはいえ、市場自体は**社会課題ドリブン**で確実に存在するため、着眼点としては適切であり、事業としての将来性は総じて高いと評価できます。

導入上の課題・リスクと今後の展望

導入企業が直面しうる課題・リスク:

- ・**情報セキュリティ・データ機密性:** 社内ノウハウをAIに預けるにあたり、**データの扱い**が最大の懸念です。生成AIブームの当初、外部のChatGPTサービスに社内情報を入力してしまう事故が問題化した例もありました。DNPのサービスでは基本的に**クライアント企業専用環境**でAIを動作させ、学習データややりとりが外部に漏れないよう配慮されているはずです。しかし具体的にLLMを自社開発しているわけではなく、MicrosoftやOpenAIなど既存モデルを利用している可能性があります。その場合、クラウド上でのデータ処理や海外サーバーへの情報送信に不安を示す企業もあるでしょう。**オンプレミス対応や日本国内DCでの提供**を求められるケースでは、技術的ハードルやコスト増も考えられます。また社内でも部署間の機微情報（例えば人事データなど）があるため、**アクセス制限や権限管理**も課題です。AIが回答する内容に機密事項が含まれるため、「誰に何を見せるか」の統制をシステム的・制度的に設計する必要があります。これらセキュリティ面の課題に対し、DNPは企業文化・ルールに合わせて配慮するとしています。例えば機微情報はデータ整形の対象外にするとか、回答ログを監査するといった運用でリスク低減を図るでしょう。それでも**「社内情報をAIが持つ」こと自体への心理的不安**を払拭するには時間がかかるかもしれません。

- ・**導入・運用コスト:** コンサルティングサービス型である以上、**初期導入コスト**はそれなりに高額となる可能性があります。ベテラン社員の聞き取りや紙資料スキャンなど手間のかかるプロセスも含まれるため、中小企業にとってはハードルが高いでしょう。費用対効果の面で、導入企業は「どれだけ業務効率化できるか」「ノウハウ消失リスクがどれだけ下がるか」を見極める必要があります。DNPは2024年1月から自治体や金融機関向けにもサービスを提供予定としており、大量の書類処理を抱える組織では**ROIが比較的に見えやすい**かもしれません。しかし、人件費削減効果など定量化が難しい面もあります。運用面では、AIの利用率向上やデータの継続更新に社内リソースを割く必要があります。**せっかく導入しても定着しない**（誰も使わない、データが古くなり放置される）リスクも指摘されています。DNPも「ツールを入れるだけでは機能しない」「全体設計と定着が不可欠」と訴えており、同様の懸念を持っています。このためDNP側は月次レポートで利用状況を見える化し、改善提案を行うなど伴走支援する構えですが、ユーザー企業側にも**運用改善のコミットメント**が求められます。そ

うした継続コスト・人的負担を考慮すると、導入判断にはトップの強い意志や全社的な変革マインドが必要でしょう。

・**AIのハルシネーション（誤回答）対策:** 生成AIゆえのリスクとして誤った回答（ハルシネーション）は完全には避けられません。DNPの技術で誤答を90%削減できるとはいえ^①、裏を返せば**ゼロにはならない**ということです。特に学習データに無い質問や、質問の意図が曖昧な場合、AIは自信ありげに間違った内容を作り出す危険があります。例えば古い規程を参照して答えてしまい最新では通用しない情報を提供する、といったケースです。この対策としては、**回答に根拠となる出典を表示**したり、スコアが低い場合は無理に答えず「担当者にエスカレーション」する仕組みを組み込むことが考えられます。また**定期的な知識ベース更新**（新しいルールやノウハウを追加し、不要情報はアーカイブ）も重要です。DNPもFAQデータの最適化やAIチューニングを継続するとしており、**人間の監督下でAI精度を維持・向上**させていく運用を標榜しています。さらに、誤回答が致命傷にならないよう**利用範囲の設定**も検討課題です。現場の判断を誤らせる危険がある分野（安全性直結の判断など）ではサジェスト程度に留める、最終判断は人が行うルールにする、といった運用リスク管理が必要です。今後LLMの品質向上や、社内検証データの蓄積により、信頼性は徐々に上がっていくでしょうが、「**AIの答えを鵜呑みにしない**」ための教育も含め、導入企業には新たなリテラシー対応が求められます。

・**その他の課題:** ユーザーインターフェースや従業員の抵抗感も無視できません。ベテラン社員によっては、自分のノウハウを引き出されることに不安や抵抗を感じる場合もあります（いわゆる「**俺のノウハウが盗られる**」問題）。この点、DNPはヒアリングの段階から丁寧に関与しノウハウ提供者の承認を得るアプローチを採っているようですが、**組織文化の変革**が伴う可能性があります。またユーザー側も、最初はAIに質問することに慣れず、ツールが定着しない恐れがあります。ここを克服するには、UIの使い勝手向上（例えば普段使いのTeams/Slackから質問できる等の統合）や、成功体験の社内周知（AIでこれだけ工数削減できた等）による利用促進策が有効でしょう。さらに、ナレッジの賞味期限切れ（古いノウハウがいつまでも残る）問題もあります。AIが不確かな情報源まで参考にし続けられないよう、**ナレッジのライフサイクル管理**や有識者による定期レビューも望ましいです。要するに、AI導入後も**人間側のガバナンスと継続的なメンテナンス**がリスク対策として欠かせません。

サービスの今後の展望: 以上の課題に対処しつつ、本サービスには以下のような展開・進化が期待されます。

・**機能拡張と高度化:** DNPは自工会/部工会で得られた効果を踏まえて機能拡張を図ると述べています。今後、より多様なドキュメント形式への対応（例えばCAD図面や音声記録の文字起こし等の非テキストデータ）、他システムとの連携（既存の社内ポータルやワークフローとの統合）、さらには**対話型だけでなくレコメンデーション型**（必要そうなナレッジを先回り提示）など、進化の余地があります。また、ユーザー企業ごとに学習したAIが蓄積すれば、それらの知見を横断分析して**業界共通課題の抽出**やベンチマーク提供など、二次的サービスも考えられるかもしれません。ただし機密性の観点からデータの混流は難しいため、あくまで各社個別ソリューションとして磨きをかけることになるでしょう。

・**モデルのローカル化・専門特化:** 現状LLMは汎用モデルを用途適合させていますが、将来的に**業種特化型の日本語モデル**が登場すれば本サービスに組み込むことで性能向上が見込めます。あるいはDNP自ら中小型の社内向けモデルを開発し、**オンプレミスで回せる軽量AI**として提供する可能性もあります。実際、日立は生成AI活用ソリューションを進める中で独自に専門モデル開発にも着手しており、DNPも状況次第ではモデル開発投資を検討するかもしれません。各社が自社データをますますAI学習させるようになると、モデル自体が知的資産となるため、DNPとしても**データとモデル両面での価値提供**を模索していくでしょう。

・**他領域への応用:** ノウハウ継承という切り口で始まったサービスですが、根底の技術（文書構造化とRAG AI応用）は他のソリューションにも転用可能です。例えば**顧客向けFAQ対応や契約書レビュー支援**など、社外向け情報提供や業務自動化にも応用が考えられます。DNPはBPO事業を広く展開しているため、そこで扱う様々なドキュメント処理にこのAI技術を組み込んで付加価値向上を図るでしょう。

う。実際リリースでも「契約書・帳票類・業務マニュアル等、膨大なドキュメントを取り扱う自治体や金融機関に生成AIを活用したDXサービスを開発する」と述べています。ノウハウ継承支援サービスで培った技術・経験は、こうした周辺領域のプロダクトにも展開され、**DNPのDXサービス群全体の底上げ**につながると期待できます。

- ・**導入事例の拡大とノウハウ蓄積**：まずは目標の100件導入に向けて様々な規模・業界での実績を積むことになるでしょう。そこで得られる**定量的成果データ（応対時間何割削減等）**やユーザーフィードバックは、サービス改良と営業展開の両面で貴重な資産となります。導入企業コミュニティを形成し、**成功事例の共有やベストプラクティス公開**など行えば、市場の教育にもなります。社会的には、熟練者の大量退職クライシスへの一つの解決策として、本サービスがスタンダードになる可能性もあります。DNPとすれば、現在は人手支援部分も多いサービスですが、将来的にノウハウがパッケージ化されてツールとして洗練されれば、**より低コスト・短期間で導入可能な商品**へと発展させることも視野に入れるでしょう。逆に言えば、初期段階で蓄えたナレッジをいかに形式知化（サービス提供ノウハウ自体を標準化）するかはDNP自身の課題でもあります。

総じて、DNPノウハウ継承支援サービスはまだ立ち上がったばかりですが、今後の技術進歩や市場ニーズの高まりを追い風に、進化と拡大が見込まれます。課題も多いものの、**社会の要請に応えるソリューション**であることは間違いなく、適切なリスク対策と価値訴求を行いながら推進していくことが重要です。

SWOT分析と総合評価

Strengths（強み）：まず、本サービスの強みとしては**DNP独自のデータ整形技術と高い回答精度**が挙げられます。特許取得済みのAI文書構造化技術により、生成AIの誤回答を大幅に削減できる点は他社にない優位性です①。実際に自工会で90%正答率という成果を出したことがその裏付けになっています。また、**エンドツーエンドの包括支援**も強みです。単にツールを売るのではなく、ノウハウの抽出（ヒアリング・ワークショップ）からデータ化、システム構築、運用定着までワンストップで提供できるため、ITリテラシーが低い企業でも導入しやすいです。DNP社内で長年培った**実践知**（印刷/BPOのノウハウと自社工場での伝承経験）がサービス設計に活かされている点も信頼感を高めます。さらに、DNPは印刷会社として取引のある**幅広い業界顧客基盤**を持ち、BPO事業で金融・官公庁とも関係が深いことから、様々な分野へのアプローチ力があります。ベテラン技術者の知見という**アナログ資産をデジタル化する専門家**というブランディングはユニークで、競合が少ない領域です。サービス導入後も**継続的チューニングとレポート提供**で品質維持・改善を支援する体制も評価できます。要は、**技術×運用支援の両輪**が強みであり、顧客に寄り添う「頼れるパートナー」として差別化を図っている点が光ります。

Weaknesses（弱み）：一方、弱みとしては**提供形態の労働集約性**が挙げられます。ヒアリングや個別チューニングなど人手による部分が多く、スケールさせにくいサービスと言えます。100件導入を目標にしていますが、案件ごとにカスタマイズが必要ならDNP側のリソース逼迫が懸念され、爆発的普及には限界があるかもしれません。価格についても、高度にカスタマイズされたサービスのため**安価では提供しづらい**でしょう。低予算の企業は手が出ず、裾野を広げにくい恐れがあります。また**AI分野でのブランド力**がまだ弱い点も課題です。DNPは歴史ある大企業ですが、ITソリューションプロバイダーとしての知名度はIBMやMicrosoftに比べ低く、保守的な企業ほど「DNPで大丈夫か？」と不安に思う可能性があります。技術面ではLLMそのものは外部のものを使うと推測され、**コア技術の一部がブラックボックス**になり得ます。もし外部モデルに不具合や仕様変更が起きた場合、自社で制御しきれないリスクがあります（例えばOpenAIのAPI料金値上げ等）。さらに、サービスの内容上**成果が見えるまでに時間がかかる**のも弱点です。ナレッジ整備や定着には月単位のプロジェクトになるでしょうから、導入効果が即座にROIに現れにくく、短期志向の企業には受けにくいかもしれません。顧客企業内の協力（ノウハウ提供者の手間）も必要で、導入ハードルを感じさせます。最後に、対応領域が広い反面**特定領域への深さ**では専門ベンダーに劣る可能性があります。例えば工場の設備診断ノウハウなら日立系、医療の診療ノウハウなら医療IT企業、と既に各分野での実績を持つ競合には、DNPは新参者でもあります。そのため、顧客によっては「自社業界理解が深いベンダー」を選ぶケースもあるでしょう。

Opportunities（機会）： 市場環境を見ると、**日本全体で知識継承ニーズが高まっている**ことが最大の機会です。製造業を中心に、ベテラン退職による「2025年問題」は他人事ではなく、多くの企業が何らかの対策を模索しています。そのタイミングで生成AIという新技術の台頭が追い風となり、「これを使えば解決できるかも」という期待感が醸成されています。つまり**技術トレンドと課題意識の合致**が追い風です。また政府もDXや人的資本経営を後押ししており、大企業では知財やノウハウを資産計上する動きもあります。今後、**ナレッジマネジメントが企業評価指標**になる可能性すらあり、そうなれば本サービスの導入は企業価値向上策としても注目されるでしょう。さらに、生成AIブームのおかげで経営層への説得がしやすくなっています。「うちもAIを導入しよう」というトップダウンの声が増えており、その具体策として本サービスが提案しやすい土壌です。競合も増えていますが、マーケット自体が成長局面なので**競合各社と切磋琢磨しつつ全体の裾野が拡大**する段階にあります。またDNPにとって機会なのは、自社の事業ポートフォリオ転換です。印刷需要が縮小する中、デジタルBPOやコンサル領域への進出は将来の収益源確保につながります。既存取引先（例えば出版社や金融機関など印刷物を多用してきた顧客）に「印刷物をデータ化してAI活用しましょう」と提案できれば、新たな付加価値提供になります。海外展開のチャンスもあります。日本特有の課題ではありますが、少子高齢化は他国もいずれ直面しますし、膨大な文書からAIで知見抽出するニーズは普遍的で、DNPはグローバル展開も視野に入れていると考えられ、先行者利得を活かして**日本発ソリューションとして海外に輸出**できれば大きな機会になります。技術的にも、より高性能な日本語LLMが国産で開発されたり、OCRや音声認識が進歩したりすれば、本サービスの価値をさらに高める要素となるでしょう。要するに、**社会・技術の動向がこのサービスの必要性をますます増す方向**にあることが、追い風の機会と言えます。

Threats（脅威）： 競合分析でも触れましたが、**強力な競合の参入**は大きな脅威です。とりわけMicrosoftやGoogleなどプラットフォーム企業が企業内検索AIを標準機能化していくと、わざわざ外部ベンダーに頼らずとも社内IT部門がそれを使ってしまう可能性があります。例えば「M365 Copilotでだいたい用が足りる」となれば、DNPの出る幕はありません。また国内でも、日立をはじめ富士通・NEC・NTTデータなど信頼性の高いSierが似たサービスを提供すれば、顧客は付き合いのあるSier経由で導入するかもしれません。その際DNPは技術提供の下請けの立場に追いやられる危険もあります。価格競争も脅威です。先述のように大手IT企業は月額数千円規模の安価なAI機能を提供し始めていますので、DNPの高付加価値サービスとの差がクローズアップされます。「そこまで精度高くなくても良いから安いチャットAIで十分」という企業が大半なら、市場自体が伸び悩む恐れもあります。**生成AIブームの反動**もリスクです。現在は期待が先行していますが、万一AIの重大な失敗事例（情報漏えいや誤判断事故）が社会問題化したり、規制が厳しくなったりすれば、一転して企業が導入に慎重になる可能性があります。その場合サービスの売上計画にも狂いが生じるでしょう。技術面の脅威としては、**汎用AIのさらなる高機能化**があります。今後LLMが膨大な知識を自己完結的に持ち、外部データ参照なしでも専門質問に正確に答えられるようになると、RAGによるカスタム知識提供の価値が相対的に下がるかもしれません。例えば将来のGPTモデルが最新法令から過去マニュアルまで全部学習済みで、それを適切に引き出すだけでよくなる、といった状況です。そうなると、わざわざデータ整形して社内独自AIを構築する意義が薄れ、市場そのものが縮小するリスクがあります。もっとも現時点ではLLMの知識は限定的であり、この脅威が現実化するのはまだ先でしょう。もう一点、顧客側の要因として**ナレッジ継承問題の根本的解決が難しい**という側面も挙げます。AIを入れても、結局ノウハウ提供者が十分語れなければ知識は残りませんし、組織文化が属人主義のままでは活用されません。こうした**人的・文化的な障壁**はAIだけで乗り越えられないため、サービスの効果が限定的になる可能性があります。その場合「期待したほど成果が出ない」となり、導入取りやめや解約に繋がる恐れもあります。DNPは伴走支援でそのリスクを減らす努力をしていますが、最終的には顧客企業自身の変革が必要です。それが起きなければサービスとしての評価も伸び悩むでしょう。

総合評価： DNPノウハウ継承支援サービスは、**日本企業の喫緊の課題にマッチした先進的ソリューション**であり、現時点での評価はおおむね高いと言えます。強みで述べたように技術的優位性と包括支援体制を備え、早くも実証で成果を示している点は大きなプラス材料です。これは単なる概念実証に留まらず実務適用可能なレベルであることを意味し、導入企業にとっても魅力でしょう。知的資産の有効活用という観点から、企業価値向上や人材育成にも寄与し得る本サービスは、**DXと人的資本経営の交差点**に位置する有意義な取り組みです。今後、競合との競争や実運用での課題克服が求められますが、DNPは実践知を糧に着実にサービスをブラッシュアップしていくと期待できます。市場機会は大きく、うまく波に乗ればDNPの新たな看板事業に成長する可能性も秘めています。もっとも、過度な期待は禁物で、AI活用には慎重さも必要です。**社内ナレッ**

ジを活かす主体はあくまで人間であり、本サービスはそれを支える強力な道具に過ぎません。この点を踏まえ、DNPと導入企業が協力して効果を最大化していくことが重要でしょう。総じて、本サービスは**日本企業の持つ「暗黙知の宝庫」に光を当て、競争力強化につなげる有望なDXソリューション**であり、今後の展開に注目すべき価値があると言えるでしょう。

参考資料: 本レポートはDNPのニュースリリース、IT専門メディア記事、サービス紹介サイト等の公開情報に基づき作成しました。お問い合わせや詳細は各出典元をご参照ください。

1

1 生成AIの回答精度を向上させる独自のデータ整形技術を開発 | ニュース | DNP 大日本印刷

https://www.dnp.co.jp/news/detail/20170163_1587.html