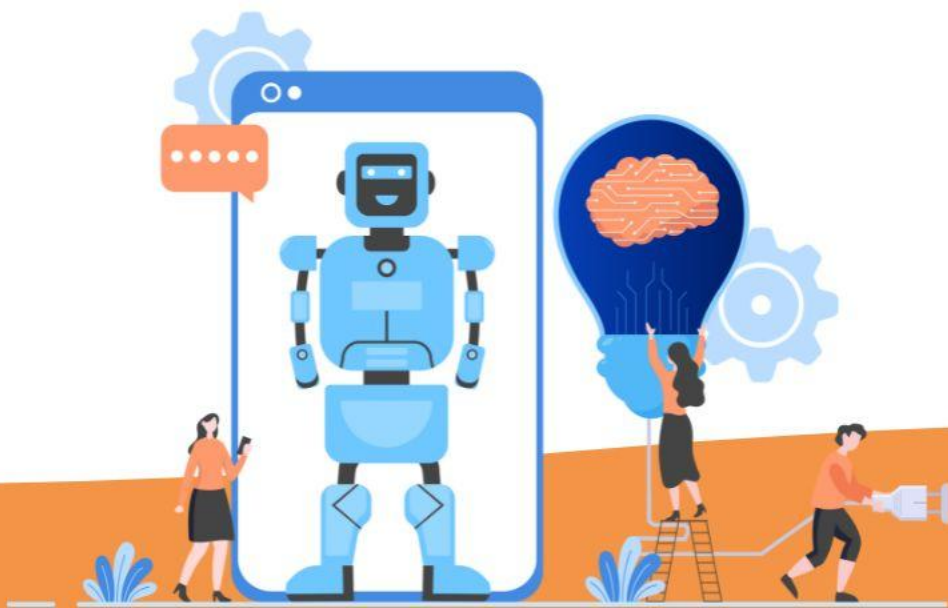




BCC株式会社

# 生成AI×営業

## 「ツールだけでは成果につながらない」 現場のための実践書



# INDEX

|           |                                           |     |           |                                  |           |
|-----------|-------------------------------------------|-----|-----------|----------------------------------|-----------|
| <b>01</b> | <b>はじめに</b><br>～AIで便利になったが、成果は出ない？～       | P.3 | <b>07</b> | <b>実践的育成</b><br>～観察→実践→省察のサイクル～  | P.9       |
| <b>02</b> | <b>生成AI普及で変わる営業現場</b><br>～知っておくべき6つのトレンド～ | P.4 | <b>08</b> | <b>AI時代の営業トレーニング</b>             | P.10      |
| <b>03</b> | <b>現場の課題</b><br>～便利さと成果のギャップ～             | P.5 | <b>09</b> | <b>人を育てることがAI時代の営業組織を強くする</b>    | P.11      |
| <b>04</b> | <b>人間力の重要性</b><br>～成果を生む営業に、人間力が必要な理由～    | P.6 | <b>10</b> | <b>今日から始める</b><br>～小さな実践が組織を変える～ | P.12      |
| <b>05</b> | <b>目指すべき営業スタイル</b><br>～AI活用度×現場対応力～       | P.7 | <b>11</b> | <b>まとめ</b><br>～人を育てることがAI活用の本質～  | P.13      |
| <b>06</b> | <b>人間力の3要素</b><br>～話す・聞く・整える～             | P.8 | <b>12</b> | <b>最後に・会社概要</b><br>BCC株式会社       | P.14～P.15 |

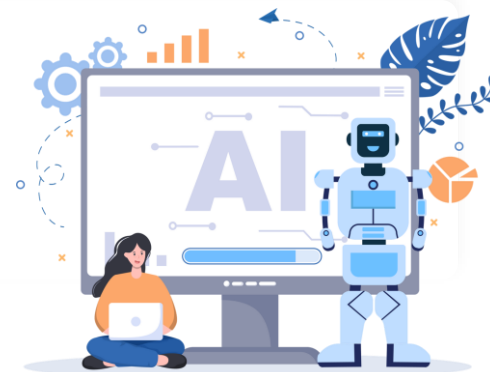


# はじめに～AIで便利になったが、成果は出ない？～

## 現状

### 生成AIによる劇的な「準備」の効率化

提案書作成、議事録要約、SFA入力などの準備業務はAIで大幅に短縮され誰もが「完璧な準備」を短時間で整えられるようになりました。



## 課題

### でも、現場では「成果が出ない」

「顧客の温度感が掴めない」「対話が深まらない」「決め手に欠ける」  
便利にはなったが、それが受注率や成約数の向上に直結していません。



AIによって、営業準備はこれまで以上に効率化されました。

しかし、商談の最終局面では、相手の反応を見てどう対応するかが、成果を左右しています。

本資料では、**AIを前提とした営業環境の中で、成果につながる考え方**を整理していきます。

# 生成AI普及で変わる営業現場～知っておくべき6つのトレンド～



## AIアシスタントの進化

ChatGPTなどのAIが、議事録作成やフォローメールなど、次取るべき行動を自動で提案するようになっていきます。

自動提案



## オンライン商談ルーム

顧客専用のWeb上の部屋を作り、資料共有・質問対応・進捗管理を一か所で完結できます。

情報の一元管理



## 商談内容の自動分析

録画した商談をAIが分析し、顧客が関心を示した点や懸念点をデータとして振り返ることができます。

客観的な振り返り



## 営業管理システムとAIの連携

営業システムに蓄積されたデータをAIが分析し、成約確度の高い案件や、優先すべき顧客を示してくれます。

優先順位の提案



## AIと人の役割分担ルール

提案書作成はAI、最終判断は人など、AIに任せる業務と人が担う判断を事前にルールとして整理します。

責任の明確化



## 社内情報の整理と活用

過去の提案書や成功事例、商品情報を整理し、AIに聞けば必要な情報をすぐに引き出せる状態をつくります。

社内ナレッジ活用

こうした仕組みによって、営業は以前よりも多くの情報を持ち、商談に臨めるようになってきました。その一方で、「それでも成果に繋がらない」という声も現場から聞こえてきます。

## 現場の課題～便利さと成果のギャップ～



### 便利になったこと（AI活用）

#### 📄 提案書ドラフトが即座に完成

資料準備の時間が大幅に短縮

#### 📋 議事録・要約の自動化

文字起こしと要約により、情報整理の負荷が軽減

#### 🗄️ SFA入力・リスト作成の自動化

営業活動に使える「物理的な時間」は増える



### それでも成果が出ない理由

#### 🌡️ 顧客の「温度感」が掴めない

相手の本気度や感情の揺れを見落とし、押し所を誤る

#### 🎭 会話がAI台本に依存し、浅くなる

AIの想定問答に頼りすぎ、会話が表面的になりがち

#### 👥 商談の進め方に、共通ルールがない

ツール活用が先行し、商談の進め方が整理されていない

多くの現場では、「どのツールを使うか」「どう効率化するか」が先行し、商談でどう話すか、**どう関係を築くかは個人のやり方に任されがち**です。その結果、成果にばらつきが生まれ、組織としての営業力が積み上がりにくくなっています。



# 人間力の重要性～成果を生む営業に、人間力が必要な理由～

AIをどこまで活用し、どこから人が勝負するのか。営業プロセスを分解すると、その境目が明確になります。

| フェーズ    | AI活用度 | 人間力必要性 | リアルタイム性 | 解説                          |
|---------|-------|--------|---------|-----------------------------|
| リード獲得   | ◎     | △      | 低       | AIで自動抽出・分類が可能（準備フェーズ）       |
| アプローチ設計 | ○     | ○      | 中       | 戦略設計や誰にどの順でアプローチするかは人の判断となる |
| 商談準備    | ◎     | △      | 低       | 資料生成はAIでOK／ストーリー設計は人となる     |
| 商談・提案   | △     | ◎      | 高       | 対話・空気感・温度差の読み取りが決定打         |
| クロージング  | X     | ◎      | 高       | 「いつ押すか？」の判断は完全に人の領域         |

AIは、情報整理や分析、準備の質を高めることには非常に優れています。  
一方で、**相手の反応を見ながら話を切り替える、迷いや不安に気づいて声をかける、場の空気を読み、判断を下す。**  
こうしたやり取りは、AIだけではカバーできません。



# 目指すべき営業スタイル～AI活用度×現場対応力～



# 人間力の3要素～話す・聞く・整える～



## 聞く力 (共感・傾聴)

相手の考えや気持ちを正しく受け取り、安心して話してもらうための力。

### ≡ 具体的行動例

- ・相手の話を遮らず、最後まで聞く
- ・表情や反応を見て、要点を言葉に返す

### ㄣ 行動指標

- ・相手が何を大事にしているのかを言語化できているのか
- ・認識のずれをその場で確認できているか



## 話す力 (伝え方・構成)

相手が理解し、判断できるように、情報を整理しながら伝えるための力。

### ≡ 具体的行動例

- ・伝える順番を相手に合わせる
- ・要点を整理して言葉にする

### ㄣ 行動指標

- ・相手が内容を正しく理解しているか
- ・次の行動が明確になっているか



## 整える力 (マナー・信頼感)

商談の空気や情報を整理し、相手が安心して判断できる状態をつくる力。

### ≡ 具体的行動例

- ・時間・約束を守り、場の信頼を保つ
- ・相手目線での丁寧な言葉遣い

### ㄣ 行動指標

- ・商談の要点が整理されているか
- ・次の行動が明確になっているか

ここまで見てきたように、営業成果を左右するのは、商談の場でのリアルタイムの対応力です。

その力は、感覚やセンスではなく、「話す」「聞く」「整える」という3つの行動に分解することができます。



# 実践的育成～観察→実践→省察のサイクル～

具体的行動

教育意図

1

## 👁️ 観察 (Observation)

商談ログ・録画の視聴  
先輩社員の商談への同席  
良い例・悪い例の比較分析  
AI解析結果の確認

気づく

## 💡 ポイント：言語化

「なぜ売れたのか？」を言葉にする  
顧客の温度が変わった瞬間を特定する  
自分とのギャップを認識させる

2

## 👤 実践 (Practice)

テーマ別ロープレ（雑談/反論処理）  
実際の商談での一部担当  
OJTによる現場実践  
AI相手の壁打ち練習

やってみる

## 🔗 ポイント：即時性

実践直後にフィードバックを行う  
「できたこと」と「改善点」を明確化  
小さな成功体験を積ませる

3

## 🔄 省察 (Reflection)

振り返りシートの記入  
録画を用いた自己レビュー  
1on1での深掘り  
次回アクションプランの作成

振り返る

## 🌱 ポイント：定着

無意識の行動を意識化する  
次回の具体的な行動目標を設定する  
成功パターンを自分のものにする

営業の対応力は、座学や知識だけでは身につけません。商談という現場の中で、**気づき、試し、振り返る**ことを繰り返すことで育っていきます。そのために有効なのが、「**観察 → 実践 → 省察**」のサイクルです。



# AI時代の営業力トレーニング



## デジタル活用スキル

AI・ツールの効果的な使いこなし方

### > プロンプト最適化

生成AIへの指示を改善し、提案や分析の質を高める

### ✎ SFA要約チェック & 再編集

自動生成された商談ログを整理し、次のアクションに繋げる

### 🗄️ 社内情報を活かしたAI活用

過去の事例や社内情報を活かし、商談準備を効率化する

### ≡ AIに任せる範囲を決める

定型業務をAIに任せ、人は判断と対話に集中する

+



## 現場対応スキル

顧客との信頼関係を築く実践力

### ? 相手の状況を想像して質問する

顧客の本音を引き出すため、仮設を持って質問する



### 話を聞き、認識をその場で揃える

相手の話を聴き、要点をその場で整理して返す



### 感情に配慮した「反論処理」

否定的な反応に対し、信頼を損なわずに冷静に対応する。



### 相手の反応を見て、合意を積み上げる

表情や声色から温度感を読み取り、合意内容を整理して共有する

AIは、営業を効率化するための道具です。しかし、成果を決めるのは、それをどう使い、どう振る舞うか。

**AIと人、両方を鍛える設計があつてこそ、営業力は組織に定着します。**



# 人を育てることが、AI時代の営業組織を強くする



## AIの精度を高めるのは人の力

AIが生成した提案書や要約も、最終的には人間が調整し、顧客に響くように仕上げる必要があります。  
営業担当者の判断力・感性・経験が、AIの出力を「使える武器」に変えます。



ポイント：AIは道具、使いこなすのは人



## 現場の「当たり前」が成果の土台

挨拶、時間を守る、話を最後まで聞く。こうした基本的な振る舞いこそが、顧客との信頼関係を築き、AIツールだけでは決して埋められない本質的を生み出します。



ポイント：地味だが確実な差別化要因



## 実践とフィードバックで人は育つ

ロールプレイ、商談ログの振り返り、1on1フィードバック。  
座学だけでは身につかない「その場での判断力」や「空気感」は、実践と振り返りの繰り返しでしか磨かれません。



ポイント：知識ではなく行動を変える



## 小さな実践が組織文化を作る

完璧な研修プログラムより、日々の小さな取り組みの積み重ね。  
週1回のロープレ、1商談1フィードバック。これらが習慣になれば、組織全体の営業力が確実に底上げされます。



ポイント：文化は仕組みから生まれる

AIが当たり前に使われる時代だからこそ、営業組織の差は、日々の商談に表れます。  
**人を育てるとは、商談で迷わず動ける共通の考え方をもち、それを続けられる組織**をつくることです。



# ■ 今日から始める～小さな実践が組織を変える～



## 01

### 1商談1フィードバックを必須化

商談後、上長や先輩と短い振り返りを行う。  
良かった点だけでなく、「なぜそう感じたのか」  
「次はどうするか」を会話の中で整理する。

#### EFFECT

商談ごとに振り返る習慣が付き、次に何を変えるかが明確になる。



## 02

### 週1回の振り返りロープレを実施

週1回、15～30分の短時間で  
実際の商談を振り返るロープレを行う。  
うまくいかなかった場面を再現し、  
次にどう話すかを試してみる。

#### EFFECT

頭で理解していることを、実際に口に出して体で覚える。  
現場での対応力が向上する。



## 03

### 「当たり前」を言語化して共有する

成果につながっている営業の  
商談の進め方を言葉にして整理する。  
話の聞き方や時間の守り方など、  
基本的な行動をチームで共有する。

#### EFFECT

商談での抑えるべきポイントが共有されることで、  
商談の質が向上する。

商談のあとに**少し立ち止まり、何が起きたのか、次はどうするかを振り返る。**  
その時間を、チームとして持ち続けることが大切です。  
こうした**小さな実践を積み重ねていくことで、組織としての営業力を支える土台が**  
形づくられていきます。



# まとめ～人を育てることがAI活用の本質～

「営業の成果は、事前準備だけで決まるものではなくなってきました。」

## 01 なぜAIだけでは成果が出ないのか

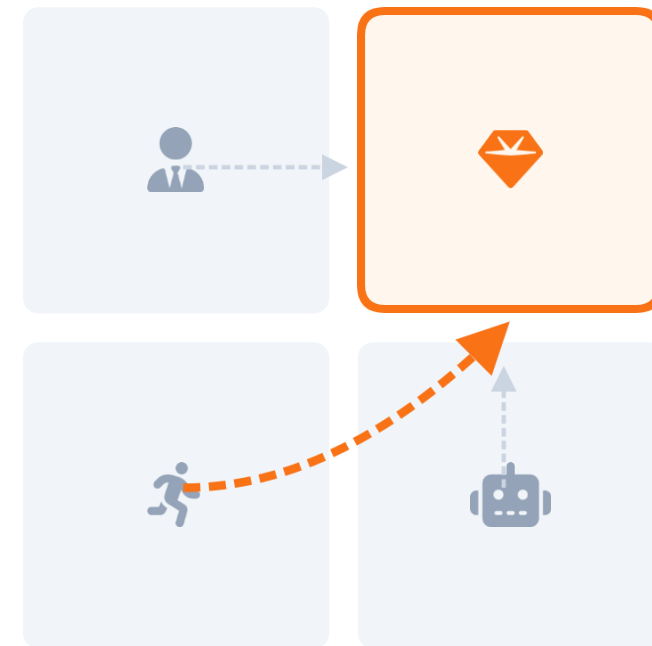
AIは準備を70%効率化します。しかし成約を決めるのは、商談の「最後の3分」における人間の洞察力と対話力。ツールは揃っている今、問われているのは営業担当者の「振る舞い」そのものです。

## 02 AI×人間力の両輪で、競合が真似できない組織を作る

AIの活用と、人の対応力。どちらか一方ではなく、両方を同時に高めていくことが重要です。その積み重ねが、他社と差がつく営業組織をつくります。

## 03 今日から始める。小さな習慣が組織を変える

1商談1フィードバック、週1回30分の共有会、商談前の5分ロープレ。壮大な計画より、明日から実行できる小さな行動の積み重ねが、チーム全体の営業力を底上げします。



人間力とAI活用を  
同時に高めるステージへ

## 最後に

私たちはこれまで、IT企業を中心に、多くの営業現場に関わってきました。

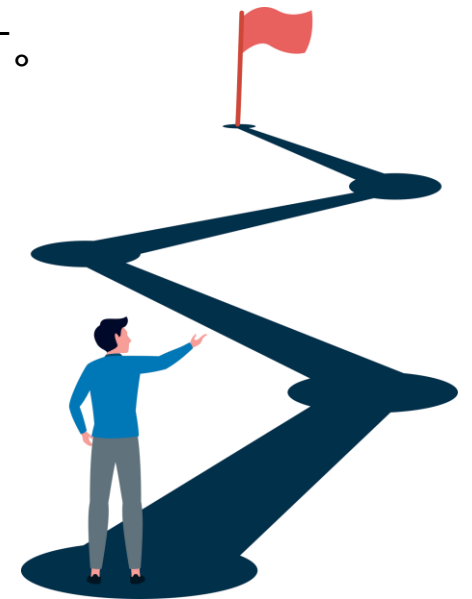
支援先の現場で、営業担当者一人ひとりの判断や行動が、商談の中で少しずつ変わっていく。

その状態を、現場と一緒につくることです。商談での気づきがそのまま終わらず、次の行動に活かされていく。

そうした環境づくりを支援先とともに積み重ねてきたことが、

AI時代の営業組織を支える、私たちの支援スタイルにつながっています。

詳しくはこちら >



# 会社概要

|         |                                                                                               |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| 商号      | B C C 株式会社                                                                                    |
| 事業所     | 東京本社：東京都千代田区外神田6-15-9 明治安田生命末広町ビル9F<br>大阪本社：大阪府大阪市中央区今橋2丁目5番8号 トレードピア淀屋橋ビル9F                  |
| 創立      | 2002年3月                                                                                       |
| 代表取締役社長 | 伊藤一彦                                                                                          |
| カンパニー名  | IT営業アウトソーシングカンパニー                                                                             |
| カンパニー長  | 松村健太                                                                                          |
| 主要部門    | ・ 営業アウトソーシング<br>・ ソリューション                                                                     |
| 許認可     | 一般労働者派遣事業（派27-302361） 有料職業紹介事業（27-ユ-302045）<br>プライバシーマーク認定（第10861424(07)号） 電気通信事業（E-28-03972） |
| 主要取引先   | 株式会社インターネットイニシアティブ(IIJ) 日鉄ソリューションズ株式会社<br>ダイワボウ情報システム株式会社 日本電気株式会社(NEC) 富士ソフト株式会社             |

