集客クラウド

会社紹介・サービス資料

営業AXの進め方と、料金の目安。

当社の営業部門で実運用し、月間商談数**2.3倍**を実証した「営業AIマネージャー」。その仕組みと導入の進め方、費用対効果の試算方法を1冊にまとめました。

集客クラウド株式会社｜2026年11月版

2.3倍

月間商談数 12件 → 28件/人（当社営業部門の実測）

営業活動ログ　AIが自動記録

	日時	顧客	記録
1	11/21 10:00	株式会社A	見積の質問に回答
2	11/21 11:30	B工務店	録音42分 → 記録作成済
3	11/21 13:05	D設備	通話メモを自動追加…

✓データはAIの学習に不使用　✓送信は担当者の承認後のみ　SECURITY ACTION 二つ星宣言

本資料で、3つのことがわかります。

01

導入後の姿が、具体的にわかる

規模も業種も始め方も異なる、8つの導入事例を掲載しています。課題、導入前の環境、進め方、期間と費用、効果、その後の支援まで1件ずつ記載しています。

→ 事例 P.11-19／画面の例 P.8-9

02

料金の目安がわかる

当社の料金は「月額×期間」の伴走型です。導入範囲ごとの月額と期間、導入後の保守費用の目安を掲載しています。

→ 伴走型の進め方 P.20-21／料金 P.22

03

費用対効果を、貴社の数字で試算できる

削減できる時間を人件費に換算する式と試算の例、貴社の数字を書き込める試算シートを掲載しています。

→ P.23-24

目次

01 会社紹介
理念と強み／会社概要／三つの事業

02 営業AX導入支援事業
機能と画面／当社の実績／導入事例8件／導入の流れ／料金／試算

03 AI導入・開発支援
AI導入／WEBサービス開発／AIエージェント開発

CHAPTER 01 — 会社紹介

本物の価値を、AIで正しく流通させる。

良い商品やサービスを持つ企業が、営業の仕組みの差で埋もれてしまう。当社は、営業や業務の進め方をAIで組み替え、この状況を変えていきます。価値あるものが、それを必要とする相手へ正しく届く。この状態をつくることが当社の理念です。

理念と強み　会社概要　三つの事業

01 — 当社の強みと概要

自分たちで使い、成果を確かめたものだけを提供致します。

1 自社で使っている

提供する仕組みは、当社の営業部門でも毎日運用しています。自社で効果を確かめた方法を、貴社へお届けします。

2 開発まで、自社で行う

AIの導入にとどまらず、WEBサービスやAIエージェントの開発まで自社のエンジニアリングチームが担います。既製品で足りない部分は開発して対応します。

3 業界に入り込む

業界の知見を持つパートナー企業と連携し、それぞれの業務の実態に踏み込んで支援します。

三つの事業

営業AX導入支援 ／ AI導入・WEBサービス開発・AIエージェント開発 ／ MEO支援

会社概要	
社名	集客クラウド株式会社
代表取締役	今井 宣聡
設立	2021年1月18日
資本金	2,800万円
所在地	〒107-0052 東京都港区赤坂3-1-16 BIビル6,7F
事業内容	営業AX導入支援事業、AI導入・WEBサービス開発・AIエージェント開発、MEO支援事業

CHAPTER 02 — 営業AX導入支援事業

営業は、
折衝だけに専念できる。

記録・追客・提案書・転記はAIへ。当社の営業部門で月間商談数2.3倍を実証した「営業AIマネージャー」を、
貴社の業務・既存のIT環境・予算に合わせて構築します。

7つの機能 / 画面の例 / 当社の実績 / 導入事例 8パターン / 導入の流れ / 伴走型の料金 / 費用対効果の試算 / 選択肢の比較

02 課題と、解決の考え方

記録と事務を人がやる仕組みの問題を、「営業AIマネージャー」が解決。

商談を終えても、仕事が終わらない
無駄と感じる業務「社内報告業務」38%（HubSpot Japan 2026）

状況が、聞かないとわからない
営業管理職の課題1位「属人化」35%（インゲージ 2025）

人が足りず、新規に手が回らない
営業の人手不足を感じている52.8%（Sansan 2025）

解決策は、新しいツールではありません。いまお使いのメール・カレンダー・スプレッドシートの中で、AIのマネージャーが働きます。

STEP 1
記録・保全
メール・録音・会議・電話を、ツール横断で自動記録

→

STEP 2
把握
全案件の状況と次のアクションを可視化

→

STEP 3
察知・助言
停滞や温度変化の兆候を先に察知し、伝達

→

STEP 4
代行
メール・転記・資料づくりを代行。送信は承認後のみ

→

✓経営
ダッシュボード
何も入力させずに、毎朝そろう経営数値

いまの環境に、そのまま接続　Google Workspace　Microsoft 365　Salesforce　Chatwork　Zoom　スプレッドシート / Excel　✓ツールの乗り換え不要

02 — 7つの機能

営業の定型業務を、7つの機能でAIへ移します。

1
商談・活動の記録

メール・録音・会議・電話を原本リンクつきで自動記録

45分 → 5分/日

2
案件状況の可視化

全案件の状況・次のアクション・担当者を一覧で把握

報告のための会議が消える

3
兆候の察知と助言

停滞・温度上昇・稟議入りを察知し「誰が・今日・何を」まで伝達

追客漏れ・失注の芽を先回りで潰す

4
メール・転記の代行

フォローメールの文面やCRM転記をAIが用意。送信は承認後のみ

承認フローつき

5
提案書・資料の作成

商談記録から提案書を下書き。人は数字と条件の確認だけ

3時間 → 20分

6
商談前の調査

相手企業の事業・ニュース・接点履歴を商談前に自動整理

60分 → 10分/社

7
新規開拓の支援

リスト作成から文面作成までAIが担当。人は送信先と文面の承認だけ

担当 3名 → 1名

✓
経営ダッシュボード

着地見込み・商談数・停滞リスクが、誰にも入力させずに毎朝そろう

マネジメント向け

数値は当社営業部門の実測（導入前後の比較）。導入する機能の組み合わせは、貴社の課題と予算に合わせて設計します。

02 — 画面の例 1/2 — 担当者の業務はこう変わる

記録は自動、案件の状況は聞かなくてもわかります。

X 営業活動ログ — 貴社のスプレッドシートのまま　AIが自動記録

流れ込む　✉ メール　🎙 録音　📅 会議　☎ 電話　›››　原本リンクつき

	日時	顧客	担当	記録（クリックで原本へ）
1	11/21 10:00	株式会社A	佐藤	見積の質問に回答 🔗
2	11/21 11:30	B工務店	田中	録音42分 → 記録作成済 🔗
3	11/21 13:05	D設備	佐藤	通話メモを自動追加…

活動ログ　商談記録　追客台帳

✓ 手入力ゼロ。営業は一文字も打たない
✓ 人が辞めても、記録は会社に残る

案件一覧 — 全員分がリアルタイム　自動更新

顧客	最終接触	状況	次のアクション
株式会社A	今日 10:00	順調	佐 見積を送付（承認待ち）
D設備	14日前	停滞	佐 今日中にフォロー連絡
E社	昨日 16:00	クロージング	田 契約書ドラフト準備
B工務店	今日 11:30	商談中	田 議事メモ共有（作成済み）

✓ 報告のための会議が消える
✓ 次のアクションと担当者が、案件ごとに明示される

画面はイメージです。表示内容は貴社の様式に合わせて構築します。

02 — 画面の例 2/2 — マネージャーと経営の仕事はこう変わる

AIが察知して助言し、代行し、経営数値まで毎朝そろえます。

今日の助言 — 優先度順　AIが助言

- ⚠️ D設備の追客が14日止まっています。今日の連絡を推奨 → 佐藤さん
- ⚡ 株式会社Aの検討温度が上昇。概算見積の先回り準備を提案 → 田中さん
- 💡 E社は稟議フェーズ。決裁者向けの費用対効果資料を提案 → 田中さん

✉ 下書き — 承認待ち　AIが下書き

宛先　D設備 ○○様　フォローメール

お世話になっております。先日のお見積りのご検討状況はいかがでしょうか。

CRM転記・提案資料の下書きも作成済み

担当者が確認して送信 →

経営ダッシュボード — 何も入力させずに、毎朝この画面　自動集計

今月の着地見込み（ヨミ含む）

3,120 万円　▲前月比 +18%



今月の商談数

86 件　▲+22件

記録率 100%（自動）

停滞・失注リスク

3 件

全件にフォロー提案済み

画面はイメージです。表示する指標は貴社の経営指標に合わせて設計します。

02 — 当社の実績 — 第1号導入先は当社営業部門

まず当社が使い、成果を出してからお届けします。

月間商談数（1人あたり）

2.3倍 12件 → 28件/人

提案書の作成 3時間 → 20分	商談前の調査 60分 → 10分/社
商談後の記録 45分 → 5分/日	新規開拓の担当 3名 → 1名で運用

いずれも当社営業部門の実測（導入前後の比較）。効果は業務内容・体制により異なります。

CASE 01 — 集客クラウド株式会社 営業部門　導入前 → 導入後

導入前 新規開拓はリスト作成から文面作成まで人力。1人が商談に使える時間は1日2時間弱でした。

転機 「リスト作成・文面作成・調査・記録」を全てAIへ移し、人は送信先と文面の承認、そして商談だけを担う体制に再設計しました。

導入後 月間商談数は1人あたり12件→28件。会議は報告の場から、次の一手を決める場に変わりました。

- ✓ 営業会議が、状況報告の場から次の一手を決める場に変わった
- ✓ マネージャーが報告を読まなくても、全案件の状況と次のアクションを把握できる
- ✓ 停滞しかけた案件に、兆候の段階で手を打てる

02 導入事例 — 8つのパターン

規模も、始め方も、8社8様。

月額25万円×2か月の最小構成から、月額70万円×8か月の全面導入まで。業種も既存環境も、起点となった課題も異なる8つの事例を掲載します。次のページから1件ずつご覧ください。

事例	業種	規模	起点となった課題	導入規模（月額×期間）	主な効果
CASE A	不動産売買仲介	25名・営業7名	売主への報告書・追客停滞	月35万×3か月	報告書45分→5分・内見1.8倍
CASE B	不動産賃貸仲介・管理	12名・営業4名	反響対応の遅れ	月25万×2か月	一次返信3時間→5分
CASE C	人材サービス	30名・営業4名	追客漏れ・属人化	月50万×6か月	アプローチ3倍・漏れ0件
CASE D	建設・設備工事	80名・営業8名	記録の持ち帰り・会議準備	月50万×5か月	会議準備2時間→30分
CASE E	専門商社（産業機器）	50名・営業6名	提案書が営業時間の3割	月45万×6か月	提案書4時間→40分
CASE F	製造業（部品メーカー）	120名・営業10名	SFAの形骸化	月70万×8か月	記録率3割→100%
CASE G	ITサービス（受託開発）	35名・営業5名	新規開拓の人員不足	月40万×3か月→拡大	商談数2.1倍
CASE H	広告・制作サービス	20名・営業3名	経営数値が見えない	月25万×2か月→拡大	着地見込みが毎朝自動

CASE A — 不動産売買仲介｜1/8

売主への業務報告書が、送る前に出来上がっています。

首都圏の売買仲介会社 / 従業員25名・営業7名 / 専任媒介中心・常時40物件前後 / スモールスタート → 拡大中

元々の課題

宅建業法で義務づけられた売主への業務処理状況の報告書が営業1人あたり週5〜8通。案内・電話の記録とあわせて夜間に溜まり、長期追客は停滞したまま失注していました。

導入前の環境

報告書はExcel帳票を手作業で使い回し。反響はポータルからのメール、顧客対応は個人の携帯電話。記録は営業個人のメモ頼みでした。

AX化の進め方

第1フェーズで報告書の作成を自動化（反響・内見・電話の記録を台帳へ集約し、AIが下書き、担当者が確認して送付）。第2フェーズで追客の停滞検知と当日のフォロー提案を加えました。Excelの様式はそのままで、ツールの乗り換えはありません。

期間と費用

伴走 月額35万円 × 3か月

現在：保守・定期カスタマイズ 月額10万円

報告書の作成（1通）

45分 → 5分

追客の停滞案件

常時10件前後 → 0件

月間の内見・案内件数

1.8倍

現在・次の一手　月次の定例で運用を調整しながら、反響の一次対応と新規媒介獲得（売主開拓）へのAX拡大を協議しています。

CASE B — 不動産賃貸仲介・管理｜2/8

反響への一次返信が、3時間から5分に。

地方都市の賃貸仲介・管理会社 / 従業員12名・営業4名 / 管理戸数900戸 / 最小構成（ツール導入＋1業務）

元々の課題

ポータル反響への一次返信は平均3時間後。夜間や定休日の反響は翌営業日の対応になり、来店予約を取りこぼしていました。

導入前の環境

賃貸管理システム＋メール＋LINE公式。反響対応は手すきの者が行う属人運用でした。

AX化の進め方

最小構成で始めました。反響メールをAIが即時に解析し、物件確認と内見候補日を添えた返信を下書き。担当者はスマートフォンで承認して送信するだけで、反響台帳も自動で残ります。

期間と費用

伴走 月額25万円 × 2か月

現在：保守 月額10万円

一次返信（承認待ち含む）

平均3時間 → 5分

来店予約率

1.4倍

反響の記録漏れ

0件

現在・次の一手　繁忙期（1〜3月）前に、追客の停滞検知と管理オーナーへの報告の自動化を追加する予定です。

CASE C — 人材サービス｜3/8

「追客漏れゼロ」を、根性ではなく仕組みで実現。

人材紹介・派遣会社　従業員30名・営業4名　求人企業と求職者の両面対応　標準導入

元々の課題

案件が増えると追客が漏れ、機会損失が常態化していました。状況の把握は営業個人の記憶頼みで、「あの件はどうなった？」という確認のやり取りが社内に溢れていました。

導入前の環境

Google Workspace＋スプレッドシートの案件表（更新は不定期）＋電話中心の営業。

AX化の進め方

記録の自動化（メール・電話・面談録音を案件台帳へ）から始め、2か月目に全案件の可視化、4か月目に停滞検知と当日フォロー提案の毎朝配信、フォローメールの下書きへと広げました。送信は承認後のみです。

期間と費用

伴走 月額50万円 × 6か月

現在：保守・定期カスタマイズ 月額15万円

月間アプローチ数

80件 → 240件

追客漏れ

0件（停滞は当日フォロー）

状況確認の会話

社内からほぼ消滅

現在・次の一手　求人側と求職者側の条件マッチング提案（AIによる候補の提示）を構築しています。

CASE D — 建設・設備工事｜4/8

現場から戻っても、記録はもう終わっています。

設備工事会社 | 従業員80名・営業8名 | 車移動が1日2〜3時間 | 標準導入

元々の課題

記録・報告書類の作成が夜間と週末にずれ込み、週次会議の準備（案件状況の取りまとめ）には毎回2時間かかっていました。

導入前の環境

Microsoft 365＋紙とExcelが混在した報告書類。現場の打合せ内容は担当者の手帳にしか残っていませんでした。

AX化の進め方

車中の通話と現場打合せの録音を記録の起点にしました。録音から記録と週次報告を自動作成し、案件一覧は常時更新。会議は資料づくりなしで始められる形にしました。

期間と費用

伴走 月額50万円 × 5か月

現在：保守 月額15万円

週次会議の準備

2時間 → 30分

記録・報告の持ち帰り

0件

商談後の記録

45分 → 5分/日

現在・次の一手　営業部門での定着を確認し、積算・見積部門への展開を設計しています。

CASE E — 専門商社（産業機器） | 5/8

提案書に追われる毎日から、中身を磨く毎日へ。

産業機器の専門商社 / 従業員50名・営業6名 / 検討期間3〜6か月の提案型営業 / 標準導入

元々の課題

見積・提案書の作成が営業時間の3割を占めていました。提案の質はベテランの経験に依存し、若手の提案がなかなか通らない状態でした。

導入前の環境

販売管理システム＋スプレッドシート。提案書はPowerPointで個人がゼロから作成。

AX化の進め方

過去の受注提案を分析して「勝ちパターンの型」を定義しました。商談記録から提案書をAIが型どおりに下書きし、人は数字と条件を確認するだけです。商談前の企業調査も同時に自動化しました。

期間と費用

伴走 月額45万円 × 6か月

現在：保守・定期カスタマイズ 月額20万円（提案テンプレートの定期改善を含む）

提案書の作成

4時間 → 40分

商談前の調査

60分 → 10分/社

若手の提案

ベテランの型で標準化

現在・次の一手　月次で受注・失注データを型へ反映する改善サイクルを運用しています。

CASE F — 製造業（部品メーカー） | 6/8

入力されないSFAを、入力不要の仕組みに。

部品メーカー | 従業員120名・営業10名 | Salesforce導入済み（3年前） | 全面導入

元々の課題

SFAの入力率が3割を切り、形骸化していました。会議のたびに入力の号令がかかるものの、営業に入力の時間がありません。経営は結局、月末の手集計を見ていました。

導入前の環境

Salesforce＋Outlook＋Teams。データはあるものの分断され、入力は営業任せでした。

AX化の進め方

「人に入力させる」運用をやめました。メール・会議・電話からAIがSalesforceへ自動で記録する接続をつくり、全案件の可視化、兆候察知と助言、経営ダッシュボード（着地ヨミ・商談数・停滞リスク）まで一式を8か月かけて段階的に構築しました。

期間と費用

伴走 月額70万円 × 8か月

現在：保守・定期カスタマイズ 月額30万円

SFAの記録率

3割 → 100%（自動）

経営数値の手集計

月8時間 → 0

営業会議

報告の場 → 次の一手を決める場

現在・次の一手　海外営業部門への展開を進めています。既存のSFA資産を活かした再生パターンです。

CASE G — ITサービス（受託開発）｜7/8

新規開拓の担当を増やさずに、商談数を2倍に。

業務システムの受託開発会社　従業員35名・営業5名　既存深耕に手一杯で新規が後回し　段階拡大（スモール → 標準）

元々の課題

新規開拓に割ける人員がおらず、リスト作成・文面作成・送付・追跡をやり切る余力が営業に残っていませんでした。

導入前の環境

Google Workspace＋スプレッドシートの顧客リスト。新規開拓は「余力があればやる」状態でした。

AX化の進め方

新規開拓のAX化から着手しました（リスト作成・文面作成・調査はAIへ移し、人は送信先と文面の承認のみ）。3か月で成果を確かめ、記録と案件把握へ範囲を広げる2段階の導入です。

期間と費用

第1期 月額40万円×3か月 → 第2期 月額50万円×4か月

現在：全面導入（経営ダッシュボード含む）を協議中

新規開拓の実働

営業5名の残業枠 → 1名の承認のみ

月間商談数

2.1倍

新規経由の受注

四半期で3件

現在・次の一手　小さく始めて、効果を数字で確認してから広げた、段階拡大の代表例です。

CASE H — 広告・制作サービス｜8/8

社長が毎朝見る画面から始めました。

広告・販促物の制作会社 | 従業員20名・営業3名 | 代表が営業を兼務 | 段階拡大（ツール導入のみ → 記録・把握）

元々の課題

代表が「今月いくらになりそうか」を把握できず、月末にならないと着地が見えませんでした。見積の提出漏れも四半期に数件発生していました。

導入前の環境

Google Workspaceは契約済みだが活用されず、案件管理は各自のメモとチャットでした。

AX化の進め方

経営ダッシュボードを起点に、逆算して構築しました。まずGoogle Workspaceの整備とAI環境の導入（ツール導入のみの最小構成）から始め、見積・案件の記録の自動化、着地見込みの毎朝の自動更新へと進めました。

期間と費用

第1期 月額25万円×2か月 → 第2期 月額35万円×3か月

現在：保守 月額10万円

着地見込みの把握

月末の手計算 → **毎朝自動**

見積の提出漏れ

0件

代表の営業時間

週**+1日**

現在・次の一手 兆候察知・助言の追加を検討しています。

02 導入の流れ ― 標準導入（6か月）の例

無料相談から運用定着まで、月単位でこう進みます。

契約前 **無料相談・ヒアリング**	30分のオンライン相談で現状と課題を伺い、AI化すべき業務を一緒に整理します。**課題の整理メモ・最初に導入する範囲のご提案・概算の費用感**をお渡しします。導入を決めていなくても構いません。
1か月目 **業務分析・設計・見積り**	営業の業務フロー・既存ツール・データの実態を分析し、AI化する範囲と優先順位を設計します。**月額×期間の個別見積り**をご提示し、合意の上で構築に入ります。
2〜4か月目 **構築（週次定例）**	貴社の環境に接続して構築します。**週次の定例で現場の声を反映しながら作る**ため、完成してから「使われない」が起きにくい進め方です。優先度の高い業務から順にテスト運用を始めます。
5〜6か月目 **運用定着**	全員での本運用へ移行します。使われ方のデータを見ながら調整し、**効果を数字で測定**します。現場への説明会・運用ルールの整備までここで行います。
7か月目〜 **保守・定期カスタマイズ**	月額10万〜30万円の保守・定期カスタマイズへ移行します。業務の変化に合わせて仕組みを更新し、効果を見ながら**範囲を広げて**いきます。

スモールスタート（1業務）の場合は2〜3か月に短縮されます。構築の目安は約3か月、運用定着までを含めた伴走期間の例が6か月です。

02 伴走型の強み ― なぜ「月額×期間」なのか

納品して終わりではなく、毎日使われるまでが仕事。

1 成果物は「システム」ではなく「使われる仕組み」

AI導入の失敗の典型は、完成したのに現場で使われないことです。当社の契約範囲は構築だけでなく運用定着まで。使われて初めて完了です。

2 週次定例で、現場と一緒に作る

毎週、現場の声を仕組みへ反映します。要件を固めてから数か月後に納品する請負開発と違い、ずれがその週のうちに直ります。

3 範囲を、途中で組み替えられる

月額×期間の契約では、効果の出た業務を深め、効果の薄い業務を入れ替える判断を伴走の途中で行えます。一括請負のような「仕様変更」の扱いになりません。

4 構築後も、仕組みが業務に追従する

導入完了後は保守・定期カスタマイズ（月額10万〜30万円）へ移行します。業務や体制の変化に合わせて仕組みを更新し続けるため、作って終わりの劣化が起きません。

伴走期間中に毎週行うこと　定例ミーティング ／ 現場ヒアリング ／ 業務フロー・AIの調整 ／ 効果測定レポート

02 — 料金の目安

料金は「月額 × 期間」。すべてヒアリングの上、個別見積りです。

導入費用 ＝ 伴走の月額 × 伴走期間 ｜ 例：標準導入 = 月額50万円 × 6か月

SMALL
スモールスタート
月額25万〜40万円
× 2〜3か月
1業務のAI化から。商談記録・報告書の自動作成のみ、など。Google Workspace・Slack等のツール導入のみのご依頼も承ります。

STANDARD — 例：月額50万円 × 6か月
標準導入
月額45万〜55万円
× 5〜6か月
記録・案件把握・メール/転記の代行など主要業務のAI化。構築から運用定着までの伴走を含みます。

FULL
全面導入
月額60万円〜
× 6か月〜
営業AIマネージャー一式。助言・新規開拓支援・経営ダッシュボードまで含めた営業組織の再設計。

導入完了後
保守・定期カスタマイズ：月額10万〜30万円（内容により変動）

別途かかる実費
サーバー費用・ツール利用料・AIクレジット等

月額と期間はいずれも目安です。対象業務・既存システム・導入範囲・開発の必要性により変動するため、正式なお見積りは無料相談とヒアリングののちにご提示します。

02 費用対効果の試算

削減できる時間を、人件費に換算します。

当社実測の削減時間をもとに、費用対効果は次の式で試算できます。

①削減時間（月・1人あたり）	×	②時給換算の単価	×	③営業人数	=	月間の削減額（人件費換算）
約34時間		月給 ÷ 160時間		貴社の人数		試算結果

①の内訳 — 当社実測の削減時間（1人あたり・月20営業日）

業務	導入前 → 導入後	月間の削減
商談後の記録	45分 → 5分/日	約13.3時間
商談前の調査	60分 → 10分/社（月12件の場合）	約10.0時間
提案書の作成	3時間 → 20分（月4本の場合）	約10.7時間
合計		約34時間/月

試算の例 — 営業5名・平均月給40万円の場合

時給換算：40万円 ÷ 160時間 = 2,500円

34時間 × 2,500円 × 5名

月42.5万円

年間換算 約510万円の人件費に相当

削減時間は当社営業部門の実測にもとづく参考値です。商談件数・提案本数・給与水準は貴社の実態に置き換えて試算してください。削減した時間は、商談や追客など売上をつくる活動に充てられます。

02 — 試算シート

貴社の数字を書き込めば、その場で試算できます。

記号	項目	記入のしかた	貴社の数字
A	営業担当者の人数	営業・追客・提案を行う人数	
B	平均月給（円）	賞与・社会保険料を含めるとより実態に近づきます	
C	時給換算の単価（円）	C = B ÷ 160時間	
D	削減時間（時間/月・1人）	当社実測の参考値：34時間（前ページの内訳を貴社の件数で調整）	
E	月間の削減額（円）	E = A × C × D	
F	年間の削減額（円）	F = E × 12か月	

試算した数字を、無料相談にお持ちください。

貴社の業務内容を伺ったうえで、削減時間の見込みと導入範囲を当社が精査します。時間の削減だけでなく、商談数の増加まで含めた効果の出し方を一緒に考えます。

無料相談（30分・オンライン）
費用なし・導入を決めていなくても構いません

02 選択肢の比較

AIで営業を変える方法は3つ。仕組みが残るのは、1つです。

	AIツールを導入する	コンサルティングを受ける	当社に依頼する
手に入るもの	ツールの利用権	分析と提案資料	◎ 動き続ける営業の仕組み
業務の再設計	△ 自社で行う必要がある	○ 設計まで。構築は別会社	◎ 設計から構築まで一体
既存環境のまま	△ ツールへの移行が前提	○ —	◎ いまのメール・スプレッドシートに接続
現場への定着	△ 支援の範囲外になりがち	△ 実行は自社任せ	◎ 運用・定着まで伴走
提供者の実証	△ —	△ —	◎ 当社営業部門で毎日使用（商談数2.3倍）

ツールでも、資料でもなく。**成果の出る営業の仕組みそのもの**を貴社に残します。

02 — 安心して任せられる設計

AIに任せる範囲は、人が決めます。

最終判断は、必ず人

メールの送信・提案などの重要な判断は、担当者の承認を必ず通す運用設計で構築します。AIが勝手に顧客へ送信することはありません。

データはAIの学習に不使用

お預かりしたデータは、貴社の業務のためだけに利用します。

いまの環境に、そのまま接続

Google Workspace・Microsoft 365・Salesforceなど。新しいツールへの乗り換えや、データの移行は不要です。

SECURITY ACTION 二つ星宣言

IPA（独立行政法人情報処理推進機構）が推進する情報セキュリティ対策の自己宣言制度で、二つ星を宣言しています。

02 — 営業×AIのTips ― 当社の運用から

成否を分けるのは、ツールではなく運用の設計。

TIP 1 記録は「録音」から始める

AIの出力の質は、入力の質で決まります。商談・電話の録音を記録の起点にすると、人がメモを取る文化のまま始めるより、記録の精度と漏れのなさが大きく上がります。

TIP 2 AIの実行は、承認フローとセットで入れる

顧客に届くものはすべて人の承認を通す。この一線を最初に引くと、現場は安心してAIに業務を渡せます。承認の手間は、文面をゼロから書く手間よりはるかに小さいものです。

TIP 3 最初の対象は「毎日発生する定型業務」

頻度の高い業務ほど、削減効果が早く数字に表れます。当社では商談後の記録から着手し、効果を確認してから調査・提案書・新規開拓へと広げました。

TIP 4 浮いた時間の使い道を、先に決めておく

時間の削減はゴールではありません。浮いた時間を商談・追客のどこに充てるかを導入前に決めておくと、コスト削減が売上の増加につながります。当社の商談数2.3倍は、この時間の使い直しの結果です。

CHAPTER 03 — AI導入・開発支援

営業以外のAI化も、当社で完結します。

営業AXの仕組みは、当社自身のエンジニアリングチームが開発しています。その開発力で、営業領域にとどまらず、AI導入・WEBサービス開発・AIエージェント開発を企業向けに提供しています。

AI導入

無料診断から始め、3か月で「動く1本」をつくる伴走型です。生成AIの環境整備から業務への組み込み、定着まで対応します。

WEBサービス開発

戦略の上流設計から制作・公開後の運用まで。業務システム・WEBサービスを一貫して開発します。

AIエージェント開発

要件整理から開発・運用まで。既存ツールで足りない部分は、業務に合ったAIエージェントを設計・開発します。

03 — 対応する技術領域と、お客様の声

技術の言葉ではなく、工数と利益の言葉で設計します。

対応する技術領域

- ✓ 生成AIの業務活用（ChatGPT・Claude・Gemini・Copilot等）
- ✓ AIエージェント・業務自動化の開発
- ✓ WEBサービス・業務アプリケーションの開発
- ✓ 既存環境との連携（Google Workspace・Microsoft 365・Salesforce等）
- ✓ 社内データの活用環境の整備
- ✓ 導入後の運用・定着支援

AIに特化したエンジニアのネットワークを自社で運営しています。既存ツールの導入・連携で足りる場合は、独自開発を行いません。

お客様の声（AI導入・開発支援）

専門商社｜従業員40名｜AI導入支援

「問題はツールではなく『決め方』でした。いまは新人がAIを使いこなしています。」

リフォーム会社｜従業員15名｜建築業務のAI自動化

「見積もりの返信が速くなり、受注が増えました。」

人材サービス業｜営業12名｜AI営業コーチング

「新人の立ち上がりが早くなりました。」

03 — AI導入のTips ― 開発部門の知見から

導入を成功させる企業は、始め方が違います。

TIP 1 小さく作り、数字で確かめてから広げる

最初から全社導入を目指すと、要件が膨らみ定着しません。まず1業務で「動く1本」をつくり、効果を数字で確認してから対象を広げるのが最短の道筋です。

TIP 2 効果が見込めない導入は、見送る

AIは万能ではありません。当社は診断の結果、効果が見込めない場合は導入の見送りを助言します。やらない判断も、AI活用の一部です。

TIP 3 判断は工数と利益の言葉で行う

「精度が高い」「最新モデル」ではなく、「何時間減るか」「利益がいくら変わるか」で投資判断を行います。技術の選定は、その目標から逆算して決まります。

TIP 4 ゴールは納品ではなく、毎日使われること

システムは完成した日ではなく、現場で毎日使われるようになった日に価値を生み始めます。運用ルールづくりと定着支援まで含めて、導入計画を設計してください。

集客クラウド

まずは、貴社の業務と課題を
お聞かせください。

何をAI化すべきか、どこから始めるべきかを一緒に整理します。

導入を決めていなくても構いません。

無料相談を申し込む

費用なし・オンライン・30分

https://shukyaku-cloud.com/ax/contact/

集客クラウド株式会社｜代表取締役 今井 宣聡

〒107-0052 東京都港区赤坂3-1-16 BIビル6,7F

本資料の内容を許可なく転載・複製することはご遠慮ください。記載内容は2026年11月時点のものです。