

FULLFACT独自分析レポート

営業AI実装成熟度レポート 2026

メール作成・商談記録・リード選別から、営業プロセスの再設計へ

ABSTRACT

営業AIの成熟度は、文章作成の効率化ではなく、顧客情報、商談プロセス、フォロー、CRM更新に組み込んでいるかで決まる。国内外の公開資料を再分析し、AIを業務で継続して使うための確認項目を整理する。

EXECUTIVE SUMMARY

主要論点

営業AIの成熟度は、文章作成の効率化ではなく、顧客情報、商談プロセス、フォロー、CRM更新に組み込んでいるかで決まる。

01 営業・マーケはAI利用の入口

U.S. Census Bureauでは、AI利用企業の機能別利用で営業・マーケティングが52%と最も多い。

02 戦略・事業開発も高い

同じ米国データでは、戦略・事業開発45%、IT41%も多く、営業AIは企画・顧客戦略と近い。

03 範囲はまだ狭い

AI利用企業の57%はAIを3つ以下の事業機能に限定している。営業だけで完結しない設計が課題になる。

04 コンテンツ生成で止まりやすい

IMDAでは、マーケティング・コミュニケーション機能では文章・画像生成が主用途として示される。営業成果にはデータ連携が要る。

05 成果企業はワークフローを変える

McKinseyは、AI高成果企業がワークフロー再設計や変革実行に違いを持つと整理している。

06 営業AIは人間の接点設計とセット

Gartnerは、AI-enabled next best actionsを提供する営業組織の商業成長達成可能性が2.6倍高い一方、B2B buyersでは人間の営業担当者が購買を前に進める割合がGenAIより28ポイント高いと示す。

READING NOTE

本ページの論点は、AIの利用率を増やすことそのものではなく、業務で継続して使える状態をどう作るかに置く。数字は導入済みか未導入かの判定ではなく、どの層で摩擦が起きているかを見るために使う。

IMPLEMENTATION VIEW

最初に確認する対象は、利用者数、契約ツール数、研修受講者数ではない。対象業務、利用データ、確認者、ログ、改善責任がそろっているかを見れば、PoCから運用へ進める余地が見える。

KEY DATA

52% をどう読むか

米国AI利用企業で営業・マーケティングにAIを使う割合を起点に、利用経験、企業方針、職場利用、業務機能への組み込みを分けて見る。

営業・マーケ	52%	米国AI利用企業の機能別利用	U.S. Census
戦略・事業開発	45%	同上	U.S. Census
IT	41%	同上	U.S. Census
3機能以下	57%	米国AI利用企業の利用範囲	U.S. Census
AI高成果企業	約6%	McKinsey定義	McKinsey
AI採用企業	88%	少なくとも1機能で定常利用	McKinsey
AI agents利用	54%	営業チームの現在利用	Salesforce
毎日AI利用	56%	B2B sales professionals	LinkedIn

注: 各調査は対象国、母集団、調査時点、設問定義が異なる。数値は単純な順位表ではなく、AI実装のどこに摩擦があるかを読むための材料として扱う。

MEASUREMENT

個人利用、企業方針、職場利用、事業機能への展開は、それぞれ別の測定単位である。高い数字と低い数字を直接つなぐのではなく、どの層で設計が止まっているかを分けて読む。

INTERPRETATION

FULLFACTの分析では、AI実装の差はツール選定よりも、業務プロセス、データ、責任体制、学習機会、ガバナンスの有無として表れる。数字はその仮説を検証するための入口である。

ANALYSIS

利用率ではなく、業務に残る条件を見る

営業AIは、メール文面、議事録、提案書ドラフトなどから始めやすい。だが、この使い方だけでは営業プロセス全体の成果にはつながりにくい。

成果に近づけるには、商談履歴、顧客属性、商品情報、提案パターン、失注理由を使える状態にする。AIはCRMの外側に置く便利ツールではなく、営業プロセスの更新点として扱う。

営業AIの成熟度は、リード選別、初回接触、商談準備、議事録、提案、フォロー、失注分析のどこにAIを入れるかを明確にすることで測れる。

営業AIの成熟度は、文章作成の効率化ではなく、顧客情報、商談プロセス、フォロー、CRM更新に組み込んでいるかで決まる。

この論点を業務へ落とすと、見るべき対象はツール名ではない。どの業務で使うか、どのデータを使えるか、誰が確認するか、どの成果指標で継続判断するかである。

AIの導入は、利用者数が増えた時点ではまだ途中である。業務フローに入り、確認と改善の責任が置かれ、現場が迷わず使える状態になって初めて、企業の成果に近づく。

IMPLEMENTATION CHECK

実行に向けた確認項目

商談前	顧客情報、業界情報、過去接点から仮説を作る。
商談中	記録と要点整理を支援し、営業担当者の対話負荷を減らす。
商談後	次アクション、提案骨子、CRM入力を標準化する。
マネジメント	案件停滞、失注理由、フォロー漏れを可視化する。
品質管理	過剰表現、未確認情報、価格・契約条件の誤記を確認する。

この確認項目は、全社一斉導入の前に使う。成果を測りやすく、確認責任を置ける業務に絞った方が、運用に残りやすい。

START SMALL

初動では、全社に広げる前に一つの業務を選ぶ。業務頻度、利用データ、確認者、リスク、成果指標が見える業務を選ぶと、判断が早くなる。

SCALE LATER

拡張時には、成功したプロンプトや手順だけでなく、使えなかった理由、修正履歴、例外処理を残す。失敗ログを残すほど、次の部門へ展開しやすい。

RISK & EDITORIAL VIEW

避けるべき進め方

AIツールの比較だけで導入判断を終えると、現場で使う条件が残らない。全社員向けの一般研修だけでも、業務ごとの確認責任や入力情報の扱いは決まらない。

PoCの出力品質を本番運用の成果と混同すると、確認者、ログ、更新者、KPIが空白になりやすい。AI実装では、使った結果をどう確認し、どう直し、どう続けるかを見る。

導入の主語を「全社」に置きすぎる進め方も避けたい。部門や業務によってデータの所在も確認責任も異なるため、規模や部門を問わず、業務単位で進め方を決めるほうが定着しやすい。

外部パートナーを使う場合も、ツールの納品で終わる支援は選ばない。業務の分解、確認ルール、運用責任まで残る形で進めると、社内に判断の型が蓄積する。

営業AIは、文章を速く作るだけでは成果に届きません。商談の前後で何を判断し、どの情報をCRMに残し、次の提案にどう使うかまで設計して初めて、営業プロセスの改善になります。

株式会社FULLFACT

代表取締役 足達彩人

SOURCES

主要出典

- 1 U.S. Census Bureau, The Microstructure of AI Diffusion**
<https://www.census.gov/library/working-papers/2026/adrm/CES-WP-26-25.html>
- 2 IMDA, Singapore Digital Economy Report 2024/2025**
<https://www.imda.gov.sg/resources/press-releases-factsheets-and-speeches/factsheets/2024/ar-sgde-2024>
- 3 Gartner, Sales AI and Next Best Actions Survey**
<https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2026-05-20-gartner-survey-finds-sales-organizations-that-provide-ai-enabled-next-best-actions-are-two-point-six-times-more-likely-to-achieve-commercial-growth>
- 4 Salesforce, State of Sales 7th Edition**
<https://www.salesforce.com/en-us/wp-content/uploads/sites/4/documents/reports/sales/salesforce-state-of-sales-report-2026.pdf>
- 5 LinkedIn, The ROI of AI in B2B Sales**
<https://news.linkedin.com/2025/the-roi-of-ai--new-research-on-how-ai-is-transforming-b2b-sales>
- 6 IPA 『DX動向2025』**
<https://www.ipa.go.jp/digital/chousa/dx-trend/dx-trend-2025.html>
- 7 McKinsey, The State of AI: Global Survey 2025**
<https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai>
- 8 総務省『令和7年版 情報通信白書 概要資料』**
<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r07/summary/summary01.pdf>
- 9 総務省・経済産業省『AI事業者ガイドライン 第1.2版』**
https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/ai_shakai_jisso/20260331_report.html

注: 出典ごとに対象国、母集団、調査時点、設問定義が異なる。本文では単純な順位表ではなく、AI実装の論点を読む材料として扱う。

NEXT STEP

AI実装の論点を、対象業務・データ・責任体制まで整理する。

FULLFACTでは、本レポートで整理した観点をもとに、AI実装で最初に扱う業務、利用できるデータ、責任体制、確認ルールを整理する無料顧問制度を10枠限定で案内しています。

必要に応じて、業務・データ・組織体制を確認するAI実装診断も活用できます。

<https://fullfact.net/contact>

PRIMARY OFFER

10枠限定 無料顧問制度

1. 対象業務の選定
2. 利用データの棚卸し
3. 責任者・確認ルールの整理

SECONDARY

AI実装診断