

営業AIエージェントの現状と未来展望

概要（サマリー）

営業AIエージェントとは、営業担当者に代わって見込み客のアプローチや提案作成、フォローアップなど一連の営業業務を自律的に実行するAIシステムです^{① ②}。従来の営業支援ツール（SFAやCRMなど）が人の入力や分析を助ける「道具」だったのに対し、営業AIエージェントは人間の代わりに考え行動する「デジタル営業人材」として位置づけられます^{③ ④}。本レポートでは、営業AIエージェントの定義と機能、主要な国内外のサービス、導入事例や成功例、技術的な能力と限界、生成AI（大規模言語モデル；LLM）の進化による影響、将来の市場規模予測とトレンド、さらには普及によって生じうる雇用・プライバシー・倫理上の課題について詳しく解説します。それぞれの項目で最新の出典情報を引用しつつ、図表や箇条書きを交えて整理します。

(1) 営業AIエージェントの定義・機能と主要ツール

営業AIエージェントの定義： 営業AIエージェントとは、企業の営業プロセスにおける様々なタスク（例：リードの抽出、アポイント獲得、提案資料作成、商談後フォロー等）を人間に代わって自律的に遂行するAIのことです^②。ゴール（例えば「見込み客との商談設定」）を与えられると、自ら計画を立て判断し、一連の作業を自動で実行・学習します^①。高度な自然言語処理と機械学習により、人間の営業担当者が行っていた複雑なコミュニケーションも代行できる点が特徴です。

従来のツールとの違い： 従来の営業支援ツール（Sales Tech）は、データ管理や分析によって営業活動を効率化する「補助的な道具」でした。一方で営業AIエージェントは、営業担当者の代わりにメール送信や資料作成、問い合わせ対応など実務そのものを行う存在です^③。つまり「ツール導入」ではなく「労働力を増員する」発想であり、営業チームに仮想の営業担当者が加わるようなイメージです^④。例えばCRMが顧客情報管理を支援するのに対し、AIエージェントはそのCRMの情報を使って自動で見込み客にメールを送り、アポイント調整までしてしまう、といった具合です。

主な機能と活用シーン： 営業AIエージェントは営業プロセスの各段階に特化した様々なタイプが登場しています^⑤。以下に主な機能カテゴリーと役割を整理します。

- ・**リード発掘・アポイント取得エージェント（アウトバウンド営業）：** 新規見込み客リストの作成から、メール・電話・フォーム送信などによるアプローチ、商談のアポイント設定までを自動化します^⑥。例えば、国内サービス「アポドリ」は企業リストを渡すだけで、24時間365日自律的に見込み客にマルチチャネルでアプローチし商談獲得まで代行するAI営業担当です^{⑦ ⑧}。また「リードダイナミクス」はWebサイトの問い合わせフォームにAIが自動入力・送信してアポイント獲得するもので、1日最大15,000件のフォーム送信や送信成功率50～80%といった大量アプローチを人手なしで実現します^{⑨ ⑩}。
- ・**インバウンド対応・見込み客一次対応エージェント：** Webサイト訪問者や資料ダウンロード者など、問い合わせや資料請求をしてきた見込み客に対し、チャットボットやメールで即時に質問回答や資料提供を行うエージェントです^⑪。製品FAQやホワイトペーパーを元に個々の関心に合わせてパーソナライズした対応が可能で、従来の一律テンプレート返信の限界（質問の意図を理解できない、一律の定型メールしか送れない等）を克服します^⑫。Salesforceが発表した営業向けAIでは、資料請求

直後の見込み客に自動でフォローしつつ、ミーティング設定後は過去のやりとりを人間営業に引き継ぐといったシナリオが提案されています¹³。

- ・**リサーチ・提案資料作成エージェント**： 商談前の準備として行う顧客企業の調査や提案書ドラフト作成を代行するエージェントです¹⁴。例えば「Sales Retriever」というサービスでは、AIが決算情報やニュースを調べ上げ、自社製品との関連課題を洗い出して提案書のたたき台を作成します¹⁵。人間が1時間かけていた事前調査・資料作成を約5分に短縮でき¹⁵、ベテラン社員の属人的なノウハウだった提案準備を標準化する効果も期待されています¹⁶。
- ・**商談後フォロー・ナーチャリングエージェント**： 初回商談後、受注に至るまでの継続フォロー（いわゆるリードナーチャリング）を自動化するエージェントです¹⁷。具体的には商談議事録の自動生成と要点整理、宿題事項の社内調整や回答案作成、お礼メールの送付、追加提案資料の提示などを人手を介さず実行します¹⁸¹⁹。不明点があればAIが社内チャット（Slack等）で人間に質問・エスカレーションする仕組みで、人と協調しつつ漏れなくフォローするのが特徴です¹⁹。これにより営業担当1人あたりの対応可能顧客数が増加し、商談後のフォロー品質も安定します²⁰。
- ・**営業トレーニング・ロールプレイ支援エージェント**： 営業新人の育成やスキル強化を目的に、AIが擬似顧客役となってロールプレイ相手を務めるエージェントです²¹。²² 近年の生成AIの発展により**仮想の顧客ペルソナを用意し、現実に近い対話研修が可能になっています**²³。例えばSalesforceがニュースリリースで紹介した「育成ロープレAIエージェント」は、24時間いつでも練習でき、想定シナリオに応じた個別フィードバックを自動提供し、ロープレ結果と実際の営業成績の相関まで分析します²⁴。これにより**日程調整不要で何度も練習でき、遠隔環境でも質の高いOJTが可能になると**されています²⁵。

以上のように、営業AIエージェントは新規開拓から顧客対応、資料作成、フォロー、教育まで**営業プロセス全般にわたる「仮想営業チーム」**を構成しうる存在です⁵。人間の営業と分業しつつ、定型的な作業や高負荷作業をAIが担うことで、営業組織全体の生産性向上が期待されています。

主要なサービスやツール（国内外）： 営業AIエージェントは2023年以降急速に製品・サービス化が進んでおり、スタートアップから大手まで様々な提供があります。

- ・**アポドリ（Apodori）【日本】** - 株式会社Algomaticが2025年提供開始。**企業専属のインサイドセールスAI**として、リスト作成・メール送信・反応分析・日程調整までアウトバウンド営業を丸ごと代行するサービス²⁶⁸。成果報酬型の料金プランもあり、AIが人の**2～10倍のアウトプットで商談を創出**するとされています²⁷。実際にA社で試験導入したところ**アポイント獲得率が約8倍に伸びた**との報告があります²⁸。
- ・**リードダイナミクス【日本】** - イノベーション株式会社の提供する**フォーム営業特化AI**。Web上の問い合わせフォームに自動入力・送信し、見込み企業にアプローチします。**24時間体制で送信上限なし（予約一括15,000件）**、独自AIで高いフォーム送信成功率（50～80%）を実現²⁹³⁰。営業NGワード検知でクレーム防止や、履歴照合による重複送信防止機能も備え、成果ベース課金モデルです³¹。
- ・**Sales Retriever【日本】** - 株式会社ZOZO/AGESTが導入した商談準備支援AI。公開情報から顧客企業を調査し、**提案の仮説構築や資料ドラフトを自動生成**します¹⁵。AGEST社ではこれにより**初回商談から案件化する率が前年比2倍に**向上し、商談準備工数も大幅削減できたと報じられています³²。
- ・**商談フォローアップエージェント（AI社員シリーズ）【日本】** - 経営デジタル社が2025年提供開始した「AI社員シリーズ」の営業AI。**商談後の議事録作成～宿題対応～お礼メールまでを全自動化**し、不

明点はSlackで人に質問することで人と共働きます¹⁸¹⁹。これにより**営業1人当たりの商談数や顧客対応時間を増加**させる効果を謳っています²⁰。

- ・**Agentforce【海外: Salesforce】** – Salesforce社が2024年に発表した**AIエージェント開発プラットフォーム**。企業が自社業務に合わせて**自律型AIエージェント（Agentic AI）**を構築できる環境で、顧客対応や社内業務の自動化に活用できます³³。Agentforce上ではヒトとAIエージェントが協働し、**24/7で業務をサポート**することで効率・スケーラビリティ向上が可能とされています³³。Gartner社が2025年の最重要トレンドに「エージェント型AI」を挙げていることもあり³⁴、Salesforceはこの分野に注力しています。
- ・**Conversica【海外: Conversica社】** – 対話型AIで見込み顧客フォローを行う「**デジタル営業アシスタント**」のリーディング企業です。ConversicaのAIアシスタントはメールやチャットでリードと対話し、興味度合いを見極めて商談機会を創出します。例えば**ライカジオシステムズ社では導入によりリード転換率が300%増加しROI23倍を達成**³⁵、米MLB球団のピッツバーグ・パイレーツでは**わずか3シーズンで25倍のROIを記録**するなど³⁶³⁷、数多くの成功事例があります。Conversicaは**対話の内容に応じて自動で次アクションを決め、見込み客を温めてセールスレディに引き渡す**高度なNLPエンジンを備えており、その人間らしい応答品質が評価されています³⁸。
- ・**その他海外サービス:** Microsoft社はDynamics 365に営業向けCo-pilot（生成AIアシスタント）を統合し、提案メールの下書きや商談要約を自動化しています。またHubSpot社の**ChatSpot**はCRMと連携した営業チャットAIで、レポート生成やリード調査を対話で行えます（2023年発表）。他にも、AI契約交渉アシスタントの**Exceed.ai**、営業通話解析AIの**Gong**や**Chorus.ai**（会話内容からインサイト抽出）など、特定領域に特化したAIツールも営業DXを支えています。これら既存ソリューションにも徐々に自律エージェント機能が組み込まれつつあり、**単機能のAIから複数タスクをこなす汎用エージェントへの進化**が進んでいます³⁹⁴⁰。

(2) 営業AIエージェントの導入事例・成功例

営業AIエージェントの導入は、国内外の様々な企業で実証が進みつつあります。ここでは**具体的な活用事例や成功を収めたケース**を紹介します。

・国内・B2B領域の事例:

- AGEST社（IT企業）では、提案資料作成AI「Sales Retriever」を導入し**商談準備時間を大幅短縮**。その結果、**初回商談から案件化（商談が受注案件になる）する率が前年比2倍に向上**しました³²。準備工数削減と情報網羅によって仮説提案の精度が上がり、初回商談での顧客の引きつけや深いヒアリングが実現したといえます³²。
- 株式会社Algomatic（自社導入）：同社が開発した営業AI「アポドリ」を自社営業に試験投入したところ、短期間で**ターゲット企業との商談獲得率が約8倍に伸長**しました⁴¹。またAlgomaticは他社A社への導入事例として、2024年7月からの活用で**年換算1.1億円相当の新規売上（ARR）を創出**し、従来チャネル比で3倍の受注率改善という成果も報告しています⁴²。こうした成果から同社は「AIと人間が協働する営業モデル（営業3.0）」を提唱し、営業AIエージェントが高ストレス業務を肩代わりして営業パーソンの負担を減らすとしています⁴³⁴⁴。
- KDDI: 大手通信のKDDIでは、社内の法人営業部門に対し生成AIを活用した議事録作成AI「議事録バックン」やメール要約AI「MiiTel Meetings」等を導入し、営業関連業務の効率化を図っています⁴⁵⁴⁶（※具体的な数値成果は非公開）。またソフトバンクも、GPTを組み込んだ社内ツール「satto」で提案資料作成や社内問い合わせ対応を自動化する実験を行い、営業現場

の生産性向上に寄与しています⁴⁵。これらは厳密には汎用AI活用例ですが、将来的に営業AIエージェントへの発展が期待される取り組みです。

- 富士通: 富士通は自社の**デジタル営業**にAIを積極活用しており、「FUJITSU Account Buddy」という営業支援AIエージェントを社内開発しています（2024年発表）。富士通では、人間営業とAIエージェントが連携して顧客深耕を図る新モデルの構築を進めており、具体的な成果として営業提案スピード向上やリードタイム短縮が確認されています⁴⁷。営業DXの一環として「**AIエージェント元年**」とも呼ばれる2024年の取り組みで、富士通は人材育成面でもAI活用ノウハウを蓄積しています⁴⁸。

・海外・グローバル企業の事例:

- Conversica導入企業: 先述のConversicaは数千社に導入されており、成功事例が多数あります。**自動車販売店ではインターネット経由のリード対応業務にAIを使って売上を2倍に伸ばしたとの報告や**⁴⁹、B2B企業Iron Mountain社では**休眠リードの掘り起こしとナーチャリングをAIが担い、商談化率を向上させました**（具体数値は非公開ながら大幅な短期間短縮を実現⁵⁰）。また前述の**ピッツバーグ・パイレーツではチケットセールスAIにより3年目で25倍のROI**³⁶、**ルイビル・シティFC（サッカー）でもファン集客増加**⁵¹など、スポーツエンタメ業界でも成果を上げています。Conversica利用企業の声として「AIアシスタントがリードの質問意図を解釈して自動返信し、関心度の高い見込み客だけをきれいな状態で営業チームに引き渡してくれる」という評価があり³⁸、**人間では追いきれない大量リードに質の高いフォローを実現しています**。
- その他: 米国の通信企業NewVoiceMediaでは、AI営業アシスタント「アナ・ブルックス」を導入して**半年で新規パイプライン2.5百万ドル創出**というケースが報告されています（Telecom Reseller誌）⁵²。またB2Bソフトウェア企業Leica GeosystemsではConversicaにより**リードから顧客への転換数が3倍に増加し、23倍ものROIを得た**とされています³⁵。このように、特に**インサイドセールスやマーケ由来リードのフォロー領域**でAIエージェントが成果を出す例が多く見られます。加えて、消費財分野でもECサイト上で買い手エージェントと売り手エージェントが対話する実験的事例も登場しており、B2C営業にも波及し始めています⁵³。

成功要因と効果: 成功事例から共通するポイントとして、**AIエージェント導入により「人が対応できなかった量」をカバーし「機会損失を削減」**していることが挙げられます。営業のボトルネックだった初期アプローチ数やフォロー数を飛躍的に増やしつつ、一件一件に対してパーソナルな対応が可能になっています¹²。その結果、**リードの育成効率や初回商談の質が高まり、成約率向上や売上増加につながる例が多いです**。特に、アポイント取得や休眠顧客の掘り起こしといった分野で劇的なROIが報告されています³⁷。一方、人間営業とAIの**役割分担が明確**であること（AIがアポ設定まで、人間がクロージング等）も成功の鍵です。例えばConversica導入企業では「AIが手配したホットリードを営業が受け取る」というプロセスで効率化と成果向上を両立しています³⁸⁵⁴。

(3) 現在の能力・技術的限界と実用上の課題

営業AIエージェントの技術は急速に進歩していますが、現状では**万能ではなく限界や課題も存在します**。ここでは主な技術上・運用上の課題を整理します。

- ・ **自然言語理解・生成の限界と誤回答リスク:** 最新の生成AIによりかなり流暢な応対が可能になったとはいえ、**高度な文脈理解や微妙なニュアンス汲み取り**には課題が残ります⁵⁵。例えば見込み客の質問意図が複雑な場合、AIが誤った回答や的外れな提案をしてしまう「**幻覚（hallucination）**」のリスクがあります。また完全自律で交渉・契約条件調整まで担うには、現行のAIは意思決定根拠の説明が困難（ブラックボックス）なため信頼面で不安が残ります⁵⁶。実用上は、重要な判断やクリティカル

な交渉局面では**人間のレビューや介入**が必要です。現状のAI営業エージェントは「7割方は自動化できるが、最後の詰めは人が担保する」という運用が多いようです。

- **学習データと知識の範囲:** AIエージェントは大量のデータを学習して動作しますが、自社固有の業界知識や製品知識を十分にカバーさせるには**追加のトレーニングやプロンプト最適化**が必要です。知見不足のままでは、質の低いリードばかり追いかける、誤った提案を生成するといった問題につながります。また**最新情報の反映**にも課題があり、例えば新製品リリース直後などはAIが情報を知らない可能性があります。対策としては社内データベースとの統合やRAG (Retrieval Augmented Generation) による外部知識参照が用いられますが⁵⁷、完璧ではなく**常に人間の知見で補完し続ける**必要があります。
- **自律性ゆえの制御難易度:** AIエージェントは「自律的に行動」するため、**想定外の挙動**を示す可能性も否定できません。例えば大量メール送信エージェントが誤設定で同じ顧客にスパム的に連絡してしまうなどのケースです。アルゴリズムの判断過程が不透明なこともあり⁵⁶、**なぜその顧客をプッシュしたのか説明**がつかないといった課題があります。現状では信頼性確保のため、**定期的なログ監視やステージごとの承認プロセス**を組み込み、完全放任にはしない運用が一般的です。
- **システム統合・データ連携:** AIエージェントを実務で機能させるには、CRMやMA (マーケティング自動化) ツール、メールサーバ、カレンダーなど様々なシステムと連携させる必要があります。これには**API連携やインフラ整備**が伴い、中小企業にはハードルが高い場合もあります。属人的に蓄積された営業データをAIに移行・共有する作業も大変です。また、既存システムとの相性によってはうまく動作せず**カスタマイズ開発コスト**が発生することも課題です⁵⁸。
- **技術的な処理速度・コスト:** 大規模言語モデル(LLM)を用いる場合、その**処理には時間と計算資源**が必要です。昔は応答に時間がかかり実用に耐えないケースもありましたが、近年は高速化が進み (ハードウェア強化やモデル軽量化⁵⁹)、かなりリアルタイムに近づいています。しかし大量のやりとりを同時並行処理する際の**サーバーコストやAPI利用料**は無視できない負担です。導入企業側から見ると、「人件費の代わりにクラウド費用やライセンス料が増える」という構図でもあり、**費用対効果の検証**が重要になります⁶⁰⁶¹。現在のところ、エージェントが十分な売上増・コスト減をもたらせばROIは正当化されますが、使い方次第ではコスト倒れのリスクもあるため、慎重な見極めが必要です。
- **セキュリティとプライバシー:** AIエージェントは見込み客や顧客の個人情報、企業の機密情報を扱うため、**データ漏洩や誤送信**のリスクにも注意が必要です。特にクラウドの外部LLMサービスを利用する場合、顧客データを外部に送信することになりプライバシー上の懸念があります⁶²。またGDPRやCCPAなど個人データ保護法に抵触しないよう**匿名化や同意取得**など配慮が求められます⁶²。セキュリティ面でも、AIがメール添付ファイルを開く際のウイルスリスクや、逆にAIが誤って社外に内部情報を送ってしまう危険など、**新たなセキュリティ課題**が浮上しています。これらに対処するためには、**AIに与える権限範囲を限定**したり、出力内容をフィルタする仕組みの実装、そして何より**社員への教育 (AIの出力を鵜呑みにしない等)**が必要です⁵⁶。
- **運用・定着の課題:** 技術的問題以外に、実用上は**社内の受け入れや運用体制**も課題となります。営業現場の理解不足や、「AIに任せて大丈夫か？」という不安から現場が使いこなせないケースもあります。トップのコミットメントがないまま現場任せで導入すると失敗しやすい、といった指摘もあります⁶³。また運用中に学習モデルのメンテナンスやプロンプト改善など**継続的なチューニング**が必要ですが、そのスキルを持つ人材不足も課題です⁶⁴⁶⁵。多くの企業ではPoC (概念実証) から始め、小さく効果を測定しながら段階導入するのが推奨されています⁶⁶。現場の抵抗感を下げるため、**成功事例の社内共有やトレーニング**も重要なポイントです。

以上のように、現行の営業AIエージェントには**技術的限界（完全な理解・自律には未達）**と**実務上のハードル**があります。ただし、これら課題は年々改善されつつあります。次の項では、それを可能にしているLLMや生成AI技術の進化と今後の影響について述べます。

(4) 生成AI・LLMの進化が営業AIエージェントに与える影響

近年の**大規模言語モデル（LLM）**や**生成AIの飛躍的進化**は、営業AIエージェントの能力向上と役割拡大に直結しています。ここでは技術トレンドと今後の影響を考察します。

LLMの進化によるエージェント実用化の加速: 2023年のGPT-4登場以降、LLMの計画立案能力や推論力が格段に向上し、AIエージェントの課題だった「タスク計画精度の低さ」「多段推論の困難さ」「処理の遅さ」が次第に改善されてきました⁶⁷。例えば2025年時点では、より論理的な推論ができる**リーズニング特化モデル**や、高性能な**推論専用ハードウェア**（例: NVIDIA H100 GPUやTPU）により**リアルタイムに近い応答**が可能になっています^{68 59}。さらに**自己フィードバック機構（Self-Reflection）**や**ツール使用の自動化**、思考を分割する**Chain-of-Thought**手法の発展で、AIが複雑な問題も段階的に解決しやすくなりました⁶⁹。これらにより、**営業AIエージェントがより高度なタスクを正確かつ迅速にこなせる土台が整いつつあります**⁴⁰。

マルチモーダル・エージェント技術: LLMのテキスト処理能力に加え、**画像・音声などマルチモーダル対応**も進んでいます⁴⁰。2024年末にはGoogleの「Gemini 2.0」が**テキスト・画像・音声を統合処理**するマルチモーダルAIとして発表されるなど、エージェントの知覚範囲が広がりました⁷⁰。音声AIについても、OpenAIが**リアルタイム音声対話API**を提供開始し、人間と遜色ない速度（話者交代0.5秒以下）で会話できるようになっています^{71 72}。これにより例えば**電話やZoomで顧客と話すAI営業**も技術的には現実味を帯びています。日本語音声認識・合成の精度向上も著しく、滑らかな抑揚で対話できるAIが登場しつつあります⁷³。将来的には、**初回の製品説明や簡易なヒアリングはAI音声ボットが担当し、人間営業はより戦略的な対話に専念する**といった役割分担も十分考えられます。

ツール操作型エージェント（Computer Use）: 2024年にはAnthropic社が**PC画面を理解・操作できるAI（Claude 3.5 “Sonnet”）**を公開するなど⁷⁴、AIがブラウザや業務アプリケーションを直接操作してタスクを遂行する技術も登場しました。例えば営業AIが自分でネットリサーチして情報収集し、その結果を社内の提案書フォーマットに入力して資料を完成させる、といったことも可能になります。MicrosoftもWindows上で勝手に作業してくれる「Copilot PC」を構想しており⁷⁵、営業現場のPC作業をAIが代理でこなす未来が見えてきました。これらの技術進化により、**AIエージェントは単に会話するだけでなく人間と同じUIを操作して仕事を片付けることが可能になりつつあります**。

エージェント同士の連携: AWSは2024年末にクラウド上で**マルチエージェントのコラボレーション**をサポート開始（Amazon Bedrockアップデート）し、OpenAIも「Operator」というAIエージェントフレームワークを発表しました⁷⁶。これにより、複数のAIエージェントが役割分担して協働することも現実味を帯びています。営業分野でも、たとえば**ひとつのAIが新規リード発掘、別のAIがフォローアップ、さらに別のAIが提案資料作成**というように**チームAI**で営業活動を回す構想も考えられます。人間の営業マネージャーが各AIエージェントを統括指揮するイメージで、**人間1人が複数のデジタル営業を配下に置く**ような体制も将来は可能でしょう。

人間営業の役割変化: LLMとエージェント技術の発展は、営業パーソンの役割にも大きな影響を与えます。Algomatic社は営業職の**重要業務は「AIをマネジメントすること」と「顧客と接すること」**になると提言しています^{43 44}。つまり細かな事務処理や定型メール送付はAIに任せ、人間はAIが処理できない高度な人間関係構築や創造的提案に集中するというビジョンです。この流れは既に出始めており、**営業現場ではAIエージェントへの指示出し（プロンプト）や結果評価が新たなスキル**になっています^{77 78}。事実、「優秀な営業は自然とプロンプトエンジニア的思考が身についている」との指摘もあります⁷⁷。

一方で、AIが代替しうる営業職務の領域が拡大しているのも事実です。Cataris社CEOの松本氏は「製品説明型・プロダクトセールス型の営業は近い将来AIに置き換えられる可能性が高い」と述べています⁷³。初回商談で製品の仕様説明をする程度であれば、AIによるリアルタイム音声対応的確なQ&Aで十分対応できるためです⁷²。逆に言えば、人間の営業はよりコンサルティブで複雑な課題解決型の営業へシフトしていくと考えられます。AIが台頭するほど、「人間だからできる営業（高度な共感や洞察が求められる対話）」に価値が移るという見解です³⁴⁷⁹。

まとめると、生成AIの進化は営業AIエージェントの知能と自律性を飛躍的に高め、営業プロセスの更なる自動化・高度化を推進します。それに伴い、人間営業の役割はAIを使いこなし創造的価値を発揮する方向に変化していくでしょう。企業にとっては、最新AI技術をいち早く営業に取り入れ競争優位を築くことが重要になりますが、同時に人材のスキル再定義や組織体制の変革も求められると言えます。

(5) 市場の成長予測・今後のトレンド

営業AIエージェントを含むAIエージェント市場は、今後爆発的な成長が予測されています。市場調査レポートや専門家の見解をもとに、成長予測と主要トレンドを整理します。

市場規模の予測： グローバルで見ると、AIエージェント市場は2024年時点で約50億ドル規模ですが、2030年には約500億ドル（5兆円超）規模に達するとの予測があります⁸⁰。年平均成長率（CAGR）はおおよそ45%前後にも及び、ソフトウェア業界全体の成長を大きく上回る見通しです⁸⁰。MarketsandMarketsの予測では2024年の54億ドルから2030年に473億ドル（CAGR44.8%）という数値が示されており、Gartnerも「**エージェント型AIは2025年の最重要戦略技術トレンド**」と位置付けています⁸¹。さらに長期では、AIエージェント市場は2035年まで年30%以上の成長が続く約9000億ドル（約100兆円）に達するという大胆な予測もあります⁸²。営業・マーケティング領域に限っても、2024年約440億ドルから2035年に8996億ドルと**20倍以上**の市場拡大が見込まれています⁸²。

日本国内に目を向けると、生成AIやAIエージェント関連市場はこれから立ち上がる段階ですが、成長率は高いと予測されています。例えば野村総研は、日本の生成AI市場が**2023年約1188億円から2030年には1兆7774億円（約15倍）**に拡大するとしています⁸³。Sales Tech全般の国内市場も、2023年時点4159億円から5年で25%増程度と堅調な伸びが見込まれます⁸⁴。AIエージェントに特化した数字は未だ少ないものの、**深刻な人手不足と働き方改革の流れ**から、日本企業にもAI営業担当を導入する機運が高まると考えられます⁸⁵⁸⁶。実際Algomatic社は、日本の営業職の人材不足を背景に営業AIエージェント需要が急増すると予測しており、自社サービス提供に踏み切っています⁸⁵。

今後のトレンド：

- **エージェント型AIの一般化：** Gartnerは2025年のトップ戦略技術トレンド第1位に「Agentic AI（自律エージェント）」を挙げ、「ユーザーが指示しなくとも目標達成のために行動する仮想労働力がビジネスにもたらすインパクト」を強調しています⁸¹。2024年後半から2025年にかけて、主要ソフトウェア企業がこぞってエージェント機能を製品に組み込む流れが加速しています⁸⁷。Microsoft、Salesforce、Google、Amazonといったプラットフォームが開発フレームワークや組み込み型エージェントを提供し始めており、**エージェント機能は企業ITの標準の一部**になっていくでしょう。こうした下地が整うことで、中小企業でも手軽に営業AIエージェントを利用できるようになると見込まれます。

- ・ **マルチエージェント協調と専門特化：** 前述のように、一社内で複数のAIエージェントが連携するケースが増えると考えられます。営業部内に各担当フェーズごとのAIが配備されるイメージで、例えばインサイドセールスAI、フィールドセールスAI、カスタマーサクセスAIといった**パーティカル（垂直）AI**がチームを組むようになります⁸⁸。Algomatic社の「ネオセールスシリーズ」はまさにそのコンセプトで、今後マーケ、CSなど各領域にAIエージェントを展開予定です⁸⁸。また業種別・業界別に特化した営業AIも登場するでしょう。製薬業界向け、金融業界向けなど**ドメイン知識を持ったエージェント**が提供され、市場細分化が進むと予想されます⁸⁹。BrainPad社の分析では、**ドメイン特化型AI**

エージェントが市場成長を牽引すると指摘されており、特に専門知識が重要な業界ほど導入が活発化するとしています⁹⁰。

・**人間とAIの協働スタイル確立:** エージェントが普及するにつれ、「AIとどう共存し高成果を上げるか」が組織の競争力を左右します。営業現場でも、AIエージェントを部下に持つようなマネジメントスタイルや、AIを介した営業戦略立案（AIが市場分析→人間が戦略決定）など新しい働き方が出てくるでしょう³⁴⁷⁹。PwCの調査によれば、多くの経営者が「従業員が業務の30%以上をAIで行う時代」が数年以内に来到と見ています⁹¹。そうした中で、**AIに任せる領域と人が担う領域の最適な分業比率**が探求されていくはずですが、2026年には「**B2B営業の75%は機械（AI）を介して行われ、人間営業同士の直接対話は限定的になる**」という大胆な予測もあります⁹²。実際、既に企業の購買側でも自動購買エージェントが動き始めており⁵³、**営業は人間ではなく顧客企業のAIを説得する場面**さえ現れつつあります⁹³⁷⁹。このような「Bot to Bot」の商取引が増えれば、営業プロセスはますますデジタル主導となり、人は戦略設計や関係構築といった高度な役割に集中するトレンドが強まるでしょう。

・**ROI重視と人間らしさの追求:** トレンドとして、導入企業はより**明確なROI（投資対効果）**を求めようになります。AIエージェントブームの初期段階では実験的導入も多いですが、今後は「何%業務効率化」「売上何倍」といった結果がシビアに評価されます。Conversica等がROI計算ツールを提供し事例で「〇×倍のROI」を強調するのも、市場が成熟しつつある兆候です³⁷。一方で、ユーザー企業は**AIエージェントの人間らしさ**にもこだわり始めています。単に成果が出れば良いのではなく、顧客がAIとの対話に違和感を覚えないこと、ブランドイメージに沿ったコミュニケーションができることが重要です。今後は**感情分析やトーンの最適化**など、より人間味を感じさせるAIエージェントの開発競争も激しくなるでしょう⁹⁴。最終的には、顧客が「相手はAIか人か」を意識しないレベルの自然な営業体験を提供できる企業が勝者になると考えられます。

(6) 普及に伴う社会的課題（雇用・プライバシー・倫理など）

営業AIエージェントの普及は多くのメリットをもたらす一方、社会・組織に対して**新たな課題や懸念**も生み出します。特に重要な雇用への影響、プライバシー問題、倫理的・法的問題について整理します。

・**雇用への影響:** 自律型AIの台頭により、営業職の一部業務が自動化されれば**人的リソースの需要構造が変化**します。前述のように、単純な架電営業や問い合わせ対応はAIが代替しうるため、これらに従事していた人材の役割転換や雇用機会減少が懸念されます。Algomatic社の調べでは2014～2024年で日本の営業職は約35万人減少し、今後も人手不足が進む見通しとされています⁸⁵。これは少子化も一因ですが、**AI導入で省人化が進めば更なる人員削減も起こり得る**でしょう。一方で、悲観一色ではなく「**デジタル人材との協働**」に**適応した新しい営業職**が生まれる可能性もあります。AIを管理・監督する営業AIマネージャーや、AIに学習させるデータを用意する営業アナリスト、AIでは困難なトップセールス（大口顧客担当）など、人間ならではの役割が再定義されるでしょう⁴³⁹³。雇用政策的には、営業職から別業種への転職支援やリスキリング（AIリテラシー教育）が重要になります。また「AIエージェント税」のような議論（AIによる生産性向上の利益を社会に還元する仕組み）も将来的に出てくる可能性があります。

・**プライバシー・個人情報:** 営業AIが大量の顧客データを扱うことから、**個人情報の保護とデータ利用の透明性**が大きな課題です。顧客は自分がAIからアプローチを受けていることを知らない場合もあり、**同意なくパーソナルなやりとりをAIで行っている状況**が生じ得ます。欧州ではAIが人間らしく応答する場合でも「AIであることの開示義務」を検討する声があります。日本でも、総務省・経産省が2024年に「**AI事業者ガイドライン**」を策定し、適切なデータ取扱いや透明性確保を求めています⁹⁵。営業AIエージェント導入企業は、プライバシーポリシーにAI使用を明記したり、問い合わせフォームに「AIによる自動応答の場合があります」と注記するなど、**顧客への説明責任**を果たす必要があります。技術的にも、機密情報はローカル環境のAIで処理し外部に出さない、会話ログは一定期間で消去

するといった**プライバシー保護策**が重要です⁶²。またAIが収集したデータの管理（例：SNSからクロールした個人情報をどう保管するか）も問われます。万一情報漏洩や誤送信が起これば企業の信用失墜につながるため、**情報セキュリティの強化と従業員のコンプライアンス教育**が不可欠です。

- ・**倫理・差別の問題**: AIは学習データに偏りがあると、**意図せず差別的・不公平な対応**をする恐れがあります。営業AIが見込み客の優先度付けを行う際、過去データに基づいて性別や人種、年齢でスコアを左右するような偏見が入れば倫理問題となります。開発段階でバイアス低減の措置を講じること、定期的に出力を監査することが求められます。また、AIが顧客を騙す・脅すような**不適切な営業行為**をしない保証も必要です。人間なら避けるようなグレーな勧誘をAIが無自覚にしまうリスクがあります。このため**AIエージェントの行動原則（倫理ガイドライン）**策定が重要になります。たとえば「顧客を欺瞞しない」「不快な表現を使わない」「人種・宗教・信条に関する話題を避ける」等のルールを組み込み、逸脱時には緊急停止する仕組みなどです。また**AIが営業行為をする際は明示する義務**も議論されています。現状、日本ではAIがメール署名で（AIによる自動送信）等と断りを入れるケースもありますが、統一的なルールはありません。倫理的には、顧客に誤解を与えない範囲でできるだけ透明性を上げることが信頼醸成につながります。

- ・**法規制の動向**: 今後、AIエージェントに関する法規制が整備される可能性があります。例えばEUではAI規制法案（AI Act）でリスクの高いAIシステムの登録・監督を検討しており、営業AIが該当すればコンプライアンスが必要です。日本でも経産省が提唱するAIガバナンス（社会原則）に沿った運用が求められるでしょう。また労働法的にも、AIエージェントが人間と類似の業務を行うことで生じる責任の所在（ミスが起きたら誰の責任か）や、営業成績評価にAIの成果をどう組み込むか等、新しい論点が出てきます。契約法的には、AIが交わした契約の法的有効性（電子エージェント契約）も論点です。日本では電子消費者契約法で一部規定がありますが、B2B交渉でAI同士が合意した場合など未整備の領域もあります。こうした**制度の整備がAI普及に追いついていない現状**があり、企業は自己判断で慎重に運用する必要があります。

- ・**社会受容性**: 最後に、社会全体のAI受容性も課題です。顧客が「営業は人間に対応してほしい」と強く望む場合、AI導入がマイナスになる可能性もあります。特に高額商談やコンサルティング営業では、人間の経験や信頼関係が重視されるため、**無理にAIを当てはめると反発**が起きるかもしれません。したがって「**どの範囲をAI、どの範囲を人間**」が**最適かを見極める**ことが重要です。企業イメージの観点でも、「当社は最先端AIで効率的です」がポジティブに映るか、「人間味がなく冷たい」と映るかはケースバイケースでしょう。社会的には、AIと人間の協調が円滑に進むよう、教育や広報も必要です。営業職に就く人へのAIリテラシー教育、顧客への「AI活用によってより良いサービスを提供できる」旨の説明など、**ステークホルダーの理解醸成**が不可欠と言えます。

以上、営業AIエージェントについて定義や事例から課題まで詳述しました。営業AIエージェントは**営業活動の自動化・高度化を実現する次世代ソリューション**であり、2025年現在その活用は本格的な広がりを見せています⁹⁶。圧倒的な生産性向上の可能性を秘める一方、技術的・社会的課題もあるため、各企業は慎重に導入・運用を検討する必要があります⁹⁶。適切に活用できれば、限られた人員でも安定した営業成果を出し続けることが可能となり、営業の在り方そのものが変革されるでしょう。今後も技術進化とともに多様な営業AIエージェントが登場し、市場の拡大が予想されます⁹⁶。それに備えて、人間とAIの最適な協働体制を整えることが、企業と社会に求められていると言えるでしょう。

参考文献・出典: 本レポートでは以下の文献・情報源を参照しました。

- ・営業AIエージェントの定義・種類: 経営デジタル「営業AIエージェントとは？」^{1 2 3}
- ・営業AIエージェントの機能・事例: 経営デジタル「営業AIエージェント活用事例5選」^{7 12 18}、Lead Dynamics「営業AIエージェント活用事例7選」^{9 97}
- ・従来ツールとの差異: Lead Dynamics記事³、SalesZine記事⁴

- ・国内サービス（アポドリ等）情報: PR TIMESプレスリリース 8 98、Lead Dynamics記事 29 10
- ・導入事例（AGEST等）: SalesZineニュース 32、Algomatic資料（Genspark要約） 42
- ・海外事例（Conversica等）: Conversica事例集 35 36 37、Telecom Reseller記事 52
- ・技術的課題: HiPro Bizコラム 60 56 61、経営デジタル 12
- ・LLM進化と今後: 大和総研レポート 67 68 69 75、note（松本氏） 73
- ・市場予測データ: Grand View Research (MarketsandMarkets) 80、Spherical Insights 82
- ・社会的課題: PR TIMES (Algomatic) 85、総務省「AI事業者ガイドライン」 95、HiPro Biz 56 62、Greg Walters blog 93

1 3 4 12 18 19 24 9 10 32 98 42 35 36 37 38 60 56 67 68 69 75 93 82 85 62

1 6 7 11 12 13 14 15 16 18 19 20 21 22 23 24 25 55 96 【2025年最新】営業AIエージェント活用事例5選 | 業務への活用シーンを一挙公開 - 経営デジタル

<https://keiei-digital.com/column/ai-agent/sales-ai-agent-use-cases/>

2 3 5 9 10 17 29 30 31 97 【2025年版】営業AIエージェント活用事例7選 | 導入メリットから成功事例まで解説

<https://lead-dynamics.com/post46.html>

4 48 営業AIエージェントとは？「ツール導入」ではなく「労働力を拡張する」新たな選択肢 (1/3)| SalesZine（セールスジン）

<https://saleszine.jp/article/detail/7168>

8 26 28 41 43 44 85 86 88 98 【Algomatic】営業AIエージェント『ネオセールス』シリーズを連続リリース開始し、第1弾として営業AIエージェント『アポドリ』を提供 | 株式会社Algomaticのプレスリリース

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000046.000120362.html>

27 63 営業AIエージェントとは何か？事例や価格相場を解説 - アポドリ

<https://apodori.ai/knowledge/item/list>

32 47 AGESTが「Sales Retriever」を導入 初回商談からの案件化率が2倍に|SalesZine（セールスジン）

<https://saleszine.jp/news/detail/7360>

33 AI Agent Use Cases | Salesforce US

<https://www.salesforce.com/agentforce/use-cases/>

34 53 77 78 79 92 93 greg report sales Ai 2026

<https://www.grwalters.com/gregreportaisales.html>

35 38 50 51 54 Customer Stories - Conversica - Powerfully Human - Revenue Digital Assistants

<https://www.conversica.com/customer-stories/>

36 37 Pittsburgh Pirates Hit Revenue Home Run with Conversica's Ticket Sales AI Agent - Conversica - Powerfully Human - Revenue Digital Assistants

<https://www.conversica.com/conversation-automation-resources/case-studies/pittsburgh-pirates/>

39 56 58 60 61 65 66 業務の効率化と高度化を実現するAIエージェントとは？種類と活用例も解説 - 顧問、専門家のプロ人材紹介サービス

<https://biz.hipro-job.jp/column/corporation/ai-agent/>

40 57 59 67 68 69 70 74 75 76 87 AIエージェントとは？次世代技術の活用と未来展望をわかりやすく解説 - WOR(L)D ワード | 大和総研の用語解説サイト

<https://www.dir.co.jp/world/entry/solution/agentic-ai>

- 42 営業AIエージェント『アポドリ』の概要、料金、活用事例 - Genspark
<https://www.genspark.ai/spark/%E5%96%B6%E6%A5%ADai%E3%82%A8%E3%83%BC%E3%82%B8%E3%82%A7%E3%83%B3%E3%83%88-%E3%82%A2%E3%83%9D%E3%83%89%E3%83%AA-%E3%81%AE%E6%A6%82%E8%A6%81-%E6%96%99%E9%87%91-%E6%B4%BB%E7%94%A8%E4%BA%8B%E4%BE%8B/d9baa87d-b400-4379-a527-059e4eb9cd77>
- 45 AIエージェント導入事例10選！活用法と導入メリットを解説！
<https://ai-keiei.shift-ai.co.jp/ai-agent-example/>
- 46 【2025年必見】営業AIエージェントとは？基本から活用事例・導入 ...
<https://genne.jp/sales-ai-agent/>
- 49 Award winning conversational AI Sales Assistants are the future of ...
<https://www.autodigitalsolutions.com.au/conversica/>
- 52 Case Study: AI sales assistant generates \$2.5M in pipeline ...
<https://telecomreseller.com/2017/09/07/case-study-ai-sales-assistant-generates-2-5m-in-pipeline-opportunities-for-contact-center/?amp>
- 62 82 世界の営業・マーケティング向けAI市場規模、展望、トレンド
<https://www.sphericalinsights.jp/reports/ai-for-sales-and-marketing-market>
- 64 AIエージェントとは？生成AIとの違いや課題、今後の展望 - Rikkeisoft
<https://rikkeisoft.com/ja/blog-2/what-is-agentic-ai/>
- 71 72 73 95 営業という職は、AIエージェントに置き換わるのか？ | さとまつ | Cataris株式会社CEO
https://note.com/tv_satoma/n/n784a7d47e02c
- 80 AI Agents Market Size, Share & Trends | Industry Report 2030
<https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/ai-agents-market-report>
- 81 Explore Gartner's Top 10 Strategic Technology Trends for 2025
<https://www.gartner.com/en/articles/top-technology-trends-2025>
- 83 【2024年最新】国内外の生成AIの市場規模は？今後の展望も解説
https://metaversesouken.com/ai/generative_ai/market-size-2/
- 84 AIが予測するセールステック 業界 | 2030年市場規模推移と主要企業 ...
<https://service.xenobrain.jp/forecastresults/market-size/salestech>
- 89 94 LLMやAIエージェントの潮流とその先の展望 | リサーチ - 電通総研
https://www.dentsusoken.com/case_report/research/20241223/2811.html/
- 90 生成AIの経済学 非線形の組織進化~AIエージェントがもたらす生産性 ...
https://www.brainpad.co.jp/doors/contents/02_economics-generative-ai_6/
- 91 Sales in 2026: the future of AI in Sales - Huble
<https://huble.com/blog/ai-in-sales>