

# Innovation Initiatives

## 4DL 生成AI ソリューション AI Native Consulting Sales(ANC ser.)

BtoBセールス部門の生産性と付加価値をChatGPTで変革する



2024年6月版 ANC 概要説明資料



## 4DL ANC ser.開発の背景と狙い

弊社CCO（※）が四半世紀にわたりNTTドコモグループに提供してきたBtoBセールス部門のコンサルティングノウハウを、ChatGPTに置き換えることを目的に開発を開始しました。

※4DL Technologies株式会社 SDA部門 CCOプロフィール  
<https://4dl.com/sda#cco-info>

この新しいサービスは、BtoBセールス部門におけるアカウントベースマーケティングの個社戦略立案や、課題解決型案件掘り起こしの具体的なスクリプト生成などの機能を中心に設計されています。

また、法人営業担当者とセールスマネージャーのチームツールとして、チームセールスで量と質の高い営業戦略と案件創出を実現するためのBtoBセールス部門向け生成AIソリューションとなります。

4DL Technologies株式会社  
代表取締役 CEO 兼 CTO  
荒巻 智隼



# BtoBセールス部門への ChatGPT営業支援ソリューションご紹介

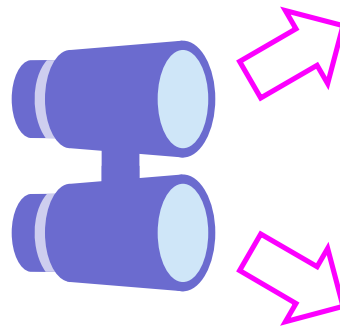
4DL AI Native Consulting Sales Series



# 4DL AI Native Consulting Sales (ANC ser.)のビジョン

— ANC —

BtoB  
Consulting Salesの  
“付加価値”を  
生成AI(ChatGPT)を自  
在に操る  
ヒトとチームへ



誰が使うのか

中小中堅企業をアカウントする  
法人営業部門(マネジメント・スタッフ)

何処で使うのか

アカウントする“個社”の  
営業戦略を立案する《案件創出》場面

# 4DLが“ChatGPT活用”で実現する“B2B Consulting Sales”が 《ANC》

作業効率向上による  
稼働時間確保

《量の拡大》



# ChatGPT

重点顧客への  
多角的な戦略立案

《質の進化》

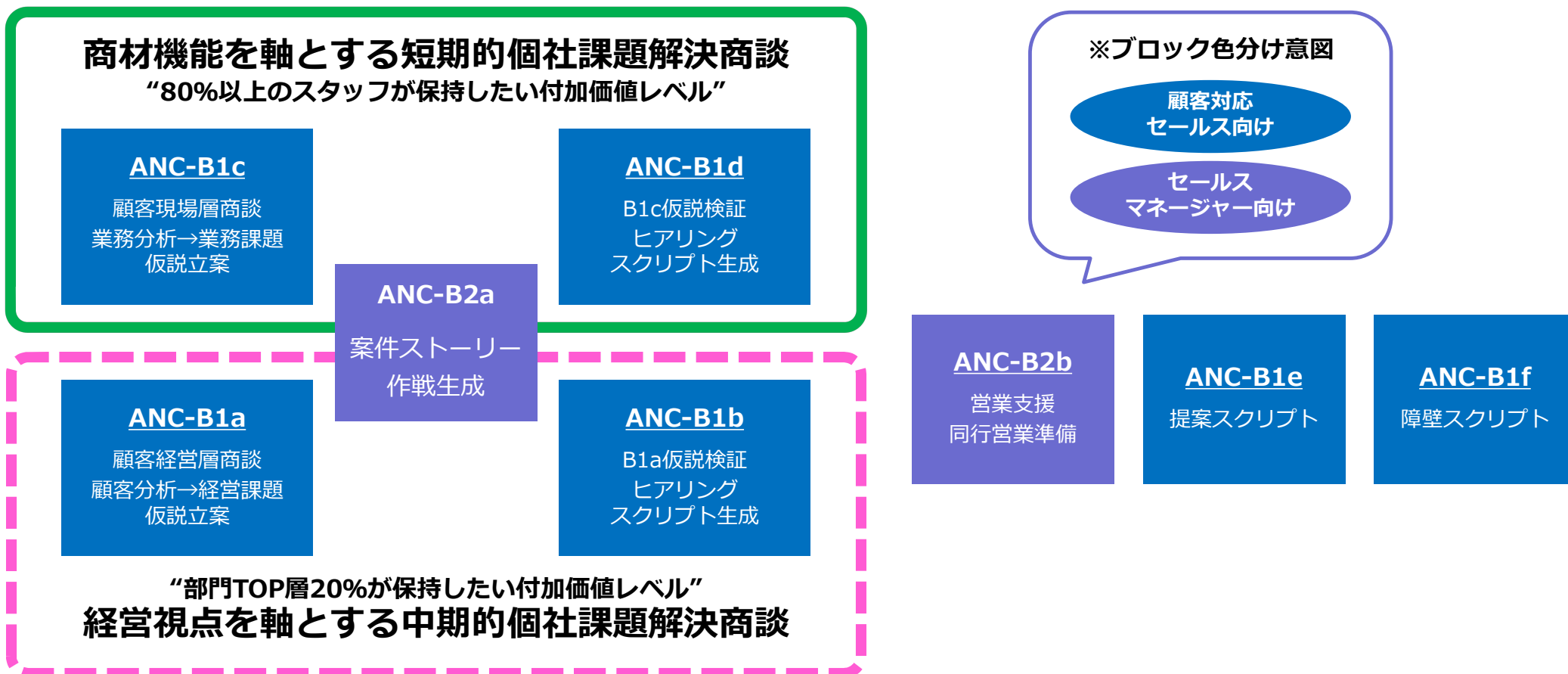
営業工程における 《情報準備》 《思考整理》 《言語構造》 をChatGPTに置き換える

余裕時間の獲得を通じて  
《取捨選択》 《意志決定》 《最適志向》  
人間しかできない部分に集中できる



ヒトの 《付加価値》 / チームの 《生産性》  
ビジネスの 《収益性》 の変革ソリューション

# 4DL AI Native Consulting Sales (ANC ser.)全体像



※2024年6月現在 設計・開発中ブロックあり

# 人力で行う“量・質とも問題のある”経営課題を仮説立案するプロセス例

## Analog

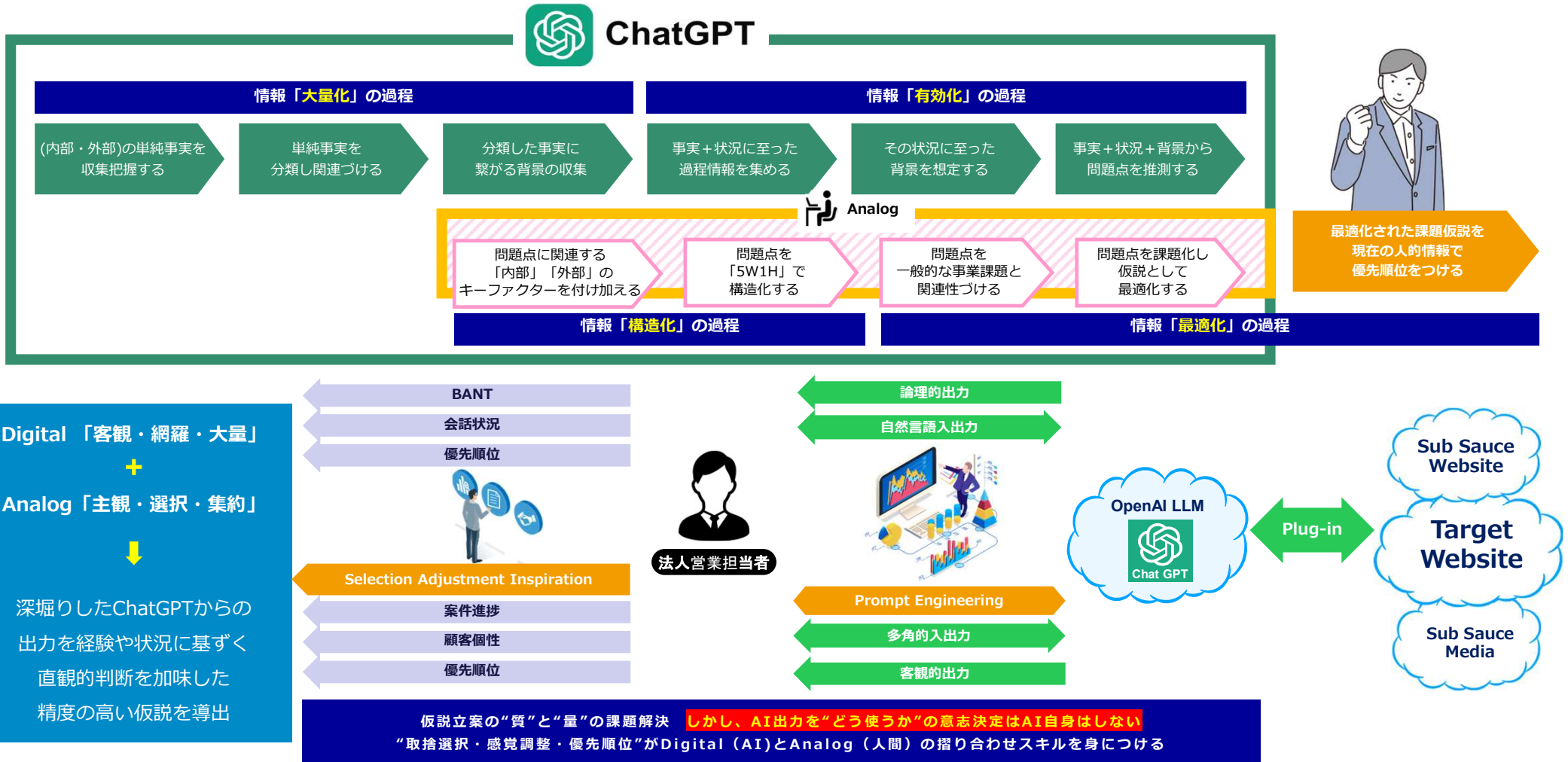


**人力仮説立案弱点と課題**

- ・ 着眼が少ない
- ・ 解釈を間違う
- ・ 主観で偏る



# ANC ser.を活用した“量も質も両立した”経営課題の仮説立案パターン例





# 4DL ANC ser. GPT-4出力画面イメージ

## 企業情報収集、経営課題分析

April 29, 2024

**Anonymous**  
これから指定の法人企業の経営課題分析を10個の質問に沿って行ってください。10個の質問は私の方から行います。

指定した【法人企業】について【会社情報】の項目にあてはまる内容を教えてください

【法人企業】  
幕張工務店

【URL】  
<https://makuharikoumuten.site/>

【会社情報】  
・2020年～2023年の中心事業  
・現在の経営体制  
・現在の事業組織または組織図  
・現代表取締役社長、経営企画部長、常務取締役、取締役...  
・現在の拠点（本社の住所など）  
例：本社：東京都江東区...  
・2013年～2023年の事業沿革  
・現在の経営理念や展望  
・現在の採用方針  
・2022年～2023年の更新情報

**WebPilot**  
Talked to gpts.webpilot.ai  
幕張工務店のウェブサイトから、以下のURLがサイトマップにリストアップされています：

1. メインサイト: <https://makuharikoumuten.site/>
2. 会社情報: <https://makuharikoumuten.site/company>
3. サービス情報: <https://makuharikoumuten.site/services>
4. 採用情報: <https://makuharikoumuten.site/careers>
5. ニュース: <https://makuharikoumuten.site/news>
6. お問い合わせ: <https://makuharikoumuten.site/contacts>

次に、これらの各URLを訪問して、指定された会社情報を収集します。まずは「会社情報」のページを参照し、そこから必要な情報を提供します。

Talked to gpts.webpilot.ai  
幕張工務店の会社情報を以下の通り収集しました：

**2020年～2023年の中心事業**

- ・注文戸建て住宅の設計施工
- ・住戸リフォーム業（一戸建て・分譲マンションのインテリア/エクステリア）

## 現在の経営体制

- ・代表取締役: 長谷洋志
- ・常務取締役（営業部門長）: 山口肇
- ・取締役（技術部門長）: 長谷浩志
- ・取締役相談役: 長谷勇志

## 現在の事業組織または組織図

- ・経営企画部
- ・営業部
- ・技術部
- ・さまざまなグループ（注文住宅G、リフォームG、公共G）
- ・各種管理課（設計課、管理課、工務課）

## 現在の拠点（本社の住所など）

- ・本社・ショールーム: 千葉県千葉市花見川区幕張町8丁目
- ・工房・資材倉庫: 千葉県千葉市花見川区武石12丁目

## 2013年～2023年の事業沿革

- ・1995年に創業し、公共施設の改修工事からスタート。
- ・1999年に注文住宅の設計施工事業を開始。
- ・2016年にリノベーション事業を開始。
- ・2022年にリノベーション物件がグッドデザイン賞を受賞。

## 現在の経営理念や展望

- ・地域密着を重視し、品質と安全を第一に考えた事業展開。
- ・コロナ禍の収束を受けての事業承継と新しい時代への対応。
- ・地域活性化と安定した経営を通じた貢献。

## 現在の採用方針

- ・採用情報の詳細は収集ページからの情報が必要ですが、通常は企業理念に沿った人材の採用を行っているかと推測されます。

## 2022年～2023年の更新情報

- ・リノベーション事業でのグッドデザイン賞の受賞。
- ・注文住宅竣工が200棟を達成。
- ・長谷洋志が代表取締役に就任。

次に、採用方針に関する情報を採用情報のページから収集します。

Talked to gpts.webpilot.ai  
幕張工務店の現在の採用方針には以下の情報が含まれています：

## フレッシュ採用（新卒）

- ・2024年3月卒業予定の高卒、短大卒、大卒の新卒者の採用を行っています。
- ・リクナビを通じてのエントリーが必要です。
- ・新卒者を通じて将来の会社を支える人材を求めています。

## キャリア採用（本社）

- ・住宅営業担当：注文住宅などの個人向け営業経験者を優先。
- ・システム担当：工務店の成長を支えるシステムの企画と運用を行う業務担当者。

## キャリア採用（工房）

- ・住宅設計担当：2級建築士以上の資格者を優先し、未経験者には受験サポートを提供。
- ・現場監督担当：一戸建て住宅や各種リフォームの工程管理や資材管理経験者を優先。
- ・施工職人見習：未経験者でも職人になることが可能で、将来的に独立も視野に入れたキャリア形成をサポート。

これらの情報は幕張工務店の公式ウェブサイトの採用情報ページから取得されました。さらに詳細な情報が必要な場合は、指定のお問い合わせ先に連絡することが推奨されています。

**Anonymous**  
次の質問です

このようにして分類して下さい

【法人企業】

【項目】

- ・ 的内容
- ・ 的内容
- ・ 的内容
- ・ 的内容
- ・ 的内容
- ・ 的内容

【回答内容】

**WebPilot**  
以下は、質問①で収集された幕張工務店に関する単純事業を指定された項目に沿って分類した内容です：

的内容

- ・ 経営理念や展望：地域密着を重視し、品質と安全を第一に考えた事業展開を行っている。コロナ禍の収束を受けての事業承継と新しい時代への対応。地域活性化と安定した経営を通じた貢献。

的内容

- ・ 設備投資：ショールームを併設した本社社屋の建て替え（2007年）、CADシステムの全面更新（2009年）、オンライン商談システムの完備（2020年）。

## 人事異動的内容

- ・ 人事異動：長谷洋志が代表取締役に就任（2022年）。

## 組織編成的内容

- ・ 経営体制：代表取締役 長谷洋志 | 常務取締役 山口肇（営業部門長） | 取締役 長谷浩志（技術部門長）

※ANC ser.ノウハウ部分はハッチングさせていただきました。

# 4DL ANC ser. GPT-4出力画面イメージ

**Anonymous**  
次の質問です

一般的な事業課題のヒアリングと仮定して、一般的に事業課題と定義される項目としてください

【法人企業】  
幕張工務店

【中小企業の課題点】  
※分類する前にそれぞれの具体的な内容を教えてください

- ・人材募集と採用
- ・人材教育と定着
- ・財務体質の強化
- ・原価低減と売価向上
- ・営業力・販売力強化
- ・販下請と新規市場の開拓
- ・経営者育成と事業承継
- ・デジタル化による生産性向上
- ・職場環境など労務管理
- ・員上げへの労働分擔方針
- ・商品開発と研究投資
- ・設備投資による省力・省人化
- ・環境対策への対応
- ・燃料費高騰への価格転嫁
- ・ビジネスモデルの刷新
- ・人口減少と地方経済の衰退
- ・地域課題の解決
- ・天災などの事業継続

【出力内容】

**WebPilot**  
中小企業が直面する一般的な事業課題の具体的な内容は以下の通りです：

**1. 人材募集と採用**  
中小企業において適切なスキルと資質を持った人材を見つけることが大きな課題です。特に専門技術が必要な分野では、人材の確保が難しい場合が多い。

**2. 人材教育と定着**  
新たに採用した従業員に必要なスキルを教育し、長期にわたって会社に留まってもらうための施策が必要です。特に若手の早期離職が問題となることが多い。

**3. 財務体質の強化**  
資金繰りの改善やリスクマネジメントを通じて、財務の安定性を高めることが求められます。

**4. 原価低減と売価向上**  
製品やサービスのコストを削減し、利益率を改善すること。また、価値の高い製品やサービスを提供して価格競争を回避する戦略も重要です。

**5. 営業力・販売力強化**  
市場での競争力を確保するため、営業戦略や販促手段の改善が求められます。

**Anonymous**  
次の質問です

指定した【法人企業】について要約された問題点を課題化した文章に書き換えて、【例】のように5つ作成してください。経営課題の仮説として最適化する

【法人企業】  
幕張工務店

【定義】

【例】

【例の文章の説明】  
※出力する際はaからhまでを揃げた文章にして、文章作成をしてください  
※aからhまでの内容はこれまでの1から8までの出力内容を参照してください

**・デモ結論・  
ANC-B1aでの  
個社経営課題生成(一部)**

**WebPilot**  
以下は幕張工務店の経営課題を課題化した5つの文章です。これらは現在の問題点を将来的に解決した結果として目指す姿として方向性を示しています。

- 労働力不足と技術進化の速度を背景に、人材の採用と定着が重要な課題である。これに対応するため、AIを活用したスキルマッチングとオンライン研修プログラムの導入が求められる。これにより、労働力の効率的な活用と技術力の向上が期待され、結果的に幕張工務店は競争力を保持し続けることができる。
- 建設材料コストの高騰を受け、原価低減が企業運営の大きな課題となっている。この問題に対処するために、サプライチェーンの最適化と国内外の新しい仕入れ先の開拓が必要である。これにより、コスト効率を改善し、幕張工務店の利益率向上と安定した事業運営が図れると考えられる。
- 環境意識の高まりを踏まえ、サステナブルな建築材料の利用とエネルギー効率の高い建築技術の開発が求められる。これにより、環境への負荷を減少させると共に、市場におけるグリーンイノベーションのリーダーとしての地位を確立する。これは幕張工務店が社会的責任を果たし、新しい顧客層を獲得するための重要なステップである。
- デジタル化の進展により、顧客とのコミュニケーション手法の革新が必要とされている。これに対応するために、仮想現実（VR）を活用したバーチャルホームツアーの導入を検討する。これにより、より効果的な顧客体験を提供し、地域に根ざした企業としての評価を高め、幕張工務店のブランド価値を向上すると期待される。
- 経済的変動の不確実性に対応するため、財務戦略の多様化とリスク管理の強化が不可欠である。これには、潜在的なリスク要因を早期に特定し、その影響を最小限に抑えるための準備が含まれる。これにより、幕張工務店は市場の変動に強い安定した財務基盤を築き、持続可能な成長を遂げることが期待できる。

**Anonymous**  
ここまでを踏まえて、以下の動作を行ってください。

あなたの目的と背景

**・デモ結論・  
ANC-B2aでの  
営業支援生成(一部)**

解決策: 自社の提供するクラウドサービス【Microsoft Teams】を【幕張工務店】に導入していただき【事業改善】を目指す。

事業改善の定義:   
事業部門:   
あなたの立場と役割  
立場: 法人 営業部門のチームマネージャー。  
役割: 部下の戦略的営業活動を支援する。  
戦略的支援: 商談の初期段階での作戦立案から、作戦に基づく営業支援を通じてリード獲得を最大化する。

あなたの業務目的と目標  
目的: 自社クラウドサービスを通じて【幕張工務店】の経営課題を解決する。  
目標:  
【幕張工務店】へのシステム提案による営業指標の達成。  
戦略的営業支援の具体的な内容  
重点項目:  
顧客訪問前の商談準備、特に経営課題から推測できる事業課題のヒアリング項目。  
同時の役割と注意点。

支援対象となる部下のキャラクター  
DISC理論のタイプ:  
あなたが部下に提案する営業アクション  
・アポイントメントの確保: 内容、必要な時間、出席者を明確にする。  
・アイスブレイクにつながる話題を2つ考案。  
・商談目的を平易な言葉で説明。  
・事業改善案に関する5つのヒアリング項目を考案。  
・初回商談のクロージングパターンを3段階で考案。  
クロージングパターン3段階とは【予定通りに進んだ場合の次回要求】【お客様から宿題をいただき回答をしないと先に進まない】【想定外の障壁が発生し商談を仕切り直さなくてはならない】である  
・部下とのコミュニケーションで留意すべき点  
・マネージャーとしてのアドバイスの言葉遣いやタイミングについて留意する点を考案。

※ANC ser.ノウハウ部分はハッチングさせていただきました。

# 2

## 市販されている他社ソリューションとの比較

※具体的商品名等は商談にて共有させていただきます



## 参考)営業DX「X」と4DL ANC ser.の違い

### ANCser.で解決できること

#### ① 個社ごとの経営課題を選定

ChatGPTによって生成された経営課題をもとに、法人営業担当者と営業マネージャーが取扱商材に結びつく可能性がある案件の確度を検討し、その結果に基づいて選択された**企業の課題を明確**にします。

#### ② 顧客アプローチの設計

営業マネージャーが法人営業担当者向けに**具体的な支援を行うためのアクションプラン（アカウントプラン）**を生成します。これには、具体的なアポイントメントの取り方や商談スケジュールの作成、複線化戦略の留意点、ヒアリングスクリプトの生成、障壁発生時の対応策などが含まれます。

#### ③ 商談スキルの向上

これまで営業担当者の経験やスキルに左右されていた組織において、営業経験や知識などの**スキルが足りなくても、お客さまのニーズに合った提案ができる**ようになります。

#### ④ BtoBセールス部門の案件化率向上

各BtoBセールス部門の実情を考慮した生成AIプロンプトを設計し、その使い方や微調整を落とし込むことができることから、**BtoBセールス部門の業績向上**に繋がります。

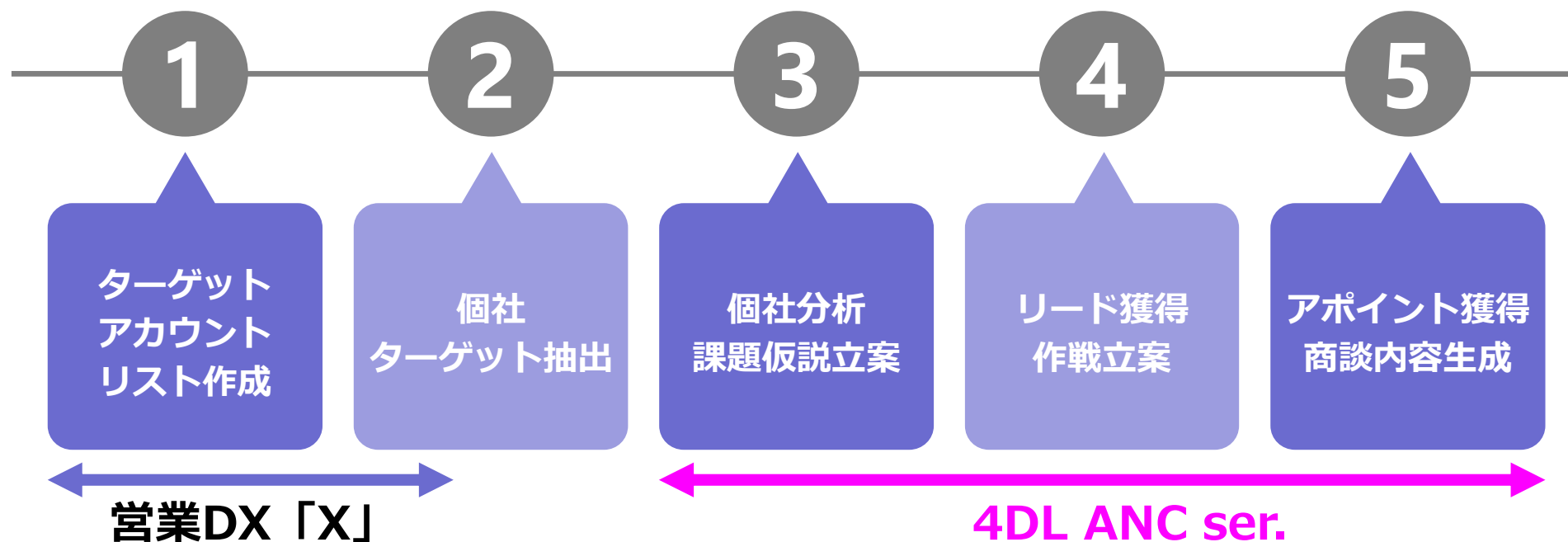
## 参考) 営業DX「X」と4DL ANC ser.の違い

### 利用目的

ANC ser.は自社商材がどの企業に高確度となり得るかのリスト作成が目的ではなく、個社の課題解決視点からターゲットされたアカウントへのソリューション案件創造の戦略立案に適しています。

### 利用場面

ANC ser.は商談確度が高いリストを作成するのが目的ではなく、営業担当と営業マネージャーが営業戦略会議でCRM情報やこれまでの商談状況に基づき、アカウントリストから数社を選定します。その上で、ChatGPTを用いて、短期的な業務課題と長期的な経営課題といった個社の課題を生成します。



## 参考)営業DXソリューション「X」と4DL ANC ser.の違い

評価項目	4DL ANC ser.	A社 営業DX「X」	詳細
対象法人の情報収集	○	◎	ANC：ネットに公開されるオープン情報 営業DX「X」：自社保有データ+パートナー保有データ
収集情報の分類精度	◎	○	ANC：課題解決を実現するための状況や戦術に合わせたAIロジック
顧客状況や社会環境情報、ニュース情報	○	◎	営業DX「X」：ニュース会社母体であることから多くの情報を所有
仮説推論における背景推定	◎	○	ANC：通信業界BtoBセールス部門を知り尽くしたロジックによるプロンプト
顧客状況想定からの問題点推論	◎	×	ANC：個社単位での課題抽出が行える
解決すべき問題点のBtoBセールス視点での整理	◎	×	ANC：チーム内での共通認識を持つためのフレームワーク
中小中堅企業特有の課題パターンとの整合性	◎	○	ANC：業界情報などからの一般的な仮説ではなく、個社に即した課題仮説を導出
トークスクリプトなども含めたアカウントプランの作成	◎	○	ANC：専門家による示唆かつ現場に沿って出力をカスタマイズが可能
複数企業の情報抽出やリスト作成	×	◎	
顧客リストも基にしたスコアリング	×	◎	

## 参考) 営業DX「X」導入企業インタビュー

営業DX「X」は、特定の企業や個人に焦点を当てるアカウントベースマーケティング（ABM）よりも、**幅広いリードの生成と評価に適しているツール**として説明されています。

このツールは、多くの企業情報を活用して潜在的な顧客リストを生成し、それらのリードに対するスコアリングを行うことで、セールスチームがより効果的にアプローチできるターゲットを特定するのに役立っています。したがって、営業DX「X」は**リードベースマーケティングのアプローチをサポートするツール**として位置づけられます。このツールは、広範囲のデータを分析して質の高いリードを特定し、**セールスプロセスの初期段階での活用が主な目的**とされています。

営業DX「X」は、主にセールスプロセスの初期段階で使用されることが想定されています。具体的には、次のようなタイミングで利用されます。

**ターゲットリストの作成**：企業が持つ過去の取引記録から、潜在的な顧客企業のリストを生成するために使用されます。このリストは、AIによる解析を通じて、各企業が提供するサービスや製品に最も適した可能性のある企業を識別します。

**初期コンタクトの準備**：インサイドセールスが効果的に潜在顧客にアプローチするための情報を収集する際に活用されます。営業DX「X」は、ターゲット企業の基本情報や業界情報を提供し、セールス担当者がより有意義な初期対話を行うための準備を支援します。このように、営業DX「X」は**セールスパイプラインの「リード生成」と「リードの資格付け」のフェーズで最も価値を提供**します。これにより、セールスチームは効率的にリードを管理し、質の高い潜在顧客に焦点を当てることができます。

- **特徴と機能 企業データベースの利用**

営業DX「X」は、過去の自社の受注企業リストをAIが解析し、業界や規模などの属性に基づいてターゲット企業をスコアリングする機能を持っています。アカウントベースのマーケティングツール：主に、どの企業にサービスを提供すると成功しやすいかを探し出し、リスト化するために使用されます。

- **利用場面 インサイドセールス部門**

実際には営業部門ではなく、インサイドセールス部門での使用が多いようです。これは、営業前の情報収集とターゲットリスト作成に特化しているためです。

- **使い勝手の良さ 情報提供の質**

高い情報提供能力があり、ターゲットの企業を正確に特定し、高品質な企業と接触を始めることができます。

- **使い勝手の悪さ 同時アクセスの制限**

一定のプランでは同時に複数のユーザーがアクセスできないため、使用が不便と感ずることがあります。これは特に小規模な企業にとっては高価であり、不便を感じる主な理由です。



# 3

## 大手通信事業者様向け導入企画事例

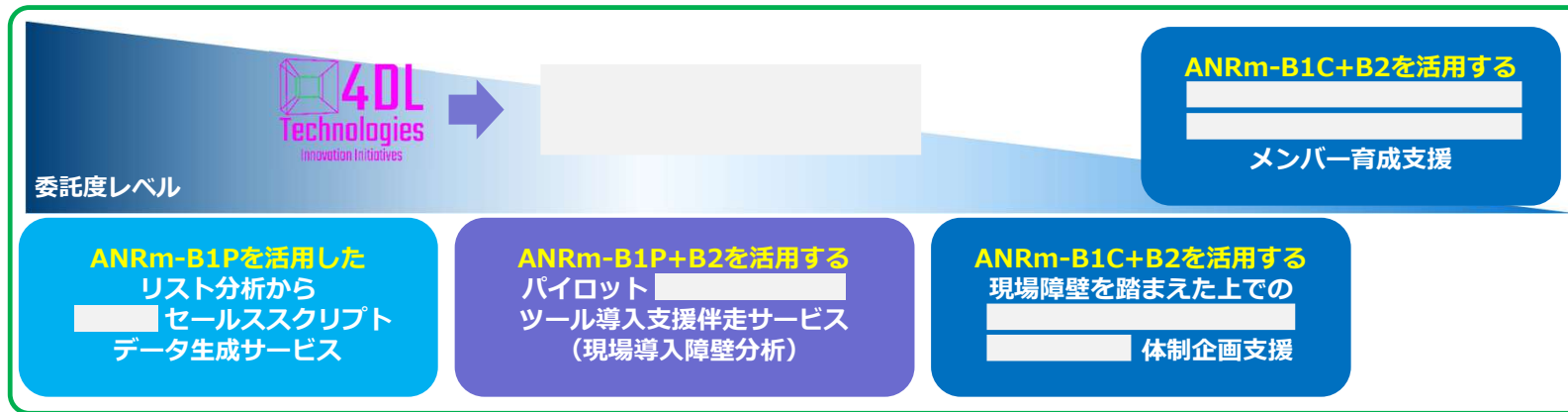
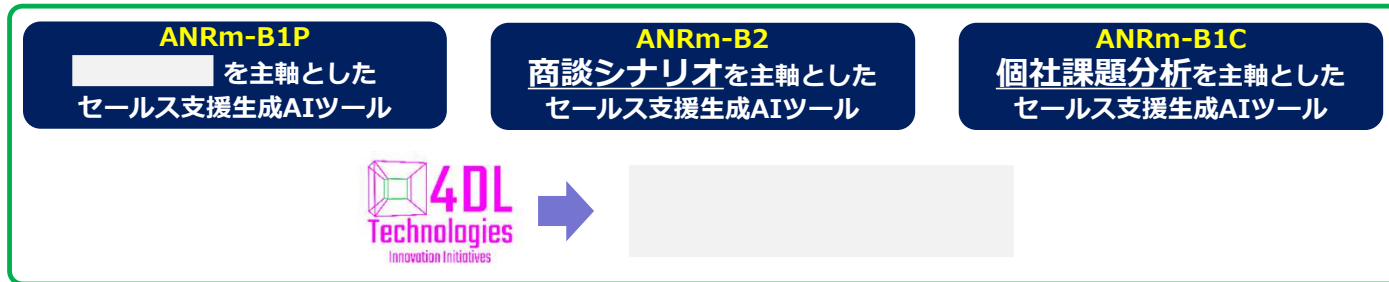
※某社様向けChatGPTソリューション概要です





# 参考)ご提案実績 ～投資効果の浸透定着への新しい導入ステップ～

## 《RM向け生成AIツール開発納品》軸



▶▶▶  
GPT-4活用による  
リード獲得へ  
戦略的営業支援

## 《導入～運用～内製～自走》軸

# 参考)ご提案実績～ROIシミュレーション～

	数量 (KPI)	精度・精度
アカウントユーザー数	70	
重点商材からの フリタゲット抽出	7	10%
ターゲットの個社分析と 商談シナリオ	7	100%
SOL興味喚起型の アポイントメント獲得	7	100%
顧客との商談 課題併発後フォローとニーズ共有 (SE引継情報入手)	5	70%
決裁権者への エスカレーション (権限化推進)	2	50%
デモ/見積実施	2	70%
顧客社内調整決済	1	70%
契約内定	1	100%

	数量 (KPI)	精度・精度
アカウントユーザー数	1,050	
重点商材からの フリタゲット抽出	105	10%
ターゲットの個社分析と 商談シナリオ	105	100%
SOL興味喚起型の アポイントメント獲得	105	100%
顧客との商談 課題併発後フォローとニーズ共有 (SE引継情報入手)	74	70%
決裁権者への エスカレーション (権限化推進)	37	50%
デモ/見積実施	26	70%
顧客社内調整決済	18	70%
契約内定	18	100%

	数量 (KPI)	精度・精度
アカウントユーザー数	15,750	
重点商材からの フリタゲット抽出	1,575	10%
ターゲットの個社分析と 商談シナリオ	1,575	100%
SOL興味喚起型の アポイントメント獲得	1,575	100%
顧客との商談 課題併発後フォローとニーズ共有 (SE引継情報入手)	1,103	70%
決裁権者への エスカレーション (権限化推進)	551	50%
デモ/見積実施	386	70%
顧客社内調整決済	270	70%
契約内定	270	100%

## ROIシミュレーター

- 別途添付のExcelファイルをご利用ください  
セル内の数字は仮のパラメーターをいれて  
あります ※ファイル名
- リード獲得をゴールとして設定してあります  
各パラメーターを修正してご使用ください
- SIMは、次ページ以降のプロセス図の緑太線で  
囲んでいる範囲のROI計算をします

項目	数値	単位	情報源
22年度従業員数	5,669	人	自社Web情報
22年度 売上高総利益	12,311,000,000	円	自社Web情報
22年度 1人当たり時間付加価値額	1,174	円	計算値
平均年収	5,200,000	円	Google調べ
年間労働時間目標	1,850	時間	自社Web情報
1時間当たり人件費	2,811	円	計算値
<b>1時間当たりのRMコスト (人件費+付加価値額)</b>	<b>3,985</b>		計算値

段階	稼働項目	未導入パターン		導入パターン	
		時間	コスト小計	時間	コスト小計
導入準備	全体説明会 (周知会議等)	0	0	4	15,939
	ツール学習	0	0	3	11,954
	自己習熟トライアル生成	0	0	10	39,847
イニシャルコスト		合計	0	合計	67,739
ターゲット 決定前	図式①部分	2.00	7,969	0.25	996
	図式②部分	3.00	11,954	0.50	1,992
	図式③部分	3.00	11,954	0.50	1,992
ターゲット 決定後	図式④部分	3.00	11,954	0.50	1,992
	図式⑤部分	3.00	11,954	0.50	1,992
個別戦略 会議実施	ターゲット決定前	2.50	9,962	1.00	3,985
	ターゲット決定後	2.50	9,962	1.00	3,985
同行営業 実施	初回のみ実施	1.00	3,985	1.00	3,985
	2回目以降複数回実施	4.00	15,939	1.00	3,985
ランニングコスト		合計	35,862	合計	24,904

		生成AI未導入 コスト合計	生成AI導入 コスト合計	導入効果 (コストダウン)
初年度	180	77,461,940	65,986,097	11,475,843
2年目		77,461,940	53,793,014	23,668,926
3年目		77,461,940	53,793,014	23,668,926
コストダウン3年累計				58,813,695

# “ヒトとチームにReskillingを”

## Vision

Digital Technologyで、  
新しい学びの世界観をつくる！



## Business

### Solution Design with AI Technology (SDA) 部門

生成AIを「専門分野で活用する」  
リスキリングソリューションの  
企画・設計・開発



### Metaverse Communication Research (MCR) 部門

Metaverse Technologyの  
研究開発と情報発信



本件についての  
問い合わせ先

👤 企画営業担当： 荒巻 順

☎ 担当電話番号： 090-5990-0009

✉ メール： [support@4dlt.com](mailto:support@4dlt.com)

🏠 ホームページ： <https://4dlt.com>