

生成 AI 時代の営業 DX。定性情報を SFA/CRM に自動蓄積し示唆を出す、営業戦略・アカウント戦略策定ツール STRIX サービスリリース

見えない商談を、勝てる商談に。営業現場の定性情報を活用可能な組織知へと昇華させる。

見えない商談を、
勝てる商談に。

リアルドリブンで
アカウント戦略、営業戦略
の解像度を飛躍的に高める

資料請求はこちら →



株式会社 MEDIUM（本社：東京都渋谷区、代表：関翔太郎）は、2025 年 8 月 20 日（水）にリアルドリブン営業戦略・アカウント戦略策定ツール STRIX をサービスリリース致します。

STRIX は商談ログを最大 15 個の観点から分解・解析し「いつ、誰に、何を、どう提案すべきか。」定性情報を用いて営業戦略の解像度を高めるツールです。複数の商談を一括で分析して示唆を抽出できるほか、SFA/CRM に自動入力をさせることもでき、属人的で直感頼みだった営業活動を形式知として組織全体で再現可能にします。

STRIX はこれらの特徴をもって、営業戦略・アカウント戦略の解像度を高めるだけでなく、マーケティング、開発、カスタマーサクセス、経営/事業開発まで、様々な組織に顧客のリアルを浸透させ、生成 AI 時代の営業 DX の最後のピースを埋めることができます。

STRIX サービスサイト：<https://strixai.jp/>

STIRX サービス資料ダウンロードはこちら：<https://strixai.jp/download/S9T2-hJn>

営業・顧客管理ツールは導入した。しかし営業戦略が定まらない。

<報道関係の方からのお問い合わせ先>

株式会社 MEDIUM 担当：神谷 TEL：携帯 090-4548-7270 MAIL：contact@mdum.net

KPI 管理は徹底し、SFA/CRM も導入済み、BI による可視化もできている、週報や営業会議も設定されている。定量情報は揃っているが、事業成長に有効な“営業戦略が定まらない”。そんな相談を私たちは何度も耳にし、コンサルティングを行うこともありました。

彼らに共通していたのは「現場のリアルが蓄積されていないこと」。つまり、現場の営業担当者が吸い上げた定性情報である商談ログが“使えない”かつ“使われない”まま、暗黙知として眠り続けており、戦略意思決定に必要なラストワンマイルである「顧客の声」を活用しきれていないことでした。



営業戦略のパズル、最後の1ピースは、何だろう？

KPIも、BIも、活動記録も — すべてある。
数字は揃ったのに、戦略はまだ動かない。

欠けているのは、
顧客の声や現場の空気、
数字では測れない、現場の“リアル”。

STRIXが“リアル”を埋める。
戦略が、ここで完成する。

定性情報が蓄積されず、顧客解像度が上がり切らないことが、営業/事業拡大のボトルネック。

定性情報が営業現場に眠り続けていることは、営業活動の属人化を加速させ、やがて事業拡大のボトルネックとなります。この課題に焦点を当てて多くの経営層・営業マネジメント層・担当者層にインタビューを繰り返す中で、次のような悩みや問題点を抱えていることが見えてきました。

- ・ 定量情報のみを元に営業戦略を立てるため、**パッチワーク的な戦略となり、肌触り感や納得感を得られない**
- ・ 勝ちパターンや傾向を可視化・共有できていないため、**営業活動に再現性がない**
- ・ 商談準備や育成/研修に必要な情報が蓄積されていないために、**組織としての負担と成果が見合っていない**
- ・ 営業ナレッジが属人化し提案品質にバラツキがあるため、**生産性と受注率が伸びない**
- ・ 営業会議/経営会議ごとにレポート作成や SFA/CRM の**メンテナンスを行う必要があり、手間がかかる**

<報道関係の方からのお問い合わせ先>

株式会社 MEDIUM 担当：神谷 TEL：携帯 090-4548-7270 MAIL：contact@mdum.net

問題（一部）	原因	理想的な状態
戦略 営業戦略が定量情報のみで肌触り感がない （戦略が属人的で場当たり的になっている）	顧客の声や失注分析が十分に活用されていない 可能性あり （リアルなインサイトが見えていない）	定量情報のみならず顧客の声を 多角的に分析し示唆を出す （戦略設計の土台を可視化）
型化 勝ちパターンが見えず、育成が非効率 （成果が出る営業の再現が難しい）	成功事例や売れる営業の特徴が形式知化がない （経験則に頼っている）	成功パターンを商談ログから抽出し型化 （育成用ナレッジとして提供）
育成 商談準備や育成・研修に時間がかかる （新人や担当交代時に負担が大きい）	スクリプトやターゲット別メッセージが 整備されていない （個人作業になっている）	商談情報からスクリプトや打ち返し例を自動生成 （即時に共有可能な形で提供）
受注 案件フォローが属人的で漏れやムダが多い （優先順位が不明確で効率が悪い）	商談進捗や優先度の判断の営業任せ 管理フレームワークが存在しない （客観的な基準がない）	商談情報を解析し、即座に判断・通知 アカウント戦略の半自動化 （フォローすべき案件を可視化）
報告 営業会議の準備に手間がかかる （ログ整理や骨子作成に時間がかかる）	ログやレポートが散在していて活用しにくい 報告のための報告準備になっている （手作業で集約している）	商談情報を要約し、定期レポート・報告レポート や提案骨子を自動作成 （会議前に即座に把握可能）

6

これらの課題の他に、数多の営業コンサルティングや営業部長としての経験から着想を得て開発したプロダクトが STRIX です。STRIX は営業現場に定性情報を蓄積し・活用可能な組織知として昇華させ、営業戦略・アカウント戦略の解像度を飛躍的に高めることをコンセプトに開発しました。

「商談のリアル」を言語化するだけでなく、活用可能な状態まで昇華させるプロダクト。

これまでの商談支援ツールでは、議事録の作成はできても、営業観点ごとに分解することができない、その粒度が細かすぎる・粗すぎる、商談単位に閉じてしまい営業戦略に繋がらない、などの問題点がありました。どう工夫してもツールが組織に定着せず、情報が活用されることが少なかったのです。

STRIX の革新性は、見える化し分析を可能とした定性情報を蓄積するだけでなく「活用可能な組織知として浸透できる」点にあります。そのキーとなるのが以下に挙げる 4 つの主要機能です。

1. 商談ログを欲しい観点で解析し、SFA/CRM に自動連携（データエンリッチメント）

商談分析レポート

客が実現したいこと

重点ターゲットの判定

課題KW分類

提案の骨格

ネクストアクション

BANT情報

× **Budget** 予算
有料トライアルについてはやや慎重な姿勢があり、現時点で大きな予算が確保されているわけではない。今後の状況次第で検討余地...

△ **Authority** 決断者
担当者レベルでは導入検討の裁量を持っているが、最終的な判断は組織全体の承認が必要となる。

○ **Needs** ニーズ
働き方改革やチームサポートに強い関心があり、特に学術連携や新しい取り組みとしての可能性を模索している。

不明 **Time** 時間/スケジュール
明確な導入スケジュールは未定。ただし短期間（例：2週間）の試用には前向きで、まずは小さなステップから始める余地がある。

商談解析 & SFA連携

MEDDIC、SPIN、BANTなど営業活用に必須のフレームワークに対応した自動解析。

<報道関係の方からのお問い合わせ先>

株式会社 MEDIUM 担当：神谷 TEL：携帯 090-4548-7270 MAIL：contact@mdum.net

2. 商談を「取引」の形に時系列整理し、縦断分析（取引のスコアリング）

初回商談

2回目商談

3回目商談

提案

取引基本情報

対象企業は、産業機器および精密部品の製造・販売を主力事業とするBtoB製造業で、従業員数は約300名。現在はOEM製品の供給が売上の約80%を占め、顧客との関係性は長期的かつリピーター型の取引が多い。
...

MEDDIC分析

Metrics（測定指標）

初年度での新規受注件数10件以上、営業提案リードタイムの30%短縮、営業レポート作成時間の80%削減が期待されている。ROIの測定においては、既存ツールに比したコストパフォーマンスが重視される。
...

Aランク

41/50

縦断分析機能

時系列での商談進捗を可視化。案件停滞要因の早期発見、ネクストアクション最適化を支援。

3. 複数の商談を、観点ごとに横断分析（横串的な分析・示唆出し）

商談ログ横断分析機能

複数の商談データを横断的に分析。成功パターン、失注理由の特長的、顧客の傾向を分析。

商談ログ一覧

☒ 株式会社セールスリンク_初回商...

☐ 株式会社セールスリンク_2回目商...

☒ 株式会社マーケットブリッジ_初...

☒ 株式会社商談クリエイト_初回商...

☐ 株式会社マーケットブリッジ_2回...

☐ 株式会社マーケットブリッジ_提...

選択したログをまとめて分析

4. 必要な情報だけを、必要な粒度で、欲しいタイミングにレポートする通知機能

ワークフロー通知機能

必要な情報のみを、必要な粒度で、好きなタイミングにレポート。

*対応ツール順次拡大予定

スケジュールトリガー
毎朝火曜日16:00に実行

商談ログ分析

Slack通知
#アポログ @channel

アクションを追加

通知メッセージ

#アポログ @channel

以下は先週実施された商談のサマリです：
{MeetingLogAnalysis.text}
何か気になる点があれば教えてください。

定性情報を活用したいという声を多く耳にしますが、役職や職種によって、必要な情報の観点と粒度は異なります。そこで STRIX では**必要な観点で・必要な粒度で・欲しいタイミングで、蓄積した情報を取りまとめて届ける**ことを重点的に検討し、実現しました。

STRIX の分析機能は最先端の生成 AI によって支えられており、プロンプトを自由に改変・登録できるため、ビジネスに携わる全ての人が、自分が本当に必要とする情報を必要な粒度で確認することができます。

<報道関係の方からのお問い合わせ先>

株式会社 MEDIUM 担当：神谷 TEL：携帯 090-4548-7270 MAIL：contact@mdum.net

現場で生まれるリアルな顧客情報を、営業、マーケティング、開発、経営まで、すべての役割で駆け巡らせ、組織全体の意思決定を強くする

01 フィールドセールス

- ・ 現場の商談ログをリアルタイムに記録・解析し、次回訪問の最適な提案ポイントや顧客の関心事を抽出。
- ・ 現場からのフィードバックをすぐに共有し、営業戦略に反映。

02 インサイドセールス

- ・ 電話・オンライン商談の内容を自動でテキスト化し、顧客ニーズやキーワードを蓄積・可視化。
- ・ 各リードの温度感や進捗をリアルな会話ベースで管理し、優先順位付けに活用。

03 カスタマーサクセス

- ・ 顧客との定例会議やフォローアップの会話ログから、課題や要望を抽出し、解約リスクの兆候やアップセル機会を検知。
- ・ 顧客満足度を高める具体的な改善策を提案。



04 マーケティング

- ・ 営業・CSの現場会話データから、顧客が求めるキーワードや課題傾向を分析し、マーケティングメッセージやコンテンツ企画に反映。ターゲティング精度の向上にも貢献。

05 開発

- ・ 顧客からの要望や不満点をリアルタイムに収集・分析し、製品ロードマップにフィードバック。
- ・ 現場の声を活かして、優先度の高い機能開発やUX改善を推進。

06 経営

- ・ 現場のリアルな商談データや顧客動向をダッシュボード化し、意思決定の質を向上。どの領域・施策が成果に直結しているかを可視化し、経営判断やリソース配分を最適化。

これらの機能により、STRIX は「営業部だけでなく経営を含む事業全体で活用され、形骸化しない、価値のあるソリューション」であり続け、真の営業 DX を実現することを目指します。

営業活動を起点に、生成 AI 時代の営業 DX を成功させる

生成 AI の進化がめまぐるしい今、AI の使い手である私たちは、組織のあらゆる情報をデジタル化し・蓄積/管理する必要性に迫られていると感じています。

とりわけ営業文脈においては、これまで蓄積することが難しかった定性情報を、いかに活用できる形で残しておけるか？ということが事業拡大を左右するだろうと捉えています。

「紙媒体からデジタル媒体への移行」を DX の第一波と定義するなら、「デジタルな情報資産を生成 AI が利用可能な状態に変換する」ことが次なる DX の波ではないでしょうか。

私たちはソリューションベンダーとして、あらゆる営業組織・事業拡大の支援者として、定性情報活用の重要性を提唱すると共に、リアルドリブン営業戦略・アカウント戦略策定ツール STRIX をリリースします。

STRIX サービスサイト : <https://strixai.jp/>

STRIX サービス資料ダウンロードはこちら : <https://strixai.jp/download/S9T2-hJn>

「第 4 回 営業・マーケ DXPO 東京'25 夏」に出展いたします

営業戦略・アカウント戦略策定ツール STRIX を提供する株式会社 MEDIUM は、2025 年 8 月 21 日（木）～8 月 22 日（金）に開催される、売上アップ・販売促進・DX 推進のための展示会「第 4 回 営業・マーケ DXPO 東

<報道関係の方からのお問い合わせ先>

株式会社 MEDIUM 担当：神谷 TEL：携帯 090-4548-7270 MAIL：contact@mdum.net

京'25 夏」に出展いたします。

展示会名：第4回 営業・マーケ DXPO 東京'25【夏】

公式サイト：<https://fox.dxp.jp/tokyo/sales/>

会期：2025年8月21日(木)・22日(金)

会場：東京ビッグサイト 西1・2ホール

当社ブース位置：10-66

※株式会社 Growth DX 様のブースに共同出展の形で参加いたします。

当日は、リアルドリブン営業戦略・アカウント戦略策定ツール STRIX に関するデモンストレーションを行うほか、皆様のご相談に営業・技術担当がお答えします。

ご来場の際はぜひお立ち寄りくださいますよう、よろしくお願い申し上げます。

株式会社 MEDIUM について

【会社概要】

社名：株式会社 MEDIUM （株式会社 メディウム）

本社所在地：〒150-0044 東京都渋谷区円山町 5-5

代表取締役：関 翔太郎

事業内容：リアルドリブン営業戦略・アカウント戦略策定ツール STRIX の運営および、コンサルティング事業

サービスサイト：<https://strixai.jp/>

連絡先：contact@mdum.net

<報道関係の方からのお問い合わせ先>

株式会社 MEDIUM 担当：神谷 TEL：携帯 090-4548-7270 MAIL：contact@mdum.net