

全業界向け

商談現場の顧客対応力を強化する 音声 AI ソリューション

voice value

サービス説明

株式会社博報堂SYNVOICE

会社概要

社名	株式会社博報堂SYNVOICE
住所	東京都千代田区神田三崎町3-6-12 神田三崎町ビル5階
代表者	代表取締役 金野敏和
設立	1990年3月6日
株主	株式会社博報堂
資本金	2,200万円
従業員数	30名（2026/4/1現在）
許可取得	ISMS(ISO/IEC 27001:2022) 認証登録番号:10286 / ISO/IEC27017:2015 認証登録番号:10286_C
認可/届出	電気通信事業者届出番号 A-26-14073
事業内容	ボイスソリューション事業／システム開発事業

Corporate Identity

声をあつめて、解をみちびく。

無数の現場に、無数の声がある。

顧客の声も、スタッフの声も。商品への感想も、セールストークも。

貴重な声が、今までは消えていくばかりだった。

私たちはそんな声を、ビジネス資産に変えていく。

現場に散らばっている声を収集・統合・解析し、

ビジネス課題の最適解を導き出す。

SYNchronize

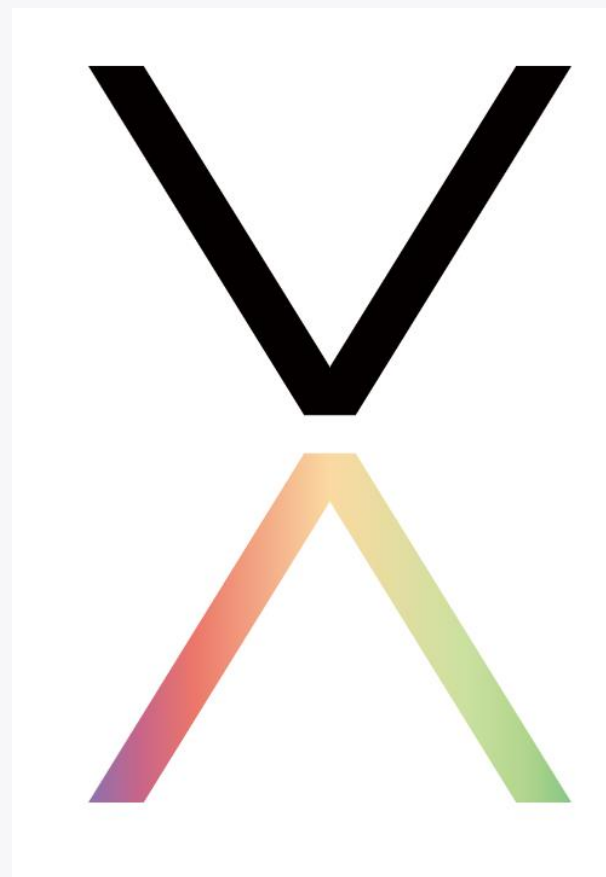
声を一つにする

SYNergy

声を相互作用させる

SYNthesis

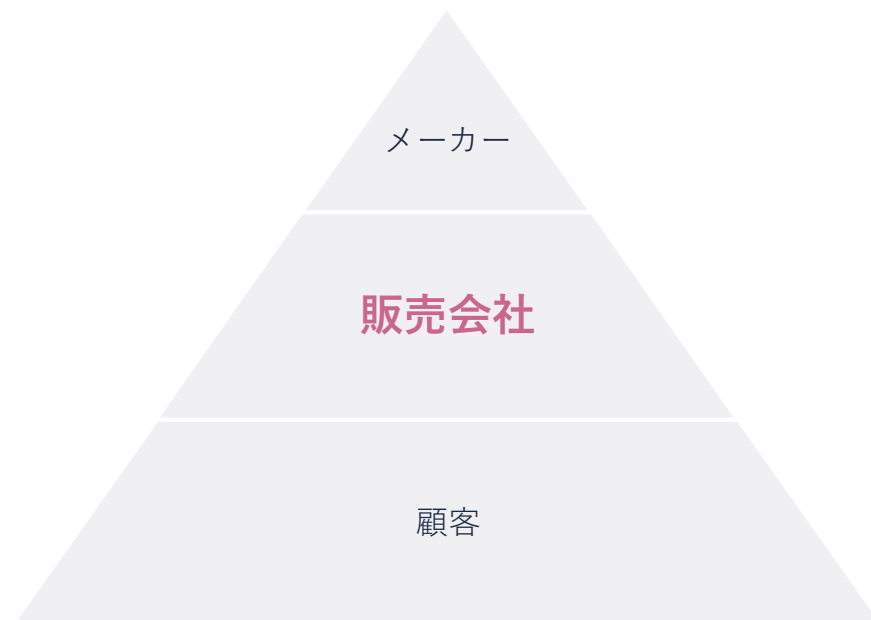
声から解を生成する



製品開発における考え

販売現場の顧客対応力を強化し、企業の売上に貢献すること

を目的に、音声ソリューションを中心とした製品開発を行っています。



「販売現場」にフォーカス

役に立つ

現場ニーズを丁寧にヒアリングし、本当に必要とされる機能を開発する。

わかりやすい

誰でも迷わず使えるシンプルな設計。教育コストを最小化する。

導入しやすい

リーズナブルな価格と短期導入。現場にすぐ価値を届ける。

提供サービスの全体像

SMS



SMS marketing plus

- ・顧客への案内をSMSで一斉通知
- ・各種宣伝販促

業務効率化

コストダウン

CS/ES向上

固定電話



HAKUHODO CTI

- ・お客様情報をポップアップ
- ・顧客対応メモ
- ・着発信履歴/録音
- ・テキスト化/要約

業務効率化

CS/ES向上

営業強化

携帯電話



FlexPlayer

- ・携帯通話録音
- ・顧客情報連携
- ・テキスト化/要約

業務効率化

営業強化

コンプラ強化

対面商談



VOICEVALUE

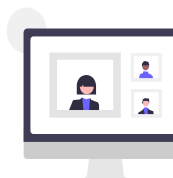
- ・3階層の商談管理
- ・商談評価
- ・商談メモ作成

業務効率化

CS/ES向上

営業強化

ロープレ



オンライン接客ロープレ

- ・お客様役の請負
- ・シナリオ設計
- ・定性評価
- ・定量評価

営業強化

CS/ES向上



全チャネルの顧客接点履歴を一元管理

01

サービス概要



商談の場面でこんなお悩みありませんか？

お悩み①

記憶を頼りに商談メモを作成 残業時間の増加

商談直後はメモを取るタイミングがなく、後から思い出して書くことに。記憶頼りでは抜け漏れも起きやすく、対応の質が安定しません。



お悩み②

商談内容がブラックボックス 的確な指導ができない…

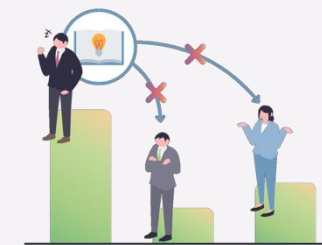
営業担当がどんな話をしているのかわからず、どこに課題があるのか把握できないため、具体的なアドバイスやフィードバックが後手に回ってしまいます。



お悩み③

営業スキルが属人化していて ノウハウが共有できていない

成績の良いスタッフの商談ノウハウが個人のスキルにとどまり、組織として共有・横展開が進まないという課題があります。



▶ これらの課題を解決するために、対面商談を可視化するソリューションが求められています

voice value とは

01

商談を録音

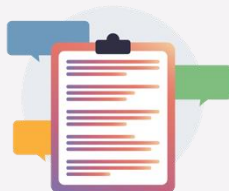


誰と誰がいつどのようなテーマで商談したかが記録されます。商談は録音され、いつでも聞き直せます。



02

商談を要約

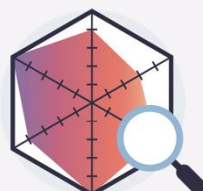


生成 AI 技術により、商談内容を商談種別ごとに要約できます。要約スタイルはカスタマイズ可能です。



03

商談を評価

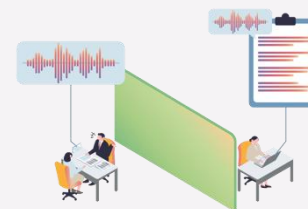


音声解析技術により商談の傾向を解析します。商談のクセを把握することで、より良いお客様対応の改善につながります。



04

商談をモニタリング



バックヤードの管理者がリアルタイムで商談内容を確認できるため、お客様へ即時的確なアプローチを行うことができます。



05

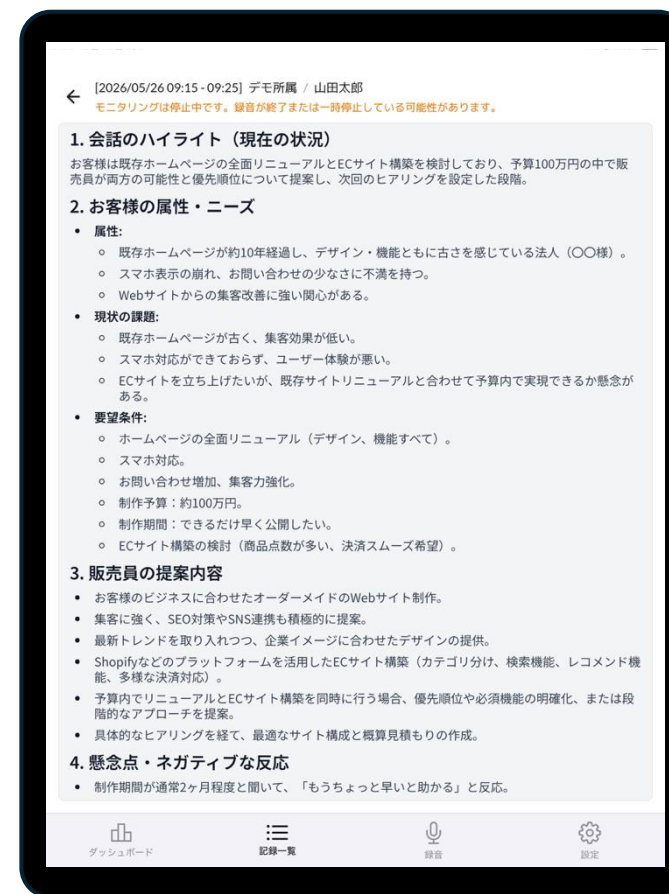
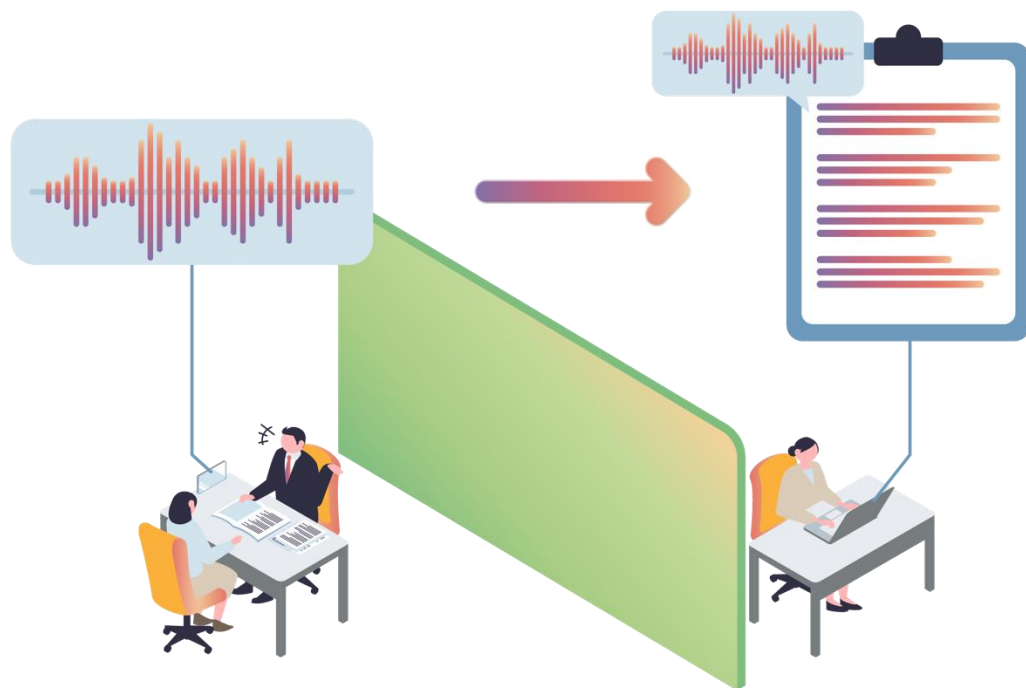
本部で管理



全ての商談は本部で一元管理が可能です。店舗・スタッフごとの傾向や顧客ニーズの把握により、顧客対応力の強化につながります。



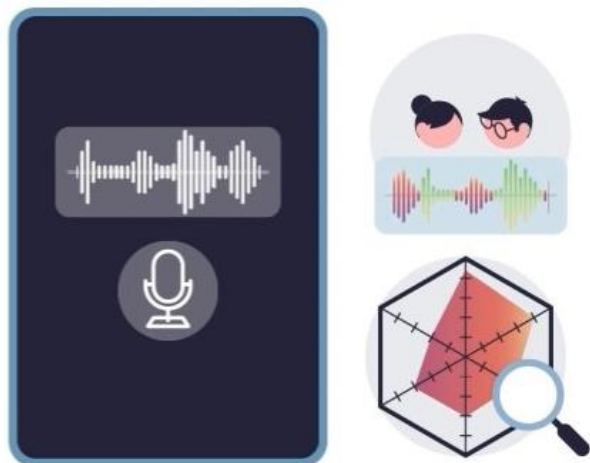
リアルタイムモニタリング



5分ごとの自動要約で、現場とバックヤードを常時接続

音声データのマーケティング活用

商談データ解析



顧客ニーズ把握
販売ノウハウ体系化



マーケティング施策



サービス説明動画



<https://youtu.be/etfBSYuAzXg>

画面イメージ — デモ動画



<https://youtu.be/5xpwy75JsOM>

02

出カイメージ



自動車商談／要約

商談サマリー

お子様の送迎用にお客様ご自身の車として、フリードのハイブリッド・クロスターをご提案。運転や駐車への不安、給油の手間に対し、コンパクトなサイズ感やマルチビューカメラ、e:HEVの利点をご案内しました。また、ご希望のペーージュ色やスマホでのエアコン操作機能に高い関心を示されました。今回はカタログをお渡しし、次回は試乗と具体的な見積もり作成を行うことで合意しました。

1. お客様の近況/ライフスタイル/現在の使用状況について

- 夫が車を持っており、家族6人でアルファードに乗っている
- 自分用の車が欲しいと考えている
- 子供4人を連れて出かけることが多い
- 子供の習い事の送迎などに使う予定

2. 提案の概要/趣旨について

- フリードの購入を検討している
- フリードの特徴や機能について説明

3. お客様の要望/悩みの詳細について

- 大きすぎる車は運転に自信がない
- 子供4人と自分が快適に乗れる車が欲しい
- チャイルドシートが必要で、適度な広さが欲しい
- 駐車が心配
- ガソリンスタンドに行く回数を減らしたい
- 安全性が高い車が欲しい

4. (お客様の要望/悩みを受けて)提案内容の一覧

- フリードの6人乗りモデル
- 汚れが目立ちにくいシート
- 収納スペースが充実
- 自転車が乗せられる荷室
- コンパクトな横幅で運転しやすい
- デザートペーージュのカラー
- クロスターのモデル
- マルチビューカメラ
- ホンダセンシングの安全機能
- ホンダコネクットのスマホ連携機能
- シートヒーターとリアクーラー

5. お客様の反応/質問/購入意思について

- 色やデザインに関心がある
- 駐車の手やすさを重視
- ハイブリッド車に興味がある
- 安全性についての質問
- カタログを持ち帰りたい

6. (お客様の反応/質問/購入意思を受けて)

質問への回答内容/提案内容の一覧/具体的な説明

- フリードの色やデザインの説明
- 駐車をサポートするマルチビューカメラの説明
- ハイブリッド車の燃費や価格差の説明
- ホンダセンシングの安全機能の説明
- ホンダコネクットのスマホ連携機能の説明
- シートヒーターとリアクーラーの説明

7. 次回の内容

- 試乗や具体的な見積もりの作成

8. 次回のお約束

- カタログを持ち帰り、次回具体的な話をする

自動車商談／ToDo

ToDo 01 来店のお礼と商談リマインド

- ・来店へのお礼と、フリード6人乗り・ハイブリッド・クロスターを中心に、お子様との快適な移動や安全性を重視した提案内容を簡潔にまとめたメールを送付

ToDo 02 懸念点への追加情報提供

- ・チャイルドシート3台設置時の車内空間イメージやISOFIX対応シートの設置方法・緩み防止策の資料を送付
- ・マルチビューカメラやコーナーセンサーの詳細資料・動画リンクを送付
- ・ホンダコネクトのリモートエアコンや車内Wi-Fiの利用シーンを提示する資料を送付

ToDo 03 具体的な次のステップ

- ・要望を反映した具体的な見積もりを作成し、次回来店時に提示できるよう準備
- ・運転のしやすさやチャイルドシート設置後の空間を体験いただくため試乗を提案し日時を調整
- ・主要機能（安全性・快適性・燃費）をまとめた資料を送付しご家族での検討をサポート
- ・関心を示したアースカラー系の実車やカラーサンプルを次回来店時に再確認いただけるよう準備

商談ごとに次のアクションを自動生成し、対応漏れを防ぎます

自動車商談／評価

総合評価

今回の商談は、お客様の具体的なニーズや懸念を丁寧に引き出し、それに対して製品の機能やメリットを具体的な利用シーンと結びつけて説明する点で非常に優れていました。特に、お子様がいらっしゃるご家庭の状況を深く理解し、安全性や利便性に関するお客様のインサイトに寄り添った提案ができています。一方で、商談の冒頭ではもう少しパーソナルな会話で信頼関係を深める工夫や、クロージングではお客様の次の行動をより強く促す表現を取り入れることで、さらに商談の質を高めることができるでしょう。全体としては、お客様に寄り添った質の高い商談でした。

1. 信頼関係の構築 (スコア：4点 / 5点)

営業担当者は、お客様の家族構成（お子様4名）や運転への不安、車選びで重視する点（安全性）といったパーソナルな情報をしっかりと把握し、共感を示す姿勢が見られました。特に、自身の育児経験を共有することで、お客様との心理的な距離を縮めようと努めています。お客様の「ママの車ってすぐ分かる方がいい」という感情的な要望にも耳を傾け、色味の提案につなげている点は評価できます。しかし、商談冒頭の挨拶がやや事務的であったため、もう少しお客様の感情や過去の経験に焦点を当てた導入を意識することで、より深い信頼関係を早期に築けるでしょう。

2. ニーズ・課題の深掘り (スコア：5点 / 5点)

営業担当者は、お客様の具体的なニーズや潜在的な課題を深く掘り下げることができています。「フリードにこういう内容があったらいいなと思ったりとか、お伺いできればと思います」という質問から、お客様の要望を引き出し、運転への不安、チャイルドシートの設置、駐車心配、ガソリンスタンドに行く頻度、地球環境への配慮といった多岐にわたる動機や懸念を特定しています。特に、ハイブリッド車に関するお客様の漠然とした疑問や誤解を解消し、具体的なメリットを提示することで、お客様のインサイトに合致した提案の軸を構築できています。

3. お客様本意の説明 (スコア：5点 / 5点)

営業担当者は、単なる機能説明に留まらず、お客様のライフスタイルや家族構成に合わせた具体的な利用シーンをイメージさせる説明を心がけています。例えば、シートアレンジや荷室の広さについては「お子様との距離がすごく近い状態を保てます」「27インチの自転車も乗せられるぐらいの荷室です」と、お客様が実際に使う場面を想像しやすいように伝えていきます。また、ホンダコネクトのエアコン機能については、夏のショッピングモールでの具体的な困りごとを例に挙げ、その解決策として提示しており、お客様本位の視点が強く感じられます。

4. 会話の主導権 (スコア：5点 / 5点)

営業担当者は、商談の開始から終了まで、一貫して会話の主導権を握り、論理的な商談フローを構築できています。冒頭で「ご要望と聞き漏らしがないように、確認させていただければと思います」と商談の目的と進め方を明確に提示し、お客様の発言に対しては適切な相槌や確認の言葉を挟みながら、次の質問や提案へとスムーズにつなげています。特に、ガソリン車とハイブリッド車の比較では、お客様の意向を先に確認することで、その後の説明の焦点を絞り、効率的に情報提供を行っています。これにより、お客様は安心して商談を進めることができたでしょう。

5. お客様の懸念払拭 (スコア：5点 / 5点)

営業担当者は、お客様の懸念点に対して曖昧な言葉でごまかすことなく、明確に回答し、納得できる説明と代替案を提示できています。運転への自信のなさや駐車への不安に対しては、コンパクトなサイズ感やマルチビューカメラ、コーナーセンサーといった具体的な機能で「運転がしやすい」「駐車もばっちりです」と断言し、安心感を与えています。ハイブリッド車の充電に関するお客様の誤解に対しても、「そういう充電は必要ないです。走りながら、走って止まる時の力をバッテリーに充電して」と分かりやすく仕組みを説明し、懸念を払拭しています。

6. クロージング (スコア：3点 / 5点)

商談の終盤において、営業担当者はこれまでの会話内容を簡潔にまとめ、お客様のニーズに合致した提案であったことを再確認させています。その上で、「またご試乗であったり、具体的なお見積もりが作成させていただけると思います」と、具体的な次のステップを提示しています。カタログをお渡しして検討を促すという行動提案も適切です。しかし、「思います」という表現はやや控えめであり、お客様の意思決定を促すには、「いかがでしょうか」「ぜひご検討ください」といった、より積極的にポジティブな言葉で次の行動を促すことが望ましいでしょう。

保険商談／コンプライアンスチェック

名乗り	○	氏名と所属を明確に名乗っている。
推奨販売方針	○	自社が3社の損保と取引があること、1店舗1損保制であること、当店が損保ジャパンの代理人として契約を締結することを説明している。
パンフレット提示	×	会話ログからパンフレットを提示したことが明確に読み取れない。「こちら」という発言はあるが、パンフレットか画面か不明確。
意向把握	○	運転者範囲（本人限定）と最若年齢（本人）を確認し、年齢条件（35歳以上）と限定条件（限定なし）を提示して確認している。
契約内容確認	×	見積もり結果や契約内容の詳細（保険料、補償内容、特約など）を顧客と画面上で確認するプロセスがない。既存契約の証券には触れているが、新しい契約内容の確認は行われていない。
重要事項説明（お客様確認）	○	お客様自身で読むことの重要性を明確に伝えている。
重要事項説明（不利益情報）	○	保険金が出ない場合があること、具体的な免責事由として「タイヤの単独損害」を挙げて説明している。
重要事項説明（通知告知義務）	×	「通知義務」と「告知義務」の区別が曖昧で、告知義務の具体的な例示が不明確。それぞれの重要性についても十分に触れられていない。

業界・業種にあわせたチェック項目でコンプライアンスを自動判定します

不動産商談／顧客情報取得

1. 来場方法

- ・会話資料に顧客の移動手段に関する直接的な言及はありません。

2. 本物件周辺の認知

- ・顧客の実家が物件の近くにあるため、物件周辺で長く暮らしており、生活圏としてよく知っている。
- ・物件が「駅の3分」という立地であることも認知している。
- ・■■■■（企業名）が広大な敷地で街づくりを始めていることを「ご存知だと思いますが」と販売員が確認しており、顧客も認知している。
- ・「××ビレッジ」によく遊びに行き、友人もいる。
- ・「××××モール」についても認知している。
- ・「センターができるみたいな話があるじゃないですか」と、駅前再開発計画についても認知しており、進捗を気にしている。

3. 本物件を知ったきっかけ

- ・「興味のあるマンションができるということで」知った。
- ・物件の「ホームページ」を見て、間取りや広さの情報を確認している。
- ・「建物も出来上がってきて、場所的にもすごく便利そうだった」ことがきっかけの一つ。

4. インターネット利用状況

- ・物件の「ホームページ」を閲覧している。
- ・1日あたりの利用時間や主な利用端末に関する具体的な情報はありません。

5. SNS利用状況

- ・関連する発言はありません。

6. 住宅購入で主に情報収集した媒体

- ・物件の「ホームページ」を閲覧している。

7. 入居予定人数／家族構成

- ・顧客は「独身」である。
- ・「そろそろ親のところから行っていようかなと思ってます」と、実家からの独立を検討している。

8. 夫の職業・勤務先名・勤続年数・勤務地

- ・顧客は独身のため、該当する情報はありません。

8-2. 妻の職業・勤務先名・勤続年数・勤務地

- ・顧客は独身のため、該当する情報はありません。

9. 年収・世帯年収

- ・自己資金として「2,000万円くらい出せる」と考えている。
- ・残り「3,000万円をローンで返していく」ことを想定している。
- ・予算は「5000万円くらいの感じ」で考えており、中層階帯の「5500万円」という価格帯も視野に入れている。
- ・「年長みたいなのもあって」という発言があり、年収に関する情報を示唆しているが、具体的な数値は不明。

10. 居住形態・所有形態

- ・現在は「親のところ」に住んでおり、実家暮らしである。

11. 買い替えの有無・現住居の査定希望

- ・実家暮らしのため、買い替えではありません。現住居の査定希望に関する発言もありません。

12. 居宅費（月々／ボーナス時）

- ・関連する発言はありません。

13. 居住年数・現住居の間取

- ・実家暮らしのため、現住居の居住年数や間取りに関する具体的な情報はありません。

14. 購入検討理由

- ・「そろそろ親のところから行っていようかなと思ってます」と、実家からの独立を検討している。
- ・「親の近くには行った方がいいかなと思った」ため、実家近くでの物件を探している。
- ・「建物も出来上がってきて、場所的にもすごく便利そうだった」ことも理由の一つ。

15. 購入検討時に最も不安に感じる点

- ・「マンションってどうやって買ってくるのかわからない……………」

訪問トラブル対応／フローに沿った要約

全体的な要約

今回の訪問修理・サポート業務では、お客様のインターネット接続不具合に対し、迅速かつ丁寧な対応が行われました。作業員は到着後、名刺と身分証を提示し、お客様の本人確認を行いました。お客様からは「昨日から急にインターネットが繋がらなくなった」という具体的な症状と、仕事で困っている状況が伝えられました。作業員はまず、診断から見積もり、作業実施までの流れと料金体系、利用規約を説明し、お客様の同意を得ました。診断の結果、パソコンのIPアドレス設定が書き換わっていることが判明し、ネットワーク設定修正作業と再発防止のための設定固定化を提案。お客様の承諾を得て作業を実施しました。作業完了後、お客様と共にインターネット接続の改善を確認し、作業報告書の説明とカード決済による支払い手続きを行いました。最後に忘れ物がないか確認し、丁寧な挨拶で訪問を終えました。

1.訪問前連絡

録音中には、訪問前連絡に関する具体的な会話は確認できませんでした。しかし、お客様が「お待ちしました」と発言していることから、事前に訪問日時や内容について連絡が行われ、お客様が訪問を認識していたことが推測されます。

2.到着・ご挨拶

作業員は到着後、「***から参りました田中と申します」と名乗り、名刺と身分証を提示しました。お客様の本人確認として「斉藤様でお間違いないでしょうか」と確認し、お客様から「はいそうです」との返答を得ました。また、室内での作業に際し、荷物を置く場所には持参したシートを使用する旨を伝え、お客様への配慮を申しました。

3.ご依頼内容の確認

作業員は「改めまして、本日はどのような症状でお困りでしょうか」とお客様に尋ね、お客様から「昨日から急にインターネットが繋がらなくなっちゃって」「仕事で使うので困っているんです」という具体的な症状と困り事をヒアリングしました。さらに、エラーメッセージの有無やルーターランプの変化について確認し、お客様の状況を詳細に把握しました。

4.料金・作業方針（利用規約）のご説明

診断を開始する前に、作業員は本日の進め方と料金の仕組みについて説明しました。まず不具合の原因特定のための診断を行い、その結果に基づいて具体的な作業内容と正確な金額を算出し、作業前に提示する旨を伝えました。また、お客様の同意なく追加作業や費用請求は行わないことを明確にし、弊社の利用規約を提示して、お客様の同意を得ました。

5.診断・状況確認

作業員は診断を開始するにあたり、お客様に「お手元のパソコンとこちらのルーターに触れさせていただきますがよろしいでしょうか」と許可を求めました。お客様の承諾を得た後、通信信号がどこで止まっているかを確認し、「ルーターまでは信号が来ていますがパソコン側で受け取られていないようですね」と現状を説明しました。

6.見積提示・同意取得

診断の結果、パソコン内部のIPアドレス設定が書き換わっており、インターネットへの接続ができない状態であることが判明しました。作業員は、この設定を正しい状態に戻す「ネットワーク設定修正」が必要であると説明し、診断料1万円と作業料1万5千円の合計2万5千円の見積もりを提示しました。お客様から「それで治るならお願いします」と同意を得た後、再発防止策として設定の固定化を無料で行うことを提案しました。

7.作業実施

お客様の同意を得て、作業員は「では作業に入ります」と伝え、古い設定の削除と新しい設定の書き込み作業を開始しました。作業の進捗状況として「あと3分ほどで完了しますので少々お待ちください」と、完了までの目安時間を伝えました。

8.完了確認

作業完了後、作業員は「ご依頼いただいた症状が改善されているか確認をお願いします」とお客様に伝え、ブラウザを立ち上げて好きなページを開くよう促しました。お客様が「つながりました。早くなってますね」と改善を報告すると、作業員は「よかったです。他のページも問題なく表示されますね。これで安心してお仕事にお伝えいただけます」と、作業の成功を確認しました。

9.作業報告・お支払い

作業員は、本日の作業内容と原因、行った処置を記載した作業報告書をお客様に提示し、内容に間違いがなければサインを求めました。その後、支払い方法について現金、カード、QR決済のいずれかを確認し、お客様の「カードをお願いします」という希望に応じてカード決済の手続きを行いました。

10.退出・完了報告

最後に、作業員は「お部屋に忘れ物がないか確認いたします。作業場所周りも問題ございませんね」と忘れ物がないか確認しました。その後、「本日は対応を終了とさせていただきます」と伝え、何か困り事があれば再度連絡するよう案内し、丁寧な挨拶をして退出しました。社内システムへの完了報告については、録音中には確認できませんでした。

03

導入事例



多種多様な業界への導入実績

自動車・不動産・金融など、対面商談や接客のある幅広い業種で導入が進んでいます。



自動車販売



不動産販売



金融・保険



BtoB



旅行代理店

ユーザー様のお声

「AI 先生」として定着

店長の指導が感情的・属人的になりがちで、
若手も素直に受け入れにくかった



AI の客観的な指摘は説得力があり、若手も素直に受け入れられる

自律的な提案へ

ロープレはできても本番では
カタログ知識の披露に終始しがちだった



録音を意識して意識的に提案し、顧客の潜在ニーズが見えるように

情報収集の精度が向上

周辺情報や試乗中の発言を取りこぼすことが多かった



要約で振り返り見落としを抑制。トップ営業の話法も法人内で共有

自己学習・スキルアップ

先輩に商談を聞きに行きづらく、
研修と現場のギャップに悩んだ



グラフ×要約で弱みを可視化し、相談しやすく離職防止にも

的確なクロージング

記憶頼りの口頭報告で、
納期希望などの認識がずれていた



顧客発言を客観的に可視化し、AI×店長で的確に判断

コンプライアンス強化

スタッフが各自で
独自の議事録ツールを使用していた



セキュリティが担保されたツールに統一し、商談を証跡として保存

01 クロージングの強化による成約率の向上 (1/2)

営業スタッフの主観を排しお客様の発言を客観的に可視化。AI×店長の判断で的確なクロージングを実現した事例。

Before 導入前の課題

- ・ 商談報告がスタッフの記憶・主観に偏りやすい
- ・ 「言った／言わない」で振り返りが曖昧になりがち
- ・ 値引き中心の受け身商談になり、提案漏れも発生



After voice value 活用後の変化

- ・ 店長がvoice valueでお客様の発言を客観的に確認
- ・ 主観とのズレに気づき、的確な値引き・提案の判断へ
- ・ 成功パターンを型化し、全社的に横展開

具体的な成果

スタッフの主観

口頭報告では「4月納期の希望は強くない」と認識



客観事実 (AIログ)

商談ログに「特に4月までの納期希望」と明記



的確なクロージング

競合車は4月納期に不可と判断し値引き幅を持たせ成約

実際のお声

口頭報告では4月納期の希望は弱いと伝えたが、AIログには『特に4月までの納期希望』と明確に残っていた。

— 主観と客観のズレに気づいた店長・営業スタッフ

01 クロージングの強化による成約率の向上 (2/2)

査定中のAI要約・品質評価を起点にお客様理解を深め、的確なクロージングにつなげた事例

Before 導入前の課題

- ・ ご夫婦で来店されても旦那様との会話が中心になりがち
- ・ 奥様の関心や要望を十分に拾えず、手応えは感覚頼り
- ・ 「何が決め手になるか」を客観的に把握できなかった



After voice value 活用後の変化

- ・ 査定中に録音を開始し、AI要約をその場で確認
- ・ 「奥様へのフォロー不足」に気づき、査定後に軌道修正
- ・ お客様理解にもとづく提案でクロージング精度が向上

具体的な成果

聞かなくても分かる

要約と音声で商談を確認し、具体的に指摘できる



育成の標準化

売れる営業の言い回しを共有し若手を早期戦力化



施策が実行・定着

商談要約を日報にコピペし、店長の声かけが増加

実際のお声

旦那様との話に夢中で、奥様へのフォローが足りていなかった…。査定後の商談では、奥様へのフォローも意識しよう。

— 商談品質評価をふまえた営業スタッフの気づき

02 商談内容のモニタリングによるマネジメントの強化

相談が苦手な若手とマネジメント層の橋渡し役として活用し、指導の負担を軽減した事例

Before 導入前の課題

- ・若手は上司への相談を避け、一人で抱え込みがち
- ・商談が見えず、本人もスキル不足を認めにくい
- ・指導が「言った／言わない」になり店長の負担大



After voice value 活用後の変化

- ・AIが次の一手を提案し、自ら改善するきっかけに
- ・提案内容・金額がテキスト化され、後追い確認が容易
- ・録音件数の少なさが危機感につながり、提案漏れも防止

具体的な成果

提案漏れを防止

会社方針の提案項目の有無を確認



後処理を削減

実印準備の伝え漏れ等を防ぎ店長業務を軽減



危機感が自発改善に

録音件数の少なさから「内容が薄い」と自覚

実際のお声

上司からの指示は受け入れにくくても、AIの分析・提案には素直に向き合える。世代間ギャップによる衝突が減った。

— 若手育成にあたる店長の活用実感

03 商談内容の可視化による自己管理の定着（1/2）

商談を自分で振り返り、営業スタッフが自律的に改善する行動変化が生まれた事例

Before 導入前の課題

- ・ロープレはできても本番ではカタログ知識の披露に終始
- ・一方的な話し方になり、顧客ニーズを引き出せない
- ・成約につながらない理由が分からないまま指導



After voice value 活用後の変化

- ・AIの第三者的視点で、商談を客観的に自己分析
- ・顧客の潜在ニーズが見え、一方的な話し方も発見
- ・録音される意識から、意識的に提案する行動へ

具体的な成果

自己分析が定着

AIの第三者視点で客観的に自己学習できる状態に



つまづきを特定

成約に結びつかない理由を把握し改善につなげる



店長の負荷を軽減

一人で完結できる育成の仕組みづくりが前進

実際のお声

録音されている意識から、お客様に合わせて意識的に提案するようになった。成約につながらない理由も見えてきた。

— 自己学習を進める営業スタッフの声

03 商談内容の可視化による自己管理の定着（2/2）

経験年数の異なる2名が、商談ログをもとに自ら振り返り、約2か月でスコアを高めた事例

Before 導入前の課題

- ・ 商談は各自の記憶とメモ頼りで振り返りが難しい
- ・ 若手は一方的に情報を伝え、ニーズの聞き取り不足
- ・ 良い商談のコツが個人にとどまり横展開できない



After voice value 活用後の変化

- ・ ベテランUさんの話法を拠点MTGで共有し全体底上げ
- ・ 若手Yさんは商談ログで自分の癖に気づき傾聴を徹底
- ・ 自ら振り返り改善する習慣が定着し、約2か月で向上

具体的な成果

ベテラン Uさん

成約に結び付けるための話法を拠点MTGで共有。



若手 Yさん

「一方的な説明」の癖に気づきニーズ傾聴を徹底。



約2か月で向上

voice valueの利用開始後、自走の習慣が定着。

実際のお声

お客様と会話しながら必要な情報を的確に提案できている。ニーズの引き出し方も機能説明も見事だった。

ー ベテラン営業スタッフによる商談ログ確認時のコメント

04 各自の課題に応じた活用

営業スタッフが各自の不足や課題に応じて使い方を工夫し、自走で改善した事例

Before 導入前の課題

- ・基本データは収集できても“周辺情報”を見落としがち
- ・特に試乗中の発言を精緻に記録できなかった
- ・良い商談のコツが個人にとどまり横展開できない



After voice value 活用後の変化

- ・要約機能で振り返り、見落としていた情報に気づく
- ・試乗中も録音し、拾いきれなかった情報を記録
- ・「他銘代替」商談に絞って活用し、攻略の糸口に

具体的な成果

見落としを抑制

周辺情報や試乗中の発言まで記録し成約の切り口に



課題商談を克服

自身の弱点（他銘代替）に絞って振り返り改善



法人内で横展開

トップ営業の話法を文字・音声で他拠点へ共有

実際のお声

商談の進め方やオプションのお勧めトークなど、共有されたトップ営業の商談がとても参考になっています。

ー トップ営業の商談を共有された他拠点の声

05 自己学習でスキルUP

営業経験5年未満・年間販売 約90台のスタッフが、自己学習でスキルアップした事例

Before 導入前の課題

- ・新人は先輩の商談を見て覚え、約2か月で独り立ち
- ・研修と現場のギャップが大きく、クローキングに苦戦
- ・一番下の立場で先輩に聞きづらく、離職する同期も



After voice value 活用後の変化

- ・自分の商談を要約・品質評価で客観的に振り返り
- ・グラフで“弱みの可視化”ができ、改善点が明確に
- ・研修に実例を取り入れ、新人の不安解消・離職防止へ

具体的な成果

弱みを可視化

グラフ×評価コメントで改善点が一目で分かる



研修と現場を接続

実データを教材化し、実践に近い育成を実現



離職防止に貢献

新人の不安を解消し、現場の安定化につなげる

実際のお声

言語化が苦手でも、グラフと要約があれば相談しやすい。研修と現場のギャップがぐっと縮まると感じています。

— 営業経験5年未満・年間販売 約90台のスタッフ

06 DX文化・全社展開の基盤づくり

全社で「DX化加速」を掲げ、属人的だった店長マネジメントを刷新。AIを指導の共通言語として定着させた事例。

Before 導入前の課題

- ・店長の指導が感情的・属人的な経験則になりがち
- ・スタッフも素直に受け入れず、自分のやり方に固執
- ・商談は各自の記憶とメモ頼りで、根拠が残らない



After voice value 活用後の変化

- ・「AI先生」として活用し、客観的で説得力ある指導へ
- ・人からの指摘より抵抗感が少なく、受け入れやすい
- ・店長は見守りに回り、好事例を社内メールで全社へ波及

具体的な成果

商談品質評価

評価に『根拠となる発言』が添えられ説得力が高い



発話傾向の可視化

発話比率・話速をデータ化し「喋りすぎ」に気づく



全社へ横展開

好事例をコピー貼付で社内メール共有し波及

実際のお声

AIのフィードバックは客観的で説得力がある。
人から言われるより抵抗感が少なく、アドバイスとして素直に受け入れられる。

— AIを「AI先生」として使いこなす現場の声

04

ご利用料金



基本料金

基本料金プラン

プラン	月間録音の上限	月額（1 ID・税抜）
20 時間プラン	月間の録音上限 20 時間	¥2,000 / 月
30 時間プラン	月間の録音上限 30 時間	¥3,000 / 月
40 時間プラン	月間の録音上限 40 時間	¥4,000 / 月
閲覧アカウント	録音は利用不可（閲覧・確認専用）	¥500 / 月

初期費用 **無料** / 標準仕様：要約メニュー 2 つ・録音保存期間 6 か月間

オプション

オプション一覧

オプション	内容	料金（税抜）
要約メニュー追加	標準 2 つを超える要約フォーマットを追加	基本料金 × 10 %
要約カスタマイズ	業界・業種にあわせた要約フォーマットを個別設計	¥30,000 / 要約
録音保存期間	標準 6 か月以上に保存期間を延長	1年 × 3% 2年 × 10% 3年 × 15%
データ引継ぎ	退職・異動者の録音／要約／分析データを引継ぎ	¥1,000 / ID

各オプションは単体・組み合わせのいずれもご利用いただけます。

05

FAQ / appendix



よくあるご質問 (1/3)

アプリの動作・デバイス要件・ログイン

アプリの動作

Q. iPad カバーを閉じるとアプリが停止してしまう

A. iPad の仕様により、カバーを閉じると省電力のためアプリが停止します。継続使用の場合はカバーを閉じずにご利用ください。停止した場合は、再度アプリを開きマイクボタンを押して録音を再開してください。

アプリの動作

Q. 早朝に利用しようとしたところアプリが起動できなかった

A. アプリの利用可能時間は 5:00~24:00 です。これ以外の時間はシステムメンテナンス時間のため、エラーとなります。

デバイス要件

Q. iPad に必要な空き容量は？

A. 1 GB 以上の空き容量を推奨しています。なお、アプリ上は容量が100MB以下になると警告アラートが表示され、録音中に50MB以下になると録音が自動停止しますのでご注意ください。

ログイン

Q. アカウントにログインできない

A. メールアドレスとパスワードが正しいことを確認してください。それでも解決しない場合はアカウントロックの可能性がります。アプリ上には「30分後にロック解除」と表示されますので、30分ほどお待ちいただくか、ログイン画面の「パスワードを忘れた方はこちら」から再発行してください。

よくあるご質問 (2/3)

録音・音声データに関するよくあるご質問

録音

Q. 録音が始まらない

A. マイクの使用許可がされていない、録音権限がない、音声登録が未完了、他のアプリ等で通話や録音中、あるいは録音設定の取得中であることが理由として考えられます。それぞれの設定や端末の状態をご確認ください。

録音

Q. 録音中に一時停止してしまった

A. 電話の着信やSiriの起動、他のアプリでマイクやスピーカーといった音声機能が使用された場合、またはマイク環境が変わった（イヤホンを挿したなど）ことが理由として考えられます。

録音

Q. 録音中にアプリが落ちた / アプリを閉じてしまった

A. アプリを再度起動すると、録音データが復旧され、未送信データとして保存される場合があります。
[設定] タブの [録音データ送信状況] をご確認ください。

データ

Q. 音声保存できなかった、または、アップロード時にアプリが固まった

A. 通信ネットワークが遅い可能性があります。[設定] タブから [録音データ送信状況] を選択し、録音データの一覧と送信状況をご確認ください。

データ

Q. 録音後、データを送信したが記録一覧に表示されない

A. [設定] タブの [録音データ送信状況] から、送信済みの録音データを左スワイプし、「再送信」ボタンをタップすることで、再度録音データが送信されます。

よくあるご質問 (3/3)

データ閲覧・CSV出力に関するよくあるご質問

閲覧

Q. 録音データがアップロードされたかどうか分からない

A. [設定] タブから [録音データ送信状況] で確認可能です。
要約結果は 15 分の録音で要約 10 分 / 分析 15 分、1 時間の録音で要約 20 分 / 分析 30 分が目安となります。

閲覧

Q. 録音時間が表示されない（「-分」で表示される）記録がある。

A. 録音中に正常な停止操作を行わずにアプリを強制終了した場合、録音時間が取得できず表示できません。

閲覧

Q. 記録一覧で「分析に必要な音声データが不足しています。」と表示されている履歴がある。

A. 録音時間が短い場合や、録音中に発話がない（発話をシステムが認識できない）などの理由で、会話の分析・要約が行えないことがあります。

CSV出力

Q. ダウンロードしたCSVファイルをExcelで開いたら、表示が崩れていた

A. Excelの仕様により「1セルに入力できる最大文字数は32,767文字」となっている都合上、CSVのデータがこれを超過した際に問題が生じます。
ただし、CSVファイルの開き方によって表示に違いがあります。

- (1) CSVファイルをダブルクリックなどにより直接Excelで開いた場合
 - 「32,767文字」を超過した残りの文字が、他の項目の並びに関係なく、次行の先頭に表示されてしまい、表示が崩れます。
- (2) Excelのメニュー「データ」タブから「テキストまたはCSVから」を使って、データとしてCSVを開いた場合
 - 「32,767文字」を超過した残りの文字が切り落とされて表示されます。そのため全体の表示は崩れません。

※CSVファイルをExcelで開く場合の標準仕様のため、上記をご理解いただきご運用をお願いいたします。

01 話者の音声分離

全文 要約 ToDo (ネクストアクション) 商談品質評価 発話傾向

株式会社□□□□□□ / 桜井**様
新規導入相談

📌 新規

17:51 だいぶ商品について理解できました。

17:59 そう言っていただけでありがとうございます。

18:06 ただ、高い買い物だからちょっと検討したいと思っているんだよね。

18:12 私ひとりじゃ決められないし。

18:12 仰ることはわかります。もう1点提案させていただきます。

18:22 え、なんですか。

18:25 いい話しはありがたいけど、今日はあまり時間がないんだよね。

18:31 承知しました。コンパクトにご説明させていただきます。

18:38 まずこちらをご覧ください。

02 高精度なカスタマイズ要約

全文 **要約** ToDo (ネクストアクション) 商談品質評価 発話傾向

株式会社〇〇〇〇/佐々木*様
導入支援

📄 新規

商談サマリー

顧客は、アナログな社内承認フローや経費精算業務がテレワーク推進の妨げになっている点に強い課題を感じており、ペーパーレス化と意思決定の迅速化を重視しています。特に導入時の操作性や既存データからの移行コストを懸念しています。当社は、クラウド型ワークフローシステムの導入による業務効率化を提案しました。顧客は「直感的な操作性」を高く評価し、今回は現場担当者を交えたデモンストレーションを実施することで合意しました。

1. お客様の近況/ライフスタイル/現在の使用状況について

- 創業30年の製造業で、現在も紙の伝票とハンコによる承認文化が根強く残っている。
- 情報システム部門が新設され、社内全体のDX推進が急務となっている。
- 現在はExcelとメールを併用して管理しているが、承認の停滞が常態化している。
- 全社的なITリテラシーにはバラつきがあり、複雑なシステムへの抵抗感が強い。
- 今期中に予算を確保し、来期初めからの本格運用を目指している。

2. 提案の概要/趣旨について

- 場所を問わずに承認作業が可能なクラウド型ワークフローシステムを提案。
- スマートフォン対応による、移動時間などのスキマ時間活用を強調。
- 既存のExcelフォーマットをそのまま取り込める「フォーム作成機能」の利便性を紹介。

生成AIによる要約のため、誤りや抜けの可能性があります。重要事項は十分に確認の上ご活用ください。

03 AI 商談力評価

The screenshot shows a web application interface for a negotiation evaluation report. At the top, there are navigation tabs: '全文' (Full Text), '要約' (Summary), 'ToDo (ネクストアクション)' (ToDo (Next Action)), '商談品質評価' (Negotiation Quality Evaluation), and '発話傾向' (Speech Trend). The '商談品質評価' tab is selected. Below the tabs, the context is set as '株式会社□□□□□□ / 桜井**様' (Company Name / Mr. Sakurai) and '新規導入相談' (New Introduction Consultation). There are two status indicators: '新規' (New) in a green circle and '成約' (Closed Deal) in a pink circle. The main content area is titled '商談評価レポート' (Negotiation Evaluation Report) and contains the following text:

総合評価：
顧客のビジネス成長に対するコミットメントが強く感じられる、極めて戦略的な商談でした。営業担当者は、顧客が抱く「Web集客への不信感（成果が出るのか?）」に対し、競合分析と実績数値を提示することで、論理的に信頼を獲得しています。単なる「記事制作代行」ではなく、「売上を作る仕組み作り」としての提案ができています。
課題としては、顧客の社内リソース（確認工数）に対する懸念への配慮が、やや一般論に終始した点です。顧客は「兼務で忙しい営業部長」であることを踏まえ、より踏み込んだ「工数削減案」を提示できていれば満点でした。

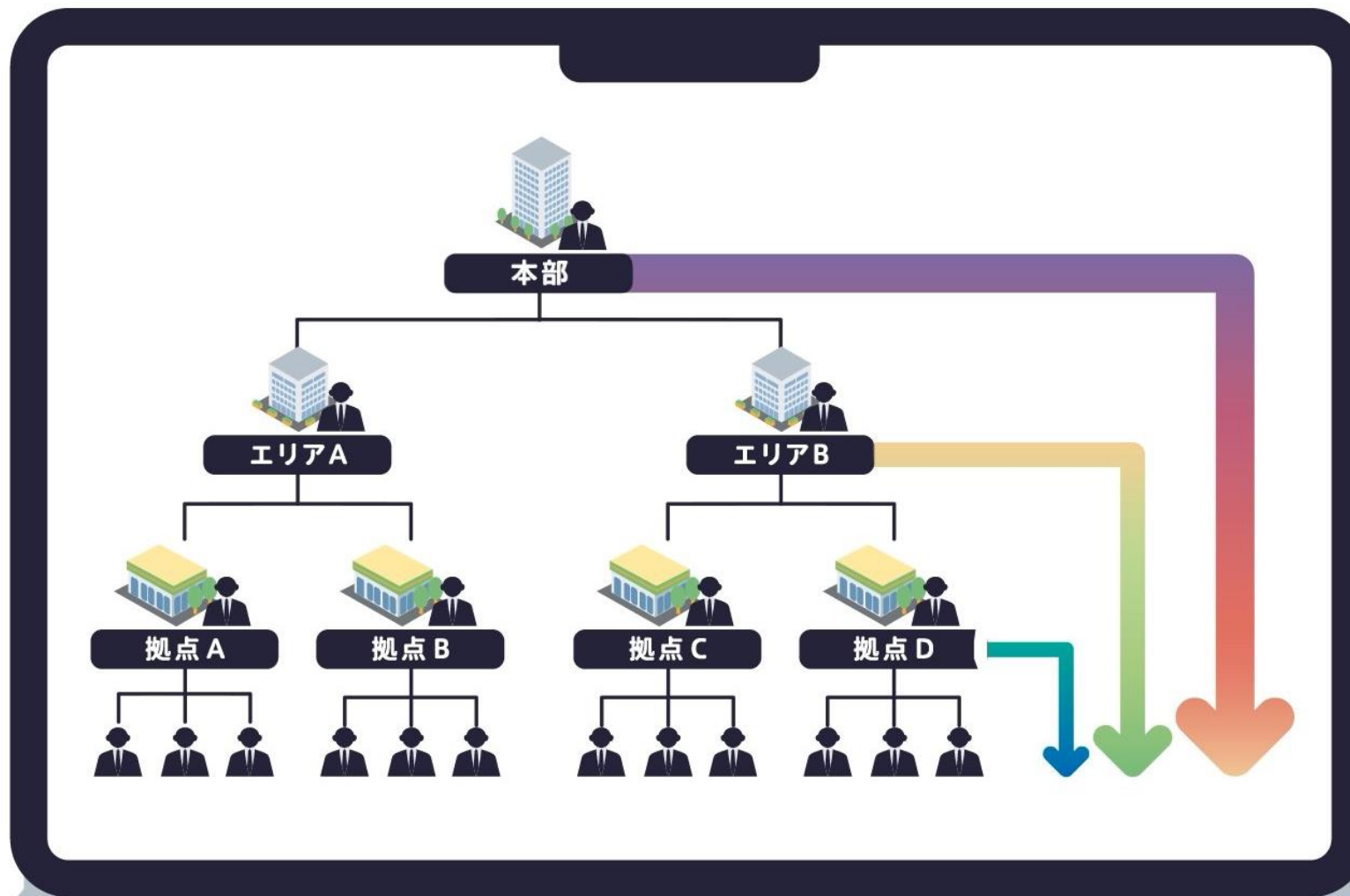
1.信頼関係の構築(スコア：3点/5点)
評価：
プロフェッショナルとしての自信を感じさせる受け答えで、信頼感を与えています。一方で、顧客がマーケティング初心者であることへの配慮（用語の噛み砕き）がやや不足しており、顧客が少し圧倒されている場面も見受けられました。より心理的な距離を縮めるためのアイスブレイクや、相手の理解度を確認する間（ま）が改善点です。
根拠となる発言：
“営業:弊社はBtoB領域、特に貴社のような専門商材のマーケティングにおいて、〇〇社様などの支援実績がございます。
営業:本日は、Webからのリード獲得を「仕組み」として定着させるための戦略をお持ちしました。”

生成AIによる要約のため、誤りや抜けの可能性があります。重要事項は十分に確認の上ご利用ください。

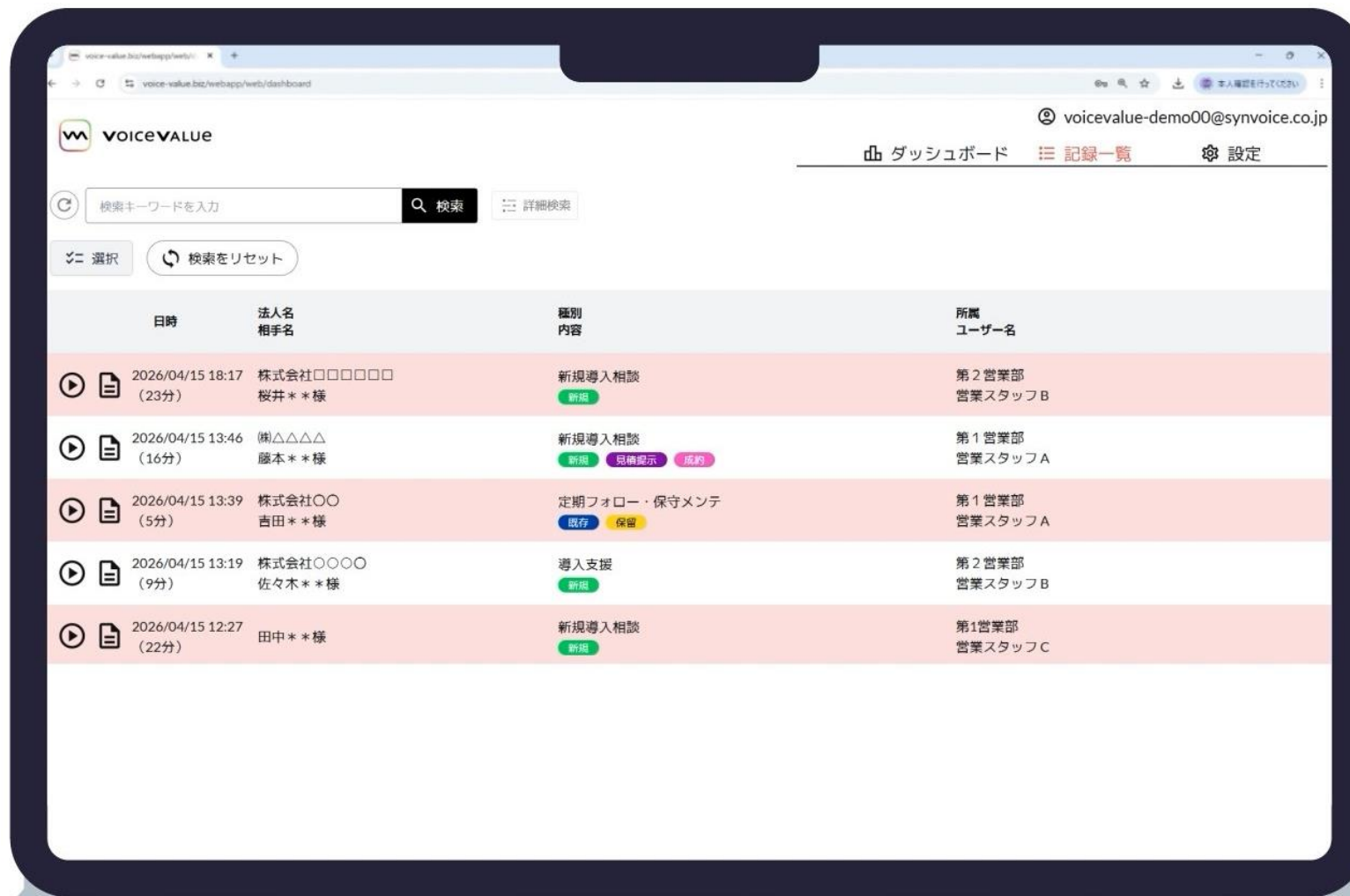
03 AI 商談力評価



04 階層別の権限管理



04 階層別の権限管理



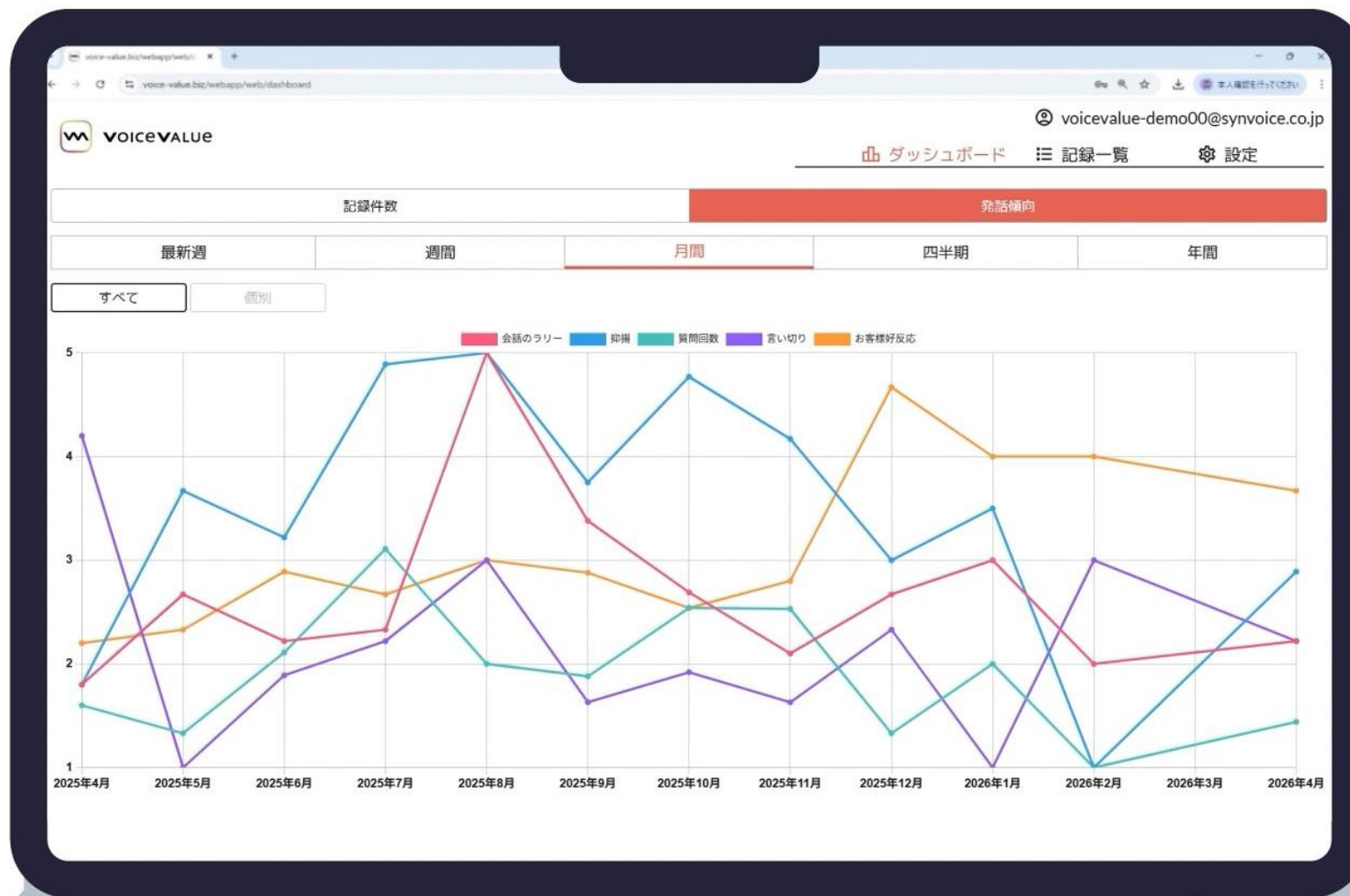
The screenshot displays the voiceVALUE dashboard interface. At the top, there is a search bar with the text "検索キーワードを入力" and a "検索" button. Below the search bar, there are navigation options: "選択" and "検索をリセット". The main content area is a table with the following columns: "日時", "法人名 相手名", "種別 内容", and "所属 ユーザー名". The table contains five rows of call records, each with a play button icon on the left. The records are as follows:

日時	法人名 相手名	種別 内容	所属 ユーザー名
2026/04/15 18:17 (23分)	株式会社□□□□□□ 桜井**様	新規導入相談 新規	第2営業部 営業スタッフB
2026/04/15 13:46 (16分)	㈱△△△△ 藤本**様	新規導入相談 新規 見積提示 成約	第1営業部 営業スタッフA
2026/04/15 13:39 (5分)	株式会社○○ 吉田**様	定期フォロー・保守メンテ 既存 保留	第1営業部 営業スタッフA
2026/04/15 13:19 (9分)	株式会社○○○○ 佐々木**様	導入支援 新規	第2営業部 営業スタッフB
2026/04/15 12:27 (22分)	田中**様	新規導入相談 新規	第1営業部 営業スタッフC

04 階層別の権限管理



04 階層別の権限管理



HAKUHODO
synVoice

