

報道関係各位
Press Release



2026年3月11日
コグニティ株式会社

【Webinar開催報告】非・生成AIが読み解く 「成績の良い営業ほど“お客さまが多く話す”は誤解だった」

7万人のデータから見えた、脱・属人営業組織の改善ポイントを公開

知識表現AIを用い、会話・文章情報から組織課題を可視化するコグニティ株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役：河野理愛、以下「コグニティ」）は、2026年3月10日（火）17:00～18:00、無料Webinar「脱・属人化、7万人のデータで決める営業組織 ～業績要因は上司だった！？人的資本経営に貢献する営業戦略～」を開催しました。本Webinarでは、営業活動の成果がいまだに感覚や経験則に依存しやすい現状に対し、7万人規模のデータをもとに、営業組織の“勝ちパターン”や改善の盲点を共有しました。あわせて、先日公開した「営業スキル：セルフチェックフォーム・シート」の活用方法や、知識表現AIによって見える真の改善点についても解説しました。

お客様の質問の種類で、力量がわかる!?

好成績営業ほど
“お客さまが多く話す”は
誤解だった!



←あなたの営業力、3分でチェックできます

■ 開催背景：「営業の質」は、いまだに感覚で判断されている

多くの企業では、CRMやSFAの普及によって「誰に」「何回」「いつ」アプローチしたかは管理できるようになっています。一方で、成果を左右するはずの商談や窓口対応そのものの“質”については、依然として属人的な評価に頼る場面が少なくありません。「そこをもう少し深掘りして」「説明が足りない」「もっとデータを増やそう」といった指導は日常的に行われていますが、その“そこ”がどこなのか、どの程度足りないのかは曖昧なままです。Webinarでは、この曖昧さこそが営業改善を遅らせる原因であり、感覚に依存した判断から脱却する必要があることを説明しました。加えて、購買行動の変化により、営業の役割が単

なる説明役ではなく、顧客の意思決定を支援する役割へと変わっていることも踏まえ、商談の「質」を可視化する重要性を共有しました。

■ 参加者の関心を集めた事前出題：「思っていた正解」と、実データは違った

本Webinarに先立ち、参加者には次の2つの問いを投げかけました。

【Q1】成績の良い営業員とお客さま、1回の商談や窓口対応で、どちらがどのくらいの話量の割合になっていると思いますか？

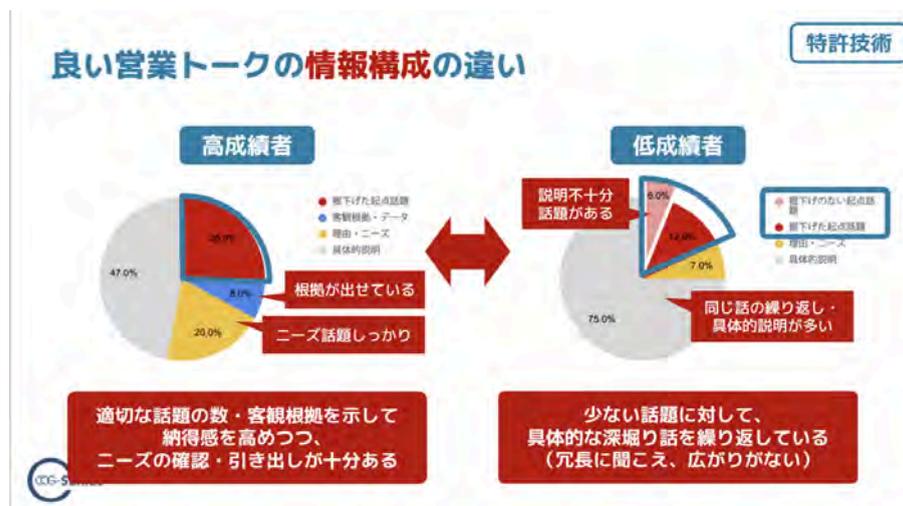
【Q2】お客さまからいただく質問として、営業員側がYes・Noで答えられるCLOSED質問と、5W1Hの深掘りしたOPEN質問、どちらが多い時に成約につながるでしょう？

この問いに対しては事前から高い反応が寄せられました。多くの方が「営業は聞き役に徹するほど良い」「序盤からOPEN質問で深く聞くべき」と考えがちですが、Webinarでは実データをもとに、そうした通説が必ずしも正しくないことを示しました。

■ 7万人データで見た“盲点”：良い営業は、思われている姿と少し違う

Webinarでは、過去の分析データをもとに、好成績者と低成績者の営業トークの違いを具体的に紹介しました。特に参加者の関心が高かったのが、「良い営業ほどお客さまが多く話すはず」という思い込みに対するデータです。実際には、好成績者ほど営業側の発話量が多い傾向が見られました。これは一方的に話しているという意味ではなく、相手の状況について仮説を示し、必要な情報提供を行いながら意思決定を支援しているためです。逆に、お客さま側の発話量が多いケースでは、営業の説明がわかりにくく、質問が増えている可能性もあることが示されました。

また、質問の使い方にも明確な差がありました。好成績者は商談の前半で答えやすいCLOSED質問を使い、後半でOPEN質問を増やす傾向がある一方、低成績者は前半から複雑なOPEN質問を投げけてしまい、対話の流れを作りにくくしている傾向が見られました。さらに、好成績者の質問は単に長いのではなく、仮説や前置きを含んでいるため、相手がイメージしやすく回答しやすい構造になっています。情報構成の面でも、好成績者は客観根拠やニーズ確認を交えながら納得感を高めている一方、低成績者は説明不足の話題が残ったり、同じ話題の具体説明を繰り返したりして、冗長に聞こえてしまう傾向があることを紹介しました。



良い営業トークの情報構成の違い

■ チェックリストと実例で示した、真の改善ポイント

本Webinarでは、営業改善を抽象論で終わらせないために、「営業スキル：セルフチェックフォーム・シート」の使い方も解説しました。アイスブレイク、ヒアリング、ニーズ深掘り、説明・説得、質疑応答、クロージングという各場面ごとに、自社や自分の営業活動がどこまでできていて、どこが“明確にわからない”状態なのかを確認する構成になっています。相手企業の状況理解から会話を始められているか、前半はCLOSED質問、後半はOPEN質問になっているか、質問文に十分な前置きがあるか、説明不足のまま次の話題へ移っていないか、終盤で具体的な次回アクションを提示できているかなど、感覚では見逃しやすい論点をセルフチェックできる内容です。

あわせて、実例として、当初は「現場の営業レベルが低い」と考えられていた組織でも、横断分析を行った結果、実際には商談内容よりも支店長の指導内容のほうが部署業績との相関が大きかったケースを紹介しました。現場個人の問題だと思っていたものが、マネジメントや指導内容、さらには上司部下の相性まで含めた構造的な課題だったという例です。このように、現場を責める前に「どこから・なにを・だれに」改善施策を打つべきかをエビデンスで明らかにすることが、属人化を防ぐ営業組織づくりに直結します。実際に、導入企業では半年で平均20%の業績向上、離職率低下、生産性向上、エンゲージメントスコアの上昇といった成果も紹介しました。

■ 対象となる営業シーン・業界は多岐にわたる

コグニティがこれまで分析してきた営業・対話データは、特定の商材や単一業界に限られません。B2Bでは、ソリューション営業、資産運用、オープンイノベーション商談、MRディテールリング、インサイドセールス、アポ獲得など、提案型・専門型・新規開拓型の営業シーンを対象としてきました。B2Cでも、銀行・ディーラーなどの窓口対応、飲食・不動産・冠婚葬祭・美容領域の店舗対応、ポップアップショップ、訪問営業、テレホンショッピング、事故対応・クレーム対応、人材紹介（CA/RA）、弁護士・医師・人材・保健指導・ケアマネジャー領域の相談・カウンセリングまで、対面・オンライン・電話を横断して蓄積しています。こうした多様な現場データをもとにしているからこそ、今回のWebinarで紹介した示唆は一部業界だけの特殊事例ではなく、営業組織全体の属人化防止や再現性向上を考えるうえで、幅広い現場に通じる知見として提示できるものです。

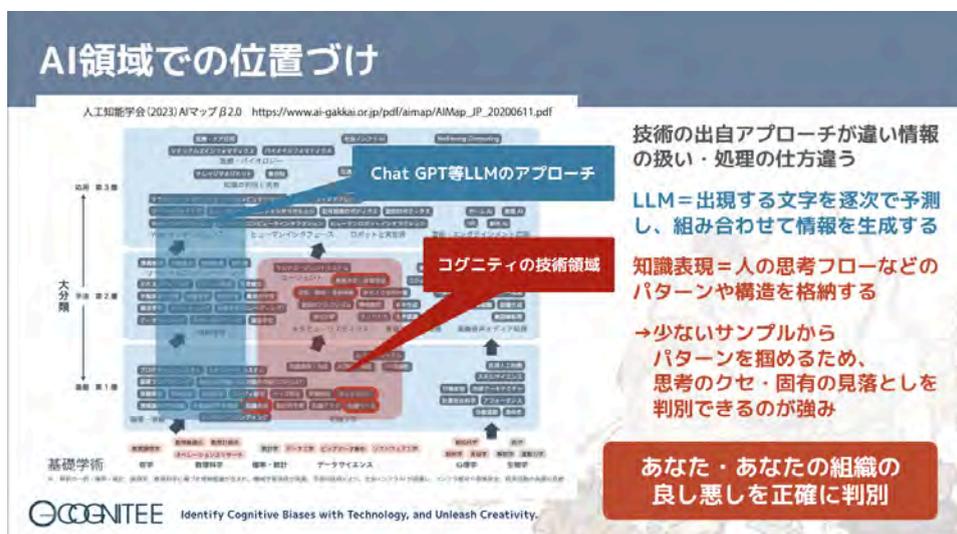
	B2B	B2C
対面・オンライン	<ul style="list-style-type: none"> ・ソリューション営業 ・資産運用 ・オープンイノベーション商談 ・MRディテールリング 	<ul style="list-style-type: none"> ・窓口対応（銀行・ディーラー） ・店舗対応（飲食・不動産・冠婚葬祭・美容） ・ポップアップショップ ・訪問営業 ・相談・カウンセリング（弁護士・医師・人材・保健指導・ケアマネ）
電話	<ul style="list-style-type: none"> ・インサイドセールス ・アポ獲得 	<ul style="list-style-type: none"> ・テレホンショッピング ・事故対応・クレーム対応 ・人材紹介（CA/RA）



これまでの分析した業界・シーン

■ 技術背景：生成AIではない、「知識表現AI」とは

本Webinarで紹介した分析技術は、文章生成を主目的とする生成AIとは異なり、知識工学・認知科学を基盤とした「知識表現AI」です。この技術は、話題と話題の関係性や思考フローの構造を捉え、複数データ間の差異や過不足を検出することに特化しています。LLMのように大量テキストを生成するのではなく、人の思考や会話の構造パターンを扱うため、少ないサンプルでも個人や組織の傾向、固有の見落とし、改善余地を把握しやすい点が特徴です。コグニティではこの技術を13年前から研究開発し、特許も取得しており、営業トーク分析、管理職指導、採用面接評価など多様な場面で活用してきました。



コグニティの技術のAI領域での位置づけ

■ アーカイブ視聴・開催概要

本Webinarは、以下のフォームよりご登録いただくことで、アーカイブ視聴が可能です。

アーカイブ視聴登録フォーム：<https://forms.gle/nu5yfESR2C14yzPP6>

「なぜ成績の良い営業ほど営業側の話が多いのか」

「なぜOPEN質問は多ければいいわけではないのか」

「本当の改善対象は現場なのか、それとも上司なのか」

こうした問いの答えを確認したい方は、ぜひアーカイブをご視聴ください。

【Webinar開催概要】

- 日 時：2026年3月10日（火）17:00～18:00
- タイトル：脱・属人化、7万人のデータで決める営業組織
～業績要因は上司だった！？人的資本経営に貢献する営業戦略～
- 内容：
 1. なぜ感覚に頼る営業が危険なのか？
 2. 7万人データでわかった“盲点”
 3. チェックリストの使い方とセルフ診断
 4. 実例：知識表現AI分析で判明した真の営業改善点
 5. 生成AIではない、知識表現AIとは？ 

コグニティは今後も、営業・マネジメント・組織課題といった属人的に扱われてきたテーマを、定性情報の定量化によって可視化し、再現性ある改善につなげる取り組みを進めてまいります。人的資本経営が求められる中、感覚や経験則ではなく、エビデンスに基づく営業戦略と組織改善の意思決定基盤を提供してまいります。

■ トライアル利用のご案内：Baseline Review機能

コグニティは、会話・文章などの定性データを、独自の構造化技術により「改善に使える指標」と「行動に落ちる示唆」に変換する分析サービスを提供しています。商談・会議・社内共有・研修・顧客対応・IRなど、目的に応じてコミュニケーションの“伝わり方”と“成果につながる要因”を可視化し、改善の優先順位と打ち手を提示します。

その入口として、短期間で現状の課題と改善の方向性を把握できる「Baseline Review（お試し）」を5万円（税別）で2026年1月27日にリリースいたしました。個人・組織の力量を確かめるため、パフォーマンスが良いトーク/悪いトークの違い（構成・論点の置き方・説得の流れ等）や最終版の再レビュー（Before/After比較）として、録画・音声・書類等を2本ご提出いただくことで、分析結果とブリーフィング1時間でフィードバックします。（個人利用の場合は、ブリーフィングに代わりメールもしくはオンラインセミナーにて実施）



**組織判断は、
感覚で決めない。**

Baseline Review提供開始
2件までの個別検定+意思決定ブリーフィング

月 **30社** 限定
初回 **5万円**
(税別)

会議・商談・1on1・チャット・報告書
組織のリアルを定量化、要因抽出から成果検証まで。

申込ページ：<https://cognitee.com/baseline-review-cog-evidence>

【コグニティ株式会社 会社概要】

- 社名 : コグニティ株式会社
- パーパス : 技術の力で、思考バイアスなき社会を。
- 事業内容 : 定性情報の定量化技術を使った組織分析サービス
- 本社 : 〒140-0015 東京都品川区西大井一丁目1番2-208号
- 設立 : 2013年3月28日
- Web : <https://cognitee.com/>
- 資本金 : 6億円（準備金含む）
- 従業員 : 71名（リモートワーカー含む）
- 代表者 : 代表取締役 河野 理愛
- 受賞歴他 :
 - EY Innovative Startup エンタープライズ部門受賞(2019)
 - 第11回 HRアワード 人材開発・育成部門 最優秀賞(2022)
 - 第22回 一般社団法人日本テレワーク協会 テレワーク推進賞 優秀賞受賞(2022)
 - 第3回TOKYOテレワークアワード 推進賞(2023)
 - 一般社団法人生成AI活用普及協会協議員(2023～)

本件に関するお問合せ
コグニティ株式会社 広報担当：奥井
Email: okuinagisa@cognitee.com TEL: 03-4212-8445