

AI × テレアポ 実装ガイド。

数を打つ前に狙いを定めるための、リスト設計と AI 活用の 8 つの型。「テレアポは古い」の正体はリストの粗さでした。50 社近くの営業現場で磨いた実務を、そのまま持ち帰れる形にまとめました。

INTRODUCTION

はじめに — 古いのはテレアポではなく、やり方だけ

「テレアポってもう古いですよ」——営業代行のご相談で、一番よく言われる言葉です。でも 50 社近くの現場で見えたのは、古いのはテレアポそのものではなく、誰にかけるか決めずに数を打つやり方だけだということでした。リストの精度が変われば、アポ率は大きく変わります。精度の低いリストでは、優れたトークも成果につながりません。本書は、実際の営業現場で使ってきた 8 つの型を、そのまま公開するものです。

本書は当社が営業現場で積み上げた実務をまとめたものです。業界・商材により効果の出方は変わります。

CONTENTS

目次

PART 1 — AI で狙う企業を再定義する

- 01 受注ログから逆算する
- 02 「今必要としている」シグナルで絞る
- 03 決裁構造で絞る

PART 2 — 断られ方を資産化する

- 04 断られた理由で、リストを毎週手入れする
- 05 「またこの会社か」を避ける鮮度管理

PART 3 — 話法とリストを噛み合わせる

- 06 業種ではなく、課題を主語にする
- 07 母数より密度
- 08 リストを「資産」として引き継げる形にする

リストの初期品質を作る

01 受注ログから逆算する

リスト作成で最初にやるべきは、新しいデータを買うことではなく、過去に受注した会社の共通項を洗い出すことです。受注した会社は、偶然ではなく構造で受注しています。

当社の支援案件では、過去 3 年のアポ → 商談 → 受注ログを AI で分析し、「従業員 100～300 名の卸売業・製造業」で受注率が 4 倍になっていることを特定。この条件で新規リスト 500 社を選定しました。

AI 活用：受注企業リストを LLM に読ませ、「業種・規模・地域・決裁構造の共通項を挙げて」と指示するだけで、半日かかる分析が 10 分で終わります。

02 「今必要としている」シグナルで絞る

どんなに良いサービスでも、いま必要としていない会社に向け続けたら断られ続けます。断られ続けたら、かけている側の心も折れていきます。

だから、need のシグナルが出ている会社だけに絞ります。具体的には採用情報と IR です。「経理担当を募集している会社」は経理業務が溢れている。「拠点拡大を発表した会社」は管理コストが増える。公開情報の中に、タイミングのシグナルは全部落ちています。

AI 活用：ターゲット企業の採用ページ・IR を AI で要約させると、1 日で 300 社分のシグナルチェックが可能です。

03 決裁構造で絞る

同じ「良い会社」でも、決裁構造によってアポの意味が変わります。従業員 50 名以下なら社長に届けば決まる。300 名を超えると、現場 → 部長 → 役員の 3 段階を通ります。

自社の商材の価格帯と、相手の決裁フローが噛み合う規模帯だけに絞る。「誰に届けば決まるのか」から逆算して、リストの規模条件を決めます。

04 断られた理由で、リストを毎週手入れする

営業代行に丸投げして失敗する会社の共通点は、断られた理由を聞かないことです。アポの数だけ見ていると、市場が発しているシグナルを全部捨てることになります。

「今は使ってる」「予算がない」「担当じゃない」——3 大断り文句は、それぞれ次の打ち手が違います。

「今は使ってる」→ 乗り換え検討の時期を聞いて、その月に再架電

「予算がない」→ 決算月の 3 ヶ月前にタイミングを合わせる

「担当じゃない」→ 担当部署を聞き出せた時点で、実は前進

断られた理由を毎週すべて並べ、「なぜ断られたか」から翌週のリストとトークを直す。この地味なサイクルを 3 ヶ月回して、月間商談 20 件になりました。

05 「またこの会社か」を避ける鮮度管理

既存リストを 3 周した会社に半年おきに架電して「またこの会社か」と切られる。これは相手の時間も自社の信用も削る、一番もったいない状態です。

リストには最終架電日と、その時の反応を必ず残します。再架電の間隔は「断られた理由」から決める。型 04 とセットで回すと、同じ 500 社のリストでも、毎週「今かけるべき会社」が入れ替わっていきます。リストは在庫ではなく、生き物として扱います。

06 業種ではなく、課題を主語にする

「製造業リスト 1,000 件」のような業種主語のリストは、粗すぎて話法が定まりません。効くリストの主語は課題です。「生産管理を紙で運用していそうな会社」「夜勤があって現場確認に人が走っていそうな会社」。

課題を主語にすると、最初の 10 秒の一言が自動的に決まります。「〇〇の管理、まだ紙でやられてませんか？」——言い当てられた相手だけが、話を聞く態勢になります。

実務ポイント：リストの列に「想定課題」を 1 列追加するだけで、架電スクリプトとリストが噛み合い始めます。

07 母数より密度

件数を増やすより、当たるリストに絞るほうがアポ数は伸びます。架電件数が少なくても、狙いが定まっていれば結果は逆転します。それでも「まず母数を」という話になりがちなのは、リストを絞る作業が架電より面倒だからです。

絞る 1 時間は、かける 10 時間より数字を動かします。テレアポは営業手法であると同時に、一番安価な市場調査でもあります。100 件の会話には、断られた 99 件の理由が残ります。密度を上げるほど、その調査の質も上がります。

08 リストを「資産」として引き継げる形にする

どんなに良いリストを作っても、担当者の頭の中にしかない状態では、その人が抜けた瞬間にゼロに戻ります。誰がいつかけて、何と言われて、次はいつかけるのか。リストそのものに履歴と判断を残し、誰が引き継いでも先週の続きから始められる形にします。

実務ポイント：「最終架電日／反応タグ／次回架電予定日／想定課題」の 4 列が揃っていれば、リストは資産です。揃っていなければ、ただの名簿です。

SUMMARY

まとめ — 成果は全部、リストから始まる

① 受注ログから逆算 → ② シグナルで絞る → ③ 決裁構造で絞る、でリストの初期品質を作り、④ 断られ方の記録 → ⑤ 鮮度管理で毎週磨き、⑥ 課題主語 → ⑦ 密度優先 → ⑧ 資産化で仕組みにする。派手なことはひとつもありませんが、この積み重ねがアポ率を 5 倍にしました。

精度の低いリストでは、優れたトークも成果につながらない。

CHECKLIST

明日から使うチェックリスト

リストの初期品質

- ☐ 過去の受注企業の共通項（業種・規模・決裁構造）を洗い出した
- ☐ 採用情報・IR から「今必要としている」シグナルを確認した
- ☐ 商材の価格帯と噛み合う決裁構造の規模帯に絞った
- ☐ リストに「想定課題」列を追加した

週次の運用

- ☐ 断られた理由を全件タグ付けして記録している
- ☐ 「今は使ってる／予算がない／担当じゃない」別の再架電ルールを決めた
- ☐ 最終架電日と反応をリストに残している
- ☐ 週 1 回、断られ方からリストとトークを見直す時間を設けた

仕組み化

- ☐ 架電件数ではなく、アポ率と商談化数を KPI にしている
- ☐ 「最終架電日／反応タグ／次回予定日／想定課題」の 4 列が揃っている
- ☐ 担当者が代わっても、先週の続きから始められる状態にした

この 8 つの型を、 御社の営業に 持ち込みます。

TSUNAIDE の営業代行は、本書の 8 つの型を組み込んだリスト設計・アウトバウンド・一次商談代行の一气通貫伴走です。稼働時間・リスト範囲・商談化目標に合わせて個別にお見積もりします。初回相談は無料です。その場で、御社の営業に効きそうな 3 つの設計をお伝えします。

株式会社 TSUNAIDE（ツナイデ）

テレアポ代行 / 展示会・ウェビナーのフォローコール

Web : <https://tsunaide.co.jp/>

Email : s.kaneko@tsunaide.co.jp

〒150-0002 東京都渋谷区渋谷 2-19-19 ワコー宮益坂ビル 5 階

© 2026 TSUNAIDE Inc. 本書の内容の無断転載を禁じます。引用の際は出典（TSUNAIDE / tsunaide.co.jp）を明記してください。

本書に記載の数値は当社支援案件の実績値であり（2026 年 7 月時点）、成果を保証するものではありません。