News Release

2026年8月26日
株式会社ウィルオブ・ワーク

【営業職のAI活用調査】
営業組織で問われているのは、任せる範囲と、人が担う領域の設計
～「AIと人の役割分担」「リテラシー教育」「対人スキルの強化」が営業プロセスの再設計を上回る～

総合人材サービスを手掛ける株式会社ウィルオブ・ワーク（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：村上秀夫）が展開する営業支援サービス『セイヤク』は、営業職として働くビジネスパーソンを対象に「営業現場におけるAI活用に関する調査」を実施しました。（有効回答676名）

調査の結果、AI活用時代に営業組織として最も重要なこととして、「AIと人の役割分担の明確化」（18.0%）、「営業メンバーのAIリテラシー教育」（17.6%）、「AIでは代替しにくい対人スキルの強化」（14.8%）が上位となりました。
営業現場へのAIの導入が進むなか、営業組織ではツールの導入や営業プロセスの見直しだけでなく、**人の役割の明確化や人材育成の重要性が高まっている**ことが明らかになりました。

本調査のサマリー

- AI活用時代に営業組織として最も重要なことは、「AIと人の役割分担の明確化」（18.0%）、「営業メンバーのAIリテラシー教育」（17.6%）、「AIでは代替しにくい対人スキルの強化」（14.8%）
- 上位3項目を合わせると50.4%となり、「AI活用の効果を検証し改善し続ける仕組みづくり」（10.4%）、「AIを前提とした営業プロセスの再設計」（8.7%）を上回る
- 営業パーソンが最も気になることは自身のスキル。「AIの進化スピードに、情報収集や学習が追いつかないこと」（21.0%）、「AIを使いこなすスキルがないと、社内で評価されにくくなること」（14.6%）が上位。

News Release

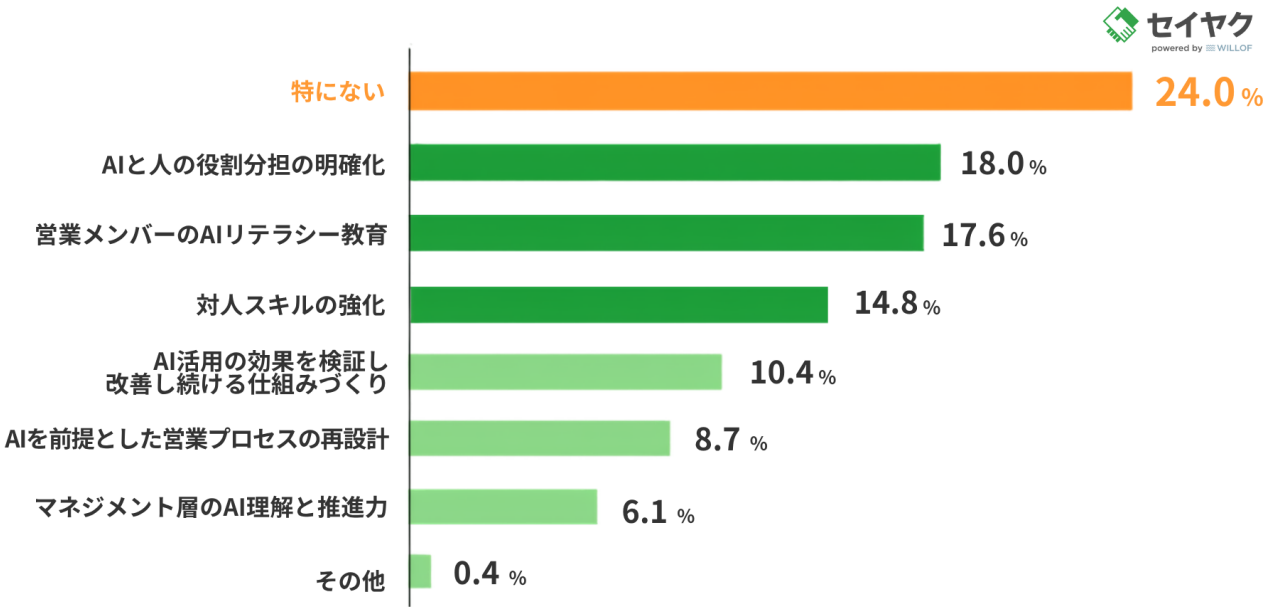
株式会社ウィルオブ・ワーク

調査概要

調査方法：インターネットリサーチ
調査期間：2026年6月2日～6月5日
調査対象：営業職として働くビジネスパーソン
回答数：701名
有効回答数：676名
回答者属性：40代38.5%、50代37.1%
役職：一般社員45.3%、課長・マネージャー24.0%
勤務先企業規模：中小企業49.7%、大企業（上場企業）29.7%
※本文中の設問番号（Q1～Q6）は本リリースでの掲載順であり、実査時の設問番号とは異なります。
※Q3は複数回答、その他の設問は単一回答です。
※Q5はn=469で集計しています。その他の設問はn=676です。
※グラフおよび本文中の設問文・選択肢は、一部を略記しています。

詳細データ

Q1：AI活用時代に、営業組織として最も重要になると思うことをお選びください。



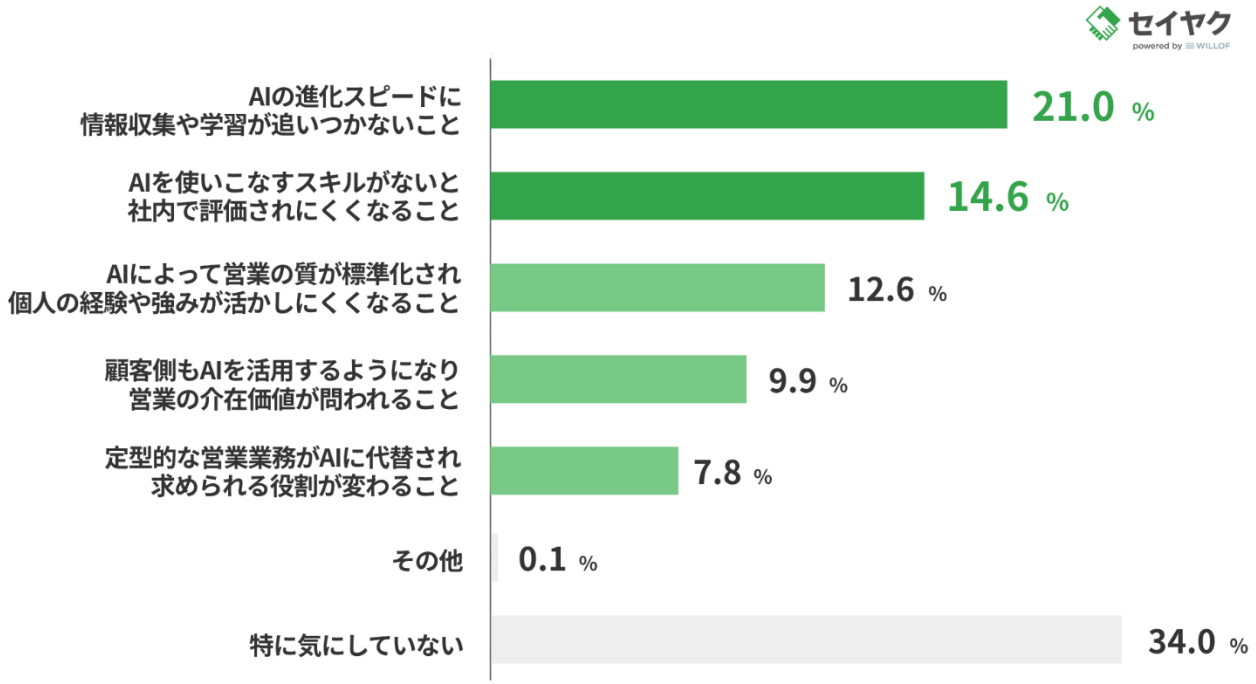
いずれもAIを前提とした営業プロセスの再設計：8.7%を上回る

AI活用時代に営業組織として最も重要なことは「AIと人の役割分担の明確化」（18.0%）、「営業メンバーのAIリテラシー教育」（17.6%）、「AIでは代替しにくい対人スキル（交渉力・関係構築力など）の強化」（14.8%）が上位となりました。

一方、「AI活用の効果を検証し、改善し続ける仕組みづくり」（10.4%）、「AIを前提とした営業プロセスの再設計」（8.7%）となり、営業プロセスや仕組みの整備よりも、人の役割の明確化や人材育成が上位に挙げられる結果となりました。

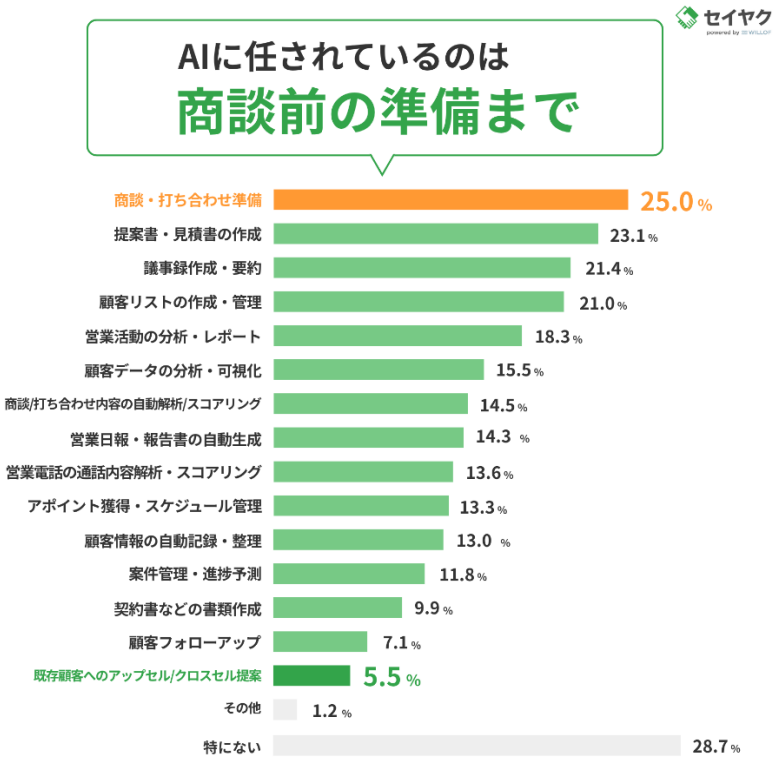
株式会社ウィルオブ・ワーク

Q2：AIの普及が進むなかで、営業パーソンとして最も気になることをお選びください。



AIの普及が進むなかで営業パーソンとして最も気になることは、「AIの進化スピードに情報収集や学習が追いつかないこと」（21.0%）が最多となりました。次いで「AIを使いこなすスキルがないと、社内で評価されにくくなること」（14.6%）、「AIによって営業の質が標準化され、個人の経験や強みが活かしにくくなること」（12.6%）という結果となり、上位2項目を合わせると35.6%が、自身のスキルに関する項目となりました。
AIの普及に対する関心は、営業パーソン自身のスキルに向いていることがうかがえます。

Q3：営業活動の中で、AIを活用している、または今後活用したい業務をお選びください。（複数回答）

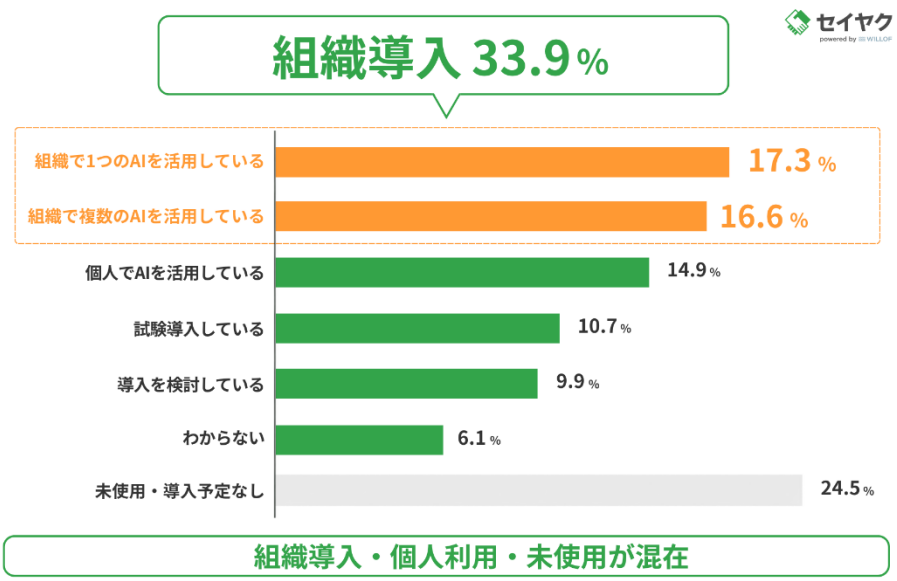


株式会社ウィルオブ・ワーク

AIを活用している、または今後活用したい業務は、「商談・打ち合わせ準備」（25.0%）が最多となりました。

次いで「提案書・見積書の作成」（23.1%）、「議事録作成・要約」（21.4%）、「顧客リストの作成・管理」（21.0%）という結果になりました。一方、「顧客フォローアップ」（7.1%）、「既存顧客へのアップセル・クロスセル提案」（5.5%）は下位にとどまり、AIが担っているのは商談前の準備業務が中心で、顧客との関係づくりに関わる業務は人が行う業務として認識されていることが伺えます。

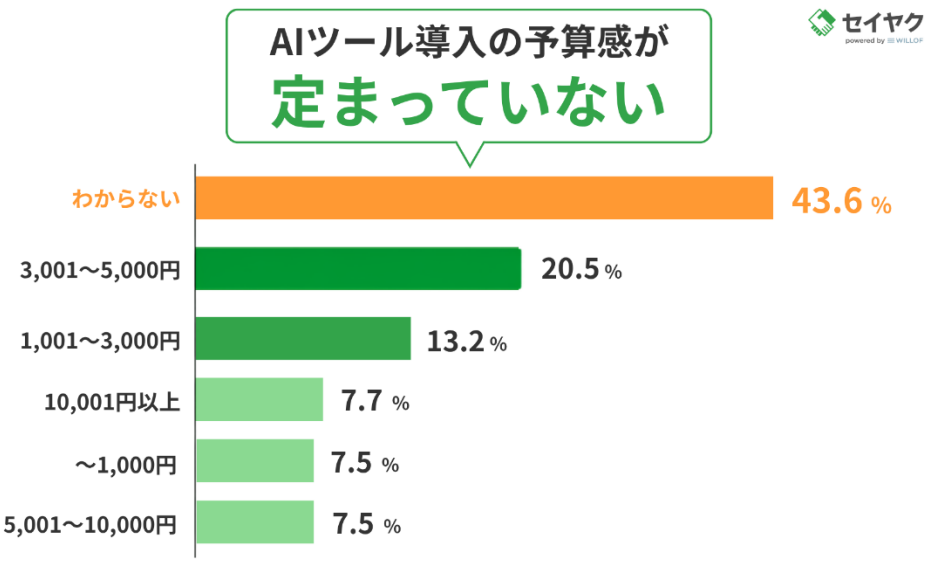
Q4：あなたの勤務先や個人におけるAI活用状況について、最も近いものをお選びください。



「組織で複数のAIを活用している」（16.6%）と「組織で1つのAIを活用している」（17.3%）を合わせると、組織としてAIを導入しているのは33.9%という結果になりました。これに「個人でAIを活用している」（14.9%）、「試験導入している」（10.7%）を加えると、何らかの形でAIに接している層は59.5%ということがわかります。

一方、「未使用・導入予定なし」は24.5%と選択肢の中では最多でした。AIを活用している組織と、そうでない組織が併存していることがわかりました。

Q5：営業活動におけるAIツール導入にかけられる予算感（1人あたり月額）として、最も近いものをお選びください。
（※本設問はn=469で集計）



株式会社ウィルオブ・ワーク

営業活動におけるAIツール導入にかけられる予算感（1人あたり月額）は、「わからない」（43.6%）が最多となりました。金額を挙げた回答のなかでは「3,001円～5,000円」（20.5%）で最も多くなりました。
AIの活用や導入検討が進むなかでも、AIツールにかけられる予算感はまだ定まっていない状況がうかがえます。

まとめ

今回の調査では、本格導入・個人利用・試験導入まで含めると営業組織の約6割が何らかの形でAIに接しており、営業現場へのAI浸透が進んでいることがうかがえます。
一方で見えてきたのは、企業が優先すべきは「AIを導入すること」自体ではなく、「AIと人の役割をどう設計するか」「そのために人をどう育成するか」であるという点です。中でも最も重要視されたのは、AIに何を任せ、人が何を担い、そのために何を学ぶべきかという役割設計でした。
今後、営業活動にAIを取り入れるにあたっては、ツールの選定と並行して、人の役割と育成のあり方を整理していくことが求められます

ウィルオブ・ワークが展開する営業支援サービス『セイヤク』では、企業ごとの営業課題の棚卸しから、マーケティング・営業活動の設計、実行支援までを一貫して行っています。今後も営業現場の変化を捉えながら、AIと人の役割設計を含む多様な営業課題に対し、成果につながる営業体制づくりを支援してまいります。

BtoB特化の営業代行・支援を行う『セイヤク』について

『セイヤク』は、ウィルオブ・ワークが展開する営業支援サービスです。営業課題の棚卸しから、ターゲット設計、営業プロセスの構築、インサイドセールス・フィールドセールス・カスタマーサクセスなどの実行支援まで、企業の課題に応じた営業体制づくりを支援しています。

セイヤクサービスサイト：https://seiyaku-sales.jp/
本調査の関連資料はこちら：https://seiyaku-sales.jp/survey/a004/

【本リリースに関するお問合せ先】
株式会社ウィルオブ・ワーク
広報担当：渥美（あつみ） https://willof-work.co.jp/
〒162-0022 東京都新宿区新宿三丁目 1 番 24 号 京王新宿三丁目ビル 3 階
TEL: 090-8216-4492 MAIL: pr@willof.co.jp

■ **「開示情報やニュースリリース」の最新情報** ■
当社グループのニュースリリースや開示情報等最新情報は、URL または QR コードからご覧いただけます。
ウィルグループ（親会社）「IR ページ」URL：https://willgroup.co.jp/ir/