



---

# AI営業市場動向レポート 2026年2-3月号 - Claude 4.6 ・ GPT-5.4 ・ エージェント実用化 ・ AI雇用の現実 | Leadsia Inc.

2026-03-03

Leadsia Inc.

カテゴリー：業界動向・最新情報

2026年2月から3月にかけて、AI業界は「自律型エージェント」と「モデルの世代交代」が一気に進む激動の期間となりました。

「AIが仕事を变える」という話はもう抽象論ではありません。みずほ銀行が事務職5,000人分の業務をAIに移管し、イオンリテールがAIエージェントで年間4,500時間の工数を90%削減し、デジタル庁が18万人の公務員にAIの試験運用を開始した - AIによる業務変革は、日本でも「現実のニュース」として定着した2ヶ月でした。

本記事では、この2ヶ月の主要ニュースを営業DX・AI営業の観点から読み解きます。

ニュース①：Claude Opus 4.6 - 100万トークンの「巨大な脳」

2026年2月、Anthropicが最新モデルClaude Opus 4.6をリリースしました。

最大の衝撃は100万トークンのコンテキストウィンドウ。企業全体のドキュメントを丸ごと読み込める規模です。従来のモデルでは「この資料を要約して」と1つずつ渡していたのが、数百ページの提案書、過去の議事録、製品カタログをまとめてAIに読ませて「この顧客に最適な提案を考えて」と指示できる。

同時にリリースされたSonnet 4.6も衝撃的でした。中位モデルが旧最上位モデルを超えるという現象が起き、開発者の多くが旧OpusよりSonnet 4.6を好むというベンチマーク結果が出ています。

営業DXへの示唆

LeadsiaのAI営業インテリジェンス「ALICE」の頭脳はAnthropicのClaudeです。Claudeの進化は、ALICEの会話品質の進化に直結します。

100万トークンのコンテキストウィンドウは、営業AIにとって革命的な意味を持ちます。対象企業のHP、IR資料、プレスリリース、業界レポート - これらを丸ごと読み込んだ上でトークスクリプトを生成できる。従来の「HPの表面的な情報だけ読んでスクリプトを作る」レベルから、「企業の経営戦略を理解した上で刺さるトークを設計する」レベルへ。

さらに、Sonnet 4.6のコストパフォーマンスの向上は、AI営業電話の1件あたりのコスト低減にもつながります

。高品質な応答をより低コストで生成できるようになれば、月額料金を抑えながら品質を上げる - この両立が現実になります。

Anthropicが「安全性」と「B2 B」に特化した戦略を推進していることは「AIエージェントの時代が来た」で解説しましたが、Claude 4.6はまさにその戦略の具現化です。Leadsiaがこのプラットフォーム上で営業AIを構築していることの意味は、モデルの進化とともに大きくなっていきます。

ニュース②：GPT-5.4とGemini 3.1 - 競争が品質を押し上げる

Claude Opus 4 .6 だけではありません。OpenAIは3 月5 日にGPT-5 .4 を、Googleは3 月3 日にGemini 3 .1 FlashおよびFlash-Liteをリリースしました。

GPT-5 .4 はコーディング性能と「Computer Use (PC操作)」機能が大幅に強化されました。AIがPCを直接操作して業務を代行する - エージェント機能の本格化です。

Gemini 3 .1 Flash は業界最安級の料金で、画像・音声・動画を横断して推論する「Agentic Vision」機能を搭載。さらに、Googleは「Nano Banana 2」(正式名称：Gemini 3.1 Flash Image) でプロ品質の画像生成を無料開放しました。

営業DXへの示唆

3社が立て続けに最新モデルを投入する競争環境は、AI営業ツールを利用する企業にとって追い風です。

モデルの性能が上がれば会話品質が上がる。コストが下がれば導入障壁が下がる。この競争が続く限り、音声AIインテリジェンスの品質は指数関数的に向上していきます。

ただし、「どのモデルを使っているか」よりも「モデルの進化に追従できるアーキテクチャかどうか」が重要です。特定のモデルの特定バージョンに依存した設計では、世代交代のたびに品質が不安定になります。

LeadsiaのALICEは、モデルの進化に柔軟に対応できる設計思想を採用しています。Claudeの新バージョンがリリースされれば、その性能向上がALICEの会話品質に反映される。モデルの進化が、そのまま営業成果の向上につながる構造です。

ニュース③：AIエージェントの実用化ラッシュ - 日本でも「勝手に仕事を進めるAI」が当たり前

2026年2-3月は、AIエージェント（自律実行型AI）の実用事例が日本で爆発的に増えた期間でした。

イオンリテールは衣料品の商品情報登録をAIエージェント化し、年間工数を4,500時間から450時間へ90%削減しました。

IVRyは電話自動応答の基盤をGeminiに移行し、文脈認識率が85%から97%に向上。

エイチ・ツー・オーリテイリングは専門知識不要でデータ分析・実行が可能な「自律実行AIエージェント」を構築しました。

MicrosoftはAnthropicとの協業で「Copilot Cowork」を発表。Microsoft 365上で自律的にタスクを実行するエージェント機能を強化しています。

楽天は7,000億パラメータの国産LLM「Rakuten AI 3.0」をオープン公開。日本発の大規模言語モデルとして、国産AI勢の存在感を示しました。

#### 営業DXへの示唆

IVRyの文脈認識率97%という数字は注目に値します。電話自動応答の分野で、AIの品質が実用レベルを超えて「人間とほぼ遜色ない」レベルに到達しつつあることを示しています。

ただし、文脈認識率だけでは音声AIインテリジェンスの品質は測れません。「AI営業電話の品質を決める3つの要素」で解説した通り、音声認識・LLM・音声合成の統合品質、割り込み対応（バージイン）、応答速度 - これらすべてが揃って初めて「人間レベルの対話」が実現します。

LeadsiaのALICEは、IVRyのようなインバウンド（受電）特化ではなく、アウトバウンド（営業架電）に特化したAIエージェントです。相手の反応を読み、文脈を理解して提案し、アポイントを獲得する - 受電とは異なる高度な対話能力が求められる領域です。

#### ニュース④：みずほ5,000人、デジタル庁18万人 - AI雇用の現実

AIが雇用に与える影響が、数字として可視化された2ヶ月でもありました。

みずほ銀行が事務職5,000人分の業務をAIへ移管する方針を発表。Jack Dorsey氏の会社でも4,000人規模のAI置換が報じられました。

デジタル庁は国産AI「源内（Gennai）」の試験運用を開始し、18万人の公務員がAIを活用する体制の構築に動

き出しました。

さらに、Microsoft、Google、Amazon、Metaの主要テック企業は、2026年のAIインフラ投資として合計650億ドル超を計画。AI開発への資本投入は加速する一方です。

#### 営業DXへの示唆

みずほ銀行の事例は、当社の別記事で触れた「みずほフィナンシャルグループの約3万人へのClaude導入」と地続きの動きです。金融業界は、AI導入の最前線にいます。

「AIに仕事を奪われる」という文脈で報じられがちですが、「AI時代に生き残る営業マンの条件」で解説した通り、重要なのは「人間の仕事がなくなる」のではなく「人間の仕事の中身が変わる」ということです。

みずほの5,000人分の事務業務がAIに移管されるのは、その5,000人が「事務」から「より付加価値の高い業務」に移行するためです。営業の世界でも同じことが起きています。架電はAIに。商談は人間に。この分業は脅威ではなく、営業マンが本来やりたかった仕事に集中できるようになるという解放です。

#### ニュース⑤：Anthropicのブラックリスト指定 - AIと地政学

2月、トランプ政権による特定のAIベンダーへの規制が報じられました。Anthropicがその対象に含まれたとされています。

#### 営業DXへの示唆

AIプラットフォームの選定において、地政学リスクは無視できない要素になりつつあります。

ただし、Anthropicは日本を含むグローバル市場で広く利用されており、日本企業への直接的なサービス影響は現時点では限定的です。みずほフィナンシャルグループや楽天をはじめとする日本の大手企業がClaudeを採用し続けていることが、その証左です。

重要なのは、特定のAIプラットフォームに完全に依存するリスクを認識した上で、技術的な柔軟性を持った設計を行うことです。「国産AI vs 海外AI」で解説した「ハイブリッド戦略」 - 要素ごとに最適な技術を組み合わせ、特定ベンダーへの完全依存を避ける - の重要性は、こうした地政学リスクの観点からも裏付けられています。

今月のまとめ：2026年2-3月のAI営業トレンド

モデルの世代交代が一気に進んだ。Claude 4.6（100万トークン）、GPT-5.4、Gemini 3.1 - 3社が立て続けに最新モデルを投入。「AIの思考の深さ」をAI自身が調整する機能が標準化。

AIエージェントが日本で実用化ラッシュ。イオン（90%削減）、IVRy（認識率97%）、楽天（国産LLM公開）、デジタル庁（18万人試験運用） - 「検討」から「実装」のフェーズに完全移行。

AIによる雇用変化が数字で可視化された。みずほ5,000人、デジタル庁18万人。AI導入は「やるかやらないか」ではなく「いつ、どう進めるか」の段階へ。

地政学リスクが浮上。AIプラットフォームの選定に、技術性能だけでなく地政学的な安定性も考慮要素に。

競争環境がAI営業ツールの品質を押し上げる。モデル性能の向上とコスト低減の同時進行は、AI営業電話を導入する企業にとって追い風。

#### 関連記事

- AIのモデルに「性格」はあるのか？
- AIエージェントの時代が来た - Agentic AIとは何か
- AI時代に生き残る営業マンの条件
- 国産AI vs 海外AI | 日本企業が選ぶべき音声AI技術の基準
- AI営業電話の品質を決める3つの要素

Leadsiaは、AI営業インテリジェンス「ALICE」、AI音声インテリジェンス「SOPHIA」、AI業務インテリジェンス「LYDIA」を通じて、日本のB2B企業の営業DXを支援するセールステックSaaS企業です。各AIエージェントの頭脳にはAnthropicのClaudeを採用し、Constitutional AI（憲法AI）に裏打ちされた安全性と会話品質を両立した営業自動化を実現しています。

詳しくは[Leadsia公式サイト]をご覧ください。