



AIに、愛と敬意は実装できるか——The GIFT Formula | Leadsia Inc.

2026-07-18

Leadsia Inc.

AIが電話をかけてくる時代になりました。電話だけではなく。メールも、LINEも、商談の日程調整も、いまや多くが自動で動いています。

そして正直に言えば、自動化されたコミュニケーションの評判は、まだ良くありません。機械の声が一方向的に喋る。断っても食い下がる。誰にでも同じ文面を送りつける。——受け取った側の記憶に残るのは、そういう体験です。

だから品質の話は、「声がどれだけ自然か」「応答がどれだけ速いか」に集中しがちです。私たちも、そこには徹底的にこだわっています。ただ、思い出してみてください。不快だったあの電話は、声が不自然だったから、不快だったのでしょうか。違うはずです。急かされた。断ったのに粘られた。「ご検討ください」と、労働を丸投げされた。——嫌われるコミュニケーションの原因は、ほとんどの場合、技術ではなく、一文一文の中身にあります。

そしてAIには、もうひとつ根深い見立てがあります。決められたことを、決められた通りに話す機械。用件はこなせても、感じの良さや温かさまでは、さすがに無理だろう、と。（実のところ、人間の会話も、はるかに複雑なだけで、覚えた型の組み合わせでできています。それでも人の言葉が温かくなれるのは、型の選び方に、相手への姿勢が乗るからです。）

私たちは、そうは思いませんでした。

受け取って嬉しいコミュニケーションは、機械にもできる。誠実さも、温かさも、設計できる。愛と敬意は、会話の一文一文に、入れられる。

その確信をかたちにした体系が、Leadsiaの全プロダクトのプロンプトの中で、今日も動いています。The GIFT Formula（ギフト・フォーミュラ）です。

The GIFT Formulaとは

The GIFT Formulaは、株式会社Leadsia（代表取締役・岡龍助）が2026年に提唱した、顧客コミュニケーションの設計体系です。AI電話受付「SOPHIA」、AI電話営業「ALICE」、AI電話・メール追客「LYDIA」の全プロダクトで、会話とトークスクリプト生成を律する文法として実装されています。

構成は、四つの要素です。

G — Genuine（本心である）。相手への関心と敬意が、演技ではないこと。

I — Insight（相手を見た証拠）。固有名詞と、具体的な観察。「あなたを、その他大勢ではなく一人として見えています」という、偽造できない証拠。

F — First move（先に、こちらが動く）。「ご検討」という宿題を出す代わりに、資料や情報を先に差し出すこと。

T — Trust（判断を、預ける）。最後は、可否の判断ひとつを疑問形で。答え方は指定しない。断り方の指南もしない。

そして、四つはこう並びます。

$G \times (I + F + T)$

$I \cdot F \cdot T$ は、足し算です。技術なので、練習すれば積み上げられます。Gだけは、掛け算です。本心が乗っていない文章は、 $I \cdot F \cdot T$ をどれだけ積んでも、価値がゼロになる。そしてGがマイナスなら——敬意が演技なら——技術を磨くほど、沈んでいく。

丁寧な嘘は、粗い本音より下に沈む。

これは、私たちが決めたルールではありません。受け取る側の気持ちが実際にそう動く、という心の構造です。The GIFT Formulaは、その心の構造を体系化したものです。

式を、一文で

説明より、実物の型をひとつ。営業の締めくくりの、旧い形と、GIFTの形です。

>旧:「お見積りをお送りしますので、ご検討のほど、よろしくお願いいたします。」

>新:「〇〇業向けに、導入後に数字がどう動いたかをまとめた資料がありますので、お送りしてもよろしいでしょうか。」

新しい一文には、式が全部入っています。「〇〇業向けに」——相手の現実を見たI。「資料がありますので」——実在するものを先に差し出すF。「よろしいでしょうか」——可否ひとつを預けるT。そしてGだけは、文面のどこにも書けません。透けるものだからです。

旧い形が相手に渡すのは、「検討」という見えない労働です。読んで、比べて、社内に説明して、結論を出す——その全部を丸投げして、電話は切れます。新しい形が渡すのは、可否の一問だけ。相手の仕事が、「検討」から「10秒」に変わります。

The GIFT Formulaの思想と系譜

The GIFT Formulaは、現代に生まれた体系です。しかしその根幹にあるものは、古代より、先人たちが脈々と

語り継いできた言葉に起源があります。

G（本心）。孔子は言いました——「巧言令色、鮮なし仁」。飾った言葉と作った表情に、本心は宿らない。Gがマイナスになり得ることは、2500年前、すでに指摘されていました。孟子は逆側から言います——「至誠にして動かざる者は、未だこれあらざるなり」。本心だけが、人を動かす。そして現代、心理学者カール・ロジャーズが対話の成立条件の第一に挙げたのは、技法ではなく genuineness——自分に嘘がないこと。GIFTのGと、同じ言葉です。

I（相手を見る）。茶の湯には「一期一会」という言葉が残っています。この出会いを、生涯に一度のものとして扱う心得です。デール・カーネギーは『人を動かす』の第一原則に「相手に誠実な関心を寄せること」を置き、こうも書きました——名前は、その人にとって最も心地よく、最も大切な響きを持つ。固有名詞で相手を見る、というIの原型です。

F（先に与える）。紀元前3 世紀、荀子——「義を先にして利を後にする者は栄える」。大丸が2 8 0 年掲げた家訓「先義後利」の出典です。江戸の石田梅岩は「実の商人は、先も立ち、我も立つことを思うなり」と言い切り、二宮尊徳には「たらいの水」の喩えが伝わります——水を自分へかき寄せれば縁を回って逃げ、向こうへ押しやれば、巡って自分に返ってくる。現代では、チャルディーニが返報性の原理を実証し、アダム・グラントが大規模調査で、最も成功している層は「先に与える人」だと示しました（最も成功しない層にも、与える人はいました。見境なく与え、搾取される人です。だから、乗数のGが要るのです）。

T（判断を預ける）。イソップの「北風と太陽」——力づくで外套を脱がせようとした北風は失敗し、太陽は暖めて、旅人自身に脱がせました。現代の心理学はこれをリアクタンスと呼びます。人は、選択の自由を奪われると、内容とは無関係に反発する。だから、決定は最後まで、相手の手に残すのです。

紀元前の思想家から、茶室、江戸の商人、イソップ、現代の心理学まで。別々の時代と場所が、四つの要素それぞれを、すでに言い当てていました。The GIFT Formulaは、この四つを一つの式—— $G \times (I + F + T)$ ——に定式化し、AIに実装できる文法まで分解したものです。

たとえば、AIはこう振る舞います

標準生成のスクリプトでは、「ご検討ください」を使いません。検討とは、読んで、比べて、社内に説明して、結論を出すという「見えない労働」です。Leadsiaが生成する標準スクリプトは、それを相手に丸投げする代わりに、こちらが動く形に置き換えます——「〇〇業向けに、導入後の数字がどう動いたかをまとめた資料がありますので、お送りしてもよろしいでしょうか」。

ここにも、ひとつルールがあります。約束する労働は、実在するものに限ります。既にある資料は「あります」と言い、これから行う作業は、本当に行うものだけを「します」と言う。持ち合わせの資料を、さも今からあなたのために一からつくるかのように装う演出はさせない——わざわざ感の演出は、丁寧に聞こえて、実

は不誠実だからです。

なお、ここで言う「こちらが動く」は、導入企業様が通常業務で既に行っている行動——既存資料の送付やご案内——の言い換えです。AIが新しい作業を発明して、現場にお約束することはありません。

返答の形式を、指定しません。「要る・要らないだけ教えてください」のような、相手の答え方まで指図する語彙は、禁止語彙です。

押す強さは、相手の温度に合わせます。やり取りが始まっているお客様には「お送りします」。初めてのお客様には「もし、ご興味をいただけたなら」。差し出しますが、押し込みません。

断られたら、その場で引きます。「最後に一つだけ」はありません。明確にお断りされた番号は、再架電の対象から恒久的に除外されます。断られ方の品質も、ブランドの一部だからです。

なお、お客様（導入企業様）がご自身の言葉として選ばれた表現は、常にそのまま尊重されます。提案はしても、強制はしません——判断を預ける文法は、私たちとお客様の間でも、同じです。

そして、ここに書いたことは、いつでもお確かめいただけます。弊社の代表電話（03-6899-5243）は、AI受付のSOPHIA本人が対応します。この記事の主張が本当かどうか、判定するのはあなたです。

姿勢は人から、一貫性は機械から

The GIFT Formulaの実装には、明確な役割分担があります。G——お客様にどう向き合うか——は、導入企業様の姿勢から来ます。営業方針の記述、自社サイト、お預かりする営業資料。AIはその姿勢を、薄めずに運びます。台本は業種の解像度で書き分けられ、一人ひとりへの個別性は、会話の中で——お相手の言葉への応答として——生まれます。台本は業種へ、応答はあなたへ。

そして、機械が確かに担えるものがあります。人間は、その日の気分や、成績へのプレッシャーで、つい一線を越えることがあります。機械は、越えません。一件目でも、三百件目でも、同じ姿勢で話し、同じ美しさで引きます。

逆に、機械に書かせないと決めているものも、あります。実現したあとの景色を先に喜ぶ、締めの一文——手紙のいちばん上等な終わり方です。感情は、演技した瞬間にマイナスになる。だからそこは、本心が乗る日に、人が書き足す領域として残してあります。

加点は人の姿勢がつくり、減点ゼロは機械が守る。それが、The GIFT Formulaの実装のかたちです。

幹は、関係です

「ご検討ください」を使わない、というのは枝の話です。GIFTという文法さえ、手法の話です。幹にあるのは、ひとつの問いだけ——お客様と、長い時間をかけた関係を築けるか。信頼と絆を、築けるか。

用件を正確に済ませることなら、機械はすでに得意です。けれど、私たちの目はそこに向いていません。電話でも、メールでも、対面でも。話すのがAIでも、人間でも。受け取った方の中に、「この会社は、私を一人として扱ってくれた」という記憶が残ること。

言われた通りに機械が喋って、用事を済ませる——その先の価値に、Leadsiaはフォーカスしています。

理論の上に原則、原則の下に文法

Leadsiaの会話設計は、三層です。骨格をつくる営業科学の理論（SPIN Selling、Pre-Suasionほか）。方向を定める、五つの原則。そして、一文一文を律するThe GIFT Formula。

理論は誰でも引用でき、原則は誰でも掲げられます。私たちは、文法を機械に実装するところまでを、製品の中身にしています。

私たちの企業ページには、こう掲げています——知性は言葉に宿り、声は信頼を紡ぐ。

The GIFT Formulaは、この一行の、実装の名前です。