



ゼロタッチ運用設計白書 - AI営業自動化における 人的介入コストの排除手法 | Leadsia Inc.

2026-03-14

Leadsia Inc.

ゼロタッチ運用とは？ - 人間の作業時間を限りなくゼロにする設計思想と、AI営業の現場での実践

カテゴリー：AI導入の基礎知識

「AI導入で業務が効率化する」 - この言葉を聞いたことがない経営者はいないでしょう。

しかし現実には、こんな声をよく耳にします。

「AIを入れたけど、結局その確認作業に時間がかかる」

「自動化したはずなのに、設定やメンテナンスに人手が必要」

「ツールの操作を覚えるだけで一苦労」

これは「自動化」の設計思想が中途半端だからです。

工程の一部だけを自動化して、残りは人間が対応する。入力も自動だけど、確認は手動。稼働は自動だけど、設定は手動。こうした「半自動化」は、導入コストに見合った効果を出せないことが少なくありません。

本記事では、この問題を根本から解消する設計思想「ゼロタッチ運用」について解説します。

「ゼロタッチ」の起源 - IT運用の世界で生まれた概念

「ゼロタッチ」という言葉は、もともとIT運用の分野で生まれました。

最も分かりやすい例がゼロタッチプロビジョニング（ZTP）です。これは、新しいデバイス（PC・スマートフォン・タブレット）の初期設定を完全に自動化する仕組みのこと。

従来、企業で新しいPCを配布する際は、IT担当者が1台ずつ手作業で設定していました。OSのアップデート、業務アプリのインストール、セキュリティポリシーの適用、ネットワーク設定 - 1台あたり数時間の作業です。100台なら数百時間。IT部門にとって、この「キitting」は大きな負担でした。

ゼロタッチプロビジョニングは、この工程をすべて自動化します。メーカーから社員の自宅にPCを直送し、社員が電源を入れてサインインするだけ。業務アプリもセキュリティ設定もクラウドから自動で配信されます。IT担当者は物理的に機材に触れる必要がありません。だから「ゼロタッチ」なのです。

AppleはApple Business Manager（旧DEP）でiPhoneやiPadの自動MDM登録を実現しています。MicrosoftはWindows AutopilotとIntuneで、デバイスの初回起動時に企業専用の設定を自動適用する仕組みを提供しています。いずれも、IT担当者のキitting工数を「ゼロ」にすることを目的とした技術です。

ネットワーク運用での「ゼロタッチ」 - 障害対応も人手ゼロへ

ゼロタッチの概念は、デバイス設定だけでなく、ネットワーク運用やシステム保守にも拡張されています。

NTT西日本のネットワークセキュリティオペレーションセンター（NSOC）では、ネットワーク故障の約5割を自動化しました。判断エンジンとツール連携を組み合わせ、障害の検知・原因特定・復旧までを人間の介在なしで実行。復旧時間の大幅な短縮を実現しています。

NTTドコモビジネスでは、ServiceNowを活用してサーバー復旧を自動化。従来15～30分かかっていた復旧作業を、わずか1分に短縮しました。

これらは「ゼロタッチオペレーション」「ノータッチオペレーション」と呼ばれ、NoOps（運用不要）やAIOps（AI駆動型運用）の実践例として注目されています。

共通しているのは、「人間がトリガーを引く必要がない」という設計思想です。

システムの状態変化をAIが検知し、判断し、対処する。人間は「結果の確認」だけでよい。この考え方が、いまIT業界全体に広がっています。

日本企業のAI導入と「人間の介在コスト」問題

ここで、日本企業のAI導入の現実を見てみましょう。

財務省が2026年に実施した調査（1,103社対象）によると、AI活用企業の割合は約70%に達し、業務時間の短縮効果は90%の企業が実感しています。一方で、人員の減少は30%にとどまり、売上増につながったのは1割未満という結果でした。

つまり、AIで作業時間は減ったが、人件費や売上にはあまり反映されていない。

なぜでしょうか？

原因の一つが「人間の介在コスト」です。AIが生成した回答や処理結果を、人間がファクトチェックし、修正し、承認する。この確認作業がボトルネックとなり、AIによる時間短縮効果を相殺してしまうのです。

Exa社の調査（2025年、300人超企業410社対象）によると、AI導入にかかるコストは自社開発で約3,165万円、

SaaS導入でも年間約1,445万円。これだけの投資をしても、人間の介在コストが残る限り、本来のROIは実現できません。

「半自動化」の限界がここにあります。

Leadsiaが考える「ゼロタッチ運用」 - 営業自動化への応用

IT運用で生まれた「ゼロタッチ」の設計思想を、私たちLeadsiaは営業自動化の分野に応用しています。

従来のAI営業ツールの多くは、以下のような「人間の介在」を前提としています。

手動が残るプロセスの例：

- トークスクリプトを人間が作成・編集する
- AIの発話内容を人間が事前にチェックする
- 営業リストを人間が手動でアップロードする
- 通話結果を人間が確認・分類する
- 改善施策を人間が考えて反映する

これでは「半自動化」です。AIが電話をかけてくれても、その前後に大量の人的作業が発生する。導入企業は「AIを管理する仕事」が増えるだけです。

LeadsiaのAI営業インテリジェンス「ALICE」は、この問題を「ゼロタッチ設計」で解決しています。

ALICEのゼロタッチ設計 - 5つのゼロ

ゼロ①：スクリプト作成ゼロ

ALICEは、対象企業のホームページをAIが自動で読み込み、トークスクリプトを自動生成します。業界の特性、企業の事業内容、想定される課題 - これらをClaude（Anthropic社の大規模言語モデル）が分析し、最適なアプローチを設計します。

人間がスクリプトを書く必要はありません。

ゼロ②：研修ゼロ

導入に必要な時間は最短3分。画面の指示通りに進めるだけで設定が完了する、迷わないUI設計です。マニュアルを読む必要もなければ、研修を受ける必要もありません。

これはまさに、AppleのゼロタッチプロビジョニングがIT担当者のキッティング工数をゼロにしたのと同じ発想です。「開封して電源を入れたら使える」 - その体験を営業ツールで実現しています。

ゼロ③：改善作業ゼロ

ALICEは、複数パターンのスクリプトを自動でABテストし、成果の高いパターンを自動採用します。「どのトークが刺さるか」を人間が分析する必要はありません。AIが通話データから学習し、継続的に改善します。

ゼロ④：問い合わせゼロ

「サポートに問い合わせないと使い方がわからない」 - これは、プロダクト設計の失敗です。ALICEは、サイト内で操作が完結するプロダクト設計を採用しています。問い合わせが不要な設計こそが、真のゼロタッチです。

ゼロ⑤：料金確認ゼロ

月額29,800円～。サイト上で料金プランを公開しています。「見積もりを取るために営業と話す」というステップ自体を排除しました。検討から導入までの摩擦を限りなくゼロにする設計です。

「ゼロタッチ」と「放置」の違い - 品質はどう担保するのか

「人間が介在しないなら、品質は大丈夫なのか？」

この疑問は当然です。ゼロタッチ運用は「放置」とは根本的に異なります。

ポイントは「介在」と「監視」の区別です。

ゼロタッチ運用では、人間が各工程に「介在」（作業として関与）する必要はありません。しかし、AIの稼働状況や品質指標は常に「監視」（確認）できる状態にあります。

ALICEの場合、すべての通話内容はテキスト化・記録されており、管理画面からいつでも確認できます。通話

の成功率、アポイント獲得率、相手の反応パターン- これらのデータは自動集計されます。

NTT西日本のゼロタッチオペレーションが「障害を自動復旧するが、人間はダッシュボードで全体状況を把握できる」のと同じ構造です。

自動化すべきは「作業」であり、「把握」ではありません。

さらに重要なのが、AIの基盤モデルの品質です。ALICEの頭脳にはAnthropicのClaudeを採用しています。Claudeは「Constitutional AI（憲法AI）」というアプローチで、おべっかを言わない誠実な応答を設計レベルで担保しているモデルです。AIが自律的に会話する以上、そのAI自体の「人格」が品質の最終防衛線になります。

（詳しくは「AIのモデルに性格はあるのか？」をご覧ください）

「ゼロタッチ」は怠慢ではなく、設計思想である

ゼロタッチ運用を「楽をしたい」という発想で捉えると、本質を見誤ります。

ゼロタッチとは、「人間がやるべきことと、AIがやるべきことを正しく切り分ける設計思想」です。

人間がやるべきこと：戦略の立案、重要顧客との関係構築、AIでは判断できない例外対応

AIがやるべきこと：定型的な架電、スクリプト生成、データ分析、ABテスト、スケジュール調整

BCGの調査（2025年）によると、日本企業の17%がAI導入に伴い役割の見直しを実施しています。重要なのは、人間の仕事を「なくす」のではなく「変える」こと。AIが定型業務を引き受けることで、人間は本来の価値を発揮できる仕事に集中できます。

営業マンが1日の大半を電話発信に費やしている状況は、人間にとっても、企業にとっても、もったいない。電話はAIに。商談は人間に。この役割分担を「設計」として実現するのが、ゼロタッチ運用の真意です。

まとめ：「半自動化」から「ゼロタッチ」へ

AI導入の成否を分けるのは、AIの性能だけではありません。

「人間の介在をどこまで減らせるか」- この設計思想が、投資対効果を決めます。

ゼロタッチ運用は、IT業界のデバイス管理やネットワーク運用で実証された概念です。AppleやMicrosoftが「

開封して電源を入れたら使える」を実現したように、営業自動化の分野でも「導入して起動したら動く」が実現できる時代に入りました。

財務省の調査が示す通り、AIで業務時間は短縮できても、人間の介在コストが残る限り、本当の成果にはつながりません。「半自動化」に満足するのではなく、「ゼロタッチ」を目指す。その設計思想の違いが、AI導入の成功と失敗を分ける鍵です。

関連記事

- 音声AIインテリジェンス技術とは？従来の音声システムとの決定的な違い
- AIのモデルに「性格」はあるのか？ - Claudeの魂をつくった哲学者と、AIの人格設計という新領域
- セールステックSaaSの選び方 | 失敗しない5つのポイント

Leadsial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。