

カスタマーカード

CUSTOMER CARD - B2B NEW-BUSINESS

法人新規開拓の下調べを、
仕組みにする

ご提案資料

その新人が伸びないのは、
センスではなく、順番
かもしれません。

新規開拓でいちばん差がつくのは、話し方ではありません。会う前に、その会社の何を掴んでいるかです。

ベテランは1社に45分。同じことを、入社6か月未満の営業は90分かけて、それでも抜けが出ます。差があるのは能力ではなく、調べる順番です。順番なら、システムに乗ります。

得意先情報	営業工程	見積金額	営業方針	営業成果	営業状況	営業備考
01 相手会社	02 相手会社	03 相手会社	04 相手会社	05 相手会社	06 相手会社	07 相手会社
08 相手会社	09 相手会社	10 相手会社	11 相手会社	12 相手会社	13 相手会社	14 相手会社

実際の画面 - 工程01~08・指標・出口条件（一部をぼかしています）

1社1枚のカードに、工程・見積金額・確度・調べた中身
が同じ画面で並びます。AIが埋めた項目には印が付き、
根拠をたどれます。

VETERAN 45分/社 経験で短縮できている状態	UNDER 6 MONTHS 90分/社 迷いながら回して、抜けも出る	CUSTOMER CARD 8分/社 入れて待ち、読んで直す時間	3名・年間 444時間 下調べから戻ってくる時間
----------------------------------	---	--	--------------------------------

調べる順番も、立てる仮説も、システムの側が持っています。

※ 45分／90分／8分は、新規開拓の事前準備における一般的な作業量をもとにした参考値です。対象企業と調べる深さによって変わります。

ベテランが1社に対してやっている8工程

01 相手を 特定する	02 事業を 掴む	03 今を 読む	04 時期を 合わせる	05 決裁の形を 想定する	06 困りごとの 仮説	07 切り口を 複数用意	08 面談で 確かめる
-------------------	-----------------	----------------	-------------------	---------------------	-------------------	--------------------	-------------------

01~07を、カスタマーカードが約8分で埋めます。08は、これまでどおり人の仕事です。

中堅・中小企業の経営者が挙げる困りごと

1位 人材の採用 この資料の範囲外です	2位 新規営業が伸びない 下調べを45分から8分に。準備を揃える	3位 人材の教育が回らない 教える中身を、人から仕組みへ移す
---------------------------	--	--------------------------------------

この資料の読みかた

P.3 経営者の方へ 教育にかかっている費用を、金額で	P.4 管理者の方へ 部下の準備を、何で見るか	P.5 営業の方へ 覚えることは、ありません
-----------------------------------	-------------------------------	------------------------------

これが、1社分のカードです。

社名を入れると、AIが調べて項目を埋めます。約5分。出てきたものを人が読んで、直して、面談に持っていきます。

CUSTOMER CARD / ID 13

保存済 18:31
A4帳票
CSV書き出し
JSON書き出し
選択肢の設定
削除

現在の工程 06 クロージング	完了工程 5 / 8	見積金額 6,010 千円	ポテンシャル 9,000 千円	着地見込み 2期	工程の遅延 なし	確度 B:案件化
--------------------	---------------	------------------	--------------------	-------------	-------------	-------------

01
アプローチ

02
アポ獲得

03
初回面談

04
提案・デモ

05
見積・案件化

06
クロージング

07
納品・導入

08
定着・追加提案

06
クロージング

07
納品・導入

08
定着・追加提案

STAGE 01
アプローチ
この工程のゴール：①調べる → ②新求を設計する → ③接点をつくり担当者と連絡手段を特定する
予定 2026/03/11 実績 2026/03/10

① 企業調査（事前）

面談前に調べ切る。出典が取れない項目は「非公開／不明」と書き、面談で聞く材料にする。

調査日

2026/09/10 ()

調査ツール

Gemini

企業概要

AI 根拠

① 企業調査（事前）

面談前に調べ切る。出典が取れない項目は「非公開／不明」と書き、面談で聞く材料にする。

調査日

2026/09/10 ()

調査ツール

Gemini

企業概要

AI 根拠

実際の画面 - 企業カード（実在企業のため、社名・担当者名・調査内容はぼかしています）

この1枚に、ベテランが1社あたり45分かけて集めている情報が入っています。埋めたのはAI、確かめるのは人です。分からなかった項目は、それらしい文章で埋めず「不明」と出ます。

なぜ「新規が伸びない」に効くのか

下調べの型が
人の頭の中にある

新人は90分かけて
それでも抜けが出る

面談が
「ご挨拶」で終わる

**新規開拓が
1人に依存する**
経営で起きているのはここ

いちばん右が、経営者の方が感じている症状です。左から順にたどると、原因は「人」ではなく 型が外に出ていないことにあります。型を外に出せば、右端は変わります。

1社について、AIが埋める10項目

- 会社の輪郭／法人番号・所在地・設立・資本金・従業員規模
- 今の困りごと／公開情報から読み取れる課題の仮説
- 何で食べているか／主力の製品・サービスと、その売り先
- 競合と立ち位置／同業のどこと比べられるか
- 直近の動き／新工場・新製品・人事・受注・提携
- 接点の候補／自社の何が刺さりうるか、切り口を複数
- 決算期と時期／いつ予算が動き、いつ持ち込むべきか
- 初回で聞くこと／面談で確かめるべき質問
- 決裁の形／誰が決めるのか、どの部署が使うのか
- 持っていく一枚／訴求文の下書き

遠い話ではなく、来週の商談の話です。

カスタマーカード ご提案資料 - グリーンアップル株式会社

P.2

「人が育たない」で処理された損失は、 来年も、再来年も発生します。

新人に新規開拓を任せた。準備が甘く、商談にならない。先輩が同行して補う。その先輩の時間が、社内でいちばん高い時間です。そして次に入ってくる新人でも、同じことが起きます。

いま発生している費用

発生していること	内容	概算
新人の下調べの超過	ベテランの倍の時間がかかる（90分 対 45分）。月20社なら月45時間	年 約 88万円 / 人
教える側の指導時間	課長クラスが週3時間×26週。調べ方から教え直す	6か月で 約 30万円 / 人
商談にならなかった初回面談	準備不足のまま会い、「ご挨拶」で終わる。次が続かない	数字にできない
調べ方を教え直す工数	新人が入るたびに、毎回ゼロから。教える人が替われば内容も変わる	見えないコスト

※ 営業の時間単価2,700円（年収450万円＋会社負担15%÷年1,920時間）、指導側3,900円で算出した、一般的な相場からの参考値です。

投資と回収

年間コスト（ライト・営業3名）

¥234,000

月額 ¥19,500 × 12か月（税込）

適格請求書に対応。超過料金はありません

VS

戻ってくる時間を金額にすると

¥1,198,800

営業3名・1人が月20社に当たる場合／年444時間

投資に対して5.1倍

さらに、新人1人あたり 約 ¥395,100 の立ち上がり費用が圧縮できます。指導が「調べ方」から「会い方・決め方」に移るためです。人を増やさずに、いまいる人で新規を回すという選択肢が取れます。

ライト（営業3名）の年額 ¥234,000 は、営業1名の人件費（年 約518万円）の 約4.5% です。新人が2人いれば、上の表の金額は2倍になります。

「人を増やす」と比べると

営業を1名、採用する

年収450万円＋会社負担で 年 約518万円。採用費と、立ち上がりの6か月は別途かかります。そして、その人にも調べ方を教える必要があります。

いまの3名で、回す

年 234,000円。下調べの444時間が戻り、教える工程が1つ減ります。採用が決まらなくても、来月から始められます。

説明できないコストは、削減できません。

部下の準備を、どこまで見られていますか。

任せれば準備が甘い。手を入れれば自分の時間が消える。その間に立つのが、この画面です。

カスタマーカード

ライト

保管中の企業

8/900今日のAI調査時

8/90

Excel取込

プラン

メンバー

カードに戻る

請求管理・解約

ログアウト

履歴

この契約で行われた操作の記録です。日時は日本時間です。ログインの失敗と当社の管理操作は表示していません。

同意の記録

利用規約・プライバシーポリシー 版数 2026-09-26 2026/9/26 16:51:16

新しい順

古い順

7件（直近500件まで）

日時	操作	実行者	内容
2026/9/26 17:13:55	請求管理を開いた	portal.open	
2026/9/26 17:11:10	請求管理を開いた	portal.open	
2026/9/26 17:08:00	契約成立	subscribe	プラン：ライト
2026/9/26 17:06:01	決済画面へ進んだ	checkout.open	プラン：ライト
2026/9/26 16:54:37	決済画面へ進んだ	checkout.open	プラン：ライト
2026/9/26 16:51:16	新規登録	register	メール： 役割：管理者
2026/9/26 16:51:16	規約に同意	consent_agree	版：2026-09-26

実際の画面 – 履歴（直近500件。実行者のメールアドレスはぼかしています）

管理業務が変わる3つの場面

01

段取り

誰がどの工程で止まっているかが、滞留件数で見えます。聞いて回る必要がありません。

02

確認

AIが埋めた項目には印が付き、「根拠」から元をたどれます。

03

引き継ぎ

担当が変わっても、カードと履歴が残ります。

カスタマーカード

プロ

保管中の企業

6/27,000今日のAI調査時

6/120

Excel取込

プラン・お申込み

カードに戻る

請求管理・解約

ログアウト

メンバー

招待コードを再発行する。同じ会社の方が登録して同じカードを使うようになります。

2 / 12 番 (P40)

SC-597N

コピー

再発行

再発行すると、以前のコードは使えなくなります。

メールアドレス

役割

登録日

最終ログイン

管理者

2026/9/16 18:04:52

2026/9/25 21:13:33

メンバー

2026/9/25 21:18:53

停止

停止した方はログインできなくなり、利用者の数にも含まれません。カードの紐着目の記録は残ります。

実際の画面 – メンバー（一部をぼかしています）

ここが、他と違います

やらないこと

- 分らない項目を、それらしい文章で埋める
- AIが書いたものを「確認済み」として扱う
- 同姓の人物を、勝手に同一人物として結合する

実際の挙動

- 取れなければ「不明」と出る。不明は失敗ではない
- 「承認」は人が読んだという記録。正しさの保証ではない
- 未確認のものは、帳票に印つきで出る

出典

[1] 国税庁 法人番号API（取得できませんでした）

実際の画面 – 出典欄（URLはぼかしています）

勘で指導する前に、その人が何を調べたかを見られます。

社名を入れて、5分待つ。 あとは読んで、直すだけです。

専門知識は要りません。新しい用語も覚えません。いまExcelや手帳でやっていることが、1枚のカードに変わるだけです。

やることは、3つだけ

01

社名を入れる

気になっている会社の名前を入れて、待つ。約5分で項目が埋まります。

02

読んで、直す

違うところは書き直す。「不明」は、面談で聞く材料にします。

03

面談で確かめる

仮説を持って会う。聞いたことを貼り直せば、下書きが作り直されます。

実際の画面 - 訴求の設計（内容はぼかしています）

実際の画面 - 面談メモ（内容はぼかしています）

迷ったときは、画面が教えてくれます。

「調査から『相手の言葉』に翻訳する。売り物の説明ではなく、相手の悩みと理想から書く。」

「顧客が言った予算。言及がなければ『未確認』」

実際の画面 - 工程06「困りごとの仮説」。やるべきことが、画面の側に書いてあります（内容はぼかしています）

正直に書いておきます

AIが書いたものは、下書きです。事実と異なる内容が混じることがあります。読まずにそのままお客様へ出さないでください。この道具は「準備を揃える」ためのものです。会って、聞いて、決めてもらう工程は、これまでどおりみなさんの仕事です。

調べる時間が減った分を、**会う時間**に回せます。

ベテランが売っているのは商品ではなく、相手の将来像です。

初回面談から受注まで、話が一本の筋で通っている人がいます。その人は、その会社が「どうなっていれば理想か」を先に掴んでいます。将来像さえ見えていれば、何を聞き、何を提案し、どの順で運ぶかが決まります。

新人にそれができないのは、度胸でもセンスでもありません。将来像は、会社ごとに違うからです。だから場数がかかる。だから時間がかかる。それだけのことです。ここが、人材教育がいつまでも終わらない理由でもあります。

そして将来像の起点は、どの悩みに当てるかの判断です。ベテランは、その会社に効く悩みを一瞬で選びます。新人は、選べません。

職人的な営業ほど、教えようがない状態になります。

将来像を言葉にして顧客と共有するベテランもいます。しかし、頭の中で一瞬で処理して、言葉にしないまま進めるベテランも少なくありません。本人に悪気はなく、むしろ優秀なほどそうなります。受け継げないのは、能力ではなく言葉です。

カスタマーカードは、この頭の中を、会社ごとに言葉にします。

自社の商材と売りたい商品を登録しておくと、調べた10項目をもとに、AIが悩みの候補を出します。あとは選ぶだけです。

01

悩みを2種類出す

その業種で一般に起きていることと、調査から読み取ったその会社ならではのこと。AIが両方書く。

02

当てる1つを、人が選ぶ

ここだけはAIに任せません。選んだ悩みが、以降すべての前提になります。AIの案を承認するだけでも進められます。

03

理想の未来・原因・対策

選んだ悩みを起点に、どうなっていれば理想か、なぜそうなっていないか、自社の何が効くかを書く。

04

訴求ポイントまで一本で

キーマッセージと、初回面談で確かめる仮説まで、同じ筋で続けて出てくる。

The screenshot shows a web form titled '一般的な悩み' (General problem) and '特定の悩み' (Specific problem). It has sections for '選んだ悩み' (Selected problem) and 'ここで選んだ悩みが以降の仮説の前提になる' (The problem selected here becomes the premise for the subsequent hypothesis). At the bottom, there is a navigation bar: '入口 - 一般的な悩み / 特定の悩み -> 選んだ悩み (人が決める)'.

The screenshot shows the next part of the form, titled '理想の未来' (Ideal future) and '訴求ポイント' (Key message). It includes a section for '① 初回面談で確認する仮説' (Hypothesis to be confirmed in the first interview) and a note: '仮説は仮説にすぎない。本稿22頁のヒアリングで、ここに書いた仮説の当たり外れを確かめる。' (The hypothesis is just a hypothesis. Confirm the hit/miss of the hypothesis written here through the interview on page 22 of this document). At the bottom, the navigation bar continues: '出口 - 訴求ポイント -> キーマッセージ -> 初回面談で確認する仮説'.

実際の画面です。各欄に「AI」の印と「根拠」リンクが付きます（实在企業のため本文はぼかしています）。画面にも「ここで選んだ悩みが以降の訴求の前提になる」と書いてあります。悩みが決まれば、理想の未来から初回面談の仮説まで同じ筋で続けて出てきます。ばらばらの営業トークではなく、1本のストーリーになります。

正直に書いておきます

出てくるのは素案です。将来像を「正解」として断定するものではありません。どの悩みに当てるかも、AIには決めさせません。読んで、直して、確定させるのは人の仕事です。面談で仮説の当たり外れを確かめるのも、決まった筋を受注までやり切るのも、営業ご本人の力です。道具が肩代わりできるものではありません。

型が身につくほど、次の1社は自分の頭で描けるようになります。

この8工程は、40年前の日本では誰も相手にしませんでした。

1980年代の日本の新規開拓は、KKDH—— 勘・経験・度胸・ハッタリでした。市場が伸びていたので、それで売れました。訪問件数と気合いが評価され、会う前の下調べに時間をかける営業は、むしろ変わり者でした。

そのころ私は、米国系の産業機器メーカーの日本法人で、本国の体系的な新規開拓トレーニングを受けました。会う前に何を調べ、どの順に確かめ、どう組み立てるか。すべてが手順として決まっている方法です。このアプリの8工程は、そこから来ています。

FOUNDED

1935

研修元となった米国メーカーの創業年。産業用機器の分野で、いまもNASDAQに上場しています

COUNTRIES

35か国以上

直営の事業所・営業拠点を置く国の数。国をまったく同じ手順で売るための型でした

YEARS IN USE

40年以上

この手順が現場で使われてきた年数。カスタマーカードはこれを画面に固定したものです

※ 上記は開発者の経歴上の背景であり、当該企業との資本関係・提携関係を示すものではありません。

当時、これを受け入れた営業は、社内に私以外いませんでした。「そんな面倒なことをしている暇があったら、1軒でも多く回れ」という時代でした。

—— 当時の主流 — KKDH

K — 勘	その場の感覚で判断する
K — 経験	過去の似た案件に当てはめる
D — 度胸	分からないまま踏み込む
H — ハッタリ	自信のある振る舞いで押し切る

—— いま — 再現性の時代

それから40年。市場は縮み、顧客の検討は慎重になり、KKDHは通用しなくなりました。いま新規開拓について語られていることは、当時教わった型と驚くほど重なります。近年は「科学・計画・データ」の新KKDと言い換えられることもあります。呼び名は変わっても、求めているものは同じです。個人に依存しない再現性です。

40年で、変わったこと

- 市場が縮み、訪問件数だけでは数字が作れなくなった
- 顧客が、会う前にWebで調べ終えているようになった
- 異動・退職が増え、引き継ぎが常態になった

40年で、変わらなかったこと

- 会う前に、相手を調べる必要があること
- どの悩みに当てるかを決めるのが、最初の仕事であること
- 決めた筋を受注までやり切るのは、人であること

つまり、この製品は新しい発想ではありません

40年かけて当たり前になった型を、ようやくソフトウェアに落とし込んだだけです。奇抜な方法をお願いするものではないので、新人の方にもすぐ受け入れていただけます。新しくないことが、この製品のいちばんの取り柄だと思っています。

40年前は、誰も聞いてくれませんでした。

いまは、説明が要りません。

今日から、1社だけ無料で試せます。

クレジットカードの登録はありません。気になっている会社を1社入れて、出てきた1枚を見てから決めてください。

01

1社、通してみる

無料・カード登録なし。保管1社
／調査3回

02

営業3名で使う

ライト。招待コードを渡すだけ

03

複数拠点で使う

スタンダード。請求書払いに対応

04

全社で使う

プロ。利用者12名・保管27,000社

おすすめ

フリー

¥0

/ 月（税込）

- 利用者 1名
- 保管 1社
- AI調査枠 3社
- カード登録なし

ライト

¥19,500

/ 月（税込）

- 利用者 3名
- 保管 900社
- AI調査枠 90社
- 小規模チーム向け

スタンダード

¥39,000

/ 月（税込）

- 利用者 9名
- 保管 9,000社
- AI調査枠 180社
- 請求書払いに対応

プロ

¥47,500

/ 月（税込）

- 利用者 12名
- 保管 27,000社
- AI調査枠 220社
- 請求書払いに対応

すべて税込の月額です。超過料金はありません。枠を超える調査は実行できず、毎月1日に回復します。解約は画面からいつでも可能で、効力は契約期間の終了時です（日割りの返金はありません）。

まずはこちら

無料で1社ためす

<https://card.greenapplekkapp.com>

登録は1分。クレジットカードの登録はありません。
スマートフォン・タブレット・PCのどれからでもご利用いただけます。

ご相談

導入のご相談・請求書払い

info@greenapplekk.com

「この項目も調べてほしい」といったご要望も承ります。
いま足りない機能のご指摘が、いちばん助かります。

料金は、画面の中にも全部あります

ログインすると、いまのプランと上限がヘッダーに常に出ます。プランの変更も解約も、この画面から行えます。

カス タマーカード フリー 保管中の企業 8/1 今月のAI調査枠 8/3

Excel取込 カードに渡す ログアウト

プラン

調べて、仮説を立てて、徹議で確かめる。

フリー ご利用中 ¥0 月額（税込） ● 利用者 1名 ● 保管中の企業 1社 ● 今月のAI調査枠 3社 1メールアドレスにつき1社まで、お試し用です。	ライト ¥19,500 月額（税込） ● 利用者 3名 ● 保管中の企業 900社 ● 今月のAI調査枠 90社 営業3名までの小規模チーム向け。	スタンダード ¥39,000 月額（税込） ● 利用者 9名 ● 保管中の企業 9,000社 ● 今月のAI調査枠 180社 複数拠点・複数素材に対応します。	プロ ¥47,500 月額（税込） ● 利用者 12名 ● 保管中の企業 27,000社 ● 今月のAI調査枠 220社 全社導入向け。請求書払いに対応します。
--	--	--	---

このプランで申し込む

実際の画面 - プラン（メールアドレスはぼかしています）

会社概要

グリーンアップル株式会社

代表取締役 篠原 竜二

〒564-0063 大阪府吹田市江坂町1丁目14番4-206号

登録番号 T3120901050756

info@greenapplekk.com

データ出典

国税庁 法人番号システム（会社の特定）

Brave Search（公開ウェブ情報の検索）

Google Gemini（要約と下書きの生成）

Cloudflare Workers / D1 / R2（保管・国外を含む）

Stripe（決済。カード情報は当社では保持しません）

免責事項 本サービスが生成する調査結果・仮説・訴求文は、公開情報をもとにAIが作成した下書きです。事実と異なる内容が含まれることがあります。内容の正確性・完全性・最新性を保証するものではありません。情報が取得できない場合は「不明」と表示し、推測で補完することはありません。当社は、データ源（検索サービス・AIサービス・公的データベース等）の提供が将来にわたって継続することを保証するものではありません。本資料に記載した金額・時間・効果に関する数値は、一般的な相場をもとにした参考値であり、導入による売上の増加・費用の削減・人材育成の成果を保証するものではありません。掲載している画面は実際の動作画面ですが、実在企業の情報を含むため、社名・担当者名・調査内容にぼかし処理を施しています。本サービスの利用にあたっての最終的な判断および結果の責任は、利用者に帰属します。