AI NEXUS

制作サンプル（デモ版・抜粋）

営業資料・提案書 制作見本（実務型・作り替え版）

題材：従業員8名の不動産仲介会社への「問い合わせ返信の仕組み化」提案資料（全6枚）＋発表台本・想定反論集つき

題材企業	従業員8名の不動産仲介会社（架空）／賃貸・売買仲介、水曜定休
提案相手	代表（決裁者）と営業リーダー（現場責任者）
納品物	提案スライド6枚＋スライド別解説（判断の狙い・話す台本・想定反論と返し）＋再構成ビフォーアフター
作成	AI NEXUS
版	見本 v2.0（2026-11-15 作り替え）

この資料について：本資料は、架空の題材で作成した制作サンプル（デモ版・抜粋）です。会社名・数値・価格はすべて「見本用の設定」で、実在のお客様の受注実績・導入実績ではありません。実際の納品では、貴社の実数・商材・言い回しに合わせてすべて作り替えます。

SLIDE 1 / 6 表紙 — 最初の30秒で「聞く理由」を作る

問い合わせ返信の仕組み化のご提案
初回返信を「30分以内・誰が対応しても同じ品質」に

ポータルサイトからの反響に、担当者の空き状況に左右されず、30分以内に同じ品質で返せる体制を作るご提案です。
本日お決めいただきたいのは、導入の可否ではなく「2週間の試運転を始めるかどうか」だけです。

提案先
従業員8名の不動産仲介会社 御中
（賃貸・売買仲介／水曜定休）

本日のゴール
試運転の範囲と開始日を決めること。
費用の詳細は5枚目でご説明します

所要時間
説明15分＋質疑10分
資料はこの6枚のみです

本日の進め方：課題の確認（2枚目）→ 数字の根拠（3枚目）→ 提案の中身（4枚目）→ 価格と進め方（5枚目）→ 最初の2週間（6枚目）

見本用の設定：会社規模・体制は架空の設定です。実際の提案では、事前ヒアリングで聞いた貴社の言葉をそのまま表紙に使います。

SLIDE 2 / 6 現状の課題 — 「頑張り」で回っている状態を言語化する

反響対応は、店長の携帯1台と「気づいた人」に乗っています

忙しいこと自体が問題ではありません。問題は、対応の速さと品質が「誰が・いつ気づくか」で決まってしまうことです。

① 遅れが出る場所が決まっている
反響は店長の携帯に集約。接客中・案内中・定休日（水曜）は初回返信が止まり、翌営業日に持ち越されます

② 返信の品質が人で変わる
ベテランは内見候補まで一通で提示、新人は「確認して折り返します」で終わる。お客様から見た会社の顔が毎回違います

③ 取りこぼしが見えない
返信が遅れて他社で決まったお客様は、クレームにも数字にも残りません。「問題がない」のではなく「見えていない」状態です

結論：直すのは**人の頑張りではなく、止まる場所のある仕組み**です。次の1枚で、その「止まり」が金額にしていくらになるのかを見ます。

話し方：相手の努力を否定しない。「仕組みがないだけ」という言い方に統一し、個人の責任にしないことが、この後の提案を受け入れてもらう前提になります。

SLIDE 3 / 6 根拠となる数字 — 金額の話の前に「差」を数字で置く

初回返信の速さで、来店の機会は月あたり約15件変わります（見本用の試算）

120件
月間の反響数
（見本用の設定）

68%
初回返信まで1時間を超えた反響の割合
（見本用の設定）

21% / 8%
来店率：30分以内に返信した場合 / 3時間以上かかった場合
（見本用の設定）

約15件
来店機会の差（月）
120件 ×（21% − 8%）≒ 15.6件という試算

この数字は「見本用の設定」です。うまい数字を並べることが目的ではありません。実際の提案では、貴社の反響管理表の実数を同じ計算式に入れ直し、**その場で一緒に検算**してから金額の話に進みます。1件の来店が成約につながる確率と平均手数料を掛ければ、「いくらまでの投資なら回収できるか」の上限も先に決められます。

投資の上限の決め方：来店が月15件増えれば、**そのうち1件の成約で初期費用は回収圏内**に入ります（貴社の平均手数料で計算し直します）。

数字の扱い：出典のない業界統計は使いません。使うのは「相手の実数」と「計算式」だけにし、試算であることを隠さないことが、営業資料の信頼の作り方です。

SLIDE 4 / 6 提案の中身 — 人を増やさず、止まる場所をなくす

一次返信は仕組みが担い、個別の相談は人が担う「二段構え」にします

1. 反響を受ける
全ポータルの反響を1つの受信箱に集約。誰の携帯にも依存しない

→

2. 自動で振り分ける
物件種別とエリアで担当を自動割当。定休日は当番制に切替

→

3. 一次返信（30分以内）
物件別の型で「受付＋内見候補3つ」まで一通で提示

→

4. 人が引き継ぐ
条件の相談・価格交渉など個別の話は担当者が自分の言葉で対応

→

5. 漏れを止める
30分未返信は自動で知らせる。週1回、対応時間と来店率を振り返る

型（テンプレート）が担うのは「速さと均一さ」が必要な一次返信だけです。お客様の事情に触れる部分は従来どおり人が書きます。だから「機械的な返信で冷たくなる」心配と、「人任せで遅れる」問題を、同時に解けます。

導入しても変わらないこと：内見のご案内・条件交渉・契約手続きは、**これまでどおり人が担当**します。変わるのは「最初の1通」だけです。

道具の名前は出しません。相手が知りたいのはツールではなく「明日から何が変わるか」だからです。具体的なツール名と設定内容は、契約後の設計書で提示します。

SLIDE 5 / 6 価格と進め方 — 判断材料を全部出してから決めてもらう

費用は2つだけ。試運転の2週間で、続けるかどうかを判断できます

項目	金額（税別）	含まれるもの
仕組みの構築（初期）	**148,000円**	現状ヒアリング／受信箱の集約と振り分け設定／物件別一次返信の型 12種／未返信を知らせる仕組み／操作メモ
運用サポート（任意・月額）	**19,800円／月**	型の追加・修正／月1回の数字の振り返り／担当者からの質問対応。不要になれば月単位で停止できます
導入支援の割引	2026年11月30日までにお申し込みの場合、初期148,000円を118,000円（税別）とします（この期間を過ぎると通常価格に戻ります）	

進め方：ヒアリング（60分）→ 型の試作 → 2週間の試運転（反響の一部だけ）→ 数字を見て本運用の判断。試運転の段階では、初期費用のうち着手金のみで始められます。

本日ご判断いただくのは、**試運転の着手と開始日**だけです。本運用に進むかどうかは、2週間の数字を見てから決められます。

効果の保証はしません。代わりに、試運転で「初回返信時間」と「来店率」を前後で測り、続けるかどうかを数字で判断できる状態にしてお渡しします。

SLIDE 6 / 6 次の手 — 契約後に決裁者がやることは、2回だけです

最初の2週間：決裁者の作業は「ヒアリング60分」と「確認2回」だけです

1〜3日目：現状の確認
ヒアリング60分。反響の流れと、今使っている返信文をそのままお預かりします（整えなくて構いません）

4〜7日目：型の試作
物件別一次返信の型12種と振り分けルールの試作版を作成。**確認①**：言い回しと候補提示の形をチェック

8〜10日目：設定と試運転の準備
受信箱の集約・自動割当・未返信アラートを設定。スタッフへは15分の説明会だけ実施します

11〜14日目：試運転と振り返り
反響の一部で試運転。**確認②**：初回返信時間と来店率の数字を見て、本運用に進むか判断します

本日お決めいただきたいこと：**試運転の開始日**だけです。導入の最終判断は、2週間後の数字を見てからで構いません。

最後の1枚は「まとめ」ではなく「相手の次の行動」を置きます。決めることを1つに絞ることが、持ち帰り検討で止まらせないための実務上の工夫です。

スライド別解説（プラスワン：発表台本と想定反論集）

スライドだけでは、商談は動きません。実際の納品では、6枚すべてに「この1枚で誰の何の判断を動かすか」「話す台本（要点）」「想定反論と返し」を付けます。資料を読む相手（決裁者）と、目の前の相手（現場責任者）の両方を想定して書くのが実務型の作り方です。以下はその全文です（見本用の設定に基づきます）。

スライド1｜表紙

動かす判断	決裁者（代表）の「最後まで聞く価値がある」という最初の判断。あわせて、今日決めることを「試運転の開始」まで小さくし、心理的な負担を下げる。
話す台本（要点）	「本日は15分だけお時間をください。結論から申し上げると、今日お決めいただきたいのは導入の可否ではなく、2週間の試運転を始めるかどうかだけです」――最初にゴールを宣言し、資料が6枚しかないことも先に伝える。
想定反論と返し	「うちみたいな小さな会社に、仕組み化は大げさでは？」→「従業員が少ない会社ほど、1人の不在で対応が止まります。8名だからこそ、店長お一人の携帯に集まっている状態が一番危ないんです。この提案は人を増やす話ではなく、今の人数で止まらない形にする話です」

スライド2｜現状の課題

動かす判断	現場責任者に「これは自分たちの話だ」と認定してもらう判断。課題を人の能力ではなく仕組みの不在に置くことで、防御反応を起こさせない。
話す台本（要点）	「反響が遅れる場面を思い浮かべてください。接客中、案内中、そして水曜の定休日です。皆さんがサボっているわけではありません。止まる場所が、構造として決まってしまっているんです」
想定反論と返し	「今まで大きなクレームはないし、回っていると思う」→「クレームになるのは対応したお客様だけです。返信が遅れて他社で決まった方は、静かにいなくなります。問題がないのではなく、数字に残らない形で起きている、というのが次のスライドの話です」

スライド3｜根拠となる数字

動かす判断	決裁者の「いくらまでなら投資できるか」という金額感の土台を作る判断。金額提示（5枚目）の前に、上限の物差しを相手の中に作る。
話す台本（要点）	「この数字は見本用の設定です。正直に申し上げます。大事なのは数字そのものではなく計算式で、貴社の反響管理表の実数を入れれば、その場で御社の数字になります。一緒に検算しましょう」
想定反論と返し	「その来店率、本当にうちにも当てはまるの？」→「当てはまるかどうかは、実数を入れるまで分かりません。だからこそ試運転で測ります。当てはまらなければ、その時点でやめる判断ができます。分からないまま大きく始める提案はしません」

スライド4｜提案の中身

動かす判断	現場責任者の「自分たちの仕事がどう変わるか」という実現可能性の判断。道具の説明ではなく、明日の業務の変化で語る。
話す台本（要点）	「型が担うのは一次返信だけです。受付と内見候補の提示まで。条件の相談や交渉は、これまでどおり皆さんが自分の言葉で対応します。速さが要る部分と、人が要る部分を分ける、という提案です」
想定反論と返し	「テンプレート返信は冷たく見えないか。お客様にバレないか」→「一次返信の役割は『受け付けました』と『候補はこの3つです』を速く正確に伝えることです。個別の事情に触れる文面は型に入れていません。むしろ今は、担当者によって文面の温度が違うことの方が、お客様には伝わっています」

スライド5｜価格と進め方

動かす判断	決裁者の支払い可否の判断。費用の内訳と「やめられる条件」を全部出し、隠れた費用への不安を先に消す。
話す台本（要点）	「費用は2つだけです。構築の初期費用と、任意の運用サポート。サポートは月単位で止められます。割引の期間も含め、条件はこの1枚に全部書きました。書いていない費用は発生しません」
想定反論と返し	「ポータルの自動返信機能で十分では？」→「自動返信は『受け付けました』までです。この仕組みとの違いは3つ。内見候補まで一通で提示すること、担当の自動割当、30分未返信を知らせる仕組みです。受付だけで来店率が変わらないのは、3枚目の数字のとおりです」／「効果がなかったら？」→「効果は保証できません。代わりに試運転2週間で初回返信時間と来店率を測り、続ける判断材料をお渡しします」

スライド6｜次の手（最初の2週間）

動かす判断	決裁者の「始める日を決める」という最後の判断。契約後の負担を具体的に小さく見せ、開始の心理的壁を下げる。
話す台本（要点）	「始めた後、社長にやっていただくのは2回だけです。最初のヒアリング60分と、型の確認、試運転結果の確認。現場の作業はこちらで下書きまで作ります。まず開始日だけ仮で置かせてください」
想定反論と返し	「今は繁忙期で手が回らない」→「繁忙期ほど反響の取りこぼしが増える時期でもあります。試運転は反響の一部だけで行い、スタッフの作業は15分の説明会のみです。忙しい時期に負担が増えない形にしてあります。それでも難しければ、開始日を繁忙期明けに置いて、ヒアリングだけ先に済ませることもできます」

補助証拠：同じスライドの再構成ビフォーアフター（旧「スライド整形」見本の統合分）

「整形」は色と余白をそろえる作業ではありません。読み手の判断が変わるように、情報の順番と根拠を作り替える作業です。下は「費用」のスライドを題材にした再構成例です（文章・数字は見本用の設定）。

整形前 — 体裁だけ整えた状態

費用について

・初期費用がかかります
・月額のサポートもあります
・内容はヒアリング後に決まります
・効果には個人差があります
・まずはお気軽にご相談ください

課題：見出しが名詞で結論がない／金額も期間も書かれていない／根拠がなく「相談ください」で終わるため、決裁者は判断材料を持ち帰れない。

再構成後 — 判断できる状態

費用は2つだけ。試運転2週間で判断できます

初期 148,000円（税別）／運用サポート 19,800円／月（任意・月単位で停止可）
2026年11月30日までの申込で初期118,000円（税別）

判断材料：内訳を全て記載／試運転で初回返信時間と来店率を測定／効果は保証せず、数字で判断できる状態にして渡す。

再構成の理由（3点）

1. **見出しを「名詞」から「結論文」に変える**——見出しだけ読めば話が分かる状態にし、決裁者が社内で説明し直せるようにする。
2. **数字には必ず根拠と条件を付ける**——金額・期間・税別表記・試算の計算式を同じ画面に置き、「あとから聞いた話と違う」を防ぐ。
3. **最後に「決めること」を1つだけ置く**——相談の呼びかけで終わらせず、相手の次の行動（開始日を決める）まで設計する。

納品物の構成と確認事項

本編スライド	全10枚まで制作（本見本は代表6枚を掲載）。構成は「課題→根拠→提案→価格→次の手」の順で、1枚に1つの判断を持たせます
発表台本	スライドごとに「話す内容・目安時間・つなぎの言葉」を付けます（本見本では要点版を掲載）
想定反論集（プラスワン）	想定される反論と返しを、スライドごとに用意します。価格・効果・手間に関する反論は、言い換えではなく条件と数字で返す形にします
数字の根拠メモ	スライドに載せた数字の出典・計算式・設定であるかどうかを一覧にします。出典を確認できない数字は載せません
ファイル形式	PowerPoint（編集可能）＋PDF。フォント・色は御社の既存資料に合わせられます

確認事項：本見本の題材・数値・価格はすべて見本用の設定です。実際の制作では、数字の正確性はご提供資料に基づき、最終確認は貴社で行っていただく前提です。売上・成約などの効果を保証する資料は作成しません（保証できないことを資料に書くこと自体が、商談の信頼を落とすためです）。既存スライドの再構成のみのご依頼は、本サービスのオプションとして対応します（旧「スライド整形」単独サービスは本サービスに統合しました）。

制作：AI NEXUS ／ 本資料はデモ版（抜粋）です。スライド6枚と解説・ビフォーアフターを掲載し、本編の残り（会社紹介・実績の置き方・質疑用補足スライド等）は納品時に題材に合わせて制作します。