

WHITE PAPER

AI-LEAP

サービス概要資料

つくる。売る。残す。
3つとも、AIで。

AI開発・AI集客・AI研修の3本柱で、現場の詰まりを解く仕組みをつくり、集客を売上の数字につなぎ、最後は御社の社員だけで回せる状態まで残す。AI-LEAPの考え方、サービスの中身、進め方、お約束すること・しないことをまとめました。

はじめに：AIを「楽になった」で終わらせないために

AI-LEAPは、中小企業向けに、AIによる**開発・集客・研修**を行っています。この資料は、はじめてAI-LEAPを知る方が「何をする会社で、どう進め、何をお約束し、何はお約束しないのか」を落ち着いて確かめられるようにまとめた、概要資料です。

AIを入れて作業が楽になっても、売上や現場の数字が動かなければ、やがて使われなくなります。私たちは、仕組みをつくる前に「どの数字が動けば成功か」を決め、つくる人・売る人・教える人を分けずに、ひとつのチームで担います。

01	こんな課題はありませんか	P3
02	AI-LEAPの考え方：AI×売上直結／ひとつのチームで持つ理由	P4-5
03	3本柱の全体像	P6
04	AI開発：内容・進め方・自社での内製	P7-8
05	AI集客：売上の経路・計測・ブランドを守る仕組み・進め方	P9-11
06	AI研修・内製化支援	P12
07	ご相談の進め方／どこから始めるか	P13
08	導入事例（クライアント名は非公開）	P14-15
09	お約束すること・しないこと／費用の考え方	P16
10	よくあるご質問	P17
11	会社概要・無料相談のご案内	P18

この資料の読み方

掲載している事例は、AI-LEAPが実際に担当している案件と、自社で運用している仕組みだけです。構想や試作は載せていません。数字は実測値のみで、支援を始めたばかりの案件には数字を載せていません。クライアント名は各社との取り決めにより非公開です。料金は定価のプランを設けていないため金額は記載せず、個別にお見積りします（第9章）。

ご注意：効果は企業により異なり、成果を保証するものではありません。記載は2026年10月時点の内容です。事例は個別の条件のもとでの結果であり、他の企業で同じ結果になることを示すものではありません。

こんな課題はありませんか

ご相談をいただく会社で、繰り返し出てくる詰まり方です（調査数値ではありません）。どれか1つでも当てはまれば、着手できる余地があります。

1 同じ数字を、何度も打ち直している

受注 → 在庫 → 請求。システムはあるのに、間を人が転記でつないでいる。時間も、間違いも、そこで生まれる。

2 担当者が辞めたら止まる

手順が人の頭の中にしかない。引き継ぎのたびに品質が落ち、そのたびに現場が疲れる。

3 発信が続かない

SNSも記事も、担当者の空き時間頼み。本業が忙しくなると真っ先に止まり、再開の腰が重い。

4 発信と売上がつながらない

投稿はしている。だが「それで売上がいくら増えたのか」に、社内の誰も答えられない。

5 外注は納品で終わる

システムも記事も広告も「作って納品」まで。数字が動かなくても、そこから先に踏み込む人がいない。

6 社内にAIを使える人がいない

任せたい仕事はある。任せられる人がいないだけ。外注し続けるほど、社内には何も残らない。

CAUSE

原因は「AIを知らないから」ではありません

どの課題も、つくる人・数字を見る人・教える人が分かれていることが原因で起きています。開発会社は納品まで、制作会社は投稿まで、研修会社は受講後までしか見ない。会社と会社の切れ目で、「売上まで見る人」がいなくなります。AI-LEAPは、この切れ目をなくすところから設計します。

コストを下げるAIは、もう社内でもできる。 難しいのは、売上を伸ばす側

いま各社が本当に手を焼いているのは「売上を伸ばすAI」です。難易度が高く、社内に見本がないため、ここだけが空白のまま残りがちです。

STAGE 1

AIに「聞く」

人が質問し、答えをもらう。便利だが、使う人のスキルと空き時間に依存し、成果は属人的なまま。

STAGE 2

AIに「任せる」

定型業務が自動で回り、コストが下がる。社内の詳しい人でも進められる領域になってきました。

AI-LEAPの領域 STAGE 3

AIが「売上をつくる」

集客・発信・導線をAIが回し、売上データから自分でやり方を直し続ける。着手できている会社がまだ少ない領域。

「AIを入れて確かに楽になった。でも売上に直結しなかったからやめた」——ご相談を伺うなかで、よく聞く終わり方です。だから私たちは、仕組みをつくる前に**どの数字が動けば成功か**を決めてから設計します。

「売上直結」の進め方：4つの順番

01

数字を決める

最初のヒアリングで「どの数字が動けば成功か」を先に決める。

02

測れる形にする

どの施策がいくら生んだかを判別できる導線・計測を先に用意する。

03

AIが動く

作るもの・発信・研修の中身を、その数字から逆算して実行する。

04

数字で直す

効いた打ち手を増やし、動かない施策は止める。外した理由も共有する。

「AI社員」とは：目標を渡すと、自分で働くAI

これまで チャットAI

人がAIを使う

- 毎回、人が指示文を書く
- 答えの確認・修正・業務への反映も人
- 使う人のスキルで成果が変わる

これから AI社員

AIが自分で働く

- ゴールを渡すと、自分で計画を立てる
- 調査・作成・記録まで自分で実行する
- 結果のデータを見て、やり方を直す
- 人の役割は、方針の決定と最終承認

※AIの出力は、公開・送信の前に人が確認・承認する運用を基本とします。効果は企業により異なり、成果を保証するものではありません。

つくる人と売る人が別会社だと、 数字が動かない

よくある詰まり方は、各社の能力の問題ではありません。会社と会社の切れ目で、売上まで見る人がいなくなることが原因です。

これまで 3社に分けて頼む

誰も「売上」まで見ていない

- 開発会社：言われた通りに作って納品。使われているかは見ない
- 制作・広告会社：投稿と記事は出る。売れたかは分からない
- 研修会社：受講後に何が作れるようになったかは追わない
- 会社間の調整と板挟みが、そのまま社内の仕事になる

AI-LEAP ひとつのチームで持つ

つくったものが売上に届くまで見る

- 現場を聞いてアプリを作る人が、集客の数字も一緒に見る
- 集客で分かった「売れる導線」を、そのままアプリ側に実装できる
- 実際に動いている仕組みが、そのまま研修の教材になる
- 窓口は1つ。社内に調整の仕事が発生しない

AIのチームが「共有の脳」でつながり、毎日回る

1人のAIにすべてを任せるのではなく、役割の異なるAIが1つの記録（データベース）を共有して動きます。結果が記録されるので、担当者が代わっても、やり方の知見が御社の中に貯まります。

STEP 1

分析

市場・競合・自社の数字を集め、課題を見つける。

STEP 2

打ち手を決める

複数のAIが案を出し、費用対効果で選ぶ。

STEP 3

実行

記事・資料・投稿・記録を、専門のAIが分担して実行。

STEP 4

改善

成果データを見て、翌日のやり方を直す。

共有の脳（データベース） 戦略・結果・知見がすべてここに蓄積され、回すほど精度が上がる設計です

定時に自動で動く

決まった時刻に自動で起動します。忙しい時期でも「やらせる」手間が要りません。

担当者が代わっても止まらない

知見は人の頭ではなく共有の記録に貯まります。属人化しにくい体制です。

資産が御社に残る

業務知識・データ・改善のノウハウは御社の資産。使うほど価値が増えます。

※自律的な運用でも、外部に出るもの（公開・送信など）は人の承認を通します。効果は企業により異なり、成果を保証するものではありません。

AI-LEAPの仕事は、この3つです

「AIで何ができるか」ではなく「御社の何をやるか」でお話しします。ご相談の入口は、たいていこの3つのどれかです。

SERVICE 01 つくる

AI開発

業務アプリ・EC基盤・管理ダッシュボード

- 受注・在庫・進捗など、Excelと人の記憶で回っている業務を1つの画面に
- EC基盤、外部サービス連携、社内の管理ダッシュボードまで
- AIを使って開発するので、従来の受託開発より速く、費用も抑えやすい
- つくったものは御社の資産としてお渡しします

SERVICE 02 売る

AI集客・マーケティング

分析→設計→実行→検証を、AIが毎週一周させる

- 検索集客・SNS運用・発信の実行を、役割の違うAIのチームが毎日回す
- 発信はAIが複数案を作り、人が1案を承認。ブランドは崩しません
- 「やった」ではなく「売れた」で判断できるよう、先に計測を設計します
- 効いた打ち手を増やし、動かない施策は止める判断まで一緒に行います

SERVICE 03 残す

AI研修・内製化支援

社員が自分で業務アプリを作れる状態まで

- 「AIの使い方」ではなく、AIの直し方・作り方を教えます
- カリキュラム設計・実習教材の開発・講師登壇・習熟度の数値報告まで一貫
- 実運用している仕組みがそのまま教材になるため、机上論になりません

普通は、開発会社にも制作会社にも研修会社にも、それぞれの担当範囲しか頼めません。AI-LEAPは3つとも同じチームで持っています。**3つ全部を同時に始める必要はありません。**いちばん痛いところを1つだけ始めて、数字が出たら次を足す進め方をお勧めしています。

現場でいちばん詰まっている作業から、 専用の仕組みにします

既製のツールに業務を合わせるのではなく、業務のほうに画面を合わせます。

01

業務アプリ

受注・在庫・進捗・案件・シフト。Excelと人の記憶で回っている仕事を、1つの画面に集約します。

02

EC・受発注まわり

商品マスタの二重登録、目視での在庫更新。同じ数字を何度も打ち直す作業を無くします。

03

管理ダッシュボード

バラバラの数字を1画面に。全員が同じ画面を見るので、報告のための報告がいらなくなります。

04

外部サービスとの連携

既存の販売管理・SaaS・スプレッドシートをつなぎ、人による転記を減らします。

05

現場向けの小さな道具

スマホで撮る、押すだけ。パソコンが苦手な方でも使える形に落とします。使われない道具は作りません。

06

AIを埋め込んだ機能

文章の生成・要約、写真や書類の読み取り（OCR）。人手が要っていた判断を、機能として画面の中に入れます。

作るかどうかは「その作業に月何時間かかっているか」で決めます。時間が出てこない業務は、システムにしても効きません。まずは時間の洗い出しから始めます。

こんなときにご相談いただいています

- 在庫や受注の数字を、ネットショップと表計算の間で毎日手で直している
- 管理表がExcelのままで、担当者にしか分からない

- 市販のシステムを入れたが、自社のやり方に合わず使われていない
- 外注の見積りが高く、出来上がるまでに時間がかかりすぎる

つくった仕組みは、御社の環境に設置し、御社に引き渡します。データもプログラムも御社のもの。「解約したら全部消える」仕組みにはしません。引き渡し後の保守・改修は、ご要望に応じてお受けします。

※開発の範囲・期間・費用は、現場のヒアリングを踏まえて個別にご提案します。

要件定義に半年かけません。 動く画面を先に出示します

文章の仕様書を読み合わせても、現場の「思っていたのと違う」は消えません。触れるものを早く出したほうが、結局いちばん速く正解に着きます。

STEP 1

初回～数週間

ヒアリングと、たたき台

何にどれだけ時間がかかっているかを洗い出し、画面のたたき台を作ってお見せします。

STEP 2

開発期間中

使いながら作る

実際の業務データで動かし、現場の「ここが違う」をその都度反映します。

STEP 3

本番

御社の環境へ設置

御社のアカウント・環境に設置して引き渡します。

GOAL

引き渡し後

御社で直せる状態に

操作マニュアルに加え、「直し方」まで担当者へ移します。

お引き受けする範囲：現場ヒアリング／画面・データ設計／開発・テスト／御社環境への設置／操作マニュアルの整備／引き渡し後の保守・改修（ご要望に応じて）

自社で使うシステムは、すべてAIで内製しています

お客様に提供する開発と、まったく同じ進め方です。自分たちで試していないものを、御社の現場には出さない方針です。

営業の顧客管理（CRM）

顧客・商談・架電の管理。市販のCRMを買わず、必要な画面だけを作りました。電話もこの画面から発信でき、通話記録が履歴に残ります。

日程調整ページ

お客様が自分で空き枠を選んで予約できるページ。予約が入ると通知が飛び、顧客情報として自動で登録されます。

名刺のカメラ読み取り

スマホで名刺を撮るだけで顧客情報になります。同じ会社の名刺は自動で1社にまとめます。

稼働ダッシュボード

動いているAIの状況と成果を1画面に。「今どうなっているか」を、人に聞かなくても分かる状態にしています。

足りない機能は、その都度足します。既製品に業務を合わせるのではなく、業務に合わせて画面を足していけるのが、AIで内製する一番の利点です。これらにかけた外注費は0円です。

※画面や取引先名などの詳細は、秘密保持のため本資料には掲載していません。無料相談で、実際に動いている画面をお見せします。

AIが回すと、売上はこの3つの経路で増えます

「発信すれば売れる」ではありません。当社が自社メディアで測ってきた範囲では、売上を生む経路はほぼ3つに絞られました。ここにAIを集中させます。

経路 01 買う直前の人を拾う

「商品名＋店舗／評判／使い方」で調べている人は、すでに買う気で検索しています。その受け皿（検索で見つかるページ）をAIが毎日つくり、順位の維持を支えます。

経路 02 ファンと取扱店から連れてくる

商品の世界観を毎日出し続け、取扱店やユーザーの投稿を巻き込みます。AIが複数案を作り、人は1案を選ぶだけ。止まらない発信になります。見る指標は「投稿 → プロフィール → サイト到達」と、限定コードの使用数です。

経路 03 取りこぼしを回収する

見られているのに買われていないページ、押されていないボタン。AIが每晚巡回して見つけ、導線を直します。集客を増やさずに売上を伸ばしうる経路です。見る指標は、ページ別の到達率・購入率・客単価です。

毎週、一周させる：分析 → 設計 → 実行 → 検証

01

分析

市場・競合・自社の数字から、いま何が売上をつくっているかを特定します。

02

設計

どこを、どの順番で伸ばすかを、月次の計画に落としします。

03

実行

記事・SNS・LINE・施策の実行をAIが担当。外に出るものは人が承認します。

04

検証

売上と突き合わせ、外れた施策は翌週に差し替えます。

主な支援内容：市場・競合・自社の数字の分析／検索集客（SEO記事の設計・制作）／Instagram・リールの企画と台本／公式LINEの配信設計／インフルエンサー施策／売上と各媒体の数字をまとめる管理画面

※上記は考え方と進め方であり、特定の売上や数値の達成をお約束するものではありません。効果は企業により異なり、成果を保証するものではありません。

「やった」を「売れた」につなぐ設計から始め、 人が選んでから世に出す

構築より先に、この4段がつながるかを確認します

ここが切れていると、どれだけAIが働いても成果を説明できません。

STEP 01

AIが動く

記事・投稿・導線改善が、決まった時刻に実行される。

残るもの：実行の記録
(何を・いつ・何本)

STEP 02

反応が出る

表示回数・クリック・プロフィール到達・サイト流入を追う。

道具：検索の分析ツール／アクセス解析／各SNSの分析

STEP 03

購入・来店が起きる

どの経路から来た購入かを判別できる形にしておく。

道具：限定コード／専用リンク

STEP 04

売上に紐づく

どの施策がいくら生んだかを、毎月同じ形で報告する。

残るもの：御社専用の管理画面

3段目の「判別できる形」だけは、御社の現場のご協力が必要です（限定コードの発行、店頭での一声など）。ここを一緒に用意できるかどうかを、**最初の1か月で確認**します。ここが無いままでは、成果を語れないためです。

AIが書いて、人が選んでから世に出ます

発信をAIに任せる最大の不安は「うちのブランドらしくないものが世に出ること」。運用ルールだけでなく、仕組み側で防ぎます。

STEP 1

AIが複数案を作る

御社のトーン・NG表現・過去に伸びた型を踏まえ、1つの枠に複数案を用意します。

STEP 2

人が1案を選ぶ

管理画面で見比べて選ぶ（必要な少し直す）だけ。ゼロから作る作業は発生しません。

STEP 3

承認分だけ投稿

ボタンひとつで予約投稿。承認していないものは投稿されない設計です。

GOAL

選ばれた理由を学ぶ

どの案が選ばれ、どれが伸びたかを記録。回すほど最初の案の質が上がります。

ブランドを守る決めごと（最初に文書化します）：使わない言葉・NG表現・世界観の基準／公開前の承認は人が行う／炎上リスクのある話題は対象から除外／投稿権限は担当者ごとに最小限／数字が取れた表現だけを型として残す

※SNS等のプラットフォーム側の仕様変更・アカウント停止などの結果は、当社でコントロールできません。効果は企業により異なり、成果を保証するものではありません。

集客の進め方：1か月目から数字を見る

半年かけて設計するようなことはしません。動かして、測って、直す。この順番を最短で回します。

PHASE 1

1か月目

土台づくりと計測設計

「どの数字が動けば成功か」を先に決め、測れる形（限定コード・専用導線・管理画面）を用意します。

PHASE 2

2か月目～

自動運用スタート

AIが毎日回り始めます。人の作業は「複数案から1案を選ぶ」だけ。

PHASE 3

3か月目～

数字ベースの改善

伸びている経路に寄せ、効かない施策を止めます。

GOAL

その先

御社の中に移す

運用と改善の仕方を担当者へ移し、御社だけで回せる状態を目指します。

ご契約に含まれるもの：仕組みの構築・運用／管理画面／月次の改善ミーティング（立ち上げ期は頻度を上げます）／担当者向けレクチャー／運用マニュアル整備／チャットでの随時サポート

この仕組みは、自社のメディアで毎日回しています

当社は、D2Cブランド専門のWeb集客メディアを2023年から運営しています。毎朝、AIが検索順位と売上データを取得し、数字が落ちた原因を自分で特定して、直す記事・新しく書く記事を決め、公開までを行います。人がやるのはゴール設定と最終承認です。

21.7倍

同メディアの月間の送客成果
（2024年の月平均を1.0とした指数／2026年1～7月平均）

30体以上

役割の異なるAIエージェントが分担して稼働

毎日

土日も含め、決まった時刻に自動で起動

01

毎朝、自動で起動

順位と売上データを取得し、前日からの変化をチェック。

02

落ちた原因を特定

競合を分析し、直す記事・書く記事を決定。

03

執筆から公開まで

7,000～10,000字の記事を生成し、サイトへ反映。

04

売上と突き合わせ

「どの記事が売れたか」を記録し、翌日の判断材料に。

この数値は、当社が運営するメディア経由の送客成果（実測値）です。紹介先ブランド全体の売上の伸びは、商品開発・生産・ブランドづくりを担った先方の成果であり、当社の成果ではありません。他の企業で同じ結果になることを示すものではありません。

ゴールは「AIを知る」ではなく、 自分で作れるようになること

使い方を教えるだけの研修は、翌月には元に戻ってしまいがちです。受講後に本人が現場の仕組みを作れるところまでを、到達点に置きます。

LEVEL 1

使う

AIが出したのを見て、良し悪しを判断し、承認できる。まずここまでの、現場の作業時間の削減につながる場合があります。

LEVEL 2

直す

思った通りに動かないとき、指示の出し方を自分で調整して精度を上げられる。

LEVEL 3

作る

自分の担当業務に、AIを使った仕組みを新しく組める。外注しなくても社内で増やせます。

GOAL

教える側になる

先に習得した人が、社内の他部署へ広げていける状態。研修が一度きりで終わりません。

研修でお引き受けする範囲：研修プログラムの企画・カリキュラム設計／実習教材・研修アプリの開発／講師登壇／卒業課題の個別レビュー／受講状況・習熟度の分析と月次の数値報告／社員が安全にAIを使うためのセキュリティ設定とガイド整備

研修の進め方

01

要件の言語化

「誰が・何を作れるようになるか」を先に決め、研修のゴールを数値で定義します。

02

カリキュラム設計

限られた学習時間で到達させるため、教える内容を絞り込んで構成します。

03

教材開発・登壇

実習環境と研修アプリを開発し、講師として登壇。卒業課題まで伴走します。

04

受講データで改善

つまづいた箇所を数値で把握し、次の期のカリキュラムへ反映します。

実務で使う題材

当社が実際に運用しているAIの仕組みをそのまま教材にするため、机上の演習になりません。

企画から一社で

カリキュラム設計から講師、レポートまで分けずに担当するので、ゴールがぶれません。

効果を数字で

受講データを分析し、習熟度を月次で報告します。社内への説明にもお使いいただけます。

安全に使うために

情報の扱いを含め、社員が安全にAIを使うための設定とガイドを整えます。

※研修の実施事例は第8章（P14）をご覧ください。習熟度や業務時間の変化は受講者・業務内容により異なり、成果をお約束するものではありません。

ご相談から稼働まで、5つのステップ

まずは30分程度の無料相談から。相談したいことが整理できていなくても大丈夫です。

STEP 1

オンライン30分・無料

無料相談

困っている業務や伸ばしたい数字をお聞きし、実際に動いている画面をお見せします。

STEP 2

1〜2週間

現状の整理

使っている表やツール、数字を拝見し、どこに手を入れるかを整理します。

STEP 3

個別見積り

ご提案・お見積り

範囲・進め方・費用をご提案。開発では動く試作画面もお見せします。

STEP 4

電子契約

ご契約・着手

電子契約で締結し、キックオフで目標・役割分担・定例日程を決めます。

STEP 5

毎週〜隔週

運用と改善

定例で数字を共有し、効いた打ち手を残して次の手を決めます。

ご契約の形

開発は一括、集客や研修の伴走は月額でのご契約が基本です。期間はご相談のうえ決めます。

秘密保持

ご相談の段階から秘密保持契約（NDA）を結べます。御社のひな形でも対応します。

対応エリア

打ち合わせから定例まで、すべてオンラインで完結します。必要に応じて訪問します。

御社は、どこから始めるのが早いのか

3つ全部を同時にやる必要はありません。いちばん痛いところを1つだけ始めて、数字が出たら次を足します。

ENTRY A

現場が回っていない

- 同じ数字を、部署をまたいで何度も入力している
- やり方が、特定の人の頭にしかない
- 既存システムが古く、裏でExcelを使っている

→ **AI開発**から。まず1つの詰まりを解き、浮いた時間で判断します。

ENTRY B

モノは良いのに、知られていない

- 指名で検索されているのに、受け皿のページが無い
- SNSが担当者の空き時間頼みで止まりがち
- 発信はしているが、売上との関係が分からない

→ **AI集客**から。効果が測れる1経路だけでスモールスタートできます。

ENTRY C

社内にAIを使える人を作りたい

- 外注し続ける形から抜けたい
- 情シスや一部の担当者が片手間で抱えている
- 全社に広げる前に、効く型を作っておきたい

→ **AI研修**から。少人数の1期で型を作り、社内に横展開します。

どこから入っても、1本目の成果が出た時点で残りを足せます。同じチームが担当するので、説明のやり直しがありません。ご相談だけで、ご契約をお約束するものではありません。

いま動いている案件だけを、掲載しています

構想や試作ではありません。AI-LEAPが契約のうえ実際に担当し、現在も動いている案件です。クライアント名・ブランド名は、各社との取り決めにより非公開としています。業種は特定されない範囲で記載しています。

事例1 D2Cブランド（生活雑貨）の検索集客を、AIのチームが毎日回す

AI集客 運用中

取り組み 当社が運営するD2Cブランド専門のWeb集客メディアで、毎朝AIが順位と売上データを取得し、落ちた原因を特定。直す記事・新しく書く記事を決め、7,000～10,000字の記事の執筆から公開までを行い、売れた記事を記録して翌日の判断に使う。役割の異なる30体以上のAIが分担し、人はゴール設定と最終承認を担当。この仕組みを、お客様の環境に移植しています。

結果 メディアの月間送客成果：2024年の月平均を1.0として、2026年1～7月平均で21.7倍（実測）。

※「21.7倍」は当社が運営する当メディアの月間成果の実測値です。ブランド全体の売上の伸びは先方の成果であり、当社の成果ではありません。ブランド名・売上金額は非公開です。

事例2 大手人材サービス企業のAI研修を、企画段階から一社で担う

AI研修 2026年9月～進行中

課題 就業中のエンジニアが、AIで業務アプリを自分で作れる状態を目指したい。

内容 研修の企画段階から参加し、カリキュラム設計・実習教材と研修アプリの開発・講師登壇・卒業課題の個別レビュー・受講状況と習熟度の月次レポートまでを一貫して担当。「AIの使い方を知る」ではなく、受講後に本人が業務アプリを設計・開発できることを到達点に置いた設計。

規模 1期あたり10名／月、受講者1人あたりの総学習時間は40～50時間。

※企業名は、クライアントとの取り決めにより非公開です（業種・規模の記載についてはクライアントの確認を得ています）。研修の具体的な教材・成果物の内容は、守秘義務の範囲で非公開です。

事例3 雑貨ブランドのSNS・LINE運用を、売上データを見ながら一緒に回す

AI集客 2026年9月～進行中

課題 実店舗とオンラインストアを持つD2Cブランドで、Instagram・公式LINE・ブログを、売上とつなげて運用したい。

内容 まず売上と各媒体の数字を1つの管理画面に集め、月ごとに「やる／やらない」を決めるところから入る。隔週の定例で打ち手を決め、投稿の台本、LINE配信の設計、ブログ記事の試作を当社が担当。効かなかった打ち手は降ろす。

状況 支援を始めたばかりのため、成果の数値は掲載していません。

※売上やフォロワー数などの成果をお約束するものではありません。ブランド名は、クライアントとの取り決めにより非公開です。

開発の事例と、自社での実運用

事例4 陶磁器メーカー（OEM）の顧客管理を、動く画面から一緒につくる

AI開発 2026年10月～進行中

- 課題** 展示会や商談で出会った相手がその後どうなったのか、いま追いかけるべき相手は誰かが、名刺・メモ・表計算に散らばっていて分からない。
- 内容** 顧客管理アプリの設計・開発。出会いから受注までを1か所で追える仕組み、フォローが止まっている相手を数えて次の一手を示す機能、AIによる新規取引先の候補の提案。要件を文書で詰める前に、触れる画面を先にお見せして進める。
- 状況** 開発に着手したばかりのため、成果の数値は掲載していません。

※成果をお約束するものではありません。企業名は、クライアントとの取り決めにより非公開です。

自社運用：自社の仕事も、AIで回しています

開発

営業の顧客・商談管理（CRM）、予約できる日程調整ページ、名刺のカメラ読み取り、AIの稼働ダッシュボード。すべてAIと設計・開発し、外注費は0円。毎日の業務で動かしています。

営業

平日の朝に、AIが届いたメールへの返信案を下書きに用意。商談後は議事録から提案書のドラフトを作ります。送信や提出は、人が判断します。

バックオフィス

商談・受注・売上の数字を、自社のCRMから1画面に集約。「未計測」と「ゼロ」を区別して表示するなど、数字を見誤らない作りです。

事例にみる、共通の進め方

01

数字をそろえる

売上・反応・作業時間など、いまの現在地を1か所に集める。

02

やることを絞る

一度に広げず、効果が測れる範囲から始める。

03

動くものを見せる

文書より先に、触れる画面・実際の運用をお見せする。

04

数字で振り返る

効かなかった打ち手は降ろし、次の計画に反映する。

上記は個別の条件のもとでの内容であり、他の企業で同じ結果になることを示すものではありません。効果は企業により異なり、成果を保証するものではありません。個別の事例について、開示が許されている範囲で、無料相談の場により具体的にご説明します。

お約束すること・しないことを、 契約の前に文字にします

AI-LEAPが取り組むことと、お約束しないことを、ご契約前にお渡しします。

私たちが取り組むこと

測る・直す・隠さない

- 毎月、売上に紐づく数字を報告する（測れる形を最初に整えます）
- 数字が動かなければ、打ち手を変える。同じ施策を惰性で続けない
- 伸びた理由を、再現できる形で残す。担当者が代わっても活かせる
- 定例では良い報告だけでなく、外した施策とその理由も出す

お約束しないこと

先に申し上げます

- 売上金額や、特定の成果の保証はしません（保証は、無理な打ち手を招くためです）
- SNS等プラットフォーム側の仕様変更・アカウント停止の結果は、保証の対象外です
- 御社側の実行が必要な施策（限定コードの発行、店頭での一声など）の代行はできません

そのかわり、成果が出ていない状態を隠しません。数字が動かないまま続くようであれば、続けるか・やめるかの判断材料を、こちらから先にお出しします。

作った仕組みも、育てた人も、御社に残ります

仕組みは、御社の環境の中に

- AIの本体（指示書・データ・共有の記録）は、御社のPC・サーバー・クラウドに設置
- 当社のサーバーにデータを預ける「貸与型」ではありません
- 契約が終わっても、御社で動かし続けられる設計です

担当者が、「AI社員を作れる人」に

- 伴走のゴールは、仕組みの納品だけでなく人材の育成
- ① 使う（結果を見て承認）→ ② 直す（指示書を調整）→ ③ 作る（新しいAI社員を自分で組む）
- 卒業後は、御社だけで新しい業務に広げられる状態を目指します

費用の考え方

定価のプランは設けていません。 取り組む範囲と、御社のご予算に合わせて個別にお見積りします。開発は一括、集客や研修の伴走は月額でのご契約が基本です。

ご判断の基準は「かけた費用より大きく返っているか」の一点で結構です。だからこそ、返ってきた額が見える状態を最初に作ります。補助金・助成金は、使える制度がないかを一緒に確認します（対象外となる場合があります）。

※売上や成果をお約束するものではありません。効果は企業により異なり、成果を保証するものではありません。

よくいただく**ご不安**に、先にお答えします

Q 3つ全部を頼まないといけませんか？

いいえ。1つだけで結構です。むしろ最初は1つに絞ることをお勧めしています。開発だけ、集客だけ、研修だけでもお受けします。3つを同じチームで持っている意味は、必要になったときに同じチームがそのまま続けられることです。

Q 本当に売上に繋がりますか？

売上金額の保証はしません。そのかわり「つながったかどうか分かる状態」を最初に作ります。自社運用のメディアでは、同じやり方で送客成果が21.7倍になりました（実測。P11の注記をご覧ください）。まず1つの経路で数字を出し、続けるかどうかをご判断いただけます。

Q 費用はどのくらいかかりますか？

定価のプランは設けず、取り組む範囲とご予算に合わせて個別にお見積りします。無料相談の段階で、おおよその考え方をお伝えします。

Q 相談したら、契約しないといけませんか？

いいえ。無料相談は情報収集だけでも構いません。売り込みはしませんので、その場で使えるヒントだけ持ち帰っていただけます。

Q 少人数の会社でも対応できますか？

IT専任の方がいない会社様からのご相談が中心です。実務の大半をAIが担うため、人数ではなく「1週間に試せる打ち手の数」で見えていただきたいと考えています。自社の顧客管理・日程調整・名刺読み取り・ダッシュボードは、外注ゼロで内製し、毎日動かしています。同じ体制で御社の案件を進めます。

Q 社員が使いこなせるか不安です。

「使いこなす」必要はありません。仕組み側を当社が作るので、担当者の仕事は「複数案から1案を選ぶ」ことから始まります。プログラミング知識は不要です。研修を含める場合は、そこから「直す」「作る」へ段階的に引き上げます。

Q つくったシステムは、誰のものになりますか？

御社の資産として引き渡します。御社の環境に設置し、当社との契約が終わったあとも使い続けられることを前提に設計します。

Q 秘密保持契約（NDA）は結べますか？お預かりしたデータはどう扱われますか？

ご相談の段階からNDAを締結できます。お預かりしたデータは契約で定めた目的以外には使わず、アクセスできる人を限定し、契約終了時の返却・削除の方法も事前に取り決めます。

※効果は企業により異なり、成果を保証するものではありません。

AI-LEAPについて

AI-LEAPは、中小企業向けに、AIによる**開発・集客・研修**を行っています。代表の田島が、現場の「いちばん詰まっている一点」を一緒に決めるところから伴走します。

FREE CONSULTATION

まずは、無料のオンライン相談から

「うちの場合は、3つのうちどこから始めるのが早いかな」を、30分程度でお話しします。実際に動いている画面をお見せしながら、どこにAIを入れれば数字が動くかをご説明します。売り込みではなく、現場の話を聞くための時間です。

無料相談を予約する

https://schedule.ai-leap.jp/tajima/session?src=wp_service

ご注意：効果は企業により異なり、成果を保証するものではありません。ご相談のみで、ご契約をお約束するものではありません。

会社名	株式会社AI-LEAP（アイリーブ）
代表	田島 一樹
設立	2026年11月（法人化予定）
事業内容	AIを使った受託開発（業務アプリ・EC基盤・管理ダッシュボード）／AIマーケティング支援（集客の自動化・売上改善）／AI研修・内製化支援
対応エリア	全国（オンライン対応・必要に応じて訪問）
Web／メール	https://ai-leap.jp ／ contact@ai-leap.jp

業界別のAI活用ガイド（食器・ベビー・教育・英会話教室）は、<https://ai-leap.jp/resources> で無料配布しています。公式メディアは<https://blog.ai-leap.jp/> です。

本資料の内容は2026年10月時点のものです。事例の数値は実測値ですが、個別の条件のもとでの結果であり、成果を保証するものではありません。本資料に記載の事例は、各クライアントの確認の範囲で業種・規模のみを記載しています。