UNBOUND 2026 ｜ セッション要約

AIは失敗していない。問題は運用の設計にある

Automation Isn't Strategy: Rethinking AI in Sales

営業のどのタスクをAIに任せ、どこを人に残すか。
The AAH Framework と3つの質問で振り分ける、
営業組織の運用設計のセッションです。

登壇者	Melanie Smith（VP of Sales Development, Nooks）
日時	2026年9月16日（水）11:45-12:30 ET
会場	Room 210
作成	株式会社100／2026-09-29



VP of Sales Development, Nooks

Melanie Smith

SDR の現場から、AIを使う
アウトバウンドの型をつくる

- Nooks でセールス開発の VP。ファネル上流のパイプラインを作るアウトバウンド組織を率いる
- 自身も SDR から始め、Klue と Nooks でセールス開発チームを率いてきた
- 採用、コーチング、コールドコールの文化、AIを使ったアウトバウンドの実行を、現場の運営者の視点で扱う

© 100 Inc.

AIの成果は、タスク単位の振り分けで決まる。
インプットを自動化し、判断を補強し、その瞬間は人が守る。

AIを買い、展開し、うまくいくのを願うだけでは成果が出ない。
欠けているのは、AIを入れる前にワークフローを設計する工程。

01

タスクごとに3つに分ける

Human・Augment・Automate の
どれに置くかを、タスクの
単位で決める

02

3つの質問で判定する

検証できるか、人だけが持つ
文脈が要るか、信頼が
変わるかを順に問う

03

1人の担当者から始める

1人と1時間で繰り返しの
タスクを書き出し、ずれの
上位3つだけを直す

© 100 Inc.

自動化のしすぎと使い残しは同時に起きる

多くのリーダーは自分たちがどちらか一方だと考えるが、実際はほぼすべてのチームが両方をやっている。
ファネルの上流は機械が書いたアウトリーチが占め、下流では担当者が CRM にメモを手で打っている。

自動化のしすぎ（Over-Automating）

- 送信数は10倍、返信は半減。会話は減り、
  ドメインの評判も傷む
- 見込み客が書いていない投稿に触れる、
  成り立たないパーソナライズ
- アカウントの重要性を考えずに済んだ担当者は、
  ディスカバリーができなくなる

使い残し（Under-Using）

- 座席を買った後の定着率は、
  たいてい20%にとどまる
- 担当者は週の大半を、調査、データ入力、
  管理業務に使っている
- どの業務を置き換えるソフトかを誰も示さず、
  「分からない」が「やらない」に帰着する

人が書いたメールは、完全に自動化したAIのメールの4.5倍の返信を得る。
組織全体で決めたポリシーでは、タスクごとに違う問題を解決できない。

© 100 Inc.

大事なのは、どのソフトやベンダーを選ぶかではない。
それをどう使うかの運用モデルを、時間をかけて組んだかだ。

It's not necessarily about what software you buy or what vendor you choose, but more specifically,
did you take the time to put together an operating model of exactly how it will be used?

Melanie Smith ／ AIの導入が成果につながらない理由について

© 100 Inc.

タスクを3つのバケットに振り分ける

The AAH Framework は、繰り返しのタスクを Human・Augment・Automate の3層に振り分ける枠組み。
層の名前は、01 コア、02 ハイブリッド、03 システム。

01

Human（人が担う）

書かれていない政治力学と
複雑な関係、共感が要る交渉、
戦略の判断と高リスクの案件

02

Augment（AIと人で分担）

AIが最初の80%を下書きし、
人が判断して送り出す。
機械の速さと人の品質管理

03

Automate（機械に任せる）

大量で低リスクの定型処理と
データ連携を裏で実行する。
人はサンプルを監査する

Augment の条件は、形だけの承認（rubber stamp）にしないこと。
確認のボタンを押すだけなら、自動化にも、信頼して任せる運用にもなっていない。

© 100 Inc.

よく聞く Human in the loop という言い方では、この技術がいま到達している地点を表すには足りない。Automate と Augment の違いを理解することが大事だ。

Human in the loop, we all have been talking about and hearing about, is not specific enough in terms of where this technology has gone, and so really understanding the difference between automate and augment is really important.

Melanie Smith ／ The AAH Framework の中間の層について

© 100 Inc.

3つの質問を順に当てて振り分ける

検証できて、隠れた文脈がなく、信頼を左右しないなら Automate。
機械の下書きを人が判断して出せるなら Augment。取り返しのつかない誤りになるなら Human。

1. 買い手が感じる前に検証できるか

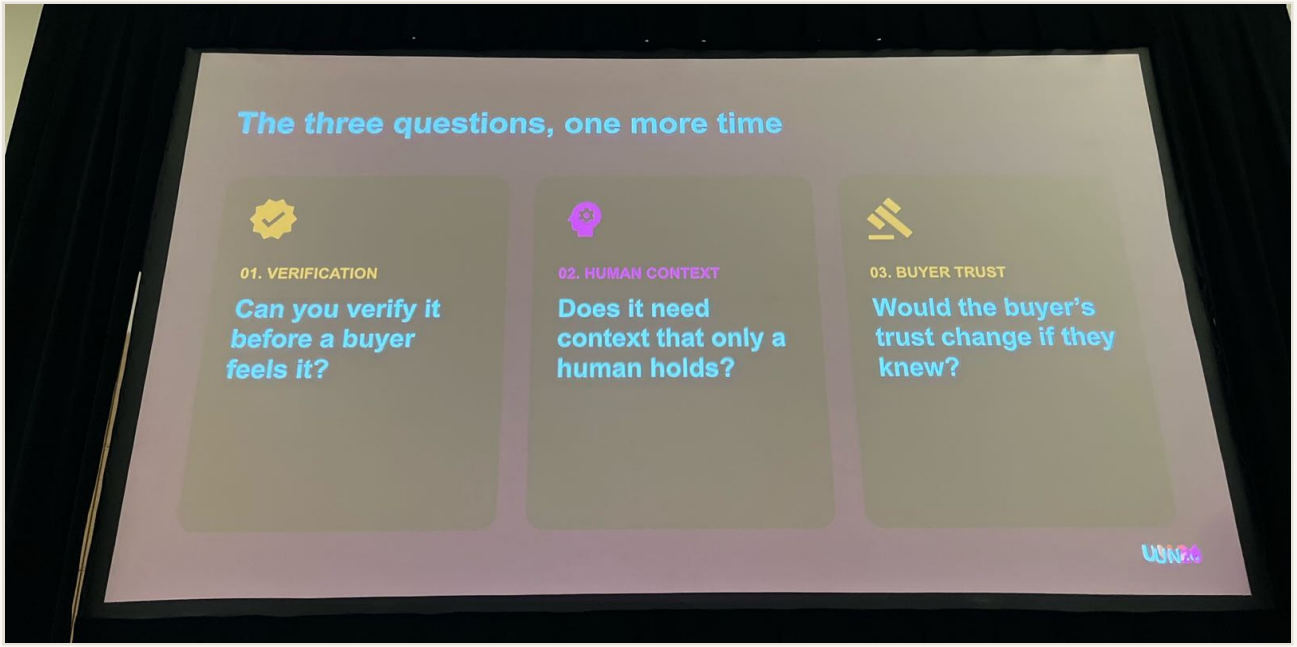
レコードのエンリッチメントは裏で安く
確かめられる。怒っている推進者への返信は、
誤りに気づいたときにはもう届いている

2. 人だけが持つ文脈が要るか

メール、チャット、CRM の記録は機械も
使える。書かれていない関係の力学は、
機械には見えない

3. 機械がやったと知ったら信頼が変わるか

打ち合わせの設定は誰も気にしない。
謝罪文は誰もが気にする。気づかれる
ものと想定して判断する



会場のスクリーン。検証、人の文脈、買い手の信頼の3つの質問

© 100 Inc.

自動化するのは出力でなくインプット

よくある失敗は、AIにメールを大量に書かせる出力側の自動化。
自動化すべきは、システムが何を見るかという入力側。

出力を自動化した場合

機械が500通を書き、担当者は
1通も見ない。返信率は0.4%

インプットを自動化した場合

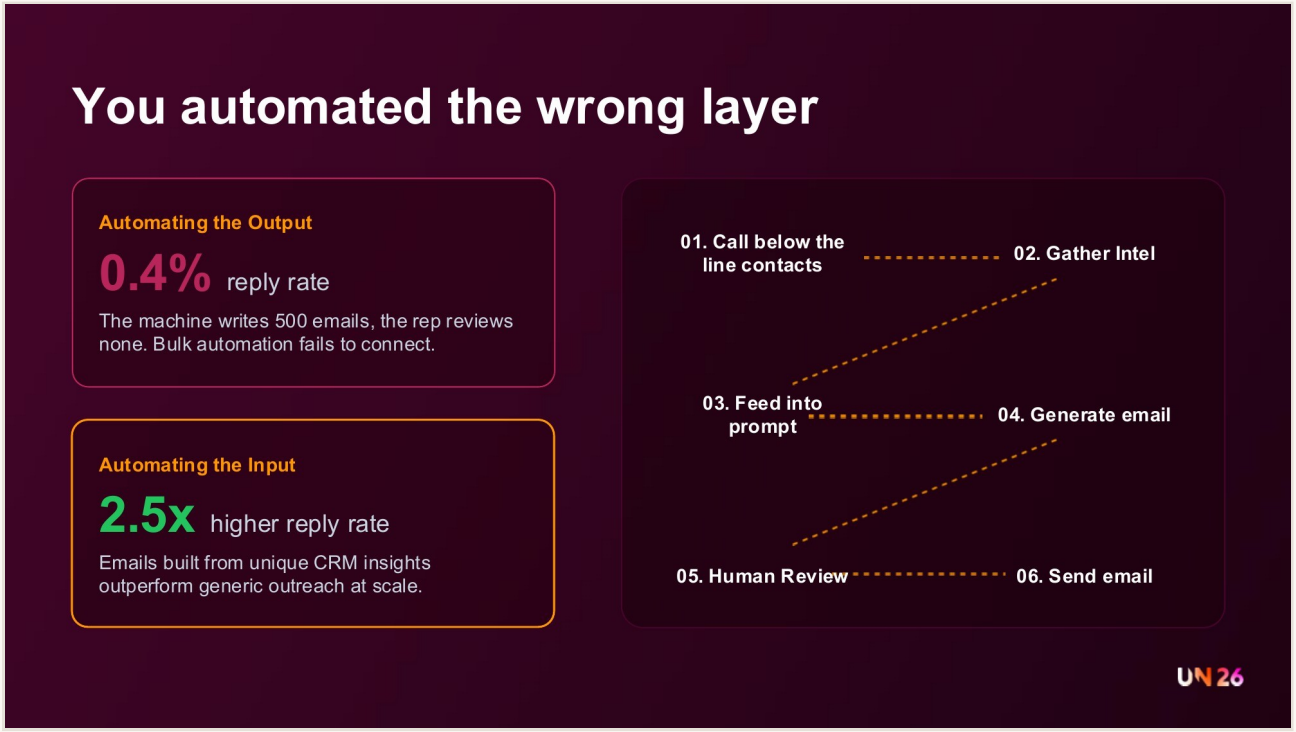
CRM の固有の情報から組んだメールは、
汎用のアウトリーチより返信率が2.5倍

入力側の流れ

連絡先と情報を集めてプロンプトに入れ、
メールを作り、人が確かめてから送る

運用の指針

インプットを自動化し、判断を補強し、
その瞬間は人が守る



出力の自動化と入力の自動化の比較と、入力側の6つの工程

© 100 Inc.

同じ領域でもタスクごとに層が変わる

プロスペクティング、セールスエンゲージメント、ディールマネジメントの3領域で、
タスクを3つの層に振り分けた例。業務の単位ではなく、タスクの単位で決める。

領域	Automate	Augment	Human
プロスペクティング	リスト構築、ICPスコア、送信時期	アカウント調査、文面の下書き	自分の見解、紹介の依頼
セールスエンゲージメント	通話の書き起こし、CRMへの記録	商談前の準備、コールの採点	ディスカバリーの質問
ディールマネジメント	フォーキャストの集計、見積の作成	案件のリスク検知、競合への備え	交渉、経営層の合意形成

コールの採点は Augment。AIがすべての通話を見て、ディスカバリーが崩れた3件に絞る。コーチングは人が担う。
担当者によって響く伝え方が違うため。CRM へのメモの手入力は Automate に入る。

© 100 Inc.

人の時間を注ぐ先を機械で見つける

機械は2人目への接触や、ほかの関係者を巻き込むことはできない。それは人の仕事。
機械を使えば、人の時間をどこに集中させるかが分かる。

最も工夫がなく、最も価値の高いリスト

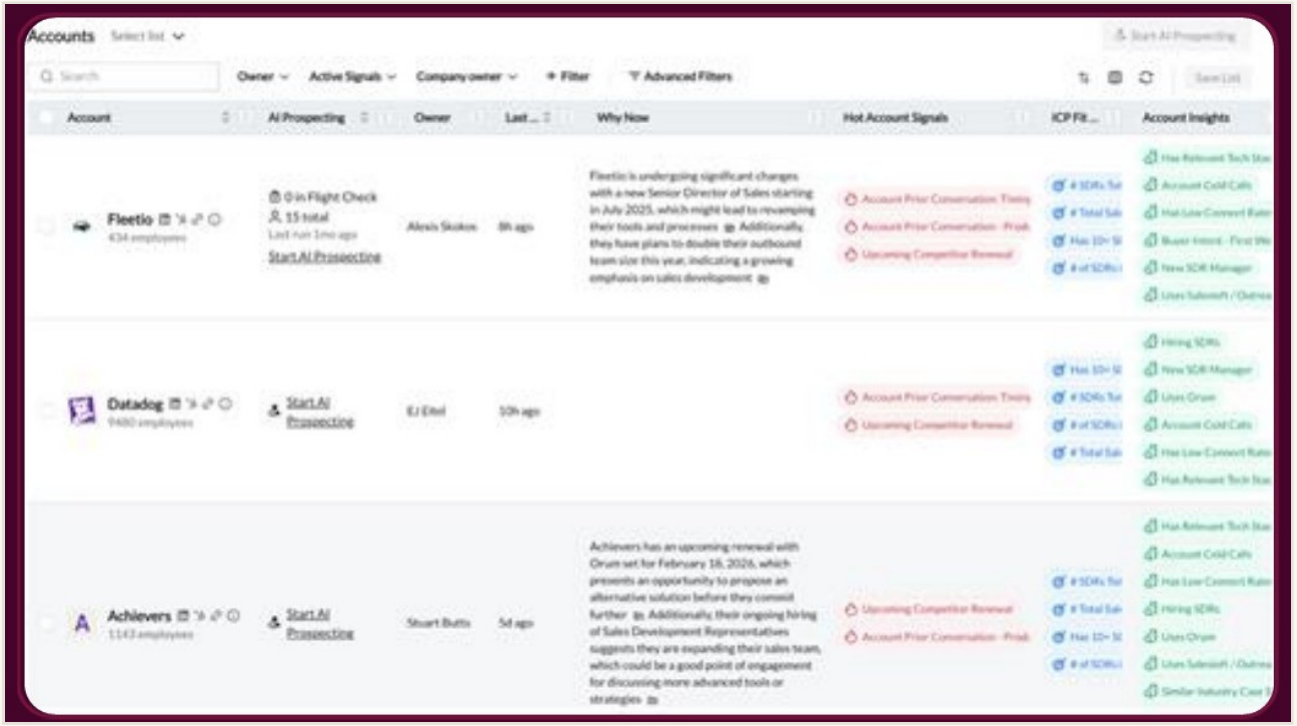
コンタクトが1人しかいない案件の
うち、クローズ予定が近いもの（例は30日以内）

機械がやること

すべての案件から、条件に合うものを
機械で拾い上げる

人がやること

2人目に接触し、ほかの
関係者を巻き込む



アカウントの一覧。今あたる理由とシグナルが並ぶ

© 100 Inc.

1人の担当者の1週間から始める

持ち帰って、次の30日で着手できる手順。
戦略づくりやワーキンググループの招集はせず、1回の午後で終わる範囲に収める。

01

書き出す

担当者1人と1時間。
週に繰り返すタスクを
全部書き出す（20〜40件）

→

02

振り分ける

各タスクに3つの質問を
当ててバケットに入れる。
形だけの承認も正直に見る

→

03

3つだけ直す

ずれを見つけて上位3つを
直す。手作業のままの仕事と、
機械が触れている人の仕事

3つの質問は、検証できるか、人だけが持つ文脈が要るか、買い手の信頼が変わるか。

© 100 Inc.

出典と注意点

出典

公式セッションページ

https://unbound.hubspot.com/sessions/SESS-1231

公式スライド

Automation isn't strategy（24ページ）

公式AIサマリー

HubSpot が AI で作成したセッション要約

当日の講演記録と会場写真

2026-09-16

読むときの注意点

- 登壇者は Nooks の社員で、HubSpot の製品発表ではない。枠組みは Nooks の登壇者によるもの
- 数値の出所と母数の記載があるのは4.5倍（Nooks の30万通超のメール）だけ。ほかの数値は条件の記載がない
- 製品の仕様、提供時期、料金への言及はない

本資料は、公式スライド、公式AIサマリー、当日の講演記録をもとに株式会社100が要旨を日本語で整理したものです。
逐語訳ではなく、図版は公式スライドと会場写真から引用し、そのほかの図表は株式会社100が作成しています。

© 100 Inc.