

技術の力で、思考バイアスなき社会を。

Identify Cognitive Biases with Technology, and Unleash Creativity



COGNITEE

オンライン商談の勝ちパターンを知る！  
～テレワーク商談AI検定「テレ検」～

コグニティ株式会社 基盤事業部 部長 田中 友理

# コグニティ株式会社 会社概要

商 号 コグニティ株式会社  
英語商号 COGNITEE Inc.

本 社 〒141-0001 東京都品川区北品川5-5-15  
TEL: 03-4212-8445

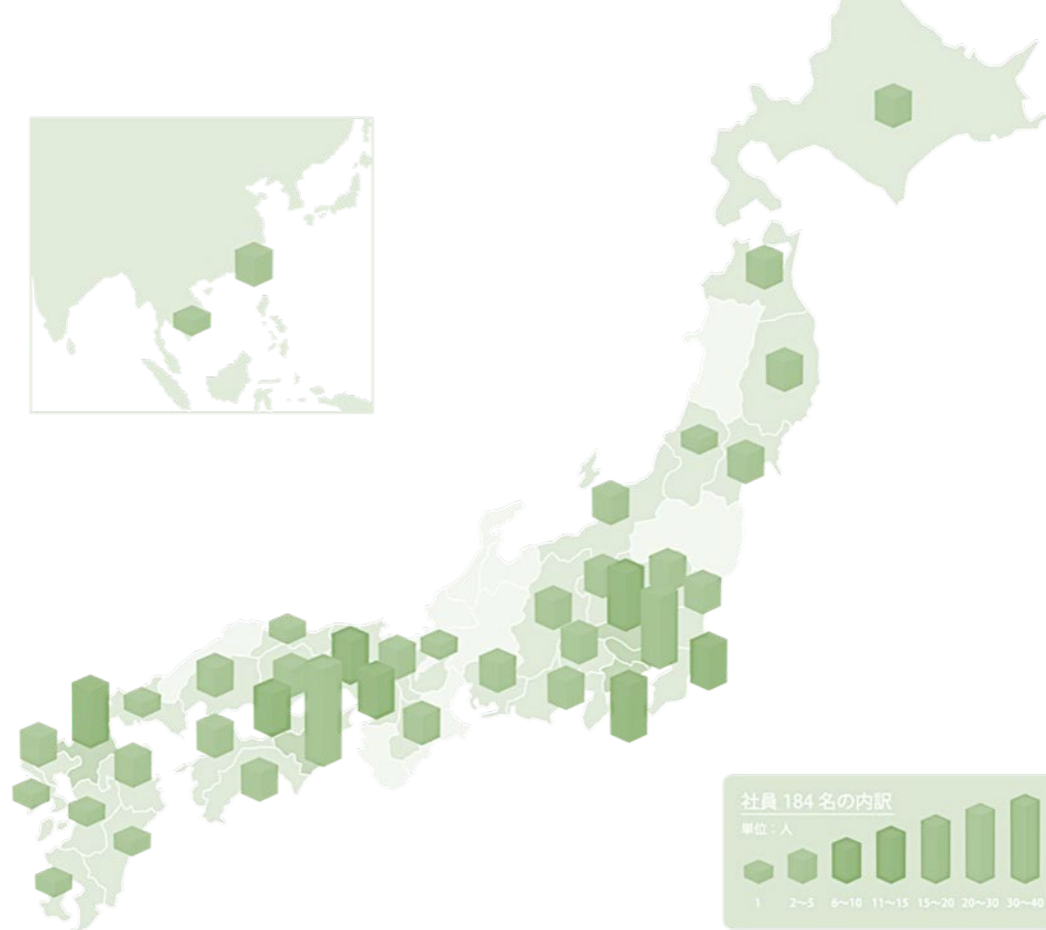
Web [www.cognitee.com](http://www.cognitee.com)  
Email [info@cognitee.com](mailto:info@cognitee.com)

設 立 2013年3月28日

資本金 530,277千円（資本準備金含）

役 員 代表取締役 河野 理愛  
社外取締役 上前田 直樹  
社外取締役 小倉 敏之  
社外監査役 杉浦 紘子

従業員数 184 名



## 多様性あふれるチームで従事しております

- ✓ 女性・・・82%
- ✓ 東京在住・・・11%
- ✓ 他の社員と会ったことがない・・・46%
- ✓ 介護や子育て・持病で他の仕事ができなかった・・・45%
- ✓ 仕事でPCを使ったことがなかった・・・21%

## 登壇者紹介



基盤事業部 部長  
田中 友理（たなか ゆり）

2010～2018年：株式会社みずほ銀行

- 2010年～ 営業店にて預り資産営業に従事
  - 2015年～ 本部にて投資運用商品の営業企画
- ★コグニティのサービスを新人研修に導入

2019年～：コグニティ株式会社

- 営業（金融・メーカー・不動産・人材業界）
- マーケティング

去年まで富山県で遠隔勤務していました！



# コミュニケーションを 比較解析できるAI技術

(人の思考はバイアスがかかる→評価の標準化・効率化で意思決定の健全化)



交渉・商談



面接・面談



プレゼンテーション

スライド



コールセンター



報告書

チャット

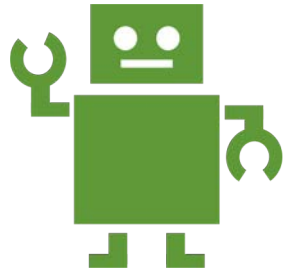
## コグニティの独自技術は、トークの構成分析

オンライン商談はみなさん初めてで  
教えられる人がいないとのことですが、

我々はオンライン商談の勝ちパターンの  
把握し、課題を解決することができます

なぜなら、トークを数値化できるので、  
具体的にどう違うのか見える化できます

ですので、教育を標準化しづらいという  
悩みが解決できるのです



情報の種類と  
その構成を判別

## コグニティの独自技術は、トークの構成分析

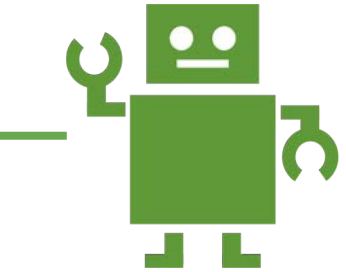
オンライン商談はみなさん初めてで  
教えられる人がいないとのことですが、

我々はオンライン商談の勝ちパターンの  
把握し、課題を解決することができます

なぜなら、トークを数値化できるので、  
具体的にどう違うのか見える化できます

ですので、教育を標準化しづらいという  
悩みが解決できるのです

主たる話題



情報の種類と  
その構成を判別

## コグニティの独自技術は、トークの構成分析

オンライン商談はみなさん初めてで  
教えられる人がいないとのことですが、

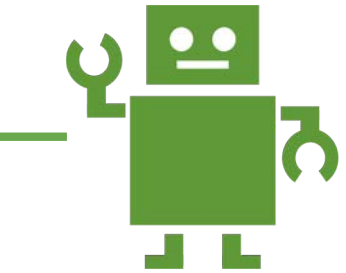
我々はオンライン商談の勝ちパターンの  
把握し、課題を解決することができます

なぜなら、トークを数値化できるので、  
具体的にどう違うのか見える化できます

ですので、教育を標準化しづらいという  
悩みが解決できるのです

主観理由

主たる話題



情報の種類と  
その構成を判別

## コグニティの独自技術は、トークの構成分析

オンライン商談はみなさん初めてで  
教えられる人がいないとのことですが、

我々はオンライン商談の勝ちパターンの  
把握し、課題を解決することができます

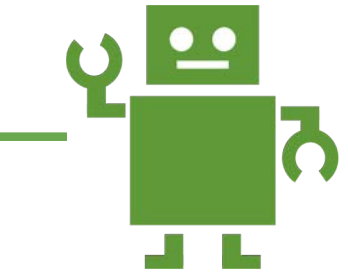
なぜなら、トークを数値化できるので、  
具体的にどう違うのか見える化できます

ですので、教育を標準化しづらいという  
悩みが解決できるのです

主観理由

主たる話題

客観根拠



情報の種類と  
その構成を判別



## コグニティの独自技術は、トークの構成分析

オンライン商談はみなさん初めてで  
教えられる人がいないとのことですが、

我々はオンライン商談の勝ちパターンの  
把握し、課題を解決することができます

なぜなら、トークを数値化できるので、  
具体的にどう違うのか見える化できます

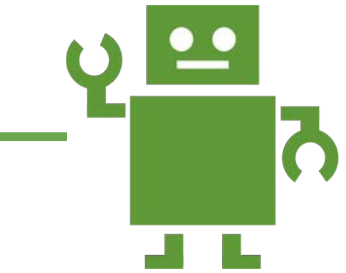
ですので、教育を標準化しづらいという  
悩みが解決できるのです

主観理由

主たる話題

客観根拠

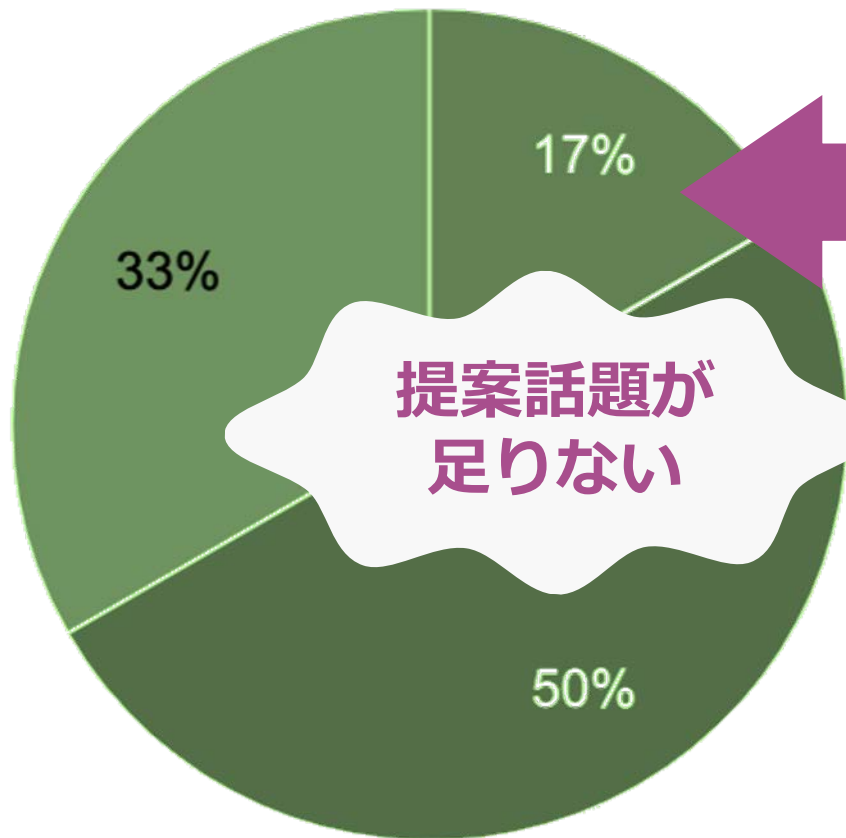
具体説明



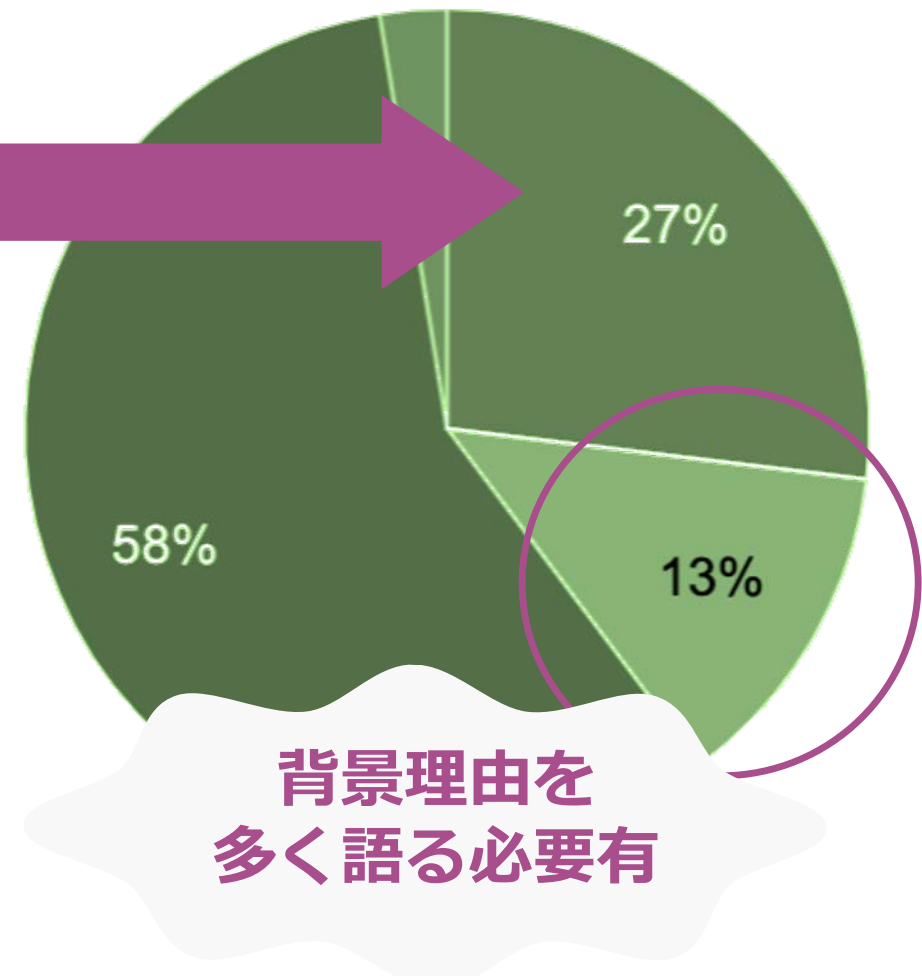
情報の種類と  
その構成を判別

## コグニティの独自技術は、トークの構成分析

自分のトークの構成



模範社員のトークの構成



コロナ対策で増加する  
**オンライン商談**は  
表情が見えない、反応がわかりにくい。



コロナ対策で増加する

# オンライン商談は

表情が見えない、反応がわかりにくい。

これまでの指導が  
通用しない!?

勝ちパターン  
わからない

実態が  
つかめない



# オンラインと対面の 商談の違いを分析。

テレ検

テレ検

tele-ken.com

調査レポート

成約商談のオンライン・対面による違い



2020年6月17日発行  
コグニティ株式会社



# コグニティが保有する 31回の初回商談を分析

## 成約・不成約の トーク特徴を検出！



- ✓ 会話の構成種類
- ✓ 売り手と買い手の情報量
- ✓ キーワード検出
- ✓ 質問の回数・種類 など

テレ検

tele-ken.com

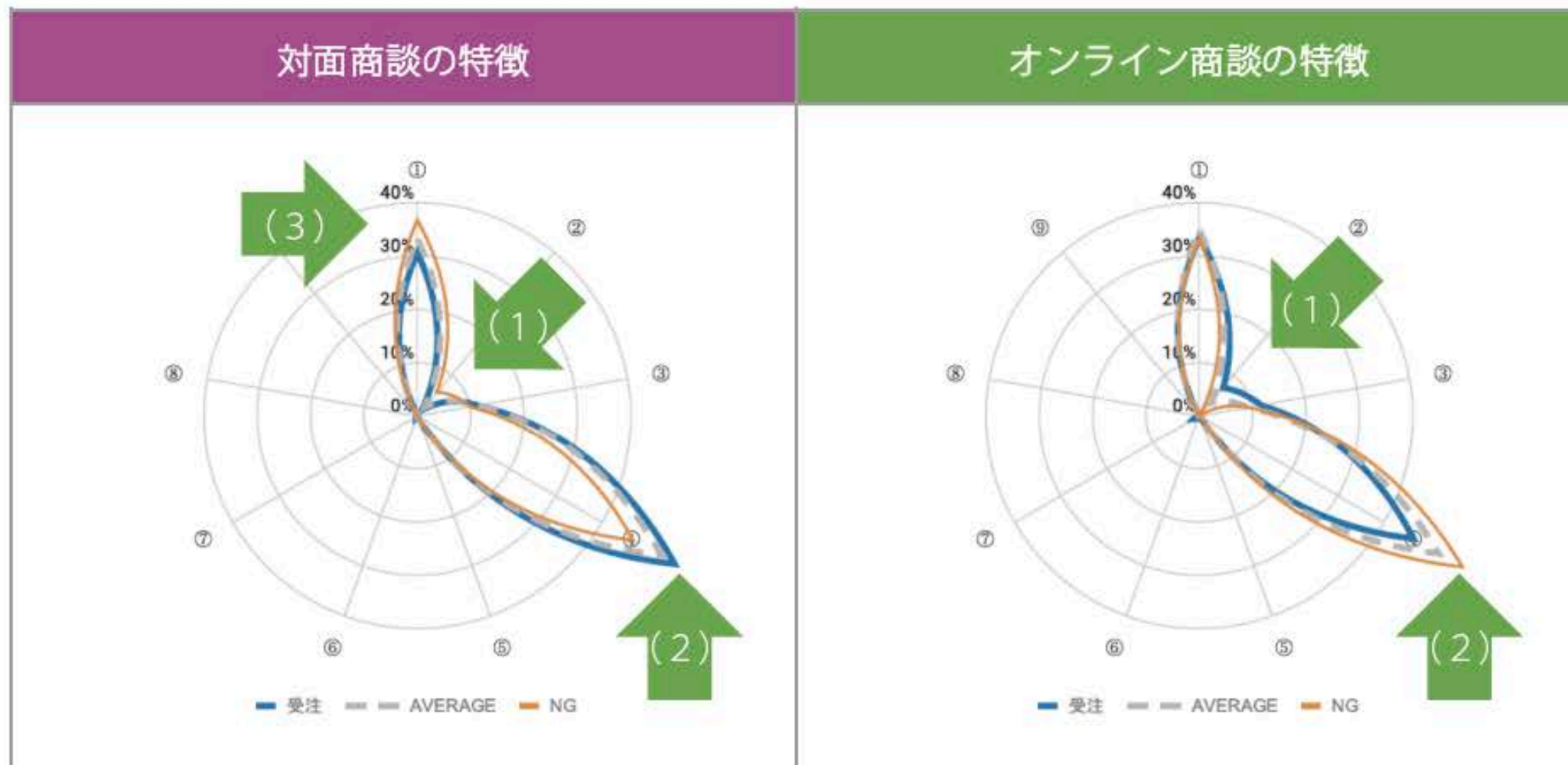
調査レポート

成約商談のオンライン・対面による違い



2020年6月17日発行  
コグニティ株式会社

# どのような情報をどのくらい話しているか



①話の起点となる意見・提案

②数値や日付などの客観的根拠説明

③背景理由・効能など主観的根拠説明

④具体的な説明

⑤話題の転換点

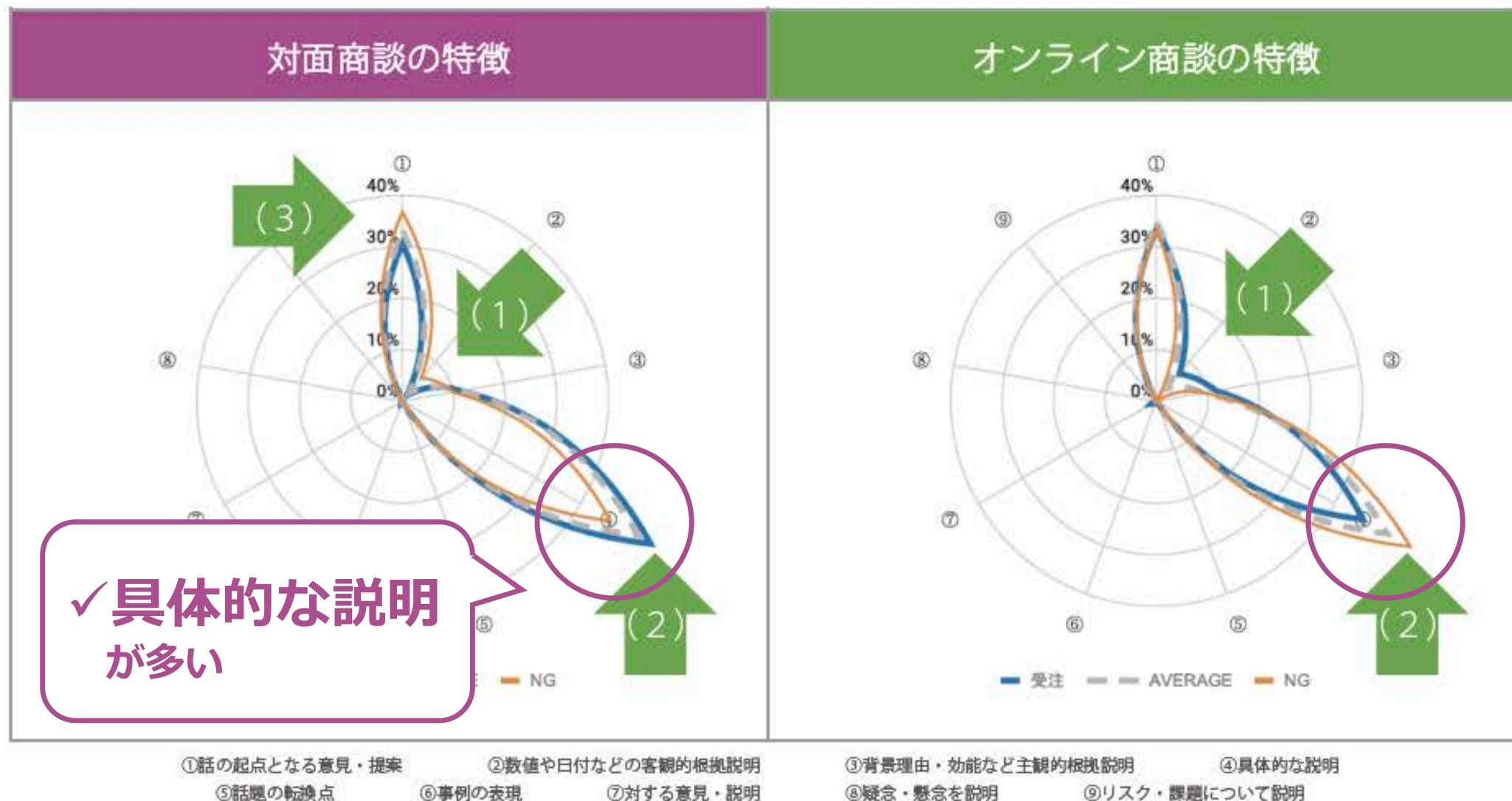
⑥事例の表現

⑦対する意見・説明

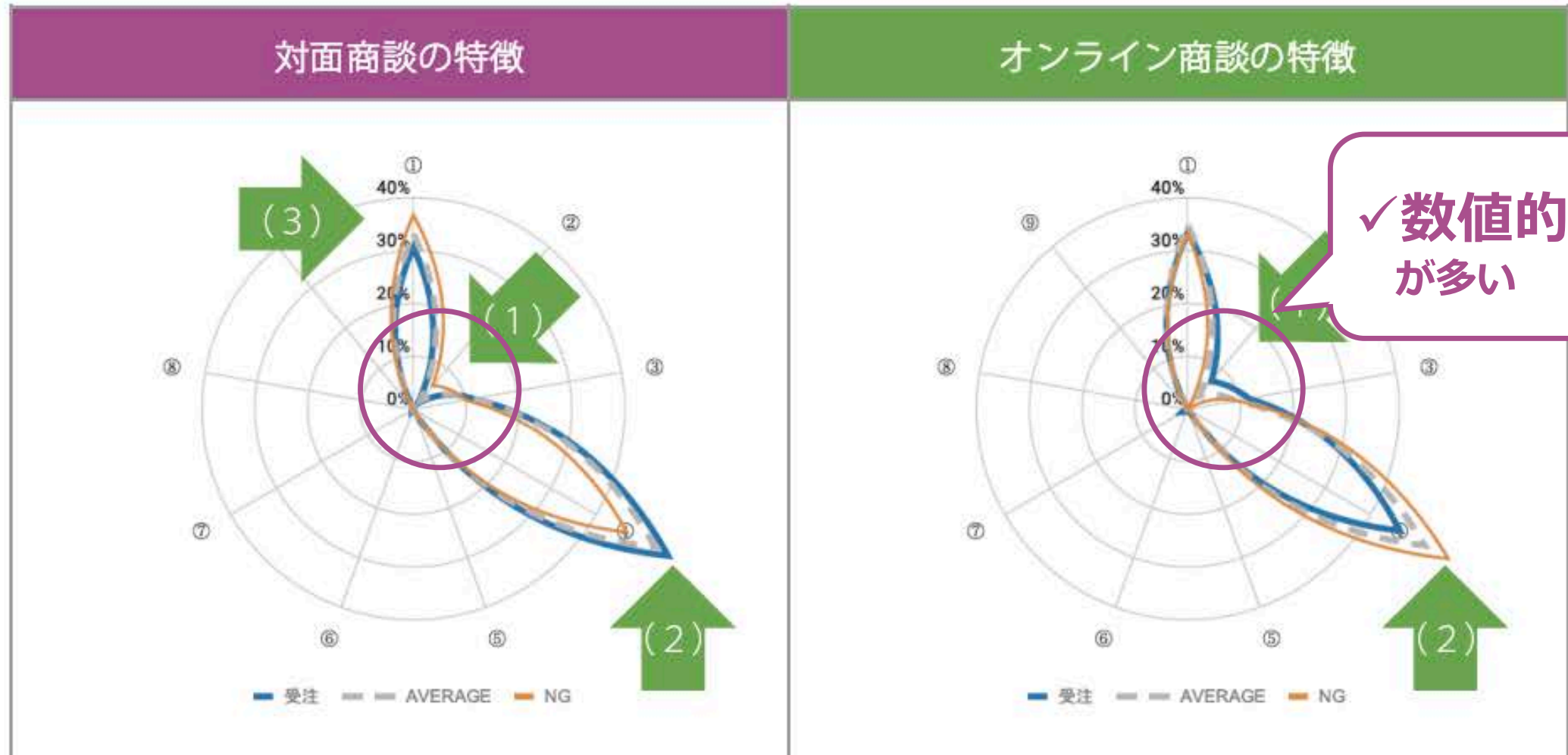
⑧疑念・懸念を説明

⑨リスク・課題について説明

# どのような情報をどのくらい話しているか



# どのような情報をどのくらい話しているか



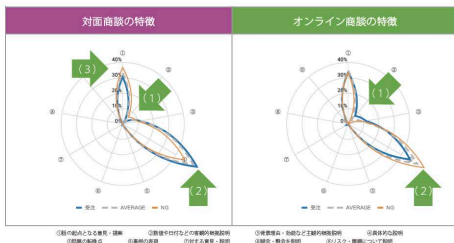


コグニティのUpSighterによる「情報構成」の比較解析を使って、一つの商談の中にどのような情報要素が含まれていたかの「割合」が分析されている。これによると、成立するオンライン商談の特徴が3点検出された。

(1) 一番大きく異なったのは「数値を用いた客観的な説明（下図②の項目）」量である。成約したオンライン商談では全体の7%ほど検出されていることに比べて、不成約であったオンライン商談では0%となっている。逆に対面商談では成約したものが1%に留まり、不成約のものでは6%検出されている。オンライン商談とは逆転した結果が見られた。

(2) 対面商談・オンライン商談ともに割合として一番多いのは「同じ話題について具体的に、掘り下げた説明（下図③の項目）」であるが、対面商談は成約したトークにより多く、オンライン商談では不成約であったトークほど多くなっている。オンライン商談では、一つの話題を何度も繰り返して説明する必要がないことがわかる。

(3) 通常④の項目の割合は、「起点話題・提案（下図①の項目）」の割合と反比例することが多いが、オンライン商談の場合のみ成約・不成約に影響なく一定の話題が成されていることがわかった。



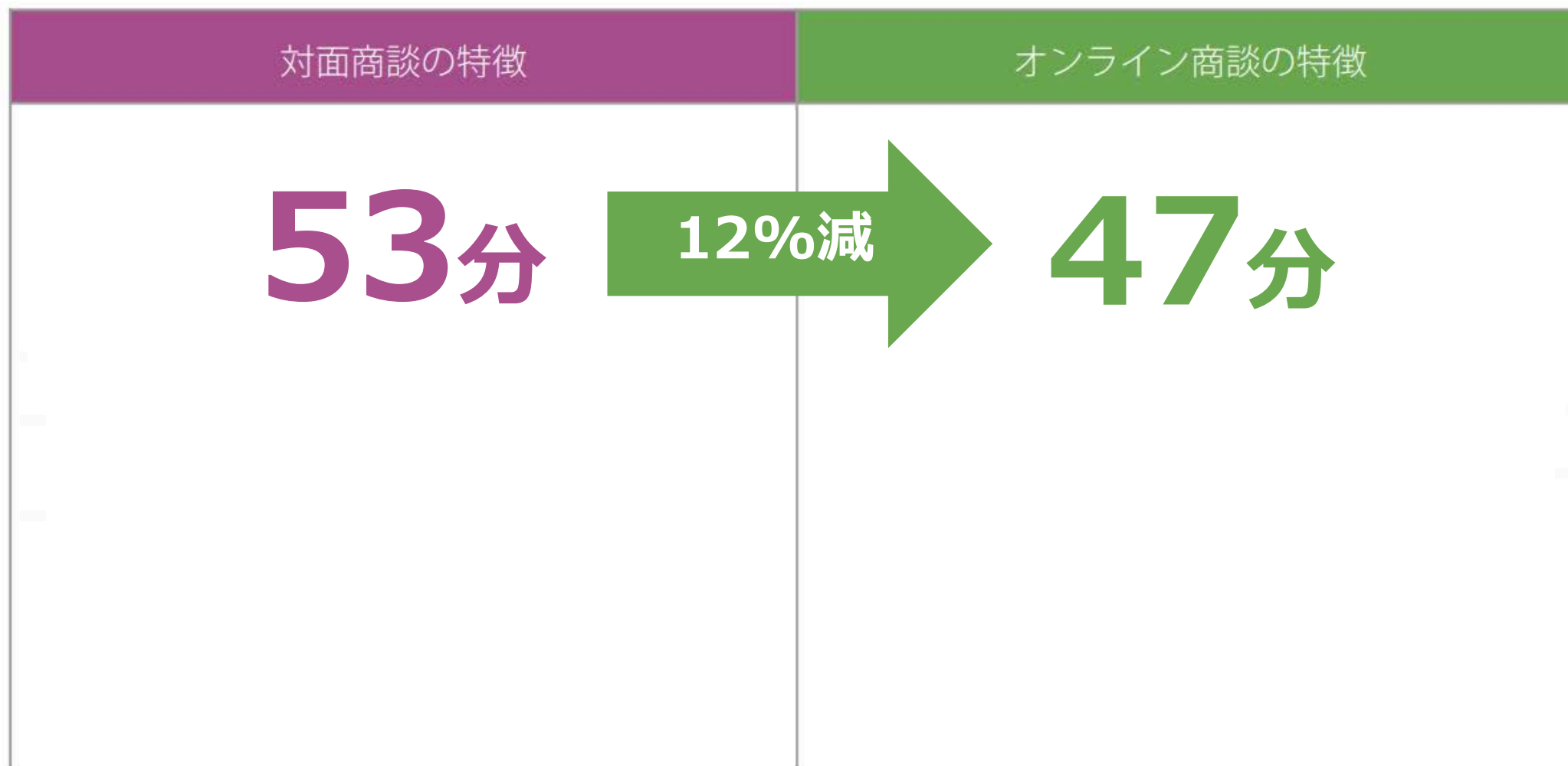
テレワーク商談AI検定「テレ検」では・・・

このページで示された「数値的根拠の多さ」や「掘り下げた説明の抑制」をコグニティが提供するサービス「テレ検」で調査可能です。「テレ検」の結果レポートでは、オンライン商談度合いとして表紙に示されているだけでなく、「PART1」のページで詳しく分析され、改善点を振り返ることが可能となります。

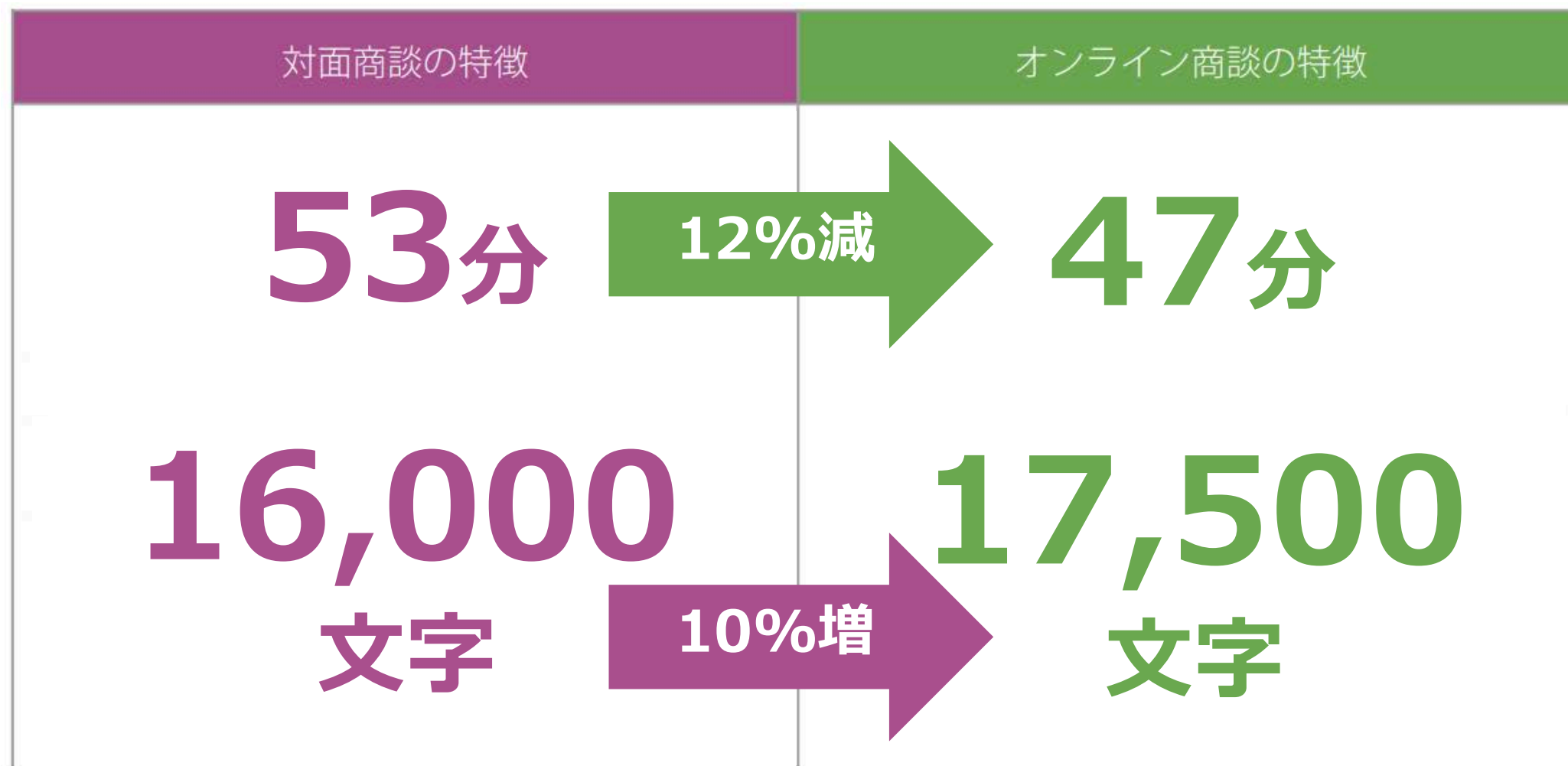


# 数値的根拠を伝え、 しっかり相手の 記憶に残すことが オンライン商談の決め手。

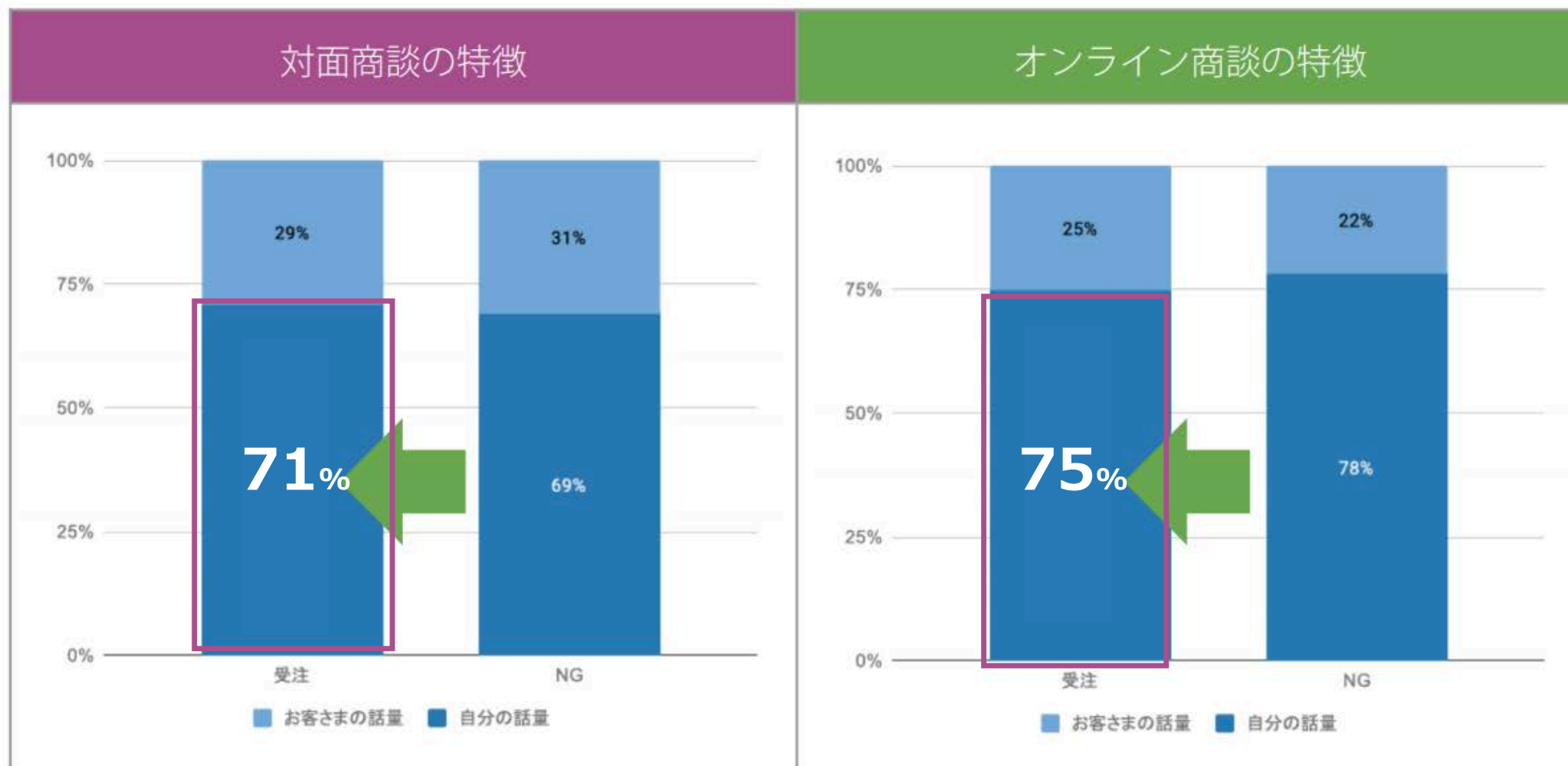
# 売り手と買い手は、それぞれどれぐらい話しているか



# 売り手と買い手は、それぞれどれぐらい話しているか



# 売り手と買い手は、それぞれどれぐらい話しているか



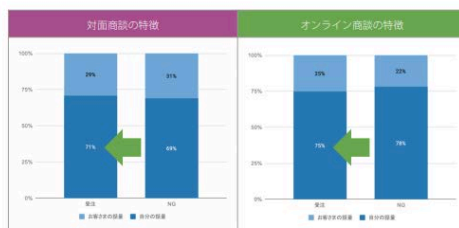
## 短い時間でも売り手側が多く話す

コグニティのUpSighterによる「話量の差」の比較解析を使って、一つの商談で話された情報量が話者別に分析された。

オンライン商談の平均商談時間は46.5分、対面商談の平均商談時間は52.7分と、オンライン商談は短時間となっている。しかし文字数換算したところ、**オンライン商談は平均17,500文字**、対面商談が平均16,000文字と時間数に比例しておらず、オンライン商談ではしゃべっている時間・量が非常に多い。

また、売り手側（下図：自分の話量）と買い手側（下図：お客様の話量）の差を見ると、対面商談では全体の3割近くを買い手側が話しているが、**成約したオンライン商談では全体の4分の1程度**に留まることが分かっている。

一般的には、「相手にしゃべらせるほうがいい」と教育されがちなトークの割合であるが、オンライン商談の場合は売り手主導で説明することが求められているようだ。



## テレワーク商談AI検定「テレ検」では・・・

このページで示された「話量」「売り手のしゃべる割合」についてコグニティが提供するサービス「テレ検」で調査可能です。「テレ検」の結果レポートでは、【PART2】のページで分析され、その商談が、オンライン商談としてちょうどよくなる「想定時間」も計算されて分析されます。



# 売り手主導で説明 情報量の多さが求められる。

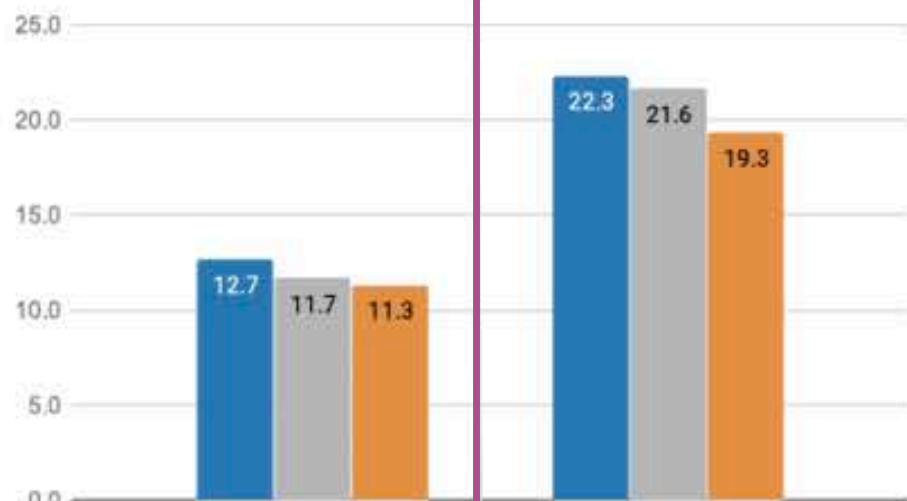


# 「もし」などのクロー징ワードを何回使っているか

対面商談の特徴

クロー징ワード

指示語

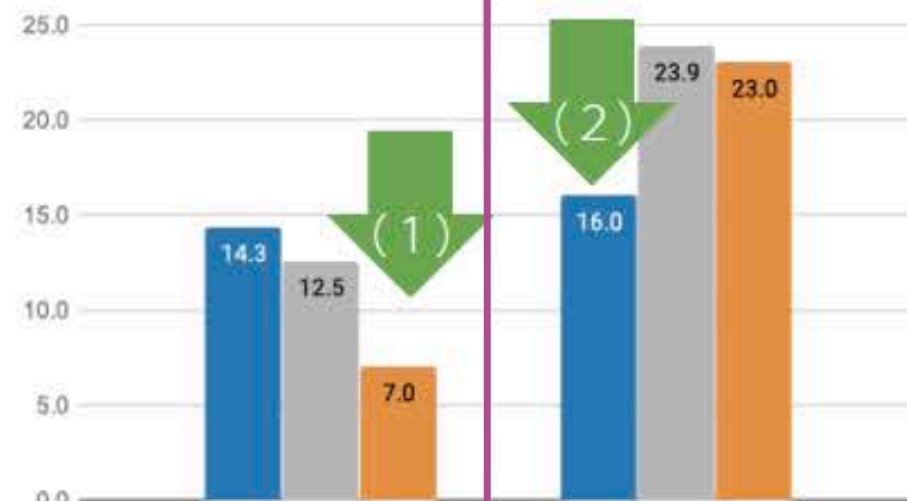


■ 受注 ■ AVERAGE ■ NG

オンライン商談の特徴

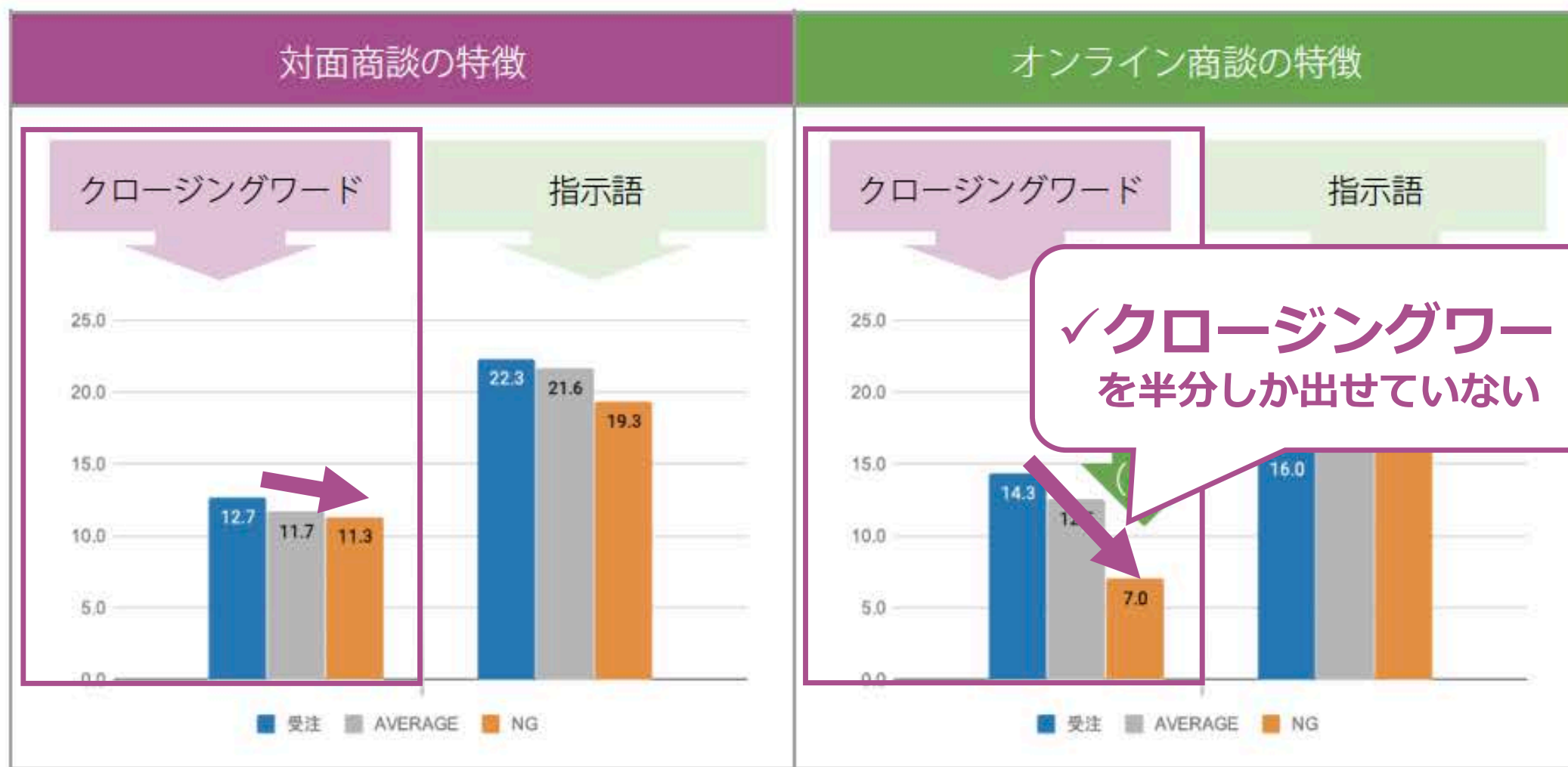
クロー징ワード

指示語



■ 受注 ■ AVERAGE ■ NG

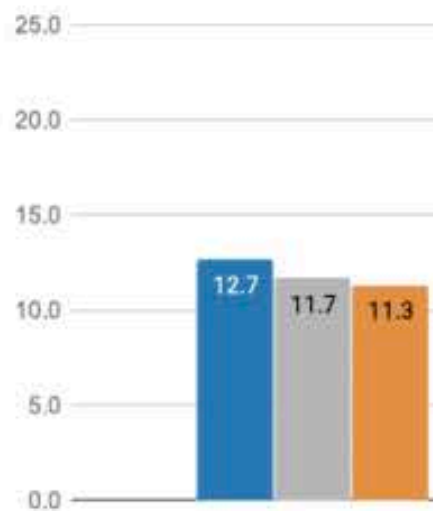
# 「もし」などのクロー징ワードを何回使っているか



# 「あれ」などの指示語を何回使っているか

対面商談の特徴

クロージングワード



指示語



オンライン商談の特徴

クロージングワード



指示語



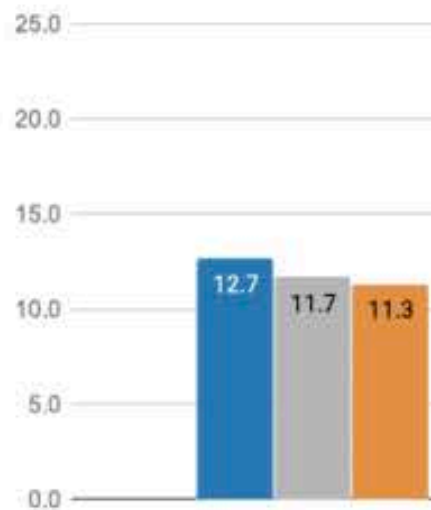
■ 受注 ■ AVERAGE ■ NG

■ 受注 ■ AVERAGE ■ NG

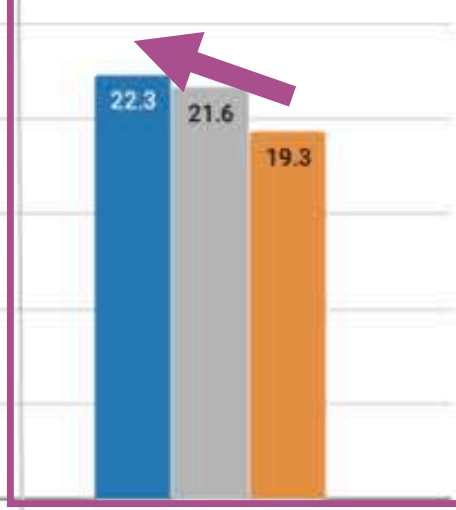
# 「あれ」などの指示語を何回使っているか

対面商談の特徴

クロージングワード

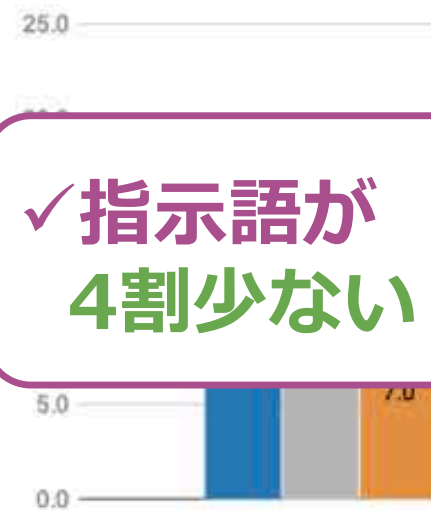


指示語

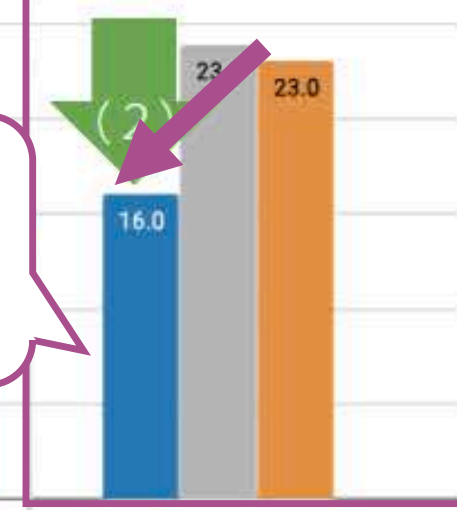


オンライン商談の特徴

クロージングワード



指示語



✓ 指示語が  
4割少ない

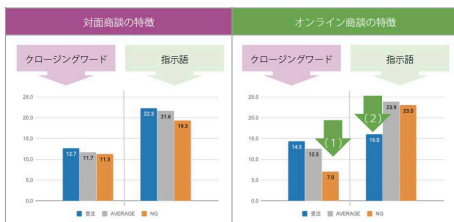
コグニティのUpSighterによる「特定語句の検出回数」の比較解析を使って、一つの商談で検出された特定の「語句」が使用された回数を分析した。今回は、商談で決断を促す語句である「いつ」「何」「もし」といった仮説・仮定を話すクロージングワードと、具体的な名称を出せなかったときに多用してしまう「あれ」「それ」「これ」といった指示語についてを対象としている。

対面商談については、成立した商談のほうがどちらの語句も若干多く話しているという特徴があった。しかし、オンライン商談については成約・不成約での差が激しい。

(1) オンライン商談でのクロージングワードは不成約であった商談における検出数が圧倒的に少なく、成約商談の143回と比較すると半数の7回となっている。

(2) オンライン商談での指示語は、対面商談や不成約のオンライン商談よりも少ない傾向がある。

オンライン商談は「対面でないこと」で率直な話を切り出しにくく、説明しただけになりがちであると予想できる。しっかりとクロージングワードを用い、また指示語を多用しないよう具体的に話すことが、成約に繋がってくると言える。



#### テレワーク商談AI検定「テレ検」では・・・

このページで示された「クロージングワード」「指示語」についてコグニティが提供するサービス「テレ検」で調査可能です。  
「テレ検」の結果レポートでは、『PART2』のページで分析され、具体的にどの箇所で検出されたか、前後のトークとともに表示されます。クロージングワードは商談前半・後半のどちらで出たかも分析されます。

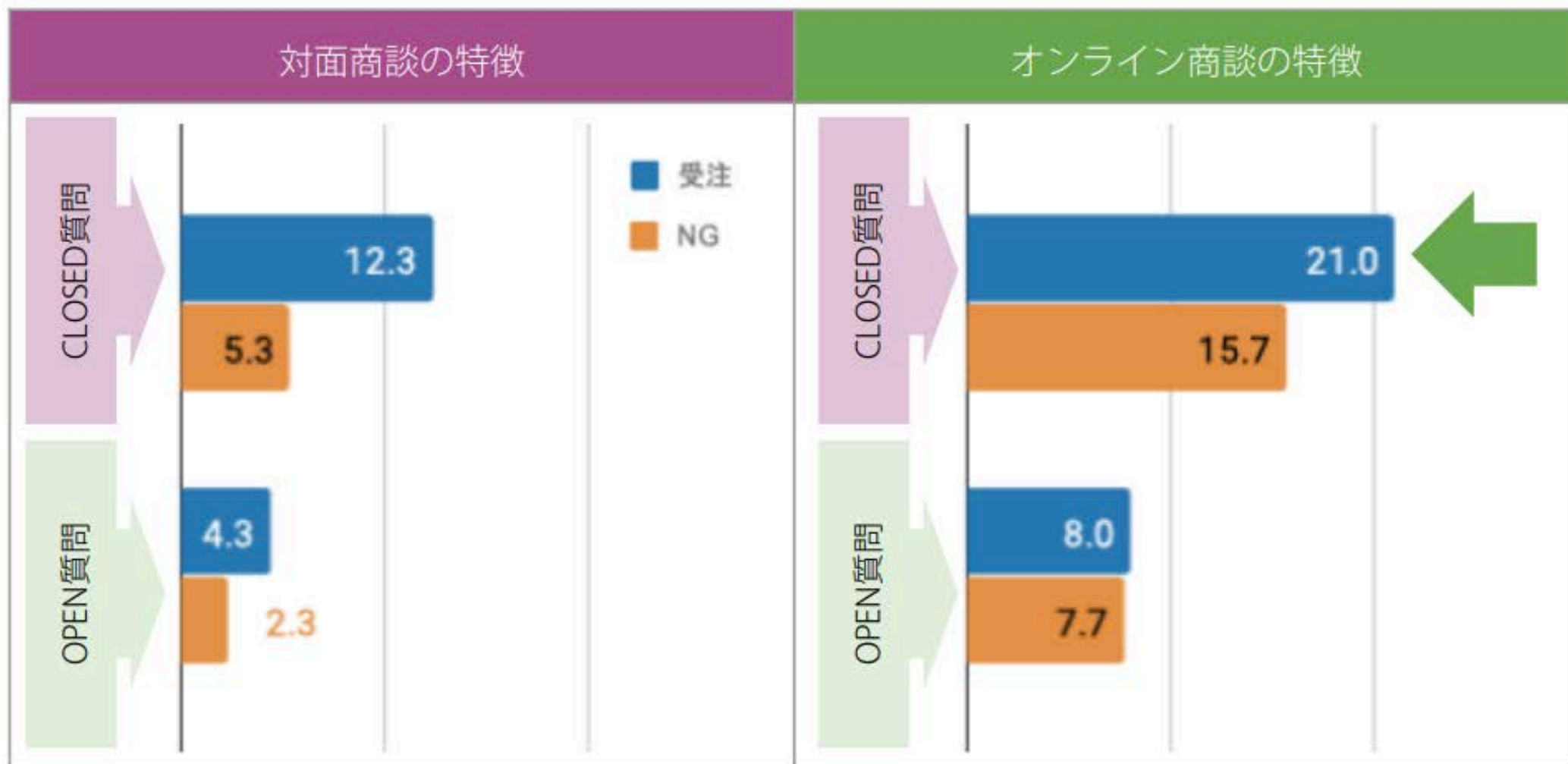


# 率直に伝えて ゴールを認識してもらおう。

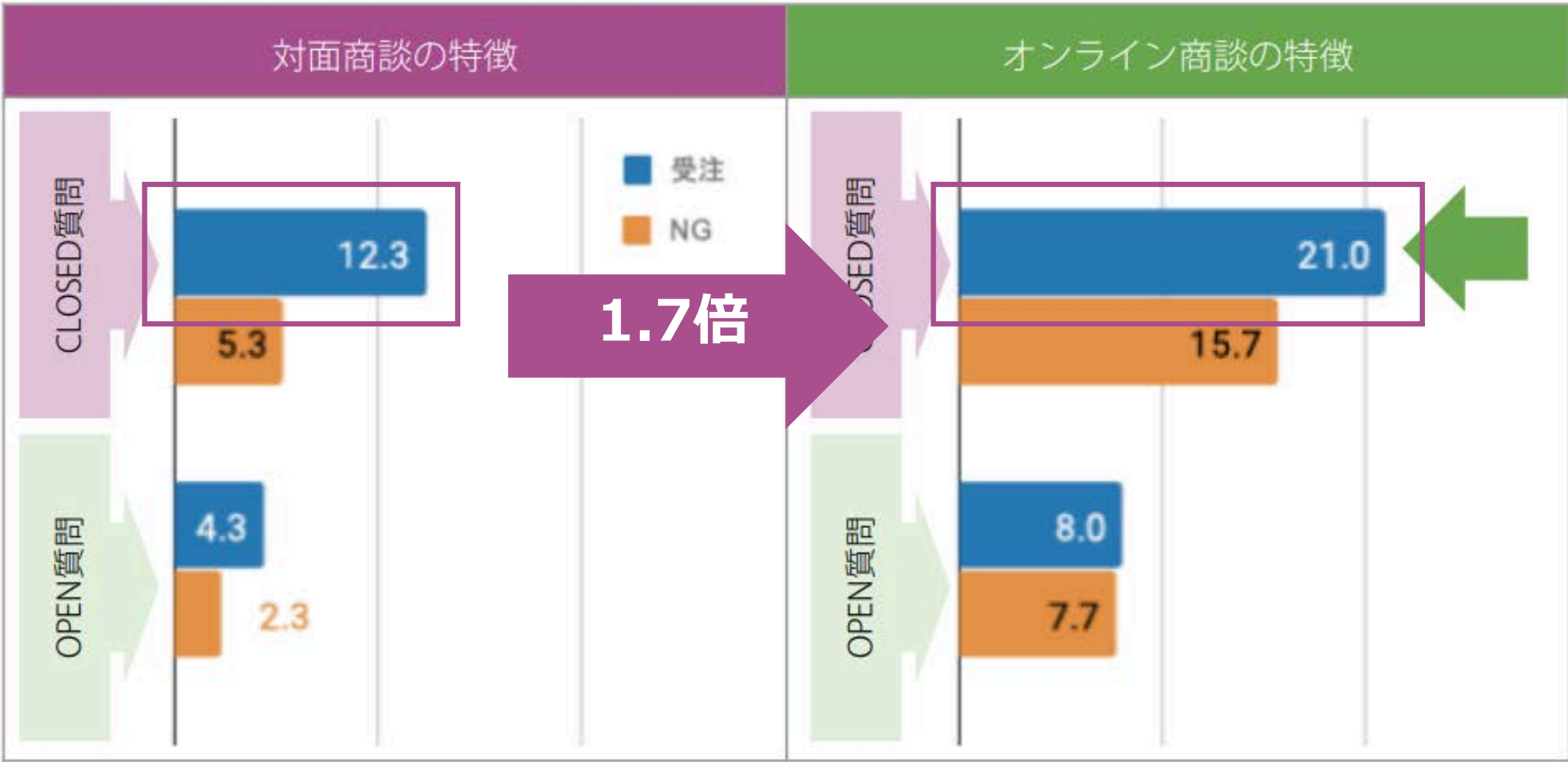
# オンライン商談 成約のキーポイント。



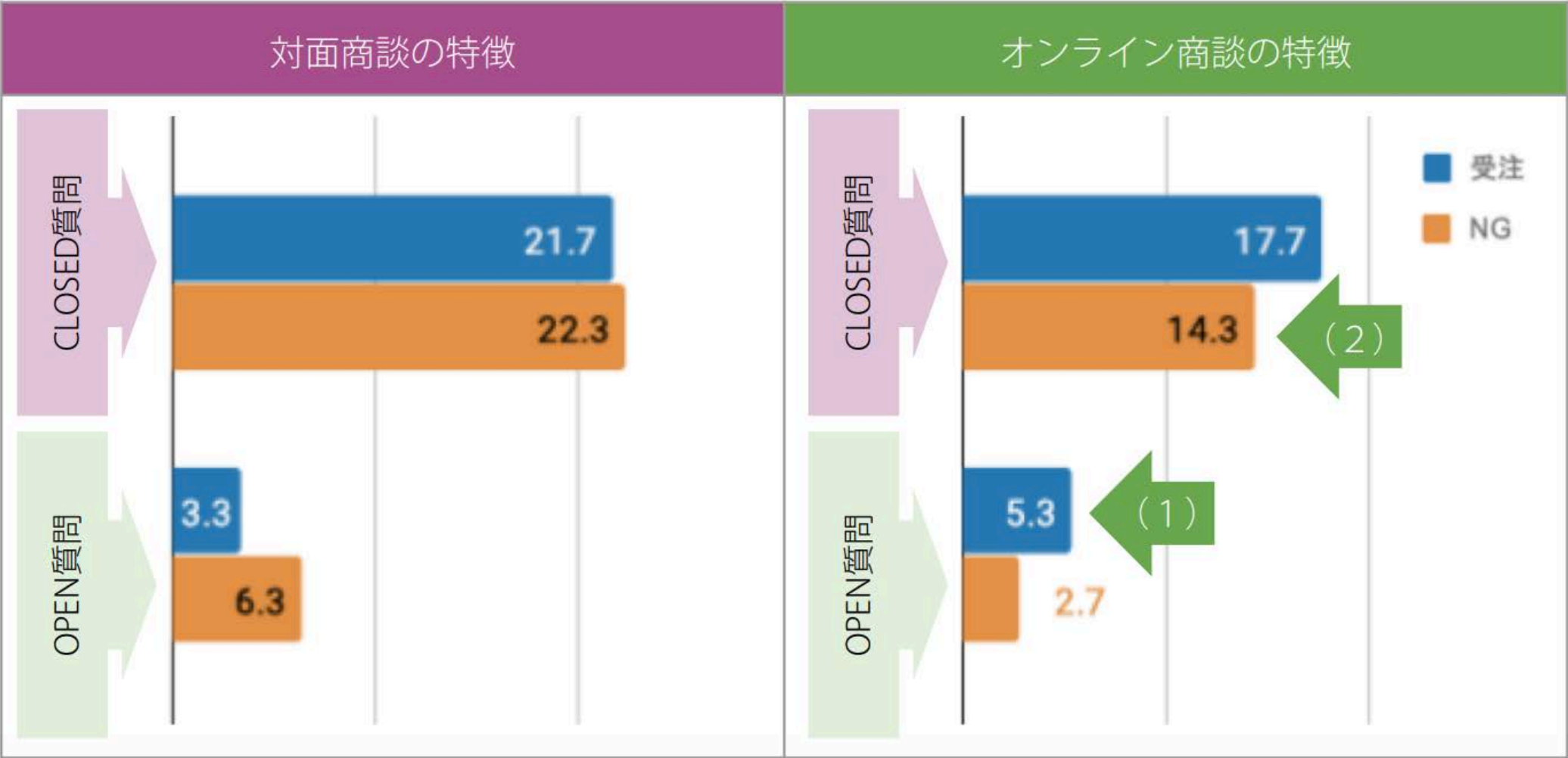
# 売り手はどのような質問を何回しているか



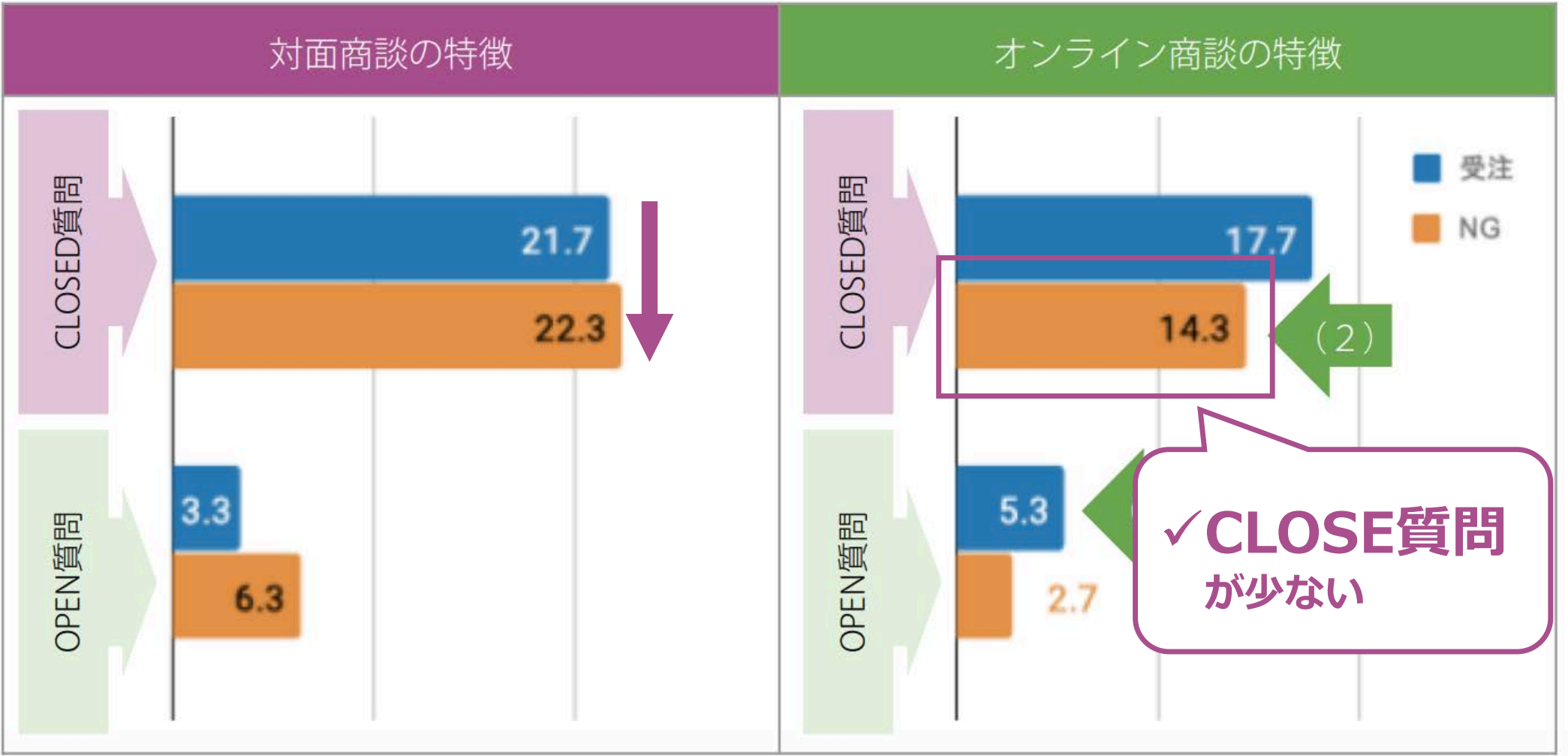
# 売り手はどのような質問を何回しているか



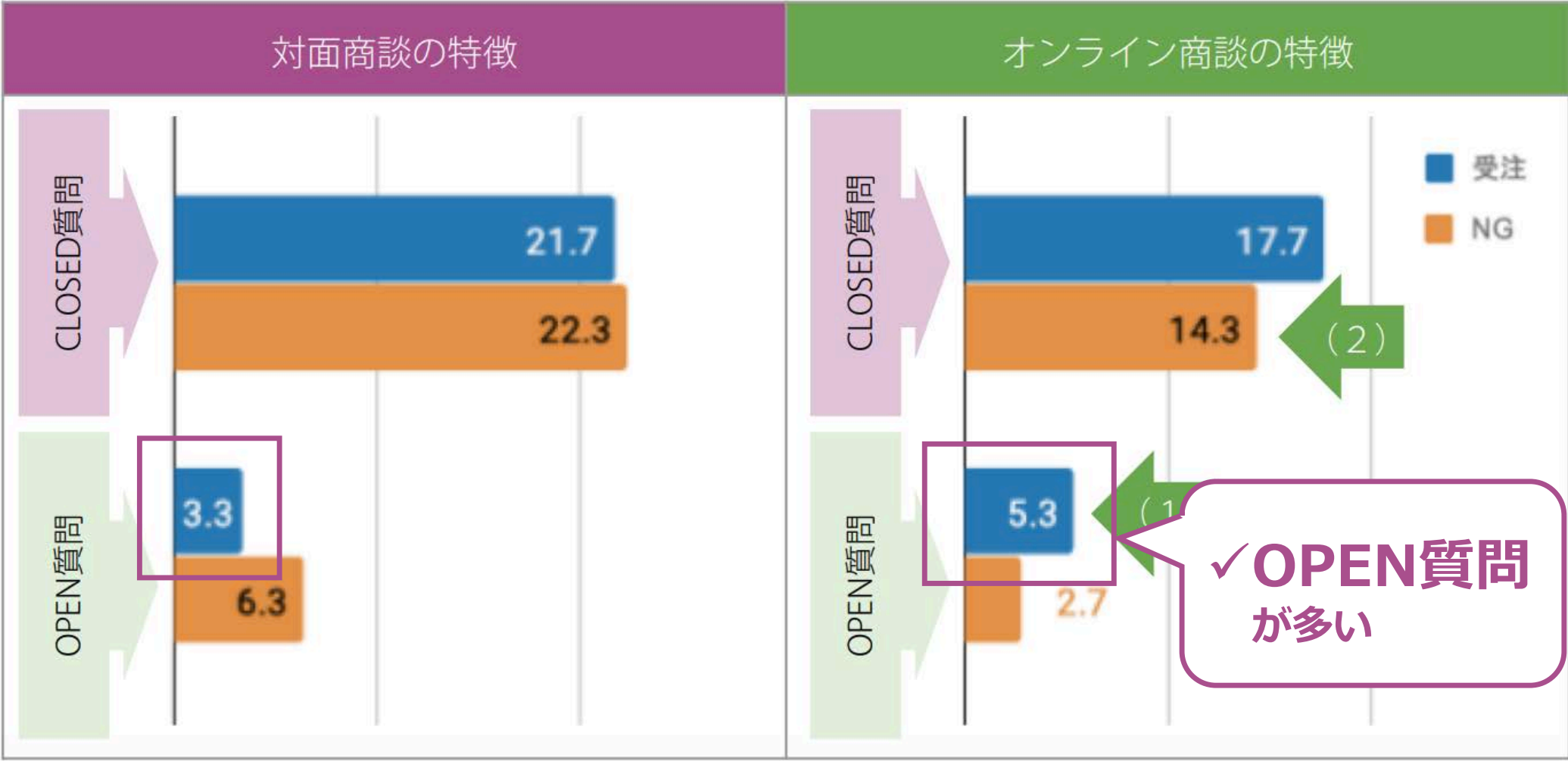
# 買い手はどのような質問を何回しているか



# 買い手はどのような質問を何回しているか



# 買い手はどのような質問を何回しているか



## 売り手側の質問回数が約2倍に増加

コグニティブのUpSighterによる「質問種類別」の検出回数」の比較解析を使って、一つの商談の中で検出された「質問」をその種類に分けて検出している。ここでは売り手側から寄せた質問について、SWTHなどを問う「OPEN質問」と、YES/NOの回答を問う「CLOSED質問」に分けて分析している。

成約する商談は、対面でもオンラインでも売手からの質問回数が増える傾向にあるが、対面16.6回に対してオンライン29回と、オンライン商談は1.75倍に増加している。

不成約商談でも質問回数は増えているが、内訳を見るとCLOSED質問は成約商談でさらに多くなる傾向にあり、1商談中に20回以上の質問で相手の状況を確認している。

オンライン商談では、対面商談に比べて多くの質問項目を準備して読み、相手の状況やニーズを引き出すトークにすることが重要なようである。



## テレワーク商談AI検定「テレ検」では・・・

このページで示された「売り手からの質問の種類別回数」についてコグニティブが提供するサービス「テレ検」で調査可能です。  
「テレ検」の結果レポートでは、【PART】のページで分析され、具体的にどのような質問がされたか、OPEN/CLOSED別に表示されます。また、商談の前半・後半のどちらで出されたかも分析されます。



# 売り手は対面よりも多くの質問を準備

# 買い手の質問にも多く答えて不明点を残さない。

# 勝てるオンライン商談 特有の傾向

- ① 数値などを使った客観根拠が多い
- ② 同じ話を深掘りしすぎない
- ③ 売り手からの情報量が多い
- ④ 指示語による曖昧な言い回しは控える
- ⑤ クロージングワードを多用する
- ⑥ 売り手のCLOSED質問が多い

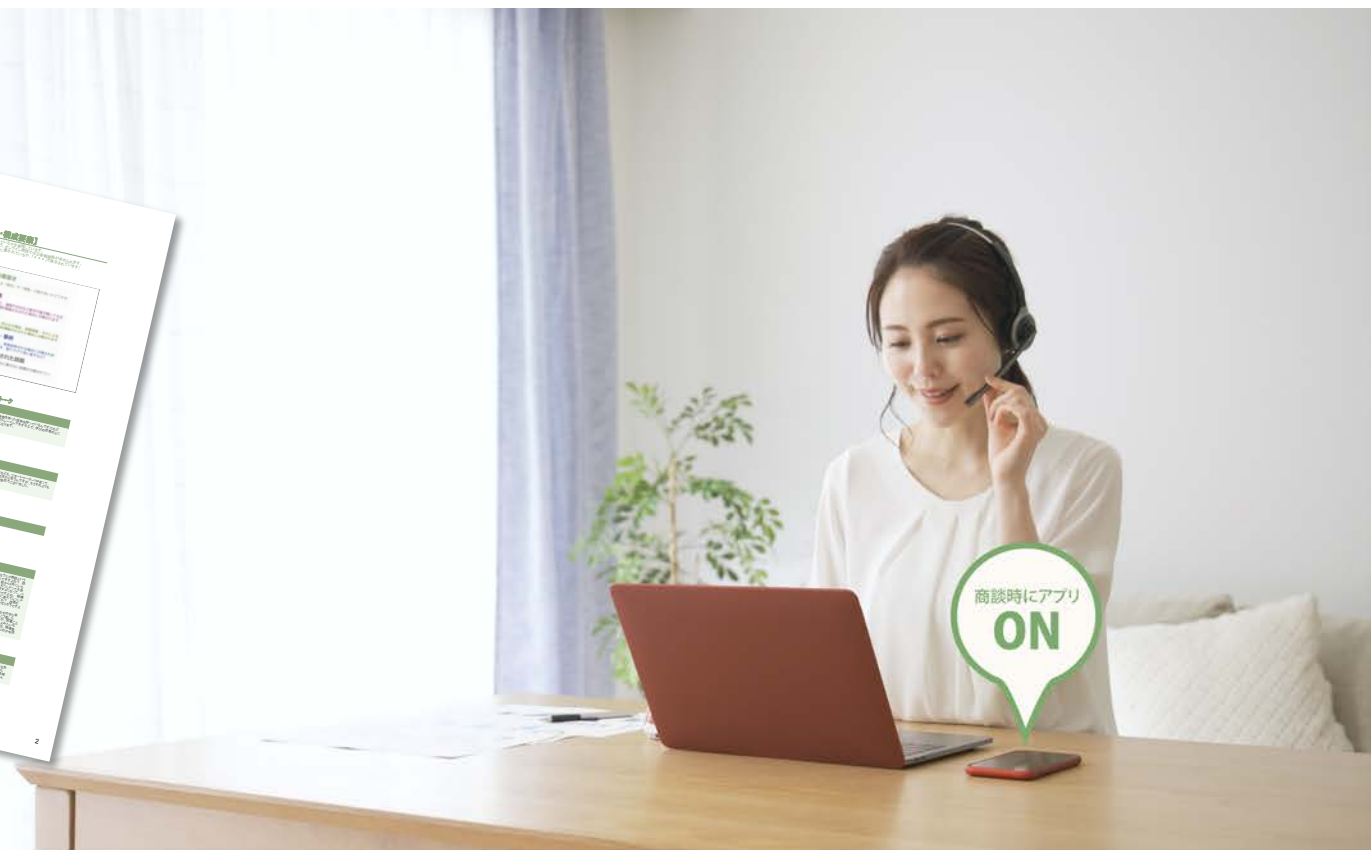
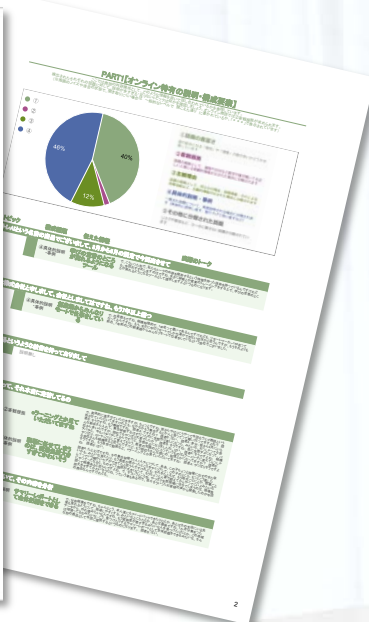
など



# テレ検

オンライン商談の実態をつかむ  
勝ちパターンがわかる

## テレワーク商談AI検定



tele-ken.com

アプリをダウンロードし  
メールアドレスを入力



テレ検

アプリをダウンロードし  
メールアドレスを入力



テレ検

アプリを横に置いて商談開始  
(既にある動画をアップすることも可能です)



アプリをダウンロードし  
メールアドレスを入力



テレ検

アプリを横に置いて商談開始  
(既にある動画をアップすることも可能です)



2～5営業日で  
レポートがアプリに配信



動画のアップロードも可能

WEB会議  
システムで  
**録画**

テレ検

動画のアップロードも可能

メールアドレスを入力  
ワンタイムパスワードを入力

WEB会議  
システムで  
録画

テレ検

## テレ検

登録するメールアドレスを入力してください

test@example.co.jp

このアドレスがレポートの認証IDとなりますのでお間違えないようご注意ください

ご登録いただいたメールアドレスにワンタイムパスワードを送信します。

登録

## 動画のアップロードも可能

メールアドレスを入力  
ワンタイムパスワードを入力



動画ファイルを  
アップロード

WEB会議  
システムで  
録画

テレ検

### テレ検

登録するメールアドレスを入力してください

test@example.co.jp

このアドレスがレポートの認証IDとなりますのでお間違えないようご注意ください

ご登録いただいたメールアドレスにワンタイムパスワードを送信します。

登録

### テレ検

kawanorie@c

アップロード

10

▼

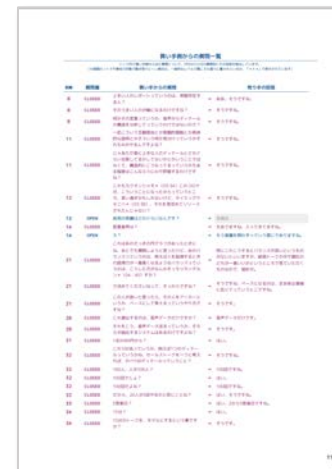
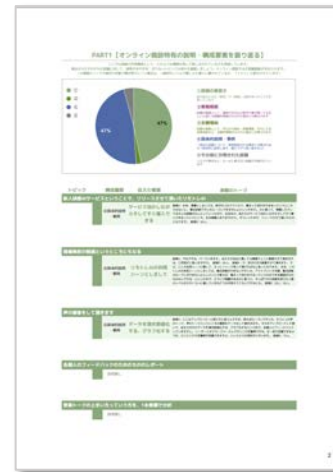
email	↑↓	ファイル	↑↓	アップロード日時	↑↓	レポート	↑↓
テーブルにデータがありません							

前

次



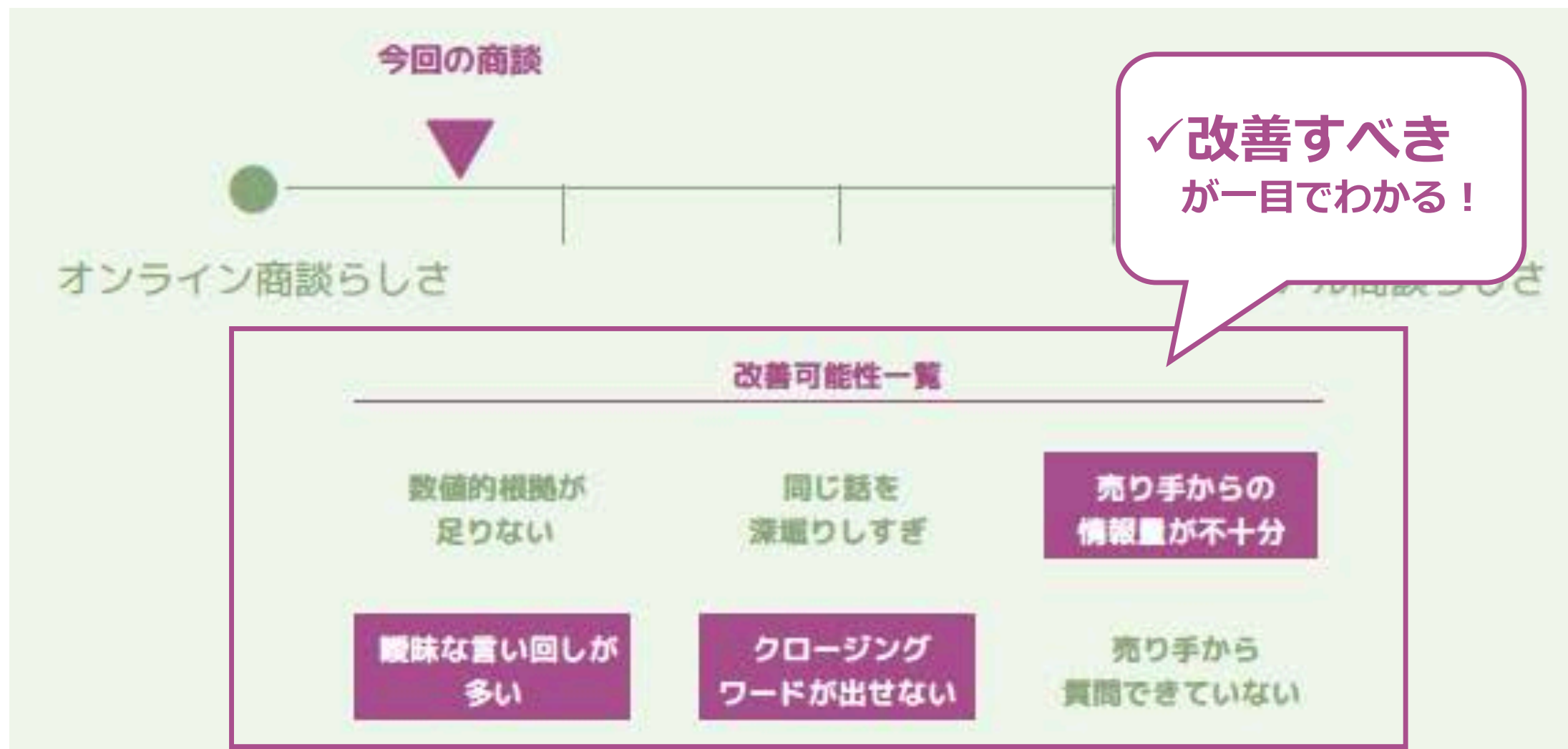
# あなたの商談を 数字で見える化。



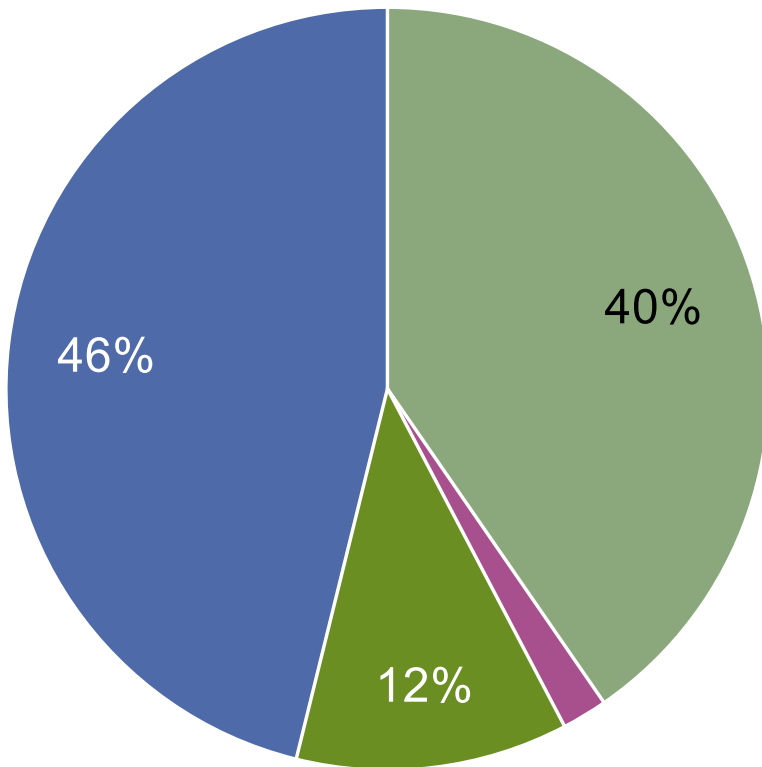
## テレ検で解析できる内容

- 表紙
  - ・オンライン商談適性度
  - ・改善可能性一覧
  - ・印象サマリー（簡易商談サマリー）
- PART1【説明要素】
  - ・トーク内の構成
  - ・バランスチャート
  - ・説明構成の確認
- PART2【主導権・情報量】
  - ・トーク量・バランスチャート
  - ・指示語
  - ・利用量チャート・リスト
  - ・クロージング語
  - ・利用量チャート・リスト
- PART3【確認量】
  - ・質問回数チャート
  - ・売り手からの質問一覧
  - ・買い手からの質問とその返答一覧
- PART4【振り返り】
  - ・商談録・改善点のアラート

# オンライン商談の勝ちパターンに近づくために改善すべき点



- ①数値などを使った客観根拠が不足していないか？
- ②同じ話を深掘りしすぎていないか？



テレ検

話題の豊富さ

客観根拠

主観理由

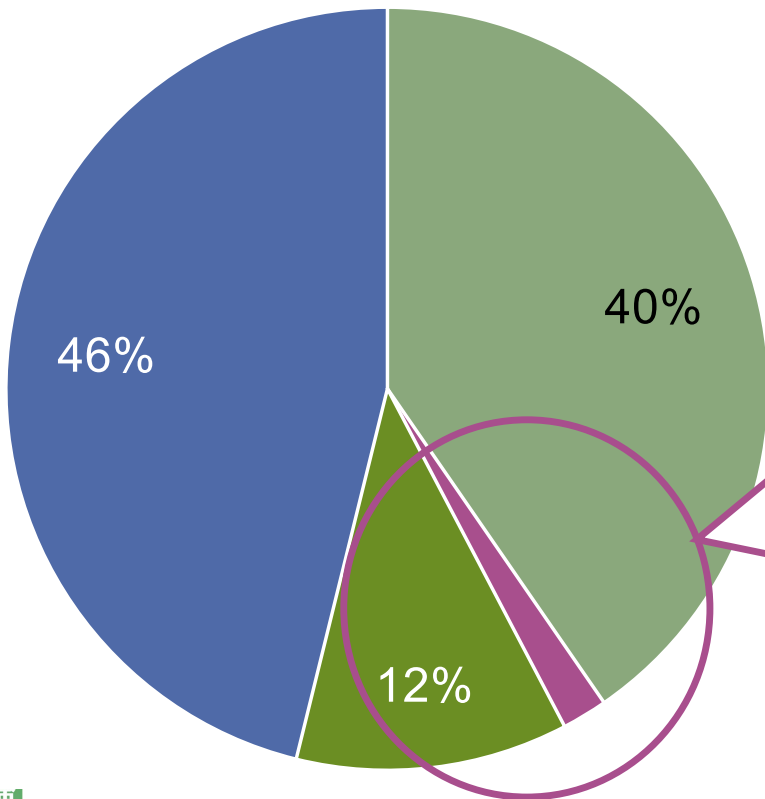
具体的説明・事例

✓数値的根拠  
が不足していないか？

✓同じ話の深掘り  
が多すぎないか？

- ①数値などを使った客観根拠が不足していないか？
- ②同じ話を深掘りしすぎていないか？

成約に至らなかった商談

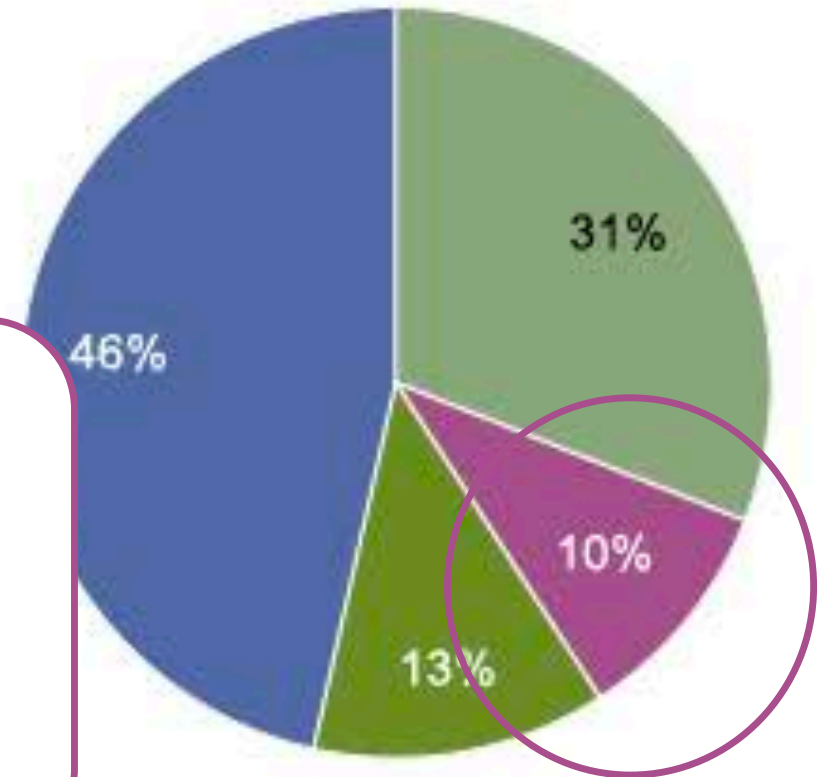


話題の豊富さ

客観根拠

✓客観根拠を  
8%増やすと  
成約した商談に近づく

成約した商談



テレ検

## ✓ 話法も学べる

2

### ③売り手からの情報は不足していないか？

■ 売り手の発言量 ■ 買い手の発言量



↑相手の発言量が多いようです。

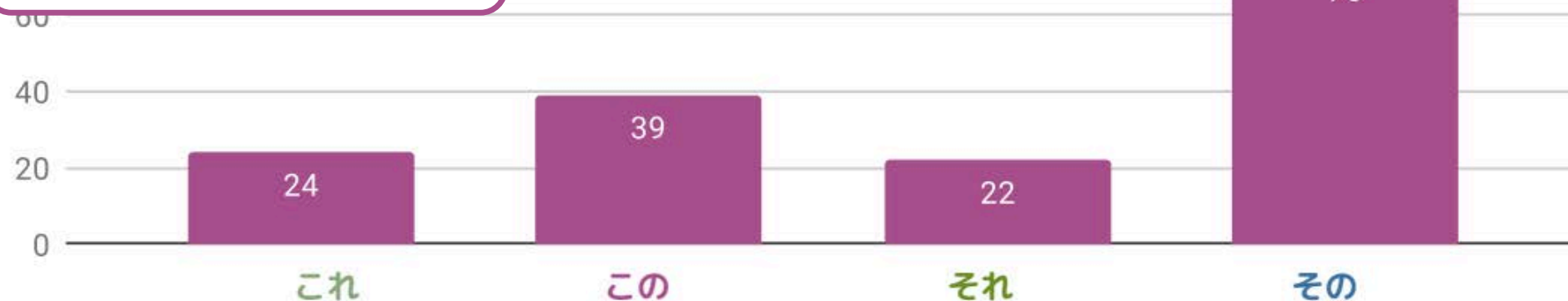
買い手の発言量は25%程度であることが好ましいとされています。

← この商談は、文字換算で19277字となり、約49分程度でされるとちょうど良い情報量となる商談です →  
これより長い時間で商談をしている場合は、オンライン商談としては情報量が不足しているかもしれません



## ④指示語による曖昧な言い回しが多くないか？

### ✓指示語の回数

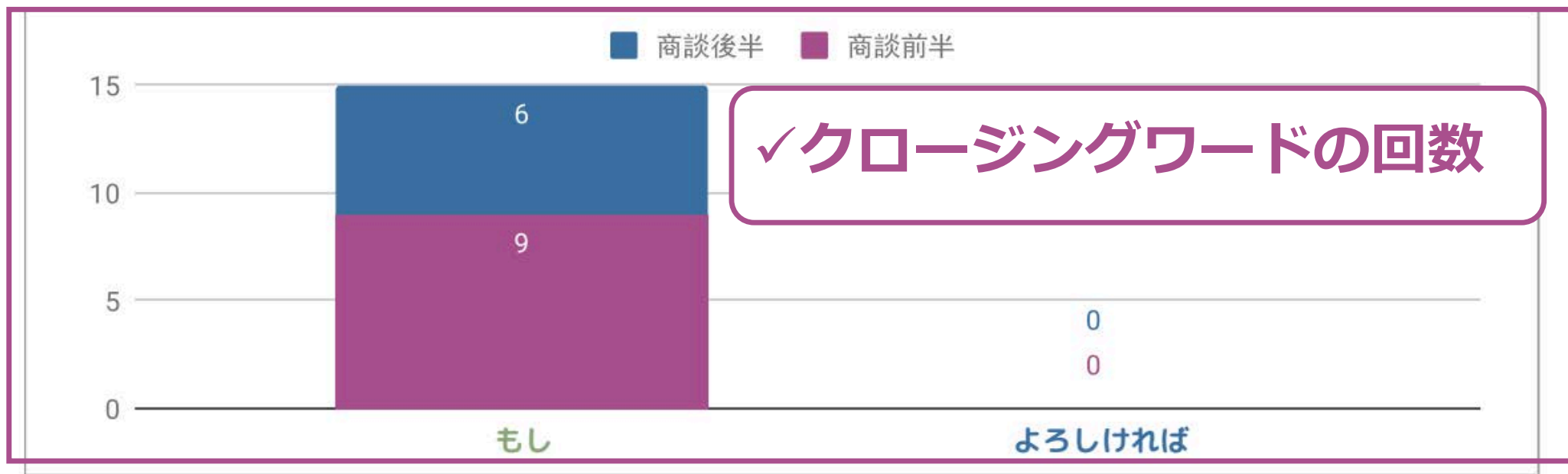


～ですけれども。その後ですね、後に、設計の打ち合わせというのをするんですけれども。ま、  
これ はまた設計士が入って、こうま、長く打ち合わせを入れていくんですけれども。結局そこに、あの～

### ✓指示語が出てきた箇所



## ⑤クロージングワードを出せているか？



～いった、今ま、ベンチ上のまだ責任者やってて、何かトラブルっていうのは、何か具体的、ちょっと  
もし 教えていただけたら。 話者B：結局、えーと、うちの仕事が、えー、ま、注文住宅を扱ってるん～

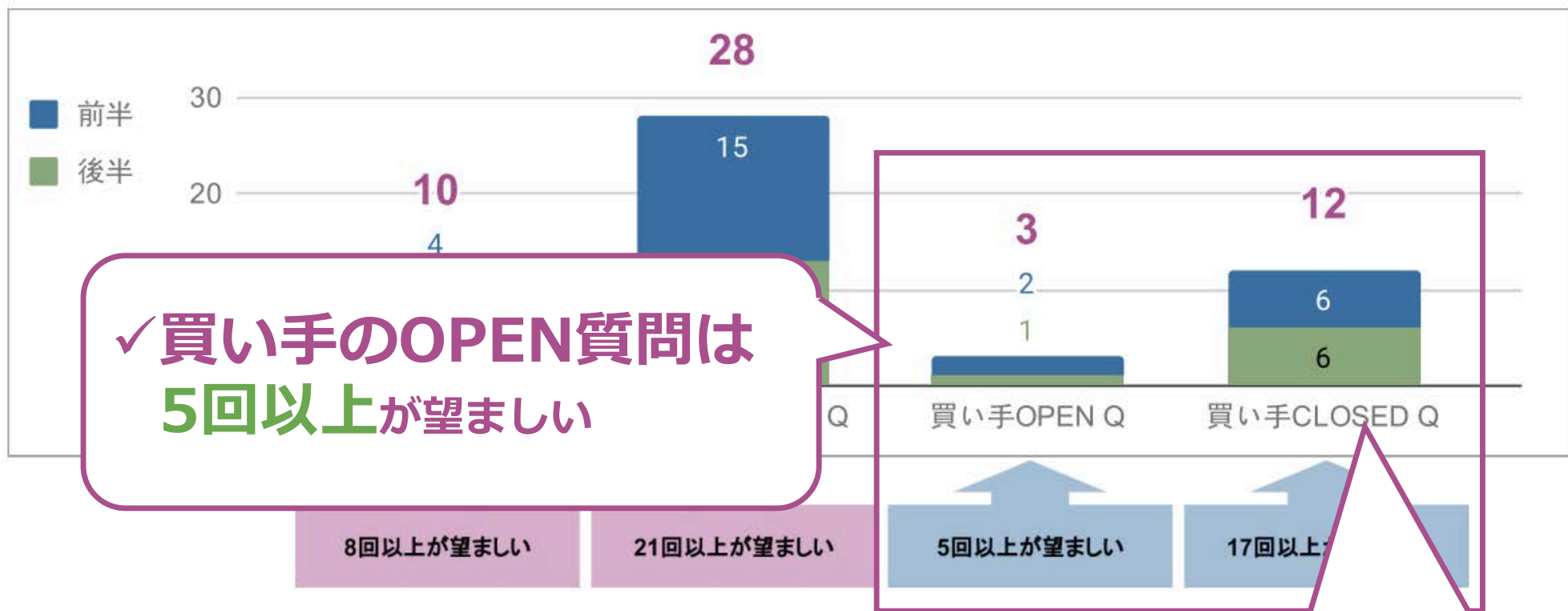
✓クロージングワードが出てきた箇所

## ⑥売り手から質問できているか？



話順	質問種	売り手からの質問
5	CLOSED	<p>ようはその、家を建てる側の方、お客様と、まあ建築士さん側って言うんですかね？</p> <p>こう議事録自体を解析をする、あの一この人はこうちゃんといつもあの特にトラブル、トラブル起きずにあの網羅的にた...</p>

## ご参考：買い手から質問できているか？



話順	質問種	売
5	CLOSED	<p>ようはその、家を建てる側の方、お客</p> <p>こう議事録自体を解析をする、あのー</p> <p>二つは超重要で、この二つは</p>

✓買い手のCLOSED質問は  
17回以上が望ましい

# ご参考：買い手の印象に残った話題ランキング

## 商談の重要キーワード・サマリー

独自技術により、商談中の情報構成から逆算して、重要と思われる（聞き手の印象に残る）トピックが表示されています。  
上から重要性の高い話題となります。サマリーとして活用ください。

1 会話の構成を分析するようなサービス

2 比べて、網羅的に見ることができます

3 効果検証いただくのが良い

4 また、別で、はい、話させて頂ければ

5 認識の相違が、どうしても生まれやすくなるので

6 音声データ貯めていく、いきながらちょっと進めて

7 ヒアリングをしながらこう、引き出していく部分

8 定量的に振り返ることができます

9 売れている営業マンにこう、ついて回れないんで

10 すごいなんか良さそうな感じ

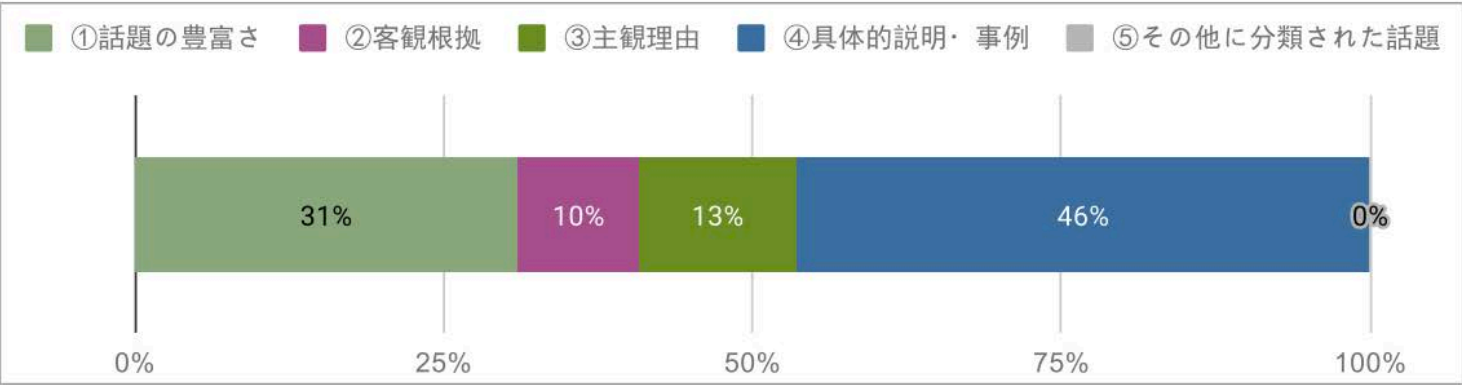
# ご参考：トーク全文文字起こし（話者分離）

## PART4【トークの振り返り】

商談で話された順に書き起こされています。

チェックポイントでは「更に数値的根拠を伝えるべき話題」「深掘りして説明しすぎた部分」「指示語」にアラートが出ています。

(※周囲のノイズや滑舌の状態で、聞き取りにくい場合は 一般的なレベルで 聞こえた通り に書かれているか、「\*\*\*」で表示されています)



話順	サマリー	実際に話された内容	分類タイプ	チェックポイント
	一応責任者と	話者B：私の方からあの一。話者A：あ、どうぞどうぞ。話者B：確認なんですけど、あの一、まあノグチさんから連絡いただく中で、まあサス*(00:06)としての検討と、まああの一、それ以外も、ちょっといろいろ使えるかなというところ、で、まああの一、今日タジマさんに、ちょっと声をかけさせてもらったと。まあ、えー、タジマさんは、まああの、建築士として、まあ、まあ事務所、まあその、なんていうの？建築家の、まあ一応責任者という形で、ま、やっておられて		

テレ検

オンライン商談の実態をつかむ  
勝ちパターンがわかる

テレワーク商談AI検定

指導のポイントが  
わかる

実態が  
つかめる

勝ちパターンを  
確信できる





# 300円/分で利用可能。

≒文字起こし料金同等

## 毎月の利用分数に応じて 月末締めにて ご請求。

テレ検

商談時にアプリ

ON



# 各社様における 勝ちパターン分析も！

## ※7月下旬受付開始予定

テレ検

商談時にアプリ

**ON**

# 代理販売のパートナー企業様も 募集しております

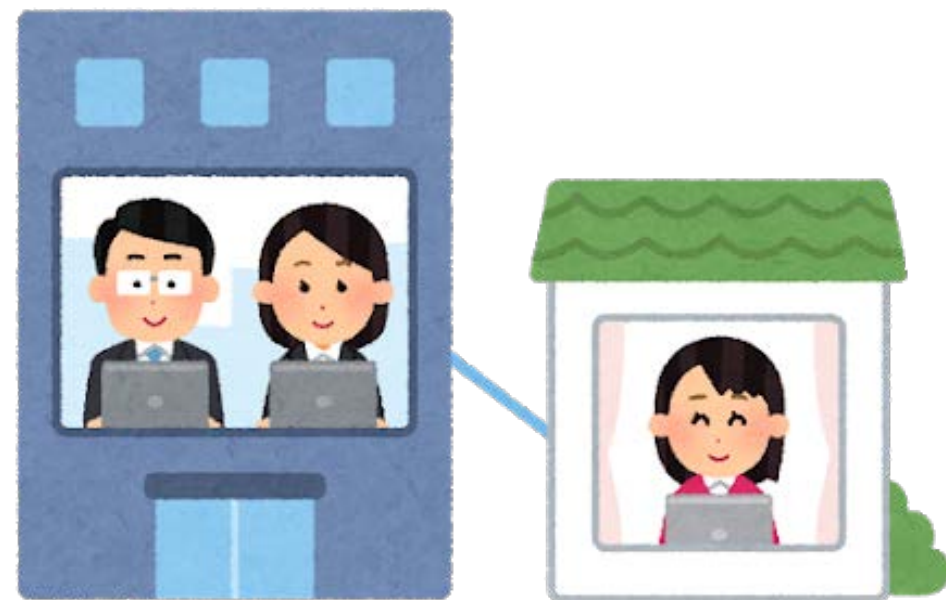
テレ検

×研修サービス



テレ検

×WEB会議システム



商談本番用

テレ検

15分超のトーク

初期費用無し

商談時にアプリ

300円/分

オンライン商談用レポート

テレ検

トレーニング用

リモトレAI  
powered by UpSighter

15分までのトーク

初期費用無し

1トーク5,000円/月

トレーニング用レポート

テレ検

商談本番用

テレ検

15分超のトーク

初期費用無し

商談時にアプリ  
300円/分

オンライン商談用レポート

## トレーニング用

リモトレAI  
powered by UpSighter

15分までのトーク

初期費用無し

1トーク5,000円/月

トレーニング用レポート

テレ検

## 商談本番用

テレ検

15分超のトーク

初期費用無し

商談時にアプリ  
300円/分

オンライン商談用レポート

## カスタマイズ開発

UpSighter  
by COGNITEE

トーク時間制限なし

初期費用有り

初期費用120万円～

カスタマイズレポート



**週刊エコノミスト(2020/03)**

うすばいのか? AI (人工知能) による。さまざまなビジネスの業務改善に。本誌編集長、構成・白鳥達哉・編集部

引もしたのですが、まだ自分には字ばなければならぬことがなくとあると、今でも始めるべきと背中を押されたので起業を決意しました。設立当初は会話を解析する技術だけがある状況で、どの用途で生かすかは二転三転していました。投資家を見つけるのも大変で、目の前を見ない時期が何年も続いたのですが、その間もはずしにデータを蓄積し続けたことが、他社にはまわりのできない大きな優位性になっています。

現在、アップサイターは、上場企業を中心に120社以上の企業に導入されています。英語にも対応しているため、今後は海外進出を狙っていくとともに、上場してさらに会社を大きくしていきたいです。そしてゆくゆくは、ため続けたデータと知見を使って、アップルの「シリ」、アマゾンの「アレクサ」を超えるような製品を作りたいです。

**120社以上の企業が導入**

その後は、留学などをしながら今の事業の核となるアイデアをまとめて、海外のベンチャーキャピタルに相談したところ、今でも始めるべきと背中を押されたので起業を決意しました。設立当初は会話を解析する技術だけがある状況で、どの用途で生かすかは二転三転していました。投資家を見つけるのも大変で、目の前を見ない時期が何年も続いたのですが、その間もはずしにデータを蓄積し続けたことが、他社にはまわりのできない大きな優位性になっています。

現在、アップサイターは、上場企業を中心に120社以上の企業に導入されています。英語にも対応しているため、今後は海外進出を狙っていくとともに、上場してさらに会社を大きくしていきたいです。そしてゆくゆくは、ため続けたデータと知見を使って、アップルの「シリ」、アマゾンの「アレクサ」を超えるような製品を作りたいです。

**挑戦者 2020**  
コグニティ代表 河野 理愛

**業界トークをAI解析で**



**Forbes Japan (2019/03)**

可視化する営業革命

河野理愛



河野理愛  
コグニティ代表取締役社長、起業家

**プロのプレゼンテーションのしかたのプロセス**

**NHK Eテレ「プロのプロセス」(2019/11)**



**NHK クローズアップ現代+ (2019/06)**

夫婦の会話を改善!

“ジョブズ型会話”は妻に嫌われる?

AI 会話解析技術を開発  
コグニティ

河野 理愛 社長

根拠(理由)なんて言わないでと  
そんな話聞きたくないわと



**AIで営業トークUP 脱経験値の指導**

αism~イノベーション2.0~

**フジテレビ Live News α (2019/11)**



**EY Asia-Pacific @Vietnam (2019/04)**

EY Entrepreneurial Winning Women™ Asia-Pacific 2019 conference

Ho Chi Minh City, Vietnam | 8-10 April 2019

What transforms around the corner to around the world?

Find out how EY T Drivers of Growth can help your business grow from local to global

#WinningWomen #WomanFastForward



テレ検

**お気軽に問い合わせください!**

[up@cognitee.com](mailto:up@cognitee.com)