

2026 年 8 月 17 日

NTT ドコモビジネス株式会社
株式会社ナレッジワーク

NTT ドコモビジネスとナレッジワーク、 営業 AX の市場展開に向けた戦略的パートナーシップを開始 ～カスタマーゼロと AI 実装力で、国内企業の営業生産性改革を加速～

NTT ドコモビジネス株式会社(旧 NTT コミュニケーションズ株式会社、代表取締役社長：小島 克重、以下 NTT ドコモビジネス)と株式会社ナレッジワーク(CEO：麻野 耕司、以下 ナレッジワーク)は、営業 AX を国内企業へ広げるため、戦略的パートナーシップ(以下 本パートナーシップ)を開始しました。

NTT ドコモビジネスは、まず自社の営業組織でナレッジワークの AI ソリューションを導入・検証する「カスタマーゼロ^{*1}」に取り組み、その実践で得た知見をもとに営業 AX の仕組みを幅広い国内企業へ提供・販売していきます。

1. 背景・目的

近年、多くの企業では、営業支援システム(SFA)^{*2}を導入する一方で、「現場の入力負荷が高くデータが蓄積されない」「営業が属人化し、プロセスが可視化されない」といった共通の課題に直面しています。AI 活用への期待が高まるなか、営業現場では、業務負荷を抑えながら、質の高いデータを継続的に蓄積・活用できる仕組みが求められています。

NTT ドコモビジネスは、営業やマーケティングなどに関わる部門の連携を最適化する取り組み(レベニューオペレーション、以下 Rev.Ops.)^{*3}を全社規模で推進してきました。業務システムや AI 基盤の構築・運用の知見に加え、自らの営業変革の実践を通じて、AI を実業務へ落とし込む実装力を培っています。

一方、ナレッジワークは、営業力の強化を支援するセールスイネーブルメント領域で大手企業への豊富な支援実績を有し、先進的な AI ソリューションを提供しています。

両社は、国内企業における営業生産性の向上と、データにもとづく営業改革の実現をめざし、本パートナーシップを開始しました。

2. カスタマーゼロによる価値検証

ナレッジワークは、セールス AI エージェントによる営業生産性向上を実現するため「セールス AX コンサルティングシリーズ」、「セールス AI プロダクトシリーズ」、「セールス AI エージェント OS シリーズ」の 3 つのソリューションを提供しています。

本パートナーシップに伴い、NTT ドコモビジネスは、ナレッジワークの AI ソリューション「ナレッジワーク AI 商談記録」「ナレッジワーク社内共有」を、自社の営業組織へ先行導入(カスタマーゼロ)しました。単に販売・提案するのではなく、自らその効果を検証したうえで、「現場の負担軽減」と「戦略的なデータ蓄積」を両立する仕組みとして確立し、お客さまへ提案・提供できるノウハウと体制を構築しています。

① 営業活動時間を最大化する「効率化」の実証

NTT ドコモビジネスが培ってきたシステム運用効率化のノウハウと、ナレッジワークの「AI 商談記録」を組み合わせ、現場担当者の SFA への入力業務を大幅に削減します。その時間を顧客と向き合う「営業活動時間(顧客接点コアタイム)」へとシフトさせる実践モデルを確立しています。

② 「商談コンテキスト(文脈データ)」の戦略的統合

効率化の先にある狙いは、これまで十分に蓄積されてこなかった質の高い「商談コンテキスト(商談の背景・経緯などの文脈データ)」を、SFA へシームレスにデータ化することです。売上という結果だけでなく、商談のプロセスそのものを可視化し、戦略へフィードバックする次世代の Rev.Ops. 循環モデルを確立しています。

3. 各社の役割

企業	役割
NTT ドコモビジネス	・ カスタマーゼロとして培ったノウハウを生かしたサポート ・ 伴走型の導入・運用支援 ・ 国内企業へ提供・販売
ナレッジワーク	・ セールスイネーブルメント領域で培った知見の提供 ・ AI ソリューション提供

4. 今後の展開

NTT ドコモビジネスが「カスタマーゼロ」として自ら獲得した Rev.Ops. の運用ノウハウ、および「ナレッジワーク AI 商談記録」を活用したデータ運用プロセスは、順次パッケージ化していきます。

さらに、営業担当者を支援するセールス AI エージェントを高精度に構築・運用する「セールス AI エージェント OS」の導入に向けた PoC(概念検証)を進めるとともに、顧客の属性や商談の状況に応じて営業担当者へ適切な提案資料や次のアクションを提示する AI エージェント機能の導入も検討しています。

今後は、これらを NTT ドコモビジネスの強みである伴走型の導入・運用支援と組み合わせ、自社実践にもとづく「成果に結びつく Rev.Ops. の運用モデル」として、幅広い国内企業へ提供していきます。

両社は本パートナーシップを通じて、国内企業の営業生産性の向上とデータにもとづく営業改革を支援し、BtoB 領域における営業 AX の実現をめざします。

5. 各社のコメント

NTT ドコモビジネス株式会社

統合マーケティング部長 戸松正剛

多くの企業で AI の導入が進んでいますが、その多くが議事録や要約といった「社内の効率化」にとどまり、事業成果、すなわち PL(損益計画書)を動かすには至っていないのが実情です。私たちはこの課題に、自らの営業組織で正面から向き合っています。

効率化はゴールではなく出発点です。入力負荷を下げて生まれた時間をお客さまと向き合う時間へと振り向け、そこで得られる商談の一次情報、いわば企業の DNA とも言える 1st パーティデータ(自社が直接取得した顧客・商談データ)^{※4} を組織の資産へと変えていきます。この一連の流れを、私たち自身が「カスタマーゼロ」として実践し、成果に結びつく Rev.Ops. の型として磨き込んでいます。

今回のナレッジワークとのパートナーシップは、この自社実践で培ったノウハウと、ナレッジワークが持つ優れた AI ソリューションを掛け合わせるものです。単にプロダクトをお届けするのではなく、私たち自身が効果を検証したうえで、伴走型の導入・運用支援とともにお客さまへお届けします。両社の強みを結集し、日本企業の営業生産性向上と、データにもとづく営業改革の実現に貢献していきます。

株式会社ナレッジワーク

CEO 麻野耕司

この度、NTT ドコモビジネス様と戦略的パートナーシップをスタートできることになり、大変嬉しく思っています。NTT ドコモビジネス様はセールスイネーブルメントにおける国内の先駆者として社内で様々な取り組みをされてこられました。ナレッジワークに関しても、「ナレッジワーク社内共有」や「ナレッジワーク AI 商談記録」をプロダクトリリース間もない頃いち早くご導入頂き、ご活用頂きました。今後は、ナレッジワークの新ソリューションであるセールス AI エージェント OS を用いた AI エージェント実装も進めさせて頂く予定です。

今回の戦略的パートナーシップでは、ナレッジワークのソリューションを、そうした NTT ドコモビジネス様が社内実践で取り組まれて培われたノウハウと共に、お客様に提供していく予定です。NTT ドコモビジネス様の顧客基盤やソリューション、ノウハウとナレッジワークの AI を中心としたテクノロジーを掛け合わせ、顧客のセールス AI エージェントの実現に貢献してまいります。

「NTT コミュニケーションズ株式会社」は 2025 年 7 月 1 日に社名を「NTT ドコモビジネス株式会社」に変更しました。私たちは、企業と地域が持続的に成長できる自律・分散・協調型社会を支える「産業・地域 DX のプラットフォーム」として、新たな価値を生み出し、豊かな社会の実現をめざします。

つながろう。驚きを。幸せを。



<https://www.ntt.com/about-us/nttdocomobusiness.html>

- ※1：カスタマーゼロとは、商品・サービスを社外のお客さまへ提供する前に、自社を最初の顧客として実際の業務で導入・活用し、その効果や課題を検証する取り組みです。
- ※2：営業支援システム(SFA)とは、顧客情報や商談履歴などを管理し、営業活動の可視化やデータ活用を支援するシステムです。
- ※3：レベニューオペレーション(Rev.Ops.)とは、マーケティング、営業、カスタマーサクセスなど、顧客との接点を担う組織のデータ、業務プロセス、テクノロジーを部門横断で統合し、顧客への提供価値を高めながら、継続的な収益の最大化と最適化を図る経営・組織運営の手法です。
- ※4：1st パーティデータとは、企業が、自社のお客さまとの取引や営業活動、Web サイト・アプリの利用、イベントへの参加、問い合わせなどを通じて、本人の同意や適切な管理のもとで直接取得・蓄積するデータです。