解説レポート｜全業種（BtoB営業部門）向け

BtoB営業部門向け 見積業務のAI化 進め方と社内での判断材料レポート

見積依頼の読み取りから値決めまでのうち、AIに任せる工程と人が判断を残す工程を分け、費用対効果・データ・社内ルール・体制の決め方を整理しました

2026年11月版

株式会社AIworker

https://ai-worker.net/

調査概要

項目	内容
種類	解説レポート（公的統計と当社の支援の経験をもとに整理）
対象	見積業務を抱えるBtoB企業の営業部門長、営業企画、見積・積算の責任者、決裁にかかわる経営者
使った資料	総務省「令和8年版 情報通信白書」、独立行政法人情報処理推進機構（IPA）「DX動向2026」、経済産業省・中小企業庁「価格交渉促進月間（2026年3月）フォローアップ調査の結果」、公正取引委員会「中小受託取引適正化法（取適法）関係」、日本銀行「全国企業短期経済観測調査（短観）2026年9月調査」
期間	統計は2025〜2026年の調査結果、当社の支援の経験は2025〜2026年のもの
発行	株式会社AIworker（2026年11月）

本レポートでいう「見積業務」は、顧客から見積の依頼を受けてから見積書を出し、結果を記録するまでの一連の仕事を指します。そこには依頼の読み取り、過去の見積の検索、原価や仕入値の積み上げ、社内の確認、値決めと承認、見積書の作成が含まれます。

本レポートは業界を限らずに、見積業務のAI化を社内で進めるときの判断の材料をまとめたものです。製造業・商社・物流業・建設業の事情は、当社が別に公開している業界版のレポートで扱っています。また当社は特定のAIツール会社の代理店ではないため、特定の製品を前提にせずに整理しました。

01 はじめに：見積業務のAI化が、営業部門の議題になってきた理由

生成AIは広がったものの、営業の仕事にはまだ届いていない

生成AIを業務で使う会社は、この1年で大きく増えました。総務省の企業向け調査では、何らかの業務で生成AIを使っている日本企業は86.4%で、前年の調査の55.2%から大きく増えています（令和8年版 情報通信白書 24ページ 図表Ⅰ-2-1-6）。

一方で、効果を実感しているかどうかを業務の種類ごとに見ると、差がはっきり出ています。「議事録・メール作成補助」で効果を実感している割合は72.3%でした。それに対して「営業・販売」は、約6割の会社が何らかの形で使っているものの、効果を実感している割合は37.5%にとどまりました（同 25ページ 図表Ⅰ-2-1-7）。

IPAの調査でも、同じ傾向が見えます。生成AIの使われ方は「個人で業務利用している」が63.3%と最も多く、「部署の業務プロセスに組み込まれている」は11.9%でした（DX動向2026 29ページ 図表3-6）。また

用途の上位は、「文書・音声の要約・翻訳・校正」の82.5%、「文書・レポートの作成」の80.5%、「情報検索・収集・分析・レポーティング」の77.0%です（同 31ページ 図表3-9）。

これらの数字からは、生成AIが一人ひとりの文書づくりには使われているものの、部署の仕事の流れにはまだ入っていないことが読み取れます。見積業務は、依頼の受付から承認までの流れがはっきりしている仕事です。そのため、個人の工夫にとどまっていたAIの使い方を、部署の仕事の流れに組み込む題材として選ばれやすくなっています。

見積に、価格の根拠を示すことが求められている

見積の中身そのものにも、変化が起きています。中小企業庁が受注側の中小企業30万社に調査票を配り、69,625社が回答した調査によると、2026年3月時点で「価格交渉が行われた」割合は90.7%でした。

ところが、コストの上昇分を価格に反映できた割合（価格転嫁率）は54.2%です。コストの要素別に見ると、原材料費が55.7%、労務費が50.0%、エネルギーコストが48.9%でした（経済産業省・中小企業庁 2026年6月26日公表）。また、全額を転嫁できなかった会社のうち、発注側から「納得できる説明があった」と答えた会社は約6割でした。

さらに2026年1月1日には、下請法を改正した「中小受託取引適正化法」（取適法）が施行されました。公正取引委員会の資料では、改正の柱の1つとして「協議を適切に行わない一方的な代金決定の禁止」が挙げられています。法律の対象になる取引かどうかは、取引の内容や会社の規模によって変わるため、個別に確かめる必要があるでしょう。それでも、受ける側と出す側のどちらにとっても、価格の根拠を言葉と数字で説明する場面は増えていくと考えられます。

見積は、その説明の中心になる書類です。材料や仕入の値上がりをどの程度反映したのか、作業の手間はどう見たのかを、相手に示す必要があります。そのため内訳を毎回手で組み直している会社ほど、交渉の準備が間に合わなくなるおそれがあります。なお、取適法の適用範囲や具体的な対応については、公正取引委員会の資料や専門家にご確認ください。

見積を任せられる人は、すぐには増やせない

人の面でも、見積業務は難しい状況にあります。日本銀行の短観（2026年9月調査）によると、人手の過不足を表す指数（雇用人員判断DI）は、全産業・全規模でマイナス38ポイントでした。3か月先の見通しはマイナス41ポイントで、人手不足がさらに強まると見込まれています。

そのなかで見積は、人を増やしにくい仕事です。顧客の要求を読み取り、原価や仕入値を積み上げ、さらに「この顧客にはいくらで出すか」を決めるには、商品と取引先の両方を知っている必要があります。そのため、見積を任せられる人が社内に数人しかおらず、その人の確認待ちで見積が止まる会社も少なくありません。

仕組みを変える側の人も、十分とは言えない状況です。IPAの調査では、DXを推進する人材の量が「やや不足している」「大幅に不足している」と答えた日本企業は85.5%でした（DX動向2026 54ページ 図表4-

1)。AIを入れるときの課題としても、「専門人材が不足している」が50.1%で最も多く挙がっています（同37ページ 図表3-16)。このため、見積の改善は営業部門と情報システム部門のどちらの担当とも決まらないまま、後回しにされやすいのです。

本レポートで扱うこと

本レポートでは、まず見積業務の工程と型を整理し、AIに任せる工程と人が判断を残す工程を分けます。そのうえで、社内で決裁を取るときに必要になる5つの判断材料を順に取り上げます。5つとは、費用対効果、既製品か自社向けか、データの準備、社内ルール、体制と役割分担のことです。後半では6か月の進め方の例、稟議で聞かれやすい質問、つまずきやすい落とし穴、始める前のチェックリストを紹介しています。

02 見積業務で、時間と判断が集まっているところ

見積業務の中身は、扱う商品や業界によってさまざまです。それでも工程に分けてみると、多くの会社に共通する流れがあります。

工程	主な作業	時間がかかる理由
依頼の受付	メール・電話・顧客の調達システムから依頼を受け、担当を決める	依頼の形式が顧客ごとに違い、必要な情報がそろっているかの確認に手間がかかる
依頼内容の読み取り	品名・仕様・数量・納期・条件を、依頼書や図面、添付資料から拾う	条件が本文、添付、過去のやりとりに分かれて書かれている
過去の見積の検索	似た案件、同じ顧客の前回の見積、当時の価格を探す	保存場所と名前の付け方が人によって違い、価格をつけた理由も残っていない
原価・仕入値の積み上げ	材料費、作業の手間、外注費、仕入値、運賃などを表計算で足す	単価表が古い、または担当者の頭の中にしかない
社内の確認	技術、製造、購買、仕入先などに問い合わせる	回答を待つ間は見積を進められず、回答する側も本業の合間に対応している
値決めと承認	利益の幅、顧客との関係、競合の状況を見て価格を決め、上長の承認を取る	判断できる人が限られ、その人の予定が空くまで止まる
見積書の作成と記録	社内の書式や顧客指定の書式に書き写して送り、結果を記録する	書式の書き直しが二重にかかり、受注・失注の結果が見積とひもづいていない

この表を見ると、見積業務の時間は2つの種類に分けられることが分かります。1つは、探す、拾う、書き写すといった作業の時間です。もう1つは、判断できる人の確認を待つ時間になります。

前者はAIに任せやすい作業です。過去の見積を探したり、依頼書から条件を拾ったりする作業は手順が決まっているため、AIが下書きを作り、人が確かめる形にしやすくなっています。

後者のほうが、実は営業部門にとって大きな悩みです。当社が見積業務のご相談を受けると、見積書を作る手間よりも、「この金額で出してよいかを判断できる人が限られている」という話が多く出てきます。ベテランが値決めのたびに見ている点が言葉になっていないため、その人に確認しないと見積を出せない状態になっているのです。

そのため見積業務のAI化では、作業の時間を減らすことに加えて、ベテランの判断の材料を誰でも確認できるようにすることが目的になります。この目的を最初に社内でそろえておくと、どの工程から手を付けるかの議論が進めやすくなります。

03 自社の見積がどの型に近いかを確かめる

見積業務にAIを使うとき、最初に確かめておきたいのが、自社の見積がどの型に近いかという点です。型によって、AIに渡す資料も、最初に作る仕組みも変わります。当社では、見積を次の4つの型に分けて考えています。

見積の型	中身	多く見られる業務の例	最初に手を付けやすいところ
積み上げ型	材料、部品、作業の手間を1つずつ足し上げて原価を出す	加工品、組立品、設備、工事、特注品	依頼書や図面の読み取りと、部品・作業の洗い出し
類似案件参照型	過去の似た案件の価格を基準にして、今回の違いの分だけ直す	外注の手配、制作、保守、サービス	似た案件と当時の価格・条件を探して並べる
構成選択型	標準の商品にオプションを選んで組み合わせる	機械、システム、設備のセット	顧客の要求から必要なオプションを洗い出す
価格改定型	すでに出している見積を、仕入値や運賃の変化に合わせて直す	卸売の価格改定、運賃の改定、既存品の再見積	対象の品目を洗い出し、変化を反映した改定案と説明文を作る

実際の見積は、いくつかの型が混ざっていることが多いはずです。たとえば、標準品にオプションを選び（構成選択型）、特注の部分だけを積み上げる（積み上げ型）見積もあります。そこで、件数の多い見積がどの型に近いかを見て、その型に合った部品から作り始めるのが近道です。

型を確かめることには、もう1つの意味があります。それは、ベテランが何を見て値決めをしているかを聞き取るときの手がかりになることです。積み上げ型であれば作業の手間の見方を、類似案件参照型であればどの過去案件を基準に選んだかの理由を聞きます。このように聞き方を型に合わせることで、聞き取りの時間を短くできるのです。

04 AIに任せる工程と、人が判断を残す工程

工程ごとに、AIに任せられることと、人が判断することを分けると次のようになります。

工程	AIに任せられること	人が判断すること
依頼の受付	依頼のメールと添付から、品名・数量・納期・条件を一覧にし、足りない情報を洗い出す	受けるか断るか、どの担当に回すか
依頼内容の読み取り	依頼書・図面・仕様書から、見積に必要な項目を抜き出して入力欄に並べる	読み取った結果の確認と、特殊な要求の見落としの確認
過去の見積の検索	条件が近い過去の見積を探し、当時の価格・条件・受注か失注かを並べる	どの過去の見積を参考にするか
原価・仕入値の積み上げ	社内の単価表と過去の実績から原価の下書きを作り、決まった式で検算する	単価表にない作業や例外の見方
社内の確認	確認が必要な点を絞り、問い合わせの文面を下書きする	技術・製造・購買による最終の回答
値決めと承認	利益の幅、過去の同じ顧客への価格、似た案件の勝ち負けを並べて示す	提示する価格と値引きの決定、承認
見積書の作成と記録	社内と顧客の書式に出力し、参照した資料と修正の理由を記録する	提出の可否と、顧客への説明

線の引き方には、3つの原則があるのです。1つ目は、情報を集めて下書きを作るところまではAIに任せ、いくらで出すか、出すかどうかは人が決めることです。値決めには、顧客との関係や今期の目標、工場や倉庫の空き具合といった、データに残っていない事情が関わります。そのため、この部分は担当者が判断する形にしておくほうが、結果としてAIの下書きを安心して使えるようになります。

2つ目は、AIの下書きに必ず根拠を添えることです。どの過去の見積を参考にしたのか、どの単価表の何行目を使ったのかが見えれば、確認する人は数字が妥当かどうかをすぐに判断できます。一方で根拠のない数字だけが出てくると、確認する人は結局一から計算し直すことになるおそれがあるでしょう。

3つ目は、例外を人に回す決まりを先に作っておくことです。初めての顧客、前例のない仕様、短い納期の特急対応などは、AIが参考にできる過去の見積が少ない案件です。そうした案件は、AIが「確認が必要」と知らせて人に渡す形にしておきます。

この3つを守ることで、価格の決定と見積書の提出は、いつも人が行う形を保てるでしょう。これは営業部門長が社内で説明するときにも、顧客に説明するときにも、大事な点になります。

05 見積AIを形づくる5つの部品

見積業務をAIで回す仕組みは、次の5つの部品に分けて考えると整理しやすくなります。これらを一度にすべて作る必要はなく、型に合わせて順番に用意していくことが可能です。

部品	役割	必要な資料
読み取り	依頼書・図面・仕様書・メールから見積に必要な項目を抜き出す	依頼書や図面の電子ファイル（PDFでよい）
検索	抜き出した条件をもとに、近い過去の見積と当時の価格を探す	過去の見積書、そのときの依頼書や図面、受注・失注の結果
積算と検算	単価表と過去の実績から原価の下書きを作り、合計や空欄をルールで確かめる	材料・部品の単価表、作業の時間単価、仕入先や外注先の単価
帳票	社内と顧客の書式で見積書の下書きを出す	見積書の書式
記録	参照した資料、修正した理由、承認した人を残す	承認の流れの決まり

このうち積算と検算では、AIの読み取りと計算の役割を分けて考えます。AIは文章や図面から数量や条件を読み取るのが得意ですが、合計や掛け算はあらかじめ決めた式で計算するほうが確実です。そのため、読み取りはAIに任せ、計算と検算は決まった式で行い、両方の結果を人が確かめる形にします。

記録の部品は見落とされやすいのですが、半年後に役立ってくる部品です。担当者がAIの下書きをどこで直したのか、その理由は何だったのかが残っていれば、次の見積の精度を上げる材料になります。さらに、ベテランが値決めで見ていた点が記録として積み上がることで、その判断を次の担当者に引き継ぐことにもつながります。

06 見積AIを入れると、営業担当者の仕事はどう変わるか

見積AIを入れたときに変わるのは、見積にかかわる人の仕事の中身です。営業担当者の場合、これまで書き写しや計算に使っていた時間の一部を、顧客の要求の聞き取りや価格の説明の準備に回せるようになるのが、最初に見える変化です。

また、AIの下書きには参照した過去の見積と単価が添えられるため、若手の担当者でも価格の根拠を説明しやすくなります。その結果、交渉の場にベテランや技術部門の担当者を呼ぶ回数も、少しずつ減っていくことが見込めるでしょう。

ベテランの仕事も変わります。一から見積を作る役割から、若手やAIの下書きを確かめ、例外の判断を受け持つ役割に移っていくことになるはずです。判断の材料が記録として残っていくため、ベテランが異動や退

職をしたあとも、その考え方を会社の中で使い続けられます。

技術部門や購買部門の負担も軽くなります。これまでは営業から図面や依頼書が回ってくるたびに、一から工程や単価を考える必要がありました。それが下書きを確かめる依頼に変われば、本業の手を止める時間は短くなるはずです。ただし、こうした変化を起こすためには、空いた時間を何に使うのかを、営業部門長が担当者と一緒に決めておく必要があります。

07 社内での判断材料1：費用対効果をどう見積もるか

見積業務のAI化を社内で通すとき、最初に聞かれるのが費用対効果です。ここでは、計算の考え方と、効果の測り方を整理します。

今の見積業務にかかっている費用を出す

最初に、今の見積業務にどれだけの人件費がかかっているかを出します。計算の式は、担当者1人あたりの月の人件費（会社が負担する社会保険料を含む）×見積業務にかかわる人数×見積業務に使っている時間の割合です。

ここで見落としやすいのが、営業担当者以外の時間です。見積の確認に答えている技術部門や購買部門の時間、承認する上長の時間も含めると、見積業務にかかっている費用は思ったより大きくなることがあります。そのため、関係する部署の担当者にも、見積の確認に使っている時間を聞いておいてください。

効果は3つに分けて、出てくる順に示す

見積AIの効果は、担当者の時間、回答の速さ、値決めの質の3つに分けると説明しやすくなります。

効果	測る数字	見え始める時期の目安
担当者の時間	見積1件の作成時間、確認の問い合わせの回数	使い始めてすぐ
回答の速さ	依頼から回答までの日数、期限までに回答できた割合	数か月の記録がそろってから
値決めの質	受注率、価格帯ごとの勝ち負け、値引きの幅、粗利率	半年から1年の記録がそろってから

担当者の時間は、最も早く見える効果です。見積1件の作成時間を導入の前と後で比べ、月の件数を掛けると、減った時間の合計が分かります。

回答の速さは、金額に置き換えにくい効果ですが、受注に直接かかわります。顧客が複数の会社から見積を取っている場合、先に届いた見積が比べる基準になりやすいためです。依頼から回答までの日数と受注率を並べて記録しておけば、両者の関係が見えてくるでしょう。

値決めの質は、効果が見えるまでに時間がかかります。過去の見積と受注・失注の結果がそろうと、どの価格帯で勝ち、どこで負けたのかを振り返れるようになります。

時間が減っても、支出がそのまま減るとは限らない

費用対効果の説明でよくある誤りは、減った時間に時間単価を掛けた金額を、そのまま削減額として示してしまうことです。担当者の人数が変わらなければ、人件費の支出は導入の前と同じままになるでしょう。

そのため、減った時間を何に使うのかを、あわせて決めておく必要があります。たとえば、回答できずに断っていた見積に対応する、既存顧客への提案を増やす、若手の教育に回すなどの使い道です。そのうえで、空いた時間を実際にその仕事に使えたかどうかも確かめます。

比べる費用の側も、導入の費用だけで終わらせないようにします。初期の費用、開発の費用、導入後の運用と改善の費用に加えて、社内で単価表や書式を更新する手間も費用の一部です。これらを並べて、今の見積業務の費用と比べる形にしておくと、決裁する人が判断しやすくなります。

測る数字を決めてから始める

効果の測り方を決めずに始めてしまう会社は、少なくありません。IPAの調査では、DXの成果を測る指標を「設定している」会社は23.9%でした（DX動向2026 18ページ 図表2-14）。設定していない理由では、「評価指標の設定方法がわからない」が36.0%で最も多くなっています（同 20ページ 図表2-16）。

AIの効果についても、期待以上または期待どおりの効果を実感している会社は31.8%で、「一定の効果はあった」が50.6%でした（同 34ページ 図表3-13）。また効果の中身を見ると、「業務が効率化したり迅速化した」が91.6%と大半を占めています。それに対して「売上や利益が向上した」は3.9%にとどまりました（同 35ページ 図表3-14）。

この数字は、AIの効果が社内の作業の効率化で止まりやすいことを示しています。見積業務は、作業の効率化と受注・粗利の両方に結びつく珍しい業務です。だからこそ、最初の3か月は担当者の時間を示し、その後に回答の速さと値決めの質を足していく順番で報告すると、経営層に効果を伝えやすくなります。逆に、最初から受注率の改善を約束してしまうと、効果が出る前に評価の時期が来てしまうおそれがあります。

決裁する人に示す資料にまとめる

ここまでの材料は、決裁する人に示す1枚の資料にまとめておくと、話が早く進むでしょう。載せておきたい項目は次のとおりです。

項目	書くこと
目的	作業の時間を減らすことと、ベテランの判断を誰でも確認できるようにすること
対象の範囲	最初に扱う品目や顧客と、扱わない例外
今の費用	見積業務にかかわる人数と、見積業務に使っている時間の割合から出した人件費
測る数字	見積1件の作成時間、依頼から回答までの日数、受注率
かかる費用	初期、開発、運用と改善の費用と、社内で更新する手間
判断の時期	3か月目と6か月目に、続けるか広げるかを決める場を設けること
人が決めること	提示する価格と提出の承認は、これまでどおり人が行うこと

このうち「対象の範囲」に扱わない例外を書いておくことには、大きな意味があります。決裁する人から見ると、何をして何をしないのかが分かるため、効果の見込みを判断しやすくなるからです。また「判断の時期」を先に書いておけば、うまくいかなかったときに立ち止まれることが伝わり、最初の予算を通しやすくなります。

08 社内での判断材料2：既製品を使うか、自社に合わせて作るか

見積業務にAIを使う方法は、大きく分けて3つです。どれが正しいということはなく、見積の型と件数、社内の体制によって向き不向きが変わります。

方法	向いている場合	注意すること
汎用の生成AIを担当者が使う	件数が少なく、担当者ごとに文面の下書きや資料の要約に使いたい	使い方が担当者任せになり、部署の仕事の流れに組み込みにくい。根拠の記録も残りにくい
見積向けの既製のソフト・サービスを使う	見積の型が業界で標準化されていて、自社の書式や単価の決め方が一般的に近い	自社独自の単価の決め方や例外の扱いに合わせにくいことがある。合わない部分は手作業に戻りやすい
共通の仕組みを、自社の資料と決まりに合わせて作る	見積の判断に自社ならではの決まりが多く、件数も多い。ベテランの判断を引き継ぎたい	最初に対象の範囲を絞らないと、作る範囲が広がりすぎる。導入後の更新の担当を決めておく

判断の分かれ目になるのは、見積の値決めに自社ならではの決まりがどの程度あるかという点です。単価表どおりに計算すれば済む見積が多いのであれば、既製のソフトで十分な場合もあります。一方で、ベテラン

が顧客や案件ごとに判断を変えている見積が多い場合は、その判断の材料を自社の資料から引き出す仕組みが必要になります。

もう1つの分かれ目は、社内の情報システム部門がどこまでかかわれるかです。社内で試作や更新を担当し、外部には資料の接続や精度の検証を任せるといった分担もできます。この場合は、整理したデータや自社向けの設定を、どこまで社内に引き継ぐかを着手の前に決めておきます。

また、開発を急ぐ必要がない場合もあるでしょう。今の単価表や計算の表を整えるだけで解決できる悩みであれば、AIを作る前にそこから手を付けるほうが早く効果が出ることもあります。

09 社内での判断材料3：データの準備はどこまで必要か

「データが整っていないので、AIはまだ早い」という声は、見積業務の相談でよく聞かれます。IPAの調査でも、AIに使うデータを「整備しておりAIに活用している」会社は7.0%でした。「整備しているが十分ではない」が28.4%、「必要性は認識しているができていない」が27.6%です（DX動向2026 36ページ 図表3-15）。

このように、データが十分に整っている会社はまだ少数派です。そのため、全社のデータ整理が終わるのを待っていると、始める時期がいつまでも先に延びてしまうでしょう。見積業務では、対象の品目や顧客を絞り、その分の資料だけを先にそろえる進め方が現実的です。

資料	何に使うか	整っていないときの始め方
過去の見積書	似た案件の検索、価格の比較	対象の品目の直近1〜2年分だけを1か所に集める
依頼書・図面・仕様書	読み取りの練習と精度の確認	過去の見積とひもづけられる分から集め、同じ番号で結ぶ
受注・失注の結果	値決めの振り返り	分かる範囲で見積の一覧に「受注・失注・保留」を書き足す
単価表	積算と検算	担当者の頭の中にある単価を聞き取り、まず表にする
値決めで見ている点	判断の根拠の提示、例外の振り分け	ベテランへの聞き取りで、確認項目の一覧にする

過去の見積は、受注できたものだけでなく、失注したものも残しておくと役立ちます。どの価格帯で負けたかが分かれば、次の値決めの材料になるためです。

最も手間がかかるのは、表の最後にある「値決めで見ている点」の聞き取りです。ここはベテラン本人も言葉にしたことがない部分なので、実際の見積を何件か並べ、どこを見て金額を変えたのかを1件ずつ聞いて

いきます。手間はかかりますが、この作業そのものが判断の引き継ぎにもなるため、AIを作る準備にとどまらない意味があります。

10 社内での判断材料4：社内ルールと、顧客の情報の扱い

見積業務で扱うのは、顧客から預かった図面や仕様書、取引先の単価といった秘密の情報です。そのため、AIを使う前に、情報の扱い方を社内で決めておく必要があります。

IPAの調査でも、AIを入れるときの課題として「生成AIの効果やリスクに関する理解が不足している」が45.8%、「適切な利用を管理するためのルールや基準の作成が難しい」が39.7%挙がっていました（DX動向2026 37ページ 図表3-16）。見積業務に限っても、決めておきたいのは次の4点です。

1つ目は、顧客の資料を入れてよいAIの環境です。入れたデータが外部の学習に使われない設定になっているか、データがどこに保存されるかを、情報システム部門と一緒に確かめます。2つ目は、顧客との契約の確認です。秘密保持の契約に、社内での処理の方法や外部のサービスの利用について制限が書かれていないかを確認します。

3つ目は、AIが作ったものの扱いです。読み取った結果や見積の下書きも、元の資料と同じ扱いにしておきます。4つ目は、承認の記録です。誰がどの下書きを確かめ、どこを直して承認したのかを残しておくと、あとで顧客から価格の根拠を聞かれたときにも説明できます。

ルールは、禁止することを並べる形よりも、「この環境で、この範囲の資料なら入れてよい」と示す形で書くことをおすすめします。ルールが曖昧なままだと、担当者は顧客の資料を入れることをためらい、結局は手作業に戻ってしまうためです。

11 社内での判断材料5：体制と役割分担

見積業務のAI化を進めるには、営業部門のほかに、技術・製造・購買や情報システム部門の協力が要ります。そのため、最初に役割を決めておく必要があります。

役割	主な担当	担うこと
責任者	営業部門長	目的と測る数字を決める。対象の範囲を決め、広げるかどうかを判断する
推進役	見積を日常的に作っている中堅の担当者	自分の見積のどこに時間がかかっているかを言葉にし、AIの下書きを確かめて直した理由を残す
判断の提供者	ベテラン、技術・製造・購買の担当者	値決めや工程の見方で見ている点を言葉にする。例外の判断を受け持つ
環境と接続	情報システム部門	資料を入れてよい環境、権限、既存のシステムとの接続を確かめる
決裁	経営層	予算と評価の時期を決める。ベテランの時間を聞き取りに使うことを社内に伝える
外部の支援先	開発・検証を担う会社	仕組みを作り、実際の見積で精度を確かめ、導入後の改善を一緒に回す

推進役に向いているのは、AIに詳しい人よりも、自分の見積のどこに時間がかかっているかを説明できる人です。AIの操作は数週間で覚えられますが、見積の勘どころを知っている人を後から育てるには何年もかかるためです。

判断の提供者には、最初から仕組みづくりに加わってもらいましょう。技術部門やベテランから見ると、自分たちの判断がAIに置き換えられるように感じられるかもしれません。そこで「AIの下書きを直す役」をお願いし、直した点が仕組みに反映されていく様子を見てもらうと、協力を得やすくなります。

経営層には、予算を決めること以外にも担ってほしい役割があるでしょう。ベテランの時間を聞き取りに使うことは、短い目で見るとその人の本業を減らすことになります。そのため、それが会社として必要な仕事であることを、経営層から社内に伝えてもらうと進めやすくなります。

12 進め方（6か月の例）

全商品の見積を一度に変えようとすると、例外が多いために進まなくなるおそれがあるでしょう。そのため、対象を絞って成果を出し、そこから広げていきます。ここで示すのは、6か月後に「社内に何が残っているか」から逆算した進め方の例です。

時期	やること	終わったときの状態
1か月目	対象の品目や顧客を1つ選び、直近の見積を集め、工程ごとの作業時間を記録する。単価表の置き場所と更新の担当、情報の扱いのルールを決める	見積1件にかかる時間が工程ごとに分かり、測る数字が決まっている
2か月目	ベテランに値決めで見ている点を聞き取り、確認項目の一覧にする。読み取りと検索をAIで試す	読み取りと検索の精度と、人が直す箇所の傾向が分かっている
3か月目	積算と検算、見積書の下書きまで広げ、実際の見積で担当者が使う。1件あたりの時間を導入の前と後で比べる	担当者の時間の変化を、経営層に示す数字がそろっている
4〜5か月目	推進役以外の担当者にも使ってもらい、直した理由を記録して精度を上げる。例外の振り分けの決まりを見直す	推進役がいなくても、対象の範囲の見積が回っている
6か月目	回答までの日数と受注・失注の結果を並べて振り返る。次に広げる品目と、社内で引き継ぐ範囲を決める	次の対象と、広げるための予算の材料がそろっている

最初の対象には、見積の件数が多く、内容が似ているものが向いているでしょう。たとえば、月に何十件も来る定番の商品や、価格改定のたびに見直しが必要な品目などが候補になります。一方で、開発品や前例のない案件の見積は、参考にできる過去の見積が少ないため、2番目以降の対象に回すほうが進めやすいでしょう。

6か月後に社内に残っていてほしいものは、動く仕組みのほかにもあります。整理された過去の見積、言葉になった値決めの確認項目、直した理由の記録、そして仕組みを更新できる社内の担当者です。これらがそろっていれば、外部の支援先が手を離した後も、見積の精度を社内で上げ続けられます。

13 導入後に、精度を上げ続ける仕組み

見積AIの精度は、使い始めてからの直し方で決まっていきます。担当者がAIの下書きを直すたびに、どこを直したのか、なぜ直したのかを記録に残すことが出発点です。

記録がたまってきたら、月に1回ほど、推進役と判断の提供者で直した点を見返します。同じ理由の直しが何度も出ている場合は、単価表の誤りか、値決めの確認項目の抜けである可能性が高いでしょう。そこで単価表や確認項目を直せば、同じ直しは次から減っていきます。

また、精度を確かめるための見積を、あらかじめ何件か決めておくと便利です。過去の見積のうち、正しい答えが分かっているものを選んでおき、仕組みを直すたびにAIに解かせて結果を比べます。こうしておけば、ある部分を直したことで別の部分の精度が下がっていないかを、毎回同じ物差しで確かめられるようになります。

14 業種を問わず題材にしやすい見積業務

最初の題材を選ぶときの参考として、業種を問わず見られる見積業務を、見積の型と合わせてまとめました。

見積業務	多く見られる会社	見積の型	AIに任せる部分
既存品の価格改定	メーカー、商社・卸、物流	価格改定型	対象の品目や契約を洗い出し、変化を反映した改定案と顧客向けの説明文を作る
定番品の単価見積	メーカー、商社・卸	類似案件参照型	同じ品目や似た品目の過去の見積と、当時の条件を並べる
仕様書からの構成見積	機械、設備、システム	構成選択型	顧客の仕様書から必要なオプションと数量を洗い出し、構成表の下書きを作る
外注を含む手配の見積	制作、工事、サービス	類似案件参照型	似た案件の外注先と価格を、参照した資料とともに示す
保守・修理の見積	メーカー、設備、サービス	積み上げ型	過去の納入仕様から、交換部品と作業時間の候補を出す
入札・相見積への回答	業種を問わない	積み上げ型と類似案件参照型	指定の書式への転記と、要求事項の読み落としの確認

なかでも、既存品の価格改定は効果が見えやすい題材です。仕入値や材料費が変わるたびに、何百もの品目の見積を見直している会社もあります。品目ごとに変化を計算し、顧客向けの説明を添える作業は手順が決まっているため、AIに向いています。先に紹介した価格交渉の調査のように、交渉の場を持てても上昇分の半分ほどしか反映できていない会社では、この業務から始めることも考えられるでしょう。

入札や相見積への回答も、件数が多い会社では題材にしやすい業務です。顧客ごとに指定された書式へ書き写す作業と、要求事項の読み落としの確認は、AIの読み取りが役立つ部分になります。

15 稟議・上申で聞かれやすい質問と、答えの準備

見積業務のAI化を社内で通すときに、決裁する人から聞かれやすい質問と、答え方の例をまとめました。

なぜ今、取り組む必要があるのですか。

見積に価格の根拠を示す場面が増えていることと、見積を任せられる人を増やしにくいことの2つが理由になります。価格交渉が行われた割合は9割を超えましたが、上昇分を価格に反映できた割合は半分ほどにと

どまっています。内訳をすぐに示せる見積の体制は、利益を守ることにもつながるのです。また、ベテランが退職や異動をする前に判断を言葉にしておくことで、その判断を会社に残すことができます。

AIが間違えた場合、誰が責任を持つのですか。

AIが作るのは見積の下書きまでで、提示する価格は担当者が確かめ、上長が承認して決めます。そのため、責任の所在は今の承認の流れと同じです。さらに、参照した資料と直した理由が記録に残るため、今よりも確認の跡をたどりやすくなります。

社内にAIに詳しい人がいなくても進められますか。

進められます。推進役に必要なのは、AIの知識よりも、自分の見積のどこに時間がかかり、どこで判断に迷うのかを説明できることです。AIの仕組みづくりや精度の検証は外部の支援先に任せ、社内では見積の中身を知る人が下書きを確かめる形で分担できます。そのうえで、導入後の更新を社内で担えるように、仕組みの直し方を少しずつ引き継いでいくのが現実的な進め方でしょう。

ベテランや技術部門は協力してくれるでしょうか。

ベテランや技術部門には、仕組みづくりの最初から「AIの下書きを直す役」として加わってもらいます。一から計算する依頼が、下書きを確かめる依頼に変われば、回答する側の負担は軽くなるはずです。また、聞き取りに使う時間が会社として必要な仕事であることを、経営層から伝えてもらうことも大切です。

効果が出なかった場合は、どうするのですか。

最初の3か月で、対象を絞った範囲の担当者の時間を測り、その結果を見て次に進むかどうかを決めます。いきなり全社に広げずに、段階ごとに判断の場を設けておくことで、失敗したときの影響を小さくできます。また、うまくいかなかった場合でも、整理した過去の見積や値決めの確認項目は社内に残り、別の方法で使うことが可能です。

今の基幹システムや販売管理のシステムとはどう関係するのですか。

最初は、基幹システムを作り替えずに、過去の見積や単価表を読み出して使う形で始めるのが一般的です。見積書の下書きを基幹システムに戻すかどうかは、効果を確かめてから決めても間に合うでしょう。そのため、最初の段階では情報システム部門に、読み出してよいデータの範囲と権限を確かめてもらいます。

顧客に、AIを使って見積を作っていると伝える必要はありますか。

伝えるかどうかは会社の方針や取引先との契約によって変わるため、まずは秘密保持の契約と取引先の決まりを確かめてください。そのうえで、提示する価格は人が確かめて決めていることと、参照した資料が記録に残っていることを説明できるようにしておくと安心です。顧客から価格の根拠を聞かれたときに、内訳と参照した過去の見積をすぐに示せることは、AIを使っているかどうかにかかわらず信頼につながるでしょう。

16 つまずきやすい落とし穴

当社が見積業務のご相談を受けるなかで、よく見てきた判断のつまずきを、起きることと先に決めておくことの組み合わせで整理しました。

つまずき	起きること	先に決めておくこと
例外まで一度にAIに任せようとする	特殊な仕様や特急対応まで自動にしようとして精度が上がらず、使われなくなる	定番の見積から始め、例外は人に回す決まりを作る
根拠を出さずに数字だけを出す	確認する人が結局一から計算し直し、時間が減らない	下書きには、参照した過去の見積と単価表を必ず添える
値決めの考え方を聞き取らずに作り始める	AIに渡す判断の材料がなく、ベテランへの確認が減らない	作り始める前に、ベテランへの聞き取りの時間を確保する
測る数字を決めずに始める	効果を説明できず、評価の時期に予算が止まる	導入の前に、工程ごとの作業時間を記録しておく
全社のデータ整理を待つ	準備だけで1年がたち、現場の熱が冷める	対象の品目の分だけ資料を集めて始める
導入後の更新の担当を決めない	単価表や書式が古いまま残り、担当者が手作業に戻る	単価表と書式を誰がいつ更新するかを決めておく

このうち、最も多く見られるのが3つ目のつまずきです。AIの仕組みを作ること自体は、短い期間でもできます。しかし、ベテランが値決めで見ている点が言葉になっていないと、下書きの数字がベテランの判断に近づくまでに長い時間がかかります。聞き取りは手間がかかりますが、見積AIの精度を決めるのはこの部分です。

最後のつまずきも、導入から半年ほどたった頃に表に出てきます。仕入値や単価が変わったのに単価表が更新されず、下書きの数字が実際と合わなくなると、担当者は少しずつ手作業に戻っていきます。そのため、仕組みを作る段階で、更新の担当と時期を決めておいてください。

17 当社の支援の経験から

当社は、AIの研修、業務に合わせたAIの開発、現場に入り込む伴走支援を通じて、100社以上の企業のAI導入を支援してきました。資料づくりの業務では、支援先で資料作成時間を80%削減した実績があります。

見積書は、型が決まった資料の代表的な例です。そのため同じ考え方で、読み取りと下書きをAIに任せ、人は確認と判断に集中できる形を作ります。見積AIは現在、製造・商社・物流の会社で導入を進めています。

どの業界でも、最初に取り組むのは過去の見積と単価表の棚卸しと、ベテランが値決めで見ている点の聞き取りです。資料の置き場所と確認項目が決まれば、読み取りと検索の部分から順に使い始められます。また、開発を始める前に、今の単価表や計算の表を整えるだけで解決できる悩みかどうかも、あわせて確かめるようにしています。

18 始める前のチェックリスト

下の10項目のうち5つ以上に当てはまる場合は、見積業務のAI化を始める準備がすでに整っていると考えてよいでしょう。

- 依頼から回答まで、数日以上かかる見積がある
- 見積を任せられる人が、社内に数人しかいない
- その人の確認待ちで、見積が止まることがある
- 過去の見積を探すのに、毎回時間がかかっている
- 依頼書や図面の内容を、見積の表に手で書き写している
- 仕入値や材料費が変わるたびに、多くの見積を見直している
- 価格交渉で、原価の内訳を示す資料づくりが追いつかない
- 見積の結果（受注・失注）が、見積書とひもづいていない
- 対象にしたい品目や顧客を、1つ挙げることができる
- 見積を日常的に作っている担当者を、推進役として出せる

最後の2項目は、始めるための条件にあたります。この2つがそろっていれば、データの整理が十分でなくても、対象を絞って始めることが可能です。

19 このレポートの読み方と限界

本レポートの統計は、公的機関が公表した調査の結果を引用したもので、調査ごとに対象の会社や時期が異なります。そのため、数字どうしを直接比べることは避け、それぞれの調査が示す傾向として読んでください。また、見積業務の工程や落とし穴は、当社が見積業務のご相談や支援を通じて見てきたことを整理したもので、すべての会社に当てはまるとは限りません。自社で進めるときは、自社の見積の型と件数に合わせて、対象と進め方を調整してください。

出典

資料	発行元・年	使った図表
令和8年版 情報通信白書	総務省（2026年）	24ページ 図表Ⅰ-2-1-6、25ページ 図表Ⅰ-2-1-7
DX動向2026	独立行政法人情報処理推進機構（IPA、2026年7月）	18ページ 図表2-14、20ページ 図表2-16、29ページ 図表3-6、31ページ 図表3-9、34ページ 図表3-13、35ページ 図表3-14、36ページ 図表3-15、37ページ 図表3-16、54ページ 図表4-1
価格交渉促進月間（2026年3月）フォローアップ調査の結果を公表します	経済産業省・中小企業庁（2026年6月26日）	ニュースリリース本文（調査概要・調査結果）
中小受託取引適正化法（取適法）関係	公正取引委員会（2026年）	取適法の施行日と改正の主な内容
全国企業短期経済観測調査（短観）2026年9月調査概要	日本銀行（2026年10月1日）	PDF6ページ「5. 雇用」雇用人員判断（全規模合計・全産業）

当社の実績は、全社で公開している数字を使っています。支援先の社名は掲載していません。

当社について

株式会社AIworkerは、業務に合わせたAIの開発、法人向けAI研修、現場に入り込む伴走支援を行っています。見積業務では、依頼書・図面の読み取りから過去見積の検索、積算の下書き、見積書の出力までを、御社の単価表と書式に合わせて組み立てる「見積AI」を提供しています。AIが作るのは見積書の下書きまでで、提示する価格は担当者が確かめて決める形です。

ご相談: https://ai-worker.net/contact/