

Hanja Times

ハンジャタイムズ

11 令和7年
2025 November

米国における

AIエージェント活用最新レポート

なりすまし詐欺から身を守るためのヒント

BMW の入試試験に挑戦してみよう！

株式会社ハンジャ・ネットワークス

〒901-2301 沖縄県中頭郡北中城村島袋 480 番地

TEL 050-5810-5929 / FAX 098-989-7715

米国におけるAIエージェント活用最新レポート

From コンサルティング事業部

先月幕張メッセにて開催されたサイボウズデイズ「ノーコード AI ランド」、DX 総合 EXPO 2025 の展示会に行ってきました。感想ですが、やはり AI に関するシステムやソリューションが多数ありました。その中で特に「AI エージェント」という自立型・対話型 AI システムについて今後私たちのビジネススタイルが大きく変わっていくのではないだろうか。

生成 AI の進化に伴い、「AI エージェント」は一気に脚光を浴びる存在になりました。人と自然に会話しながら業務を進められるこの仕組みは、もはや近未来のアイデアではありません。米国ではすでに、採用・営業・カスタマーサポートなどの現場で実装が進み、日々のオペレーションに根づき始めています。

一方で日本では、概念への認知や導入の理解が十分とは言えず、世界の動きに対して一步遅れつつあるのも事実です。新技術に慎重であること自体は健全ですが、リスクを過度に恐れて検証や小規模導入すら進まない状態は、結果的に競争力をそぐ“大きなリスク”にもなり得ます。いま求められているのは、「試す → 学ぶ → 拡げる」という段階的なアプローチで、実務価値を確かめながら自社に合う形で活用を進める姿勢です。

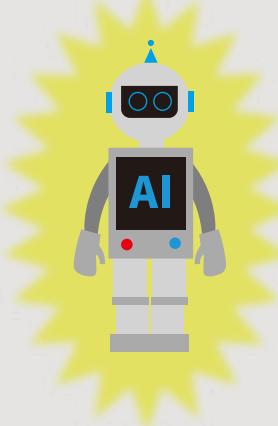
AI エージェントとは？

AI エージェントとは、人間の手を煩わせずに仕事を進める“自律型・対話型”的 AI システムです。核になるのは三つの性質。第一に**ゴール指向**——与えられた目的に向かって手順を自分で組み立て、主体的に動きます。第二に**対話能力**——人や他の AI と自然にやり取りし、状況に応じて振る舞いを変えられます。第三に**外部ツール連携**——業務システムやアプリ、データベースとつながり、現状確認から指示の実行までを一気通貫でこなします。

生成 AI の進化により、こうしたエージェントはすでに実用段階に入りました。

ChatGPT や Claude に代表される大規模言語モデルを土台に、複数ステップの業務を理解・分解し、自動で操作します。たとえば「請求書の内容チェック→承認依頼の送付→結果通知メール」といった一連の流れを、人が介在せずに回せるようになっています。

とりわけ米国では導入が加速し、採用・営業・カスタマーサポートなど人手依存が大きい領域で、“会話しながら働く AI” が現場を支え始めました。最近は「AI 上司」「AI 交渉担当」といった、これまで想像しづらかった役割まで登場し、組織のあり方そのものを変え得る存在として注目を集めています。要するに AI エージェントは、話して理解し、つなげて動く——そんな新しい“同僚”です。



どのような領域で活用されているのか？

米国企業では、AI エージェントの活用が部門横断で進み、とりわけ「採用」「営業」「顧客対応」で存在感を高めています。いずれも人手に依存しがちで業務量が多く、定型処理が混ざるため、自律的に動ける AI との相性が良い領域です。

採用では、応募者への初期対応や面接日程の調整、情報の収集と整理を AI が担うケースが拡大しています。チャットで応募者一人ひとりに必要事項を聞き取り、条件適合もある程度ふるい分ける。結果として、応募者は手間が減り、企業は処理速度が上がる。人事担当者は面接や評価といった“人ならでは”的判断に集中できるようになります。

営業の現場でも、見込み顧客への初動対応、フォロー、資料送付、興味喚起といった日々の細かなタスクを AI が肩代わりしています。メールやチャットで文脈を理解した自然なやり取りが可能になり、反応のあった有望顧客のみを担当者に引き継ぐ運用が一般化。リード育成を自動化しつつ、営業は確度の高い商談に集中でき、活動の質と効率を同時に引き上げます。

顧客対応では、従来の FAQ 型ボットの限界を超え、アカウント設定、返品手続き、技術的トラブルの一次切り分けなど、ある程度複雑な問い合わせにも AI が応対できるようになりました。一次対応を AI が担うことで、オペレーターの負荷や待ち時間が大幅に軽減され、顧客満足度の底上げにもつながっています。

さらに最近は、活用領域が「マネジメント支援」や「交渉代行」にまで広がっています。たとえば、部下の進捗やコンディションを把握してフィードバックを返す“AI 上司”的試みや、サブスク解約交渉・請求額の減額交渉といった対話的業務の代行など、「人間でなければ難しい」とされてきた分野にも変化が生まれています。

要するに、AI エージェントは現場の“細かな繋ぎ”を的確に引き受け、人が本来注力すべき創造的・判断的な仕事へ時間を戻してくれる存在として、実務の中心へと近づいています。

具体的な活用事例

次に、米国企業では具体的にどのように AI エージェントが活用されているのか、まずは営業で利用されている顧客対応の領域について見ていきましょう

エプソン・アメリカは、AI エージェントで営業の初速を上げた

展示会や Web から生まれる大量リードに対し、AI エージェントが“初期接点～温度判定～アポ化”を自動化。営業は「今話すべき相手」に集中し、反応率や商談化率を底上げする仕組みです。

なぜ AI エージェント？（背景）

エプソン・アメリカでは、展示会・フォーム・資料 DL などから年数万件規模の見込み客が流入。全件に人手で素早くフォローするのは現実的ではありません。そこで、一次接触のスピードと継続フォローの粘り強さを AI に任せ、商談化の前段階を“止めない”体制を作りました。

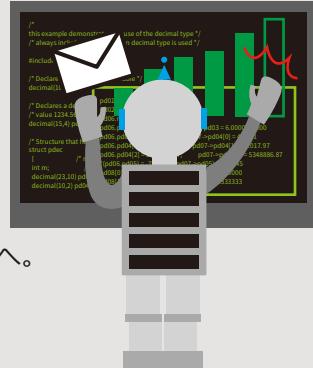
仕組み（何をしているか）

即時接触：流入直後にお礼+用途確認の短いメッセージを自動送信。

対話で温度判定：導入時期・予算感・決裁関与などを自然な問い合わせで収集。

粘り強い再接触：反応が薄い相手にも、時間・頻度・トーンを最適化してリマインド。

アポ化と引き渡し：希望が見えたら日程調整まで支援し、CRM に履歴を記録して営業へ。



初回アプローチ ▶ 継続フォローアップ ▶ ホットリードの引き継ぎ ▶ CRM 連携

展示会や Web から入った名刺や問い合わせは、まず MA/CRM に自動で整流される。

登録の直後、AI は礼と一問だけの短いメッセージを秒単位で送り、反応に応じて問い合わせの深さや間隔、トーンを滑らかに変える。

ここで相手の熱が冷める前に“最初の一往復”を落とさないのが肝だ。

会話が続けば、導入時期や決裁関与、予算感が自然に引き出され、“今話すべき相手（CQL）”が浮かび上がる。

未成熟な層は負担をかけず保温し、頃合いを見て軽く再訪問する。

CQL へ育ったら、要点サマリーが自動で CRM にまとまり、営業へ静かにバトンが渡る。

休眠リードも、季節要因や用途仮説を添えたやさしい一文で動くことがある。

人の粘り強さを仕組みとして持続させること——それを AI が実装している。

初回反応率の改善（スピード接点+継続フォロー）

MQL/CQL の増加（“温度の高い層”を抜き出す）

営業の生産性向上（対話ログが自動記録され準備が早い）

AI エージェントは 秒で届く一言 と 粘り強い再接触 で反応率を押し上げ、会話の中から「今話すべき見込み客（MQL/CQL）」をきちんと抜き出す。

しかも対話ログは自動要約で一望できるから、初回面談の準備が驚くほど速い。

Conversica の LLM 対話は定型文の壁を越え、相手の返答に合わせて将来の接点まで設計してくれ結果として、AI エージェントが支える“即応・選別・記録・継続”的四拍子が、エプソン・アメリカの営業現場にリズムを作った。Salesforce などの CRM と連動でリードの状態や接点履歴を参照しつつ、最適なタイミングでフォローを実行します。

エージェントによるすべてのコミュニケーションはログ化され、営業チームが後から確認・引き継ぎしやすい運用になっているのです。

AI 上司がやってくる！

次に、まだ実験段階であるものの、注目される領域とその事例について、いくつか見ていきたいと思います。

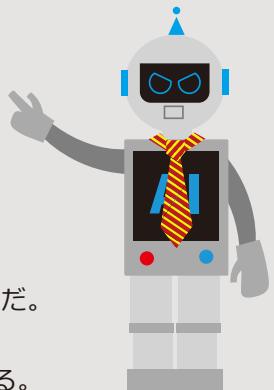
「AI 上司」が変えるマネジメントの当たり前

PeopleX 「AI 上司」がつくる “観察と示唆” のマネジメント

「資料づくりと確認に追われ、肝心の対話に時間が割けない」——多くの現場から聞こえる声だ。

プレイングマネージャーの負荷増、若手の管理職志向の低下、属人化した評価運用…。

PeopleX は、こうした構造的な行き詰まりに対し、**AI 上司**という切り口で実証を進めている。



PeopleX の挑戦：AI が “観察と示唆” を担う

狙いは単純だが深い。業務の進捗やコンディションを可視化し、必要な示唆をその場で返す。つまり、人がやつてきた「把握→気づき→指摘」の一部を AI が肩代わりして、上司は対話と意思決定に集中できるようにするのである。

進捗の自動トラッキング

週次で遅延や偏りを検知して上長に通知。口頭確認や日報頼みの抜け漏れを防ぐ。

モチベーション／メンタルの兆候検知

行動ログや入力傾向からストレスや意欲の変化をスコア化。早めの声掛けや負荷調整につなげる。

1on1 の下ごしらえ

直近の出来事と論点を自動要約し、質問例まで提示。形骸化しがちな面談を実のある時間へ。

評価用ログの整理

日々の成果と成長記録を時系列で蓄積・要約。期末に “探す作業” をなくし、納得感のある評価を助ける。

こうした方向性は、国内メディアの紹介でも「管理職の仕事を減らし、育成に貢献」と位置づけられている。

人手だけで全員の進捗・負荷・感情の揺れを追い切るのは難しい。チェックは遅れ、判断は主觀に寄り、面談は準備不足に陥りがちだ。AI が “事実” を整えてくれるなら、上司は「人を見る」ことに時間を配分できる。

社内実証の手ごたえ

試験導入のアンケートでは、管理職の 100%、メンバーの 88% が継続利用を希望。単なる工数削減だけでなく、「1on1 の質が上がった」「評価の根拠が揃い、心理的な余裕が生まれた」といった反応が目立つ。まだ道半ばではあるが、“観察と示唆の自動化” が現場の呼吸を整える、という仮説は強まっている。

AI は上司の代わりに評価を下す “判定者” ではなく、**事実を整え、次の一手を促す “参謀”** だ。

PeopleX の実証が示すのは、テクノロジーで管理を強めるのではなく、人間的なマネジメントを取り戻す道がある、ということなのかもしれない。

恐るべし AI 交渉代理人

次に、DoNotPay 社の事例（AI 交渉代理人）の事例について、いくつか見ていきたいと思います。

交渉は AI に任せよう——DoNotPay が切り開く “個人の逆襲”

DoNotPay 社は、法的知識のない一般ユーザーでも企業や官公庁に対して交渉・請求・異議申立てを簡単に進められるよう、AI エージェント型のサービスを提供しています。利用者は複雑な書式を自分で作成したり、窓口で粘り強く交渉したりする必要はありません。Web プラットフォーム上の質問に答えるだけで、AI が “代理人” として手続きを進めてくれます。

この AI エージェントは、単なる「文書の自動生成」にとどまらず、実際の交渉プロセスにも踏み込みます。代表的な機能は以下のとおりです。



1. 駐車違反の異議申立て書の作成とオンライン提出

「不当な駐車違反通知を受け取った」と入力すると、AI が該当地域の条例を参照し、違反内容との整合をチェックして主張の根拠を自動生成。ユーザー情報・車両情報を反映した正式な異議申立て書を PDF や郵送用フォーマットで作成し、多くの地域ではオンライン提出まで代行します。

2. サブスクリプションの自動解約交渉

意図せず継続された有料サービス（音楽／動画配信、ジム等）の解約をサポート。AI が企業のサポート窓口にメールやチャットで連絡し、「事前通知がなかった」「キャンセル意思表示は期限内だった」などの法的根拠を示しつつ、返金や即時解約を求めます。担当者が難色を示す場合には「利用規約第〇条に基づき…」といった強い主張を加え、実際に返金が認められた事例も多数報告されています。

3. 返金・補償請求文の生成と送付

航空便の遅延・欠航、ホテル予約の不備、商品の初期不良などに対し、AI が返金やクレジット付与を求める書面を作成。ユーザーは発生事象を数行記入するだけで、過去事例や関連する消費者保護法を踏まえた、応じざるを得ない主張を自動で組み立ててくれます。

4. 小額訴訟の書類準備と提出先ガイド

交渉が決裂した場合や企業側の対応がない場合、Small Claims Court（小額訴訟）に向けた準備も支援。訴訟通知（demand letter）や申請書類を生成し、地域に応じた送付先や管轄裁判所の情報まで提示します。ユーザーは印刷して提出するだけで、弁護士を雇わずに法的対応に進むことが可能です。

DoNotPay の AI エージェントは、「法律に明るくない個人でも、企業と対等に交渉できる環境を作る」ことを目標に設計されています。一方で、近年は精度や法令順守に関する批判・訴訟もあり、米連邦取引委員会（FTC）は 2024 年に同社へ罰金を科しています。それでも、従来は専門家に依頼しがちだった「交渉」や「請求」を個人が AI の力で実行できるようにした点で、DoNotPay は AI エージェント活用の可能性を大きく押し広げた事例と言えるでしょう。

最後に

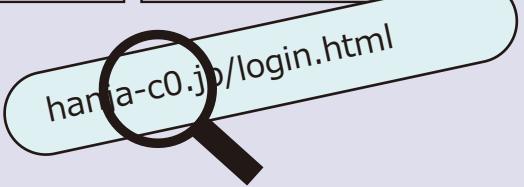
本稿で取り上げた事例が示すように、米国では AI エージェントがすでに現場に根づき、採用・営業・顧客対応を中心に業務の生産性と品質を引き上げています。一方の日本は、生成 AI / AI エージェントの導入に慎重な姿勢が残り、活用面で世界との差が広がりかねません。いまや生成 AI は「試してみる」段階ではなく、事業成果へ直結させる段階です。意思決定やマネジメント、社外コミュニケーションまで含めて AI 前提の運用へ移行することが、日本企業にとって喫緊の課題と言えるでしょう。

なりすまし詐欺から身を守るためのヒント

年末の買い物シーズンを迎えるにあたり、なりすまし詐欺から身を守るためにヒントをご紹介します。なりすまし詐欺とは、詐欺師が信頼できる企業になりすまして接触し、個人情報や金融情報、Amazon アカウントの詳細などの機密情報を入手しようとする手口です。



なりすまし詐欺の代表的な手口

メール／SMS フィッシング・スミッシング	電話 ビッシング／特殊詐欺	ビジネスメール詐欺 BEC／CEO 詐欺	アカウント乗っ取り型 BEC／CEO 詐欺
銀行や宅配、Apple/Google、Amazon、行政機関を装い、偽サイトへ誘導して ID・パスワードやカード情報を入力させる。	サポート窓口・警察・家族・会社の上司を名乗り、急ぎの振込やギフト券購入、認証コードの口頭伝達を求める。	取引先や社長のふりをして請求書の振込先を変更させる、支払いを「至急」指示する。	LINE・Facebook・メールアドレスなどのアカウントを乗っ取り、知人からの頼みごとに見せかけて金銭やコードを要求。
偽サポート／遠隔操作	ドメイン そっくりな表示名	請求書 PDF 改ざん	MFA 疲労 プッシュ爆撃
画面に「ウイルス感染」等の警告を出し、電話させて遠隔操作ツールを入れさせる。	hanja.co.jp → hanja-c0.jp のように似た文字列や差出人表示名で信じ込ませる。	取引先を装い、PDF 内の振込先だけ差し替え。	短時間に何十件も認証リクエストを送り、うっかり「承認」させる。
QR コード詐欺 QRishing	広告 検索ハイジャック		
レストランの卓上メニューやポスターの QR を差し替え、偽サイトへ。	Google 等の広告枠から「正規そっくり」サイトへ飛ばす。		

見抜くポイント（現場チェックリスト）

- 差出人のドメインが本物と一致しているか、返信先が不自然でないか
- 外部送信者タグ（[外部]など）や日本語の不自然さ／機械翻訳
- リンクの実 URL（マウスオーバー）と表示が一致しているか、短縮 URL で隠していないか
- 至急・内密・今日中など、急がせる文面
- 認証コード（MFA）やパスワードの共有要求は原則あり得ない
- 口座変更や高額支払いは別経路でコールバック確認（既知の電話番号で）

これだけは守ろう！情報セキュリティの4つの鉄則

別経路で折り返す 支払い・口座変更・認証コード要求→メールには返信せず、登録済みの電話番号に自分から発信。	リンクは必ず指さし確認 クリック前にマウスオーバーで実 URL を見る。https／正しいドメインかだけ確認。	MFA はプッシュ拒否 TOTP／物理キー プッシュ爆撃が来たら全部拒否。TOTP（認証アプリ）か物理キーに切替。	認証コードは絶対に口頭共有しない サポート・上司・家族でもNG。
---	---	--	--

“実戦ヒント”をギュッとまとめてみました！

今日からできる“だまされない”習慣

日常ルーティン（毎日30秒）

- ・迷ったら5分ルール：すぐに決めず5分置く→別経路で確認。
- ・差出人の“返信先”を開いてチェック（表示名で判断しない）。
- ・添付は一旦保存して開く（プレビューでマクロ実行を防ぐ）。

お金・支払い時の鉄板

- ・口座変更＝必ずコールバック（旧来の電話番号で）。メール返信・チャット返信は禁止。
- ・二重承認：一定額以上は2人以上の承認が揃うまで送金しない。
- ・冷却期間：新口座は1営業日寝かせる（その間は旧口座のみ支払い可）。

SNS／メッセージの身の守り方

- ・知人からの「ギフト券買って」等→一旦既知番号へ電話。DM・LINEだけで完結させない。
- ・QRコードは現物が改ざんされていないか見る（上からシールを重ねてない？）。
- ・公開プロフィールに役職・出張予定・担当者名を過度に出さない（BEC 対策）。

スマホ設定（個人でも会社でも）

- ・生体認証+画面ロックを最短タイムアウトで。
- ・SIM スワップ対策：キャリアの番号保護ロック（利用可能なら有効化）。
- ・不明プロファイル／証明書／MDMは削除。アプリの通知権限を最小限に。



メールの安全設定（超実用）

- ・受信箱に外部ラベル（例：[外部]）を付けるルールを設定。
- ・“類似ドメイン警告”ルール：hanja.co.jpに似たhanja-c0.jpなどを強調表示。
- ・請求・支払い系は自動で「高リスク」ラベル付与（件名に「至急／口座変更／監査」など）。

電話が来た時の“即席スクリプト”

「ありがとうございます。社内規程で口頭では承れません。私から登録済み番号へ折り返しますので、そこで手続きします。」

家族・社内の“合言葉”運用

- ・緊急送金やコード要求は、あらかじめ決めた合言葉が言えた時だけ対応。
例）季節+好きな食べ物=「秋サーテーアンダギー」

「やってしまったかも…？」と思ったら、迷わずこの3つをすぐ実行！

早い対応が、被害を最小限にします。

1 通信遮断・ログアウト

不審なリンクを開いた、情報を入力したなど「まずい」と思った瞬間に、ネット接続を切り、すべての端末・アプリからログアウト。
端末が乗っ取られる前に通信を止めることが第一歩。

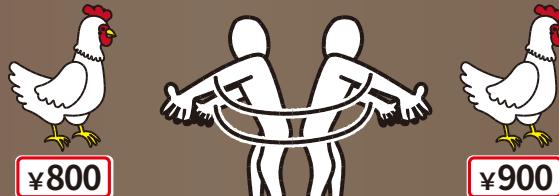
2 パスワード&MFA再発行

被害が疑われるアカウントだけでなく、同じパスワードを使っている他サービスもすべて変更。
MFA（多要素認証）を使っている場合は、認証アプリやキーの再設定も行う。

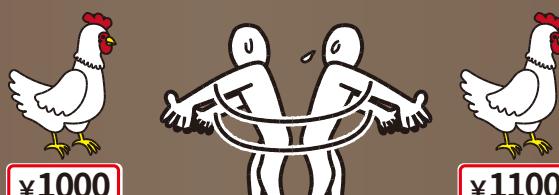
3 金融機関・社内へ即連絡

入金・口座・カード情報などが関係する場合は、すぐに金融機関へ連絡して停止依頼。
業務関連なら社内の情報セキュリティ担当にも報告。
後から検証できるように、原文メール・URL・通話記録などを保存しておく。

BMWの入試試験に挑戦してみよう！



800円で鶏を仕入れ、900円で売りました



その後 1000円で買戻し、再び 1100円で売りました

＼さて、いくら儲けた？／

パッと見、「800円で買って → 900円で売って → 1000円で買い戻して → 1100円で売った」…

だから売買2回でそれぞれ100円ずつの利益、合計200円の儲け！と答えた方、それは数字的には完璧な計算です。

まさに論理派・計算派タイプ。投資や経理にはぴったりの脳みそ。が…この問題、そこで終わりません。

もう一度、よ～く見てみましょう。

最初：800円で仕入れて → 900円で売った → +100円

次に：900円で売った鶏を1000円で買い戻した → -100円

最後に：その鶏を1100円で売った → +100円

ぜんぶ足すと、+100円の利益。

ここで「100円の儲け」と答えたあなたは、コスト意識や経営感覚が鋭い人です。

現場を回しつつ、ムダにも気づけるタイプ。

人事担当が言うには、「補欠採用！」らしいです（笑）。

では、正解は？

驚くことなけれ、なんと「200円の損」です。

「…え？ 儲けてるのに損って、どういうこと？」

この問題の“裏テーマ”は「機会損失」

よく考えてみてください。

最初に仕入れた800円の鶏を、そのまま最後の1100円で売っていれば、+300円の儲けが出たはずなんです。

でも、わざわざ途中で900円で売って→1000円で買い戻すという回り道をしたせいで、儲けは100円にとどました。

つまり「本来得られたはずの利益（300円）- 実際の利益（100円）」で、200円の損失とも言えるわけです。

これを経営では「機会損失（逃した利益）」と呼びます。

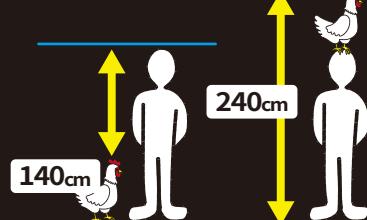
この問題、何が正解か？というよりも、「あなたがどこに価値を置いてるか？」を映す鏡のようなものかもしれません。

論理的に計算すれば「200円の儲け」

取引単位で見れば「100円の利益」

経営視点で見れば「200円の損」

ちょっと頭の体操



鶏の身長は何センチですか？

答えは
コチラ



どれも間違いではない。むしろ、「自分の考え方がひとつの中解だ」と思い込んでしまうことが一番危ういのかもしれません。