

SalesforceのAIエージェントプラットフォーム

**Agentforce** とは

1	なぜ、いまAIエージェントが必要なのか	…P2
2	SalesforceのAIエージェントプラットフォーム「Agentforce」	…P10
3	Agentforceができること	…P19
4	Agentforceのユースケース	…P26
5	Agentforceのセキュリティ対策	…P35
6	Agentforce運用におけるAIガバナンス	…P39
7	Agentforceの費用構造	…P45
8	Salesforceが目指すAI時代の働き方	…P51

商品やサービスの高品質が当たり前になった今、企業に期待する顧客の価値基準はますます高まっています。

## 市場

### 基本性能の 高水準化

高品質な商品・サービスが一般化したことで、顧客にとって高品質が選定の前提になりつつあります。

## 顧客

### 解決サービスの 選択肢が豊富

顕在課題の解決サービスが増えてきたことで、顧客は必ずサービス比較して購入を決めています。

## 競合

### 機能による 差別化の困難

技術や機能面での差別化が難しくなったことで、顧客は発注先の選定が難しくなっています。

## 潜在課題を引き出す顧客視点の重要性

顧客自身も気づいていない潜在的な課題に対して新しい解決策を提示できないと、取引回数は減ってしまいます。

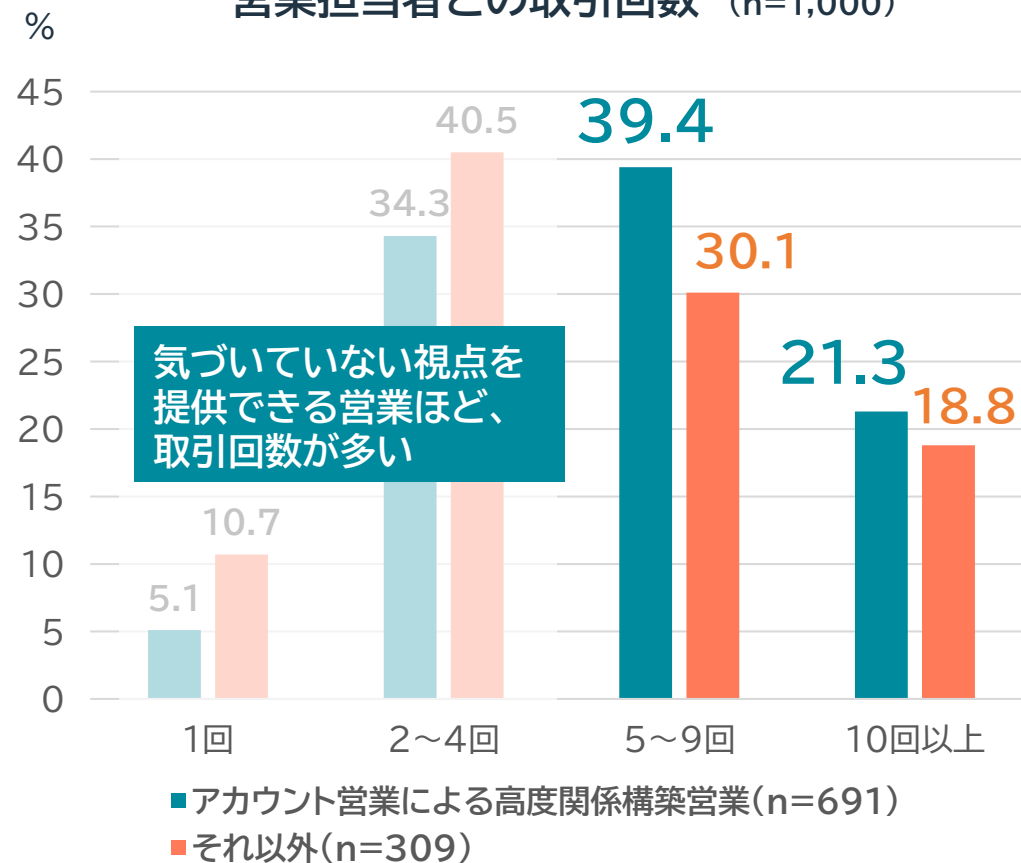
### 顧客は「自社に最適な提案」を求めている

顧客は、自社の課題状況や価値基準を十分に理解した上で、自社に最適な解決提案を企業へ求めています。

### 顧客は「新しい解決アイデア」を求めている

顧客が、自社では思いつかなかった新しいアイデアで課題を解決してほしいと考えています。

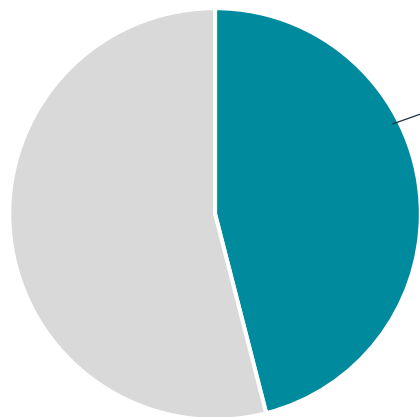
自分が気づいていない視点を提供してくれた  
営業担当者との取引回数 (n=1,000)



引用元: パーソル総合研究所「[営業実態調査2025](#)」2025年11月

顧客は、自社のビジネスや課題背景まで理解した上で課題解決を提案してくれる企業を高く評価する傾向があります。

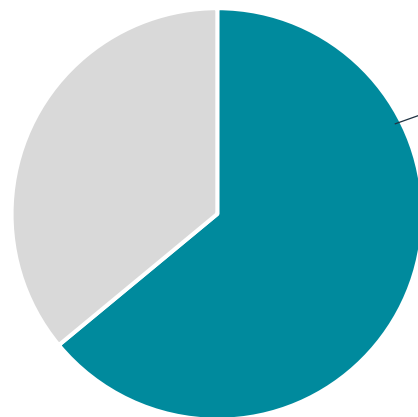
### 自社ビジネスを理解して 提案してくれるか？



46%

81%の企業が顧客理解に自信を持つ一方、理解されていると感じる顧客は46%にとどまる

### 自社の課題背景を踏まえて 提案してくれるか？



64%

64%の消費者が、体験がパーソナライズされていなければブランドをやめる

※引用元: Twillio社「[New Twilio Study Points To Lack of Customer Data as Major Obstacle to Reaping AI Rewards](#)」2024年4月

顧客データを活用することで、顧客理解がより深まり、顧客ごとに最適な解決提案が行いやすくなります。



## AIエージェントとは

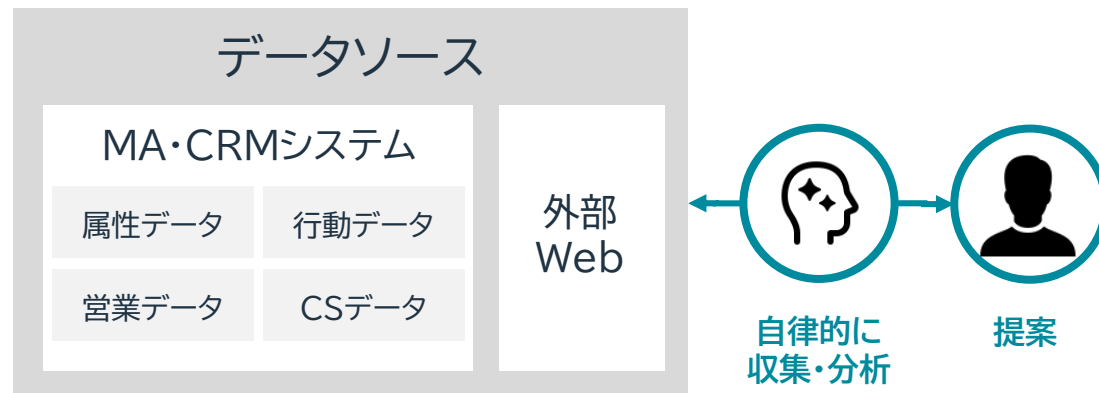
AIエージェントは、目的達成に向けてデータを自律的に収集・分析することで、個別最適な提案の品質を高めることに役立ちます。

従来: リソース不足でデータを活用しきれない



❌ 顧客理解に役立つデータが社内に蓄積されているものの、時間や分析技術の不足で価値提案に活用できていない。

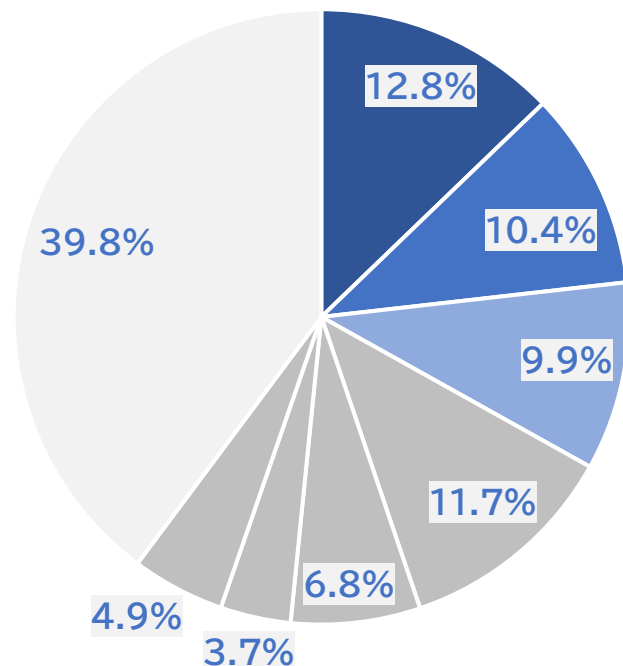
今後: AIエージェントと協働してデータを活用



○ AIエージェントが代わりに広く深く分析することで、新しい気づきや示唆をデータから得られるようになる。

約3社に1社が、すでにAIエージェントの導入・準備・実証実験を進めています。

あなたの勤務先におけるAIエージェントの検討・利用状況を教えてください(単一回答)



- **すでに導入している**
- **導入を決定し、準備を進めている**
- **実証実験段階である**
- 導入を検討中である
- 情報収集段階である
- 検討していない
- わからない
- AIエージェントを認知していない

導入・準備・  
実証実験の合計

**33.1%**

※調査元: Allganize Japan社「[企業におけるAIエージェント導入に関する調査](#)」2025年5月  
調査期間: 2025年4月3日(木)~2025年4月7日(月)  
調査方法: インターネット調査  
調査人数: 1,000人  
回答者: 勤務先で生成AIを導入している従業員数100名以上の企業団体に勤める正社員

## 顧客データを価値に変えるAgentforce

Agentforceは、Salesforceに蓄積された顧客データをもとに、業務効率化だけでなく価値創造を支援するさまざまなAIエージェントを構築できます。



1	なぜ、いまAIエージェントが必要なのか	…P2
2	SalesforceのAIエージェントプラットフォーム「Agentforce」	…P10
3	Agentforceができること	…P19
4	Agentforceのユースケース	…P26
5	Agentforceのセキュリティ対策	…P35
6	Agentforce運用におけるAIガバナンス	…P39
7	Agentforceの費用構造	…P45
8	Salesforceが目指すAI時代の働き方	…P51

# Salesforceの AIエージェントプラットフォーム Agentforce

Salesforceのデータを活用して  
自律的に業務を実行できるAIエージェント

こんなAIを待っていた

## Agentforce

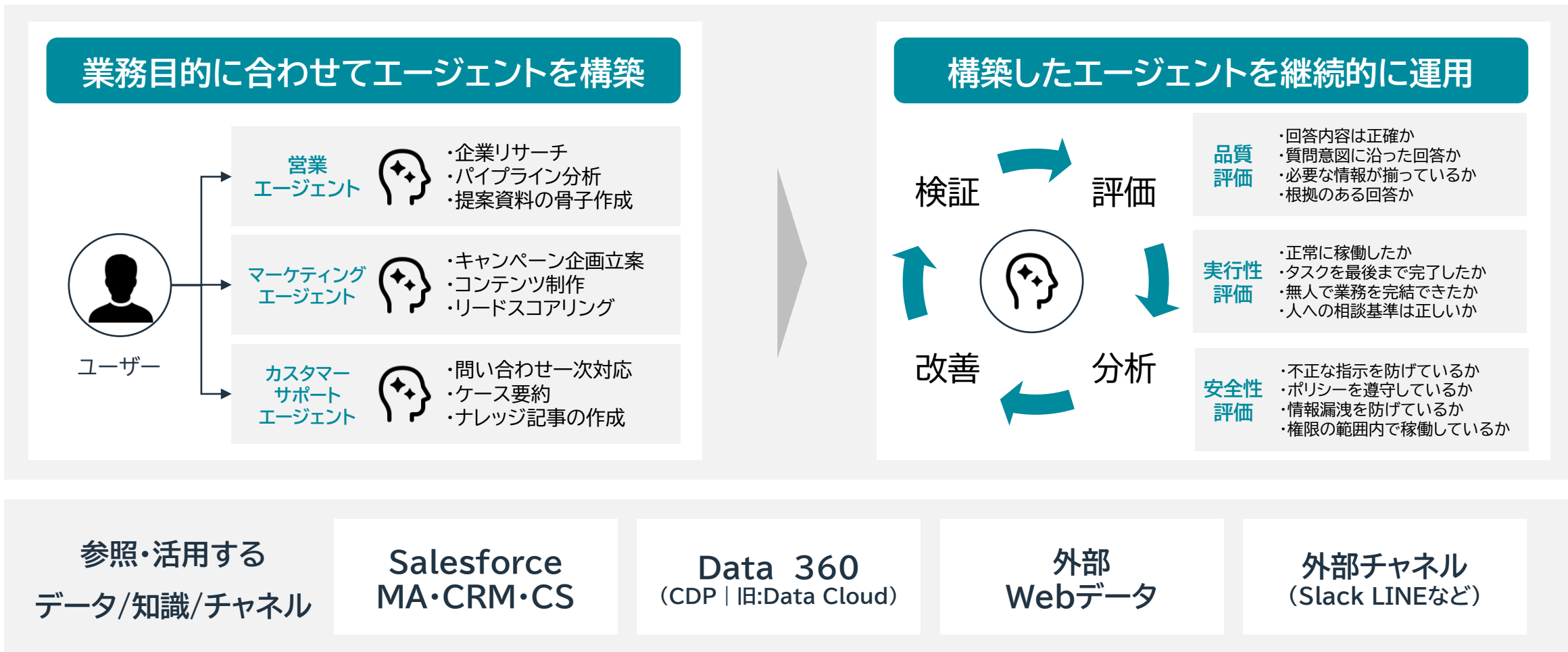
Salesforce Platformの次世代レイヤーで、  
自律型AIエージェントを導入

- さまざまな職種や業種のスキルを組み込んだ  
AIエージェントを展開
- 既存のワークフロー、コード、APIを活用して、  
AIエージェントが自律的にアクションを実施
- AIモデルのトレーニングをせずに、  
AIエージェントを企業データに接続することが可能
- Atlas推論エンジンを活用して  
最適なアクションを実行



# Agentforceとは

Salesforceを基盤にAIエージェントを構築・運用できるプラットフォームです。



## AIエージェントの仕組み

Agentforceで構築するAIエージェントは、エージェント・トピック・アクションの階層構造で構成されています。

## 要素の定義

## エージェントとは

AIエージェント全体の役割や目的を定義したもの。営業支援や問い合わせ対応など、担当する業務領域を決める。

## トピックとは

AIエージェントが対応する業務テーマを定義したもの。業務ごとに必要な判断や実行内容を整理する。1エージェントに複数の紐づけが可能。

## アクションとは

AIエージェントが実際に実行する処理や操作。Salesforceや外部システムのデータ参照・更新などを実施。1トピックに複数の紐づけが可能。

## AIエージェントの階層構造

例) 営業支援エージェントを構築する場合

## エージェント「営業支援エージェント」

営業担当者の情報収集や提案活動を支援し、顧客対応の質と生産性を向上させるAIエージェント。

## トピック「商談準備の支援」

商談前に必要な顧客情報や過去の接点履歴を収集・整理し、担当者が短時間で状況を把握できるよう支援する。

アクション  
「顧客情報を取得」

取引先情報や担当者情報、契約状況など、Salesforceから取得する。

アクション  
「過去商談を要約」

過去の商談履歴や活動記録を要約し、重要なポイントを整理して提示する。

## トピック「提案活動の支援」

顧客課題の仮説立案や提案準備を行い、営業担当者の提案品質向上を支援する。

アクション  
「類似案件を検索」

過去の商談データから類似案件を検索し、参考事例や成功パターンを提示する。

アクション  
「アクションを提案」

顧客状況や商談進捗をもとに、次回実施すべきアクションを提案する。

## AIエージェントを構成する5つの要素

Agentforceでは、エージェント・トピック・アクションを設計する際に5つの要素を定義することで、安全かつ意図通りにタスクを実行するAIエージェントが構築できます。

### 役割



どんな業務を  
任せるか？

### データ



どんな知識に  
アクセスさせるか？

### アクション



どのようなタスクを  
実行させるか？

### ガードレール



何をさせては  
いけないか？

### チャンネル

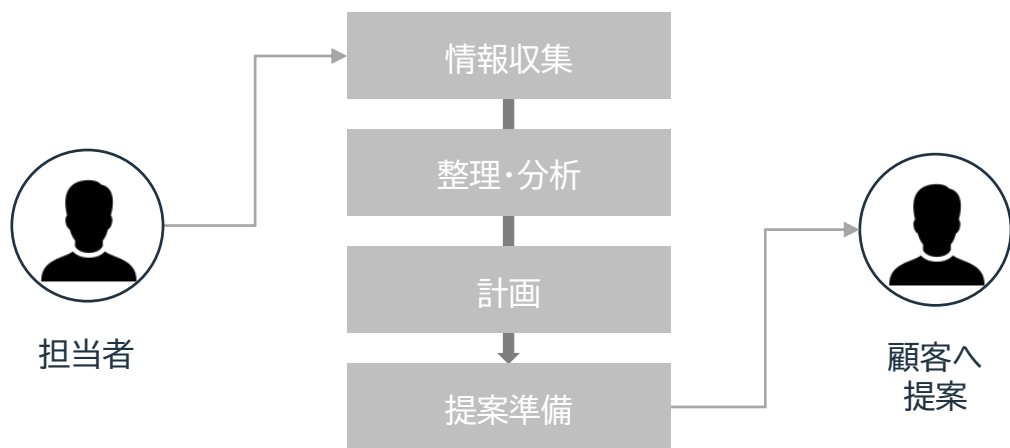


どこでタスクを  
実行させるべきか？

## Agentforceの導入イメージ

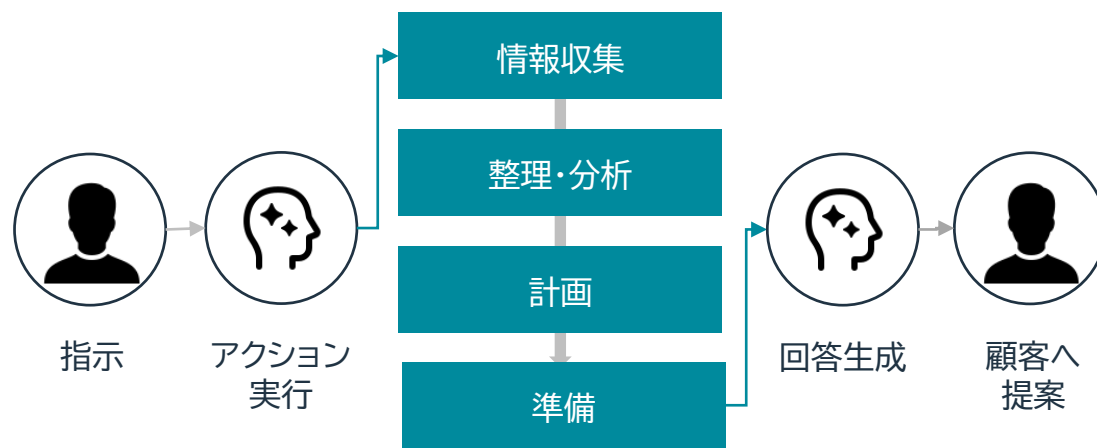
CRMデータや外部データを活用して業務を実行するAIエージェントを、各部門の業務フローに組み込むことができます。

### Before: 人が全業務を担当



✗ 情報収集や対応業務に時間を取られ、顧客理解や提案活動に十分な時間を確保しづらい

### After: 人が付加価値業務に専念



○ AIエージェントが周辺の定型業務を支援することで、人は付加価値業務に集中できる

## Agentforceの国内事例①

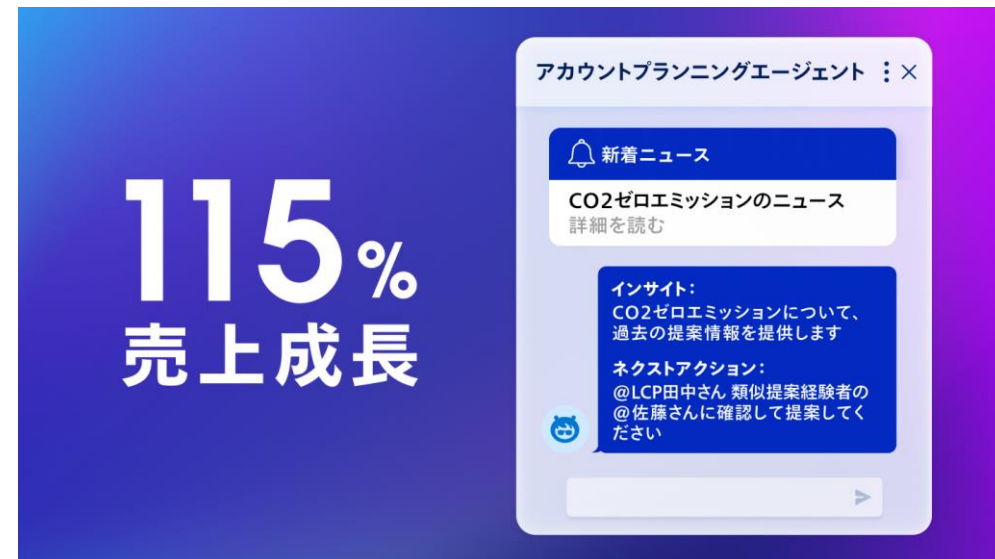
会社名:アビームコンサルティング株式会社

# トップパフォーマーの洞察を リアルタイムで組織全体に展開し 売上成長115%を達成

- ・約9,000名規模の総合コンサルティングファーム
- ・経営戦略立案からITシステムの導入・運用

### 導入前の課題

- ・トップパフォーマーの顧客深耕スキルが個人依存で再現性が低く、組織として展開できていない
- ・全社でタイムリーな情報共有と多様なオファリングを活用できる仕組みを整えられていない



### 導入後の効果

- ・トップ人材の思考と行動を組織展開して、組織全体の提案力と実行力が向上
- ・社内外に散在する多種多様なデータ形式を集約し、顧客への新たな示唆やアプローチを創出

※参照元:Salesforce社「[アビームコンサルティング株式会社のお客様事例](#)」

会社名:株式会社REFLAME

## 属人化した提案プロセスを AI基盤で再現可能にして 面談決定率110%を達成

- ・人材紹介・採用支援事業の従業員数30名のスタートアップ
- ・求職者と求人のAIマッチングを実装

### 導入前の課題

- ・求人提案が個人のスキル・経験・勘に依存しており、提案品質にばらつきが生じた
- ・トップパフォーマーの暗黙知を組織で共有・再現する仕組みがなく、育成やイネーブルメントのリソースが膨大に。



### 導入後の効果

- ・ハイパフォーマーの暗黙知を形式知化し、質の高いデータ基盤を3か月で整備
- ・AgentforceとData Cloudを活用した自動マッチングで、求人検索工数の削減と面談決定率の向上

※参照元:Salesforce社「[株式会社REFLAMEのお客様事例](#)」

会社名: LINEヤフー株式会社

## 問い合わせ対応を高度化し、 月間30万件超の問い合わせ対応と 回答正答率8割超を実現

- ・Yahoo! JAPANのヘルプページに寄せられる問い合わせ対応を効率化
- ・Agentforce、Data 360、Service Cloudを活用

### 導入前の課題

- ・既存のチャットボットでは定型的な応答が中心で、多様化する問い合わせへの柔軟な対応が難しかった
- ・チャンネルごとにデータやナレッジが分散し、AIが正確に活用しやすい形には整理されていなかった



### 導入後の効果

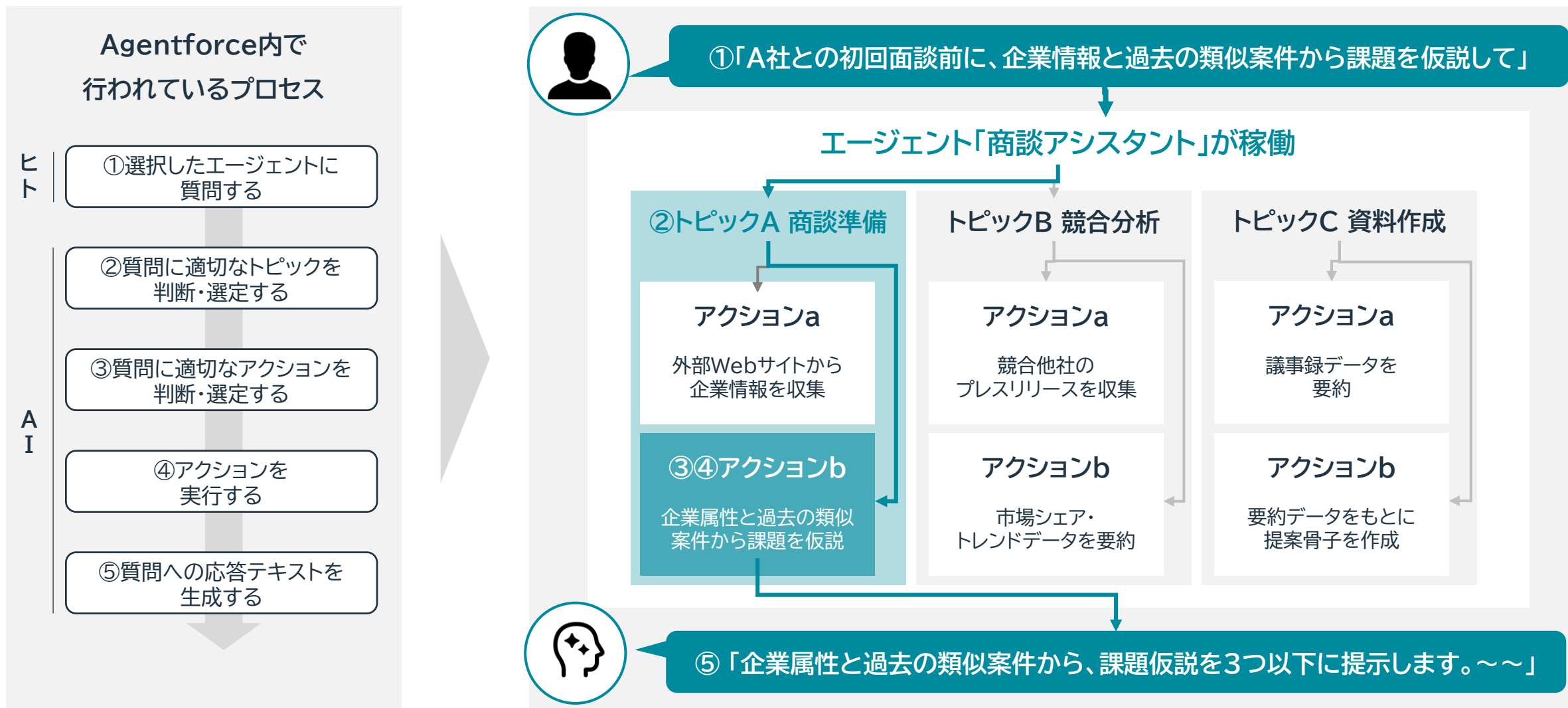
- ・従来のチャットボット運用で蓄積されたナレッジを再構築し、回答正答率が従来比約1.3倍に向上
- ・オペレーターが、より付加価値の高い業務に専念できる体制を構築

※参照元: Salesforce社「[LINEヤフー株式会社のお客様事例](#)」

1	なぜ、いまAIエージェントが必要なのか	…P2
2	SalesforceのAIエージェントプラットフォーム「Agentforce」	…P10
3	<b>Agentforceができること</b>	<b>…P19</b>
4	Agentforceのユースケース	…P26
5	Agentforceのセキュリティ対策	…P35
6	Agentforce運用におけるAIガバナンス	…P39
7	Agentforceの費用構造	…P45
8	Salesforceが目指すAI時代の働き方	…P51

## ①業務目的に応じた自律的なタスク実行

利用ユーザーの業務目的に応じて、最適な担当業務とタスクを自律的に判断して実行します。



マーケティング・営業・カスタマーサポートなど幅広い業務領域で、さまざまなユースケースに対応できるAIエージェントを構築できます。

## トピック例

## 業務のユースケース例(アクション)



ユーザー



AIエージェント

Web・ナレッジを  
探索・生成する

外部のWeb情報を検索する  
過去の類似案件を抽出する  
ナレッジを横断検索して対応案を提示する

ケース履歴をもとに返信案を生成する  
商談の勝ちパターンを分析する  
高確度のリードを抽出する

通知・メールを  
実行する

リード・取引先責任者へメールを送信する  
ChatterやSlackで通知する  
上長へ承認依頼を通知する

営業担当にフォロー通知する  
問い合わせ担当へエスカレーションする  
離脱リスク顧客へフォロー配信する

CRMを更新する

会話内容を要約して活動履歴を更新する  
問い合わせ内容を解析してケース分類する  
商談状況を分析し次回アクションを提案する

スライドファイルを要約して項目に記録する  
ケース内容から適切な担当者をアサインする  
メール・商談内容からステータスを変更する

外部システムと  
連携する

ERP連携フローを実行して受注処理する  
Slack・メール・CRMの連携で顧客対応する  
外部システムを利用して在庫確認を実行する

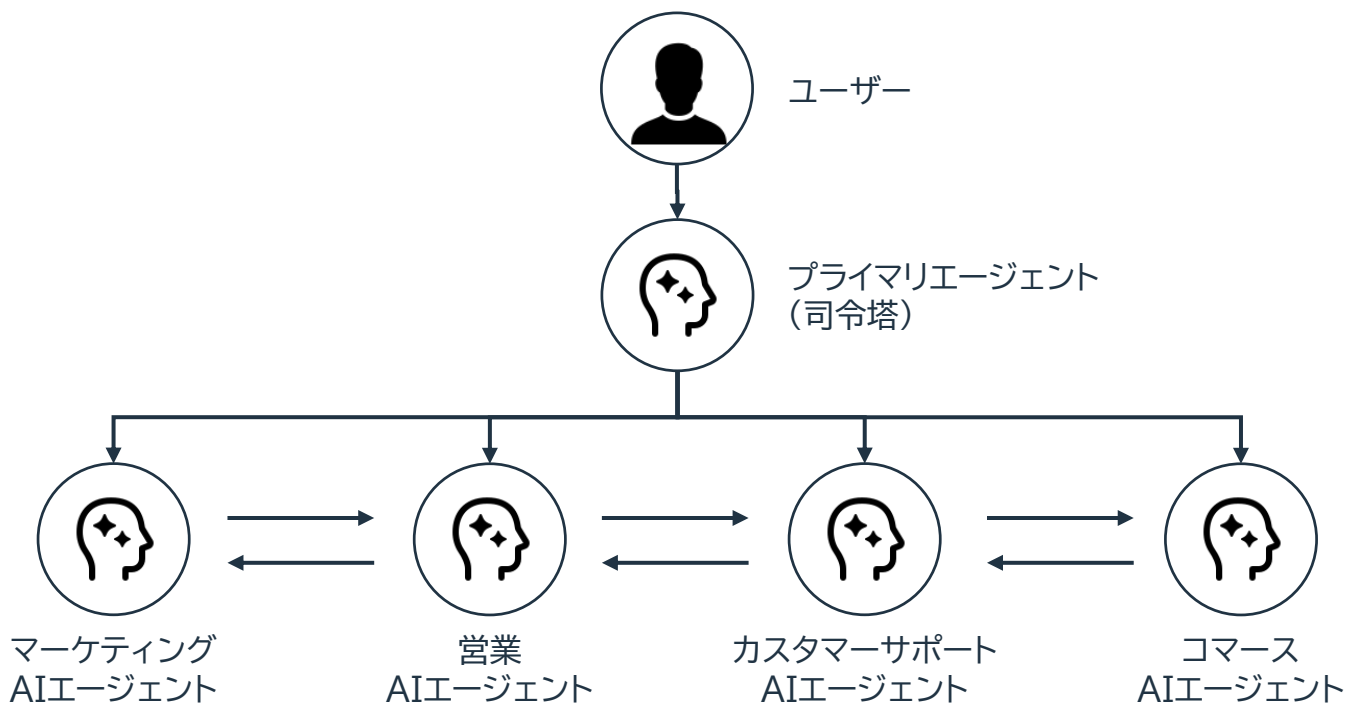
複数システムの情報を統合して提案する  
カレンダー・会議ツールと連携して、候補日程の調整を提案する

## ③部門横断のマルチエージェント連携

専門領域ごとのAIEージェントを連携させることで、複数部門にまたがる業務プロセスのタスクを実行させることができます。

## マルチエージェントシステム

企業内の共通言語を理解して、部門間の情報検索やアクションを実行



## 例)新製品立ち上げのキャンペーン施策

## マーケティング部門

新製品を立ち上げるマーケターが、推論能力を備えたAIEージェントを活用してマーケティングキャンペーンを構築。

## 営業部門

キャンペーン構築後、そのエージェントは「アウトバウンドエージェント」と連携し、関連する複数のチャネルを通じて顧客へキャンペーンを展開(プッシュ配信)。

## カスタマーサポート部門

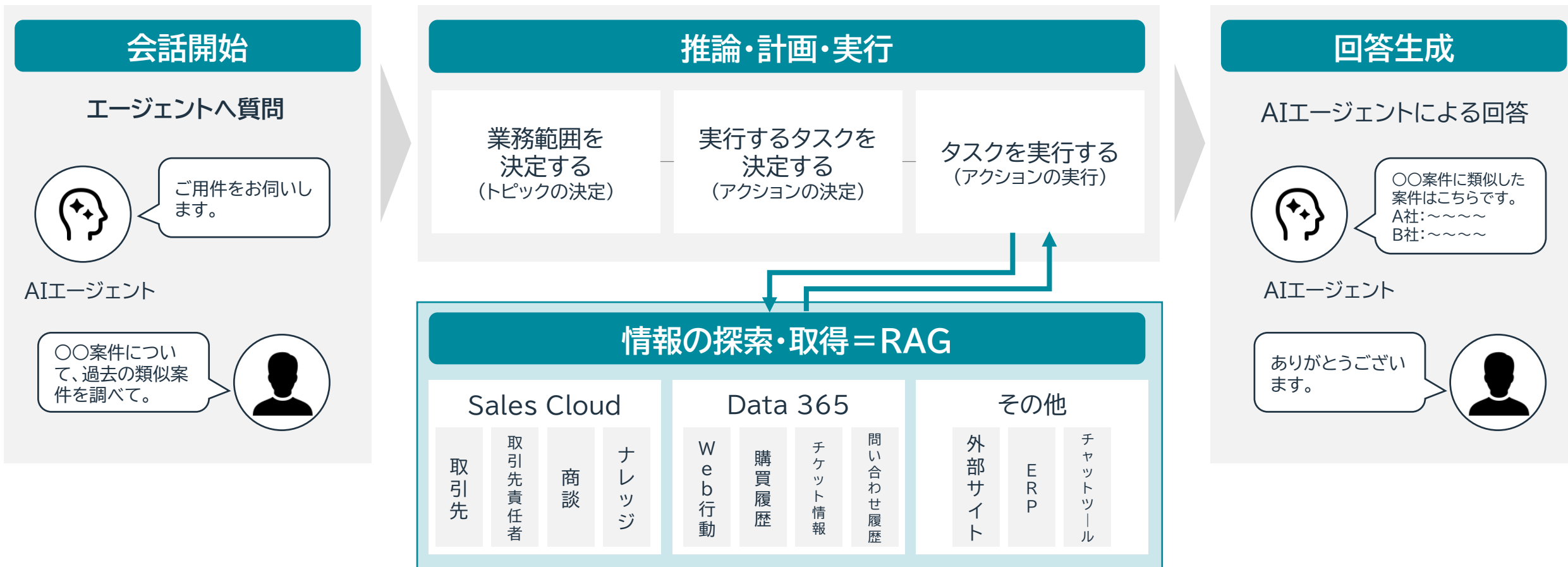
キャンペーンを受け取った顧客から製品やサービスに関する質問が寄せられた場合、エージェントが自律的に顧客とやり取りを行い、疑問を解決。

## コマース部門

顧客の疑問が解消され購買意欲が高まった後、取引を完了させるために「コマースに焦点を当てたエージェント」へと処理を送信し、業務を完遂。

## ④社内外データを活用した高精度な回答生成

SalesforceやData 360、外部システムなどの信頼できる情報源を参照させることで、回答の正確性や一貫性の向上が期待できます。



※RAG(検索拡張生成):AIが回答を生成する際に、社内外のソースから関連情報を検索して回答に利用する技術

## ⑤業務変化に合わせて進化するエージェント

本番環境で安心して使えるようリリース前のテスト実施が可能です。リリース後は、継続的な改善を通して業務環境の変化に適応したAIEージェントへ進化させることができます。

### Sandbox環境(テスト環境)

本番環境へのリリース前に正常稼働を確認

個々の機能が  
正常に稼働するか？



単体テスト

- ・Agent Builder
- ・Prompt Builder
- ・Flow
- ・テストセンター

複数の機能を繋げて  
正常に稼働するか？



結合テスト

- ・Agent Builder
- ・テストセンター
- ・テストスイート
- ・API連携先

ユーザーが業務で  
本当に使えるか？



システム・受入テスト

- ・本番相当データ
- ・レポート
- ・ダッシュボード

リリース

### 本番環境

継続的に監視・評価

精度を落とさず  
正常に稼働するか？



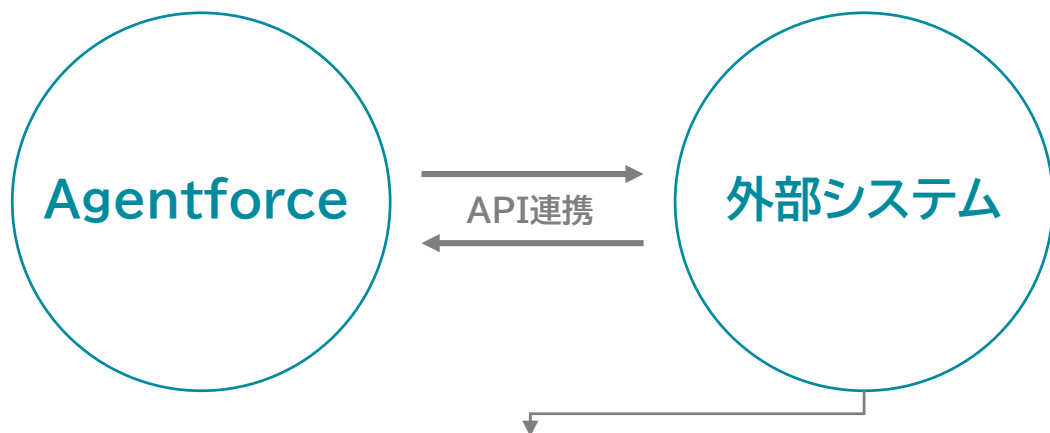
監視・分析する

- ・Agentforce Analytics
- ・Agentforce Optimization
- ・監査ログ、フィードバック機能
- ・テストセンター
- ・ダッシュボード

## ⑥外部システムへのエージェント展開・連携

多様な利用チャンネルへの展開と外部システム連携により、エージェントを業務全体へ拡張できます。

## Agentforceの展開・連携チャンネル



## 業務導線上でエージェントを利用可能

SlackやWebサイトなど利用者が日常的に利用するチャンネルへ展開できるため、既存業務の流れの中でエージェントを活用できます。

## 複数システムを横断した業務実行

ERPやグループウェアなどの外部システムと連携することで、情報検索だけでなく更新・申請・登録などの業務アクションまで自動化できます。

## Salesforce外の情報も活用可能

SharePointなどのナレッジ管理システムの情報を活用することで、Salesforce外の情報も参照した回答や業務支援を実現できます。

1	なぜ、いまAIエージェントが必要なのか	…P2
2	SalesforceのAIエージェントプラットフォーム「Agentforce」	…P10
3	Agentforceができること	…P19
4	<b>Agentforceのユースケース</b>	<b>…P26</b>
5	Agentforceのセキュリティ対策	…P35
6	Agentforce運用におけるAIガバナンス	…P39
7	Agentforceの費用構造	…P45
8	Salesforceが目指すAI時代の働き方	…P51

## 営業①営業ロープレによる担当者の提案力向上

対象企業を想定して、営業ロープレを実行しフィードバックを受ける。

### 課題

- ・ロープレの相手や時間を確保できない
- ・本番相手に近い実践的なシミュレーションがしたい
- ・客観的で一貫性のあるフィードバックが難しい

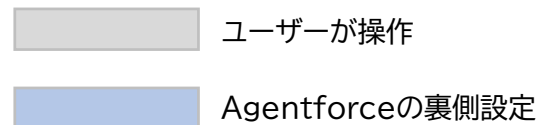
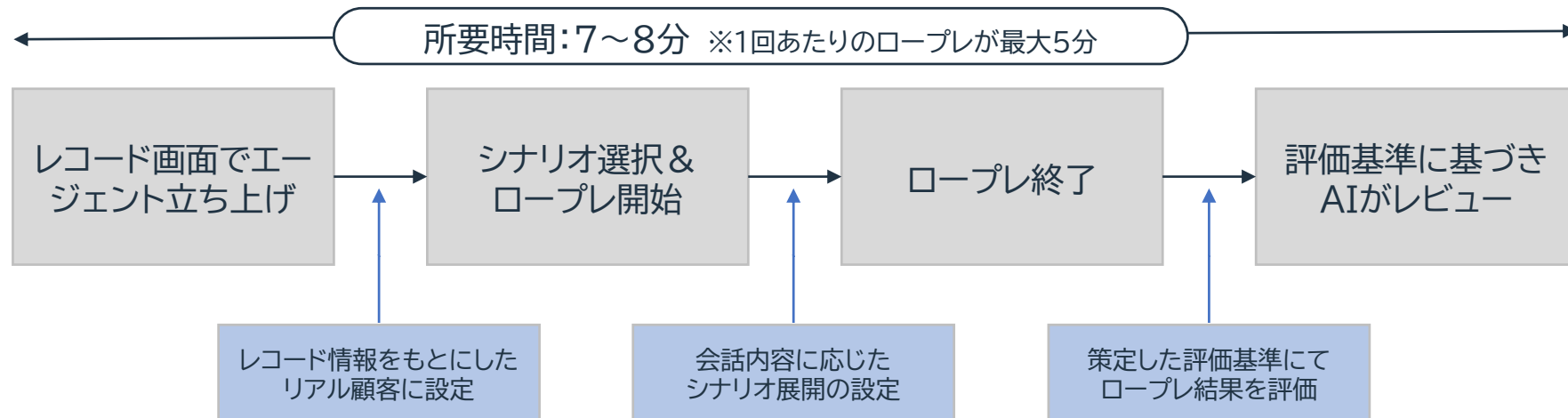
### 解決方法

- ・レコード情報を読み込んだリアル顧客の再現
- ・ロープレ終了後、評価基準に基づく客観的なフィードバックの提示

### 効果

- ・営業担当のヒアリングや提案程度の向上
- ・営業指導不要によるマネージャーの工数削減
- ・営業指導における品質の均一化

### 業務フロー



※ レコード情報をもとにした会話はできません。ロープレのフィードバック時に、AIがレコード情報をもとに評価します(2026年5月時点)

## 営業②類似案件の抽出による課題仮説

商談・取引先の情報から、類似度が高い案件を抽出して課題を仮説する。

### 課題

- ・商談前のリサーチや準備に時間がかかっている
- ・過去の成功体験が組織内で活用されていない
- ・顧客の課題に対する仮説立ての質にばらつきがある

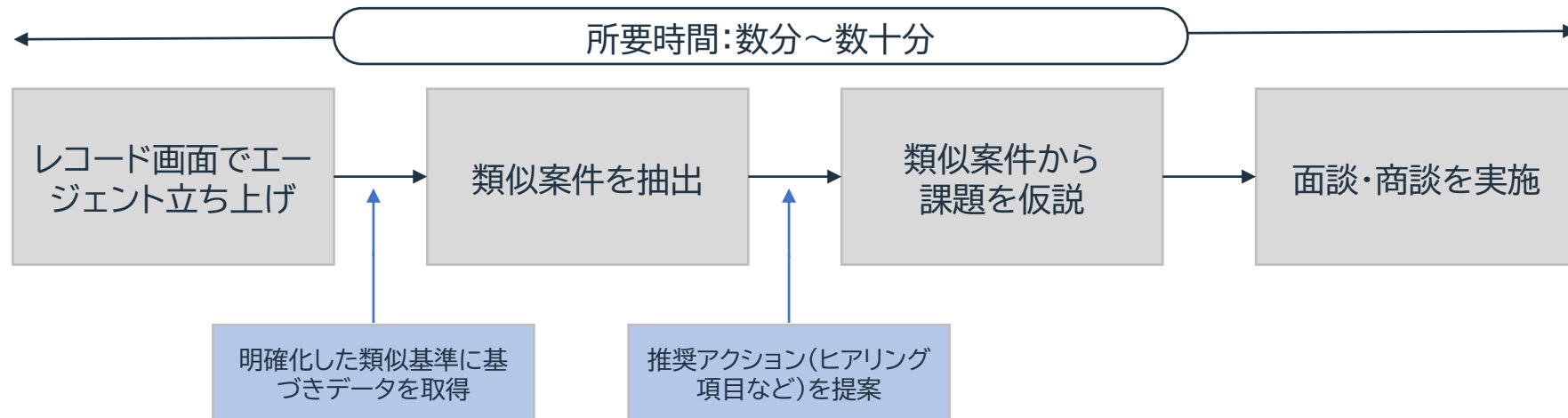
### 解決方法

- ・過去の商談・取引先データに基づく類似案件の自動検索
- ・業種や課題などの項目を用いて、類似度の基準を明確化し、プロンプトへ組み込み
- ・抽出案件にもとづく推奨アクションの提示

### 効果

- ・事前リサーチにおける工数削減
- ・組織全体の仮説構築力の底上げ
- ・ヒアリングや提案の精度向上

### 業務フロー



ユーザーが操作

Agentforceの裏側設定



## マーケティング①キャンペーン設計から改善工数の短縮

### キャンペーンの企画から実行準備、改善提案までを一気通貫で行う。

#### 課題

- ・リソースがない中で多くの施策を実行したい
- ・セグメント抽出やコンテンツ制作など、準備工程が多く、施策立ち上げに時間を要している
- ・分析や改善提案も担当者に依存しており、改善サイクルが長期化している

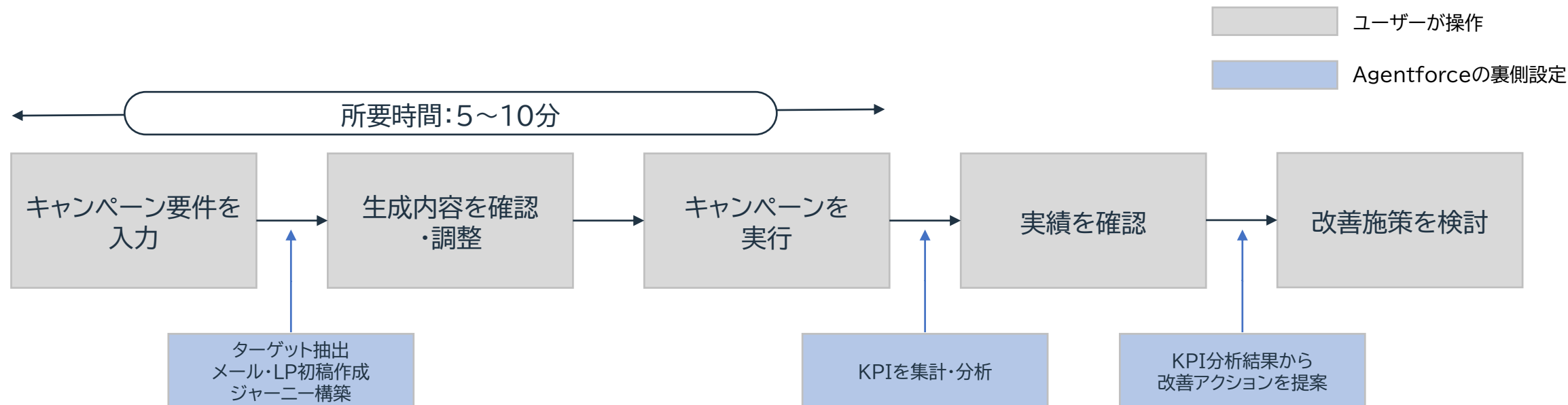
#### 解決方法

- ・キャンペーン企画から実行準備までをエージェントが代行
- ・ターゲットセグメント抽出、メール・LP初稿作成、カスタマージャーニー構築を自動生成
- ・KPI結果を分析し、次回施策に向けた改善アクションを提案

#### 効果

- ・キャンペーン立ち上げリードタイムの短縮
- ・コンテンツ制作工数の削減と施策実行数の増加
- ・KPI分析と改善提案の高度化によるROI向上

#### 業務フロー



## マーケティング②Webサイトでのリード獲得高度化

サイト訪問者との双方向の会話を通して、最適なコンテンツや日程調整を提案する。

### 課題

- ・Webサイト上のコンテンツや導線が複雑化し、離脱率が高い。
- ・問い合わせフォーム中心の導線では、訪問者の検討状況や関心事項を十分に把握できない
- ・見込み顧客の選別や初期対応に工数がかかる

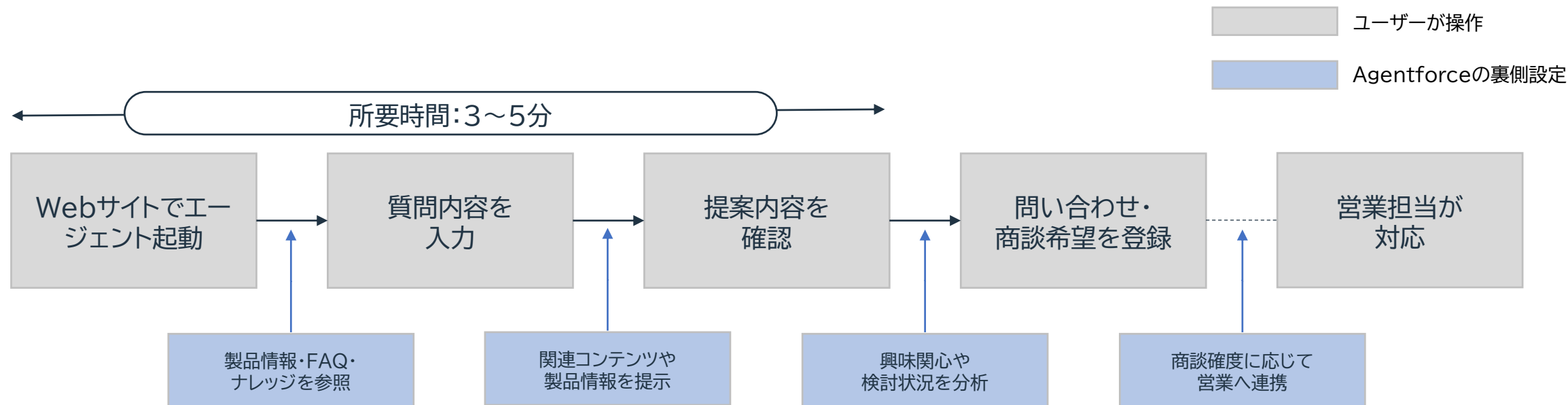
### 解決方法

- ・Webサイト上へエージェントを配置し、訪問者からの質問に回答
- ・CMSやFAQなどを参照しながら、関連コンテンツや製品情報を提案
- ・会話内容から検討状況や興味関心を把握し、商談確度の高い見込み顧客を営業へ連携

### 効果

- ・Webサイト離脱前の顧客接点創出
- ・リード選別業務の効率化
- ・営業へ連携する見込み顧客情報の質向上

### 業務フロー



## カスタマーサポート①24時間応答のセルフサービス化

FAQや問い合わせ内容の確認など、定型的な問い合わせをセルフサービス化する。

### 課題

- ・顧客期待の高まりにより、迅速な問い合わせ対応が求められている
- ・FAQや注文状況確認などの問い合わせにも人的対応が必要となり、運営コストが増加している
- ・サポート担当者が高頻度な問い合わせ対応に追われ、複雑案件への対応時間を確保しにくい

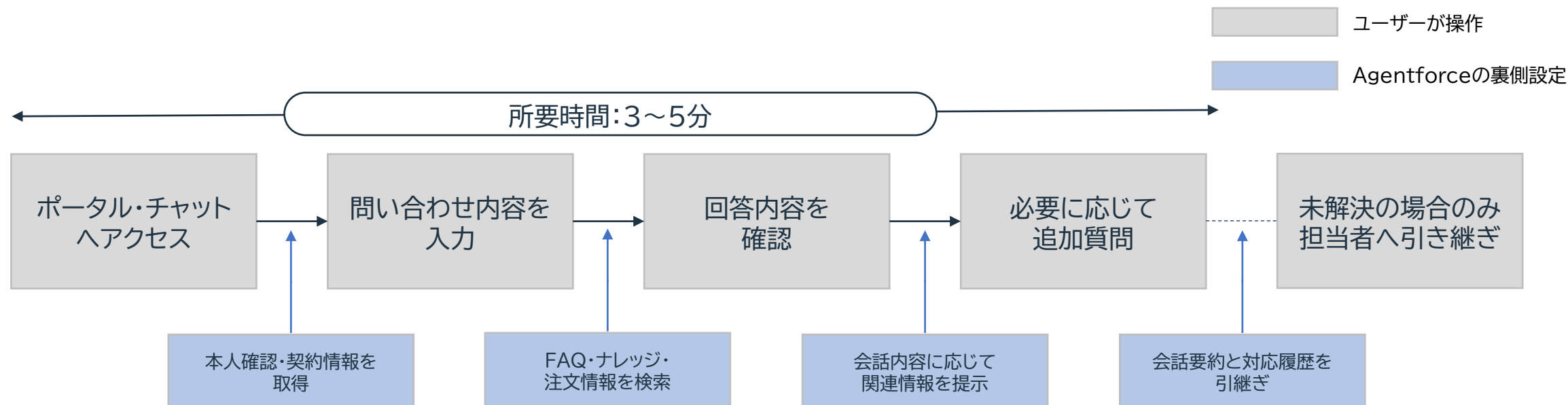
### 解決方法

- ・AgentforceがFAQやナレッジをもとに問い合わせへ自動回答
- ・注文状況確認や返品受付などの定型処理をセルフサービス化
- ・解決困難な問い合わせのみ担当者へエスカレーション

### 効果

- ・問い合わせ自己解決率の向上
- ・サポート担当者の対応工数削減
- ・顧客待ち時間短縮と顧客満足度向上

### 業務フロー



ケース内容の要約や関連情報の提示、返信文案の作成まで一気通貫でおこなう。

課題

- ・ケース履歴や過去対応履歴の確認に時間がかかり、顧客対応開始までに時間を要している
- ・ナレッジ検索や返信文作成などの事前作業が多く、担当者の負荷が高い
- ・他部門情報や関連情報へアクセスしづらく、適切な判断に必要なコンテキストを取得しにくい

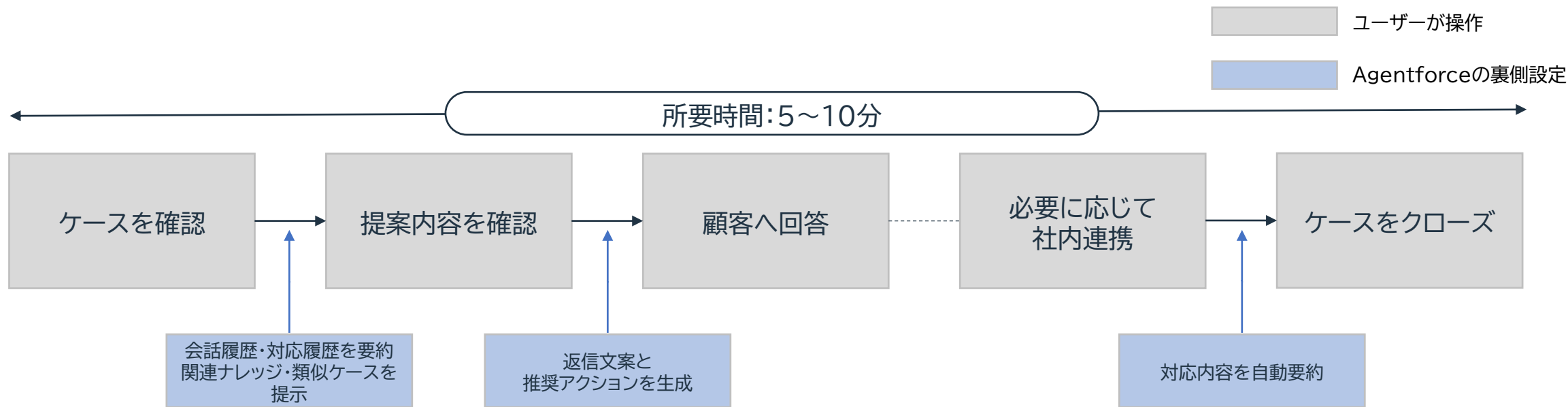
解決方法

- ・ケース起票時に会話履歴や対応履歴を自動要約
- ・関連ナレッジや類似ケースを提示し、状況把握を支援
- ・問い合わせ内容に応じた返信文案や次アクションを生成
- ・対応完了時にはケースサマリーを自動作成

効果

- ・初回応答時間の短縮
- ・平均処理時間(AHT)の削減
- ・一次解決率向上
- ・担当者が複雑案件へ集中できる体制を実現

業務フロー



## コマース①商品レコメンドによる購買体験の最適化

顧客の入力情報や対話内容をもとに、最適な商品を自律的に提案する。

### 課題

- ・キーワード検索やカテゴリ検索では、顧客の意図を十分に反映できず離脱につながっている
- ・商品数や選択肢が多く、顧客が比較検討に時間を要している
- ・一人ひとりに最適な商品提案を行うことが難しく、購買機会を逃している

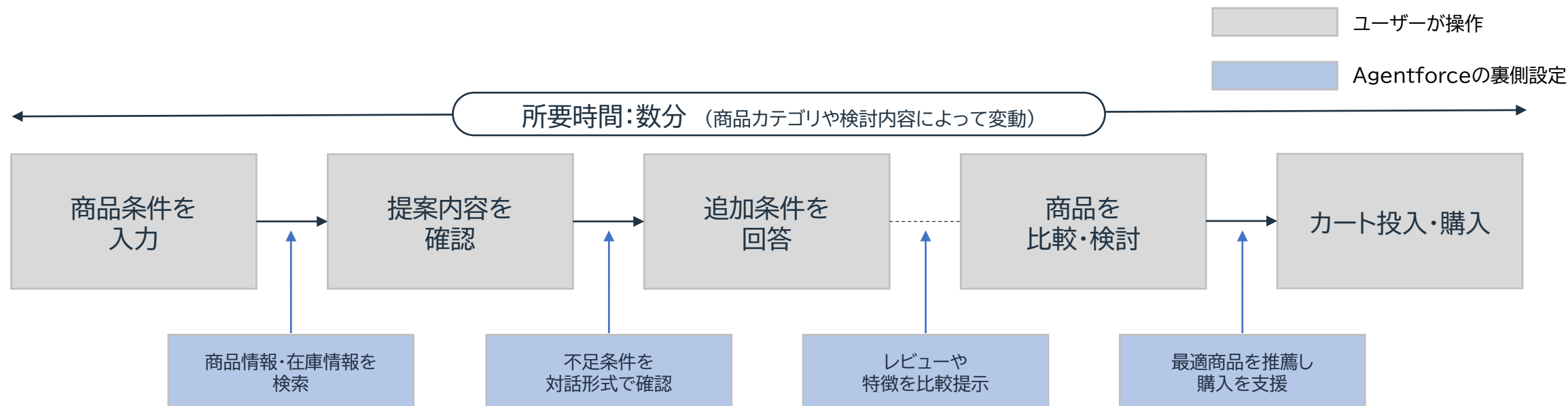
### 解決方法

- ・顧客の要望を自然言語でヒアリングしながら商品候補を提案
- ・商品情報、レビュー、在庫状況をもとに最適な商品を比較・推薦
- ・商品選定後はカート投入や購入手続きまで一貫して支援

### 効果

- ・商品発見率の向上
- ・コンバージョン率向上
- ・顧客満足度向上
- ・問い合わせ件数削減

### 業務フロー



## 注文後の顧客からの状況確認や返品・キャンセル、再注文の依頼をセルフサービス化する。

## 課題

- ・注文状況確認や返品依頼などの定型問い合わせがサポート部門の負荷となっている
- ・注文・在庫・配送情報が複数システムに分散し、顧客対応に時間を要している
- ・購入後の体験が悪化すると、顧客満足度や再購入率の低下につながる

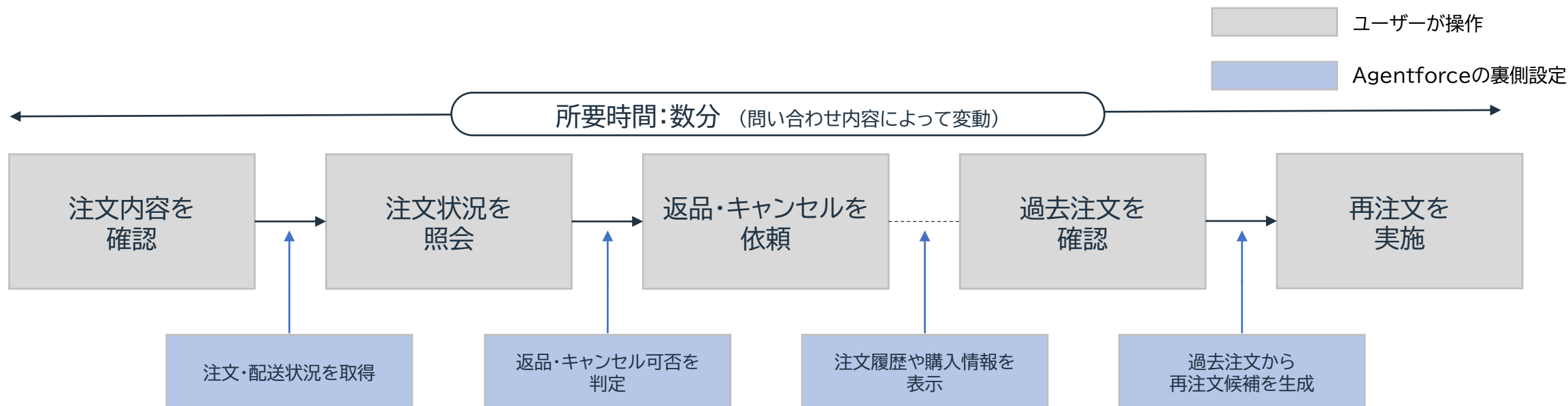
## 解決方法

- ・Agentforceが注文履歴や配送状況を参照し、顧客からの問い合わせへ即時回答
- ・注文状況確認、返品・キャンセル手続き、再注文をセルフサービスで実施可能
- ・必要に応じて担当者へ連携し、複雑な対応のみ人が実施

## 効果

- ・問い合わせ件数の削減
- ・サポート業務の効率化
- ・再注文率向上
- ・顧客満足度向上

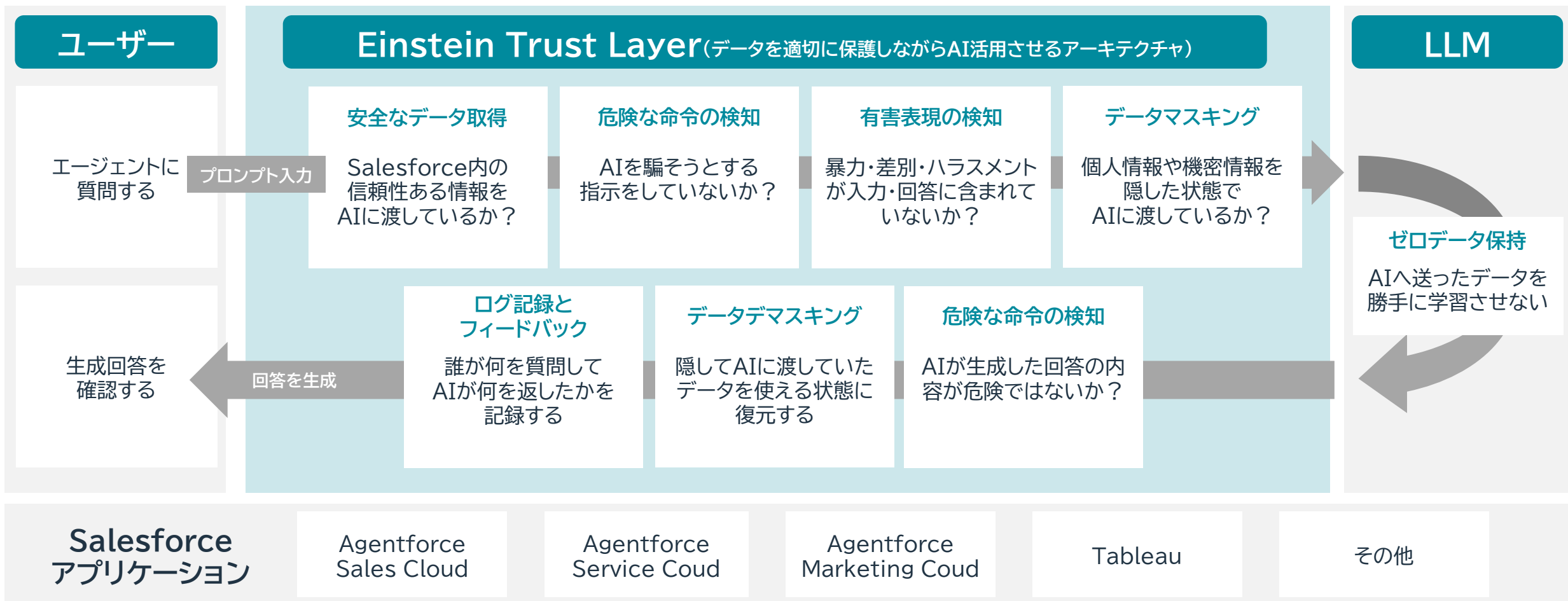
## 業務フロー



1	なぜ、いまAIエージェントが必要なのか	…P2
2	SalesforceのAIエージェントプラットフォーム「Agentforce」	…P10
3	Agentforceができること	…P19
4	Agentforceのユースケース	…P26
5	<b>Agentforceのセキュリティ対策</b>	<b>…P35</b>
6	Agentforce運用におけるAIガバナンス	…P39
7	Agentforceの費用構造	…P45
8	Salesforceが目指すAI時代の働き方	…P51

## 機密情報を守りながらAI利用する保護機能

プロンプト入力から回答生成までの各工程で起こり得るリスクを監視・制御することで、企業データを適切に保護しながら活用できるようにします。



Salesforceの標準機能を用いてAIエージェントの実行を制御することで、企業ルールに沿って安全に運用できます。

## 概要

### 権限を制限する

ユーザー権限に基づき、AIエージェントが参照・更新できるデータや実行可能な操作を制御する。



- ・権限セット/権限セットグループ
- ・オブジェクト権限/項目レベルセキュリティ
- ・共有ルール
- ・ロール階層

### 重要操作を制御する

AIエージェントによる重要操作に対して、本人確認や人間による承認を組み込むことで、安全に実行する。



- ・承認プロセス
- ・フローオーケストレーション
- ・Human-in-the-Loop (HITL)
- ・アクション実行確認
- ・MFA(多要素認証)

### 文脈を制御する

ログイン済みユーザーの顧客情報や会話情報を引き継ぎ、ユーザーごとに適切なデータアクセスを制御する。



- ・Experience Cloud認証
- ・メッセージングセッション
- ・取引先責任者・取引先コンテキスト連携
- ・ユーザーコンテキスト

## 利用する標準機能

人間の悪意ある外部指示や不正利用を検知することで、機密情報を外部へ送信しないよう制御できます。



1	なぜ、いまAIエージェントが必要なのか	…P2
2	SalesforceのAIエージェントプラットフォーム「Agentforce」	…P10
3	Agentforceができること	…P19
4	Agentforceのユースケース	…P26
5	Agentforceのセキュリティ対策	…P35
6	Agentforce運用におけるAIガバナンス	…P39
7	Agentforceの費用構造	…P45
8	Salesforceが目指すAI時代の働き方	…P51

## AIリスクを統制するガバナンス体制

AI活用の価値を最大化しながら固有のリスクを抑制するためには、組織全体でAI利用を統制するガバナンス体制が必要です。

## AI活用で発生する主なリスク

## 信頼性リスク

AIが誤った情報や不正確な判断を行うことで、業務品質や顧客体験の低下につながるリスク。

## セキュリティ・プライバシーリスク

機密情報や個人情報の漏洩、不正アクセスなどにより情報資産が損なわれるリスク。

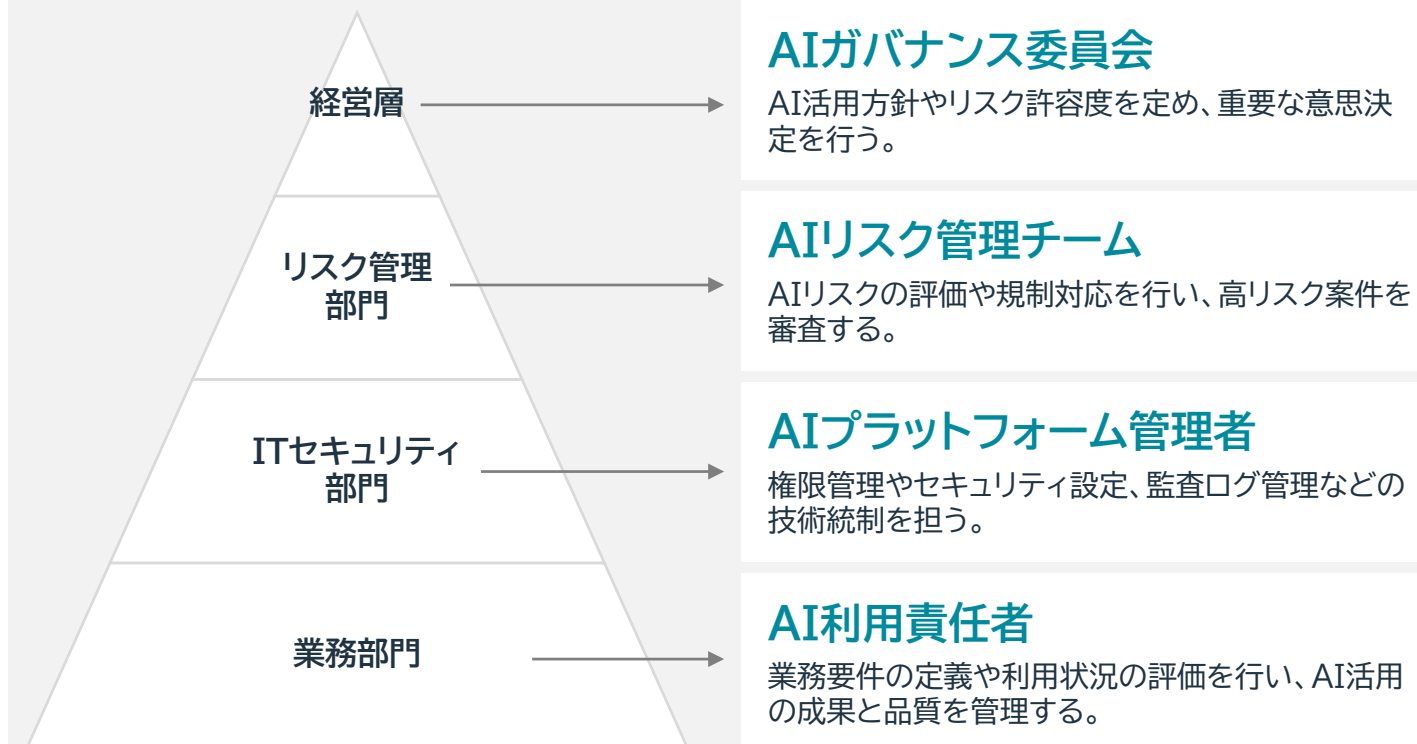
## コンプライアンス・倫理リスク

法規制や社内ルールへの違反、説明責任の不足により企業の信用が損なわれるリスク。

## 業務・経営リスク

AIへの過度な依存や誤った自動実行によって、業務停止や経営判断への悪影響が発生するリスク。

## 社内のAIガバナンス体制と役割 例



従来のITシステムと特性が異なるため、AI特有のリスク管理と説明が求められます。

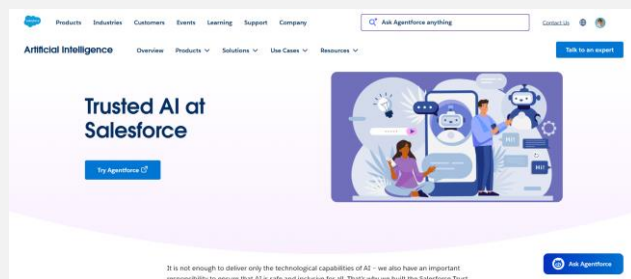
	従来のITシステム	AIシステム
出力の性質と評価方法	<h3>結果が決定的</h3> <p>決められたルールやロジックに基づいて常に同じ答えを返すため、「合格」か「不合格」といった単純なテストで品質を担保</p>	<h3>回答が非決定的</h3> <p>確率的に回答するため、「文脈を踏まえているか」「有害な表現を含んでいないか」など、複数の基準で人間が評価・監視し続ける体制が必要</p>
システムリスクと制御方法	<h3>設計ロジック内で稼働</h3> <p>設計されたロジックの範囲内でのみ動作するため、予期せぬ行動をとるリスクは限定的</p>	<h3>固有リスク内で稼働</h3> <p>誤回答や偏見など完全に排除できないリスクに対して、行動を制限する技術的なルールや、人間に作業を引き継ぐ基準の設定が必要</p>
説明責任と信頼	<h3>セキュリティ要件で信頼獲得</h3> <p>データ管理においては、主に情報漏洩の防止など、一般的なセキュリティ要件を満たすことが中心</p>	<h3>根拠ある説明責任で信頼獲得</h3> <p>AIがどのような情報に基づき判断を下したか把握して、データが安全に処理されていることを顧客へ証明できる体制が必要</p>

活動記録の内容をもとに、保護・制御の仕組みが機能しているか確認できるため、安全性の高い運用サイクルが確立できます。



Salesforceは、AI活用の拡大とリスク管理を両立するためのAIガバナンスモデルを提示しています。

## ①原則～何を大切にするか？～



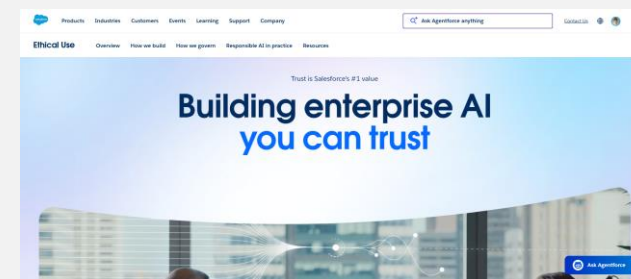
[Trusted AI Principles & Architecture](#)

## ②ポリシー～何をしてもよいか？～



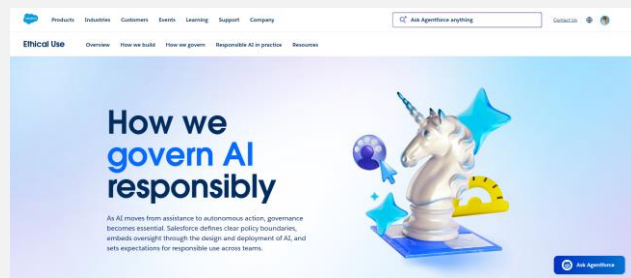
[Ethical Use Policy](#)

## ③体制～誰が管理するのか？～



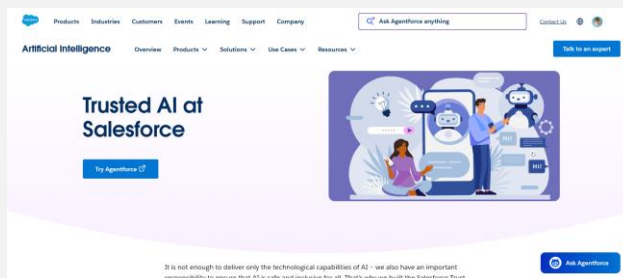
[Office of Ethical and Humane Use](#)

## ④リスク管理～何が危険か？～



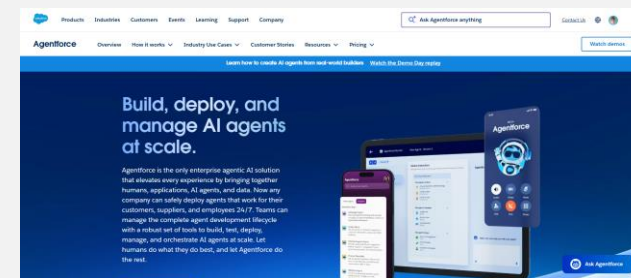
[How We Govern AI Responsibly](#)

## ⑤技術統制～リスクをどう防ぐか？～



[Einstein Trust Layer Overview](#)

## ⑥運用監視～継続的に改善する～



[Agentforce Overview](#)

Agentforceを安全かつ継続的に活用するために、外部有識者とも連携した全社的なAI倫理ガバナンス体制を構築しています。

### AIガバナンス体制



### ガバナンス原則

人間中心	AIは支援役で、人間が最終判断する
説明責任	判断根拠を説明できる状態を維持する
透明性	利用目的や判断プロセスを可視化する
法令遵守	国内外の規制・社内ルールに準拠する
社会受容性	社会・顧客・従業員から信頼される利用をおこなう

※富士通グループ「[富士通のAI倫理ガバナンス](#)」を参照して、当社が加工して作成

1	なぜ、いまAIエージェントが必要なのか	…P2
2	SalesforceのAIエージェントプラットフォーム「Agentforce」	…P10
3	Agentforceができること	…P19
4	Agentforceのユースケース	…P26
5	Agentforceのセキュリティ対策	…P35
6	Agentforce運用におけるAIガバナンス	…P39
7	<b>Agentforceの費用構造</b>	<b>…P45</b>
8	Salesforceが目指すAI時代の働き方	…P51

ベースライセンスと利用要件に応じたアドオンライセンスの2重構造で費用が決定します。

## Agentforce利用における費用構造

Flex Credit(アクション実行量)

Data Service Credit(データ処理量)

Data Storage(データ容量)

オプション、ほか

Agentforce Sales

Agentforce Service Cloud

Agentforce Marketing Cloud

Data 360 ほか

## アドオンライセンス

ベースライセンスに加えて、企業の利用要件に応じて、必要な対象を必要な数量だけ購入する追加のライセンス。(単価x数量の消費型モデル)



## ベースライセンス

Agentforceを利用するために、必ず必要になる基本ライセンス。

ベースライセンスに加えて、利用機能によって使用するライセンスや消費クレジットが異なります。



AIエージェントがアクション(タスク)を実行する際に消費するクレジット



Data 360でデータの取込みや検索を行う際に消費するクレジット



Data 360内に蓄積されるデータ容量に応じて消費されるストレージ

※本番環境、Sandbox環境いずれも対象

クレジット消費量やストレージ利用量を可視化できるため、運用コストと超過リスクを管理できます。

## Agentforceの「消費カード」

The screenshot displays the '消費カード' (Consumption Cards) section of the Agentforce interface. It features three main cards: Flex Credits, Data Services Credits, and Data Storage Allocation. Each card shows a progress bar for usage and a table with contract details.

**Flex Credits** (事前購入)

消費済み Credits: 0 (0%)      残りの Credits: 200,000 (100%)

Credits 合計	開始日	終了日	契約
200,000	2025年11月14日	2026年7月11日	04319236

[消費の詳細を表示](#)

**Data Services Credits** (事前購入)

消費済み Credits: 172 (0%)      残りの Credits: 165,036 (100%)

Credits 合計	開始日	終了日	契約
165,208	2025年11月14日	2026年7月11日	04319236

[消費の詳細を表示](#)

**Data Storage Allocation** (事前購入)

消費済み GB: 0 (0%)      残りの GB: 1,000 (100%)

GB 合計	開始日	終了日	契約
1,000	2025年11月14日	2026年7月11日	04319236

[消費の詳細を表示](#)

**消費カードで以下項目が確認可能**

- ① Flex Credit
- ② Data Services Credits
- ③ Data Storage Allocation

### 利用料を可視化

クレジット・ストレージ消費状況をリアルタイムで確認できます。

### 消費傾向を分析

どの機能・エージェントが多く消費しているか分析できます。

### 閾値を超えたら通知

利用量に応じてアラート通知を設定することで、クレジット消費の超過を防ぎます。

利用意向に応じて柔軟に契約できますが、契約期間内での消費管理を前提に検討する必要があります。

### Agentforce利用量(Flex Credits)の購入モデル

#### 事前購入型



事前に購入した分だけ請求

利用量がある程度見えており、継続的に利用したい企業向け

#### 従量課金型



使った分だけ請求

利用量が未定で、PoCや小規模検証から始めたい企業向け

#### 定額利用型



毎月固定の金額を請求

複数部門で本格運用し、長期利用を前提にしている企業向け

### 注意点

#### 未使用クレジットは繰越不可

使い切れなかったクレジットは失効するため、利用計画と消費管理が重要になります。

#### 旧料金体系と併用不可

従来の会話課金モデルとFlex Creditsモデルは同時利用できないため、契約変更時は既存運用への影響確認が必要です。

公式ページの掲載価格(2026年5月時点)をもとに作成した導入費用シミュレーターで、概算費用を算出することができます。

### Agentforce 導入費用シミュレーター

Salesforce Agentforce 導入時の概算費用を試算します

[製品・エディション](#)
[利用用途](#)
[利用規模](#)
[料金モデル](#)
5 シミュレーション結果

#### シミュレーション結果

初月 (概算)	2か月目以降 (概算)	初年度年額 (概算)
321,601円	321,601円	3,859,212円

選択モデル: Agentforce アドオン

#### 固定費 (ユーザー数連動外)

設定・テスト・運用を担当するメンバーを1名配置した推奨費用です。必須ではありませんが、設定料テスト量次第で使用料が変動するため、最低1名分見込んでおくことをおすすめします。

設定・テスト・運用作業用アドオン (1名分)	15,000円 / 月
------------------------	-------------

#### ① Agentforce費用の内訳

設定・テスト・運用作業用アドオン (1名固定・ユーザー数連動外)	15,000円 / 月
アドオン単価	\$125 / ユーザー / 月 (≒ ¥15,000)
ユーザー数	20名

## Agentforceの導入費用をシミュレーションする

### シミュレーターの入力項目

- ・製品、エディション | ベースライセンスの利用製品
- ・利用用途 | 社内向け、社外向け
- ・利用規模 | ユーザー数、月間商談数
- ・料金モデル | アドオンライセンス

※「Sales Cloud」「Service Cloud」を対象に概算の算出目的で作成しました。最終価格はSalesforce社へご確認ください。

1	なぜ、いまAIエージェントが必要なのか	…P2
2	SalesforceのAIエージェントプラットフォーム「Agentforce」	…P10
3	Agentforceができること	…P19
4	Agentforceのユースケース	…P26
5	Agentforceのセキュリティ対策	…P35
6	Agentforce運用におけるAIガバナンス	…P39
7	Agentforceの費用構造	…P45
8	Salesforceが目指すAI時代の働き方	…P51

## 価値創造に集中できる働き方を実現

Agentforceを導入することで、反復的な情報処理や実行業務をAIに任せ、高付加価値の業務へ人間が集中できる状態が実現できます。

### Before: 業務処理に追われる働き方

社内向け業務や情報収集に時間を取られ、顧客理解や提案に十分な時間を使えない



#### 社内向け資料の作成

定例会議で使用する会議用資料の作成とデータ集計に時間がとられる

#### 企業情報の収集・整理

問い合わせ企業や窓口担当に関する情報収集と整理に時間がとられる

#### CRMデータの入力

営業活動や商談の議事録を入力する作業に時間がとられる

### After: 価値創造に集中できる働き方

顧客理解や提案、関係構築など、高い価値を生む業務へ集中できる



#### 顧客との関係構築

見込み顧客への電話や既存顧客へのフォローに時間を使う

#### 新規取り組みの実行

新しいキャンペーンや施策の実行に時間を使う

#### 戦略の意思決定

優先顧客の選定やリソース配分の判断に時間を使う

SalesforceすべてのアプリケーションをAIエージェント前提に変えていくことで、働く人の能力を拡張させる次世代企業を生み出していきます。

The diagram illustrates the Agentforce 360 Platform architecture. At the center is the **Data 360** Customer Data Platform, which integrates Tableau & CRM Analytics and MuleSoft Anypoint Informatica\*. Surrounding this core are four main functional areas: **顧客** (Customer), **従業員** (Employee), **AIエージェント** (AI Agent), and **業務** (Business). Each area contains specific applications: Customer includes Agentforce Service, Sales, Mktg & SDR, and Commerce; Employee includes HR Service and Slack & Teams Support; AI Agent includes Agentforce and MuleSoft Agent Fabric; Business includes Revenue Management, Field Service, and Supply Chain. To the right, a list of industry solutions is provided, including Financial Services, Healthcare, Public Sector, Manufacturing, Consumer Goods, and Telecommunications. Below the main diagram, the **Agentforce 360 Platform** is supported by a **Trust Layer** with capabilities in voice and channels, model flexibility, observability, A2A/MCP, context engineering, reliability, and security.

salesforce

# Agentforce 360

顧客・従業員・業務・AIエージェントと新しいカタチでつながる

高い信頼性  
強力な統合プラットフォーム  
簡単な操作  
ノーコードとAIコードに対応  
全てが連携して動く

**顧客**

- Agentforce Service
- Agentforce Sales
- Agentforce Mktg & SDR
- Agentforce Commerce

**従業員**

- Agentforce HR Service
- Slack & Teams Support

**AIエージェント**

- Agentforce
- MuleSoft Agent Fabric

**業務**

- Agentforce Revenue Management
- Agentforce Field Service
- Agentforce Supply Chain

**Data 360**  
Customer Data Platform  
Tableau & CRM Analytics  
MuleSoft Anypoint Informatica\*

**業種別ソリューション**

- 金融サービス
- ヘルスケア、ライフサイエンス
- 公共機関
- 製造
- 消費財
- 通信
- +10 more

**エコシステムと顧客支援**

- Trailhead
- パートナーとISVs
- Success Plans, Services & FDEs
- AppExchange & AgentExchange

**Agentforce 360 Platform**

音声とチャネル | 自由なモデル選択 | 可観測性とオーケストレーション | A2AとMCP | コンテキストエンジニアリング  
信頼とセキュリティ | ガバナンス | バックアップと復元 | ビルダーとパイプ | APIとSDK | DevOps | Heroku

**Agentforce Trust Layer**

※Salesforce「[Agentforce 360プラットフォーム](#)」

## AIは、人を 置き換えるためではない

“AI and humans can work together to create a higher level of success.”

(AIと人間は協力することで、より高いレベルの成果を生み出せる)

“All of us have to get our head around this idea that AI could do things that before we were doing, and we can move on to do higher-value work.”

(これまで人間が行っていた仕事をAIが担い、人はより高い価値の仕事へ移っていくという考え方を理解する必要がある)



Salesforce 会長 兼 CEO

マーク・ベニオフ氏 / Marc Benioff

※YouTube「[Marc Benioff, Salesforce Founder: Why Salesforce Isn't Hiring Software Engineers | E1236](#)」2024年10月

## 人とAIが安心して協業できるように「信頼」をしっかりと作り込む

われわれのAIの戦略は、信頼できるAIを届けることです。信頼できるAIとは、セキュアであり、プライバシーが守られ、透明性があり、偏見がなく、顧客がコントロールできるAIです。

人とAIエージェントが協業する未来は、もう現実になりつつあります。そのためには“Trust”をしっかりと作り込む必要があります。



セールスフォース・ジャパン 代表取締役会長 兼 社長  
小出 伸一 氏

※日本経済新聞「[AIエージェントで日本企業に労働力革命を](#) | [日本経済新聞 電子版特集\(PR\)](#)」2024年10月

会社名	合同会社クロスコム
所在地	〒150-0044 東京都渋谷区円山町5番5号 Navi渋谷V 3F
代表	本田正憲
事業	Agentforce導入・定着支援 BtoB Salesforce導入・運用支援 BtoB MA導入・運用支援 BtoB マーケティング戦略コンサルティング支援
設立	2023年5月
URL	<a href="https://cross-com.jp/">https://cross-com.jp/</a>

Salesforce公式  
コンサルティングパートナー企業



## Agentforce運用担当者に役立つ ノウハウを更新しています！

## 運用上で困ったことや聞きたいことがあれば お気軽に当社へお聞かせください！

## 解決に向けてサポートさせて頂きます。

[>>Agentforce noteマガジンはこちら](#)

# Agentforce noteマガジン

**本田正憲 | クロスコム代表**

AgentforceやBtoBマーケティングについて発信。  
 ■Agentforce導入・定着支援 | BtoB MA導入・運用支援  
 ■双日G/法人営業 → 個人/マーケティング戦略・戦術 → クロスコム  
 ■Agentforceパートナー募集中  
 ■会社HP | <https://cross-com.jp/>

49 フォロー 58 フォロワー

設定

マガジン >

Agentforce よくある質問集  
20本

【担当者向け】実際にAgentforceを使っている中で発生した問題や感じた疑問について、QA形式でご紹介します。

公開中

Agentforce ユースケース集  
4本

マーケティングや営業の活動におけるAgentforceのユースケース集をご紹介しますマガジンです。担当者が現場で実践で...

公開中

Agentforce RAG精度向上 Tips集  
1本

Home 記事 メンバーシップ マガジン スキ プロフィール 月別

Agentforce よくある質問集 >

【Agentforce Q&A】Web検索レトリバーは、検索結果画面のサイトページの本文まで取得できるのか？

【Agentforce Q&A】Web情報を検索・取得する3つの機能の違いはある？

【Agentforce Q&A】エージェント実行時に消費されるクレジットの種類やタイミングは？

【Agentforce Q&A】エージェント実行によるクレジット消費を抑える

※本記事は、2026年3月19日時点の情報をもとに作成しています。

※本記事は、2026年3月19日時点の情報をもとに作成しています。

※本記事は、2026年3月12日時点の情報をもとに作成しています。

※本記事は、2026年3月19日時点の情報をもとに作成しています。

1 2 5 4

本田正憲 | ク... 4時間前 本田正憲 | クロ... 4日前 本田正憲 | ク... 10日前 本田正憲 | ク...

Agentforce ユースケース集 >

マーケティングや営業の活動におけるAgentforceのユースケース集をご紹介しますマガジンです。担当者が現場で実践できるよう、具体的な作成方法を発信しています。

Agentforce ユースケース集

4本

【Agentforce ユースケース】営業ロープレと評価を実行するAIセールスコーチを構築

【Agentforce ユースケース】過去の類似案件を抽出する

【Agentforce ユースケース】面談終了後に見込み顧客へ要約メールを送信

【Agentforce ユースケース】営業の面談メモを要約提案骨子に変換

【Agentforce ユースケース】営業ロープレと評価を実行するAIセールススコ...

【Agentforce ユースケース】過去の類似案件を抽出する

【Agentforce ユースケース】面談終了後に見込み顧客へ要約メールを送信

【Agentforce ユースケース】営業の面談メモを要約提案骨子に変換

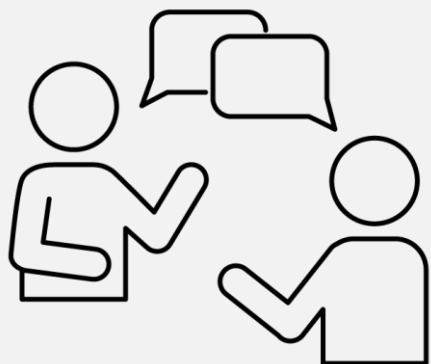
「営業メンバーが自分で、高談ロープレをいつでも好きなだ...

「見込み顧客との面談・高談が決まった後、同じ課題や属性...

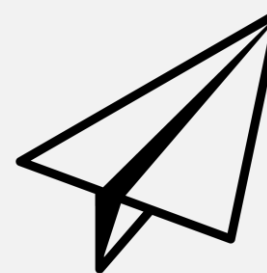
「面談終了後に、スライドやドキュメントにメモしたヒアリ...

「初回面談の議事録ファイルを自動で要約

# 100社100通りの購買体験を当たり前にする



Agentforce導入について  
無料で相談する→



お問い合わせする →