

【7月4日開催】顧客起点で勝ち続ける ～提案プロセス、生成AI、提案書デザイン～

2025年7月4日

株式会社日立製作所

DSS営/ESU/CPC

アジェンダ

	タイトル	内容	時間	講師
1	はじめに	CPCのご紹介および本イベントの位置づけをご説明します	15:00-15:10	日立AC、CPC
2	World-class proposals: techniques that increase the probability of winning	提案の価値を明確にし、お客さまの利益を中心に置いた提案を行うことの必要性和効果、またその具体的な方法について自身の経験を踏まえてお話しいただきます • お客さまの関心事項を特定する • 提案戦略(winテーマと独自の価値)を考える • 差別化ポイントを明確にする	15:10-15:50	APMP David Gray 氏
3	実践スキル1 生成AIを使って効率的に「顧客の関心事」を収集・整理する	GenAIアンバサダーが生成AIを使って効率的にお客さま/競合情報を収集・整理する方法をご紹介します • 顧客ヒアリングメモから、お客さまの関心事項を整理するプロンプト • 外部情報から、競合情報を整理するプロンプト など	16:00-16:30	DSS営/ESU/FSC 大山 友和 氏 CPC 相馬 周一朗
4	実践スキル2 「顧客起点の提案」に求められる提案書デザインとは	「顧客起点の提案」であることがひと目で伝わる提案書（エグゼクティブサマリ）を作る方法をご紹介します • 伝わる提案書（エグゼクティブサマリ）の構造 • 伝わるデザインのポイント • エグゼクティブサマリ事例 • (GBC本)のガイドラインに沿った提案書テンプレートと効率化ツール	16:30-17:00	CPC 西本 理央 江野村 詠子
5	クロージング	—	17:00-17:10	日立AC

CPC紹介



APMP グローバル

「Bid and Proposal Team of the Year 2024」

ファイナリスト

クリエイティブ・プロポーザル・センタ（CPC）

提案書(プロポーザル)作成を支援する専門部隊

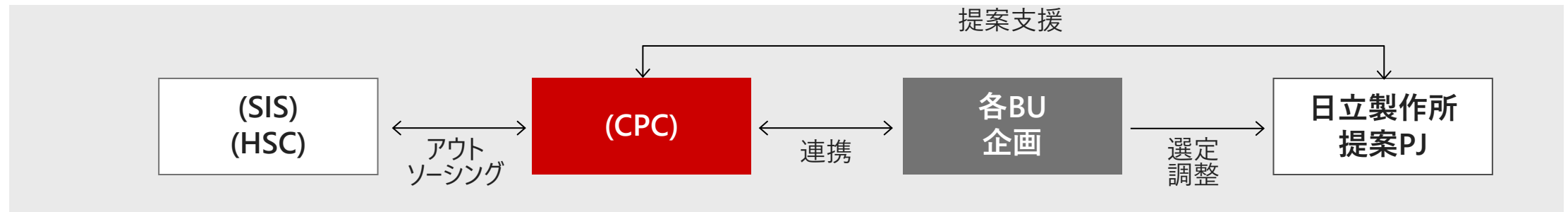
日立グループのアイデアコンテスト「Make a Difference! 2017」でゴールドチケットを獲得し、2018年に活動を開始。提案活動に従事する専門職のための世界的なコミュニティ「Association of Proposal Management Professional(以下、APMP)」が定義する、世界標準の提案プロセス「プロポーザルマネジメント」手法を取り入れ、お客さま価値を高める提案活動を推進。

業界のベストプラクティスをベースに自社の強みや革新的な手法を用いた実績が評価され、APMPが表彰する「[Bid and Proposal Team of the Year 2024](#)」に日本企業で初めてファイナリストとしてノミネートされた。

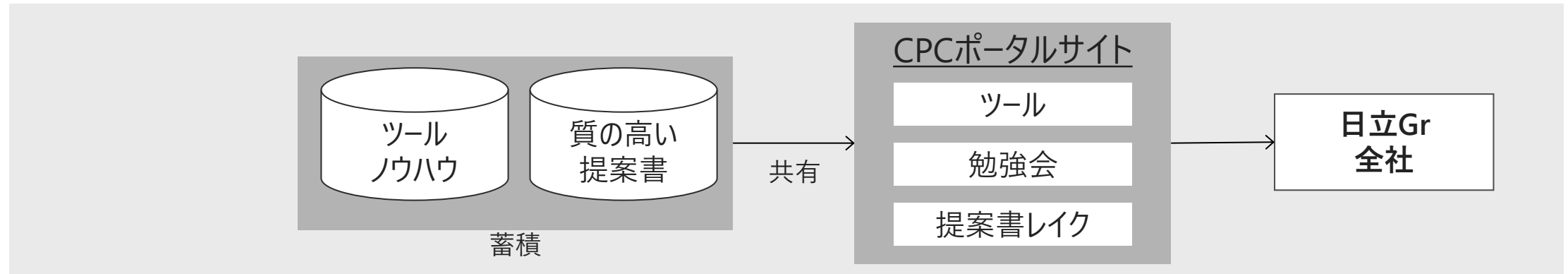
クリエイティブプロポーザルセンタ(CPC)の活動

2つの価値提供モデルを軸に活動しています。

①日立製作所の各BUに対する提案書作成支援サービスの提供 **約140件/年間**



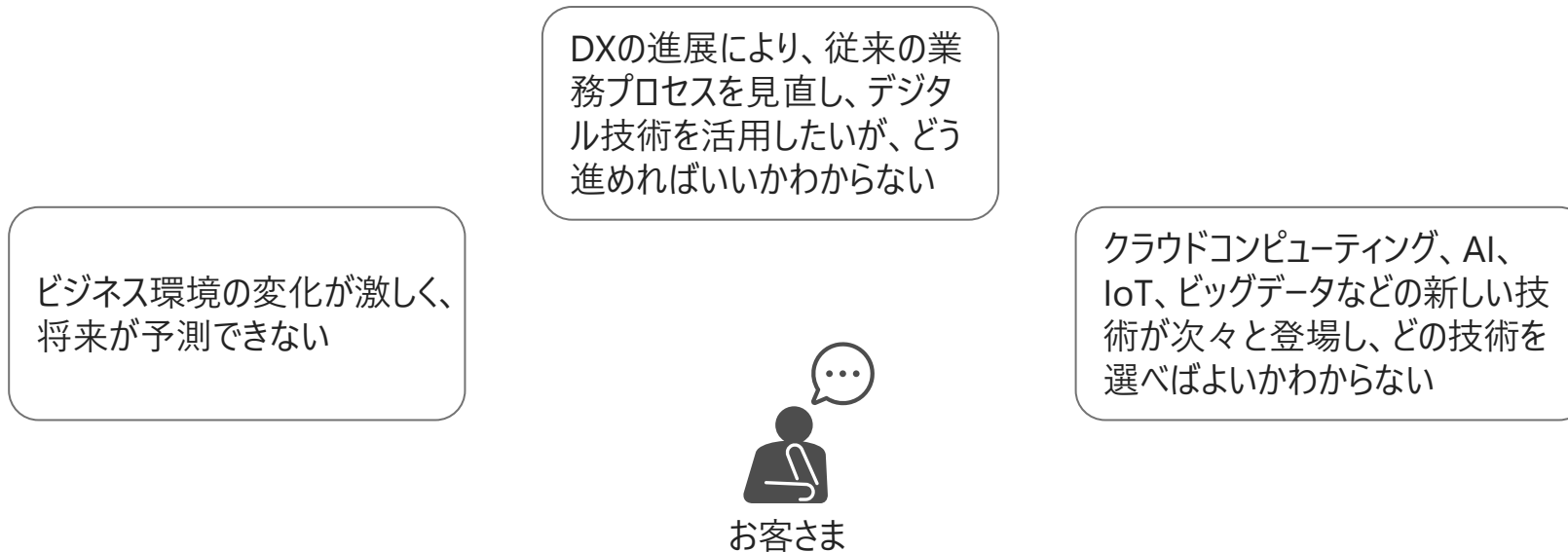
②日立Grの方が利用できるツール、ノウハウの開発・提供 **約170,000DL/年間**



お伝えしたいこと

提案活動のあるべき姿

ビジネス環境の変化、DXの進展、技術の進化など、お客さまの状況は複雑化。
お客さま自身が抱える課題や解決策が不明確な状態。



あるべき姿

お客さまの経営や業務の課題を的確に捉え、解決策を示す
顧客起点の提案活動が求められています。

提案活動の困りごと

しかし、顧客起点の提案にはいくつかの難しさがあります。

お客さまが何に困っているのかを特定することが難しい

お客さまと同じ目線で考えることが難しい

他社と差別化することが難しい



提案活動プロセス

CPCは、世界標準の提案プロセスに基づいて、提案活動のプロセスとアクションを定義。シンプルのため、慣れていない方でも迷うことなく進めることができます。

情報を集める

- 顧客のビジネス目標や悩みを集める
- キーパーソンのホットボタン(重要関心事)を集める

仮説を立てる

- 案件のホットボタンを基準に自社と競合の強み/弱みを整理する
- 自分達の提案内容を整理する

確認する

- 先に顧客への理解を提示する
- ビジュアルデザインで伝わる資料を作成する

本日お伝えすること

APMPのDavid Gray氏に顧客起点の提案の考え方を紹介していただきます。
その後、CPCから実践スキルを2つご紹介します。

情報を集める

- 顧客のビジネス目標や悩みを集める
- キーパーソンのホットボタン(重要関心事)を集める

仮説を立てる

- 案件のホットボタンを基準に自社と競合の強み/弱みを整理する
- 自分達の提案内容を整理する

確認する

- 先に顧客への理解を提示する
- ビジュアルデザインで伝わる資料を作成する

考え方

World-class proposals: techniques that increase the probability of winning
: APMP David Gray 氏

実践 スキル

実践スキル1：
生成AIを使って効率的に「顧客の関心事」を収集・整理する

実践 スキル

実践スキル2：「顧客起点の提案」
に求められる提案書デザインとは

講師紹介

World-class proposals:
techniques that increase the
probability of winning

世界標準の提案：
勝率を高めるテクニック

David Gray 氏
Bid Excellence Director &
APMP Past Chair

APMPの著名なメンバーで、提案管理とビジネス
開発の専門家です。



HITACHI