



## SFAのリプレイスで押さえるべき5ステップ

現場で使いやすいSFA 5つの条件とは？



Chapter1 なぜSFAの運用に失敗してしまうのか？

Chapter2 現場で使いやすいSFA 5つの条件

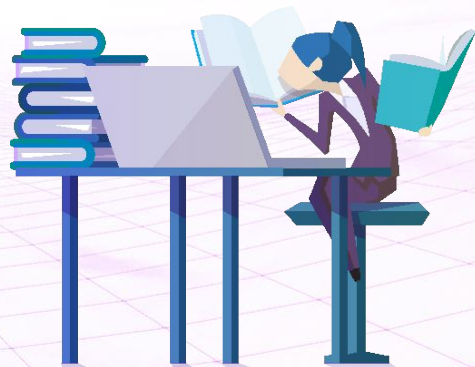
Chapter3 リプレイスを進める上で必要な5つのステップ

Chapter4 Mazrica Salesのご紹介

AGENDA

## Chapter1

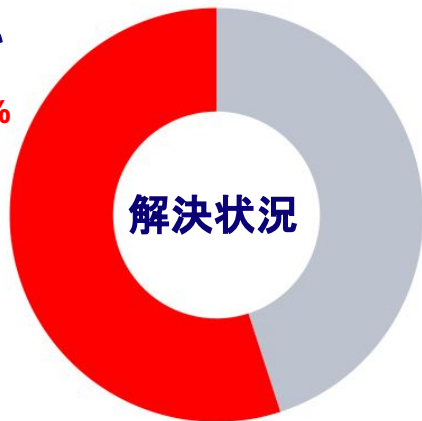
# なぜSFAの運用に失敗してしまうのか？



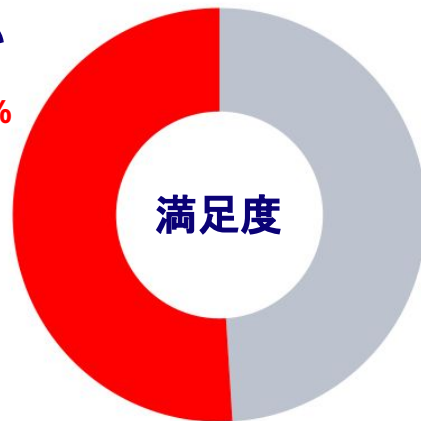
## SFA導入の実情

SFA導入済み企業の過半数は課題を解決できず、SFA利用について満足していない

解決していない  
55%



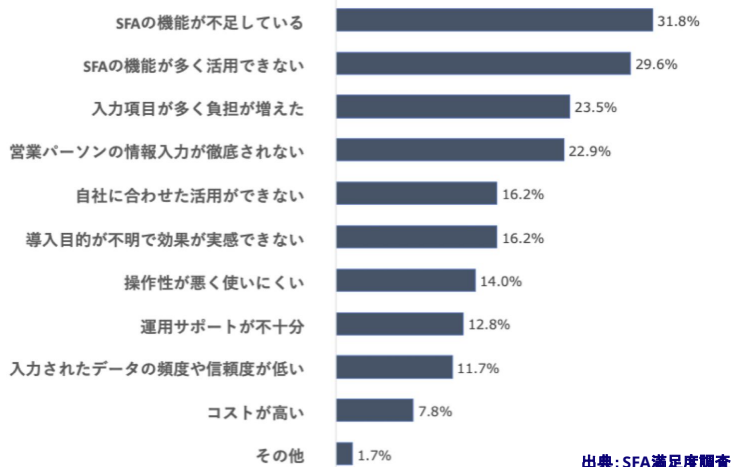
満足していない  
51%



参考:「SFA満足度調査」

## SFAの利用が進まない要因

SFAの導入から効果を検証するに至るまで、さまざまなハードルが存在する



SFA/CRMの利用が進まない要因の調査結果

導入

ITツールへのハードル/抵抗感  
運用までの人的コスト

運用

正しくKGI・KPが管理できない  
メンバーの利用が定着しない

効果検証

費用対効果が測定できない  
営業成果が出ていない

## SFAの利用が進まない要因

### 現場の活用が進まない原因となる3つのコスト

高額なSFA/CRMを導入しても現場の活用が進まない原因となる**見えないコスト**

01

#### 入力コスト

難しくて使いこなせない  
入力がとにかく大変

02

#### 活用コスト

溜まったデータをどう活用したら  
営業成果に繋がるかわからない

03

#### 運用コスト

初期設定や設定変更、  
外部ツールとの連携など  
運用工数が逼迫

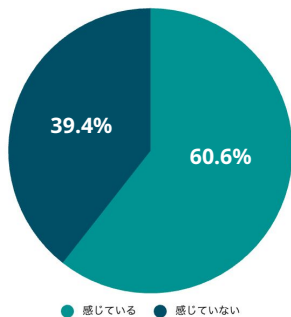
## 営業現場のデジタル化に対する認識

### デジタル化の必要性を認識しつつも、本心ではツール活用に積極的な人は少数

#### 営業のデジタル化への認識

デジタル営業(リモート営業 / オンライン営業や、デジタルツールを活用した営業活動)に適応することの必要性を感じていますか？

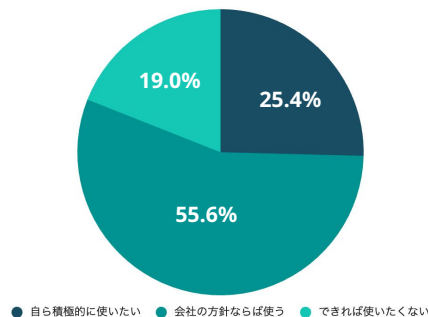
n=500



#### ツール活用に対する個人的な意向

一個人として、デジタル営業ツール(セールステックツール)の活用について、どう思っていますか？

n=500



出典:  
Japan Sales Report 2022法人営業の  
デジタル活用実態調査

**SFA運用に成功するには「現場で使いやすい」 SFAの導入が必要**

## Chapter2

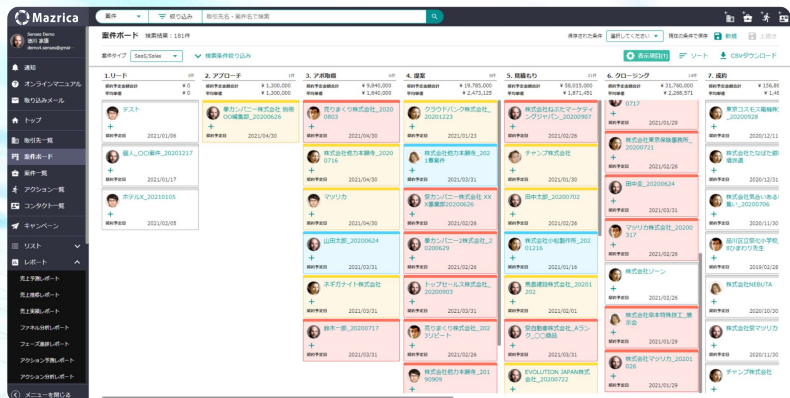
# 現場で使いやすいSFA 5つの条件



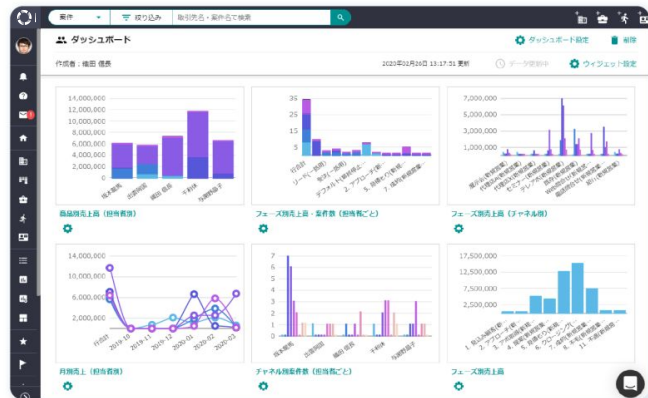
## Chapter2 現場で使いやすい SFA 5つの条件

### ユーザーが使いたくなるような高い UI/UX

SFAは、営業マネージャーや営業担当者が日々の業務で使うもの。  
そのため、ユーザーが使いやすいインターフェースや、直感的に操作できる機能が必要。



それぞれの案件の進捗状況が把握しやすい

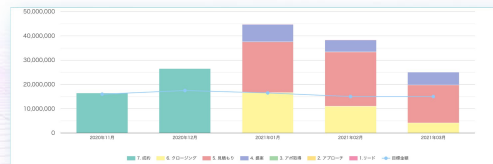
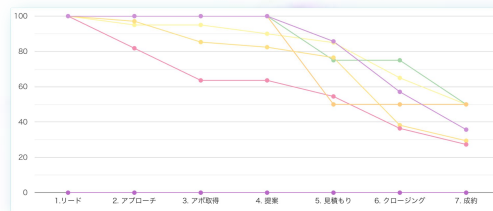
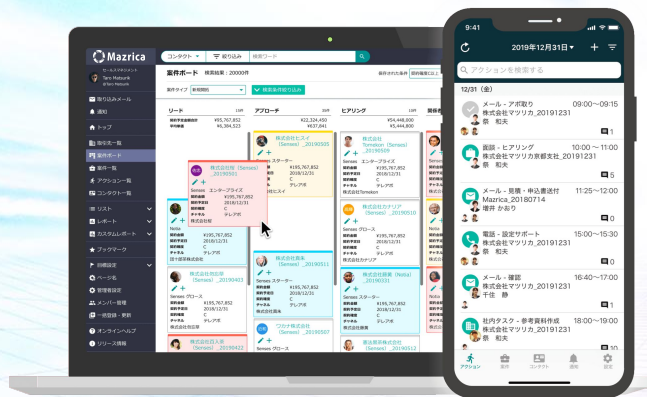


さまざまな営業データを可視化

## Chapter2 現場で使いやすい SFA 5つの条件

### 現場ですぐに使える機能が標準搭載

SFAを使い始める前に設計・作り込みに時間がかかりすぎると、運用・定着までに時間がかかってしまう。標準レポートが備わっているツールであれば、データ入力しながら直ぐに運用を開始できる。

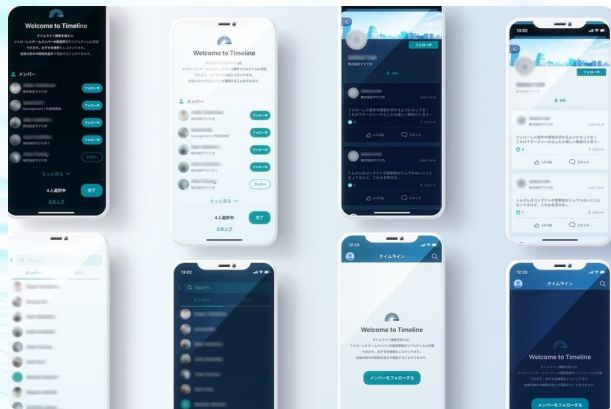


SFAに入力されたデータから

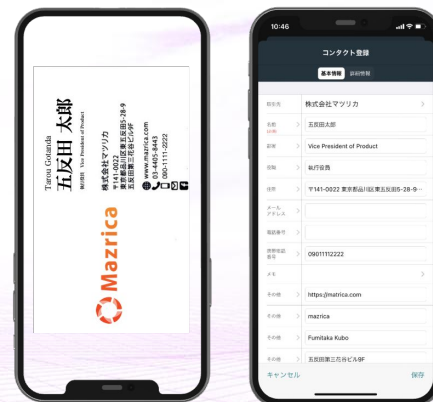
営業に必要なデータが自動的に  
レポート形式で表示される

## モバイル対応が充実

営業担当者は、外出先で営業活動を行うことも多いため、モバイル対応が充実していることが望ましい。モバイルアプリがあれば、いつでもどこでも業務を行うことができ、業務の効率化につながる。



モバイルアプリがあれば、  
外出時でも最新の情報をリアルタイムに更新・把握、  
注目情報やナレッジの共有・取得が可能

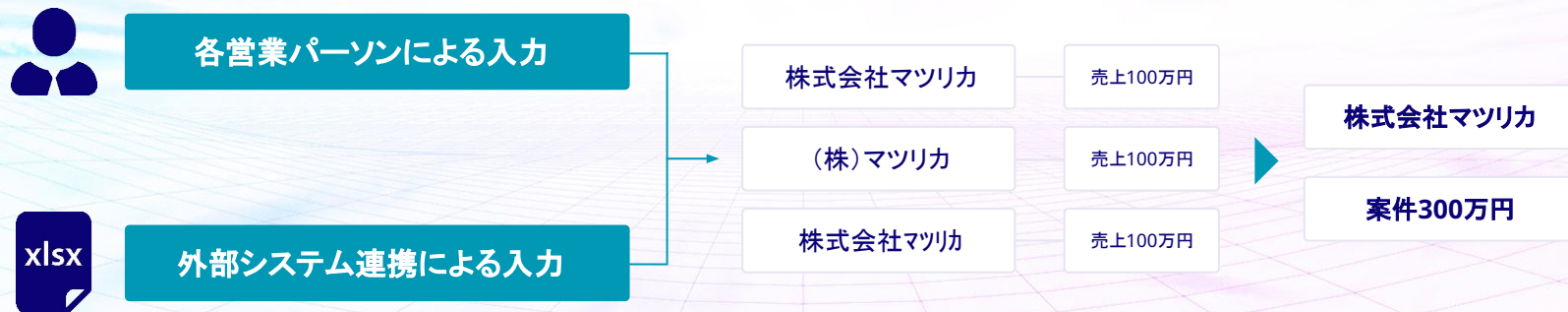


スマートフォンを使って名刺情報を写真として取り込み、SFA  
に反映できれば、余計な入力作業も不要になる

## データ品質を維持

SFAは、顧客情報の一元管理が可能だが、データ品質が低いと情報の正確性が損なわれ、業務に支障が出るが多々ある。データ品質を維持するために、重複データの削除(名寄せ)や、入力ミスの修正などができる機能があると良い。

### 重複データの削除(名寄せ)例



## 分析機能が充実

SFAは、営業活動の効果を分析することができる。標準的な分析機能だけでなく、自社で見たい指標を独自で分析できる機能があると便利(カスタムレポート、BI、AI機能など)。

分析機能があることで、営業活動の成果や課題を様々な切り口で評価できる。

### 各所にあるデータを蓄積・統合・可視化する例



データを蓄積・統合する



データを集計・可視化する

## Chapter3

# リプレイスを進める上で必要な 5つのステップ



## なぜ運用がうまくいかなかったのか？整理する

ツールだけを変えてもSFAの運用が上手くいくわけではない。

なぜ既存のSFAは運用が上手くいかなかったのか？原因を明確にすることで、リプレイスを検討する際のツールの選定条件が見えてくる。



現場の営業メンバーが  
全く使ってくれなかった？

SFAの機能が多すぎて、  
使いこなせなかった？

本来やりたかったことが  
実現できなかった？

はじめのツール設計の時点  
Vでつまづいてしまった？

## Chapter3 リプレイスを進める上で必要な 5つのステップ

### SFAベンダーの比較・検討

SFAのベンダーを選定するには、機能や価格だけでなく、サポート体制、外部からのベンダーの評価、顧客満足度調査などを参考に、複数のツールでトライアルを実施。その後、適切なツールを選定することが必要。

#### 機能・費用などの比較

| サービス名                  | クラウド/オンプレミス | 機能 | 価格帯     | サポート | アドオン | アドオン | アドオン | アドオン |
|------------------------|-------------|----|---------|------|------|------|------|------|
| Sales                  | -           | ●  | 低       | ●    | ●    | ●    | ●    | ●    |
| Sales Cloud            | -           | ●  | 基本無料/有料 | ●    | ●    | ●    | ●    | ●    |
| サールズフォース               | -           | ●  | 基本無料/有料 | ●    | ●    | ●    | ●    | ●    |
| サールズシフト                | -           | ●  | 低       | ●    | ●    | ●    | ●    | ●    |
| Sales CRM              | -           | ●  | 低       | ●    | ●    | ●    | ●    | ●    |
| Sales CRM              | -           | ●  | 低       | ●    | ●    | ●    | ●    | ●    |
| Sales Hub              | ●           | ●  | 低       | ●    | ●    | ●    | ●    | ●    |
| Microsoft Dynamics CRM | -           | ●  | 基本無料/有料 | ●    | ●    | ●    | ●    | ●    |
| Microsoft Dynamics 365 | -           | ●  | 低       | ●    | ●    | ●    | ●    | ●    |

| サービス名                  | クラウド/オンプレミス | 機能 | 価格帯 | サポート | アドオン | アドオン | アドオン | アドオン |
|------------------------|-------------|----|-----|------|------|------|------|------|
| Sales                  | クラウド        | ●  | ●   | ●    | ●    | ●    | ●    | ●    |
| Sales Cloud            | クラウド        | ●  | ●   | ●    | ●    | ●    | ●    | ●    |
| サールズフォース               | クラウド        | ●  | ●   | ●    | ●    | ●    | ●    | ●    |
| サールズシフト                | クラウド        | ●  | ●   | ●    | ●    | ●    | ●    | ●    |
| Sales CRM              | クラウド        | ●  | ●   | ●    | ●    | ●    | ●    | ●    |
| Sales CRM              | クラウド        | ●  | ●   | ●    | ●    | ●    | ●    | ●    |
| Sales Hub              | クラウド        | ●  | ●   | ●    | ●    | ●    | ●    | ●    |
| Microsoft Dynamics CRM | クラウド        | ●  | ●   | ●    | ●    | ●    | ●    | ●    |
| Microsoft Dynamics 365 | クラウド        | ●  | ●   | ●    | ●    | ●    | ●    | ●    |

各ツールの比較表を作り検討する

#### サポート体制の種類・有無



マニュアル



チャットサポート

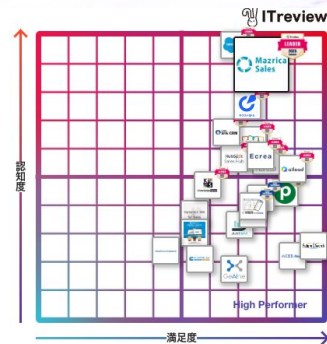


電話サポート



コンサルティング  
サポート

#### 外部からのベンダー評価



ITReview Grid SFAツール(営業支援システム)部門  
2025年09月時点 満足度: 絶対値

ITReviewによる認知度×満足度評価

## プロジェクトチームを作り導入推進の体制を作る

SFA導入のプロジェクトチーム/メンバーを決めることで、役割や責任の所在が明確になり、判断/決定等が必要な際の滞りを最小限にできるため、より導入をスムーズに進められる。

### 各プロジェクトチーム /メンバーの体制・役割例

#### Project Owner

**SFA導入・活用プロジェクトにおける最終意思決定者**  
プロジェクトの"計画立案" "目標達成"に向けた責任を持つ取締役以上が望ましい

#### Project Leader

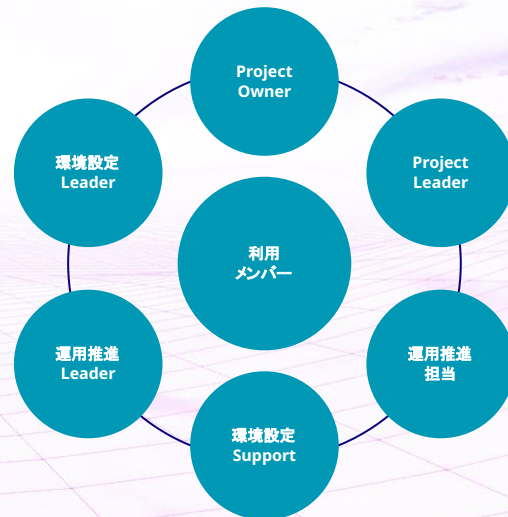
**SFA導入・活用プロジェクトにおける実行責任者**  
自社の営業組織について熟知しているProject Ownerの考える"計画" "目標"に対し、実現に向けた方針を決めて実行する

#### 環境設定 Leader

**導入時のSFA設計や運用時の設計見直しなどのリーダー**  
環境設計/設定において、プロジェクトリーダーの方針を設定に落とし込む運用開始後の利用状況を分析し、プロジェクトメンバーと相談の上、設計の見直しを行う

#### 運用推進 Leader

**主に運用開始後の利用(データ入力)促進のリーダー**  
運用ルールを策定し、利用メンバーへ周知徹底を行う。運用状況を適宜チェックし、プロジェクトリーダーを効果測定を継続的に実施する。利用メンバーからの声を拾い、より良い活用に向けプロジェクトメンバーと改善を推進する



## データ移行の準備

既存のSFAに蓄積されたデータは新しいSFAに移行する必要がある。移行先のSFAで必要となるデータの形式や項目を整理し、移行作業をスムーズに進めるための準備を行うことが重要。

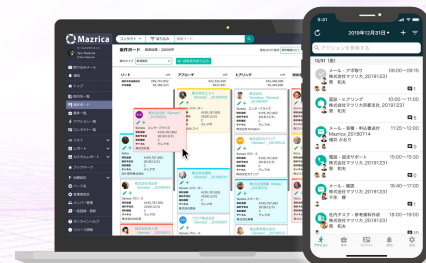
既存の SFAからリプレイス先の SFAへデータ移行するイメージ



既存のSFA



必要な情報をエクスポート



データ構造を揃えてリプレイス先のSFA  
へデータをインポート

## 社内導入・トレーニングの実施

新しいSFAツールの利用方法を営業メンバーに伝えるために、ユーザートレーニングを実施。可能であればトレーニングの内容やスケジュール、トレーニング方法などを決定し、新しいSFAツールをスムーズに利用できるように時間を確保する。ベンダー側のカスタマーサクセス(CS)のサポートがあれば、スムーズに運用定着が進む。

CSのサポートにより SFA導入時に想定されるリスクを最小限に抑える

導入

定着

活用

### 想定されるリスク

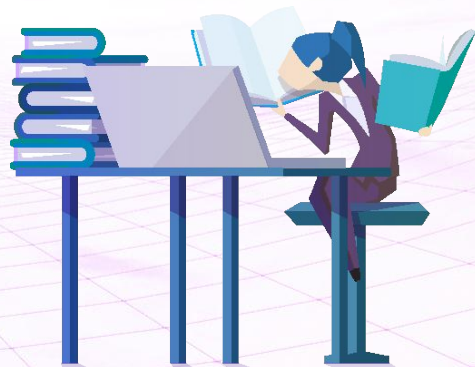
- ・ITツールへのハードルや抵抗感
- ・運用までの人的コスト
- ・正しくKGI・KPIが管理できない
- ・メンバーの利用が定着しない
- ・改善点がわからない
- ・営業成果が出ていない

### 解決手法

- ・初期設定のサポート
- ・利用説明会開催の支援
- ・個社ごとのヒアリング
- ・オフライン/オンライン問わず定期的なフォロー
- ・ベストプラクティスや事例の提供
- ・専任担当者による施策提案

## Chapter4

# Mazrica Salesのご紹介



## クラウド営業支援ツール Mazrica Sales



利用企業数

**3,700**社  
突破

利用継続率

**98%**

Mazricaは、現場に入力されず結局導入自体が失敗に終わるというSFAの課題を解決することを目指して、リリースされました。利用企業は3700社を突破しています。

### 入力負荷を最小に

取引先の情報を自動取得できたり、メールやカレンダーとの連携機能により、現場の入力負荷を最小にすることにこだわっています。

### 使いやすい UI

案件をカード形式で表示したボード画面など、使いやすい UIに定評があります。止まっている案件の色が変わっていく仕様なので、案件の抜け漏れも防止できます。

### SFA導入を成功に導く運用サポート

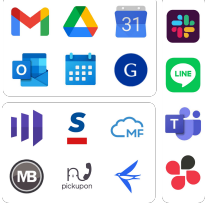
SFAの運用・定着の支援サービスにより営業成果の最大化に貢献しています。管理者の方でなくても、ユーザーであれば誰でもチャットで質問することができます。回答は平均で2分以内、疑問をその場で解決することができます。

## Mazrica Salesの特長

Mazrica Sales は  
現場定着ファースト・現場が率先して使いたくなる

### 簡単データ 入力/蓄積

ツール連携



モバイル/自動化



- ・入力テンプレート
- ・企業DB 約240万件
- ・写真文字起こし
- ・名刺取込・音声入力

### 誰でも データ活用

AI 営業支援



ナレッジ活用



### 簡単設定 / 運用サポート

充実した多様な  
活用セミナー

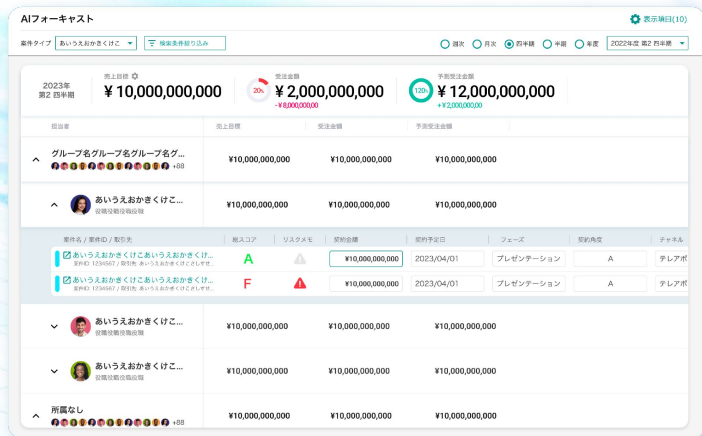


活用伴走型  
プレミアムサ  
ポート



## Mazrica Sales が他のSFAと圧倒的に違うポイント

AI機能を活用することで、受注確度、予測契約日、契約金額を予測



## Mazricaが他のSFAと圧倒的に違うポイント

### マーケティングから組織強化まで一気通貫で実現可能



オートメーション

## Mazrica Sales(旧Senses)ユーザーの声



### 簡単データ入力/蓄積

ITreview | Mazricaの良いポイント

★★★★★

案件ボードは非常に見やすく設定も登録もしやすいです。細かい調整も社内で即対応できる管理画面のおかげで、営業チームからの細かい要望の即反映や、他ツールとの連携における微調整なども柔軟に設定でき大変使いやすく感じています。

業種 情報通信・インターネット 職種 経営・経営企画職 従業員規模 100-300人未満

ITreview | Mazricaの良いポイント

★★★★★

初めて営業管理システムを導入する企業でも、1週間程度でメンバーが使いこなせるようになりました。他企業にいた時に他社製品を導入しましたが、現場が全く使いこなせずほとんど機能しなかったです。

業種 介護・福祉 職種 経営・経営企画職 従業員規模 300-1000人未満

### 誰でもデータ活用

ITreview | どのような課題解決に貢献しましたか?どのようなメリットが得られましたか?

★★★★★

案件管理、次回のアクション、売り上げ管理をすべて別の場所で管理していました。しかし、senses導入後はすべてsenses内で管理することができ、営業側の工数がかかり削減できました。また、次回アクションを立てることにより、案件が埋もれることもなくなったので、受注率にも良い影響をもたらしてくれました。

業種 ソフトウェア・SI 職種 営業・販売・サービス職 従業員規模 100-300人未満

ITreview | Sensesの良いポイント

★★★★★

・契約前にテストアカウントの提供を依頼したところ、快く人数分提供して頂けた。それにより、使い勝手やイメージをしっかりと確認した上で導入できました。・多種多様なAPI連携に対応しています。・定量と定性、顧客毎と案件毎といったように、多角的な案件管理・タスク管理が行えます。

業種 ソフトウェア・SI 職種 営業・販売・サービス職 従業員規模 1000人以上

### 簡単設定/運用サポート

ITreview | どのような課題解決に貢献しましたか?どのようなメリットが得られましたか?

★★★★★

まだ導入しばかりですが、サポート、フォロー体制が秀逸。大きな顧客管理システムよりは、営業がとつきやすいことは確かでした。まだまだですがもう少し利用促進していきます。

業種 広告・販促 職種 営業・販売・サービス職 従業員規模 100-300人未満

ITreview | 検討者へお勧めするポイント

★★★★★

特にSFA初心者企業様には非常に導入ハードルが低く、手厚いサポートも頂けるため、不安がある企業様におすすめです。また営業部のメンバーの方がSFAに慣れていない/苦手な方が多くても、直観的に操作が可能です。

業種 情報通信・インターネット 職種 経営・経営企画職 従業員規模 100-300人未満

## 自社紹介

**会社名** 株式会社マツリカ/ Mazrica Inc.

**所在地** 〒103-0004 東京都中央区東日本橋2丁目7番1号 FRONTIER東日本橋 6階

**代表者名** 代表取締役CEO 黒佐英司

**設立年月日** 2015年4月30日

**資本金** 1,405,626,010円(資本準備金等含む)

**事業内容**

- ・クラウドアプリケーションの開発・提供
- ・営業活動におけるコンサルティング業務
- ・その他インターネットインフラ事業の開発・運営

### 株主

- ・経営陣
- ・DNX Ventures
- ・株式会社NTTドコモ・ベンチャーズ
- ・アーキタイプベンチャーズ株式会社
- ・SMBCベンチャーキャピタル株式会社
- ・ニッセイ・キャピタル株式会社
- ・いよぎんキャピタル株式会社
- ・ちばぎんキャピタル株式会社
- ・マネックスベンチャーズ株式会社
- ・三菱UFJキャピタル株式会社
- ・きらぼしキャピタル株式会社
- ・フューチャーベンチャーキャピタル株式会社
- ・株式会社tb innovations
- ・Sony Innovation Fund
- ・大分ベンチャーキャピタル株式会社



## おすすめ資料のご案内

営業現場に最も使われている SFA  
「Mazrica Sales」について知りたい方



Mazricaサービス紹介資料を  
無料ダウンロードする



SFA「Mazrica(マツリカ)」の  
導入事例について知りたい方



Mazrica導入事例集を  
無料ダウンロードする



無料デモ・お打ち合わせをご  
希望の方は  
[こちら](#)よりご都合のよい日程  
をご指定ください





最後までお読みいただき、ありがとうございました

【お問い合わせ】

株式会社マツリカ  
<https://mazrica.com/>