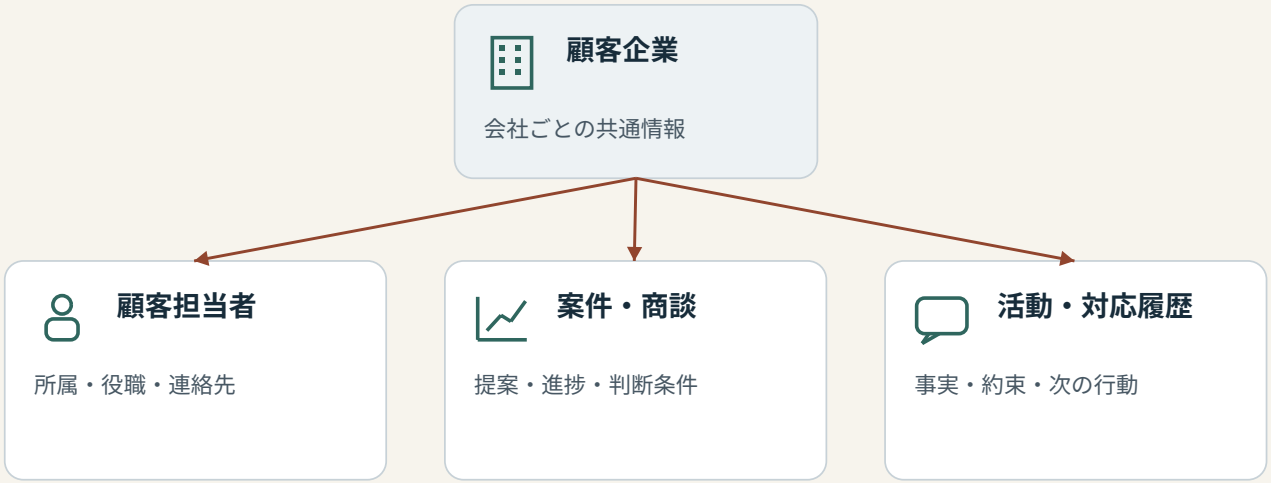
VTIGERCRM OSS 日本語ガイド

BtoB企業のCRM実践ガイド

顧客管理・営業・継続取引をつなぐ

情報設計から、現場への定着、費用・保守の検討まで。
全12記事を、一冊でたどる実務ハンドブック。



全12章 / 図解 / 記入用ワークシート

2026年11月19日 編集版
株式会社アイプランナー

はじめに

顧客情報を、次の仕事につながる記録にする

顧客の名前や連絡先を集めるだけでは、営業の引き継ぎや商談の停滞、既存顧客への連絡漏れは解消しません。必要なのは、会社・人・案件・対応履歴をつなぎ、次に誰が何をするかを確かめられる仕組みです。

本書は、VtigerCRM OSS 日本語ガイドで制作したBtoBシリーズ全12記事を、実務ハンドブックとして再編集したものです。機能や製品を選ぶ前の整理から、情報設計、営業・サポートの運用、費用・保守の検討までを一冊にまとめました。

各章の実務解説・記録例・比較表を残し、Web用の目次や重複する相談案内を整理しています。理解を助ける図解と、社内で記入して使えるワークシートを加えました。

本書の読み方

読みたいこと	参照する章
CRMの必要性・選び方・情報設計	第1〜3章
引き継ぎ・関係者・長期商談	第4〜6章
既存顧客・営業とサポート・MA連携	第7〜9章
定着・50人の費用・OSSの適性	第10〜12章
自社の条件を整理したい	巻末の記入用ワークシート

掲載範囲と前提

VtigerCRMはOSS版8.4を対象とし、本体の標準機能、追加アプリ、外部サービス、個別の支援を区別しています。図解は情報の関係・運用の考え方を示した説明図であり、製品の実画面や全機能の対応を保証する図ではありません。

金額は原則税別。費用比較は従業員50人・利用者50人を前提とする章の条件を参照してください。公式料金等の確認日は2026年11月19日です。個別の導入条件、機能、契約、対応範囲は最新情報と見積もりで確認してください。記入例の人物・企業は説明用です。

目次

第1部 基礎と情報設計 4

01 BtoB企業にCRMは必要か 4

02 BtoB向けCRMの選び方 10

03 企業・部署・担当者・案件の設計 16

第2部 営業プロセスを整える 22

04 属人化を減らす記録と引き継ぎ 22

05 商談の決裁者・関係者を整理する 28

06 長期商談の時期・停滞・次の行動 34

第3部 継続取引と部門連携 40

07 既存顧客への追加提案・更新・再接点 40

08 営業とサポートをつなぐ 46

09 CRM・SFA・MAの使い分け 52

第4部 導入・費用・運用を決める 59

10 使い続けられる項目・画面・運用 59

11 50人で使う費用を比較する 65

12 OSS版VtigerCRMの適性と保守 72

記入用ワークシート 79

収録記事と参照情報 86

章名とページ番号はクリックで移動できます。PDFのしおりからも参照できます。

第1部 基礎と情報設計

CHAPTER 01

BtoB企業にCRMは必要か

- 現在の確認・対応漏れから目的を決める
- 企業・人・案件・次の行動をそろえる
- 一つの仕事から試し、運用へつなぐ

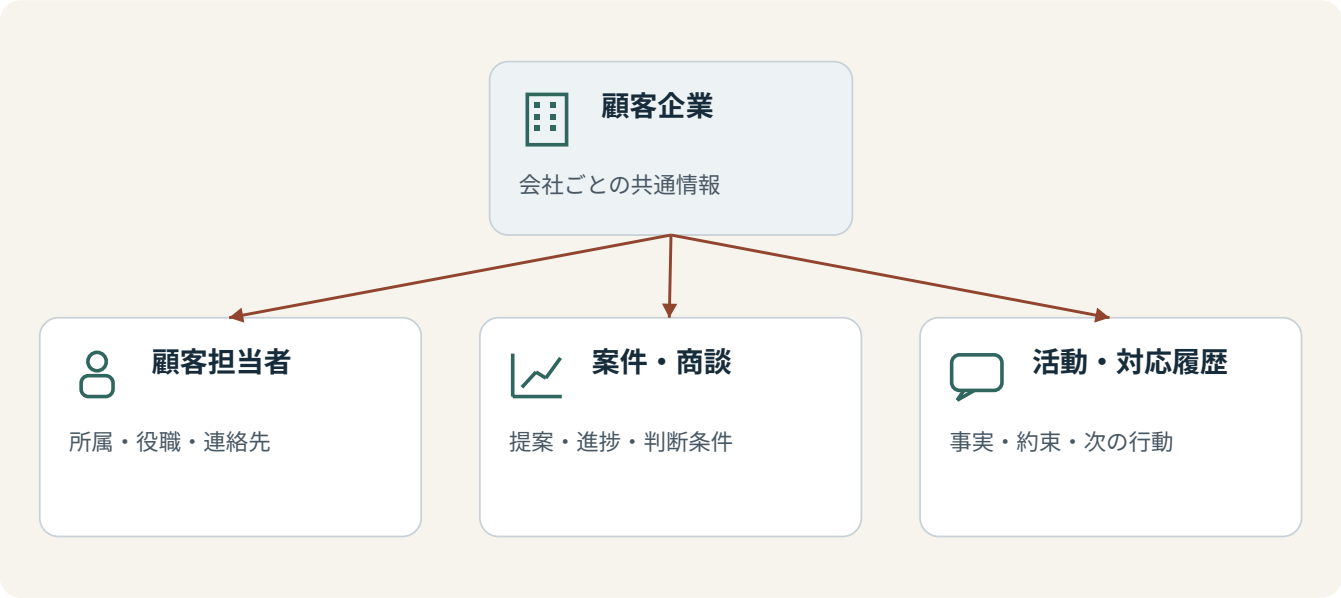


図1 顧客企業を起点に、次の対応に必要な情報をつなぐ

「あの会社には、前回どんな提案をした？」「先月の見積もりは、誰がフォローしている？」。営業会議のたびに、担当者を呼んで確認していませんか。

BtoBの取引では、相手企業の窓口が複数に分かれ、提案から受注まで数か月かかることもあります。顧客台帳に連絡先がそろっていても、商談の経緯や約束したことがメール、個人のメモ、口頭の報告に分かれていると、チームで動く際に確認が増えます。

顧客への対応をチームで引き継ぎ、次の営業活動を決めたい企業には、CRMが役立ちます。導入を判断するときは、現在の業務でどんな確認や対応漏れが起きているか、その改善にどの機能が必要かを整理しましょう。

本章では、BtoBでのCRMの役割、導入を考える目安、管理する情報、費用と始め方を解説します。後半では、VtigerCRM OSS 8.4を使う場合の例と、導入支援を受けながら進める選択肢も紹介します。

BtoBのCRMとは。企業との取引を、担当者が変わっても続けられるようにする

CRMは、Customer Relationship Managementの略で、顧客との関係を管理し、継続的な取引につなげる考え方です。CRMシステムでは、企業や担当者の情報に、商談、活動、問い合わせなどの履歴を関連付けて管理します。

たとえば、取引先の窓口は営業企画の担当者でも、導入を判断するのは部長で、セキュリティの確認は情報システム部門が行う、といった案件があります。窓口の名前に加えて、誰が何を確認しているか、どんな条件がそろえば次に進めるかを共有すると、営業担当者や上司が同じ経緯を踏まえて対応できます。

CRM・SFA・MAの役割を知っておく

CRMでは顧客との関係や履歴を、SFA（営業支援）では商談の進捗や営業活動を、MA（マーケティングオートメーション）では配信や見込み客のフォローを主に扱います。製品によって機能は重なります。最初は「顧客の情報を共有したい」「案件の次の行動を管理したい」といった目的を決め、必要な機能を確認すれば進められます。

BtoB企業がCRM導入を考える5つの目安

自社の仕事に次のような場面があるかを確認してみてください。起きた回数や確認にかかった時間を書き出すと、導入後に改善したかを比較できます。

- **担当者が休むと、顧客への返答が止まる。**過去の提案や約束した内容を、その人のメールから探している。
- **見積もりを提出した後の対応が分からない。**次回の連絡日や、相手が検討している条件をチームで確認できない。
- **同じ企業の情報が部署や担当者ごとに分かれている。**別の部門との商談や、過去の問い合わせを知らずに連絡している。
- **既存顧客への連絡が後回しになる。**更新時期や前回訪問日を覚えている人に、フォローが集中している。
- **営業会議の前に、報告用の一覧を作り直している。**各自のExcelを集め、同じ案件の金額や進捗を確認し直している。

一方、少人数で対応し、最新情報の置き場所と入力ルールがそろっていて、引き継ぎにも困っていない段階なら、現在の管理方法を整える選択もできます。導入を検討する際は、共有したい情報と、改善したい業務を一つ挙げるところから始めます。

CRMを使うと、BtoB営業の仕事はどう変えられるか

以下は、日々の業務に当てはめた活用例です。利用する製品の機能や設定に合わせて、誰が記録し、いつ確認するかを決めます。

顧客情報を、次の対応につなげる例

業務の場面	CRMに残す情報	チームでの使い方
見積もりのフォロー	提出日、相手の反応、次回連絡日、営業担当	連絡予定の案件を確認し、未対応なら担当者と進め方を決める。
長く続く商談	検討中の条件、関係者、判断予定日、停滞理由	止まっている理由を共有し、必要な資料や打ち合わせを用意する。
担当者の交代	提案の経緯、直近の合意、未回答の質問	後任が過去の履歴を読み、前任者への確認事項を絞って引き継ぐ。
既存顧客への追加提案	導入済みの商品、現在の課題、次回訪問の予定	顧客の状況に合わせて、更新や関連商品の相談を準備する。
問い合わせ対応	問い合わせ内容、対応経緯、残っている課題	営業とサポートが必要な範囲で履歴を共有し、説明の行き違いを減らす。

営業会議でも、同じ案件を開いて話す

会議では、次回対応日が過ぎている案件や、予定していた段階から進んでいない案件を確認します。「誰が、何を、いつまでにするか」をその場で決めて記録し、次回は対応結果から話を始めます。日々使う記録を会議でも使うと、担当者は更新した情報が相談や支援につながることを実感しやすくなります。

最初に管理するのは、企業・担当者・案件・次の行動

顧客台帳の全項目を必須入力にすると、日々の更新に時間がかかります。最初は「この情報があれば、他の人が次の対応を判断できるか」を基準に、必要な項目を決めます。

最初の項目設計と入力例

情報の単位	最初にそろえる項目	入力例
企業	正式社名、顧客コード、取引状況	A製作所／C001／既存取引先
相手の担当者	氏名、部署、連絡先、商談での役割	営業企画部・窓口担当／利用部門の要件を確認
案件	案件名、対象企業、進捗、検討時期、自社担当者	受発注管理の見直し／要件確認中／来月に方針決定
活動・次の行動	対応結果、次の作業、期限、実行する人	現行書式を受領／金曜までに移行対象を確認／担当営業

会社名だけでレコードを作ると、略称や支店名の違いで重複することがあります。顧客コードなどの照合ルールを先に決め、同じ企業の複数の担当者や案件を関連付けます。複数の決裁関係者を管理したい場合も、実際の商談で必要な役割から追加していけば、入力項目を絞れます。

相手から聞いた事実と、営業担当者の見込みは分かるように残します。「来月導入予定」と「来月の会議で予算を相談する予定」では、次のアプローチが変わります。発言の出所や確認した日も控えると、後任や上司が状況を読み取りやすくなります。

中小企業がCRMを小さく始める5つの手順

たとえば従業員50名の企業なら、まず営業の一部と管理者で、対象顧客や案件を限って試す進め方があります。試す期間と、継続を判断する日を決めておくと、試用後の打ち合わせも具体的になります。

1．改善したい仕事を一つ決める

「見積もり後の連絡漏れを減らす」「担当者が不在でも問い合わせの経緯を確認する」など、実際に困っている仕事を選びます。試用前に、現在の未対応件数や確認作業の時間を記録します。

2．日々の業務で使う画面と項目をそろえる

一覧に出す項目、必須項目、商談の進捗区分を決めます。「要件確認」「提案中」「社内稟議中」など、それぞれ何が確認できたら次へ進むかもそろえます。閲覧・編集・出力を許可する範囲は、実際の業務に合わせて設定します。

3．対象データを取り込み、担当者と照合する

進行中の案件や、今回フォローする顧客から始めます。少量のテストデータを取り込み、企業と担当者の関連、既存データとの重複、所有者、日付を確かめてから対象を広げます。

4．営業担当者と上司が、同じ記録を使う

商談後にどの項目を更新するか、上司がどの一覧を確認するかを決めます。報告用Excelが別にある場合は、CRMの一覧やレポートで置き換えられるかを確認し、同じ内容を入力し直す作業を整理します。

5．結果を見て、項目と対象業務を見直す

対応期限を過ぎた案件数、初回連絡までの時間、引き継ぎ時の確認にかかった時間などを比べます。成果は、試用する業務に合わせて判断します。使わなかった項目や分かりにくい進捗区分を直し、運用できる形が見えてから、別の部門や顧客群へ広げます。

BtoB向けCRMとして、VtigerCRM OSS 8.4を使う選択肢

VtigerCRMのOSS版は、サーバーに導入して使うオープンソースのCRMです。ソースコードを確認でき、設定や拡張によって自社の業務に合わせていくことができます。本記事では、VtigerCRM OSS 8.4を対象にしています。

標準の顧客企業、顧客担当者、案件、活動、問い合わせなどを使い、会社を起点に営業や顧客対応の履歴を関連付けて管理できます。たとえば、既存顧客からの新しい相談を案件にし、連絡予定を活動として残す使い方を試せます。判断理由や独自の管理項目は、項目の追加や運用ルールで整えます。

既存顧客から追加導入の相談が来たら
取引先と窓口担当者を確認し、「営業部への追加導入」という案件を作ります。「来月の部長会議で判断」「次回は費用の内訳を説明」と記録し、説明資料を用意する担当者と期限を決めます。上司は案件の経緯を読んでか

ら、提案内容を相談できます。これは利用を想定した例です。

日本語での設計・運用支援も含めて検討するなら

株式会社アイプランナーの「vtplus」は、OSS版VtigerCRMを基盤に、業務支援アプリやAI活用、導入・運用の支援を提供しています。営業と事務で共有する情報、担当者の権限、データ移行、稼働後の改善まで、必要な範囲を相談しながら検討できます。

自社で運用する場合も、支援を受ける場合も、最初の打ち合わせでは「誰が何を確認できずに困っているか」を共有すると、必要な設定やアプリを絞れます。標準機能で試す範囲と、追加機能・支援が必要な範囲を、実際の操作で確認しましょう。

CRMの費用は、初期準備と継続運用を合わせて見積もる

有料クラウドCRMなら、使う人数と必要なプランをそろえて比較します。OSS版VtigerCRMは、本体のユーザー単位ライセンス料をかけずに利用できます。利用するサーバー、設定、データ移行、保守、必要な追加機能の費用は、それぞれ見積もります。

見積もりに含める費用と作業

区分	そろえて比較するもの	確認したいこと
導入時	項目・権限設計、移行、操作説明	移す履歴や添付の範囲、社内で整理するデータ、検証に参加する人。
毎月・毎年	利用料、サーバー、保守、追加アプリ	バックアップ、更新、障害対応の担当と、契約に含まれる作業。
社内の継続作業	アカウント管理、入力ルール、集計の見直し	担当者が確保できる時間と、外部へ依頼する範囲。

費用感をつかむ例として、1人あたり月額3,000円（税別）と仮定すると、50人分の基本利用料は月15万円、年180万円です。この仮定に基づく基本利用料の計算です。ここに初期作業や追加機能、社内の作業時間を加えて、自社の予算と照らし合わせます。

BtoB企業のCRM導入でよくある疑問

少人数の営業組織でもCRMは必要ですか？

少人数でも、外出中の代理対応や引き継ぎ、継続的なフォローに困っているなら、検討する価値があります。人数とあわせて、案件数、関わる部署、共有したい情報を見て判断します。

Excelの顧客台帳を、全部移す必要がありますか？

試用では、進行中の案件と、その取引先・担当者から始められます。過去データは、参照する必要があるもの、整理してから移すものを決めて計画します。移行対象を広げる前に、企業と担当者、履歴の関連が保たれるかを確かめます。

CRMを入れれば、営業担当者は入力してくれますか？

入力した情報が、次の対応の確認、上司への相談、資料の再利用に使えるように、運用を組みます。入力する場面を決めて、業務上使わない必須項目を減らし、上司も同じ記録を見ることが定着のための実務になります。

CRMとメール配信の仕組みは、同時に導入すべきですか？

まず案件フォローを改善したいなら、担当者と次回対応の管理から始められます。見込み客へ継続的に案内を配信したい段階になったら、配信対象や停止の管理、営業への引き渡しも含めてMAなどとの連携を検討します。

CHAPTER 02

BtoB向けCRMの選び方

- 機能名ではなく、業務の操作で比べる
- 同じサンプル案件と権限で試す
- 導入後の費用・支援・出力も確認する



図2 同じサンプル案件で確認する7つの機能

同じ取引先に複数の窓口があり、営業と事務が一緒に動き、受注まで何か月もかかる。自社の法人営業に合うCRMを選ぶには、こうした仕事を実際の画面で進められるかが判断材料になります。

「顧客管理」「案件管理」という機能名が同じでも、会社と担当者の関連付け方、見積提出後の追いかけ方、部門ごとの閲覧範囲は製品やプランによって変わります。比較する前に、普段の仕事から確認項目をそろえましょう。

本章では、BtoB向けCRMを選ぶための7つの機能と、デモで確かめる操作を整理します。後半では、クラウドサービス・OSS版の運用方法、50人で使う場合の費用の見方、VtigerCRM OSS 8.4とvtplusの検討方法も紹介します。

最初に、誰のどの仕事を改善するかを決める

営業担当は訪問後の記録を短時間で済ませたい。営業部長は停滞中の案件を見つけたい。営業事務は担当者の不在中でも見積もりの経緯を確認したい。使う人が増えるほど、CRMに求めることも増えます。

まず、今回の導入で改善したい場面を3つほど挙げます。たとえば「見積もり後の連絡漏れ」「担当交代時の情報不足」「営業会議用の集計」を選び、その場面で必要な情報と操作を書き出します。必須の条件、導入後に追加したい条件、今回の対象外を決めておくと、候補を絞りやすくなります。

条件には「同じ会社の別部署の案件を確認できる」「外出先から次回連絡日を登録できる」のように、操作した結果を書きます。社内の事情が分かる担当者もデモに参加し、普段の手順に当てはめて確かめましょう。

BtoB向けCRMで確認したい7つの機能

機能名と、自社の業務で確かめること

機能	法人営業での用途	比較するポイント
1．企業・担当者管理	同じ企業の複数窓口、部署、取引を整理する。	会社と人の関連付け、重複の照合、拠点の扱い。
2．商談・進捗管理	長い商談の検討状況と、進まない理由を共有する。	進捗区分、検討時期、関係者、変更履歴。
3．活動・履歴共有	電話、メール、訪問、提案の経緯を引き継ぐ。	記録の手間、検索、添付、スマートフォンでの操作。
4．タスク・通知	次に対応する人と期限を決める。	期限の一覧、自動作成の条件、通知先、重複の防止。
5．レポート・集計	案件の見込み、受注、停滞を同じ基準で見る。	集計期間、金額の定義、明細への移動、権限の反映。
6．権限・操作管理	課内共有、兼務、代理入力に合わせて情報を共有する。	閲覧・編集・出力の範囲、異動時の設定変更、操作の記録。
7．移行・出力・外部連携	既存データと他システムをつなぎ、データを持ち出せるようにする。	関連や添付の移行、APIの条件、障害時の再処理、出力対象。

この表を使って、候補製品ごとに「必要なプラン」「設定する内容」「追加費用」「試した結果」を記録します。対応方法は、標準機能、管理画面の設定、追加アプリ、個別開発など、実際の実現方法まで確認すると導入後の作業が見えてきます。

7つの機能を、デモでどう比較するか

1．企業・担当者管理｜会社と人を関連付けられるか

BtoBでは、窓口、利用部門、購買部門など、同じ企業の複数の人とやり取りします。企業情報を共通で管理し、その会社に複数の担当者や商談を関連付けられるかを確認します。部署や支店をどの単位で登録するかも、自社の取引実態に合わせます。

顧客コードなどの照合に使う項目、会社名の表記違いを確認する方法、担当者が異動・退職したときに履歴を残す方法も比較します。相手の部署や役割が変わっても、過去の商談で誰が関わったかを追えると、後任が経緯を確認できます。

デモで試す操作1社に窓口と購買担当の2人を登録し、別々の案件を2件作ります。会社の画面から、それぞれの担当者・案件をたどれるかを確かめます。

2．商談・進捗管理｜次に進むための条件を記録できるか

「提案中」が続いていても、相手は予算を調整しているのか、技術評価をしているのか、社内稟議を待っているのかで必要な対応が変わります。進捗区分とあわせて、検討時期、未確認の条件、関係者、停滞理由を残せるかを見ます。

複数の営業プロセスがあるなら、商品や部門ごとに進捗区分を分けられるかも確認します。関係者の役割を項目で記録する方法と、複数人を案件に関連付ける方法では使い方が変わるため、自社が必要とする粒度まで実際に設定してみましょう。

デモで試す操作提案中の案件に「予算の社内調整中」「来月の会議で判断」と記録し、判断予定日を変更します。上司が変更の経緯と、次に確認することを読めるか確かめます。

3．活動・履歴共有｜記録しやすく、後から探せるか

商談メモ、電話の回答、送付した提案書などを、適切な企業や案件に関連付けて残せるかを確認します。履歴を開いたときに、日付順の経緯と未回答の質問が分かれば、代理対応や引き継ぎに使えます。

記録する画面までの操作数や必須項目、よく使う定型文、添付の探し方も比較します。メール連携を使う場合は、手動で関連付ける範囲、自動で取り込む条件、閲覧できる人を確認します。外回りが多い組織なら、利用するスマートフォンで保存まで試しましょう。

デモで試す操作スマートフォンで訪問メモと次回の確認事項を登録します。別の担当者が会社名や案件名からその記録を探し、直近の約束を説明できるかを確かめます。

4．タスク・通知｜担当と期限が日々の仕事につながるか

見積もりのフォローや資料の送付には、担当者と対応期限が必要です。自分の未完了タスクや、期限が過ぎた案件を一覧で確認できるか、担当を変更したときに引き継げるかを見ます。

ワークフローによる通知やタスクの自動作成を使うなら、条件、実行タイミング、送信先、完了後の扱いまで確かめます。案件の再保存や進捗の差し戻しをしたときに、同じ通知やタスクが重複して作られないかも試します。

デモで試す操作見積もり後のフォローを登録し、期限変更、担当交代、完了まで操作します。自動処理を設定した場合は、同じ案件を再保存して生成結果も確認します。

5．レポート・集計｜営業会議で使う数字を再現できるか

自社で使っている集計表を一つ持ち込み、同じ条件の数字を出せるかを確認します。受注予定月と受注確定月、税抜と税込、商談金額と売上計上額など、どの値を集計するかをそろえると比較ができます。

グラフから対象案件の明細へ進めるか、集計の対象外にした案件を確認できるかも見ます。部門別の予算と実績、兼務者の配賦、過去月の組織に基づく集計などが必要なら、標準の集計にどこまで含まれるか、追加設定や開発が必要かを見積もりに反映します。

デモで試す操作今月受注予定の案件を担当者別に集計し、対象の明細を開きます。予定日を来月に変えた案件が、どの集計へ移るかを確認します。

6．権限・操作管理｜自社の共有ルールを再現できるか

「営業1課は課内で共有」「営業事務は複数の課を支援」「兼務の課長は両課を確認」といった条件を、閲覧・作成・編集・削除・出力ごとに整理します。一般ユーザーの画面で、必要な情報が見えて、制限する操作が実行できないことを確かめます。

一覧に加え、検索、関連レコード、レポート、CSV出力でも範囲を確認します。ログイン履歴や変更履歴が必要な場合は、記録される操作、保存期間、取り出し方を確認します。認証方法や端末・接続元の制限についても、自社の要件を候補先に伝え、追加サービスを含めた実現方法を確認しましょう。

デモで試す操作営業担当、兼務の管理者、営業事務のアカウントで同じ案件を開き、検索・編集・CSV出力を試します。利用者の異動時に変更する設定も確認します。

7．移行・出力・外部連携｜情報をつなぎ、将来も使い続けられるか

既存の企業・担当者・案件・活動・添付を、どこまで関連付けて取り込めるかを確認します。CSVの入出力対象、重複を判断する項目、外部のレコードIDを保持する方法も、移行と連携の両方に関わります。

会計や名刺管理などと連携するなら、APIを使えるプラン、通信回数や容量の条件、接続サービスの費用、障害時の再処理を確認します。将来ほかのシステムへ移す際も、カスタム項目、関連、履歴、添付をどの形式で取り出せるかを、契約前に確かめておくと移行計画を立てられます。

デモで試す操作架空の企業・担当者・案件を少量取り込み、出力して項目と関連を照合します。添付の取得方法も確認し、API連携を使う場合は同じデータを再送したときの重複と更新結果を検証します。

機能と一緒に、運用方法と支援範囲を比較する

必要な機能が見えてきたら、環境を誰が運用し、設定の見直しを誰に依頼するかを比較します。OSS版に外部支援を組み合わせる方法もあり、自社で担う範囲と契約で任せる範囲を決められます。

運用の進め方ごとに確認すること

進め方	検討しやすい条件	契約・準備の確認点
クラウドCRMを利用	提供される機能・設定で業務を進められ、提供元の運用を利用したい。	必要プラン、人数・容量・APIの条件、支援範囲、解約時のデータ出力。
OSS版を自社で構築・運用	環境やデータを自社で管理し、設定・運用を担う担当者や委託先を用意できる。	構築、更新、バックアップ、復元、追加機能の互換性を誰が確認するか。
OSS版に導入・運用支援を組み合わせる	自社で管理する基盤を持ちながら、設計や運用の専門支援を受けたい。	自社の管理権限、契約に含む作業、追加依頼の条件、保守先変更時の引き継ぎ。

長く使うCRMでは、データを活用できることに加え、機能を追加したいときの相談先や、運用方法を変更するときの手順も選定材料になります。今後増える部門や、連携を予定しているシステムも共有して、数年先までの使い方を確認します。

同じサンプル案件を使い、候補を比較する

製品ごとのデモでは、共通の業務シナリオを使います。たとえば「A製作所から追加導入の相談。窓口と購買担当が関与し、来月の会議で判断する」という架空案件を用意します。営業担当、上司、営業事務が参加し、次の流れを試します。

1. 企業と2人の担当者を登録し、関連付ける。
2. 案件に金額、進捗、検討時期、関係者の役割を記録する。
3. 訪問メモと架空の提案資料を保存し、次の対応を別の担当者へ割り当てる。
4. 権限の異なるアカウントで、必要な記録と操作範囲を確認する。
5. 案件を集計し、出力データを照合する。

確認結果には「対象プランで設定済み」「アプリ追加と初期設定が必要」「個別開発の見積もり待ち」など、実現方法を書きます。必須項目で未確認のものは次の打ち合わせに残し、費用と納期がそろってから比較します。

営業担当は入力と検索、上司は集計と進捗確認、事務は代理入力を見ます。操作にかかった時間や、迷った箇所も記録すると、導入後の操作説明や設定調整に必要な作業が見えてきます。

50人で使う費用は、同じ機能・作業範囲でそろえる

50人が使う想定なら、まず入力、閲覧、管理それぞれの利用者数と必要な契約条件をそろえます。さらに、今回確認した7機能のうち、追加プランやアプリ、個別開発が必要なものを費用に加えます。

たとえば1人あたり月額3,000円（税別）と仮定すると、50人の基本利用料は月15万円、年180万円、3年間で540万円です。これは人数と単価に基づく計算例です。初期設計、データ移行、操作説明、追加機能、外部サービス、社内作業などは別に計上します。

OSS版VtigerCRMでは、本体のユーザー単位ライセンス料をかけずに利用できます。サーバー実費や構築、設定、更新、復元確認、必要な拡張の費用を加え、同じ期間の支払いと社内工数で比較しましょう。外部支援を利用する場合は、障害対応や設定変更の受付範囲も確認します。

VtigerCRM OSS 8.4とvtplusを候補に入れるなら

VtigerCRM OSS 8.4は、企業・担当者・案件・活動などの標準機能を土台に、自社の業務に合わせて設定や拡張を検討できるCRMです。公式のOSS版案内では、顧客管理、案件管理、問い合わせ管理、レポート、ワークフロー、API、ロール・プロファイルによるアクセス制御などが紹介されています。

まず標準機能を使って、今回のサンプル案件を登録してみます。企業と案件の関連付け、日々の活動記録、権限、レポートの操作を確かめると、標準設定で進める部分と、追加の項目や機能が必要な部分が具体的になります。日本語の画面・帳票や独自の予実管理も、求める形に合わせて対応範囲を確認します。

自社で管理するCRMを、支援を受けながら育てる

株式会社アイプランナーの「vtplus」は、OSS版VtigerCRMに業務支援アプリやAI活用、導入・運用の支援を組み合わせる選択肢です。初期の項目・権限設計、移行、使い始めの操作、稼働後の改善まで、必要な範囲を相談できます。

たとえば、標準機能で顧客と活動を管理し、案件の見せ方や次の行動の案内に業務支援アプリを組み合わせる進め方があります。AIによる企業調査や履歴の要約なども、使う場面と確認手順に合わせて検討します。アプリ、個別開発、保守、外部サービスそれぞれの費用と範囲は、具体的な業務シナリオで確認しましょう。

CHAPTER 03

企業・部署・担当者・案件の設計

- 何を1件と数えるかを最初に決める
- 部署の持ち方は、使う仕事で選ぶ
- 異動・追加案件・重複のルールをそろえる

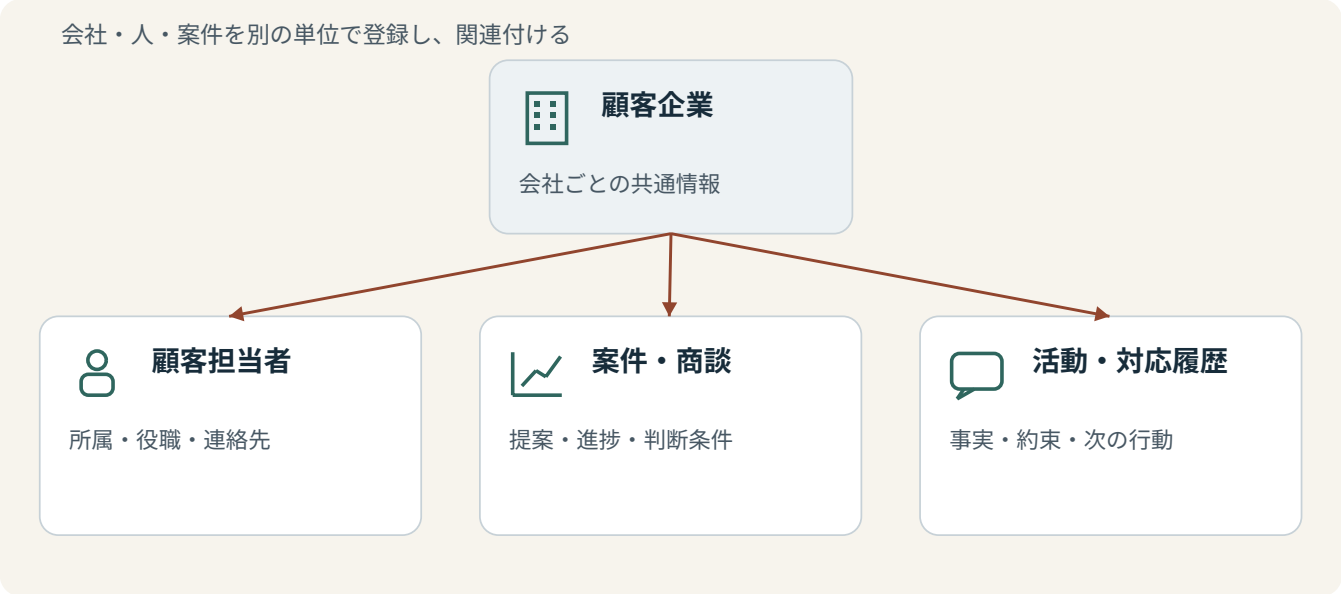


図3 会社・担当者・案件を別の情報として関連付ける

同じ取引先が「株式会社北野製作所」「北野製作所・購買部」「北野製作所・山本様」の3件に分かれている。営業の台帳を集めると、こうした情報の重なりが見つかることがあります。

CRMへ移す前に決めておきたいのは、会社、部署、人、商談をそれぞれどの単位で管理するかです。登録の基準がそろうと、同じ会社の情報を共有しながら、窓口ごとのやり取りや案件の進捗を追いやすくなります。

設計の出発点は、企業の共通情報をまとめ、担当者と案件をその企業に関連付けること。部署については、所属情報として記録する方法と、部署自体を管理する方法を、必要な仕事に合わせて選びます。

本章では、BtoBの顧客データ設計を、架空の製造業との取引を例に解説します。VtigerCRM OSS 8.4を使う場合の標準的な登録先と、項目追加や拡張を検討する範囲も紹介します。

最初に「何を1件と数えるか」をそろえる

同じ会社と、設備の更新と保守サービスの追加を同時に相談しているとします。会社の所在地や代表電話は共通ですが、相手の窓口、金額、判断予定日、進捗は案件ごとに異なります。そのため、共通の情報と商談ごとの情報を、それぞれの登録先で管理します。

企業・部署・担当者・案件で管理する情報

管理単位	記録する情報	設計時に決めること
企業	正式社名、所在地、代表電話、顧客コード	法人単位、拠点単位など、自社が取引を管理する単位。
部署	所属部署名、部署区分、必要なら部門固有の情報	担当者の所属項目で持つか、部署ごとのレコードを設けるか。
顧客担当者	相手の氏名、所属、役職、連絡先	同じ人の照合方法、異動・退職時に更新する内容。
案件	提案テーマ、対象企業、金額、進捗、判断予定日	どの相談を1案件とし、いつ作成・完了させるか。

人と案件は、どちらも企業を軸に関連付けます。そのうえで、案件の窓口や関係者を確認できるようにします。部署をどのように扱うかは、この関連の設計に加えて決めます。

相手の担当者と、自社の営業担当を区別する
「顧客担当者」は取引先の人です。レコードの「担当者」「所有者」は、その情報を管理する自社の利用者などを指します。項目名や運用ルールにも「顧客窓口」「自社担当」のように書いておくと、入力時に判断しやすくなります。

企業の登録単位と、同じ取引先を見分けるコードを決める

本社・支店をどの単位で扱うか

契約・請求も営業管理も法人単位でそろっているなら、企業を法人単位で登録し、担当者や案件に拠点情報を持たせる方法があります。支店ごとに取引先コードや請求先、営業窓口を管理しているなら、拠点単位の登録と、法人全体をまとめるための項目・関連を検討します。

一方、グループ内で別法人となる会社は、契約や請求、所在地などの情報を個別に確認します。売上をグループ全体で見たい場合は、別途グループコードなどの集計条件を決めます。販売先、納入先、請求先が異なる取引では、案件や帳票にどの相手先を使うかも明記しましょう。

社名と照合用のコードを組み合わせる

正式社名、通称、旧社名を使い分け、既存システムの顧客コードがあれば引き継ぎを検討します。法人を識別する情報だけでは複数拠点を区別できない場合もあるため、採用した登録単位に合うコードを用意します。

CRM内部のレコードIDと、社内で使う顧客コードは、それぞれの役割を決めます。移行や連携では「旧システムのコードと、CRMのどのレコードが対応するか」を確認できるようにしておくと、社名の変更や再取り込みにも対応しやすくなります。

部署は、どんな仕事に使うかで持ち方を選ぶ

窓口の所属を知りたい場合は、顧客担当者に部署名を記録する方法から始められます。一方、部署ごとの責任者、所在地、予算、対応履歴を複数の人や案件で共有したい場合は、部署そのものの情報を管理する設計が候補になります。

部署の持ち方を決める3つの方法

持ち方	向いている用途	設計する内容
担当者の所属項目	連絡先を開いたときに、相手の部署と役職が分かればよい。	名刺にある正式な部署名と、記載の統一ルール。
所属項目＋集計用の部署区分	正式名称を残しながら、「購買」「製造」「情報システム」などで検索・集計したい。	追加する選択項目と選択肢、更新する人、対象とするレコード。
部署を独立したレコードで管理	部門固有の情報を共有し、担当者や案件を部署に関連付けたい。	企業との関連、部署コード、責任者、存続期間、参照項目。利用製品に応じて拡張を検討する。

たとえば「第一生産技術部」と「設備技術室」を大分類の「技術」でまとめたいなら、正式名称と部署区分を持つ方法があります。同じ分類でまとめる条件を決めておけば、実際の所属名を保ったまま集計できます。

案件に記録する部署にも、「商談の主管部署」「利用する部署」「自社の売上管理部門」などの違いがあります。誰のどの部署かが分かる項目名にし、相手企業の部署情報と、自社の組織・権限設定をそれぞれ設計します。

登録例｜1社に3人の窓口と、2つの案件がある場合

株式会社北野製作所に、設備更新と保守サービスの追加を提案しているとします。最初は部署を顧客担当者の所属項目として持ち、会社と人、案件を次のように登録します。企業名、人物名、コード、商談はすべて説明用の架空例です。

所属項目で部署を管理する場合のサンプル

登録対象・コード例	主な情報	関連付ける相手
企業 C001	株式会社北野製作所。所在地と代表電話を共通情報として持つ。	担当者P001〜P003、案件O001・O002。
顧客担当者 P001	山本さん／製造部／設備の利用窓口。	企業C001。設備更新の主な窓口。
顧客担当者 P002	中村さん／購買部／契約と見積条件の窓口。	企業C001。保守追加の主な窓口。
顧客担当者 P003	大野さん／情報システム部／接続要件の確認窓口。	企業C001。設備更新に関する技術確認に参加。
案件 O001	設備更新／要件確認中／来期に導入検討。	企業C001、主な窓口P001。自社担当は鈴木。
案件 O002	保守サービス追加／見積提出済み／今月に方針確認。	企業C001、主な窓口P002。自社担当は田中。

表のコードは、説明用の識別子です。実際には標準のレコード番号、既存の外部コード、追加項目など、どの値を照合に使うかを決めます。この例で部署を持つのは担当者の所属項目です。

案件ごとに、関係者の役割を残す

同じ中村さんでも、設備更新では見積条件を確認する人、保守追加では主な窓口、という場合があります。「決裁者」「利用者」「技術確認」などの役割は、案件とその人の組み合わせで変わり得ます。

まずは案件の確認事項や活動メモに、誰が何を確認するかを残します。関係者別の役割や確認状況を一覧・集計したい段階では、案件と複数の顧客担当者を関連付ける方法、役割を記録する項目・拡張を検討します。

商談の経緯と、次の対応を案件に残す

「山本さんから接続条件の相談があった」という記録を設備更新の案件に関連付け、「鈴木が来週の打ち合わせまでに接続資料を用意する」と担当と期限を決めます。保守追加に関する会話は、その案件に記録します。後任は企業から窓口と案件をたどり、どの提案の続きを進めればよいか確認できます。

異動・社名変更・案件追加のルールを、最初に決めておく

担当者の異動・退職

同じ会社内の異動なら、現在の所属と確認日を更新します。過去の商談時点の所属が必要な場合は、当時の所属を活動記録に残すか、所属期間を持つ履歴の設計を検討します。別会社への転職では、新しい所属先との連絡先をどう管理するかを決め、過去の企業・案件との関係が追えるようにします。

退職が分かった場合は、在籍状況や連絡先の利用状態を更新し、後任者を確認します。過去の対応記録を参照できるようにしたうえで、今後の連絡対象を見直します。メールアドレスだけで同じ人と判断すると、共有アドレスや引き継がれたアドレスを取り違えることがあるため、氏名や所属、既存コードも照合します。

複数部署・複数企業を兼務する窓口

主な所属を一つ登録して、兼務先をメモで残す方法から始められます。兼務先ごとの連絡先や有効期間、商談への関与を検索・集計したい場合は、人と企業・部署の所属関係を複数持つ設計が必要になります。VtigerCRMで実現する際も、標準の所属項目を確認したうえで、追加項目や所属管理の拡張を検討します。

同姓同名の人や、同じ代表メールを使う別の人もいるため、担当者を統合する前は、所属・連絡先・過去の活動を照合します。社名やメールアドレスだけで自動的に統合するルールを採用する場合は、誤って同じ相手と判断するケースもサンプルで確認します。

社名変更・組織再編

同じ取引先として継続する社名変更なら、正式社名を更新し、旧社名や変更日を検索・確認できるように残します。合併や事業移管で契約・請求の相手が変わる場合は、企業の登録単位を見直します。発行済みの見積書や当時のやり取りも参照できるように、元の書類と履歴の保管方法を決めます。

新しい相談と、既存案件の条件変更

同じ商談で見積金額や条件が変わった場合は、既存案件で履歴と見積を管理します。別予算・別の判断時期で進む提案なら、別案件とする運用を検討します。会社に「受注」「失注」を一つだけ付ける運用では複数案件の状況を表しにくいため、各案件にその結果を記録し、企業側には継続的な取引状況を持たせます。

Excelを移す前に、少数のデータで登録と検索を試す

既存の台帳から、企業の一覧、相手の担当者、案件ごとの情報を取り出し、照合に使うコードと関連先をそろえます。企業・担当者・案件で入力されている同じ社名を見比べ、どの企業レコードへつなぐかを決めます。

このモデルでは、企業を先に登録してから、担当者、案件の順に関連を付けます。自社の利用者や割り当て先も先に用意します。CSV取り込みで関連先を指定する形式や照合方法は、利用環境の画面・設定で確認し、必要に応じてAPIや移行支援を使います。

登録ルールを確認する4つのテスト

試すこと	確認する結果
既存企業に新しい窓口を追加	企業は同じレコードを使い、新しい人の所属・連絡先を登録できる。
同じ企業に別案件を追加	案件ごとに進捗、予定日、自社担当が分かれ、企業から両方を確認できる。
担当者の所属を変更	現在の所属を確認でき、過去の商談時点の経緯も必要な方法で参照できる。
同じ取り込みを再実行	事前に決めた照合ルールに沿い、意図しない企業・人・案件の重複が増えない。

営業担当、営業事務、上司がそれぞれの権限で検索し、普段の問い合わせに答えられるかを確認します。登録後の見直しでは、重複候補、関連先のない担当者や案件、次回対応が決まっていない進行中案件などを点検すると、直すべき入力ルールが見つかります。

VtigerCRM OSS 8.4では、標準の登録先から設計する

VtigerCRM OSS 8.4では、会社を顧客企業（Organizations／内部名Accounts）、相手の人を顧客担当者（Contacts）、商談を案件（Opportunities／内部名Potentials）として扱えます。顧客担当者には所属企業や部署・役職の情報を持たせ、企業と案件を関連付けて管理するところから始められます。

今回の例で採用した「担当者の所属項目に部署を記録する」形を試し、部署区分や取引先コードなど必要な項目を追加します。部署を独立した管理台帳にする、複数所属を期間付きで持つ、案件と人の関係に役割を持たせるといった要件は、追加のデータ設計と、設定・拡張による実現方法を確認します。

入力項目を増やす際は、誰がいつ更新し、どの一覧や集計で使うかも決めます。「取引先ごとに、進行中案件と次の対応を確認する」という最初の使い方を確かめてから、必要な範囲へ広げると進めやすくなります。

台帳の整理や、部署別の運用設計から相談するなら

株式会社アイプランナーの「vtplus」は、OSS版VtigerCRMを基盤に、業務整理、項目・権限設計、移行、稼働後の改善を支援します。現在の顧客台帳をもとに、企業の登録単位、部署の持ち方、案件の作り方を一緒に検討できます。

標準機能で運用する範囲を整理したうえで、関係者の管理や案件の見せ方などに必要な機能を、業務支援アプリや個別開発も含めて検討します。追加する範囲、費用、更新後の保守についても、想定する登録例と操作を共有して確認しましょう。

第2部 営業プロセスを整える

CHAPTER 04

属人化を減らす記録と引き継ぎ

- 事実、理由、資料、次の行動を残す
- 記録を更新する場面を決める
- 後任が実際に動けるかを確認する

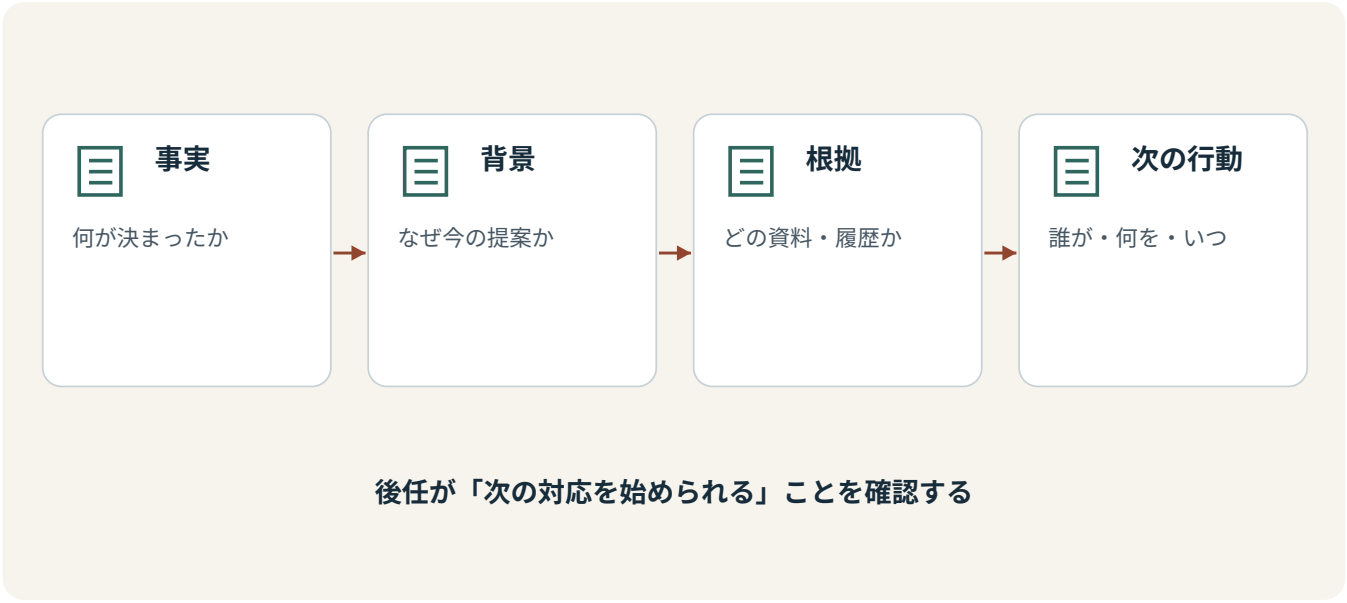


図4 担当交代で引き継ぐ記録の骨格

「前任者から、来週までに回答すると聞いています」。顧客からそう言われたものの、何を確認して、どの資料を返す約束だったのか分からない。

BtoB営業では、長く続く商談や個別の取引条件が担当者の頭の中に残りやすくなります。台帳に会社名や案件金額があっても、提案の経緯、未回答の質問、次の約束を探せなければ、後任は前任者への確認から仕事を始めることになります。

CRMで属人化を解消するために整えたいのは、次に対応する人が判断できる記録です。今の状況、そうなった理由、確認できる資料、次の対応を関連付け、日々の営業の中で更新します。

本章では、残す情報を6項目に整理し、記入例、保存先、担当交代時の確認手順を紹介します。後半では、VtigerCRM OSS 8.4の標準機能を使った始め方と、vtplusの支援を活用する方法も解説します。

顧客情報を共有していても、営業の属人化が残る理由

会社名、連絡先、案件の金額だけでは、個別の商談を進める判断材料が足りないことがあります。たとえば「見積提出済み」という同じ状態でも、予算の確認を待っている案件と、技術的な質問への回答を待っている案件では、次の仕事が変わります。

日報に「A社を訪問。反応は良好」とあっても、何に関心を持ち、どの条件が未確認かまでは分かりません。送付した見積書が複数あり、最新の版や提出先を確認できない場合も、後任はメールや共有フォルダを探す必要があります。

経験豊富な営業担当者の工夫を共有するには、「この条件を確認したので、この提案にした」という判断の理由を、案件の記録に残すことが役立ちます。上司がレビューするときや、新人が似た相談を受けたときにも、その経緯を使えます。

担当交代に備えて、CRMに残したい6つの情報

引き継ぎの記録は、次の6項目を目安にすると整理できます。案件の現在地は短くまとめ、根拠となる活動記録や資料をたどれるようにします。

後任が次の対応を判断するための情報

残す情報	書く内容	後任が確認したいこと
1．相談の背景と目的	困っている業務、導入や見直しのきっかけ、希望時期。	何を解決するための商談か。
2．関係者と判断の進め方	窓口、利用部門、確認する人、判断予定の会議など。	誰と話し、誰の確認が必要か。
3．提案内容と選んだ理由	提案範囲、相手が重視する条件、代替案を検討した経緯。	なぜ今の提案になったか。
4．合意済み・回答待ち・未確認	決まった内容、誰からの回答を待つか、まだ聞けていないこと。	どこまで確認でき、何が残っているか。
5．参照する資料と履歴	提出した見積・提案書の版、送付日、関連する活動記録。	何を提示し、どの記録を見れば確かめられるか。
6．次の対応・担当・期限	連絡や確認の内容、実行する人、対応日、相手の回答予定日。	自分が次に何を、いつまでにするか。

「導入の可能性が高い」といった営業担当者の見込みには、その理由も添えます。顧客が明言した条件、営業側の見込み、未確認の事項をそれぞれ書くと、後任が確かめる順番を決められます。確認した日と相手も残しましょう。

記入例｜「提案中」の案件を、後任が動けるメモにする

株式会社北野製作所に、受発注管理の見直しを提案しているとします。以下は、案件の要約欄などに残す引き継ぎメモの例です。企業・人物・日付・資料名はすべて説明用の架空例です。

相談の背景と目的

営業と事務が別々のExcelを使い、注文内容の確認に時間がかかっている。今回は受注から出荷指示までを対象に検討する。

関係者と判断の進め方

窓口は営業企画部の山本さん。事務部門が操作を確認し、12月の部長会議で進め方を相談する予定。最終的な予算承認者は未確認。

提案内容と理由

第一段階では受注情報と出荷予定の共有を提案。会計連携は、事務部門から現行の締め処理を確認した後に検討する。11月18日の打ち合わせで、段階導入の進め方を説明した。

合意済み・回答待ち・未確認

次回は事務担当がデモを確認することになった。山本さんから参加候補日をもらう予定。予算額と、データ移行対象の件数は未確認。

参照する資料と履歴

11月18日の活動記録と、同日に送付した「受発注管理の見直し提案 Rev.2」を参照。Rev.1から対象業務を絞り、会計連携を後段に移した。

次の対応・担当・期限

後任の佐藤が11月20日までに山本さんへ候補日を確認する。デモで使う出荷指示のサンプルは、社内の田中が11月19日までに用意する。

このメモを読めば、後任は候補日の確認から着手できます。会議予定や予算承認者についても、確認できた情報と未確認の情報が分かります。顧客との次の会話で情報が増えたら、元の活動記録を残しながら、現在地を更新します。

企業・案件・活動・資料・タスクに、情報の置き場所を決める

引き継ぎ用のメモを作った後も、取引の共通情報は企業や担当者、個別の提案は案件、日々のやり取りは活動として管理します。要約から根拠の記録へ進めるよう、関連付けや参照先をそろえます。

記録する内容と保存先の例

保存先	主に置く情報	運用のポイント
企業・顧客担当者	会社の共通情報、相手の所属・連絡先、自社の主担当。	変更を確認した人が更新する。複数案件で共通に参照する。
案件	進捗、提案範囲、判断条件、現在の要約。	何が決まり、何を待っているかを最新の状態にする。
活動・コメント	訪問・電話の結果、判断した理由、確認した相手と日付。	関連する企業・案件へ結び付け、対応の経緯を残す。
文書・資料の参照先	提出した版、送付日、最新版や原本の保存場所。	案件からたどれるようにし、後任の閲覧権限も確認する。
予定・タスク	次の連絡、社内確認、担当者、期限。	完了と未完了を更新する。担当交代時に割り当てを点検する。

たとえば、金額の変更履歴に加えて「対象拠点が増えたため、提案範囲を変更した」と活動やコメントに残しておけば、変更の理由を確認できます。資料は提出済みの版を判別できるように保存し、改訂の内容と送付した相手も記録します。

記録をため込まないために、更新する場面を決める

顧客との対応後に、結果と次の行動を残す

打ち合わせや電話の後、確認した事実、残ったこと、次の対応を短く記録します。チームの運用例として「外出先では要点を残し、翌営業日の午前中までに資料や期限をそろえる」といった目安を決める方法があります。業務の緊急度や働き方に合わせて調整します。

進捗や条件が変わったら、案件の要約も更新する

窓口の変更、提案範囲の合意、判断予定日の延期など、次の対応に影響する変化があったら案件側にも反映します。古い要約と新しい活動記録の内容が食い違っている場合は、確認した日と根拠を示して修正します。

上司も、同じ記録を使って支援する

営業会議では、回答待ちの案件や期限を過ぎたタスクを開き、必要な支援を決めます。「技術部門に確認する」「次の面談に同席する」といった支援の担当と日付も残します。入力した記録が相談や準備に使われると、営業担当者にも更新する目的が伝わります。

取引を通じて分かった確認手順や提案の工夫は、案件の経緯として残し、他の案件にも使える内容をチームの手順書などへまとめます。個別の事情を確認しながら再利用できる形にすると、後輩への説明にも使えます。

担当交代時は、次の対応を実行できるところまで確認する

1. **引き継ぐ対象を洗い出す。**進行中案件、回答待ち、見積提出後のフォロー、保守・更新予定などを一覧にする。近日中に約束があるものから確認する。

2. **後任が記録と資料を読む。**6項目をもとに、分からないことを質問として残す。前任者が答えられるうちに、判断の背景を確認する。
3. **レコードと未完了の仕事を割り当てる。**企業、案件、タスクなど、変更する対象を決める。通知先や外部の資料共有も点検する。
4. **顧客に窓口を案内する。**必要に応じて前任者と後任者が同席し、引き継いだ内容と直近の対応予定を確認する。案内した日と相手を記録する。
5. **後任が最初の対応を行う。**連絡や資料準備を実行し、結果を記録する。上司が未処理の仕事と残る疑問を確認して、継続フォローの担当を決める。

CRMでは、案件の担当者変更と、関連する活動・通知・資料の引き継ぎが、それぞれの設定に関わる場合があります。実際の後任アカウントで開き、閲覧と更新、資料へのアクセス、通知の届き先を確かめます。

急な休みや、前任者に確認できない場合

日頃から代理対応する人や確認先を決めておき、顧客からの依頼と直近の期限を優先して確認します。記録から分からない点は「未確認」として担当と確認予定日を付けます。相手へ確認する際は、すでに分かっている約束や条件を踏まえ、必要な点を絞って聞きます。

日常の記録を別の人が読んで対応する練習をしておくと、急な不在の前に、足りない情報やアクセスできない資料を見つけられます。

まずは1案件で、前任者への確認を減らせるか試す

進行中の案件を一つ選び、普段その案件を担当していない人に、CRMの記録を読んでもらいます。次の質問に答え、予定している対応の準備を進められるかを試します。

記録を読む人と確認する4つのこと

後任に確認すること	確認できれば進められる仕事
今、何を提案し、何の回答を待っているか	未確認の条件と、確認する相手を選べる。
相手に、どの内容を伝えているか	送付済みの見積・資料と、その版を参照できる。
次に、誰が何をいつまでに行うか	連絡や社内確認の準備に着手できる。
判断に迷ったとき、何を参照するか	根拠の活動記録や、社内の確認先へ進める。

試す前後で、前任者へ質問した項目数、必要な資料を見つけるまでの時間、期限を過ぎた未対応の件数などを見ます。記録が足りないのか、保存先が分からないのかを確かめ、項目・画面・運用を調整します。案件の難しさや引き継ぐ時点も記録すると、結果を振り返りやすくなります。

VtigerCRM OSS 8.4で、記録と次の行動をつなぐ

VtigerCRM OSS 8.4では、企業、顧客担当者、案件、活動、文書などを使い、営業の記録を関連付けて管理できます。まず案件の要約と活動の記録、次の予定・タスクを使い、今回の1案件の引き継ぎを試すところから始められます。

引き継ぎで毎回確認する項目は、必要に応じてカスタム項目や画面配置を検討します。回答待ちや対応期限を一覧にまとめたい場合も、標準の一覧・レポートで何を確認できるかを試し、追加する項目や処理を決めます。権限と通知先は、実際に使うアカウントで確認します。

記録の設計から、稼働後の改善まで支援を受ける

株式会社アイプランナーの「vtplus」は、OSS版VtigerCRMに業務支援アプリや導入・運用の支援を組み合わせます。残す情報、一覧で確認する条件、担当交代の手順などを整理し、標準設定と必要な追加機能を検討できます。

履歴の要約などにAIを使う場合は、参照する記録の範囲と、担当者が原文を確認する手順も決めます。未確認の事項と現在の合意を読み分けられるようにし、顧客へ返答する内容や期限は人が確認します。利用するアプリ、設定・開発、外部サービスの費用と対応範囲は、実際の業務に合わせて確認します。

CHAPTER 05

商談の決裁者・関係者を整理する

- 窓口の賛同と、承認の状態を分ける
- 人の基本情報と、案件での役割を分ける
- 確認済み・未確認・次の質問を残す



図5 顧客側の関係者と、商談で確認する役割

「担当者の反応はよいのに、話が進まない」「見積を出した後で、購買部門の確認が必要だと分かった」。法人営業では、日々の窓口と、導入を判断する人が異なる場合があります。

CRMに残したいのは、担当者の名前や役職に加え、その商談で担う役割、判断に必要な情報、次の確認事項です。担当者・上司・購買部門の関係を、聞き方と記録例を交えて解説します。

窓口の賛同と、社内の承認状況を分けて把握する

提案を評価してくれた担当者から「社内で検討します」と言われたとき、どこまで状況を把握できているでしょうか。利用部門として賛同していても、予算の確保、情報システム部門の確認、購買条件の調整などが残っている場合があります。

この状態をCRMに「好感触」「決裁待ち」とだけ記録すると、営業マネージャーや後任担当者は、何を支援すればよいか判断できません。**誰が、何を、いつまでに判断する予定か**を整理すると、必要な資料や次の行動が見えてきます。

役職から決裁権を決め付けない

「部長だから決裁者」「購買部だから価格だけを確認する」とは限りません。判断する人は、金額、対象部門、契約内容などで変わります。複数人の確認や会議体での承認が必要な商談もあります。

一人の「決裁者」を探すことに加え、予算、仕様、契約条件、発注手続きに関わる人を確認しましょう。分からない部分は未確認として残し、次の会話で確かめる項目にします。

顧客の判断プロセスを理解するための記録
関係者を整理する目的は、必要な説明を、適切な相手に、間に合う時期に届けることです。窓口担当者と相談しながら進め、同席や紹介を依頼する際も、説明する目的を共有します。

担当者・上司・購買部門は、何を判断するのか

まずは、関係者を「商談の中で担う仕事」で整理します。次の表は一般的な整理例です。役割の分担は企業や案件によって異なり、一人が複数の役割を持つこともあります。

商談で確認したい役割の例

関係者・役割	確認・判断することの例	営業がそろえる情報
窓口担当者・社内の推進者	課題の整理、比較検討、社内への説明	導入の目的、検討状況、説明先、必要な資料
利用部門・現場責任者	業務に合うか、運用できるか	利用場面、必要な機能、運用条件、評価結果
予算・導入の承認者	投資の妥当性、優先順位、予算の承認	目的、費用と効果の前提、導入時期、残る懸念
購買部門	取引条件、見積、選定・発注の手続き	提出書類、見積条件、取引先登録、発注予定
情シス・法務などの確認部門	セキュリティ、接続条件、契約内容など	審査項目、回答資料、確認担当、回答期限

顧客の上司が承認する場合もあれば、予算は本社、運用は拠点、契約は購買部門という形もあります。氏名が分からなくても、まずは「情報システム部門の審査担当」「本社の予算承認者」のように、必要な役割と確認事項を記録できます。

利用部門が納得していても、情シスの審査が終わっていなければ、その確認が次の仕事になります。それぞれの役割で何が済み、何が残っているかを見ます。

人の基本情報と、商談ごとの役割を分ける

会社名、所属部署、役職、連絡先は、顧客担当者の基本情報として整理します。一方、「今回の設備更新の推進者」「今回のサービス契約の承認者」といった情報は、個別の商談に関連付けます。

同じ人でも、案件によって役割が変わるためです。人の情報に「決裁者」とだけ固定してしまうと、ほかの商談でも同じ権限を持つように受け取られかねません。

最初にそろえたい6つの情報

1. **誰か**顧客担当者、所属、役職。氏名が分からない場合は、未確認の役割として扱う。
2. **この商談で何を担うか**推進、利用評価、予算承認、技術審査、購買手続きなど。

3. **何を重視・確認しているか**必要な条件、懸念、質問、判断に必要な資料。
4. **どのようにつながっているか**誰が誰に説明するか、どの部門に確認を依頼するか。
5. **何を根拠に把握したか**確認した日、会話の相手、資料、確認済みか推測か。
6. **次に何をするか**確認事項、自社の担当者、期限、回答待ちの相手。

「未確認」を、次の確認につなげる

「最終承認者は未確認」と分かっていれば、確認する仕事を作れます。「上司が承認するらしい」と聞いた場合も、誰から聞いたかを記録し、役職や承認条件は未確認として扱います。

記録の例

> 11月18日の打ち合わせで、窓口の山田さんから「部長の確認後、購買へ回す」と聞いた。部長の氏名、予算承認の範囲、購買への提出条件は未確認。

次の対応

> 担当営業が次回の打ち合わせで、部長が確認する内容と、説明用資料の要否を山田さんに伺う。

これは架空の記入例です。確認した事実と、まだ分からないことを一緒に残すと、担当交代でも同じ認識から商談を続けられます。

社内検討に必要なことを、窓口担当者と確かめる

関係者の情報は、相手が社内で検討を進めやすくなる聞き方で確認します。「誰が決裁者ですか」という一問で終えず、必要な説明、手続き、時期へと具体化します。

上司・承認者への説明を確認する質問

- 「社内でご検討いただく際、ほかにどなたの確認が必要になりますか」
- 「上司の方へ説明される際、費用・運用・効果のうち、特に整理したい点はありますか」
- 「必要でしたら、説明用の資料をご用意したり、ご一緒に説明したりできます。どの進め方がよさそうでしょうか」

購買・審査・日程を確認する質問

- 「取引開始や発注に向けて、事前登録や指定の見積書式は必要ですか」
- 「情報システム部門や法務の確認が必要な場合、いつ頃から準備すると間に合いそうですか」
- 「ご希望の導入時期から考えると、社内判断や書類提出はいつまでに必要でしょうか」

回答は、人物名だけでなく、その人が必要とする資料や確認事項と一緒に記録します。すぐに紹介が難しい場合は、まず窓口担当者に資料を渡して説明していただくなど、合意できる進め方を選びます。

面談に同席してもらえたことと、承認されたことも区別します。何を説明し、どの点に合意し、何が持ち帰りになったかまで残しましょう。

担当者・上司・購買の関係を、1つの商談で整理する

ここでは、青葉製作所への顧客管理システム導入提案を例にします。企業名・人物名・状況はすべて架空です。表はCRMに残す内容の例で、特定製品の標準画面を示すものではありません。

案件「青葉製作所／顧客管理システム導入」の関係者整理例

関係者	今回の役割・確認状況	重視すること・残る確認	次の対応
山田さん **営業企画・窓口**	比較検討と社内説明を担当。本人に確認済み	営業の入力負担と定着方法	担当営業が利用場面に沿った説明資料を用意
佐藤部長 **営業部**	利用部門の承認に関与。山田さんから確認	部門としての導入目的と費用。予算の最終承認範囲は未確認	山田さんと相談し、部長への説明方法を決める
情シスの審査担当 **氏名未確認**	接続・セキュリティ確認が必要と窓口から聞いた	審査項目、提出先、所要期間	窓口に確認し、必要書類の準備担当と期限を決める
購買担当 **氏名未確認**	取引先登録・見積確認の予定。詳細未確認	指定書式、条件確認、発注までの手続き	窓口経由で開始時期と提出条件を確認

この時点では、最終的な予算承認者がまだ明確ではありません。CRMにその状態が残っていれば、営業会議では「誰に会えていないか」に加え、「予算の承認範囲を誰から確認するか」を話し合えます。

関係者の一覧と、判断の進み方を分けて見る

関係者が何人登録されていても、承認がどこで止まっているかまでは分かりません。仕様評価、予算承認、取引条件など、必要な確認ごとに状況を持つと、次に支援することを選びやすくなります。

判断・確認の進み方の例（順序や並行実施は顧客ごとに確認）

確認すること	現在の状態	次にそろえるもの
利用部門の評価	窓口への説明済み。部門責任者の確認待ち	責任者向け資料、説明の機会、未回答の質問
審査・予算の承認	担当部門と必要条件を確認中	審査項目、承認範囲、判断予定日
取引・発注手続き	必要と聞いているが開始条件は未確認	取引先登録、指定見積、契約確認、発注の予定

顧客側で進めてもらうことと、自社が行う仕事を対応付けます。「購買からの回答待ち」であれば、自社の担当者がいつ状況を確認するかもタスクとして残します。

「決裁待ち」の中身を、次の行動に変える

営業会議では、関係者の名前を報告するだけでなく、判断に必要な条件がそろっているかを確認します。次の4つを共通の問いにすると、支援が必要な部分を見つけやすくなります。

1. **役割**利用評価、予算、審査、発注に関わる人や部門は分かっているか。

2. **根拠**誰から、いつ確認した情報か。未確認の部分は何か。
3. **残る条件**どの判断に、何の情報・資料・説明が必要か。
4. **次の行動**誰が、誰と、いつまでに、何を確認するか。

未確認の情報があること自体で商談を低く評価するより、確認する方法と担当を決めます。顧客が回答できる段階にない場合は、その事情と再確認の時期を残しましょう。

接点が増えたことと、判断が進んだことを区別する

複数部門と面談できたとしても、予算や審査の条件が未解決なら、その状態を見込みに反映します。「決裁者と面談済み」という入力だけで受注確度を自動的に高くするような運用は避け、合意内容や残る条件と合わせて判断します。

異動・担当交代・検討内容の変更で見直す

人事異動や提案範囲の拡大により、承認する人が変わる場合があります。新しい担当者の役割を確認し、古い情報には確認時点や適用していた案件を残します。現在の組織情報と、過去の商談当時の記録を取り違えないようにしましょう。

> **記録は、業務に必要な内容と共有範囲に絞る**
> 顧客が示した課題、条件、意向を、確認した経緯とともに残します。「反対派」「扱いにくい」といった主観的な人物評価を避け、必要な関係者に共有します。CRMのユーザー権限で設定する自社のロールと、顧客側の役職・商談の役割は、別の情報として扱います。

標準機能で情報をつなぎ、必要な管理を広げる

OSS版VtigerCRM 8.4では、顧客企業・顧客担当者・案件・活動を使い、会社と人、商談の状況、次に行う仕事を管理できます。まずは登録先と記録ルールをそろえ、自社に必要な関係管理を考えます。

基本情報、案件の状況、実行する仕事を分ける

- **顧客企業・顧客担当者**会社、所属部署、役職、連絡先などを整理する。
- **案件**提案内容、検討状況、次に確認する要点を残す。
- **活動・タスク**面談、資料の準備、回答の確認を、自社の担当者と期限付きで扱う。
- **関連資料**説明した提案書や審査回答などの参照先を、案件の経緯と合わせて整理する。

案件のAssigned Toは、自社側で対応するユーザーやグループです。顧客側の窓口・承認者の情報と区別すると、誰が営業活動を担い、誰に確認するのかが分かりやすくなります。

案件ごとに複数の役割を持たせる場合は、持ち方を設計する

本章の関係者表をそのまま編集・検索できる専用画面が、標準状態ですべて用意されているという意味ではありません。まずは案件の説明に共通の見出しで記録し、確認作業をタスクとして管理する方法から始められます。

案件ごとに複数の関係者・役割・確認日を一覧で管理したい場合は、必要な項目と関連付けを設計します。少数の固定項目で足りるか、関係者の増減に対応する拡張が必要かを確認し、既存データへの影響も含めて検討します。

関係の記録や案件の振り返りは、業務支援アプリも検討できる

vtplusの「紹介・人脈管理」は、担当者同士などのつながりと、紹介依頼の進み具合を扱う拡張です。面談の相談先を探す用途で検討できます。商談ごとの承認権限は、顧客へ別途確認して記録します。

また「案件進行ガイド」は、営業段階に応じた確認項目や不足情報を整理する拡張です。登録の有無による確認と、顧客の合意や実際の承認結果は分けて扱います。いずれも標準機能とは別のアプリで、導入構成と利用範囲を確認して選びます。

誰の判断が必要かを残すと、商談の次が見えてくる

BtoB商談では、窓口担当者の賛同、利用部門の評価、予算の承認、購買手続きなどを分けて確認します。役職だけで判断せず、その案件での役割と、判断に必要な条件を整理することが大切です。

- 人の基本情報と、商談ごとの役割を分ける。
- 確認済み・未確認・推測を区別し、確認元と日付を残す。
- 関係者の一覧に加え、判断の進み方と残る条件を記録する。
- 次に誰が何を確認するかを、担当者と期限付きで決める。

まずは進行中の1案件で、「誰が何を判断するか」「まだ分からないことは何か」を書き出してみてください。担当者の頭の中にある情報を共有できる形にすると、マネージャーの支援や担当交代にも活かせます。

CHAPTER 06

長期商談の時期・停滞・次の行動

- 判断予定と、次回の連絡日を分ける
- 停滞理由を、確認する仕事に変える
- 待つ案件にも見直す日を置く



図6 長期商談で混同しやすい4つの日付

「半年前から検討中のまま」「受注予定日を毎月先送りしている」「次に何を確認すればよいか分からない」。BtoBの長期商談では、案件を登録していても、現在の状況を説明できなくなることがあります。

CRMで整理したいのは、顧客の検討時期、止まっている理由、次に進むための条件です。長く続く商談をどう見直し、担当者とマネージャーでフォローするか、記録例を交えて解説します。

期間の長さと、商談の進み具合を分けて見る

BtoBでは、予算の確保、複数部門の評価、設備の更新計画、取引先登録などに時間がかかる商談があります。検討開始から長い期間がたっていることだけで、進んでいないとは判断できません。

一方、「検討中」という表示のまま、相手の意向も次の予定も分からない案件は、状況を確認する必要があります。まずは、次の3つを分けましょう。

- **検討が進んでいる**評価や社内確認が続いており、残る条件と予定が分かっている。
- **再開する時期・条件を待っている**予算の確認や計画の再開など、待つ理由と見直す時期が分かっている。
- **状況の確認が必要**連絡結果、顧客の意向、次の対応のいずれかが分からない。

この分類は、営業活動を整理するための例です。CRMの標準ステータス名を示すものではありません。自社の商材や顧客の検討の進め方に合わせて、扱いを決めます。

「検討中」を、確認できる言葉にする
「来期予算を確認中。12月の部門会議後に見直す」「技術評価の結果を待っている。評価担当と回答予定日を確認済み」のように残すと、今すぐ提案すべきか、準備しながら待つべきかを考えやすくなります。

導入する時期、判断する時期、連絡する日を分ける

「来年4月に使い始めたい」と聞いても、受注が4月になるとは限りません。契約や発注の後に、設定、製作、納品、教育などが必要であれば、その前に判断する必要があります。

長期商談では、少なくとも次の4つを分けて把握します。日付が決まっていないものは、未確認であることと、いつ誰に確認するかを残します。

同じ「予定日」にまとめず、意味をそろえる

時期・日付	管理する内容	確認のポイント
導入・利用開始の希望時期	いつから使う、いつまでに納入するか	顧客の希望か、確定した日程か。準備期間は足りるか
顧客の判断予定	予算や採用の可否を、いつ判断するか	会議、審査、社内申請などの前提と必要資料
受注・決着の見込み時期	注文や契約の合意に至ると見込む時期	顧客の判断予定や発注手続きと整合しているか
次回の確認・連絡日	自社が次に動く日、相手と合意した連絡日	誰が、何を確認するために対応するか

「来期」の意味と、日付の根拠も確認する

顧客と自社で年度が異なることもあります。「来期」「年度末」だけで記録せず、対象となる時期を確認しましょう。希望時期しか分からない場合は、「顧客からの希望。承認日程は未確認」といった補足を付けます。

CRMで日付入力が必須の場合も、便宜上入れた日付と、顧客に確認した日付を区別できるようにします。仮の日付の扱いと、受注見込みの集計に含める条件を、社内で決めておくことが大切です。

予定を変えた理由を残す

受注予定日を先へ動かすときは、新しい日付だけでなく、変更理由と確認した経緯も残します。「予算審議が延期」「評価対象が増えた」「発注前の審査が必要と判明」では、次に支援すべき内容が異なります。

日付が何度も変わる場合は、案件の前提を見直す機会です。単に翌月末へずらすのではなく、顧客の判断予定と現在の提案内容を再確認します。

「なぜ進まないか」を、確認する仕事に変える

商談が動かないときは、理由を分類して、具体的な事情を補足します。「顧客都合」という一言では、担当者以外が状況を理解できません。確認できた理由と、営業側が推測していることも分けて残します。

停滞理由ごとに、確認する内容を変える

理由の分類例	確かめたいこと	次の対応の例
予算・実施時期	次の判断機会、予算化の条件、必要な根拠	申請時期を確認し、説明資料を準備する
承認・関係者調整	誰の判断が残っているか、説明が必要な点	窓口と相談し、説明先と進め方を決める
仕様・技術評価	評価項目、合格条件、結果を確認できる時期	評価担当と条件を整理し、回答を準備する
比較検討・優先順位	比較基準、残る懸念、ほかの計画との関係	顧客が重視する条件に沿って提案を見直す
自社の回答・対応待ち	未回答事項、見積、資料の提出状況	自社の担当と回答期限を決めて対応する
返信なし・理由未確認	連絡先、直近の約束、検討が続いているか	合意した方針で状況を確認し、扱いを見直す

選択肢は、営業会議で対応を考えられる粒度にします。複数の要因がある場合は、今いちばん進行を止めている条件と、ほかの残る条件を記録すると、優先する仕事を選びやすくなります。

返信がない場合も、「予算がない」「競合に決まった」と決め付けず、理由未確認として扱います。確認できないことを明示しておけば、誤った前提で提案を重ねることを減らせます。

確認する目的、担当者、期限を一緒に残す

「フォローする」「状況確認」だけでは、次の連絡で何を聞くべきかが曖昧になります。顧客の検討を進めるために、何が分かればよいのかを具体化します。

案件の状況

顧客管理システムの導入を検討中。窓口から「来期予算を申請予定」と聞いた。申請日と承認者は未確認。

次の行動

担当営業が窓口へ、予算申請の時期と、説明に必要な費用・運用資料を確認する。

期限・連絡方法

相手と合意した12月4日の打ち合わせで確認する。社内資料の準備は前日までに行う。

結果として残すこと

確認できた申請時期、必要資料、判断する人、次の連絡予定。分からなかった点は再確認の方法を決める。

これは架空の記入例です。顧客への連絡と、自社内で資料を準備する仕事に別の担当者や期限がある場合は、タスクを分けて管理します。

待っている間にも、見直すきっかけを決める

「予算が決まったら再開」だけでは、再開の合図を誰が確認するか分かりません。「予算審議後に窓口へ確認」「新拠点の計画確定後に再見積」など、再開する条件と見直す日を残します。

顧客から「その時期までは連絡不要」と言われた場合は、その意向も記録します。定期的に連絡することだけを目的にせず、相手と合意した時期に、必要な情報を届ける運用にします。

活動の記録と、次のタスクをつなぐ

打ち合わせ後には、話した内容、確認できたこと、残る条件を更新し、次のタスクを登録します。連絡がつかなかった場合は、連絡を試みた事実と、返答を得られていない状態を分けて残します。

最終連絡日は、どのような活動を含めるかも決めます。社内メモの更新や一斉メールの配信だけで、顧客との検討が進んだと扱わないようにしましょう。

確認が必要な案件を選び、次の支援を決める

営業会議では、全案件について同じ報告を繰り返すより、確認期限を過ぎたもの、次回予定がないもの、判断条件が変わったものを中心に扱うと、対応を決めやすくなります。

一覧には、案件名・担当者・検討状況・停滞理由・次の行動・確認期限などを、業務に必要な範囲で並べます。次の表は、運用を考えるための架空の例です。

長期商談の対応一覧例。列名は業務設計の例です

案件・状況	待つ理由・残る条件	次の行動	レビューで決めること
A社・評価を継続中	試験結果を確認する予定あり	技術担当が回答資料を準備。営業が予定日に結果を確認	資料準備の進捗と、評価後の判断手順
B社・再開時期を待つ	来期の予算判断後に再検討すると確認済み	担当営業が合意した時期に予算結果と検討意向を確認	見込み集計での扱いと、再確認日
C社・状況確認が必要	直近の連絡で返答なし。現在の検討意向は未確認	営業責任者と連絡方針を決め、確認期限を設定	対応の継続、保留、終了の判断条件

経過日数は、詳しく確認するための目安にする

案件の登録からの期間、現在の営業段階に入ってからの期間、最後の顧客との会話からの期間は、それぞれ意味が異なります。何の日付を基準にしているかを確認してから、一覧や警告を使います。

たとえば、技術評価に通常時間がかかる商談と、見積への回答を待つ商談に、同じ日数基準を当てはめると、必要な確認が埋もれることがあります。自社の商材や営業段階に合わせて、見直しの目安を調整します。

予定変更の理由も振り返る

受注予定が何度も変わる案件は、顧客の判断日程が未確認なのか、自社の対応が遅れているのかを見直します。担当者を責めるための一覧ではなく、説明への同席、技術回答、条件調整など、必要な支援を決める材料にします。

待つ案件にも、見直す日と管理のルールを持つ

長期商談をすべて「進行中」のまま残すと、今期の受注見込みと、将来の再検討候補が混ざりやすくなります。現在の受注見込みに含める条件と、保留・終了を判断する条件をそろえましょう。

- **進行を継続する**検討意向、残る条件、次の予定を確認できている。
- **保留して見直す**今は進めない理由があり、再開条件や再確認日を決めている。
- **今回の商談を終了する**採用見送り、計画中止、他社採用など、今回の結果を確認した。
- **状況未確認として扱いを判断する**返答が得られない経緯を残し、社内の基準で対応と集計の扱いを決める。

これらも運用上の分類例です。「保留」を新しい営業ステージとして追加するか、補助項目で持つかは、レポートや自動処理への影響を確認して設計します。

今回の案件を終了しても、会社や担当者の情報、過去の提案履歴まで削除する必要はありません。後から別の導入計画が具体化した場合は、新しい案件か、同じ案件の再開かを社内基準で判断し、重複した見込みを残さないようにします。

> **受注予定日は、連絡を忘れないための日付と分ける**
> 受注の根拠がまだない案件を、毎月の見込みへ移し続けると、予測を読み取りにくくなります。見込み時期は根拠を確認して更新し、再連絡の予定は活動・タスクで管理します。集計に含める対象も合わせてそろえます。

案件の状態と、次に実行する仕事をつなぐ

OSS版VtigerCRM 8.4では、案件の営業ステージ、受注予定日、次のステップなどを使い、商談の状態と見通しを整理できます。顧客企業・顧客担当者に関連付け、予定やタスクと合わせて確認します。

標準項目と活動を使い分ける

案件のNext Stepには、次に確認する要点を記録します。期限と担当がある電話、打ち合わせ、社内作業は、予定やタスクとして管理します。次のステップに文章を書くだけでは、実行日付きの活動を登録したことにはなりません。

標準のExpected Close Dateは、商談が決着する見込みの時期を扱う項目です。導入希望時期や再連絡日とは区別します。表示名や必須項目は、導入環境の設定で確認してください。

停滞理由や再開条件は、自社に合う項目を設計する

最初は案件の説明に「検討時期・残る条件・確認元・次の対応」といった共通の見出しで記録する方法から始められます。理由別の抽出や一覧表示が必要になったら、カスタム項目などを検討します。

本章の一覧や日付項目が、標準状態でそのまますべて用意されているという意味ではありません。営業段階ごとの滞在日数や予定日の変更履歴を集計したい場合も、元となる日時や履歴を取得できるかを確認して設計します。

案件を見渡す・確認基準をそろえるための拡張

vtplusの「案件カンバン」は、標準案件を営業段階ごとのカードで確認できる拡張です。予定日超過や一定期間更新されていない案件の警告を、確認の入口にできます。更新なしの判定は案件の最終更新日時が基準のため、実際の最終商談日や停滞理由は活動記録などで確かめます。

「案件進行ガイド」は、営業段階に応じて確認項目や不足情報を整理する拡張です。登録の有無による確認と、顧客が検討を進めることに合意したかどうかは分けて扱います。いずれも標準機能とは別のアプリで、自社の運用と導入構成に合わせて選びます。

長く続く商談にも、次の確認が分かる記録を

BtoBの長期商談では、期間の長さに加え、検討が進む条件と現在の状況を確認します。顧客が判断する時期、止まっている理由、次に行う仕事を分けて残すと、担当者とマネージャーで支援の方法を考えやすくなります。

- 導入希望時期・顧客の判断予定・受注見込み・次回連絡日を分ける。
- 停滞理由は、確認した事実と未確認事項を区別する。
- 次の行動には、目的・担当者・期限を付ける。
- 待つ案件にも再開条件と見直す日を決め、見込み集計の扱いをそろえる。

まずは受注予定日を何度か変更している案件を1つ選び、日付の根拠と次の確認事項を見直してみてください。CRMの記録を、次の営業活動を決めるために使うところから始められます。

第3部 継続取引と部門連携

CHAPTER 07

既存顧客への追加提案・更新・再接点

- 誰に、なぜ、いつ連絡するかを決める
- 契約ごとの期限・条件を確認する
- 休眠理由と連絡の可否を確かめる



図7 既存顧客への3つのアプローチと、共通の管理項目

「納品後のフォローが担当者任せになっている」「契約更新の直前に慌てて連絡する」「取引が止まった理由が分からない」。既存顧客の情報が社内にあっても、次の営業活動に活かせていないことはありませんか。

CRMでは、購入・導入の経緯や契約、対応履歴をつなぎ、追加提案・契約更新・休眠顧客へのアプローチを計画できます。本章では、記録する情報と日々の使い方を、具体例で整理します。

CRMで「誰に、なぜ、いつ連絡するか」を決める

BtoBの既存顧客営業では、過去に何を買っていただいたかに加え、現在の利用状況や社内事情を知ることが大切です。同じ商品を導入した企業でも、運用が安定しているのか、使い方に困っているのかで、必要な対応は変わります。

CRMに顧客情報と活動履歴をまとめると、営業・サポート・営業事務が把握した状況を、次の対応を考える材料にできます。まずは、既存顧客への活動を次の3つに分けて整理しましょう。

追加提案・契約更新・休眠顧客で、確認する情報を分ける

活用場面	連絡のきっかけ	CRMで確認すること
追加提案	利用拡大、新しい課題、別部署への展開	導入商品、現在の課題、関係者、進行中の案件
契約更新	契約満了や条件見直しの時期	契約ごとの期限、通知条件、顧客の判断時期、対応担当者
休眠顧客への再接点	通常の取引周期を超えた空白、新しい相談の可能性	最終取引・最終連絡、止まった理由、連絡の可否、次回予定

「全顧客に毎月連絡する」というルールだけでは、相手に合った活動を組み立てにくくなります。**連絡する理由と、確認したいことが分かる一覧**を作ると、担当者が具体的に動きやすくなります。

会社情報に、取引・契約・活動をつなげる

既存顧客の情報を1つのメモ欄へ詰め込むと、何が最新の情報かを判断しにくくなります。会社、窓口、案件、契約、活動を分け、関連する情報をたどれる形に整えます。

- **顧客企業・担当者**どの会社の、どの部署の、誰と話しているか。連絡窓口と判断に関わる人を区別する。
- **導入・取引の情報**導入商品、納入日、対象拠点、利用状況。購入実績を別システムで管理する場合は、参照方法や連携範囲も決める。
- **契約**対象サービス、契約期間、満了日、更新・解約の通知条件。原本や確定した契約書も参照できるようにする。
- **案件**具体化した追加提案や更新交渉の内容、進捗、見込金額、判断予定日を管理する。
- **活動・問い合わせ**誰と何を確認し、どのような回答があったか。未解決の相談や約束も残す。
- **次の対応**担当者、期限、連絡の目的、実施すること。連絡を控える要望があれば、関係者が確認できる形で記録する。

たとえば「増設に関心あり」だけでは、別の担当者が引き継いだときに判断できません。「製造部の田中さんが、新ラインの稼働に向けて増設を検討。予算は未確定。次回は対象台数と稼働時期を確認」と残すと、次の会話につながります。

事実と提案の仮説を分けて残す
「顧客が増設を希望している」という確認済みの情報と、「利用が増えたので増設が必要かもしれない」という営業側の仮説は区別します。情報を確認した日と相手も残すと、古い見込みを前提にした提案を減らせます。

利用状況と課題から、追加提案の理由を見つける

追加提案には、同じ商品の増設、上位サービスへの変更、関連商品の提案、別拠点・別部署への展開などがあります。CRMでは、現在の利用状況と顧客が目指すことを照らし合わせ、提案する理由を整理します。

きっかけは、日々の会話や問い合わせにある

「別の拠点でも同じ運用を始めたい」「担当者が増えて管理が追いつかない」「毎月同じ作業に時間がかかる」。こうした声を、活動や問い合わせの記録から確認します。営業以外の担当者が受けた相談も、必要な範囲で共有すると、顧客の状況をつかみやすくなります。

ただし、トラブル対応中であれば、まず約束した対応の解決状況を確認します。サポートの相談を追加販売に結び付ける際も、相手の課題と意向を確かめたうえで進めます。

提案が具体化したら、既存企業に新しい案件を関連付ける

対象の商品や検討内容、関係者、次回の確認事項が見えてきたら、追加提案の案件として管理します。同じ会社を新規顧客として作り直す必要はありません。会社情報に新しい案件を関連付けると、過去の取引と今回の提案を続けて確認できます。

登録前には、ほかの担当者が同じ提案を進めていないかを確認しましょう。単なる情報提供や定期連絡は活動として残し、具体的な検討が始まった時点で案件化するなど、社内の基準もそろえます。

追加提案の記録例

> 現在は本社で利用中。支店への展開について相談を受けた。支店の業務責任者は未確認。

次の対応

> 営業担当が次回の打ち合わせで対象人数と業務を確認し、支店責任者を交えた相談の場を提案する。

このように「次回は提案する」から一歩進め、何を確認して提案につなげるかまで残します。

契約ごとの期限から、更新準備を組み立てる

契約更新は、満了日が近づいてから連絡する運用では間に合わないことがあります。顧客側の予算申請、見積の確認、社内承認など、判断に必要な時間を踏まえて準備します。

満了日・通知期限・社内の準備日を分ける

同じ顧客でも、保守、利用サービス、拠点別の契約で満了日が異なる場合があります。会社情報に1つだけ「更新月」を持つと、個別の期限を見落としかねません。**契約単位で日付と対応状況を管理する**ことが基本です。

1. 契約書で満了日と更新・解約に関する通知条件を確認する。
2. 顧客の判断時期や、見積提出が必要な時期を確認する。
3. その前に利用状況・課題を確認する日と、社内準備の担当者を決める。
4. 見積提出、回答待ち、更新確定など、対応の段階を記録する。

たとえば、3月末満了の契約について、顧客が2月中に継続判断を行うのであれば、1月に利用状況を確認する予定を組む、といった流れです。これは架空の例です。実際の日程は、契約条件と顧客の業務に合わせて決めてください。

継続の意思と、更新に向けた条件を残す

「更新確認済み」だけでは、条件変更の相談が残っているのか判断できません。継続意向、利用範囲の変更、未解決の課題、見積の提出状況、相手の確認担当者、次の回答期限まで残すと、関係者でフォローできます。

更新と同時に追加提案を行う場合も、現在の契約を継続する判断と、新しい提案を採用する判断を分けて整理しましょう。更新確定前の見込みと、確定した契約実績も区別して集計します。

取引や連絡が途切れた理由を確認する

しばらく注文がない顧客が、すべて休眠しているとは限りません。購入周期が長い商品もあれば、営業との連絡が少なくても継続利用されているサービスもあります。業種や取引内容に合う条件を決めて、候補を抽出します。

最終取引日と最終連絡日を使い分ける

「最後に売上があった日」と「最後に顧客と話した日」は、別の意味を持ちます。休眠候補の判定に何を使うかを決め、連絡履歴は電話・面談など実施済みの活動から確認します。顧客情報を編集した日時は、情報の更新を確認するために使います。

受注や売上の履歴を基幹システムで管理している場合は、CRMへ必要な情報を取り込むか、参照する方法を用意します。CRMを導入しただけで、他システムの取引履歴まで自動的に集まるわけではありません。

連絡前に、社内の対応状況を確認する

- 進行中の案件や、ほかの担当者の次回連絡予定がないか。
- サポート部門で未解決の問い合わせを対応していないか。
- 窓口の異動・退職や、連絡先の変更がないか。
- 連絡を控える要望や、利用目的に関する社内ルールに問題がないか。

同じ会社の複数の担当者へ別々に連絡すると、重複した案内になる場合があります。企業単位でも履歴を確認し、今回の窓口と担当営業を決めましょう。権限の関係で見えない情報は、関係部署へ確認します。

前回の経緯に合う、短い確認から始める

再接点の文面例

> 以前ご相談いただいた拠点間の情報共有について、その後の状況を伺いたくご連絡しました。当時は運用体制の調整中と伺っていましたが、現在もお困りの点はございますか。必要でしたら、現状を伺う機会をいただければ幸いです。

この文面は、過去の相談が記録されている場合の架空の例です。実際のやり取りに合わせて内容を整えます。反応がない相手への繰り返しの連絡は控え、連絡を望まない意向があれば記録して以後の対応に反映します。

連絡後は「相談あり」「時期を決めて再連絡」「現時点では対象外」「連絡を控える」など、結果と理由を残します。すぐに案件にならなくても、次回連絡日や対象外の理由が分かれば、同じ確認を繰り返す負担を減らせます。

今週の対応一覧を作り、結果から見直す

CRMに情報をためるだけでは、既存顧客へのフォローは続きません。担当者と期限が決まった一覧を用意し、週次の確認で「次に何をするか」をそろえます。

今週の対応一覧の例（社名・状況は架空）

対象	状況	次の行動と担当	期限の決め方
A社・追加提案	別部署への展開を相談中	営業担当が対象業務と判断者を確認	次回打ち合わせ日まで
B社・契約更新	継続意向あり。利用範囲は調整中	営業と運用担当が変更点を整理し、見積を準備	顧客の社内申請に間に合う日
C社・再接点	前回は計画延期。再確認の時期に到達	担当営業が連絡可否を確認し、現状を伺う	前回合意した再連絡日

連絡を実施したら、結果と次の行動を更新します。対応できなかったものは、理由と新しい期限を確認します。責任者が「誰かが連絡しているはず」と考える状態を減らすことが、運用の出発点です。

活動件数と、顧客の変化を一緒に見る

メールや電話の件数だけを追うと、相手に合わない連絡が増えることがあります。次のように、活動の先に何が確認できたかを見ます。

振り返りで確認したい指標と集計の注意点

活動	確認する指標	集計時にそろえること
追加提案	課題を確認できた顧客数、具体化した案件数、受注結果	案件化の条件をそろえ、提案中と受注済みを分ける
契約更新	確認期限を過ぎた未対応契約数、更新・終了・判断待ちの件数	同じ満了期間の契約を対象にし、判断待ちを別に表示する
休眠顧客への再接点	連絡を実施した顧客数、返答を得た顧客数、再相談の件数	候補数・連絡実施数・返答数を分け、対象外の理由も残す

最初は対象の部署や顧客を絞り、記録する項目と確認の頻度を決めて試します。担当者が実際に使えたか、同じ情報を二重に入力していないかも確認し、必要な項目や一覧を調整しましょう。

標準機能を土台に、自社のフォロー業務を整える

OSS版VtigerCRM 8.4では、顧客企業・顧客担当者・案件・予定やタスクなどを使い、既存顧客の情報と営業活動を管理できます。どの情報を標準項目で扱い、どこにカスタム項目や拡張を使うかを、運用に合わせて整理します。

追加提案は、企業・担当者・案件・活動を関連付ける

顧客企業を共通の起点にし、窓口、具体的な提案、打ち合わせや次のタスクを関連付けます。納入した機器を確認したい場合は、標準の納入商品管理（Assets）の活用も検討できます。購入実績の取得や利用状況の自動収集には、別途データの準備や連携設計が必要です。

更新管理は、契約情報と自社の期限を対応付ける

標準のサービス契約管理（Service Contracts）を使う場合は、画面の項目が何を意味するかを確認してください。**予定の契約期限を扱うDue dateと、標準の利用単位・完了処理によって更新されるEnd Dateは、同じ意味ではありません。**End Dateをそのまま契約書の満了日とみなさず、実際の契約との対応を確認します。

通知期限や社内の準備開始日が別に必要な場合は、項目とタスクの持ち方を設計します。日付を入力しただけで通知が届くとは限らないため、通知や自動処理を使う際は、条件・宛先・実行結果まで確認しましょう。

休眠候補の整理には、専用アプリという選択肢も

候補の確認から対応結果の記録までをまとめたい場合は、vtplusの業務支援アプリ「休眠顧客掘り起こし」も検討できます。設定した電話・面談などの完了活動をもとに候補を確認し、対応状況・メモ・次回予定を残して、操作によりタスクを作成する機能が案内されています。

これはOSS版の標準機能とは別の拡張です。候補の条件や参照できるデータの範囲を確認し、自社の取引周期と連絡方針に合わせて利用します。

既存顧客を知る記録が、次の営業活動を支える

既存顧客営業をCRMで改善するには、追加提案・契約更新・休眠顧客への再接点を分け、それぞれに必要な情報と次の行動を整理します。

- 追加提案は、利用状況と確認できた課題から考える。
- 契約更新は、契約単位で期限と準備の予定を管理する。
- 休眠顧客は、取引周期と連絡履歴、社内の対応状況を確認する。
- 連絡後の結果と、次の担当者・期限まで残す。

まずは今週確認したい顧客を選び、「なぜ連絡するか」「何を確かめるか」をCRMに残すところから始めてみてください。

CHAPTER 08

営業とサポートをつなぐ

- 未解決の対応と、新しい要望を分ける
- 担当・回答予定・引き受けを確認する
- 対応品質と提案の成果を分けて見る

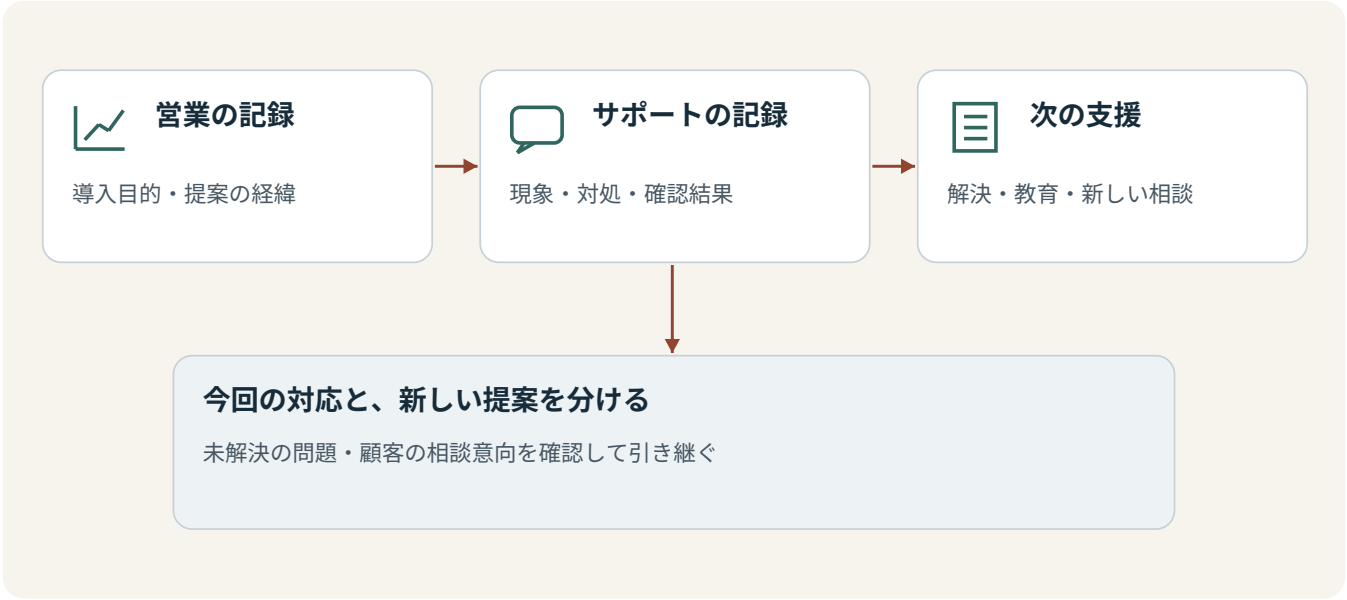


図8 営業とサポートが記録を共有し、次の支援を判断する

「営業へ相談した内容を、サポートにもう一度説明する」「使い方に困っているのに、営業から追加商品の案内が届く」。部門ごとに対応が分かれると、顧客との会話がかみ合わなくなることがあります。

CRMで営業とサポートをつなぐときは、問い合わせの内容と現在の対応状況を共有し、顧客が次に何を望んでいるかを確かめます。問題への対応から新しい相談まで、情報をどう残し、引き継ぐかを具体例で解説します。

いま困っていることと、次に実現したいことを把握する

営業は導入前の課題や提案の経緯を知り、サポートは利用後の困りごとや実際の使われ方を知っています。その情報を合わせると、顧客の状況を継続して理解するための材料になります。

たとえば、同じ操作の質問が続いている場合、説明資料が見つけにくいのか、利用者が交代したのか、業務に合わない部分があるのかで、必要な対応は変わります。問い合わせ件数だけで判断せず、内容と背景を確認します。

訪問・提案の前に、対応中の内容を確認する

営業が顧客へ連絡する前に、関連する問い合わせの状態、顧客に案内したこと、未完了の約束を確認できると、会話を準備しやすくなります。担当部署の説明を確かめたうえで、「その後の状況はいかがですか」と確認できます。

サポートも、導入の目的や合意した範囲を参照できれば、顧客がなぜその使い方を希望するのかを理解しやすくなります。営業が説明した内容を確認できる資料や記録が、回答の準備に役立ちます。

追加提案へ進む前に、現在の対応を整理する
未解決の不具合や回答の約束があれば、その対応担当と次の連絡を確認します。新しい提案については、現在の問題への対応範囲と、顧客が別途検討したい内容を切り分けます。提案の相談を始める時期も、顧客と関係部門で確かめましょう。

次の担当者が、状況と約束を確認できる記録にする

問い合わせの件名や「対応済み」という表示だけでは、営業が何を確認すればよいか分かりません。今回の対象、行った対応、顧客の確認結果、次に残っていることを整理します。

問い合わせの状況を共有するための記録例

情報	残すこと	活用する場面
今回の対象	顧客、窓口、製品・利用サービス、対象拠点や環境	同じ会社の別製品・別拠点との取り違えを防ぐ
事実と業務への影響	顧客から聞いたこと、確認した現象、困っている作業	何を優先し、何を追加確認するか考える
回答・対応内容	案内した手順、実施したこと、説明に使った資料	同じ説明の繰り返しや、異なる案内を減らす
顧客の確認結果	解消したこと、残る問題、まだ確認できていない点	完了や継続対応の判断をそろえる
次の約束	確認事項、社内の担当者、顧客への回答予定	連絡や社内調査を引き継ぐ
新しい要望	今回の対応とは別に、顧客が実現したいことと相談意向	追加の聞き取りや提案が必要か判断する

顧客が話したことと、社内の仮説を分ける

「利用者が増えると聞いた」と「問い合わせが増えたので利用者も増えたはず」は、根拠が異なります。確認した相手と時点を残し、推測は確認事項として扱います。営業が仮説のまま提案を始めないようにします。

対象と時点をそろえる

同じ顧客でも、拠点、契約、導入商品、利用している環境が違えば、案内できる内容が異なる場合があります。必要な識別情報を残し、今回の問い合わせで確認した条件をたどれるようにします。

過去の履歴を次の提案に使う際も、現在も同じ条件かを確認します。担当者の交代や利用範囲の変更があれば、以前の記録と現在の状況を分けて把握します。

問い合わせの背景から、必要な支援を選ぶ

問い合わせには、操作の確認、不具合の相談、使い方の変更、新しい業務への対応などが含まれます。すべてを販売機会として扱わず、まずどの支援が必要かを見ます。

相談の内容に応じた対応の考え方

相談の内容	先に確認すること	次の支援の例
操作方法が分からない	既存の手順で解決できるか、案内が届いているか	手順書や説明を案内。必要なら教育方法を相談する
同じ問題が繰り返される	原因、適用した対処、再発条件、未解決の点	調査・再発防止を進め、改善すべき運用も整理する
利用者・拠点が増えた	実際の利用範囲と、新たに必要な業務	顧客の意向を確かめ、利用範囲の見直しを相談する
別の業務でも使いたい	目的、既存機能でできる範囲、必要な連携	要件を聞き取り、設定・拡張・外部連携等を検討する
契約範囲を超える相談	現在の合意内容、対応の境界、回答する担当	既存の対応と追加の相談範囲を説明し、進め方を合意する

不具合への対応や既存契約で約束した作業と、新しい有償提案の範囲は、事前に確認して説明します。追加契約が必要かは、問い合わせの件数ではなく、実際の要件と提供範囲から判断します。

顧客が望む変化を、具体的に聞き取る

「もっと便利にしたい」という声があれば、どの作業に、誰が、どの程度困っているかを確認します。既存機能の説明で足りる場合もあれば、業務の変更や別の仕組みが必要な場合もあります。

営業との相談を希望するか、誰を交えて話すとよいか、いつ頃検討するかまで確認すると、次の担当者が準備できます。関心がまだ分からない段階では、提案の仮説として残し、案件化を急がないようにします。

今回の回答と、新しい検討テーマを分けて引き継ぐ

青葉製作所から、利用中のシステムの「実績帳票を出力する方法」について問い合わせがあったとします。以下の企業・人物・状況はすべて架空の例です。

まず、今回の質問に対応する

サポートは利用環境と対象の帳票を確認し、既存機能の操作手順を案内しました。窓口の山田さんが出力できたことを確認し、対応内容と確認結果を問い合わせへ残します。

その後、山田さんから「来期は別拠点の実績も本社でまとめて確認したい」という話がありました。これは今回の操作案内とは別の要望です。サポートは、現在の機能で扱えるかを未確認として記録し、営業と一緒に要件を確認する相談を希望するか伺います。

今回の問い合わせ

本社の実績帳票の出力手順を案内。山田さんに出力できたことを確認済み。問い合わせ番号と案内した資料を参照できるようにする。

新しい相談

来期から複数拠点の実績を本社で確認したいとの要望。対象拠点、集計項目、データの所在、現在の機能で対応できる範囲は未確認。

顧客の意向

営業を交えた要件確認を希望。参加者と日程はこれから相談する。

引き継ぐ仕事

担当営業が内容を確認して引き受け、山田さんと打ち合わせを調整。サポートは既存機能と今回の案内を説明できるよう準備する。

引き受けた後は、営業から結果を返す

営業は聞き取りの結果を残し、具体的な提案を進める場合は案件として管理します。元の問い合わせを参照できるようにし、今回の回答と、追加で検討している内容を混同しないようにします。

「既存機能で対応できた」「来期に再検討する」「追加提案として進める」などの結果は、必要なサポート担当にも共有します。後日同じ顧客から質問を受けた際に、現在の説明に合わせられます。

新たな提案内容が合意されたら、導入・運用を担う側へ、対象範囲と条件を改めて渡します。問い合わせから営業へ、営業から提供・サポートへ、確認した情報をつなぐ流れです。

共有する場面と、次の担当を決める

すべての問い合わせを営業全員へ通知すると、重要な情報を探しにくくなります。誰が対応中の情報を見るか、どの内容を個別に知らせるかを、業務に合わせて決めます。

営業が確認する場面を、普段の仕事に入れる

- **訪問・提案の前**未解決の問題、案内済みの内容、現在の約束を確認する。
- **更新・追加相談の前**利用状況や残る課題を確認し、サポート担当と進め方を相談する。
- **顧客から別の連絡を受けたとき**同じ内容の対応が進んでいないか確認する。

サポート側からは、顧客が希望した営業相談、説明の調整が必要な内容、営業の協力が必要な約束などを、関係する担当へ渡します。緊急の対応が必要な問題は、通常の提案相談と分け、対応責任者へつなぎます。

対応を進める人と、顧客へ連絡する人をそろえる

サポートが調査し、営業が契約条件を確認する場合でも、顧客への連絡を誰がまとめるかを決めます。各担当が別々に回答し、内容や期限が食い違うことを減らします。

通知や担当欄の変更だけで終わらせず、受け手が確認したか、いつ対応するかを残します。調査の途中経過や営業の聞き取り結果も、次の担当が確認できる場所へ戻します。

メール・チャットは連絡に、CRMは経緯の参照に使う

急ぐ連絡や相談は、普段のメールやチャットを使う方法でも構いません。そこで決めた回答内容や約束は、対象の問い合わせ・案件からたどれるように残します。同じ文章を何か所にも転記し続けるより、参照先と要点をそろえます。

社内の情報と、顧客へ表示・通知される情報を確認する
社内の検討メモ、顧客へ確約した内容、公開する回答は区別します。CRMのコメント、添付、ポータル、メール通知のどこに表示されるかを確認し、業務に必要な範囲で共有します。部門間の共有と、全情報の一律公開を同じ扱いにしないことが大切です。

提案の件数と、顧客対応の質を分けて確認する

まずは一つの製品や顧客群で、問い合わせの確認から営業相談までを試します。実際の記録を使い、営業が背景を理解できるか、サポートが提案後の状況を確認できるかを確かめます。

連携の成果を確認する観点の例

観点	確かめること	見直す例
状況の理解	別の担当者が対象と対応状況をつかめるか	不足している対象情報や確認結果を整理する
約束の引き継ぎ	未回答の内容に担当と次の期限があるか	通知、引き受け、期限の確認方法を見直す
相談の引き継ぎ	顧客の希望と営業の確認事項が伝わるか	要望と推測を分け、営業から結果を戻す
提案への活用	相談受付、案件化、提案、受注の段階が分かるか	集計する対象と状態の定義をそろえる

問い合わせの解決が遅れていないか、同じ説明を求める場面が残っていないかも確認します。営業へ渡した件数だけを評価すると、顧客が望んでいない提案を増やしかねません。

相談を受けた件数と、具体化した案件、受注した案件は分けて集計します。問い合わせの多い顧客をそのまま有望顧客と決めず、実際の要望、対応結果、検討意向を確かめる運用を続けます。

顧客を起点に、問い合わせと営業活動をたどる

OSS版VtigerCRM 8.4では、顧客企業・顧客担当者、案件、問い合わせなどを管理できます。会社と窓口を共通の手掛かりに、営業とサポートで必要な記録を確認する土台を整えます。

問い合わせは、内容・担当・状態・対応経緯を管理する

標準の問い合わせ管理（HelpDesk／Tickets）では、質問や問題、顧客、社内担当者、状態、解決策などを整理します。回答後の確認が必要な場合は、その状態と次の対応を残します。日付のある仕事は、予定・タスクの利用も検討します。

同じ顧客の情報を使う場合も、別製品・別拠点を取り違えないよう関連先を確認します。契約・案件などを直接関連付けるか、顧客情報や参照先を経由するかは、標準機能と導入先の設定に合わせて設計します。

記録と次回タスクをまとめる拡張も選べる

vtplusの「対応結果・次回対応の一括登録」は、一件の問い合わせについて、対応記録、設定に応じた状態変更、次回タスクの登録をまとめる業務支援アプリです。問い合わせに関連する標準タスクを作成するため、対応の経緯と次の仕事をつなぐ用途に使えます。

これはOSS版の標準機能とは別の拡張です。導入時は、状態の対応付け、権限、コメントの公開範囲、既存の自動処理などを確認します。営業への引き継ぎや案件化を、アプリが自動で判断して完了するという意味ではありません。

自社の対応窓口と、必要な共有の範囲から考える

すでに別のサポートシステムを使っている場合も、必要な情報と参照先をCRMへ渡す連携を検討できます。何をどちらで更新するか、顧客をどう照合するか、更新に失敗したとき誰が確認するかまで決めます。

vtplusでは、現在の顧客管理と問い合わせ対応をもとに、VtigerCRMの標準機能、必要な業務支援アプリや連携、日々の運用を整理できます。対応範囲は、自社の環境と要件に合わせて確認します。

対応の経緯が分かると、次の提案も考えやすくなる

BtoBの営業とサポートをCRMでつなぐには、今回の問題への対応と、新しい要望の確認を分けて管理します。顧客の状況と約束を共有し、必要なときに適切な担当へ相談をつなぎます。

- 対象、対応内容、顧客の確認結果、残る約束を記録する。
- 問い合わせの多さだけで判断せず、背景と要望を確かめる。
- 営業相談は顧客の意向を確認し、担当と次の対応を決める。
- 営業の聞き取りや提案の結果も、サポートへ戻す。

まずは営業が訪問を予定している顧客について、関連する問い合わせを確認してみてください。いま必要な対応を把握することが、顧客との会話と次の提案を準備する出発点になります。

CHAPTER 09

CRM・SFA・MAの使い分け

- 仕事の流れから3つの役割を理解する
- 営業への引渡し条件と担当を決める
- 更新先と配信停止の反映をそろえる



図9 CRM・SFA・MAの主な役割。製品の機能は重なる場合がある

「CRM・SFA・MAは何が違うのか」「全部そろえる必要があるのか」。法人営業の仕組みを見直すとき、製品名や機能が似ていて、どこから検討すればよいか迷うことはありませんか。

3つの違いは、支えたい仕事から考えると整理しやすくなります。集客、営業への引き渡し、商談、受注後の継続取引に沿って、役割と情報のつなぎ方を解説します。

CRM・SFA・MAは、それぞれ何を支えるのか

CRMはCustomer Relationship Management、SFAはSales Force Automation、MAはMarketing Automationの略です。日本語では、顧客関係管理、営業支援、マーケティングの自動化などと説明されます。

本章では、日々の仕事に当てはめて、次のように整理します。各製品の機能を厳密に区切る表ではなく、業務上の役割を理解するための比較です。

顧客との関係、商談の進行、情報提供を支える役割

区分	主な目的	扱う情報・仕事の例	確認したいこと
CRM **顧客関係管理**	顧客を理解し、関係を継続する	企業、担当者、接点、取引、問い合わせ、契約の情報共有	どんな顧客で、これまで何をやり取りしたか
SFA **営業支援**	商談の進行と営業活動を管理する	案件、営業段階、見積、受注見込み、活動、次のタスク	何を提案中で、次に誰が何をするか
MA **マーケティングの自動化**	見込客や顧客への情報提供を継続し、反応を整理する	フォーム、対象者の分類、メール、シナリオ、行動に応じた処理	どんな情報を届け、どの接点が次の相談につながったか

CRMは、見込客から既存顧客までを含む考え方

CRMは、受注した後の顧客台帳だけを指すものではありません。見込客との接点も含めて、企業として顧客を理解し、対応を続けるための土台になります。その中で、商談を進める仕事をSFA、継続的な情報提供などをMAが支える、と考えるとつながりを理解しやすくなります。

製品によっては、CRMにSFAやMAの機能が含まれています。逆に、必要な機能が別製品や追加契約になっている場合もあります。**名称が3つあることと、3製品の導入が必要なことは別です。**実際に使う機能と契約範囲を確認して選びます。

顧客との仕事の流れで、使う場面を整理する

たとえば、展示会で接点を持った企業に資料を案内し、個別相談を受けて提案し、受注後に運用を支援する流れを考えます。段階ごとに、必要な記録と担当する仕事が変わります。

業務の流れに沿った使い分けの例

場面	行う仕事	主に支える役割
集客・初回接点	Web記事、広告、展示会などから相談・資料請求を受け、接点を記録する	集客施策とMAのフォーム等、CRMの見込客情報
継続的な情報提供	関心や希望に合う資料・案内を届け、相談の機会を作る	MAと、顧客・連絡状況の共有
営業対応・商談	課題、検討時期、関係者を確認し、提案・見積・次の行動を管理する	SFAとCRM
受注・利用開始	合意内容、約束、導入担当、必要な準備を引き継ぐ	CRMと、販売・導入・サポート等の業務システム
継続・追加提案	利用状況、問い合わせ、更新時期を確認し、必要な提案を行う	CRM、追加商談のSFA、対象を選んだMAの案内

MAを入れるだけで、記事や広告などの集客施策が不要になるわけではありません。案内するコンテンツ、相談への回答、営業提案を行う人と体制が必要です。MAは、そうした活動を継続する仕組みを支えます。

営業対応に入った後も、情報は行き来する

顧客の検討が延期になれば、営業が把握した再検討時期をもとに、情報提供を続けることがあります。既存顧客がセミナーに参加し、別部署への追加提案が始まる場合もあります。

「MAからSFAへ渡したら終わり」という一方向の運用より、今の状況と次の担当を共有する方が、重複した連絡やフォロー漏れを減らしやすくなります。

一人の反応と、企業としての検討状況を分ける

BtoBでは、同じ企業の複数人が情報収集や判断に関わります。資料を読んだ担当者、業務を評価する責任者、予算を承認する上司、購買や情シスの担当者が、同じ人とは限りません。

MAに資料請求やメールへの反応があっても、それだけで企業全体が導入を決めたとは判断できません。CRMで企業と人の関係を整理し、営業が聞き取った課題や検討状況と合わせて確認します。

- **企業**どの会社・拠点・部門の相談か。既存取引や別案件がないか。
- **人**誰からの接点か。所属、役割、希望する連絡内容は何か。
- **案件**何の提案を、誰と、いつ頃の判断に向けて進めるか。
- **接点・活動**資料請求、イベント、会話、問い合わせなどの経緯と、次の対応。

同じ企業の担当者ごとに別の提案が進むこともあります。会社名やメールのドメインだけで情報を一括して扱わず、企業・担当者・案件の関係を確認できるようにします。

> **反応の点数は、会話を準備するための手掛かり**
> 閲覧やクリックなどを点数化する場合も、何に、いつ反応したかを確認します。計測の設定や取得できる範囲にも左右されるため、点数だけで導入意向や決裁権を確定せず、相手の相談や希望と合わせて判断します。

誰が引き受け、何を確認するかまで決める

マーケティング担当が連絡先を営業へ送っただけでは、営業対応が始まったか分かりません。引き渡す条件、必要な情報、引き受ける担当、初回対応の予定をそろえます。

個別相談や見積の依頼には、希望された用件に沿って対応します。資料を読んだだけの相手と同じ育成手順に入れて、回答を遅らせないようにしましょう。また、既存顧客の不具合相談であれば、営業への引き渡しに先立ち、適切なサポート窓口へつなぐ必要があります。

渡す情報は、次の会話を準備できる内容にする

- 企業・担当者と、既存データや進行中案件の有無。
- 接点のきっかけ、質問・課題、提供済みの資料。
- 相手が希望した対応、連絡方法、回答の約束。
- 確認できた検討時期と、まだ分からないこと。

・引き受ける担当者、確認期限、次に行うこと。

引き渡しの例

> 展示会で青葉製作所の山田さんから、複数拠点の顧客情報共有について相談。比較資料を案内済み。来期の検討に向けて、個別説明を希望されている。

営業が確認すること

> 対象の部署・人数、現在の管理方法、検討の進め方。説明の日程を調整し、具体的な提案として進めるか判断する。

引き受け後の記録

> 担当営業が対応予定を登録。説明後に相談内容と次の行動を残し、情報提供の継続・変更が必要かマーケティング側にも共有する。

企業・人物・状況は架空の例です。連絡先の受け取り、営業の引き受け、初回対応、案件化は、それぞれ確認して記録します。

まだ提案を進めない場合も、次の担当を残す

予算化が先であれば、再確認する時期と届ける情報を決めます。対象外や連絡を控える要望があれば、その理由を共有します。営業からマーケティングへ戻す場合も、誰が対応を続けるかを明確にします。

データごとに、正とする情報と更新先を決める

CRMとMAを別製品で使う場合、同じ担当者が両方に存在することがあります。会社名、営業担当、配信停止、商談の状態などを、どちらで更新するか決めずに同期すると、古い情報による上書きや二重登録が起きやすくなります。

「全部を双方向に同期する」から始めるより、使う目的と更新する担当をそろえ、必要な項目からつなぐ方法を検討します。次の表は、連携設計の例です。

項目ごとに、照合・更新・共有のルールを設計する

情報	運用例	決めること
企業・担当者の識別	システム間のID対応を保持する	新規登録、メール変更、重複統合時の照合方法
所属・営業担当	顧客対応を管理するCRM側で更新する	異動や担当交代を、どこへ反映するか
資料請求・イベント等の接点	MA等で得た情報の要点と参照先を営業へ渡す	接点の内容、取得日時、共有する範囲
営業の対応・案件状況	SFAで更新し、案内対象の見直しに必要な情報を返す	商談中、保留、終了、受注の意味と反映する時点
配信停止・連絡方針	受け付けた窓口から、関係する配信先へ反映する	停止の対象、反映までの扱い、再開の確認方法
連携の失敗・更新漏れ	結果を確認し、担当者が調査・再処理する	エラーの記録、再実行、二重登録を防ぐ方法

メールアドレスが変わった場合も同じ人として扱えるか、既存顧客の問い合わせが新規見込客として増えないかを、連携前に確認します。運用開始時は、登録・変更・停止・失敗時の動きを、実際の項目対応で試しましょう。

営業中・受注後の相手へ、何を案内するか見直す

すでに見積を相談している相手へ「初回相談しませんか」と案内したり、受注直後に同じ商品の新規向け案内を送ったりすると、対応の行き違いになります。営業状況をもとに、案内の停止・変更が必要かを判断します。

すべての情報を全員に公開する必要はありません。配信対象の判定に必要な状態と、営業が扱う詳細な条件・資料の共有範囲を分け、業務に合う権限を設計します。

今つまずいている仕事から、必要な機能を選ぶ

最初からCRM・SFA・MAの全機能を使う必要はありません。何の情報が不足し、誰の対応が止まっているかを確認すると、取り組む順番を決めやすくなります。

顧客情報や商談の共有に困っている場合

顧客一覧が担当者ごとに分かれている、案件の進捗が分からない、見積後のフォローを忘れる、といった状態なら、CRM・SFAの基本運用から整理します。企業・担当者・案件・活動をつなぎ、次の担当と期限を残すことが出発点です。

接点はあるが、情報提供を続けられない場合

展示会や資料請求で接点を持っても、検討が始まるまで対応しきれない場合は、MAの活用を検討できます。届ける資料、対象者の分類、営業へ渡す条件を決めます。コンテンツを用意し、結果を見て改善する担当も必要です。

受注後のフォローに困っている場合

問い合わせの経緯、利用状況、契約更新、追加提案が引き継がれていない場合は、CRMでの情報共有と、サポート・契約等の管理を優先します。必要に応じて、既存顧客向けの案内をMAで補うこともできます。

接点数が少なく、担当者が個別に対応できている段階では、CRMと手動の連絡で始める選択もあります。運用上の負担が見えてから、自動化する範囲を広げます。

一体型か、個別製品の組み合わせか

一体型は共通データで運用しやすい一方、必要な機能の契約範囲を確認します。別製品の組み合わせは、それぞれの得意な機能を選べますが、連携と運用の担当が必要です。機能の数に加え、保守、設定変更、データの取り出し方も含めて検討しましょう。

振り返る数字の意味をそろえる
資料請求した人数、営業が引き受けた人数、商談の件数、受注した件数は別の指標です。対象期間と重複の扱いをそろえ、どの段階で止まっているかを確認します。開封・クリックの増加だけで、受注や継続取引の成果を判断しないようにします。

VtigerCRMを顧客・営業管理の土台にする

OSS版VtigerCRM 8.4では、リード、顧客企業、顧客担当者、案件、予定・タスク、問い合わせなどを管理できます。CRMとSFAを別々の台帳にする前に、標準機能で顧客と営業活動をつなぐ範囲を確認できます。

標準のキャンペーン管理と、MAの仕組みを区別する

VtigerCRMの標準キャンペーン管理は、展示会などの販促施策と、関連する相手・案件を整理する機能です。それだけで、配信、開封・クリックの計測、段階的なシナリオを一式運用できるとは考えず、必要なメール機能や追加サービスを確認します。

MAには、OSS版Mauticという選択肢もある

Mauticは、メール、フォーム、キャンペーン、行動に応じた処理などを備えるオープンソースのMAです。顧客・案件管理をVtigerCRMで行い、継続的な情報提供をMauticで支える構成も検討できます。

ただし、両方を導入するだけで必要なデータが自動同期されるわけではありません。APIや連携処理の対応範囲、IDの対応、更新方向、停止情報の反映を設計します。サーバー、配信基盤、定期処理、バックアップ、更新など、継続して運用する担当と費用も確認します。

vtplusでは、自社の業務に合わせた構成を考える

vtplusはOSS版VtigerCRMを基盤に、業務支援アプリや導入・運用支援を組み合わせるサービスです。まず顧客・案件・活動管理を整え、必要に応じて外部のMAや配信サービスとの連携を検討できます。

「MAまで必要か分からない」「すでに使っている配信サービスを活かしたい」という段階でも、現在の接点、営業への引き渡し、受注後の対応から整理できます。連携や個別設定の範囲は、利用する製品と要件に合わせて確認します。

役割を理解し、次の担当へ情報をつなぐ

CRM・SFA・MAは、顧客との関係、商談の進行、継続的な情報提供を支える役割を持っています。機能の重なりを理解し、自社の仕事に必要な範囲を選ぶことが大切です。

- CRMで、見込客から既存顧客までの情報を共有する。
- SFAで、商談の状態と次の営業活動を管理する。
- MAで、対象や状況に合った情報提供を続ける。
- 引き渡し条件、更新する情報、次の担当と期限をそろえる。

まずは「集客後の情報提供」「営業への引き渡し」「商談」「継続取引」のどこで困っているかを書き出してみてください。その仕事を改善するために必要な機能から、無理なく運用を広げられます。

第4部 導入・費用・運用を決める

CHAPTER 10

使い続けられる項目・画面・運用

- 項目ごとの用途と入力時点を決める
- 担当者自身の仕事に役立つ画面にする
- 小さく試し、記録の使われ方を確かめる

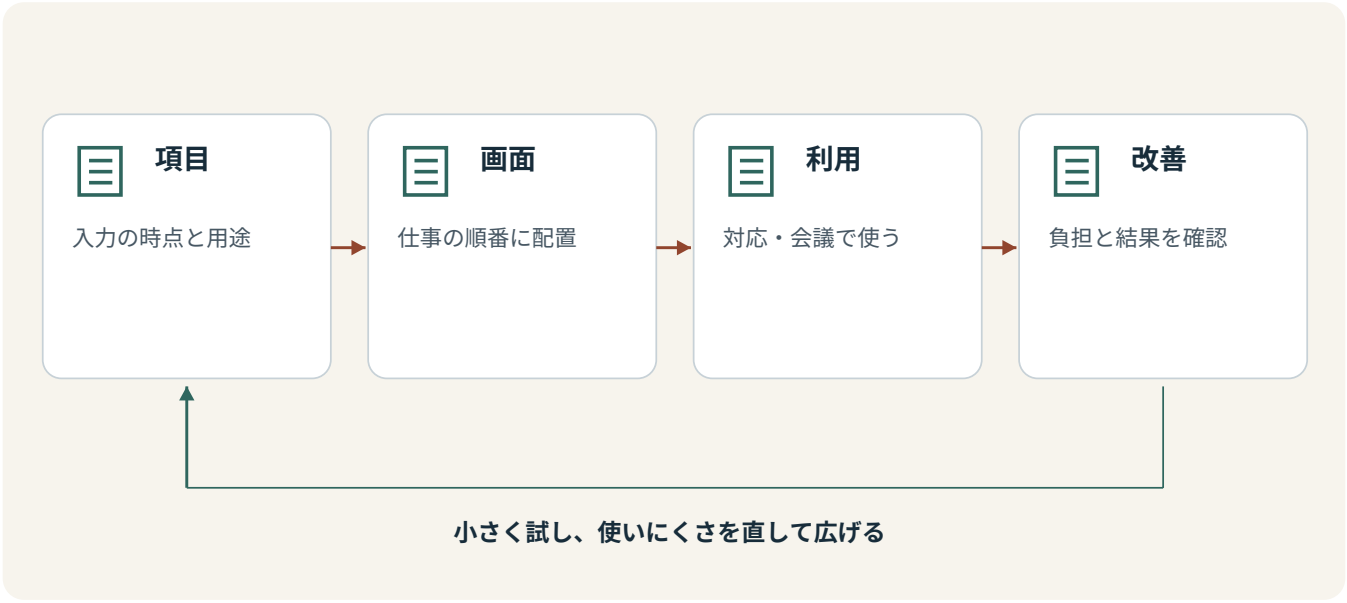


図10 項目・画面・利用・改善を一続きにする

「CRMを導入したのに入力されない」「会議の前だけまとめて更新される」「結局、Excelで案件表を作り直している」。こんな状態になっていませんか。

入力する項目、必要な情報にたどり着く画面、記録を仕事で使う運用。この3つを見直すと、改善すべき場所が見えてきます。BtoB営業の現場で無理なく続けるための考え方を、項目や記録の例とともに解説します。

入力しにくい場所と、情報が使われない場所を探す

CRMが使われないときは、営業担当者に操作を教えることに加え、実際の仕事でどこにつまずいているかを確認します。入力する理由が分からない、情報がまだ分からず保存できない、記録しても別の報告を求められる、といった事情があるかもしれません。

現場で起きていることから、改善する場所を選ぶ

起きていること	確認したい原因	見直すこと
入力が後回しになる	項目が多い、意味が分からない、別の台帳と重複する	必要な情報、入力する時点、記録先を整理する
仮の値ばかり入る	初回には分からない情報まで必須になっている	未確認の扱いと、後で確認する手順を決める
入力や検索に時間がかかる	必要な欄が離れている、一覧に判断材料がない、表示が遅い	入力の順番、一覧、検索、実際の応答を確かめる
会議の前だけ更新される	日々の仕事に使う場面がなく、報告用になっている	顧客対応・次の予定・会議を同じ記録につなぐ
一部の人しか使えない	権限や端末、役割に合っていない、相談先が分からない	利用者ごとの操作確認と、問い合わせの窓口を用意する

改善の出発点は、実際の商談を1件選び、「探す・確認する・記録する・次を決める」操作を営業担当者に行ってもらうことです。保存までに迷った場所や、使わなかった項目を一緒に確認しましょう。

営業担当者に戻るメリットを決める
訪問前に経緯が分かる、次の約束を忘れにくい、見積の条件を引き継げる、上司へ支援を頼みやすい。入力した情報が、自分の仕事のどこで役立つかを具体的にすると、使う目的を共有しやすくなります。

「誰が、いつ入力し、何に使うか」を項目ごとに決める

項目を増やす前に、その情報を使って誰が何を判断するかを確認します。会社の基本情報、個別商談の情報、活動の結果を分け、同じ内容を何度も入力しない持ち方を考えます。

たとえば、会社の住所は顧客企業に、提案テーマは案件に、打ち合わせの結果は活動に残します。一つの案件メモにすべてを書き込むより、情報の役割と参照先をそろえる方が、更新する場所を選びやすくなります。

初回から分からない情報は、確認する仕事にする

BtoBでは、予算や決裁者、正式な発注時期が初回の会話では分からないことがあります。これらを一律に必須にすると、保存のためだけの金額や日付が入り、後の集計で事実と取り違えるおそれがあります。

必須にするのは、その時点で必要で、入力できる情報を中心に考えます。未知の情報は未確認として扱い、次に確認する担当と機会を残します。数値や日付に文字列の「未確認」を入れるのではなく、空欄と補足、確認状況の項目など、データ型に合う方法を設計します。

項目と更新ルールの整理例。製品の標準必須設定を示すものではありません

情報	入力・更新する時点	主に使う場面
会社・窓口・提案テーマ	相談や案件を登録するとき。既存情報を確認する	同じ顧客・案件を探し、対応を引き継ぐ
現在の検討状況	顧客との会話で、新しい事実が分かったとき	次に必要な説明や支援を考える
今回の確認結果・残る課題	電話・打ち合わせなどの対応後	次回の準備と、社内の相談
次にすること・担当・期限	対応後、次の行動を決めたとき	日々の予定とフォロー漏れの確認
金額・受注見込みの時期	根拠を確認できたとき。条件が変わったら更新	見通しの確認。仮の値の扱いも統一する
予算・承認者・判断条件	検討の進み方に応じて確認する	提案の具体化と、顧客の社内説明の準備

分類は選択式、事情や背景は短い補足にする

営業段階や停滞理由など、一覧で比べたい情報は選択肢にすると、表記をそろえやすくなります。一方、相手の課題や判断の背景には、短い文章が必要です。選択肢だけで説明し切ろうとせず、分類と補足を使い分けます。

項目名には「日付」「担当」だけでなく、「受注見込みの時期」「次回対応の担当」など、意味が伝わる名前を付けます。使わなくなった項目を整理するときも、既存データ、帳票、連携、自動処理への影響を確認してから変更します。

入力する順番と、確認する順番に合わせる

必要な項目でも、画面のあちこちに散らばっていると探す負担が増えます。入力画面では同じ場面で使う情報を近くへ置き、一覧では次の行動を判断できる情報を優先します。

入力画面は、仕事のまとまりで並べる

- **最初に相手と用件**会社、窓口、対象の案件を確認する。
- **次に今回の状況**対応結果、確認できたこと、残る課題を残す。
- **続いて次の行動**実施すること、担当者、期限を決める。
- **詳しい補足や資料**必要な場合に参照できる場所へまとめる。

これは配置を考えるための例です。実際に動かせる項目や表示を変えられる範囲は、製品・画面・権限で確認します。折りたたんで見やすくすることと、入力不要にすることも分けて考えます。

一覧は、今日の対応を選べる入口にする

営業担当者であれば、自分の未完了タスク、今週確認する案件、回答待ちの案件などをすぐに開けると便利です。列も、案件名だけでなく、現在の状況、次の行動、担当、必要な予定日などから選びます。

管理者が見たい全項目を、毎回の入力画面や担当者の一覧へ載せる必要はありません。担当者が動くための一覧と、責任者が傾向を確認する集計を分けると、それぞれの目的に合う画面を考えやすくなります。

外出先・通常ユーザーでも確かめる

PCで管理者が操作できても、営業担当者の権限やスマートフォンでは使いにくい場合があります。実際に使う端末で、検索、入力、保存、次回予定の確認を試します。

表示が遅い場合も、どの画面・条件・回線で時間がかかるかを確認します。項目を減らすだけで解決するとは限らないため、画面設計と応答速度の調査を分けて進めます。

記録した情報を、次の仕事と営業の支援に使う

日報、CRM、会議用Excelに同じ内容を書く状態では、入力する場所を減らすことから考えます。どの記録を正式に更新し、どこはその情報を参照するかを、管理職も含めて決めます。

「入力するタイミング」と「完了の目安」をそろえる

電話や打ち合わせの後、次の準備に入る前など、業務の流れに記録する時間を置きます。当日中の更新などを決める場合も、担当業務や通信環境に合うルールにし、まとめて対応する例外も決めておきます。

活動結果の記入例

> 青葉製作所の山田さんと導入範囲を確認。本社の営業部門から始める方針。追加拠点は今回の提案に含めない。部長向けには、運用担当と初期作業を説明する資料が必要。

次の行動

> 担当営業が説明資料を準備し、合意した日までに山田さんへ送る。送付後の説明機会を相談する。

記録の完了の目安

> 確認した内容と未確認事項が分かり、次の対応には担当と期限がある。関連する資料の保存先をたどれる。

これは架空の例です。長文の日報を毎回求めるより、次の担当者が動ける情報をそろえます。重要な判断の背景や約束は、省略しすぎずに残します。

管理者も、CRMを見て支援を決める

営業会議では、CRMの案件や活動を開き、前回から変わったこと、困っていること、必要な支援を確認します。担当者に同じ内容の別資料を作らせる場面を減らし、決めた支援も担当と期限付きで残します。

「入力してくれたので、技術担当の同席を調整できた」「過去の条件が分かり、回答を引き継げた」といった使われ方が共有されると、記録の意味を伝えやすくなります。

困ったときの窓口と、変更する担当を決める

「項目の意味が分からない」「保存できない」「顧客が見つからない」を聞ける窓口を用意します。運用上の質問、データの修正、設定変更が必要な問題を分け、誰が確認して回答するかを決めます。

一つの仕事から試し、使いにくさを直して広げる

顧客管理、見積、日報、更新管理を一度に変えるより、改善したい仕事を選んで試します。たとえば「商談の結果を残し、次の予定を作る」流れから始める方法があります。

1. **対象を決める**どの部署・案件・担当者が、どの仕事を試すかを決める。
2. **必要な情報と画面を整える**既存項目を確認し、記入例と操作手順を用意する。
3. **実際の操作を確かめる**担当者がいつもの権限・端末で、登録から次回確認まで行う。
4. **困った点を直す**項目、順序、一覧、更新ルールを、必要性に合わせて調整する。
5. **使い方を共有して広げる**改善した設定とルールを説明し、次に広げる仕事を決める。

試行には、操作に慣れた人だけでなく、外出が多い人や入力に迷いやすい人も参加すると、異なる問題を確認できます。成功した操作だけでなく、途中で止まった作業も残します。

研修は、機能を順番に説明するだけでなく、「訪問前に経緯を確認する」「対応結果と次のタスクを残す」といった仕事ごとに行います。実例に近い練習と、あとから参照できる短い手順を組み合わせましょう。

ログインに加え、記録が仕事に使えているかを見る

ログイン回数や入力件数は利用状況の手掛かりになりますが、それだけでは、記録が正しいか、次の対応に役立ったかまでは分かりません。運用の前後で、同じ仕事を確認します。

定着を確認する観点と、確かめる方法の例

観点	確かめること	確認方法の例
入力の負担	探す、迷う、打ち直す作業が減ったか	同じ種類の案件で、登録完了までの操作と時間を比べる
記録の内容	対応結果や未確認事項、次の行動が分かるか	実施済みの商談をサンプルで選び、記録を確認する
フォローへの利用	期限の確認や、次の予定に使えているか	未完了の対応を確認し、予定がない理由も聞く
共有と支援	引き継ぎや営業会議で記録を参照しているか	別資料への転記、口頭での再確認、支援の実施を確認する

CRMに登録されていない活動は、CRMの件数だけでは把握できません。日々の仕事の確認やサンプルの聞き取りも使い、入力件数が多い人だけを高く評価する運用に偏らないようにします。

うまく使われない場合は、入力時点、必須条件、画面、利用する場面のどこが合っていないかを見直します。改善の窓口と、次に確認する機会を残しておくと、導入後も調整を続けられます。

標準設定を整え、必要な入力支援を選ぶ

OSS版VtigerCRM 8.4では、対応モジュールのカスタム項目やレイアウト編集、一覧のフィルターなどを使い、記録する情報と探し方を整えられます。まずは標準機能で、日々の業務に必要な設定を確認します。

項目と一覧を、自社の使い方に合わせる

入力項目を増やす前に既存の欄を確認し、必要な項目の種類、ブロック、順序を整理します。変更できる範囲は項目やモジュールによって異なるため、標準の必須条件も確認します。営業段階ごとの条件付き必須や動的な画面制御まで、すべて標準設定で実現できるとは限りません。

一覧では、保存した絞り込み条件などを使って、確認したい案件へ進む方法を整えます。ダッシュボードのミニリスト等も、日々の確認の入口として検討できます。表示を隠すことと、閲覧・編集権限による制限は別に設定・確認します。

今回の結果と次の対応を、まとめて登録する拡張も

vtplusの「活動結果・次回アクション一括登録」は、案件の対応結果と次の予定・タスクをまとめて登録する業務支援アプリです。標準の活動を作成・更新する拡張で、結果の記録と次回対応の登録を続けて行う用途に使えます。

これはOSS版の標準機能とは別のアプリです。対象の活動、必要な権限、通知や共有の扱いを導入先で確認します。アプリを追加する前にも、何を残し、その情報を誰が使うかをそろえることが大切です。

vtplusでは、使い始めた後の改善も相談できる

項目が多すぎる、一覧から必要な情報を探せない、記録しても次の仕事につながらない。こうした課題をもとに、VtigerCRMの標準設定、必要な業務支援アプリ、運用ルールを検討できます。設定変更や支援の範囲は、現在の環境と要件を確認して決めます。

項目・画面・運用を、営業の仕事につなげる

BtoBでCRMを定着させるには、入力する情報が、担当者の次の仕事やチームの支援に使われる流れを作ります。必要な項目、操作しやすい画面、記録を参照する運用を一緒に見直しましょう。

- 項目ごとに、入力する人・時点・使う目的を決める。
- 未確認の情報を無理に埋めず、確認する仕事につなぐ。
- 入力の順番と、日々の確認に合う画面を整える。
- 管理者も同じ記録を使い、支援と次の行動を決める。
- 一つの仕事で試し、操作と記録の使われ方から改善する。

まずは、営業担当者が入力をためらう場面を一つ選び、実際の操作を一緒に見てみてください。どの情報を残せば次の仕事が進むのかを考えることから、改善を始められます。

CHAPTER 11

50人で使う費用を比較する

- 従業員50人・利用者50人で試算する
- 基本料金と導入・保守・実費を分ける
- 初年度と翌年以降を同じ範囲で見る



図11 第11章の条件による計算例。284万円は総所有コストではない

「1ユーザー月額なら手頃に見える。でも、営業・事務・サポートを合わせて50人で使うと、年間でいくらになるのか」。CRMを比較するとき、ライセンス料だけでは予算の全体像が見えません。

本章では、50人分の公開料金を計算したうえで、初期導入・データ移行・保守・社内の管理工数まで整理します。商用クラウドCRM、OSS版VtigerCRMの自社運用、導入・運用支援を組み合わせるvtplusの違いを確認していきましょう。

従業員50人の企業が、全員でCRMを使う場合

先に目安をお伝えすると、今回取り上げる商用サービスの**50人分の基本ライセンス料は、年間105万6,000円〜720万円（税別）**です。これは掲載したプランの範囲の金額であり、CRM全体の最安・最高価格や、導入・保守を含む総額ではありません。

OSS版VtigerCRMは、本体のユーザー単位ライセンス料が0円です。一方で、サーバー、初期構築、更新・バックアップなどの費用や作業を、自社または委託先で負担します。

会社規模と利用人数

従業員50人・CRM利用者50人。全員が通常の利用アカウントを使い、人数は期間中変わらないとします。

比較する期間と税の扱い

12か月分・税別。2026年11月19日に確認した公式掲載価格を使用し、キャンペーン・個別値引きは適用しません。

契約・支払い条件

Zoho CRMは年間契約の月額換算額、Salesforce Pro Suiteは年間契約、kintoneは年額サービスで計算します。Starter Suiteは掲載月額の12か月分です。月額換算の表示があっても、毎月払いとは限りません。

比較の読み方

機能・上限・サポート範囲が同じプランの比較ではありません。基本ライセンス料と、導入・運用を含む費用を分けて読みます。

「50人利用」と「従業員50人」は、料金上の意味が異なります
vtplusの初期導入・CRMサポートは従業員数が料金区分の基準です。従業員の一部だけがCRMを使う企業は、今回の「従業員50人」の金額をそのまま当てはめず、社員規模を伝えて確認してください。

「1人あたり月額」を、50人・12か月で計算する

計算式は「1人あたり月額 × 50人 × 12か月」です。価格帯をつかむため、Salesforce・Zoho CRMの2プランと、kintoneのスタンダードコースを例にしています。

50人で利用する基本ライセンス料の試算（税別）

サービス・プラン	1人あたり月額	50人分の月額換算	50人分の年間	計算条件
Salesforce Starter Suite	3,000円	150,000円	**1,800,000円**	掲載月額の12か月分
Salesforce Pro Suite	12,000円	600,000円	**7,200,000円**	年間契約
Zoho CRM スタンダード	1,760円	88,000円	**1,056,000円**	年間契約の月額換算
Zoho CRM プロフェッショナル	3,260円	163,000円	**1,956,000円**	年間契約の月額換算
kintone スタンダードコース	1,800円	90,000円	**1,080,000円**	年額21,600円／人 × 50人

出典：Salesforce公式料金・Salesforce公式の料金解説（税抜表示）・Zoho CRM公式料金・機能比較・kintone公式料金。2026年11月19日確認。

同じ50人でも、必要な機能で契約額が変わる

たとえば、SalesforceのStarter SuiteとPro Suiteでは、カスタマイズや自動化などの範囲が異なります。価格が低いプランに必要な機能が含まれていれば有力な候補ですが、要件によっては上位プランや追加契約が必要です。

kintoneは業務アプリを組み立てる基盤です。顧客・案件・活動などをどのアプリで管理し、どう関連付けるかも検討します。CRM用途の設計・開発や有料プラグインを利用する場合は、その費用を加えます。

ライセンス料に何が含まれ、何が追加されるか

クラウドサービスでは、基本サービスの稼働基盤は通常、サービス料金に含まれます。ただし、個別の業務設計、既存データの整備、外部連携の開発、追加容量、特別な支援まで一律に含まれるわけではありません。API・メール配信・AIなどの条件も、採用するプランで確認しましょう。

月額1,000円の差でも、50人なら年間60万円
1,000円 × 50人 × 12か月 ＝ 600,000円。人数課金では小さな単価差も積み上がります。必要な機能を確認したうえで、その差額でどの業務を改善できるかまで考えると判断しやすくなります。

初期費用は、整える業務とデータで変わる

初期導入費は、利用人数だけでは決まりません。同じ50人でも、Excelの顧客一覧を取り込む場合と、他のCRMから案件・活動・添付ファイルの関係を保って移す場合では、調査・準備・検証の内容が異なります。

導入見積もりで分けて確認したい作業

項目	具体的な作業	見積もり時の確認事項
業務・項目・権限設計	顧客企業、担当者、案件、活動、共有範囲の整理	部門ごとの要望を誰がまとめ、何回確認するか
データ移行	表記統一、重複整理、ID対応、履歴・添付の移行と照合	対象、件数、関連の数、テスト移行・本番切替の範囲
帳票・自動化・外部連携	見積書、通知、会計・名刺管理などとの接続	標準設定で足りる部分と、追加開発・契約が必要な部分
操作説明・試行運用	担当者への説明、試用、入力ルールの調整	説明の対象者、資料、問い合わせ窓口、調整回数

サービス自体の「初期費用0円」は、これらの作業まで無償で代行されるという意味ではありません。自社で行うなら担当者の時間を、委託するなら作業範囲と金額を計上します。

一律の相場を当てはめる前に、移行元データのサンプルと、実現したい業務の一覧を用意しましょう。「何を含めた導入費か」が明確になれば、見積もりの差を説明できるようになります。

サーバーの保守と、CRMを使い続ける支援を分ける

保守という言葉には、稼働監視や復旧、CRMの設定相談、独自機能の修正などが混在しがちです。月額の見積もりでは、どの層を誰が担当するのかを確認します。

費用が発生する場所と、運用の分担

確認項目	商用クラウド	OSS自社運用	vtplus
基本サービスの稼働基盤	提供事業者のサービス範囲を確認	自社・ホスティング事業者・委託先で分担	サーバー実費とインフラ支援を別途確認
日々の設定・操作相談	標準支援と有料支援の範囲を確認	自社で対応、必要なら外部委託	契約したCRMサポートの範囲で支援
独自機能・外部連携	開発先・連携サービスの保守範囲を確認	自社または開発先で互換性を維持	対象アプリの条件と個別開発費を確認
更新・移行の作業費	サービス更新に伴う自社設定・連携の確認	CRM・OS・PHP・DBの更新検証を計画	CRM・基盤等の更新作業は個別見積もり
社内の業務管理	どの方式でも、入力ルール・担当者変更・権限承認・データ品質の管理を社内で担う担当が必要		

OSSのライセンス無料は、運用費無料とは異なる

OSS版VtigerCRMは、ユーザー単位の本体ライセンス料を抑えられる選択肢です。費用を見積もるときは、サーバー・保存容量・バックアップ・監視に加え、初期構築や更新時の検証、障害対応も含めます。

50アカウントを登録できることと、50人の業務に十分な性能を確保できることは別です。同時利用人数、レコード数、添付容量、集計・連携処理を確認し、構成と保守費を決めます。

社内作業も、時間で見積もっておく

たとえば、管理者の作業を月10時間、社内の工数単価を1時間5,000円と仮定すると、年間の工数コストは**10時間 × 5,000円 × 12か月 ＝ 600,000円**です。これは計算例であり、特定製品の必要工数や保守料金の相場ではありません。

社内人件費は外部への支払額と分けて記録します。「請求書は安いが担当者が毎週対応している」状態も、経営判断に反映できるようになります。

初期導入と月額支援を分けて積み上げる

vtplusは、OSS版VtigerCRMをベースに、導入支援・CRMサポート・業務支援アプリなどを組み合わせる選択肢です。ここでは、**従業員50人の企業が、CRMサポートと対象の既存業務支援アプリの利用を契約する例**を計算します。

vtplusの公開通常料金による計算例（従業員50人・税別）

費用項目	金額	費用の扱い
初期導入支援	**2,000,000円**	初回。合意する導入範囲を確認
CRMサポート	50,000円／月	操作・設定などの支援。契約範囲を確認
対象の既存業務支援アプリ利用	20,000円／月	対象・条件を確認。個別作業費とは区分
上記2サービスの月額小計	**70,000円／月**	50,000円 ＋ 20,000円
上記2サービスの年間小計	**840,000円／年**	70,000円 × 12か月
初年度の上記費用小計	**2,840,000円**	初期2,000,000円 ＋ 年間840,000円
翌年以降の上記費用小計	**840,000円／年**	同じメニュー・料金区分を継続する仮定

出典：vtplus公式「料金・導入費用」。社員11〜50名の料金区分を使用。2026年11月19日確認。キャンペーン価格は適用していません。

284万円は、運用総額ではなく公開料金の小計です
インフラサポート、サーバー・ストレージ・通信等の実費、必要な外部サービス・AI API、追加開発、個別の更新・移行作業は別途確認します。既存CRMの顧客・案件・履歴・添付などの関連を維持する移行も、個別見積もりです。

また、CRMサポートとインフラサポートは別のメニューです。月額7万円でサーバー実費や将来の更新作業まですべて含まれる、という計算にはしていません。

ライセンス料だけの表と、そのまま差し引かない

商用サービスの年間ライセンス料と、vtplusの初年度小計では、含む費用が違います。導入・保守を含めて比較するには、双方の見積もりに不足している項目を追加します。初期導入費のあるvtplusが、すべての企業で初年度から最安になるわけではありません。

vtplusを検討する際は、ユーザー単位の本体ライセンス料を抑えながら、業務に合わせた設計や継続支援に予算を振り向けられるかを確認してください。

初年度と翌年以降を、同じ費用項目で並べる

見積書の合計だけを比べず、次の形に揃えると費用の抜けを見つけやすくなります。すでに基本料金に含まれている費用は、重ねて加算しません。

初年度の社外への支払額

初期導入・移行・個別開発費 ＋ 12か月分のライセンス・アプリ利用・支援費 ＋ 別途必要なインフラ実費・外部サービス費

翌年以降の社外への支払額

12か月分の継続費用 ＋ その年に行う更新・改修・追加移行などの費用

社内工数を含む比較

社外への支払額に、管理・教育・データ整備などの社内作業時間 × 社内工数単価を加えて評価

見積もり依頼時に伝える6つの条件

1. **人数と役割：**従業員50人、利用者50人。営業・管理職・事務・サポートそれぞれの利用範囲。
2. **必要な業務：**企業・担当者・案件・活動・問い合わせ・見積書など、開始時に使う機能。
3. **データ移行：**移行元、件数、履歴・添付の容量、レコード間の関連、切替条件。
4. **連携と自動化：**会計、メール、名刺管理、MA、AIなどの対象と処理回数。
5. **運用・保守：**問い合わせ窓口、対応時間、バックアップと復元、更新作業、障害対応の分担。
6. **契約と将来変更：**年間契約、増減員、料金区分の変更、解約・データ取り出しの条件。

見積もりで「別途」となっている費用は、ゼロ円として比較せず、想定する作業と発生時期を確認します。金額が未確定なら、稟議資料にも未確定項目として残しましょう。

3年で見る場合も、変更・更新の予算を残す

vtplusの上記公開料金だけを同条件で3年間積み上げると、200万円 ＋ 84万円 × 3年 ＝**452万円の小計**です。ここにもインフラ・個別作業等が加わります。商用サービスでも、3年分の基本ライセンス料に導入・追加支援・オプション等を足して比較します。

「契約時の価格で3年間、人数も機能も変わらない」という計算と、実際に想定される増員・機能追加の予算は分けると、経営層へ説明しやすくなります。

必要な共有と、続けられる運用に予算を使う

基本機能で業務を進められ、サービス側の稼働基盤を利用したい場合は、商用クラウドが選択肢になります。自社の管理者が設計・運用できるなら、低価格帯のプランでも十分な効果を出せる可能性があります。

自社の環境でデータを管理し、独自の業務に合わせて育てたい場合は、OSS版VtigerCRMを検討できます。社内に保守を担える体制があれば自社運用、設計や運用の一部を専門家へ任せたい場合はvtplusのような支援を組み合わせて考えます。

利用人数を絞る前に、共有できなくなる業務を確認する

ライセンス費を抑えるために営業だけへ利用を限定すると、事務やサポートが別台帳を持ち、転記や確認が増えることがあります。反対に、利用目的が曖昧なまま全員へアカウントを配っても定着しません。

50人それぞれが「何を登録し、何を確認するか」を整理し、試行段階で操作と共有範囲を確かめましょう。アカウントの共用で費用を減らす方法は、操作記録や権限管理を損ね、契約条件にも抵触し得るため採用しません。

費用の判断は、初年度・継続費・運用体制の3点で
最初にいくら払うか、翌年以降いくら必要か、誰が使い続けるための作業を担うか。この3点を揃えると、50人で使うCRMの予算を具体的に検討できます。

50人のCRM費用で、迷いやすい点

無料のOSSなら、50人でも支払いはゼロですか？

OSS版VtigerCRM本体のユーザー単位ライセンス料は0円ですが、運用全体が無料になるわけではありません。稼働環境、導入・移行、バックアップ、更新・障害対応の費用または社内作業を見込みます。

翌年以降は、月額料金だけを見ればよいですか？

継続料金に加え、追加開発、連携先の変更、基盤更新、増員や保存容量増加に伴う費用を確認します。契約に含まれる対応と個別見積もりになる作業を、事前に分けておきます。

50人全員が最初から使う必要はありますか？

小さなチームで試行し、利用を広げる進め方もあります。本章は全員利用時の予算比較です。段階導入をする場合は、各期間の契約人数・料金区分・教育費を別に計算してください。

CHAPTER 12

OSS版VtigerCRMの適性と保守

- 費用・自由度・保守を合わせて判断する
- 標準設定から拡張・個別開発へ進む
- 技術作業を分担し、運用を続ける



図12 OSSの活用では、業務の判断と技術作業の分担を明確にする

「営業だけでなく、事務やサポートにも顧客情報を共有したい」「自社の商談の進め方に合わせたい」。CRMの検討が進むと、月額料金の安さだけでは決められないことに気づきます。

オープンソースCRMは、利用人数に応じた本体ライセンス料を抑え、自社で選ぶ環境に業務の仕組みをつくる選択肢です。BtoB企業に合うのはどのような場合か。VtigerCRMを例に、費用・自由度・保守の3つの観点から具体的に考えます。

長く使う顧客情報と、自社の業務を結び付けたい企業の選択肢

BtoBでは、1社との取引が長く続き、窓口の担当者、進行中の案件、過去の見積、納入後の問い合わせなどが積み重なります。その情報を営業・事務・サポートで共有したい企業にとって、OSS版VtigerCRMは検討する価値があります。

判断のポイントは、**共有したい業務があること、費用の全体像を把握すること、運用の担当と相談先を決めること**です。ここを整えれば、OSSの自由度を日々の業務改善に活かしやすくなります。

本章の対象

OSS版VtigerCRM 8.4を検討対象にします。Vtiger社の公式クラウド版とは、利用できる機能や運用方法が異なります。

OSS版とは

ソースコードが公開され、利用条件の範囲で確認・変更・拡張できる版です。自社で選んだサーバーやクラウド環境に導入して使います。

vtplusとの関係

vtplusは、OSS版VtigerCRMを土台に、導入支援、業務支援アプリ、運用支援などを組み合わせる選択肢です。本体の標準機能と、追加する機能・契約する支援は分けて確認します。

OSSを使うために、すべてを社内で開発する必要はない

標準機能を設定して使う、必要な拡張を選ぶ、専門家へ設計や保守を依頼するなど、進め方には幅があります。社内には業務の判断を担う人を置き、技術作業は社内の担当者や委託先と分担できます。

反対に、誰が管理するかを決めないまま本番利用を始めると、OSSでも商用サービスでも、権限・入力ルール・連携の管理が続かなくなります。導入前に運用まで考えることが大切です。

参照：Vtiger公式のOSS版案内。製品の共通ナビゲーションや公式クラウド版の機能一覧を、そのままOSS版の標準搭載機能として扱わないようにします。

会社・人・案件・対応履歴を、つながる情報として残す

Excelの顧客一覧からCRMへ移るときは、情報の置き場所を一つにするだけでなく、関連をたどれる形に整理します。VtigerCRMでは、顧客企業・顧客担当者・案件・活動・問い合わせなどを使い、日々の情報を関連付けて管理できます。

BtoBで整理したい情報と、利用イメージ

業務上の困りごと	CRMに残す情報	使う場面
窓口が複数いて、誰に何を話したか分からない	顧客企業に関連する担当者、部署・役職、やり取り	訪問前に関係者と過去の会話を確認
商談が長く、次に動く時期を忘れる	案件の進捗、検討時期、直近の活動、次の予定	停滞中の案件を確認し、次の連絡を準備
担当交代のたびに、顧客へ聞き直している	商談の背景、提案資料、約束、未完了の対応	後任が経緯を読み、引き継ぐ内容を確認
営業が、サポート対応中の問題を知らない	顧客に関連する問い合わせ、対応状況、連絡履歴	追加提案の前に、現在の困りごとを確認

「導入目的」「停滞理由」など、自社で必要な情報は、項目や記録ルールを設計します。決裁者同士の複雑な関係図や独自の承認手順まで、すべて標準で再現されるという意味ではありません。

営業以外の人が見る価値も考える

営業事務が見積の前提を確認し、サポートが導入時の目的を知り、管理職が案件の状態を把握する。部門をまたいで使うときは、閲覧する情報と編集できる範囲を役割ごとに決めます。

本体のユーザー単位ライセンス料が増えないことは、共有先を検討しやすくする要素です。同時に、利用者への説明、権限の管理、同時アクセスに耐える構成も必要になります。

ライセンス料を抑えた分を、導入と運用に配分する

OSS版VtigerCRM本体のユーザー単位ライセンス料は0円です。ただし、CRMを業務で使うための支出や社内作業までゼロになるわけではありません。初年度と翌年以降を分け、次の項目を積み上げます。

OSS版VtigerCRMの予算に含める項目

区分	確認する内容	費用を左右する条件
本体ライセンス	ユーザー単位の本体ライセンス料は0円	追加アプリ・第三者製品の利用条件は別に確認
初期導入・移行	項目・画面・権限、データ整備、移行、説明	業務範囲、既存データの品質、履歴・添付の関連
稼働環境	サーバー、保存容量、バックアップ、通信	同時利用、データ量、可用性・復旧の要件
継続保守	監視、問い合わせ、障害対応、更新の検証と作業	対応時間、分担、構成、独自機能の量
追加機能・連携	拡張アプリ、個別開発、AI API、外部サービス	対象機能、処理回数、変更時の保守範囲
社内工数	入力ルール、教育、データ品質、権限の承認	担当者の作業時間と、業務の標準化の進み方

50人で使うなら、人数課金の差は積み上がる

比較するサービス間で1人あたり月額が1,000円違えば、50人・12か月では**1,000円 × 50人 × 12か月 ＝ 年間600,000円**の差です。これは単価差の計算例であり、特定製品の見積もりや、OSSへの移行で必ず削減できる金額ではありません。

ライセンス費を抑えられても、独自機能を大量につくったり、保守が担当者一人に集中したりすれば、総費用は増えます。逆に、標準機能を中心に使い、必要な支援を決めれば、予算を業務改善へ振り向ける余地が生まれます。

初年度

導入・移行・個別開発費 ＋ 年間の利用・支援費 ＋ インフラ・外部サービス実費

翌年以降

継続する利用・支援費と実費 ＋ 必要な更新・改修の費用

経営判断で加えるもの

社内の管理・教育・データ整備の時間。同じ費用が利用料に含まれている場合は二重に計上しません。

人数課金の商用CRMと比べる場合も、必要な機能・データ量・支援範囲を揃えます。OSS側の保守費を抜いた計算と、商用側の上位プランの料金だけを並べても、自社に合う選択は判断できません。

標準設定、既存の拡張、個別開発の順で考える

OSSの魅力は、ソースコードを確認でき、必要に応じて変更や拡張の方法を選べることです。VtigerCRMには拡張開発の仕組みもあります。ただし、「できること」と「少ない費用で保守できること」は分けて検討します。

要望を実現する方法を、段階ごとに選ぶ

段階	検討する例	確認すること
標準設定	カスタム項目、選択肢、一覧の絞り込み、権限、定型のワークフロー	対象モジュール・条件で必要な動作になるか
既存の拡張	帳票、入力支援、業務別の集計、外部連携など	8.4対応、費用、他の拡張との併用、保守窓口
個別開発	固有の計算、独自画面、特殊な連携・承認処理	仕様、工数、テスト、更新時の確認、引き継ぎ資料

たとえば「案件が受注になったら社内へ通知する」という要望は、標準のワークフローで足りるかを確認します。「受注後に会計ソフトへ取引を登録し、失敗時に再送する」場合は、連携先の認証・項目対応・重複防止・エラー管理まで設計します。

自社の業務を、そのまま全部つくり込まない

今のExcelの列や担当者ごとの例外をすべて再現すると、入力が複雑になり、変更時の確認も増えます。まず、共通で管理する情報と、特定業務だけに必要な情報を分けましょう。

独自開発では、利用できる拡張ポイントやAPIを優先し、本体変更をできるだけ減らします。変更が必要な場合も、差分と理由を記録し、検証環境で確認します。拡張方式でも、更新時の互換性確認が不要になるわけではありません。

自由度を、担当者交代後にも残す

項目の意味、権限、独自機能、連携仕様、サーバー構成、復元手順を記録しておくと、別の担当者や支援先へ引き継ぐ際の材料になります。ソースコードが手元にあっても、仕様や運用記録がなければ調査は必要です。

参照：Vtiger公式コミュニティの拡張開発資料。実際の実装は、8.4の環境・構成で確認します。

「誰かが対応する」を、担当と手順に変える

本番運用では、CRM本体だけでなく、OS・PHP・データベース、添付ファイル、メール、外部連携も関わります。導入時に担当を決め、日常の確認と、障害・更新時の作業を分けておきます。

契約前に決めておきたい保守の分担

対象	決める内容	確認できる状態
権限・利用者	登録・異動・退職時の変更、CSV出力や管理者権限の承認	変更依頼と承認の窓口が分かる
更新・脆弱性情報	情報収集、適用判断、検証、作業、切り戻し	担当、対象ソフト、作業記録が残る
バックアップ・復元	DB・添付・設定の保存、保存先、保持期間、復元テスト	戻せるデータの時点と、復旧の手順が分かる
監視・障害対応	稼働・容量・定期処理の確認、連絡、一次切り分け	連絡先、対応時間、優先順位が決まっている
独自機能・連携	APIや認証情報、外部仕様変更、再処理の管理	仕様と保守先が分かり、失敗を把握できる

顧客データを管理できることと、安全であることを分けて考える

自社で稼働環境を選べれば、保存先、アクセス方法、バックアップ、外部送信の方針を自社の要件に合わせて設計できます。その選択を活かすために、認証・通信保護・最小権限・更新・記録の管理を続けます。

クラウドやホスティングを選ぶ場合は、その事業者との分担も確認します。AIや外部サービスと連携すれば、設定したデータが外部へ送られることがあります。「自社環境だからデータは外へ出ない」と決めつけず、送信先・対象項目・保管条件を確かめましょう。

小規模でも、復元できるかは確かめる

バックアップの成功表示だけでは、必要な添付や設定まで戻せるか分かりません。検証環境で復元し、顧客・案件の関連と添付を確認します。その際は、検証環境からの顧客向けメールや外部連携が動かないようにします。

費用は、対応時間や復旧の目標で変わります。営業時間内の相談と、休日・夜間も含む緊急対応を同じ「保守」として比較しないようにしましょう。

費用、業務の独自性、運用体制を合わせて見る

OSS版VtigerCRMを検討しやすい企業

- 営業・事務・サポートなど、複数部門で顧客情報を共有したい。
- 長期商談や継続取引の経緯を、自社の項目・運用に合わせて残したい。
- データの保存先やアクセス方針を、自社の要件で決めたい。
- 初期導入と継続運用に予算を配分し、担当者や支援先を確保できる。
- 小さく試し、実際に必要な機能から改善を続けたい。

サービス選定を先に見直したい場合

稼働基盤や更新の管理をサービス提供者へできるだけ集約したい、すぐ使える標準機能を優先したい、特定SaaSとの既存連携が必須、といった場合は、商用クラウドも含めて比較します。

また、運用担当も委託予算も確保できていない場合は、OSSの本番導入を急ぐ前に体制を決めます。業務の管理担当は置けるが技術作業が難しい、という場合は、必要な部分を外部へ委託する進め方が考えられます。

導入前に答えておきたい3つの質問
①どの業務を改善し、誰が使うのか。②導入・実費・保守を合わせていくら見込むのか。③更新や障害のとき、誰が判断し作業するのか。この3点を説明できれば、比較や試行を具体的に進めやすくなります。

ひとつの業務を、登録から引き継ぎまで試す

機能一覧を見るだけでは、自社の仕事に合うかは判断しにくいものです。代表的な業務を一つ選び、営業・事務・管理職など実際に使う役割で試してみましょう。以下は運用設計の例であり、導入実績や効果を示す事例ではありません。

1. **対象業務を絞る：**たとえば、既存顧客への追加提案に限定する。
2. **必要な情報を用意する：**検証用データで、企業・担当者・案件・活動を登録する。
3. **入力と閲覧を試す：**営業が記録し、事務が前提を確認し、管理職が進捗を見る。
4. **権限と引き継ぎを試す：**見えるべき情報と見えてはいけない情報、担当交代後の確認方法を確かめる。
5. **不足を分類する：**標準設定で調整するもの、拡張で補うもの、個別開発が必要なものに分ける。
6. **運用条件を揃える：**想定データ量、同時利用、保守範囲、費用を確認して本番導入を判断する。

評価するのは画面の見た目だけではありません。必要な情報を探せるか、入力の負担が過大でないか、次の行動が分かるかも確認します。

既存データを移す場合は、件数だけでなく、顧客・担当者・案件・履歴・添付の関連が維持されるかを確かめます。日本語化や既存の言語ファイルを調整している環境への適用も、利用者自身で変更内容と影響を確認し、検証環境で判断・作業を行ってください。既存の独自修正を含めたサポートを前提にはできません。

自社で決めることを残し、技術作業は分担する

OSSの活用に興味はあっても、項目設計から基盤の管理まですべて社内で進めるのは難しい。その場合は、OSS版VtigerCRMを土台にしたvtplusも選択肢になります。

標準機能を確認し、対象の既存業務支援アプリを選び、必要な設計・導入・運用支援を組み合わせて検討します。新規開発や個別設定、移行、インフラなどの範囲は、見積もり時に確認します。

相談するときは、現場の困りごとを3つ持ち込む

「案件の停滞が分からない」「事務が同じ情報を打ち直している」「担当者が不在だと履歴を追えない」など、直したい業務を具体的にすると、標準機能で足りるか、追加の仕組みが必要かを整理しやすくなります。

自社側では運用の責任者と、現場の要望をまとめる担当を決めます。支援先には技術作業と助言の範囲を確認し、すべてを任せたつもりで担当が空白になることを防ぎます。

本体ライセンスと、支援・アプリ・実費は別に確認
vtplusの導入費、CRMサポート、業務支援アプリ、インフラ支援・実費は区分して確認します。CRMサポート等は社員規模を基準とし、更新・個別開発等の作業は別途見積もりです。既存環境は状態を調査し、対応可否と範囲を確認します。

OSS版CRMを検討するときに、迷いやすいこと

人数や容量に制限はありますか？

OSS版VtigerCRM本体には、ユーザー単位のライセンス課金がありません。ただし、実用的に使える人数やデータ量は、サーバー性能・保存容量・同時利用・処理内容に左右されます。追加モジュールやホスティングの契約条件も別に確認します。

プログラマーがいない会社では使えませんか？

標準設定と業務に合う拡張で進められる範囲もあります。基盤や専門的な開発・保守を外部へ委託する方法もありますが、社内には業務と権限を判断する担当者が必要です。

日本語化すれば、日本の帳票や会計連携も使えますか？

画面の翻訳と、帳票・税計算・会計連携の実装は別です。使いたい書式や連携先を示し、標準機能・拡張・個別開発のどこで対応するかを確認します。

生成AIはOSS版本体の標準機能ですか？

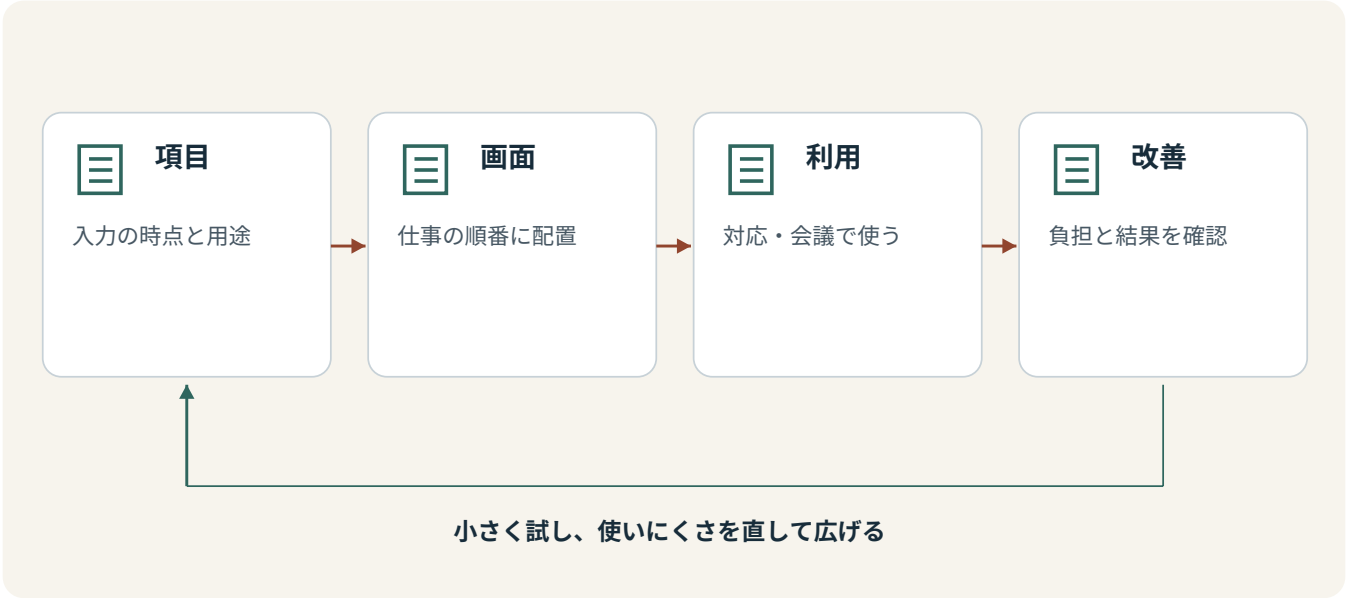
本章で想定する商談要約やメール下書きなどのAI活用は、本体を導入するだけで使える機能として扱っていません。対応する追加アプリや連携、API契約・利用料、送信データの設定を確認して導入します。

記入用ワークシート

自社の仕事に当てはめるための6枚

次のページから、導入の目的、顧客データの単位、引き継ぎ、フォロー、予算、保守の分担を書き込めるシートを用意しました。印刷しての記入や、PDF注釈ツールによる書き込みに利用できます。入力フォーム付きPDFではありません。

一度にすべてを完成させる必要はありません。最初は、改善したい仕事を一つ決め、対象の顧客や案件を選び、その仕事に必要な欄から埋めてください。



試行後の振り返りも、同じ条件で記録する

「入力が増えたか」だけでなく、確認にかかる時間、次の行動の分かりやすさ、引き継ぎに必要な再確認、未対応の理由まで振り返ります。担当者の感想と、サンプル案件で確認した結果を分けて残しましょう。

シート1 導入目的と比較の条件

誰の、どの仕事を改善するか。候補製品を比べる前に記入します。

確認項目	自社の条件・確認結果
改善したい仕事	
現在起きている確認・漏れ・転記	
対象部門・利用者・責任者	
最初に必要な機能と優先順位	
デモで試すサンプル案件	
導入後に確認する指標・方法	

記入日： 記入者： 次の見直し日：

シート2 顧客データの登録単位

企業・部署・相手の担当者・案件を、どの単位で1件と数えるか。

情報	登録単位・照合キー	更新する場面・担当
企業		
部署・拠点		
顧客担当者		
案件・商談		
活動・資料・問い合わせ		
異動・重複・統合時の扱い		

記入日： 記入者： 次の見直し日：

シート3 商談の引き継ぎメモ

顧客・案件： 次の担当：

残す情報	記入欄
相談の背景・目的	
関係者・判断の進め方	
提案の内容・選んだ理由	
合意済み・回答待ち・未確認	
参照する資料と版・活動履歴	
次の対応・担当・期限	

記入日： 記入者： 次の見直し日：

シート4 既存顧客へのフォロー

追加提案・契約更新・再接点の理由と、次の対応をそろえます。

対象・目的	確認した事実・残る条件	次の行動・担当・期限
顧客： 目的：		
顧客： 目的：		
顧客： 目的：		
顧客： 目的：		
顧客： 目的：		

記入日： 記入者： 次の見直し日：

シート5 初年度・継続費用の整理

利用者数： 従業員数： 契約期間： 税の扱い：

費用項目	初年度	翌年以降・条件
基本ライセンス・アプリ利用		
設計・構築・操作説明		
データ移行・関連・添付		
サーバー等の実費		
CRM・インフラの支援費		
外部サービス・AI API		
追加開発・更新作業		
社外支払小計／社内工数（別記）		

記入日： 記入者： 次の見直し日：

シート6 保守の責任と連絡先

自社・提供事業者・支援先の担当範囲を確認します。

対象	担当・連絡先	頻度・対応時間・確認記録
アカウント・権限		
OS・PHP・DB・CRMの更新		
バックアップ・復元確認		
監視・障害の一次対応		
追加アプリ・外部連携		
データ品質・運用ルール		
異動・契約変更時の引き継ぎ		

記入日： 記入者： 次の見直し日：

収録記事と参照情報

収録した12記事

本書では読み進めやすい順に章立てを組み替え、見出しを短くした箇所があります。以下が元の記事タイトルです。Web版の公開・更新状況は記事ナビから確認してください。

01 BtoBにCRMは必要？ 中小企業の顧客管理・営業活動を改善する始め方

02 BtoB向けCRMの選び方｜法人営業で確認したい7つの機能と比較ポイント

03 BtoBの顧客管理はどう設計する？ CRMで企業・部署・担当者・案件をつなぐ方法

04 BtoB営業の属人化をCRMで解消するには？ 担当交代でも困らない情報の残し方

05 BtoB商談の決裁者が見えない問題をCRMで整理｜担当者・上司・購買部門の関係管理

06 BtoBの長期商談をCRMで管理する方法｜検討時期・停滞理由・次の行動を見える化

07 BtoBの既存顧客営業にCRMを活用｜追加提案・契約更新・休眠顧客へのアプローチ

08 BtoBの営業とサポートをCRMでつなぐ｜問い合わせ履歴を次の提案に活かす方法

09 BtoB企業のCRM・SFA・MAはどう使い分ける？ 集客から受注・継続取引まで解説

10 BtoBでCRMが定着しない理由｜営業担当者が使い続けられる項目・画面・運用の作り方

11 BtoB企業がCRMを50人で使うといくらかかる？ ライセンス・導入・保守費用を比較

12 BtoB企業にオープンソースCRMは合う？ VtigerCRMの費用・自由度・保守を検討する

当サイトの記事・標準機能ガイド

VtigerCRM 記事まとめ
https://vtiger-mautic.info/vtigercrm-matome/

VtigerCRM OSS 入門ガイド
https://vtiger-mautic.info/vtigercrm-oss-guide-intro/

公式情報・関連資料

Vtiger公式「Open Source CRM」
https://www.vtiger.com/open-source-crm/

OSS 8.4公開コードのミラー「Contacts.php」
https://github.com/adhityar-a11y/vtiger_crm_8.4.0/blob/import/vtigercrm-8.4.0/modules/Contacts/Contacts.php

CRMの考え方（Salesforce）
https://www.salesforce.com/jp/crm/what-is-crm/

Mautic公式機能紹介
https://mautic.org/features/

Salesforce公式料金
https://www.salesforce.com/jp/sales/pricing/

Salesforce公式の料金解説（税抜表示）
https://www.salesforce.com/jp/small-business/how-to-choose-plan/

Zoho CRM公式料金・機能比較
https://www.zoho.com/jp/crm/comparison.html

kintone公式料金
https://kintone.cybozu.co.jp/price/

中堅・中小企業向け料金
https://www.salesforce.com/jp/small-business/pricing/

Vtiger公式コミュニティの拡張開発資料
https://community.vtiger.com/help/vtigercrm/developers/develop-extensions-for-vtiger.html

導入の検討を、具体的な業務から。

VtigerCRM OSS 8.4とvtplus

顧客の情報を共有したい、営業の引き継ぎを整えたい、利用人数に応じたライセンス費を見直したい。まずは現在の困りごとと、最初に使う業務を整理しましょう。

vtplusでは、OSS版VtigerCRMを土台に、導入設計、対象の業務支援アプリ、運用支援などの範囲を確認してご案内します。初期費用、月額の支援、インフラ実費、移行・個別開発の費用は区分して確認します。



サービス・費用・相談先

vtplusの特長
https://vtplus.jp/

料金・導入費用・支援範囲
https://vtplus.jp/pricing/

業務・導入範囲の相談
https://vtplus.jp/contact/

運営会社：株式会社アイプランナー
https://iplanner.jp/

BtoB企業のCRM実践ガイド
2026年11月19日 編集版
編集・発行：株式会社アイプランナー
VtigerCRM OSS 日本語ガイド https://vtiger-mautic.info/

本書は業務設計・製品検討の参考資料です。機能の動作や導入効果、法令・セキュリティ要件への適合を一律に保証するものではありません。製品名・サービス名は各社の商標または登録商標です。