

どれだけ業務効率化・コスト削減できる？

MAツール導入・移管 効果試算ワークシート



本シートは、MAツールの導入やリプレイスを検討する際に、現状の課題を整理し、理想の業務フローを描きながら、**費用対効果を数値で「見える化」できる実践ワークシート**です。工数削減や売上貢献のインパクトを明確に示せるため、社内での導入提案や意思決定の裏付け資料、ツール比較の根拠データとして、そのままご活用いただけます。

1. 業務フローの現状と理想の姿を整理する

マーケ・営業それぞれのフェーズごとに業務を棚卸し。

現状の非効率や属人化を洗い出し、MAを活用した自動化・効率化後の理想フローを整理します。

2. 課題を可視化する

業務課題を「売上・効率への影響度 × 発生頻度」でマッピング。

優先的に解決すべきボトルネックが一目でわかります。

3. 業務量・コストを算出する

担当者数・工数・ツール費用を入力し、現状の業務負荷を数字で把握。

さらに、MA導入後に見込める工数削減やKPI改善効果を定性・定量両面で試算します。

4. ROIを算出する

初期費用・ランニングコストと効果を比較し、投資回収期間とROIを明確化。

「導入の説得力ある根拠データ」としてそのまま活用できます。

5. 検討中のMAツールを比較する

検討中の複数ツールを並べて、費用対効果を横比較。

自社にとって最適な選択肢を判断できるようになります。

業務フローの現状と理想の整理

【記入方法・記入例】

業務フロー

課題

業務量
コスト

ROI

MAツール
比較

ferretMA
フェレット・エムエー

記入方法

①各フェーズごとに「担当部門」「業務内容」「使用ツール/システム」を記入してください。
特に**手作業が多い業務や複数ツールにまたがっている業務**を書き出すと、課題が見えやすくなります。

記入例

現状の業務フロー

フェーズ	担当部門	具体的な業務内容	使用ツール/システム
リード獲得	マーケティング	リードはオンラインはMA、オフラインはExcelやSFAで管理	Excel / MAツール / SFA
リードナーチャリング	マーケティング	メルマガを都度作成し、手動で一斉配信	MAツール
インサイドセールス	IS	MAから顧客情報をエクスポートし、Excelで優先度を判断	Excel / MAツール
商談	営業	SFAで商談履歴を管理。（商談以前の接触がMAで別途把握）	SFA・CRM
アフターフォロー	カスタマーサクセス/サポート	更新案内やセミナー案内を手動で一斉配信	SFA・CRM

現状フローの主な課題点：

- ・オフライン施策（展示会・名刺）のリードはExcelで別管理となり煩雑
- ・メルマガは一斉配信のみで、ターゲット別の配信ができず成果が見えにくい
- ・ISではリード抽出や架電優先度付けが属人化しており、工数もかかる
- ・MAとSFAが連携できておらず、商談前後の接触履歴が分断されている
- ・アフターフォローは顧客属性・利用状況に基づいた配信ができず、属人化している

②現状の課題を前提に、**MAで自動化・効率化できる姿**をイメージして記入してください。
すでにMAを導入している場合は、**本当は活用したい機能**を書き出してみましょう。

MA活用での理想的な業務フロー

フェーズ	MA活用時の効率化ポイント	想定される削減工数
リード獲得	リード情報をMA・SFAで一元管理（オンライン・オフラインを統合）	月10時間削減（Excel転記作業の廃止）
リードナーチャリング	ステップメールセグメント配信	月15時間削減（都度作成・一斉配信の削減）
インサイドセールス	行動検知によるホットリード抽出	月12時間削減（リスト作成・優先度判断の省力化）
商談	MAとSFAを自動連携し、商談前に接触履歴を共有	月5時間削減（履歴確認・二重入力削減）
アフターフォロー	ステップメールセグメント配信	月8時間削減（手動作成・属人対応削減）

MA導入による最も大きな業務改善ポイント：

- ・MAと既存のSFAが連携できるようになり、リード情報を一元管理できるため、Excelや複数ツールでの二重管理が不要に。
- ・ステップメールやセグメント配信で、検討度や属性に応じた自動フォローが可能に。
- ・架電や商談前に顧客の接触履歴・関心を営業が即座にキャッチアップ可能に。
- ・行動検知により、顧客の優先度を誰でも可視化でき、属人化を解消。

業務フローの現状と理想の整理

【テンプレート】

業務フロー

課題

業務量
コスト

ROI

MAツール
比較

ferretMA
フェレット・エムエー

現状の業務フロー

フェーズ	担当部門	具体的な業務内容	使用ツール/システム
リード獲得			
リードナーチャリング			
インサイドセールス			
商談			
アフターフォロー			

現状フローの主な課題点：

MA活用での理想的な業務フロー

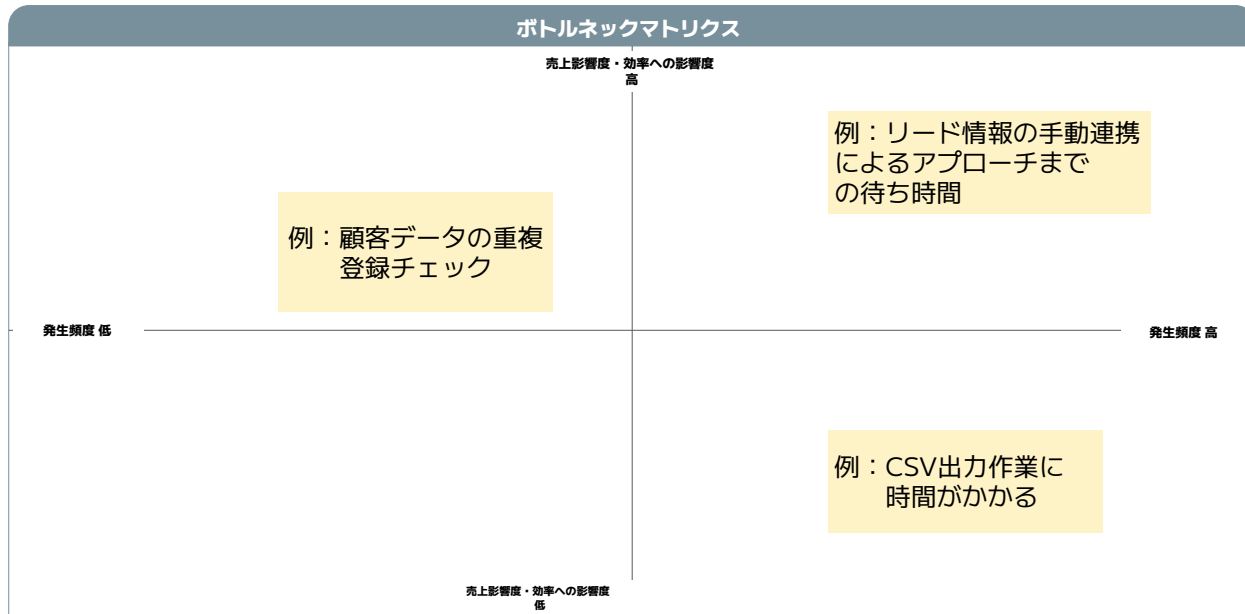
フェーズ	MA活用時の 効率化ポイント	想定される 削減工数
リード獲得		
リードナーチャリング		
インサイドセールス		
商談		
アフターフォロー		

MA導入による最も大きな業務改善ポイント：

記入方法

- ① 課題を洗い出しましょう。
現状フローで感じているムダや非効率を箇条書きにします。
- ② 発生頻度を判断しましょう。
例：毎日／毎週発生する業務 → 「高」
月1回程度や限定的な業務 → 「低」
- ③ 売上・効率への影響度を判断し、ボトルネックマトリクスに配置。優先順位を決める材料として活用しましょう。
例：売上に直結、顧客対応スピードや商談数に影響する → 「高」
内部作業の効率や一部の工数に限定される → 「低」

記入例



ボトルネックマトリクス

売上影響度・効率への影響度
高

発生頻度 低

発生頻度 高

売上影響度・効率への影響度
低

業務量・コストの現状と理想の整理

【記入方法・記入例】

業務フロー

課題

業務量
コスト

ROI

MAツール
比較

記入方法

- ① 各業務について、「担当者数」「所属部門」「月間工数（時間）」を記入します。
現行の**人件費**、**ツールコスト**、**機会損失**、**工数コスト**も概算で入力してください。

- ② MA活用でどれくらい**効率化**できるかを見積もります。
KPIの改善値を想定で入力してください。
定性的な効果も記載して、**数値化**しにくい効果も補足すると説得力が増します。

記入例

現状の業務量・コスト

業務内容	担当者数	役割/部門	月間工数（時間）
リスト作成・管理	1人	マーケ	8時間
メール配信・管理	1人	マーケ	8時間
リード選定（ホットリード抽出） ・セグメント	1人	IS	10時間
問い合わせ対応	1人	IS	12時間
分析レポート作成	1人	マーケ	5時間
データ連携・移行作業	1人	営業企画	6時間

現状コスト概算

人件費（月額）：50万円/月
現行ツールコスト：40万円/月
機会損失（想定）：20万円/月
工数コスト換算：15万円/月

期待効果・削減工数

KPI項目	現状	導入後	改善率
メール配信工数	10時間/月	3時間/月	▲70%
リード獲得数	200件/月	260件/月	+30%
商談化率	15%	20%	+5pt
リード対応時間	5時間/件	1時間/件	▲80%
分析レポート作成	5時間/月	1時間/月	▲80%
データ連携・移行作業	6時間/月	2時間/月	▲67%

期待できる定性的な効果

マーケ部門の戦略策定業務時間の創出
リアルタイムでの施策効果検証

業務量・コストの現状と理想の整理

【テンプレート】

業務フロー

課題

業務量
コスト

ROI

MAツール
比較

ferretMA
フェレット・エムエー

現状の業務量・コスト

業務内容	担当者数	役割/部門	月間工数（時間）
リスト作成・管理	人		時間
メール配信・管理	人		時間
リード選定（ホット リード抽出） ・セグメント	人		時間
問い合わせ対応	人		時間
分析レポート作成	人		時間
データ連携・移行作業	人		時間

現状コスト概算

人件費（月額）： 円/月
現行ツールコスト： 円/月
機会損失（想定）： 円/月
工数コスト換算： 円/月

期待効果・削減工数

KPI項目	現状	導入後	改善率
メール配信工数	時間/月	時間/月	%
リード獲得数	件/月	件/月	%
商談化率	%	%	%
リード対応時間	時間/件	時間/件	%
分析レポート作成	時間/月	時間/月	%
データ連携・移行作業	時間/月	時間/月	%

期待できる定性的な効果

記入方法

① 前提条件を決めましょう。

時給単価（例：3,000円/時）、平均商談単価または商談1件あたりの粗利、リード獲得単価や月間獲得件数などの前提値を先に確認しておきましょう。

② 初期投資・ランニングコストの各項目を入力し（左ブロック）、期待効果・削減効果を算出します。（右ブロック）

③ ②で算出した情報をもとに、

初年度と2年目以降の投資回収期間とROI（投資対効果）を算出。

導入・リプレースによる投資が

「どれだけ早く回収でき、どれだけ利益を生むか」を明確に可視化します

記入例

初期投資・ランニングコスト

コスト項目	初期費用	月額費用	初年度費用
MAツール利用料	30,000円	80,000円	990,000円/年
導入支援サポート	100,000円	0円	100,000円/年
カスタム設定対応 データクレンジング ほか有償サポート	300,000円	0円	300,000円/年
社内リソース （教育・運用）	0円	50,000円	600,000円/年
初年度合計	430,000円	130,000円	1,990,000円/年

期待効果・削減効果

効果項目	計算	年間効果額
工数削減効果	30時間/月 × 3,000円/時 × 12ヶ月	1,080,000円
既存ツール削減効果	50,000円/月 × 12ヶ月	600,000円
商談数増加効果	3件/月 × 50,000円/件 × 12ヶ月	1,800,000円
リード獲得単価削減	5%削減 × 500件 × 2,000円	600,000円
想定効果合計（年間）	-	4,080,000円

投資回収期間とROI（投資対効果）

初年度	年間効果額 - （初期費用+ランニングコスト）	$4,080,000円 - 1,990,000円 = 2,090,000円/年$
	投資回収期間	$1,990,000円 \div 2,090,000円 = 0.95年$ （約11か月）
	ROI	$4,080,000円 \div 1,990,000円 = 205\%$

2年目以降	年間効果額 -ランニングコスト	$4,080,000円 - 1,560,000円 = 2,520,000円/年$
	投資回収期間	$1,560,000円 \div 2,520,000円 = 0.62年$ （約7か月）
	ROI	$4,080,000円 \div 1,560,000円 = 262\%$

初期投資・ランニングコスト

コスト項目	初期費用	月額費用	初年度費用
MAツール利用料	円	円	円/年
導入支援サポート	円	円	円/年
カスタム設定対応 データクレンジング ほか有償サポート	円	円	円/年
社内リソース (教育・運用)	円	円	円/年
初年度合計	円	円	円/年

期待効果・削減効果

効果項目	計算	年間効果額
工数削減効果	時間/月 × 円/時 × 12ヶ月	円
既存ツール削減効果	円/月 × 12ヶ月	円
商談数増加効果	件/月 × 円/件 × 12ヶ月	円
リード獲得単価削減	%削減 × 件 × 円	円
想定効果合計（年間）	-	円

投資回収期間とROI（投資対効果）

初年度

年間効果額 - (初期費用+ランニングコスト)	円/年
投資回収期間	年（約 か月）
ROI	%

2年目
以降

年間効果額 - (初期費用+ランニングコスト)	円/年
投資回収期間	年（約 か月）
ROI	%

MAツール比較

【記入方法・記入例】

業務フロー

課題

業務量
コスト

ROI

MAツール
比較

ferretMA
フェレット・エムエー

記入方法

- ①比較するツールを選定し、
現在利用中のツール・導入検討中のツール（例：A社MA、B社MAなど）を
列に記入します。
- ②各ツールのコストを入力し、想定差額を算出します。

記入例

MAツールA：初期投資・ランニングコスト

コスト項目	初期費用	月額費用	初年度費用
MAツール利用料	30,000円	80,000円	990,000円/年
導入支援サポート	100,000円	0円	100,000円/年
カスタム設定対応 データクレンジン グ ほか有償サポート	300,000円	0円	300,000円/年
社内リソース (教育・運用)	0円	50,000円	600,000円/年
初年度合計	430,000円	130,000円	1,990,000円/年

コスト項目	追加費用	月額費用	次年度費用
MAツール利用料	20,000円×12ヶ月月 2ライセンス追加予定	130,000円	1,800,000円/年

MAツールB：初期投資・ランニングコスト

コスト項目	初期費用	月額費用	初年度費用
MAツール利用料	100,000円	100,000円	1,300,000円/年
導入支援サポート	200,000円	0円	200,000円/年
カスタム設定対応 データクレンジン グ ほか有償サポート	200,000円	0円	200,000円/年
社内リソース (教育・運用)	0円	50,000円	600,000円/年
初年度合計	500,000円	150,000円	2,300,000円/年

コスト項目	追加費用	月額費用	次年度費用
MAツール利用料	30,000円×12ヶ月 2ライセンス追加予定	150,000円	2,160,000円/年

想定差額

初年度 : 310,000円/年の差額
次年度以降 : 360,000円/年の差額

MAツール比較

【テンプレート】

業務フロー

課題

業務量
コスト

ROI

MAツール
比較

ferretMA
フェレット・エムエー

ツール名：初期投資・ランニングコスト

コスト項目	初期費用	月額費用	初年度費用
MAツール利用料	円	円	円/年
導入支援サポート	円	円	円/年
カスタム設定対応 データクレンジング ほか有償サポート	円	円	円/年
社内リソース (教育・運用)	円	円	円/年
初年度合計	円	円	円/年

コスト項目	追加費用	月額費用	次年度費用
MAツール利用料	0円 ライセンス追加予定等	円	円/年

ツール名：初期投資・ランニングコスト

コスト項目	初期費用	月額費用	初年度費用
MAツール利用料	円	円	円/年
導入支援サポート	円	円	円/年
カスタム設定対応 データクレンジング ほか有償サポート	円	円	円/年
社内リソース (教育・運用)	円	円	円/年
初年度合計	円	円	円/年

コスト項目	追加費用	月額費用	次年度費用
MAツール利用料	0円 ライセンス追加予定等	円	円/年

想定差額

初年度 : 円/年の差額
次年度以降 : 円/年の差額

MA個別相談のご案内（無料）

「成果」と「運用のしやすさ」まで見据えた移管、一緒に実現しませんか？
まずは、貴社に最適な進め方とスケジュールをご提案させていただきます。

現状のMAを客観診断

「どの機能が必要で、何が不要か」を棚卸し。もし移管した場合に、どれくらいのコストと工数が削減できるかを具体的に試算します。

「今乗り換えるべきか？」正直にアドバイス

無理な営業はいたしません。貴社のフェーズや体制によっては「今のツールを継続利用すべき」という結論も含め、プロとして正直にお話しします。

成果直結の運用設計

「誰でも使える」シンプルな運用設計を前提に、属人化を防ぎながら、マーケティング成果につなげるためのロードマップをご提案します。



MAツールの移管について相談する

MAの新常識

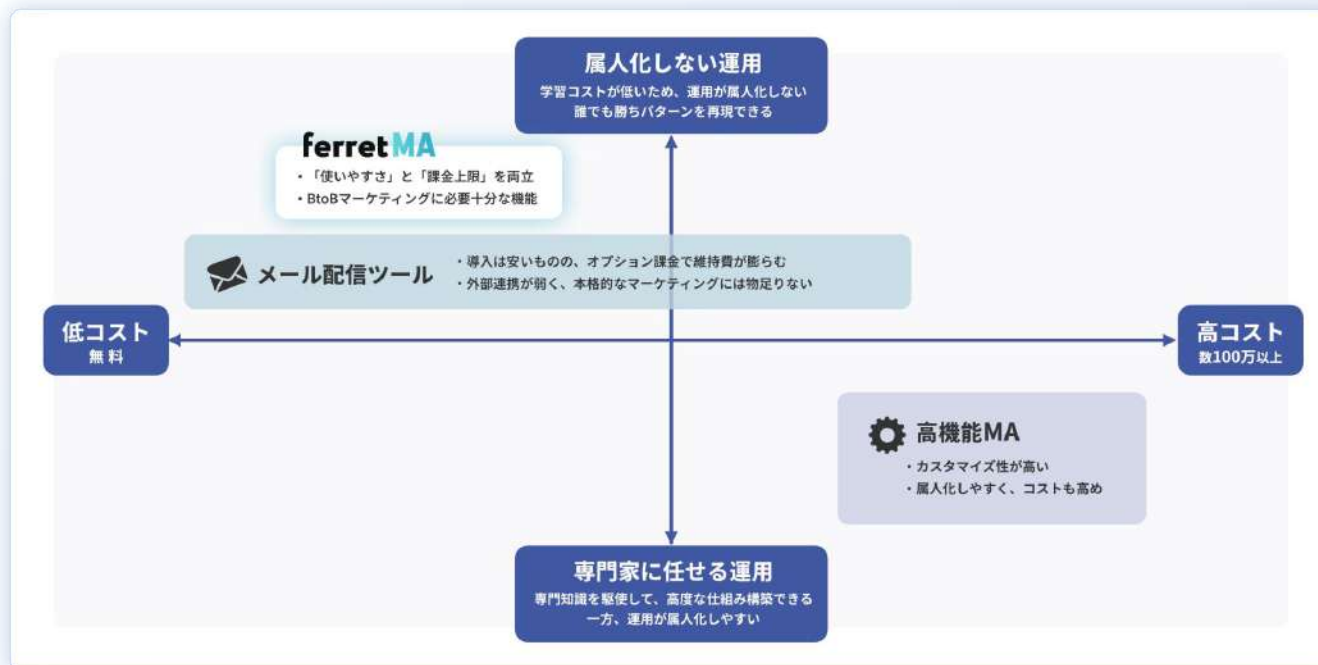
シナリオ設計・スコアリングも自動化

操作も料金も、もう迷わない
BtoBに納得のコスパを。



「ferret MA」は、どんなMA？

従来のMAの「使いこなせない」「従量課金で年々コストが上がる」というお悩みを解決したMAツール。
「使わない機能」と「従量課金」を削減し、BtoB企業にとっての「コスパ最強」を目指しました。



ferret MAと他社ツールの決定的な3つの違い



MAあるある



✖ 設定が複雑で属人化

実は、専門家視点での「簡単さ」であり、初心者には難しい。「簡単です」と言われて導入したものの、設定が複雑で、結局詳しい人だけが触れえず、業務が属人化してしまう。

操作性



✖ リード数が増えるたびに 従量課金が発生

初期費用や月額が安いMAを選んだはずが、リード数が増えるたびに従量課金が発生。さらにSFA連携や上位機能が「オプション扱い」で、気づけば維持費が予算オーバーに。

コスト



✖ SFA/CRMとの連携が手間で タイムラグも発生

SalesforceなどSFA/CRMとの連携に開発費用がかかる、またはそもそも連携できない。手間も工数もかかるうえ、タイムラグのせいで商機まで逃してしまう。

ツール
連携

✔ マニュアルなしで、 直感的に使えるUI

私たちが考える「簡単」とは、誰でもマニュアルなしで直感的に使えること。見たまま操作できるUIで、担当者が変わってもスムーズに引き継げます。



✔ 安心して使い続けられる 価格体系

長期的に安心して使い続けられる価格体系です。リード数が増えても価格が跳ね上がりにくく、SFA連携などの必須機能も標準装備。事業が成長しても、コストの心配はありません。



✔ 自動連携やワークフロー機能で ツールが分断されない

SalesforceやZoom、Slackなど主要ツールとの連携は標準装備。ワークフロー機能で複数ツールをまたぐ業務も連携可能。ツールの分断でマーケティングが止まることはありません。



AI搭載で、ナーチャリングをもっと簡単、もっと効率化に。

さらに、AI機能搭載。

驚くほど簡単にナーチャリング施策を始めることができます。

ferret OneはCMSとMAが一体型であることに加え、独自のAI機能も搭載。

ナーチャリングコンテンツの作成から、セグメント、効果測定、改善提案まで、リード育成の一連の流れを1つの管理画面で完結できます。

業務の効率化を図れることはもちろん、ferret MAにデータが蓄積されるため、施策を回せば回すほど、提案の精度が向上します。



上記画面をクリックすると動画が流れます

サポートも充実！MA活用支援

貴社の課題に応じた運用方法をご提案。
MAを最大活用できます。

MAの最適な活用方法は、事業の課題やマーケティングのフェーズ、ハウスリストのボリュームなど、組織によって様々です。

ferret Oneではツール面でのサポートだけでなく、
メールマーケティングやリード育成（ナーチャリング）施策の
ノウハウ面のサポートも充実。

貴社の現状と実現したいことをヒアリングした上で、
貴社に適した使い方、**施策の進め方や優先順位**など
具体的にアドバイスいたします。



他社MAとの機能比較表①

社名		ferret One	HubSpot	SATORI	AccountEngagement	Marketo
特徴		BtoBに特化、初期設定がほぼ必要なし CMS / MA一体型でコンテンツも作れるMA	同社のCRM / SFA (1.2万/人) を利用する場合、カスタマイズ性が高い	匿名顧客へのアンノウンマーケティングが可能	Salesforceとの連携が強み。柔軟な連携ができ、カスタマイズ性が高い	各種ツールとの連携、カスタマイズ性が高い。ただし運用難易度も高い
価格 (初期費用 / 月額)		3万 / 8万	なし / 9.6万～	30万 / 14.8万～	要問い合わせ 300万～ / 15万/30万/48万	要問い合わせ 300万～ / 30万～
機能	ユーザー数	無制限	3人 追加により価格変動	別途ユーザー利用数に応じて価格変動	別途ユーザー利用数に応じて価格変動	別途ユーザー利用数に応じて価格変動
	リード数	30,000件 追加可能	2,000件 追加可能	保有数で料金変動	10,000件 追加可能	1,000件単位で変動
	メール配信数	リード数×10倍	リード数×5倍	送信数で料金変動	制限なし	不明
	フォーム	◎ ノーコードで作成可能	○ 初期セットアップが必要	○	○	○
	LP	◎ ノーコードで作成可能	△ 初期セットアップ、デザインにはコーディングが必要	△ 初期セットアップ、デザインにはコーディングが必要	△ 初期セットアップ、デザインにはコーディングが必要	△ 初期セットアップ、デザインにはコーディングが必要
	Web解析	◎ チャンネル、サイトパフォーマンスまで確認可能	△ サイト側の分析は別で必要	△ サイト側の分析は別で必要	△ サイト側の分析は別で必要	○
	シナリオ	○	◎ 自由度高くできる	◎ 自由度高くできる	◎ 自由度高くできる	◎ 自由度高くできる
	リード検知	○	○	○	◎ 自由度高くできる	◎ 自由度高くできる
	AI機能	◎ メール作成やレポート補助	◎ メール作成やSNS、分析	なし	◎ メール作成、スコア分析	◎ メール作成、ターゲット分析
	外部連携 (CRM / SFA)	- Salesforce、Kintone、HubSpot、SanSanなど主要ツールと標準連携 - ワークフロー機能により、その他多数のツールとも柔軟に連携可能	- Salesforce - HubSpot (CRM)	- Salesforce - Kintone - SanSan	- Salesforce - SanSan	- Salesforce - SanSan

他社MAとの機能比較表②

社名		ferret One	SHANON	Geniee	Bownow
特徴		BtoBに特化、 初期設定がほぼ必要なし CMS / MA一体型で コンテンツも作れるMA	SFA機能も備えているため、一体 型での利用が可能。	SFA機能も備えているため、一体 型での利用が可能	初心者におすすめ 低コストで使えるMAツール
価格（初期費用 / 月額）		3万 / 8万	不明 / 12万～	20万 / 9.8万～	10万 / 6万～ ビジネスプラン以上
機能	ユーザー数	無制限	別途ユーザー利用数に応じて 価格変動	別途ユーザー利用数に応じて 価格変動	別途ユーザー利用数に応じて 価格変動
	リード数	30,000件 追加可能	10,000件 追加可能	10,000件 追加可能	200件～
	メール配信数	リード数×10倍	送信数で料金変動	50,000件	不明
	フォーム	◎ ノーコードで作成可能	○	○	△作成制限あり
	LP	◎ ノーコードで作成可能	△ 初期セットアップ、デザインに はコーディングが必要	△ 初期セットアップ、デザインに はコーディングが必要	△ 初期セットアップ、デザインに はコーディングが必要
	Web解析	◎ チャンネル、サイトパフォーマンス まで確認可能	△ サイト側の分析は別で必要	△ サイト側の分析は別で必要	△ サイト側の分析は別で必要
	シナリオ	○	◎ 自由度高くできる	◎ 自由度高くできる	△ ステップメールのみ
	リード検知	○	○	○	×
	AI機能	◎ メール作成やレポート補助	○メール作成補助	○ SFA側で自動入力補助	◎ メール作成、ターゲット分析
	外部連携 (CRM / SFA)	- Salesforce、Kintone、HubSpot、SanSanなど主要ツールと標準連携 - ワークフロー機能により、その他多数のツールとも柔軟に連携可能	- Salesforce - Kintone - eセールスマネージャー	Geniee CRM / SFA	- Salesforce - Kintone

ferretMA

フェレット・エムエー

公式サイトを見る

サービス資料をダウンロードする

無料デモを申し込む

