

ソフトブレン「eセールスマネージャー エグゼクティブセミナー2026 in 東京・大阪・Web」 開催レポート

国産CRM/SFAのリーディングカンパニーであるソフトブレン株式会社(本社:東京都中央区、代表取締役社長:豊田浩文、以下「ソフトブレン」)は、自社プロダクトであるesm(eセールスマネージャー、以下「esm」)をご利用いただいているユーザーをお招きしたイベント「エグゼクティブセミナー2026」を2026年9月17日に開催しました。本イベントは、500名を超える方々にご参加いただき大盛況のうちに終わることができました。



エグゼクティブセミナー当日の様子はこちらから(ダイジェスト動画)

<https://youtu.be/FxR7cWr EP8>

■エグゼクティブセミナー概要

開催日:2026年9月17日(木)

会場:東京会場:ザ ストリングス表参道

大阪会場:ホテル阪神大阪

Web会場:Zoomにて配信

※Zoomを用いたリアルタイム中継により各会場にコンテンツをお届けしました。

■本セミナーのテーマ

エグゼクティブセミナー2026は、「再定義、はじまる」をテーマに開催しました。AIの進化により「SaaS is dead(SaaSは終わった)」とも言われる中、ソフトブレンは、企業が蓄積してきた顧客接点データこそがAI時代の競争力の源泉になると考えています。本セミナーでは、入力や集計・分析といった作業をAIに任せ、人は判断や意思決定に専念する——CRM/SFAの役割と業務のあり方そのものを「再定義」することを提起し、以下3点を主眼としてお届けしました。

- ・ AI時代において、企業が蓄積してきた顧客接点データの資産価値を再定義し、SaaSの新たな可能性を提示する。
- ・ ユーザー企業のesm活用事例、成功事例を通して、現場に定着させるための運用ノウハウやヒントをお届けする。
- ・ AIを軸としたesmの機能強化計画をユーザー企業向けに先行紹介し、さらなる活用イメージを持っていただく。

■開会のご挨拶

ソフトブレイン株式会社 代表取締役社長 豊田浩文

代表取締役社長の豊田より、AIとデータに関する考え方や、本セミナーのテーマについてお話ししました。以下がその内容です。



「近年、『SaaS is dead (SaaSは終わった)』という言葉が世界中で語られていますが、私はSaaSが終わったとは思っていません。むしろAIはSaaSの価値をますます高めていくものだと考えています。AIが進化すればするほど、企業がどのようなデータを持っているかということの方が重要になります。お客様といつ何を話し、なぜ受注・失注したのかといった顧客接点データは、外部から購入することができない、各企業の固有資産です。esmと、そこに備わるAI基盤は、顧客接点データを蓄積し、そのデータをAIが活用することで、皆様の事業活動を発展させるためのものです。そこにSaaSとしてのesmの大きな役割があると考えています。『AIを動かすのは、データである』。本日のセミナーのテーマは『再定義、はじまる』です。AIがますます進化する中で、私たちは皆様の顧客接点データをさらなる価値につなげるため、esmそのものも変えていきたいと考えています。」

■ユーザー企業講演

日本化薬株式会社

ライフサイエンス事業領域 医薬事業部 営業本部 プロダクトマーケティング部

DXグループ グループ長 薩田真様

「経営層から営業の最前線まで

KIZNAでつなぐeSM使い倒し術」



日本化薬株式会社は、1916年創業、従業員約6,000名(連結)を有し、モビリティ&イメージング、ファインケミカルズ、ライフサイエンスの3事業を展開する化学メーカーです。2018年にesmを導入した経緯と活用方法についてお話しいただきました。以下がその内容です。

「導入前は顧客の情報や活動実績が各システムに散在し、必要な情報を確認しきれず、会議で次の一手が決まらない・浅いという課題がありました。その課題を解決し情報の一元化を実現するためにesmを導入し、営業同士や上司・部下、経営層と現場、過去と未来をつなぐという想いを込めて『KIZNA』という愛称を付けました。現在の入力率はほぼ100%に達し、『KIZNAに登録されていない活動は、実施していない』という認識が社内に浸透しています。活用面では、ユーザーの職務に応じてレポートやダッシュボード、Excel帳票へのデータ出力など様々なアウトプットを提供しています。また、項目を自由に追加できる拡張シートと、任意の条件でアラートを発報するルールエンジンを活用し、方針変更や新戦略にもその日から即応できる体制を整えています。AIとの組み合わせにも取り組んでおり、『KIZNA』に蓄積されたデータをもとにしたAIのリコメンド情報を拡張シートに取り込み、ルールエンジンで毎朝、営業担当者一人ひとりにアラートやサジェストを通知する仕組みを運用しています。今後はesmのAIコンシェルジュを活用し、蓄積した情報の検索性向上にも取り組んでいく方針です。

最後に、経営層の皆様へ、esmの価値を引き出すための3つの提言をさせていただきます。1つ目は『管理者の確保・育成が成否を分ける』、2つ目は『管理者には営業現場の感覚を持つ営業経験者が適任である』、3つ目は『属人化を防ぐため複数人体制をとる』ことです。そして、システムは魔法の杖ではなく、活用こそ全てがかかっていることをお伝えしたいと思います。」

テクマトリックス株式会社

CRMソリューション事業部 CRMソリューション営業本部

CRMソリューション営業第一部 部長 川澄幸男様

「現場で競合優位を創る、マネージャーの勘どころ」



テクマトリックス株式会社は、東証プライムに上場し、従業員約1,800名（連結）を擁する企業で、情報基盤事業、コンタクトセンター向けCRMを中心としたアプリケーション・サービス事業、医療システム事業を展開しています。

コロナ禍で社内のコミュニケーションが制限される中、営業管理体制を刷新するために2020年にesmを導入しました。講演では、Excel管理からの脱却と、「称賛の文化」を軸にした活動登録定着の取り組みについてお話いただきました。以下がその内容です。

「esmに活動登録を定着させる鍵は、マネージャーが『登録できていない人を叱る』のではなく、『登録できている人を称賛する』文化をつくることでした。導入前は担当者ごとのExcelで案件を管理しておりましたが、結果の記載のみで、失注理由や案件の経緯が全くわからない状態でした。そこで『脱Excel』を掲げてesmにダッシュボードを構築し、組織・期間・確度ごとの売上予測を視覚的に確認できる仕組みを作りました。数字の管理はこれで成功しましたが、日々の報告内容のばらつきが新たな課題となりました。

そこで、活動登録の目的や具体的な書き方を示すマニュアルを作り直し、『活動登録をしよう』『タイムライン機能を使って、みたよ！をしよう』という啓蒙活動を始めました。『みたよ！』は、他のメンバーの活動報告を読んだことを伝えるリアクション機能です。会議では活動登録数の多いメンバーにスポットライトを当てて称賛し、役員や上司も積極的に『みたよ！』を付けることで、『自分の活動が見られている』という意識が組織に広がりました。約1年の取り組みを経て、活動登録と『みたよ！』は当たり前の習慣となり、ダッシュボードから案件一覧、活動履歴までさかのぼって確認できるようになったことで、報告業務の効率も大きく向上しています。現在は、次回スケジュールの登録漏れや期限超過のチェックと多段階のメール喚起、週次での活動登録数の管理者への通知にも取り組んでいます。また、すでにAIコンシェルジュの活用も始めており、手入力と比べて記録される情報量が大きく変わることを実感しています。今後は、活動登録内容の品質向上とダッシュボードのさらなる充実を図っていきます。」

株式会社マルハチ村松

営業本部 製品戦略室 室長 望月英正様

「営業、購買、製造を一つに。部門の壁を越える全社CRMの構築
～弊社がCRM・SFAを導入した訳～」



株式会社マルハチ村松は、1868年（明治元年）創業、静岡県焼津市に本社を置く天然系調味料（だし）メーカーで、売上高236億円（2025年、連結）、従業員540名（グループ全体）を擁し、国内の水産系エキス生産量でトップの19.1%のシェアを誇ります。2020年に一部の営業部門でesmを導入し、現在では購買・開発・品質保証・生産部門まで活用を広げています。esmを全社CRMへと発展させてきた経緯についてお話いただきました。以下がその内容です。

「esmを営業部門だけでなく購買・開発・品質保証・生産部門まで広げたことで、部門の壁を越えた協業が生まれ、営業活動そのものが活性化しました。2020年、個人の営業スキルに頼る体制からの脱却を目指し、まず加工用営業部門で導入しましたが、入力ルールが守られない、アウトプットが見られないといった状況が数年続きました。転機となったのは、次世代メンバーによる組織改革です。当初80ライセンスだった

アカウントを180ライセンスまで拡大して営業と関わりの深い部門にも展開しました。あわせてワークフロー機能をもつesm flow、BI機能のアナリティクス、AIコンシェルジュ、マーケティングオートメーションツールのesm marketingを導入しました。その結果、他部門からの多様なアドバイスが営業に届くようになり、営業方法の幅が広がりました。また、購買・開発・品質保証部門の担当者も営業活動に加わり、一つのお客様に多角的にアプローチできるようになったほか、提案顧客のバッティング回避、仕入れ交渉の円滑化、クレーム初動対応の向上など、部門間の相乗効果も生まれています。

運営を続ける中で、営業を『管理』するのではなく『支援』するという考え方への転換こそが、全社でCRMを作り上げていく上での鍵だと気づきました。支援部門も「必要な情報を積極的に入力すること」、上司や役員が『『みたよ！』のチェックで応えること』、そして「営業だけに『期待しすぎない』こと」も大切にしていきます。今後は、『雑草（誤情報）を定期的に駆除することで、良い作物（優良情報）を収穫できる』という考えのもと、営業活動を支える支援部門の構築（着地点はソフトブレン様からの支援卒業）、役員や関連部門向けダッシュボードの充実、esm marketingの本格活用の3点に取り組んでまいります。」

■質疑応答

講演後には、日本化薬の薩田様、テクマトリックスの川澄様、マルハチ村松の望月様に再度ご登壇いただき、会場やオンラインの参加者から寄せられた質問にお答えいただきました。

各社の実践に基づく具体的な回答に、会場の皆様も熱心に耳を傾けていました。

■主催者講演

ソフトブレン株式会社 執行役員 プロダクト開発本部長 小田健太

「SaaSの死を越えるesmの未来 AIで変わる、正しいシステムの再定義」

ソフトブレンの次期ソリューションの開発計画と展望について、プロダクト開発責任者の小田より講演をおこないました。以下がその内容です。



『SaaS is dead』という言葉が話題になっていますが、SaaSは死んでいるのではなく変質しているのだと考えています。SFAを導入した企業のうち、期待した効果を得られていない企業は60%、導入後1年以内に利用が形骸化する企業は40%に上ります。一方で営業担当者の業務時間にも大きな問題があり、実際の販売活動に使える時間は業務時間全体のわずか32%にとどまるという調査結果があります。技術が進化しながらも、その恩恵にあずかれず、実際の業務はひっ迫してしまっている。この状況を打開することにこそ、SaaSの価値があります※1。

SaaSを活かすには情報入力がかかせませんが、その入力こそが業務時間を圧迫している最大の要因でもあります。

私たちは、まず入力という業務そのものを[AIの活用]によってなくし、その上でSaaSの定着を図るべきだと考え、『Auto-Input Just-Output』（esmへの入力は会話や行動からAIが自動で行い、必要な情報や次の一手が即時適切に示される状態）を合言葉に開発を進めています。AI時代のesmは、UIなどの表現層はユーザー企業が自由に内製でき、私たちがesmの開発において注力すべきは、セキュリティが確保され安全に機能を拡張するためのモジュール層と、AIが情報を活用しやすい構造を担うデータ層の強化と考えています。こうした強化を進めることで、ビジネスとAIの関わり方も変わっていきます。例えば、ChatGPTなどの汎用AIが『個人 対 AI』の道具であるのに対し、esmは、商談ログなどの顧客接点情報や分析結果を、AIを介して部門・全社の資産に変える『組織 対 AI』の基盤です。すでに、AIコンシェルジュによる商談内容の自動記録・自動入力や、AIが自動でランク付けを行いフォローすべき相手を示す機能をリリースしており、精度を向上させたアップデート版も提供を開始しています。さらに現在、AIとのディスカッションによる

深掘り(チームでの議論にも対応)、分析結果をダッシュボードに追加して組織で共有する機能、ダッシュボードの気づきから次の対話につなげる機能を開発しており、順次ご提供してまいります。

ソフトブレンは、入力や集計をAIに任せて時間を効率化するだけでなく、生まれた時間をより創造的な意思決定に充てられるシステムを提供することで、成果の最大化を支援してまいります。システムを新しくすることは情報システム部門の仕事ですが、システムの“意味”を再定義することは、経営の仕事であると考えています。」

※1 ITR「SFA市場動向調査」2023年、ガートナー「CRM導入実態調査」2024年、CSO Insights「2018-2019 Sales Performance Study」より

■ユーザー懇親会

講演終了後には、ご参加企業様同士の懇親を目的とした交流会を開催しました。同じesmをご利用されている共通点から、活用方法や課題について活発な情報交換が行われました。

ご来場いただいた皆様、誠にありがとうございました。今後も、このようなユーザーイベントや活用支援セミナーを実施してまいります。今後ともソフトブレンならびにesmをどうぞよろしくお願いいたします。

■エグゼクティブセミナー当日の様子はこちらから(ダイジェスト動画)

<https://youtu.be/FxR7cWr EP8>

■esm(eセールスマネージャー)について



ソフトブレンは、1999年8月に国内初のCRM/SFAを発売以降、マーケティング・セールス・アフターサービス等すべての顧客接点業務を変革へと導くソリューションを、ITとサービスの両面で提供しています。高機能なCRM/SFA「esm(eセールスマネージャー)」を中核に、MA(マーケティングオートメーション)ツールの「esm marketing」、アフターサービス向けマネジメントツール「esm service」の導入実績から得られた顧客接点プロセスマネジメントの実践的なノウハウを持っています。それらを組み合わせた課題解決ソリューションをご提供し、お客様の生産性の最大化に貢献できる取り組みを続けています。「esm(eセールスマネージャー)」は、業種、業界、規模を問わず、各企業に合った営業プロセスが設計可能です。

営業プロセスの見える化、測る化、改善を通じた「プロセスマネジメント」の実現によって、業務効率化と売上利益向上につながる仕組みを作ります。

導入前後のコンサルティングサービスも充実しており、6,000社を超える導入実績に基づくノウハウの提供や教育、システムの定着活用までのカスタマーサクセスサービスなどお客さまのニーズにあったサービスを提供し、定着率は95%※2となっています。

製品詳細：<https://www.e-sales.jp>

※2 弊社顧客支援チーム実績より

以上

■ソフトブレン株式会社について

会社名：ソフトブレン株式会社

所在地：東京都中央区銀座6-18-2 野村不動産銀座ビル 11階

代表者：代表取締役社長 豊田浩文

設立：1992年6月17日

事業内容：顧客接点業務全般のクラウドアプリケーション／プラットフォームの開発・提供

URL：<https://www.softbrain.co.jp>

本ニュースリリースに関するお問い合わせ先



広報マーケティング部 秋元絢子(あきもとあやこ)
東京都中央区銀座6-18-2 野村不動産銀座ビル 11階
TEL:03-6779-9800 FAX:03-6779-9310
Mail:press@softbrain.co.jp