

休眠顧客の 分類シート

眠っているリストを、3つの軸で
「連絡できる相手」に変える



休眠先の書き出し欄（まず10社）



3軸分類欄（期間・金額・終了理由）



声のかけ方の例文（期間別・そのまま使える形）



架空の製造業1社分の記入例つき



目次

01	はじめに 「気まずさ」の正体は、理由がないこと	P.03
02	全体像 3つの軸で分類すれば、順番が決まる	P.04
03	記入シート① 休眠先10社の書き出しと3軸分類	P.05
04	記入シート② 声のかけ方（期間別の例文）	P.06
05	記入シート③ 再開の糸口と連絡する順番	P.07
06	記入例 架空の製造業1社分	P.08
07	3分要約 結論と、3つの軸	P.09
08	おわりに 連絡した瞬間に、資産になる	P.10

はじめに

休眠顧客への営業は、成約率20～40%。

休眠顧客も既存顧客と同じく、**すでに接点のあった相手**です。自社を知ってもらうところから始める必要はなく、考えるのは「**どう再接点するか**」と「**何を売るか**」だけ。一度取引した相手には、品質も対応もすでに知ってもらっているからです。

にもかかわらず、多くの会社で休眠リストは放置されています。多くの理由は「何と言って連絡すればいいかわからない」からです。しかしこれは、性格や営業力の問題ではありません。**分類していないから、連絡する理由が見つからない**だけです。

このシートは、ブログ「経営者のターニングログ」の記事「休眠顧客 | 3軸で分類する掘り起こし方」の分類を、そのままなぞれる形にしたものです。詳しい解説は各記事をご覧ください。



休眠先を**10社書き出し**、期間・金額・終了理由の**3軸**で分類する。それだけで「誰に・何と言って連絡するか」と「どの順番で当たるか」が決まります。

M A K E A S T A R T | まず、この3つから

1

連絡が途切れている取引先を10社書き出す（古い請求書や名刺ファイルをめくるだけ）

2

3軸（期間・金額・終了理由）で分類する（1社1行。分からない欄は空欄でいい）

3

休眠1年未満の1社にだけ連絡してみる（一番気まずくない相手で試す）

3軸で分類すれば、連絡する理由と順番が決まる

× 気まずくて放置すると

- 1 昔の取引先リストが眠ったまま
- 2 連絡する理由がなく、時間だけが過ぎる
- 3 「今さら連絡できない」で止まる

→ 使えるはずの資産が使われないままになる

✓ 3軸で分類すると

- 1 期間・金額・終了理由で書き出す
- 2 連絡する理由と順番が決まる
- 3 連絡が「営業」ではなく「確認」になる

→ 新規よりはるかに少ない労力で取引再開の可能性

分類の3軸

1 休眠期間

1年未満／1～3年／3年以上の3段階。声のかけ方が変わる

2 過去の取引金額

取引金額が大きかった企業ほど優先的にアプローチ

3 取引が終わった理由

一時的な事情／他社へ切替／製品・仕様の変更。再開の糸口が変わる



→ 優先順位と「連絡する理由」が決まる

気まずさの正体

「連絡しづらい」の正体は、気まずさではなく「連絡する理由がないこと」。3軸で分類すれば、「状況確認」「担当者交代の挨拶」という自然な理由が手に入る。理由があれば、連絡は営業ではなく確認になる。

休眠先10社の書き出しと3軸分類

このシートの目的

古い請求書や名刺ファイルをめくって、連絡が途切れている取引先を10社書き出し、そのまま3つの軸で分類する。やることはこれだけ。

思い出せる範囲でよい。10社埋まらなければ5社でも構わない。分からない欄は空欄のまま進む。

会社名	① 休眠期間 (1年未満・1～3年・3年以上)	② 過去の取引金額	③ 取引が終わった理由

記入例：（会社名）E工業／（期間）1年未満／（金額）年間300万円／（理由）担当者の異動で案件が止まった

 ③の終了理由は「先方の一時的な事情（案件の終了・発注担当の不在など）」「他社に切り替えられた」「製品や仕様が変わった」のどれかに当てはまることが多い。思い出せなければ空欄でよく、連絡したときに聞けばわかる。

詳しい考え方は「休眠顧客 | 3軸で分類する掘り起こし方」(turninglog.jp/dormant-customer) ／所要時間の目安：20分

声のかけ方

このシートの目的

シート①で分類した休眠期間に合わせて、最初の一言を決める。そのまま使える例文を用意した。

例文 | 休眠1年未満（当時の担当者がまだいる可能性が高い）

「ご無沙汰しております。その後、あの案件はどうになりましたか。もし動きがあれば、またお手伝いできればと思いますご連絡しました。」

例文 | 休眠1～3年（担当者が交代している可能性が高い）

「以前お取引をいただいております〇〇と申します。ご挨拶と、最近の御社のご状況をお伺いできればと思いますご連絡いたしました。」

例文 | 休眠3年以上（まずは自社側の理由を確認してから）

「長らくご無沙汰しておりました〇〇と申します。あらためてご挨拶をさせていただきたく、一度お伺いできればと思っております。」

i 担当者が変わっていれば、相手にとっては初対面の挨拶であり、気まずさはそもそも存在しない。3年以上の相手は、連絡する前に自社側で「なぜ3年以上連絡しなかったのか」を確認しておく。理由が分かれば対応も決まり、連絡できる状態なら1～3年の相手と同じで、挨拶から入って状況を確認するだけ。

最初に連絡する1社と、かける言葉

記入例：E工業へ、休眠1年未満の例文で電話する

詳しい考え方は「休眠顧客 | 3軸で分類する掘り起こし方」(turninglog.jp/dormant-customer) / 所要時間の目安：10分

再開の糸口と、連絡する順番

このシートの目的

3軸目「取引が終わった理由」から再開の糸口を見つけ、②の取引金額と合わせて連絡する順番を決める。

理由1

先方の一時的な事情

(案件の終了・発注担当の不在など)

状況が変わっていれば再開できる可能性がある

理由2

他社に切り替えられた

今の他社に不満があれば戻ってくる可能性がある

理由3

製品や仕様が変わった

以前と違う価値(新しい技術・別の工程)を提案できれば再開の可能性はある

覚えておくこと

どの理由で終わった取引にも、**再開の可能性は残っている**。可能性がゼロなのは、連絡しない場合だけ。

過去の取引金額が大きかった企業から順に。まずは上位3社だけ決めれば十分。

順番	会社名	連絡する理由(糸口)	いつ連絡するか
1			
2			
3			
4			
5			

i 休眠先の数が多くて1社ずつ回れないときや、連絡のきっかけがどうしても作りにくいときは、展示会への招待という手もある。招待状を送る、それを持って訪問する、当日ブースで再会する。どれも自然な再接点になる。

詳しい考え方は「休眠顧客 | 3軸で分類する掘り起こし方」(turninglog.jp/dormant-customer) / 所要時間の目安: 15分

架空の製造業の記入例

金属加工業A社（従業員30名）の記入例

これは記入の完成イメージです。自社の休眠先に置き換えて埋めてください。実在の会社ではありません。

休眠先の3軸分類

会社名	① 休眠期間	② 取引金額	③ 終わった理由
E工業	1年未満	年間300万円	担当者の異動で案件が止まった
F製作所	1〜3年	年間800万円	他社に切り替えられた
G産業	3年以上	年間150万円	先方の製品仕様が変わった
H工機	1〜3年	年間500万円	案件が終了したまま次がない

連絡する順番

順番	会社名	連絡する理由（糸口）	いつ
1	F製作所	取引金額が一番大きい。今の外注先に不満がないか確認する	今月中
2	H工機	案件終了のまま。新しい案件の予定を聞く	来月
3	E工業	担当者の異動先を確認し、あの案件のその後を聞く	今月中

最初に連絡する1社とかける言葉

E工業へ、休眠1年未満の例文で電話する（一番気まずくない相手に試す）

この1枚ができたら

あとは自社の休眠先で同じ欄を埋めるだけ。10社埋める必要はない。1社目に連絡できれば、リストは資産に変わ
り始める。

結論と、3つの軸

結論

休眠顧客は「気まずい相手」ではなく、信頼をゼロから作らなくていい相手（成約率の目安 20～40%）。分類すれば、連絡する理由と順番は自動的に決まる。

分類の3軸

01 休眠期間1年未満／1～3年／3年以上。声のかけ方が変わる

02 過去の取引金額金額が大きかった企業ほど優先的にアプローチする

03 取引が終わった理由一時的な事情／他社へ切替／製品・仕様の変更。再開の糸口が変わる

覚えておくこと

1 「連絡しづらい」の正体は気まずさではなく、連絡する理由がないこと

2 気まずいと思っているのは自分だけ、ということが多い。担当者が変わってれば相手は経緯を知らない

3 どの理由で終わった取引にも再開の可能性は残る。ゼロなのは連絡しない場合だけ

4 個別に回れないときは、展示会招待という手もある

眠っているリストは、 連絡した瞬間に資産になる。

昔の取引先は、品質も対応もすでに知ってくれている相手です。連絡できないのは気持ちの問題ではなく、分類していないから理由が見つからないだけ。期間・金額・終了理由の3つで1社1行に書き出せば、「誰に・何と言って・どの順番で」が決まります。まずは10社書き出して、一番気まずくない1社に連絡してみてください。

今日から実践してみてください

この資料は、「読むこと」が目的ではありません。まずは一つだけでも実践してみてください。
営業の仕組みは、一度に完成させるものではなく、小さな改善を積み重ねながら育てていくものです。
実践してみて感じたことや疑問があれば、お問い合わせフォームからぜひお聞かせください。
いただいた内容は、今後の記事や資料づくりにも活かしています。



経営者のターニングログ

中小企業経営者が事業の岐路で立ち返る、実践知の記録。展示会活用・営業の仕組み化・Web集客など、現場で機能する打ち手だけを発信しています。