

<企業の営業活動の実態に関する調査>

「営業活動で嫌な思い」8割超、「営業リストが手書き」な現場も さらに「営業を受けてよかった」と感じた生活者はわずか3割 営業する側/される側もトクしない“誰得営業”がまん延中！？ ～営業活動を支える営業リストに改善の糸口か～

生活者起点のリサーチ&マーケティング支援を行なう株式会社ネオマーケティング（所在地：東京都渋谷区）と法人営業支援企業情報データベース・次世代型検索エンジンを開発する Baseconnect 株式会社（所在地：京都府京都市）は今回 2021 年 5 月 11 日（火）～2021 年 5 月 13 日（木）の 3 日間、全国の 20 歳～59 歳の営業パーソン 300 人、経営者/役員 100 人、生活者 50 人を対象に「企業の営業活動」を軸にインターネットリサーチを共同で実施いたしました。

<調査背景>

昨今ではオンライン会議がメインとなっている営業活動ですが、オンライン会議を含む、訪問・対面型の営業活動、「フィールドセールス」と電話やメールマガジンなどを活用した非対面型の営業活動「インサイドセールス」。それぞれ営業をする上で重要なことは一体何なのでしょう。そこで、今回は営業のスタンスや、営業の現場を支える営業リストの作り方など「企業の営業活動」に関する調査を実施しました。その結果、営業パーソンと経営者は成果が上がらず、営業をされる側はニーズに合わず嫌な気持ちになってしまうような営業の実態や、営業リストと顧客とのマッチングの重要性が浮かび上がりました。ぜひ報道の一資料としてご活用ください。

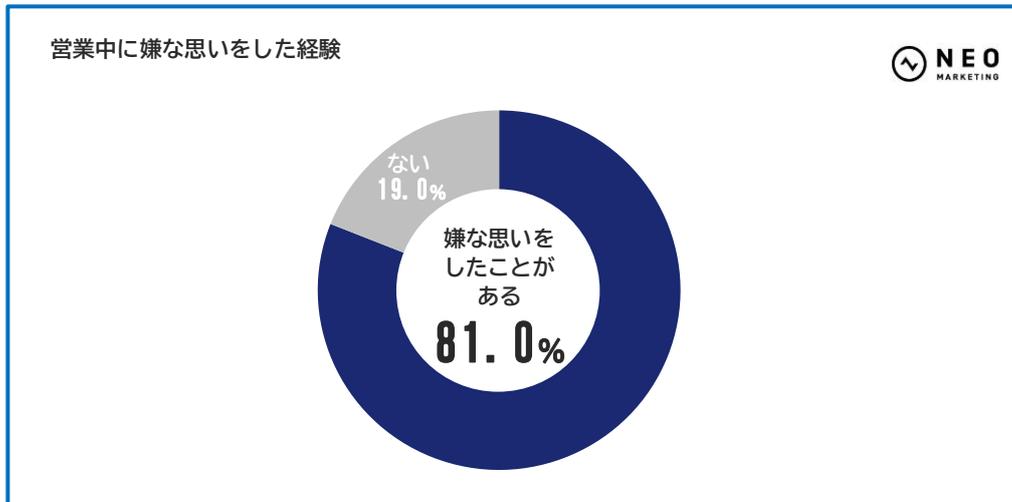
【調査概要】

1. 調査の方法：株式会社ネオマーケティングが運営するアンケートサイト「アイリサーチ」のシステムを利用した WEB アンケート方式で実施
2. 調査の対象：アイリサーチ登録モニターのうち、全国の 20 歳～59 歳の男女
3. 有効回答数：450 名（自社に営業パーソンを持つ企業経営者/役員 100 名・フィールドセールスメインの営業パーソン 150 名・インサイドセールスメインの営業パーソン 150 名・フィールドセールス/インサイドセールスともに受けた経験がある生活者 50 名）
4. 調査実施日：2021 年 5 月 11 日（火）～2021 年 5 月 13 日（木）

◆「企業の営業活動の実態に関する調査」サマリー

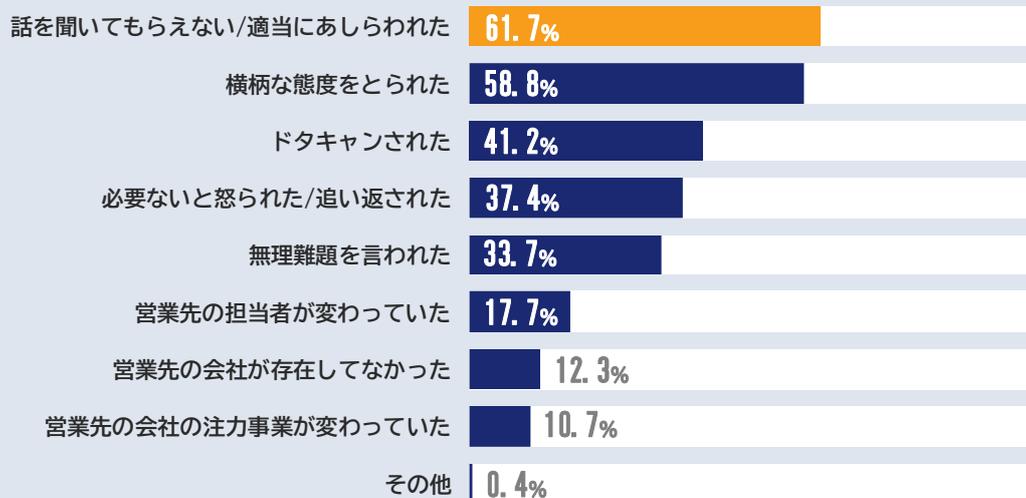
- ◆営業活動で嫌な思いをした経験がある営業パーソンは 8 割超！
中でも「話を聞いてもらえない/適当にあしらわれた」が最多の 6 割超。
- ◆さらに、生活者の営業を受けて「良かったと思ったことがある」経験はわずか約 3 割にとどまる。
営業パーソンも生活者も嬉しくない“誰得営業”が存在することが調査から明らかに。
- ◆営業職を支える“営業リスト”の作成は「代々受け継がれたものを使用している」が最多の 4 割。
しかし「情報が古い」と不満噴出。さらに「手書きで作っている」という驚きの声も。
- ◆雑談力はもう古い？理想の営業スタンスは「きちんと下調べをしたうえで効率的な営業活動」。
営業リストの質も量も良い営業パーソンは、多くの経営者、営業パーソンが理想としている効率的な営業ができている！？
- ◆もし新卒に戻れるなら、「営業職を選ばないと思う」が約 5 割、特にインサイドセールス担当は 6 割超の悲惨な結果に。営業職を選ぶかどうかと営業リストの質と量への満足度には関連アリ！？
営業パーソン、生活者、経営者、三方悪しの“誰得営業”を防ぐためには、まずは顧客とのマッチングが重要か。

約8割に営業中に嫌な思いをした経験あり



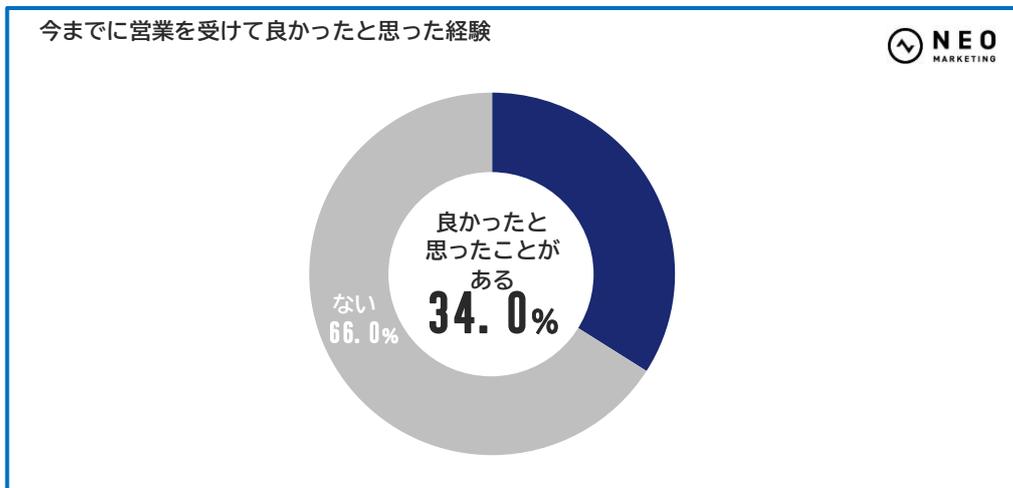
まず、営業活動中に嫌な思いをしたことがあるかとお聞きすると、「ある」と回答した営業パーソンは81.0%となりました。多くの営業パーソンが営業中に嫌な思いをした経験があるようです。

営業活動中に嫌な思いをした具体的な内容



嫌な思いをしたことがある243名に対し、具体的な内容をお聞きしました。最も多い回答は「話を聞いてもらえない/適当にあしらわれた」となり61.7%、次いで「横柄な態度をとられた」58.8%となりました。

営業を受けて「良かった」と答えた生活者はわずか約3割にとどまる



営業を受ける生活者は営業に対し、どのように思っているのでしょうか。営業を受けて良かったと思った経験をお聞きしました。

その結果、営業を受けて良かったと思った経験は34.0%にとどまる結果となりました。

営業を受けて嫌な思いをした経験

メールや電話での営業で嫌な思いをした経験がある **66.0%**

訪問営業で嫌な思いをした経験がある **42.0%**

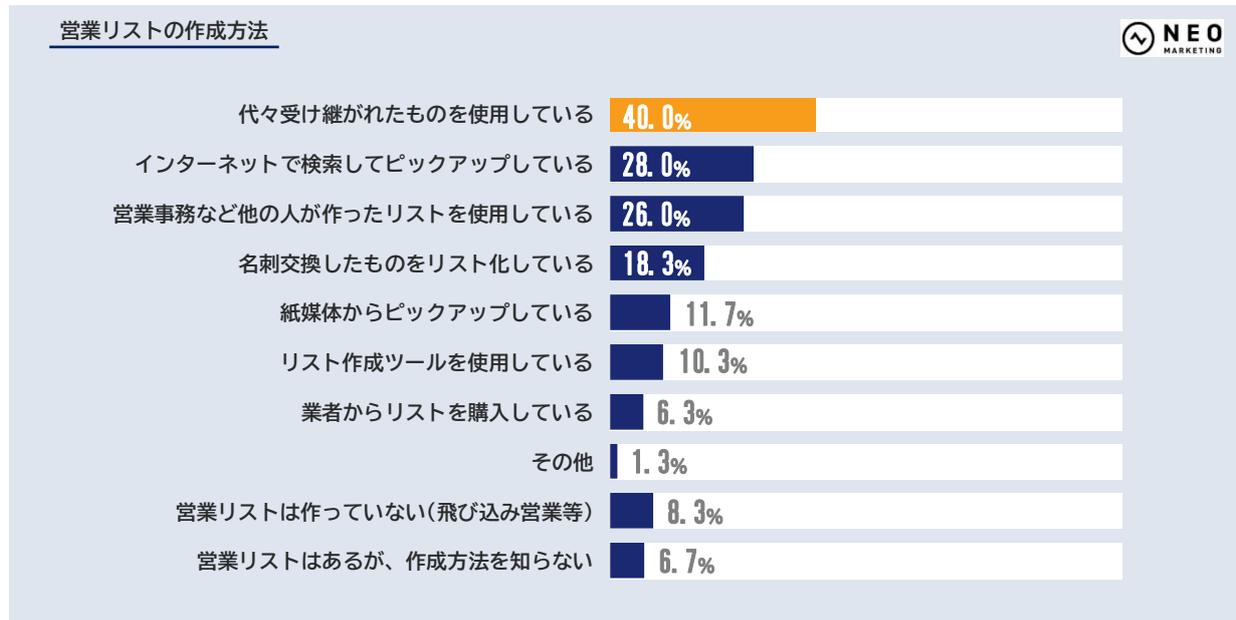
営業を受け、嫌な思いをした経験はない **18.0%**

営業を受けて嫌な思いをした経験をお聞きすると、「メールや電話での営業で嫌な思いをした経験がある」と回答した方が66.0%、「訪問営業で嫌な思いをした経験がある」と回答した方が42.0%となっており、特にインサイドセールスでの嫌な経験が多いようです。また、「嫌な思いをした経験はない」と回答した方はわずか18.0%となりました。82.0%に営業を受け嫌な思いをした経験があると言えます。

さらに、18.0%の「嫌な思いをした経験はない」と答えた方に、営業を受けて良い経験をしたことについてお聞きすると、「今まで知らなかった商品やサービスに出会えた」「探していた商品やサービスに出会えた」などの回答となり、営業先の情報やニーズをきちんと把握することで、双方にとって「良い営業の経験」となるようです。

逆に、それができていないまま営業をかけてしまっていることが、営業する側、される側の得にならない“誰得営業”になっていることが調査から明らかになりました。

4割が代々受け継がれた営業リストを使用している営業の現場



さらに、「誰得営業」に繋がる現場の実態について、営業パーソンが営業活動の最初に行なう営業リストの作り方の観点からお聞きしました。

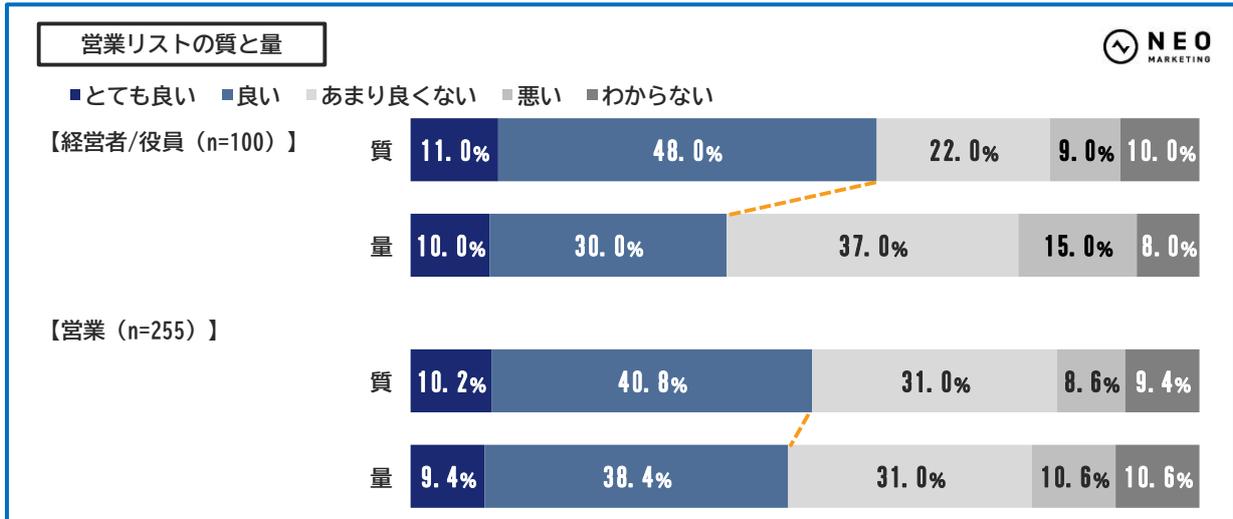
その結果、「代々受け継がれたものを使用している」と回答した方が40.0%で最も多い結果となりました。次いで、「インターネットで検索」28.0%、「営業事務など他の人が作ったリストを使用している」26.0%と続く結果となっています。

また、営業リストに関する具体的な不満を自由記述にてお聞きしました。

営業リストを作ることに時間を要し、作ることがゴールになっているため、リストが更新されておらず役に立たないなどの回答が多く集まりました。的中率が悪い、質が低いなど、顧客とのマッチングが難しい営業リストもあるようです。なかには、「手書き」でリストを作成しているという驚きの回答もありました。

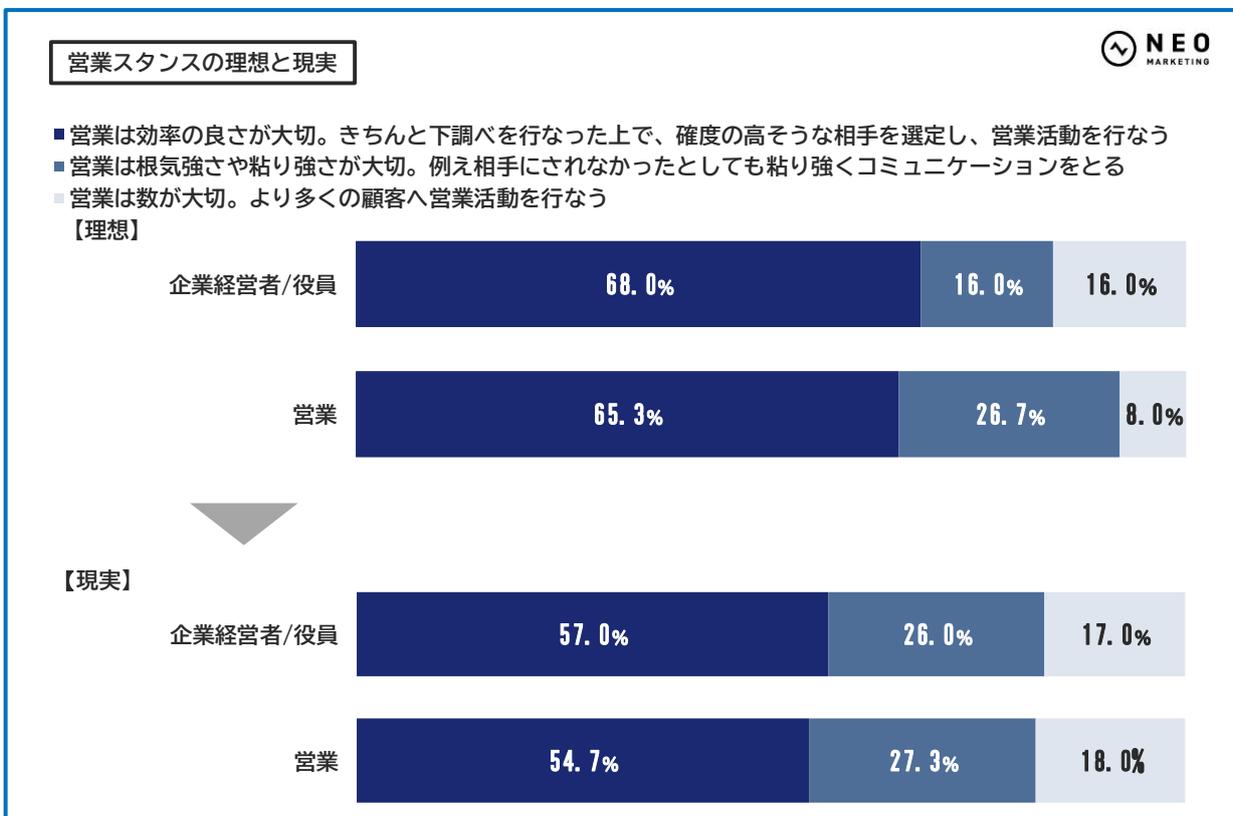
【自由回答の一部抜粋】

- ・リストを作るのに時間がかかりすぎる。ターゲット先が明確になっていない。(40代、男性)
- ・手間がかかりすぎる。(30代、男性)
- ・手間がかかる。必要な抽出作業ができない。(40代、男性)
- ・リストを作るのに効率が悪い。(30代男性)
- ・更新されていない。(50代、男性)
- ・最新の情報が載っていないので使いづらい。(40代、男性)
- ・長年使い古したシステムのリスト。なかなか新しいのが追加されない。(40代、男性)
- ・数年間更新されておらず、営業先の状況が異なっている。(40代、男性)
- ・過去の社員が整理していないので、存在しない顧客が残っていること。(20代、女性)
- ・情報が更新されていない。(20代、男性)
- ・適切な人をリストアップできていない。(50代、男性)
- ・的中率が悪い。(50代、男性)
- ・時間がかかるわりに、質が低い。(40代、男性)
- ・作ることが目的になっている。(50代、男性)
- ・リストを作ることがゴールになっている。(50代、男性)
- ・手書きでめんどくさい。(20代、女性)



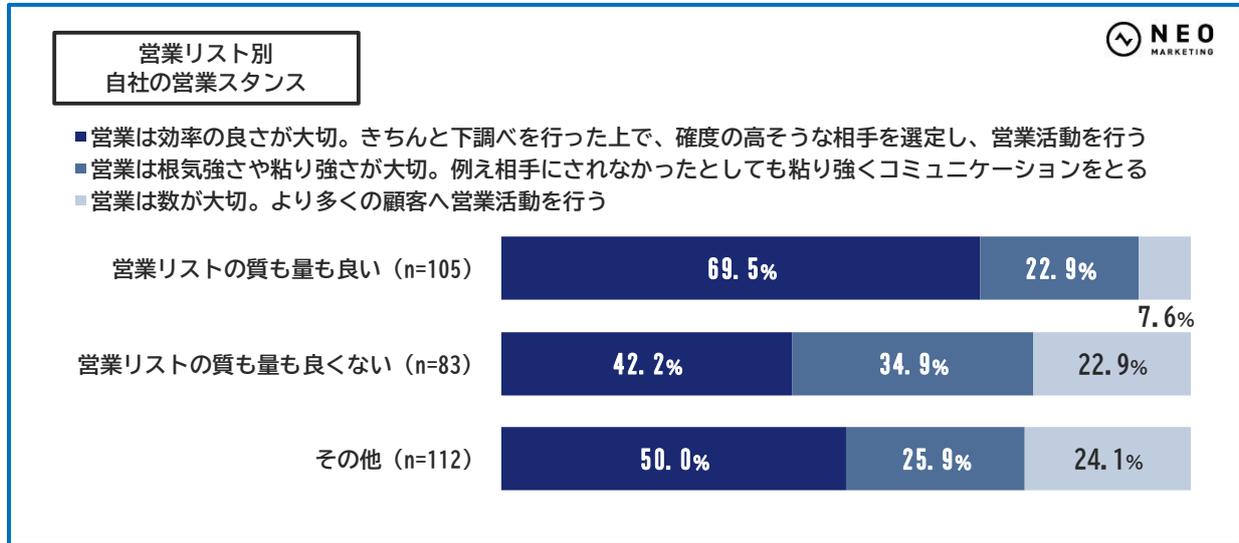
次いで、営業リストの質と量について、それぞれお聞きすると、経営者/役員は質が「良い」と計59.0%が回答しました。一方、量に関しては計40.0%が「良い」と回答し、その差は19.0ポイントとなっています。質は良いが量はまだ足りないと感じている経営者/役員もいるようです。しかし、営業パーソンは質、量ともに約5割にとどまり、大きな差はない結果となっています。経営者/役員ほど営業リストの質が良いと思っていないようです。経営者と営業パーソンでは営業リストに対する見解が違うことが明らかになりました。

多くの経営者、営業パーソンが理想とする効率的な営業はリストの質と量に関係が



営業スタンスについて、理想と現実をそれぞれお聞きしました。

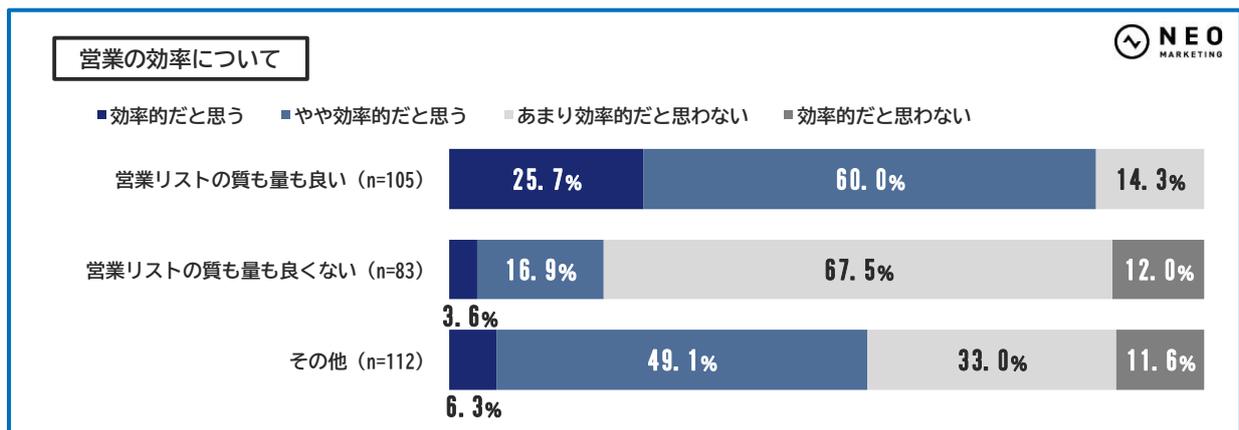
経営者/役員、営業パーソンともに、理想は「営業は効率の良さが大切。きちんと下調べを行なった上で、確度の高そうな相手を選定し、営業活動を行なう」と回答した方が、最も多い結果となっています。しかし、現実では10ポイント程度下回る結果となっています。効率的に営業をしたいが、できていないという現実が明らかになりました。



さらに、営業リストの質と量に関する質問で、質と量ともに「とても良い」、「良い」と回答した営業パーソンと、「あまり良くない」、「悪い」と回答した営業パーソンを比較しました。

その結果、営業リストの質も量も良いと回答した営業パーソンは、自社の営業スタンスを「営業は効率の良さが大切。きちんと下調べを行なった上で、確度の高そうな相手を選定し、営業活動を行なう」と回答した方が69.5%、営業リストの質も量も良くないと回答した方は42.2%と、営業リストの質も量も良いと答えた営業パーソンに比べて、自社の営業スタンスを効率が良いとは思っていないようです。

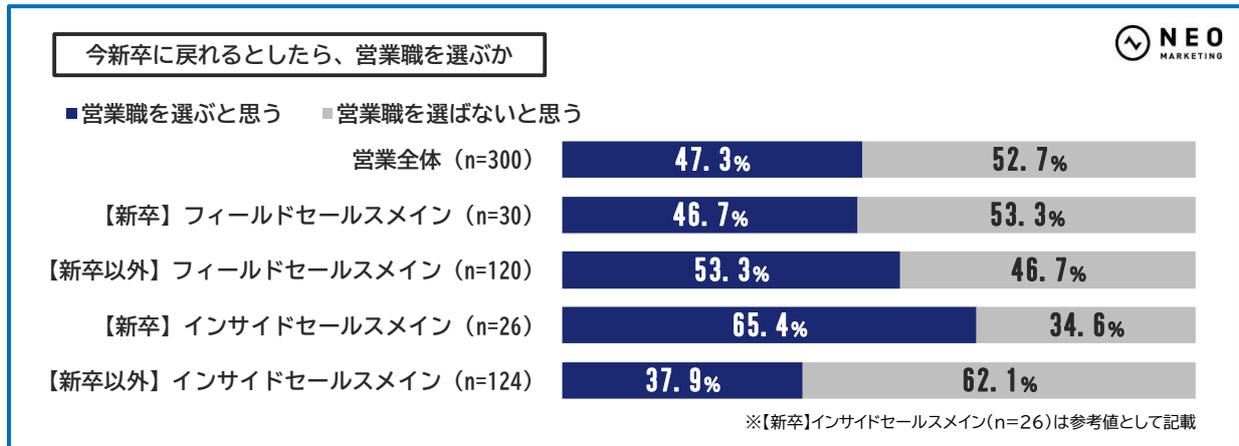
営業リストの質と量を良くすることで、多くの経営者、営業パーソンが理想としている効率的な営業に繋がっていると言えます。



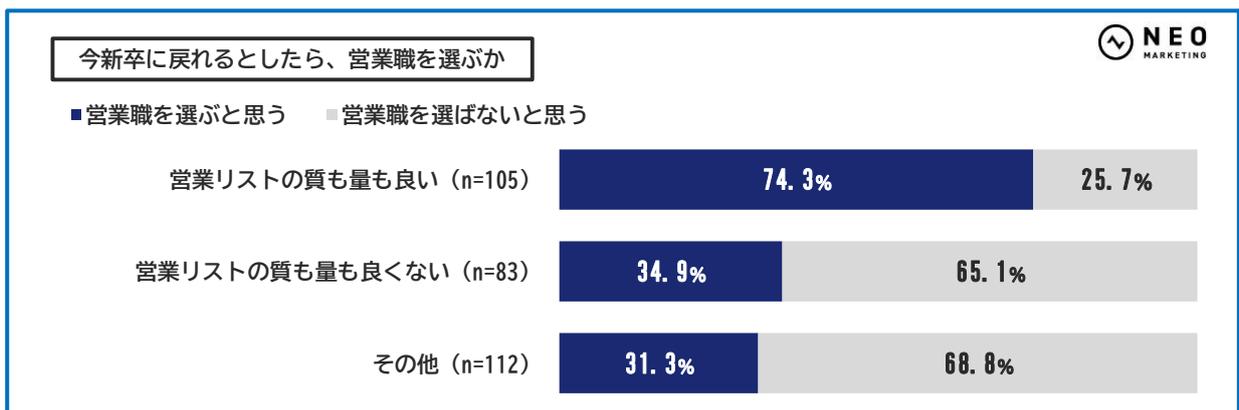
そこで、営業パーソンに対し、営業の効率についてお聞きしました。

その結果、営業リストの質も量も良い営業パーソンは、営業が「効率的だと思う」、「やや効率的だと思う」と計85.7%が回答。営業リストの質も量も良くない営業パーソンは20.5%のみという結果となりました。やはり効率的な営業と営業リストの質と量の良し悪しには関連性がありそうです。営業パーソン、生活者、経営者、三方悪しの“誰得営業”にならないためには営業リストの見直しをするのも良いのではないのでしょうか。

新卒に戻れるなら営業職を選ばないと約半数。しかし営業リストの質と量で変化も



今、新卒に戻れるとしたら、営業職を選ぶかをお聞きしました。その結果、選ぶと答えた人は、社会人歴3年目までの新卒であるフィールドセールスマインの営業パーソンは46.7%、それ以外のフィールドセールスマインの営業パーソンは53.3%となりました。また、インサイドセールスマインの新卒以外の営業パーソンは37.9%と4割を下回り、約6割の人が新卒に戻れるとしたら、営業職を選ばないと答えた結果となっています。



営業リストの質と量で比較をすると、営業リストの質も量も良い営業パーソンは、「営業職を選ぶと思う」の回答が74.3%、営業リストの質も量も良くない営業パーソンは34.9%のみという結果となりました。営業リストの質と量を高めることで、営業先とのマッチングが高まり、「また営業職を選ぶ」という営業職自体の魅力や楽しさを感じることもと繋がっているのかもしれませんが。今回の調査では、営業パーソン、生活者、経営者、三方悪しの“誰得営業”が発生していることが明らかになりました。“誰得営業”を防ぎ、営業パーソンが効率よく営業を行なうためには、まずは営業リストを見直し、営業先とのマッチング率を高めることが重要なのかもしれません。

■この調査で使用した調査サービスはコチラ

ネットリサーチ：<https://neo-m.jp/research-service/netresearch/>

■引用・転載時のクレジット表記のお願い

※本リリースの引用・転載は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。
<例>「生活者起点のリサーチ&マーケティング支援を行なうネオマーケティングと法人営業支援企業情報データベース・次世代型検索エンジンを開発する Baseconnect 株式会社が共同で実施した調査結果によると……」

PRESS RELEASE
2021.6.15



■ 「ネオマーケティング」
URL : <https://neo-m.jp/>