



株式会社セールスフォース・ドットコム  
2020年11月17日

## セールスフォース・ドットコム、 年次調査レポート「セールス最新事情」（第4回）を発表

### ～ 信頼できるアドバイザーとして営業の役割が拡大 ～

- 共感、信頼、インサイトが新たな営業戦略の中核に
- 日本の営業担当者はプロセス簡素化が回復と成長に向けた適応に最大の影響と予想

グローバルでCRMをリードする株式会社セールスフォース・ドットコム（本社：東京都千代田区、代表取締役会長兼社長：小出 伸一、以下「セールスフォース・ドットコム」）は本日、年次調査レポート「セールス最新事情」（第4回）を発表しました。本レポートにより、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の世界的な大流行により営業を取り巻く環境が劇的に変化する中、日本の営業担当者は迅速かつ確固たる姿勢で、支援を必要とする顧客の信頼できるアドバイザーとなるように適応していることが明らかになりました。

現在の変化の激しい時期においては、営業担当者は経済の再活性化の責務を担うと同時に、バーチャルでの関係性構築が不可欠な新しい営業戦略への移行を余儀なくされています。本レポートの日本の回答者のうち41%が現在の経済動向の結果として成功の評価基準が変わったと回答したほか、58%が営業担当としての役割が永続的に変化するとみていると答えています。

年次調査レポート「セールス最新事情」（第4回）では、世界各国で営業職に従事する約6,000人に対象に調査し、結果をまとめたものです。

今回の「セールス最新事情」では営業担当者、営業管理担当者、営業リーダー\*などの回答からコロナ禍における主要なトレンドが浮き彫りになりました。

\*本レポートで使われている回答者グループの定義

- 営業担当者： 売上目標が設定されている営業の担当者
- 営業管理担当者： 営業育成、収益オペレーション、案件デスクなど
- 営業リーダー： 営業担当重役およびマネージャー
- 営業職員： 上記のグループを含む、営業に関わるすべての社員

調査対象には北米、アジア太平洋、ヨーロッパ、中東、アフリカのB2B企業、B2B2C企業の営業担当で、日本の回答者は300人です。調査の結果、以下の内容が明らかになりました。

- **環境の変化の伴い戦術を一新する営業担当者**：この世に「ビジネス」というものが出現して以来、営業戦略は顧客のニーズの変化に合わせて進化してきました。新型コロナウイルスは、顧客を取り囲む状況を前代未聞の規模とスピードで揺るがしました。その結果、営業担当者の79%が「新しい営業方法にすばやく順応しなければならなかった」と回答する事態となりました。また、58%が「現在の経済動向の結果、自分の役割が永続的に変化するだろうと考えている」と回答しています。



- **存在感を増す営業管理担当者**：営業業務担当者は長きにわたって縁の下の力持ちのような存在でしたが、営業活動全般にわたる本来の役割が再認識され始めています。日本の営業職員の78%が「営業管理担当者の戦略性が増している」と考えています。これまでの常識が通用しない激動の時期、営業管理の効率化とデータにもとづく意思決定が特に重視されています。多くの企業では、営業管理担当者のスキルを、営業戦略支援だけでなく戦略の策定にも活用しようとしています。
- **回復と成長に軸足を移すリーダーたち**：経済に激震が走り、社会が変化したことにより、営業リーダーたちはテクノロジーと人材配置のニーズを再評価することを迫られています。実際に日本の営業担当者の57%が、「2019年以降、デジタル変革が加速した」と回答しています。例えば、予算は会計年度の始めに決定するものですが、日常業務がこれほど大きく揺るがされることは誰も予想できませんでした。リーダーの大半はこのような状況変化に対して優先すべき要素を定義する準備が十分ではないと認めています。こうした見解を反映するように、日本の営業リーダーで、自社が「従業員のスキルを状況の変化に問題なく対応させる能力を中程度備えている」と答えたのは60%に留まり、「テクノロジー」についても63%に過ぎませんでした。

「セールス最新事情」（第4回）は以下のリンクからダウンロードいただけます。

<https://www.salesforce.com/jp/form/pdf/state-of-sales-4th-edition/>

国別のトレンドは以下のリンクからご確認いただけます。

[salesforce.com/stateofsales/tableau](https://salesforce.com/stateofsales/tableau)

#### セールスフォース・ドットコムについて

セールスフォース・ドットコムは、顧客関係管理（CRM）のグローバルリーダーであり、デジタル時代において企業と顧客を近づけるお手伝いをしています。1999年に設立されたセールスフォース・ドットコムは、あらゆる規模と業界の企業がクラウド、モバイル、ソーシャル、IoT、人工知能、音声、ブロックチェーンなどの強力なテクノロジーを活用し、360度で顧客と繋がるためのツールを提供します。セールスフォース・ドットコム（NYSE：CRM）の詳細については、[www.salesforce.com](http://www.salesforce.com)をご覧ください。

本リリースおよび他のリリースや発表などで言及している今後提供予定のサービスや機能は、現在のところ利用できません。サービスおよび機能の提供開始日は事前の予告なく延期または中止される可能性があります。セールスフォース・ドットコムのアプリケーションを購入する場合は、現在利用可能な機能を基に、購入の意思決定を行うものとします。セールスフォース・ドットコムは、本社をサンフランシスコに置き、ヨーロッパならびにアジアでも事業を展開しています。同社は、ニューヨーク証券取引所に上場しており、ティッカーシンボル CRM で取引されています。