

目標を達成した組織の7割以上が「週1回の振り返り」を行っていることが判明
～「営業組織のKGI/KPIと管理方法」について、営業(管理職)・経営企画部門担当72名を対象に調査～

KPIマネジメントツール「Scale Cloud」を提供する株式会社ビーワンカレッジ(本社:東京都港区、代表取締役:広瀬好伸、以下ビーワンカレッジ)は8月31日～9月6日、営業活動のKPIに関わる営業担当(管理職)・経営企画担当72名を対象に、営業のKPIについての調査を実施しました。新型コロナウイルスの蔓延によるリモートワークの推奨で、対面でのコミュニケーションが難しくなりました。そのなかで、各社の営業チームのKPIはどのように設定・管理されているのかを調査しました。

1. 目標の達成要因として、「設定したKGIの目標数値の水準が的確だった」と答えた人は全体の40.74%

営業のKPIに関わる72名に、2021年4～6月における目標の達成率を聞いたところ、そのうちの37.5%が「達成した」と回答し、62.5%が「未達成だった」と回答しました。

達成要因について、「設定したKGIの目標数値の水準が的確だった」と回答した人は全体の40.74%、「設定したKGI指標が的確だった」「KPIによる進捗管理と改善行動をスピーディーに行えた」と回答した人はそれぞれ全体の37.04%でした。

目標の達成要因 (n=目標を達成したと回答した27名)

達成要因	割合
設定したKPIの目標数値の水準が的確だった	40.74%
設定したKGI指標が的確だった	37.04%
KPIによる進捗管理と改善行動をスピーディーに行えた	37.04%
KPI達成のための適切なKPIを引けていた	22.22%
他	7.41%



一方、未達要因については、「KPIによる進捗管理と改善行動をスピーディーに行えていなかった」と答えた人が35.56%、次いで「設定したKGI指標が不的確だった」と答えた人が31.11%、「KGI達成のための適切なKPIを引けていなかった」と答えた人が26.67%という結果でした。

目標の未達要因（n=目標が未達成だったと回答した45名）

未達要因	割合
KPIによる進捗管理と改善行動をスピーディーに行えていなかった	35.56%
設定したKGI指標が不的確だった	31.11%
KGI達成のための適切なKPIを引けていなかった	26.67%
設定したKGIの目標数値の水準が不的確だった	24.44%
他	2.22%



適切なKGIと適切な目標数値を設定し、それを達成するための適切なKPIを設定して、そのKPIによる進捗管理と改善行動をスピーディーに行うことが目標達成に向けてのポイントになりそうです。

2. KGI指標として「成約数・受注数」「売上・MRR（月次経常収益）」「成約率・受注率」を設定する企業が多い

営業のKPIに関わる72名に、「営業活動のKGIとして設定している指標」について聞きました。

「成約数・受注数」が29.17%、「売上・MRR（月次経常収益）」が27.78%、「成約率・受注率」が20.83%の順に、より多くの企業で設定されていることが分かりました。

設定しているKGI指標（n=72名）

KGI指標	割合
成約数・受注数	29.17%
売上・MRR（月次経常収益）	27.78%
成約率・受注率	20.83%
商談数（商談実施数）	6.94%
コールに対するアポ率	4.17%
成約単価・受注単価	4.17%
アポ数（商談獲得数）	2.78%
コール数	1.39%
アポに対する有効商談率	1.39%
数値化していない	1.39%



各指標について、従業員別での設定有無を調べたところ、会社の規模が大きくなるほど、上記3つにKGIを置いている傾向が高いことが分かりました。

従業員数とKGI指標（従業員数別・n=72）

	1~29名 (n=11)	30~49名 (n=7)	50~99名 (n=8)	100~299名 (n=18)	300~599名 (n=9)	600~999名 (n=4)	1,000名以上 (n=15)
成約数・受注数	18.18%	28.57%	25.00%	33.33%	44.44%	25.00%	26.67%
売上・MRR（月次経常収益）	18.18%	28.57%	25.00%	38.89%	33.33%	25.00%	20.00%
成約率・受注率	18.18%	28.57%	12.50%	16.67%	0.00%	50.00%	33.33%
商談数（商談実施数）	18.18%	0.00%	12.50%	5.56%	0.00%	0.00%	6.67%
コールに対するアポ率	9.09%	0.00%	12.50%	5.56%	0.00%	0.00%	0.00%
成約単価・受注単価	9.09%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	13.33%
アポ数（商談獲得数）	9.09%	0.00%	0.00%	0.00%	11.11%	0.00%	0.00%
コール数	0.00%	14.29%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
アポに対する有効商談率	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	11.11%	0.00%	0.00%
数値化していない	0.00%	0.00%	12.50%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%



3つの共通点としては、営業活動の「結果」により近い指標で、一方、それ以外（「商談数」以降）はその「結果」に至るプロセスにおける「行動」により近い指標と言えます。KGIは「Key Goal Indicator」を省略したもので、日本語に翻訳すると「重要目標達成指標」となり、最終目標（ゴール）を意味します。上記の結果により、KGIとして「結果」という最終目標により近い指標を設定していることが確認されました。

また、営業のKPIに関わる72名に、「営業活動のKPIとして設定している指標」について聞いたところ、「成約数・受注数」が44.44%、「成約率・受注率」が43.06%、「売上・MRR（月次経常収益）」が37.50%の順に、多くの企業において設定されていることが分かりました。

設定しているKPI指標（n=72名）

KPI指標	割合
成約数・受注数	44.44%
成約率・受注率	43.06%
売上・MRR（月次経常収益）	37.50%
商談数（商談実施数）	31.94%
アポ率（商談獲得数）	4.17%
成約単価・受注単価	4.17%
コールに対するアポ数	2.78%
アポに対する有効商談率	1.39%
コール数	1.39%
他	4.19%



KPIについてもKGIと同様に、従業員数が大きくなればなるほど、上記3つにKGIを置いている傾向が高いことが分かりました。

従業員数とKPI指標（従業員数別・n=72）

	1~29名 (n=11)	30~49名 (n=7)	50~99名 (n=8)	100~299名 (n=18)	300~599名 (n=9)	600~999名 (n=4)	1,000名以上 (n=15)
成約数・受注数	36.36%	28.57%	37.50%	55.56%	44.44%	75.00%	40.00%
売上・MRR（月次経常収益）	18.18%	14.29%	37.50%	50.00%	44.44%	50.00%	40.00%
成約率・受注率	27.27%	42.86%	25.00%	50.00%	66.67%	25.00%	46.67%
商談数（商談実施数）	27.27%	28.57%	37.50%	22.22%	33.33%	25.00%	46.67%
コールに対するアポ率	18.18%	28.57%	12.50%	16.67%	22.22%	0.00%	13.33%
成約単価・受注単価	18.18%	28.57%	12.50%	33.33%	22.22%	75.00%	33.33%
アポ数（商談獲得数）	63.64%	42.86%	37.50%	16.67%	11.11%	25.00%	20.00%
コール数	36.36%	14.29%	12.50%	11.11%	11.11%	0.00%	6.67%
アポに対する有効商談率	36.36%	42.86%	0.00%	11.11%	11.11%	0.00%	13.33%
数値化していない	0.00%	0.00%	12.50%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%



KPIとは「Key Performance Indicators」の略で、日本語に翻訳すると「重要業績評価指標」です。

KGIが最終目標（ゴール）であるのに対して、KPIはその目標達成に向けたプロセスにおける達成度を把握し評価するための「中間目標」になります。

上記の結果では、KGIとKPIともに、「売上・MRR（月次経常収益）」「成約数・受注数」「成約率・受注率」の3つの指標を設定していることが多いことが判明しました。

これは、KGIの達成に向けたプロセスにおける中間目標があまり設定されていない可能性が高いことを示唆しています。

3. 目標達成した組織の7割が「週1回程度」のKPIに基づいた振り返りを実施している

KPIの振り返り回数と目標達成率について聞いたところ、目標を達成した営業組織のうち70.37%が、「週1回程度」の振り返りを行っていることが分かりました。

目標を達成した組織であるほど振り返りの頻度が多いことがうかがえます。

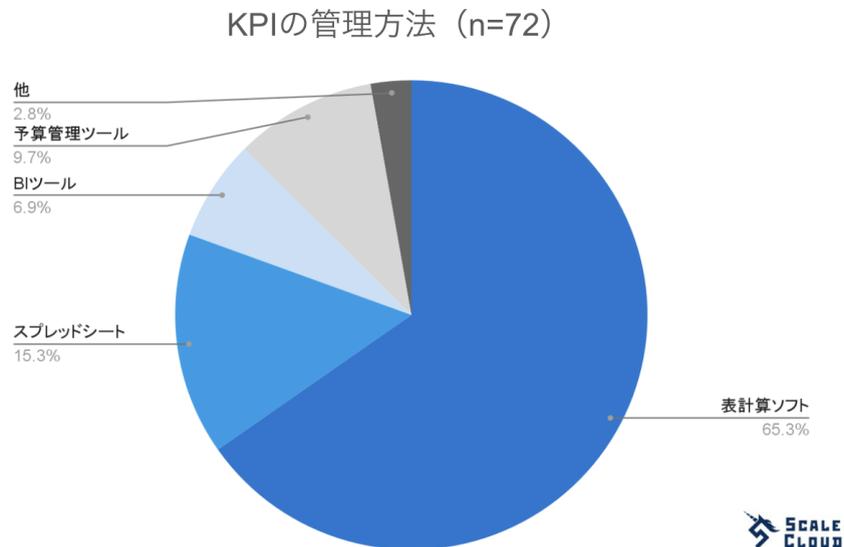
KPIの振り返り回数と目標達成の関係 (n=72)

KPI指標	達成	未達成
毎日	0.00%	0.00%
週1回程度	70.37%	40.00%
隔週に1回程度	14.81%	17.78%
月1回程度	11.11%	35.56%
四半期に1回程度	3.70%	6.67%



4. 目標管理ツールとして半数以上が表計算ソフトを使用、一方で表計算ソフトと他ツールでは目標達成率に開きあり

営業のKPIに関わる72名にKPI管理の方法について聞いたところ、「表計算ソフト」が65.3%と、他のツールに比べて利用割合が多いことが分かりました。



また、それぞれのKPI管理方法と達成率の相関について調べたところ、表計算ソフトを使っている人の目標達成率は27.66%と、他のツールと比べて低いことが分かりました。

KPI管理の方法と達成率（管理ツール別・n=70）

	表計算ソフト (n=47)	スプレッド シート (n=11)	BIツール (n=5)	予算管理ツール (n=7)
達成	27.66%	63.64%	60.00%	28.57%
未達	72.34%	36.36%	40.00%	71.43%



それぞれのKPI管理方法で苦労していることを聞いたところ、表計算ソフトでは「表計算ソフトのファイルやシートが増えて煩雑になる(42.55%)」、BIツールでは「KPIツールを現場がなかなか使いこなしてくれない(60.00%)」、予算管理ツールでは「現場がなかなか情報を共有してくれない(28.57%)」「入力されているデータが正しいのかがわかりづらい(28.57%)」との回答となりました。

表計算ソフトでは、多くの人を使い慣れている一方で複数人で使用するにはメンテナンスが煩雑になること、BIツールでは、使いこなすには高度なスキルが必要になること、予算管理ツールでは、細かいKPI管理まではできないことが多くデータの取扱いが難しいこと、スプレッドシートでは満遍なく苦労するということがうかがえます。

KPI管理方法と苦労していること（管理ツール別・n=70）

	Excel (n=47)	スプレッド シート (n=11)	BIツール (n=5)	予算管理 ツール (n=7)
表計算ソフトのファイルやシートが増えて煩雑になる	42.55%	27.27%	0.00%	14.29%
表計算ソフトの計算式が崩れて煩雑になる	6.38%	0.00%	0.00%	14.29%
管理するKPIが多い	29.79%	36.36%	20.00%	0.00%
現場がなかなか数値を共有してくれない	27.66%	27.27%	0.00%	28.57%
入力されているデータが正しいのかがわかりづらい	21.28%	27.27%	20.00%	28.57%
KPI管理ツールを現場が使いこなしてくれない	10.64%	36.36%	60.00%	14.29%
(その他) 上席が安易に指標を追加したがる	2.13%	0.00%	0.00%	0.00%
(その他) 同じ部署の人が同じツールを使うかどうか自由になっている	2.13%	0.00%	0.00%	0.00%
(その他) 集計対象外	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%



■分析コメント

株式会社ビーワンカレッジ 代表取締役 広瀬 好伸



営業担当が持つ目標に対する達成率は、営業担当者個人のスキルに依存しがちです。特に、最近のように、リモートワークなどで直接対面する機会が少ない場合、よりその傾向は顕著になるのではないのでしょうか。

今回の調査は、営業チームにおけるKGI・KPI設定について調査することで、営業チームにおける目標管理の現状と課題を明らかにすることを目的に行いました。調査の結果のなかで、「最終結果として得たいKGIと、KGI達成のためのプロセス」を可視化するKPIがなかなか区別されていない現状や、全体の6割以上が利用している目標管理ツールによる目標達成率が、他のツールに比べ低いことが明らかになりました。

目標管理ツールとして適切なものは、達成までのKPIを可視化できるものです。調査結果内でも、その条件に合う「スプレッドシート」と「BIツール」を利用している営業チームの目標達成率が高いという結果が出ました。

また、その目標管理ツールを「チームの誰もが随時確認できる」状態を整え、たとえ迷ったときも、KPIによってプロセスのよし悪しの分析をできる環境を整えることが重要だとも言えるでしょう。

弊社が提供する「Scale Cloud」は、KGI達成までのKPIを、チームの誰もが随時進捗確認でき、改善行動をスピーディーに行え、その振り返りも行えるKPIマネジメントツールです。今後も「Scale Cloud」の提供を通じて、目標達成を支援していきます。

<調査概要>

調査方法：インターネット調査

調査期間：2021年8月31日～9月6日

調査対象地域：全国

対象者：営業活動のKPIに関わる営業担当（管理職）・経営企画担当72名

【Scale Cloudについて】<https://beonecollege.co.jp/>

Scale Cloudは、KPIに特化したKPIマネジメントSaaSです。事業運営において、事業全体として優先すべきKPIが分からないという問題を、必要な情報をリアルタイムに集め、優先的に改善すべき課題をひと目でわかるようにすることで解決します。

