

## ソフトブレイン、営業DXに関するアンケート調査を実施 営業で「データ活用」できている企業は15%のみ！ 要因は、戦略なきデータ収集の壁！？

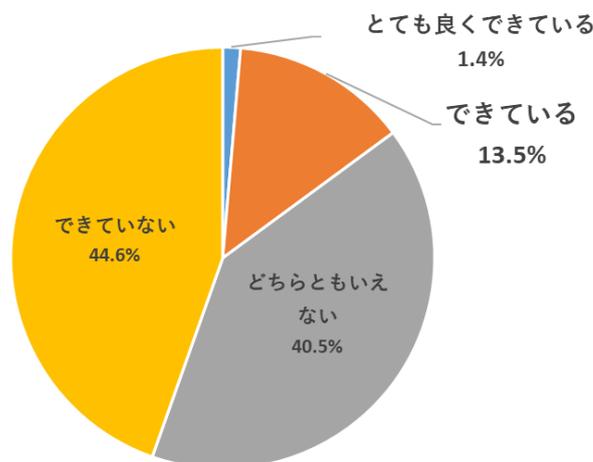
営業課題解決サービスにより顧客の生産性最大化を実現するソフトブレイン株式会社（本社：東京都中央区、代表取締役社長 豊田浩文、以下ソフトブレイン）は、2021年9月14日から10月15日の期間中、同社の開催するセミナー参加者に対して「営業DX」に関するアンケート調査を実施しました。

- 営業でデータ活用できている企業は、わずか15%
- 営業活動には“顧客データ”が最も重要
- 実際の現場では、顧客のデータ管理にとどまり、“データ分析”に至っていない実情も
- データを収集しても、うまく活用できていない！？その理由は？

### ■ 営業でデータ活用できている企業は、わずか15%

まず初めに「現在データを活用した営業ができていますか？」と質問したところ、とても良くできている、できていると回答した企業は、14.9%にとどまる結果となりました。経営指標となる販売管理データから始まり、営業の売上予測に繋がる案件データ、紐づく商談データ、受注失注データなどの多くのデータがある中でそれらの情報を管理、活用している企業は、ほんの一部であることが分かりました。

現在データを活用した営業ができていますか？（単一回答、N=148）

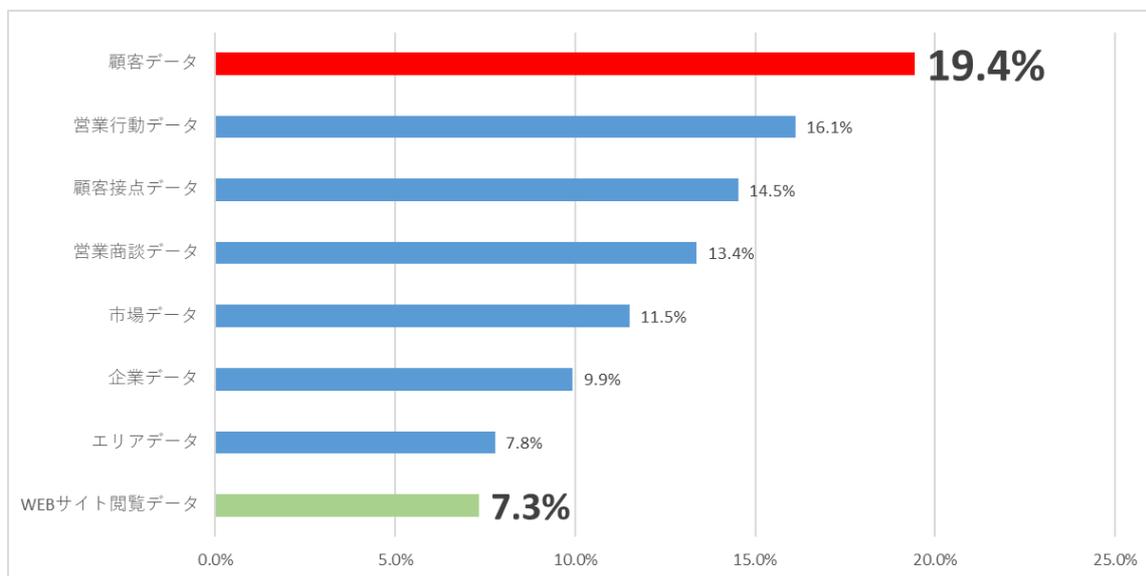


### ■ 営業活動には“顧客データ”が、最も重要

次に、「営業活動に役立つと思うデータを教えてください」と聞くと、トップは19.4%で「顧客データ」が票を集めており、「営業行動データ」（16.1%）、「顧客接点データ」（14.5%）と続きます。顧客データを重要視する理由は、成果が数値として表れやすい営業では、顧客企業や担当者の傾向を把握することが有利に働くと考えられているのかもしれませんが。また、意外にも

「WEBサイトの閲覧データ」は、7.3%にとどまる結果となりました。新型コロナウイルスの影響によりデジタル上での顧客接点が増える一方で、WEBサイトの閲覧データは、営業活動に役立たないという見立てより、どう活用したらよいか分からないという見立てが強いかもしれません。

営業活動に役立つと思うデータを教えてください（複数回答、N=170）

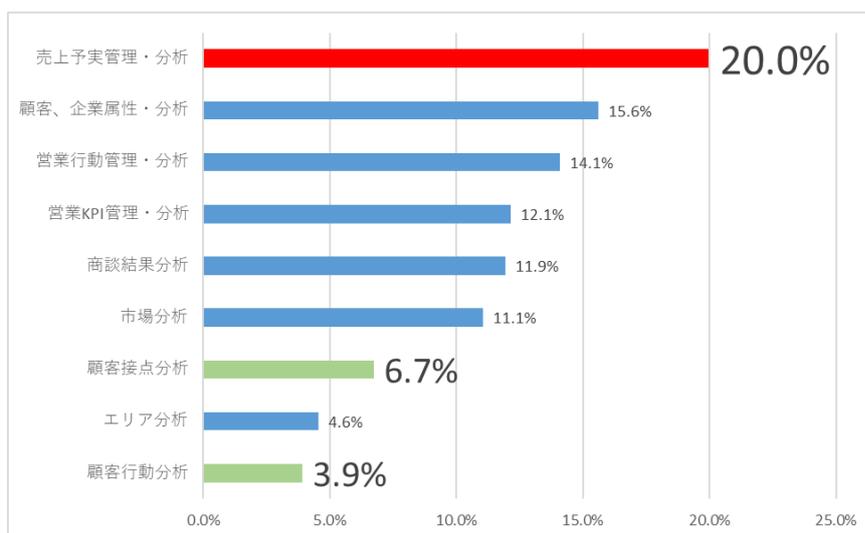


### ■現場ではデータ管理にとどまり、“データ分析”に至っていない実情も

続いて、「実際に管理・分析を行っているものを教えてください」と質問したところ、「売上予実管理・分析」（20.0%）が、最も多い回答となりました。次いで、「顧客、企業属性・分析」（15.6%）、「営業行動管理・分析」（14.1%）、「営業 KPI 管理・分析」（12.1%）となっています。売上に対する数値の管理、分析は多くの企業が実行していることが分かる一方で、「顧客接点分析」（6.7%）、「顧客行動分析」（3.9%）と顧客関連の分析は、まだまだ進んでいないように見受けられます。

前項の「営業活動に役立つと思うデータを教えてください」という問いに対して、最も多かった回答が「顧客データ」（19.4%）であることから、顧客に関するデータは営業活動に役立つと考えてはいるものの、実際にはデータをうまく活用できていないということが浮き彫りになっています。

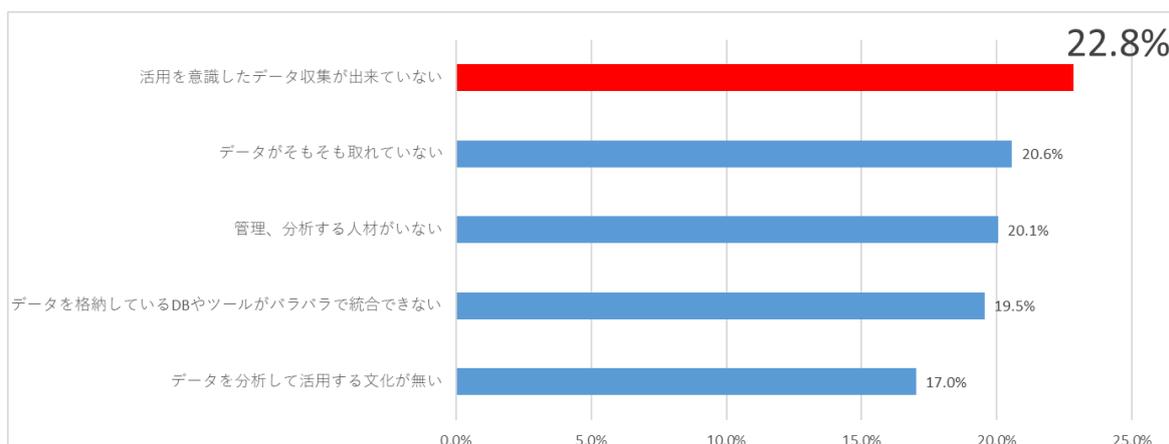
実際に管理・分析を行っているものを教えてください（複数回答、N=170）



## ■データは収集しても、うまく活用できていない！？

最後に、「管理・分析できない要因は何が考えられますか？」と聞くと、最多は「活用を意識したデータ収集ができていない」（22.8%）となりました。この回答結果から、実際の営業活動に活用することを意識した効率的なデータ収集ができていないことが窺えます。また、その他にも、5社に1社が「管理、分析する人材がない」（20.1%）と答えています。あらゆる業界でDX化が進む中、人材の確保は喫緊の課題であることが分かります。また、「データを格納しているDBやツールがバラバラで統合できない」（19.5%）という声も多く集まりました。業務の生産性を高めるツールですが、一方でデータがそれぞれで散在することにより、上手く活用できていないという課題もあるようです。

管理・分析できない要因は何が考えられますか？（複数回答、N = 170）



今回のアンケート結果を受けて、当社、営業企画部の西村は、「データの持つ重要性の理解は新型コロナウイルス以前よりも進んでいると感じています。一方で何のデータを、どのように溜めて、どのように営業活動に活用すればいいのかわからないという結果は、急速に進んだデジタル化の影響も起因していると考えています。実際に最近では、SaaSやDXの普及により多くのツールを企業様が簡単に採用できる環境となっている一方で、そのツールが増えることでデータの一元管理が難しくなり、結果的にデータは収集しているけれど上手く活用できていないという声も多数聞かれます。これは営業戦略に照らし合わせたデータ収集ができていない事が原因だと思います。長年、営業活動の生産性を高めることをサポートしてきた当社としては、成果を出されている企業様の多くは、データ収集と活用が営業戦略と紐づいていることが大多数であると考えています」と、コメントしています。また、「当社は企業毎の営業戦略に則り、どのデータを、どのように活用していくのかを設計することから支援しており、実際の営業現場にある生きたデータを収集分析し、営業フローに当てはめることで成果を高める支援が可能です」と話しています。

当社では、CRM/SFA（営業支援システム）で4年連続「総合満足度1位（\*1）」を獲得した「eセールスマネージャー」を開発、提供しています。本サービスは、データの収集や様々なツールと連携したデータ分析に加えて、売上に繋がることを視野に入れた営業DXサービスとなっています。

\*1：株式会社ESP総研が実施するCRM/SFA（営業支援システム）に関するユーザー調査にて、2018年、2019年、2020年、2021年で「総合満足度1位（\*1）」を獲得

■ 国産 No.1 (\*2) & 定着率 95% (\*3) の CRM/SFA 「eセールスマネージャー」について

URL : <https://www.e-sales.jp>



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、プロセス毎に計測、改善を繰り返しながらマネジメントを行う「プロセスマネジメント」で利益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、5,500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サポート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%(\*3)を誇ります。

ソフトブレンでは、高機能なCRM/SFA「eセールスマネージャー」を中核に、多くの導入実績から得られた営業プロセスマネジメントの実践的なノウハウを組み合わせた営業課題解決ソリューションを活用して、労働時間の削減と売上の向上を両立させ、労働生産性の最大化に貢献できる取り組みを続けてまいります。

\*2 IDC「国内 CRM アプリケーション市場シェア\_2017年」より自社で推計

\*3 2018年顧客支援チーム実績より

※記載された社名および製品名は各社の商標または登録商標です。

※掲載されている情報は発表日現在の情報です。最新の情報と異なる場合がありますのでご了承ください。

■ ソフトブレン会社概要

会社名 : ソフトブレン株式会社  
 所在地 : 東京都中央区日本橋 1-13-1 日鉄日本橋ビル9F  
 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 : 営業イノベーション事業  
 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



広報担当 : 西村大介

東京都中央区日本橋 1-13-1 日鉄日本橋ビル9F

TEL : 03-6880-9500 FAX : 03-6880-9501

MAIL : [press@softbrain.co.jp](mailto:press@softbrain.co.jp)