



営業の人材育成についての実態調査

社内育成の仕組みの有無が企業収益に与える影響について

2011.7

Contents

1. 調査概要
2. 主な調査結果と分析
3. 回答者が属する企業概要
 - 3-a. 本社所在地別内訳
 - 3-b. 業種別内訳
 - 3-c. 売上高別内訳
 - 3-d. 従業員規模別内訳
 - 3-e. 業績・従業員規模の推移
4. 企業の営業人材育成の詳細
 - 4-a. 営業人材育成に関する課題の重要度
 - 4-b. 営業人材育成への投資額
 - 4-c. 営業人材育成の実施状況と評価
 - 4-d. 営業マニュアルの有無
 - 4-e. 営業スキルアップとしての「ロールプレイング」の実施状況
 - 4-f. より実践に近い「ロールプレイング」の実施状況
 - 4-g. 営業評価方法（プロセスやスキルナレッジで判断しているか）
 - 4-h. 営業スキルアップ方法（具体的項目と実行すべき学習方法を明確にしているか）
5. 営業の人材育成を実施している企業としていない企業の収益比較
 - 5-a. 営業人材育成に関する課題への重要度認識における収益比較
 - 5-b. 営業人材育成の投資額における収益比較
 - 5-c. 営業人材育成の実施状況と評価における収益比較
 - 5-d. 営業マニュアルの有無における収益比較
 - 5-e. 営業スキルアップとしての「ロールプレイング」の実施状況における収益比較
 - 5-f. より実践に近い「ロールプレイング」の実施状況における収益比較
 - 5-g. 営業評価方法(プロセスやスキルナレッジで判断しているか)における収益比較
 - 5-h. 営業スキルアップ方法(具体的項目と実行すべき学習方法を明確にしているか)における収益比較
6. 従業員規模別営業人材育成実施状況比較
7. 従業員規模別収益比較
8. 参考資料
 - アンケート調査項目

1. 調査概要

◆調査目的

経営課題の中でプライオリティが高く収益に直結する営業人材育成について調査。
収益を上げている企業は営業人材育成の仕組みを持っているのではないかという仮説を検証する。

◆調査期間

日本：2011年6月8日～2011年6月9日（2日間）

◆調査対象

日本全国の営業部門のマネージャークラス以上である課長、部長、経営者の416名

◆調査方法

インターネットによる調査

主な調査結果と分析

(1) 「営業人材の社内育成プログラムの有無」と「企業収益」には相関性がある

営業人材を育成する仕組みがある企業ほど、業績が伸びているのではないかという仮説のもと、調査を行った。

営業人材を育成するための研修などのプログラムが社内にある企業は、31.0%しかなく、現在構築中の企業も13.5%であり、半分以下という結果となった。(参照：4-c)

収益と合わせてみた結果、営業人材を育成するための研修プログラム（仕組み）がある企業、構築中の企業は、研修プログラムがない企業と比べると10%以上の差をつけて増収増益の割合が多い結果となった。(参照：5-c) また、営業人材育成の仕組みを必要としていない企業は、50.0%が減収減益という結果となった。

「営業人材育成」が重要課題であると認識できていない企業や他の課題を優先して後回しにしている企業ほど収益が減少している割合が多い結果もでている。(参照：5-a) また、投資額が多いほど増収増益の結果もでている。(参照：5-b)

これらから、「営業人材育成」を重要課題と考え、仕組みづくりに取り組んでいる企業ほど収益が伸びる傾向にあると考えられる。

(2) その他の特徴的な傾向

・営業スキルアップのためにロールプレイングを実施している企業ほど増収増益の傾向にある。(参照：5-e)

・営業の評価に売上数値などの結果以外の評価項目（営業活動プロセス毎の目標達成度やスキルナレッジ）を入れている企業ほど、増収増益の傾向にある。(参考：5-g)

・従業員規模が大きい企業ほど営業人材育成の仕組みを構築しており、増収増益の傾向にある。(参考：6、7)

3. 回答者が属する企業概要

日本全国各地、全業種にわたる企業に属する営業部門のマネージャー以上である課長、部長、経営者に対して調査を行った。(n=416)

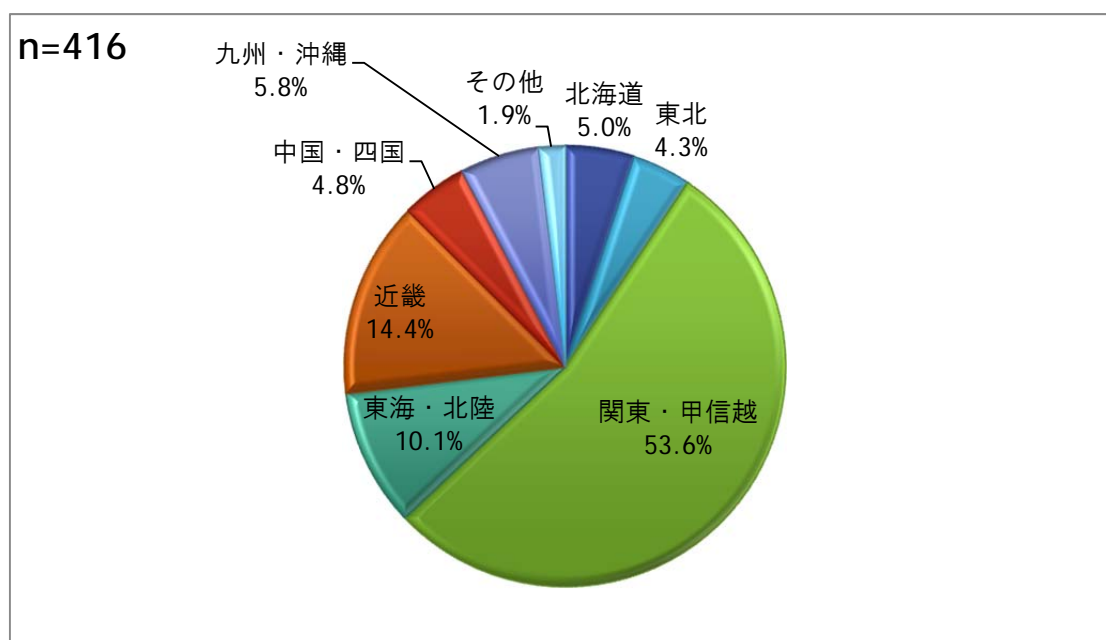
調査対象に偏りがでないように、企業規模においては、従業員 300 人以上と 300 人未満でほぼ半数ずつ (n=208、208 ずつ) で調査を行った。これにより、大企業と中小企業における営業活動の実態を偏りなく、より正確に把握することを目的としている。

従業員数	役職	部門	n
300 人以上	経営者	—	208
	部長 課長	営業部門	
300 人未満	経営者	—	208
	部長 課長	営業部門	
			416

業種においては、農業・林業・漁業・鉱業、複合サービス業（郵便局、共同組合など）など回収できていない業種、回答数が少ない業種も存在する。

上場、非上場においては区別していない。

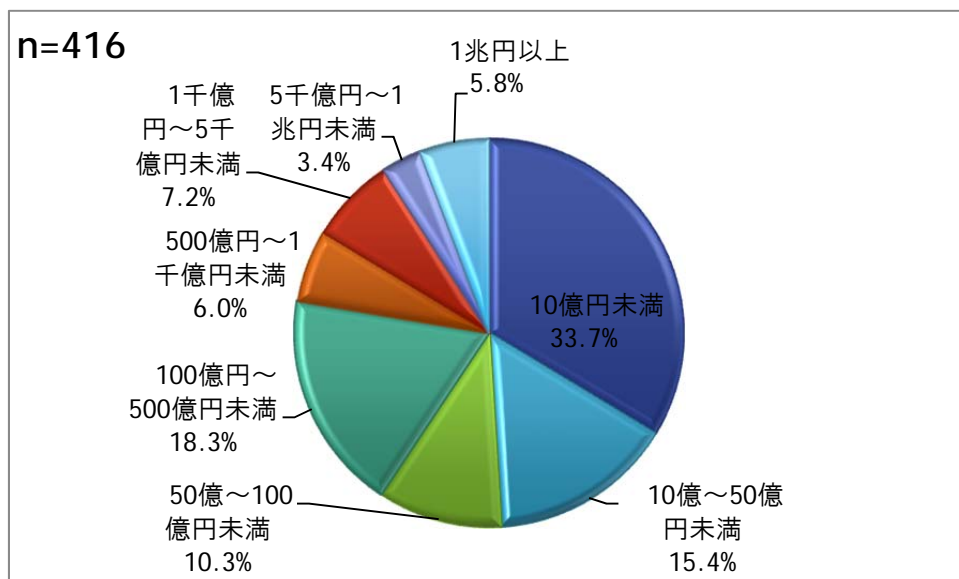
3-a. 本社所在地別内訳



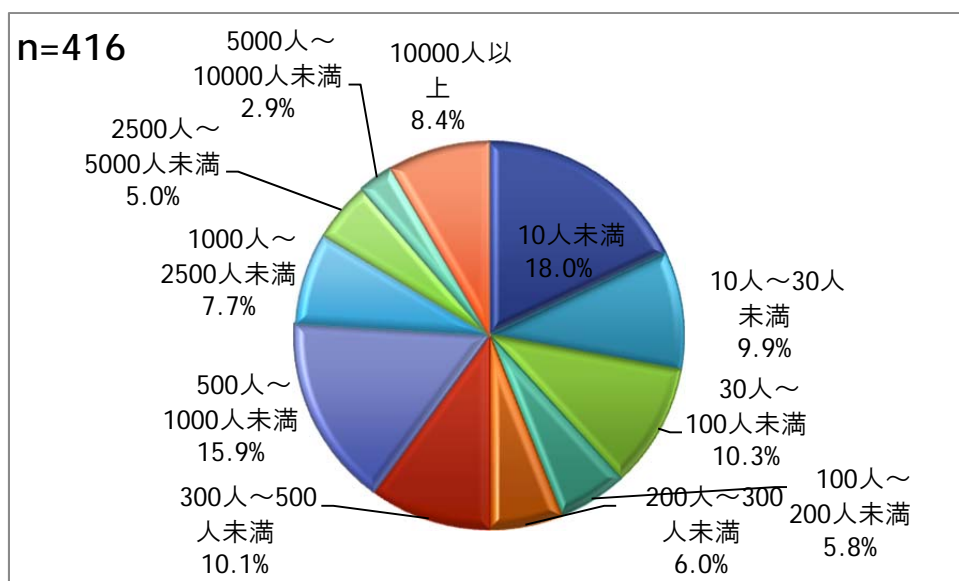
3-b. 業種別内訳

業種分類	n	%
農業	0	0.0
林業	0	0.0
漁業	0	0.0
鉱業	0	0.0
建設業	32	7.7
製造業	111	26.7
電気・ガス・熱供給・水道業	3	0.7
情報通信業	33	7.9
運輸業	15	3.6
卸売・小売業	72	17.3
金融・保険業	41	9.9
不動産業	13	3.1
飲食店, 宿泊業	8	1.9
医療, 福祉	12	2.9
教育, 学習支援業	5	1.2
複合サービス事業	1	0.2
サービス業	60	14.4
その他	10	2.4
全体	416	100.0

3-c. 売上高別内訳（2010年度）



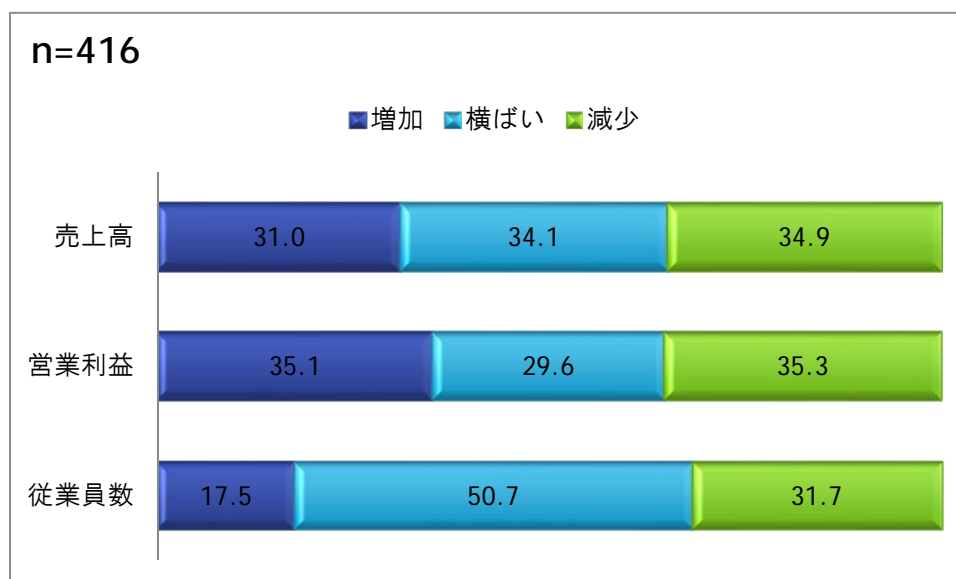
3-d. 従業員規模別内訳



3-e. 業績・従業員規模の推移（2009年度との比較）

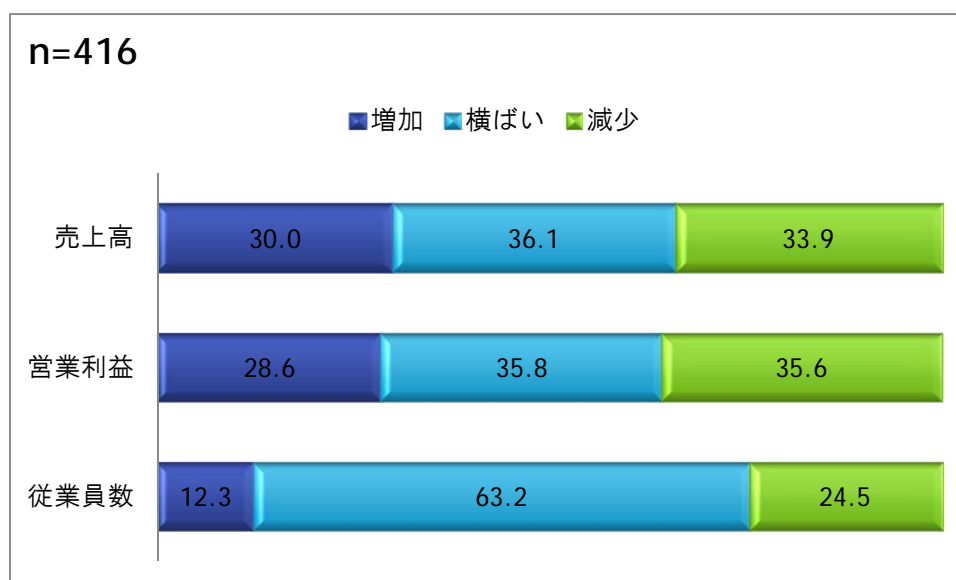
2009年度から2010年度の売上高、営業利益、従業員数の実績推移においては、売上高は「減少」が34.9%と一番多い結果となった。営業利益も「減少」が35.3%と一番多かったが、「増加」も35.1%と売上高の「増加」の31.0%を上回り、企業のコスト削減効果と考えられる。従業員数は「横ばい」が50.7%と最も多い結果となった。

【2010 年度実績】



2011 年度への予測推移においては、売上高、営業利益、従業員数それぞれ「横ばい」が最も多く 36.1%、35.8%、63.2%という結果となった。2010 年度と比べると営業利益の「増加」が 35.1%から 28.6%と 6.5%減少しており最も大きな違いとなっている。

【2011 年度予測】

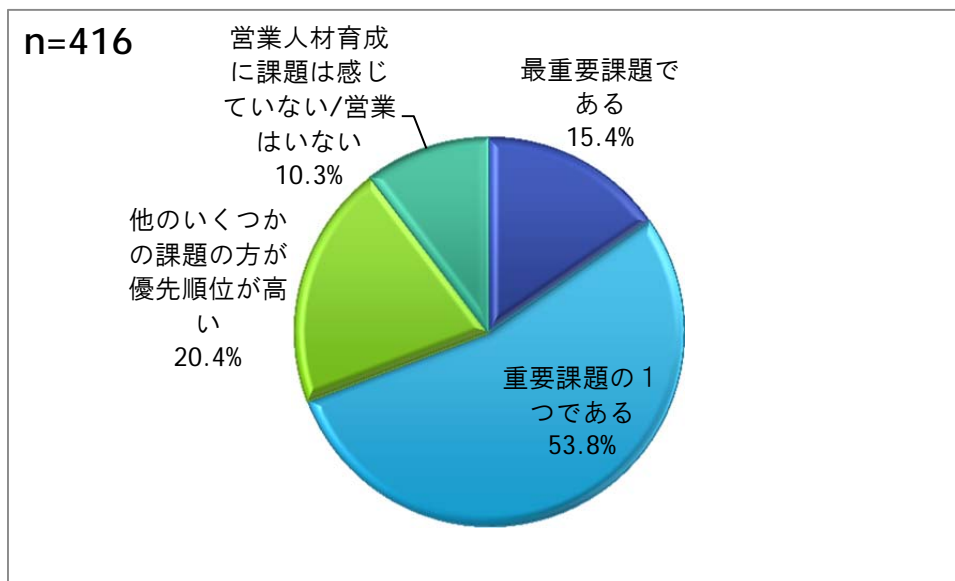


4. 企業の営業人材育成の詳細

4-a. 営業人材育成に関する課題の重要度

企業の課題の中で「営業人材育成」の重要度として最もあてはまるものをひとつ選んでもらった結果、「最重要課題である」15.4%、「重要課題の1つである」53.8%と約70%の企業が営業人材育成を重要課題と認識している結果となった。

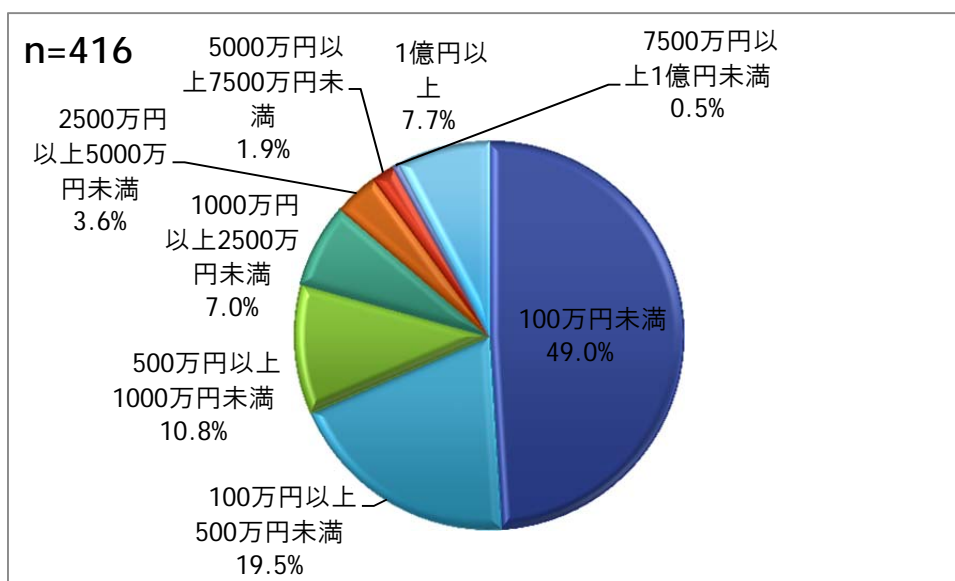
【営業人材育成の重要度】



4-b. 営業人材育成への投資額（年間）

「営業人材育成」に年額どのくらい投資をしているか、またいくらまでなら投資できるかを調査した結果、100万円未満の企業が約半数の49.0%と最も多い結果となった。

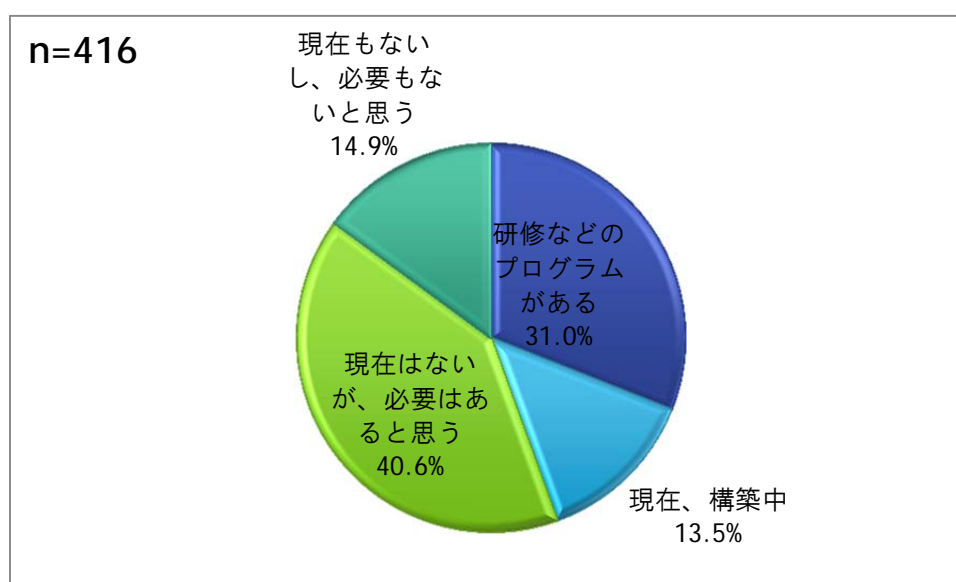
【営業人材育成の投資額】



4-c. 営業人材育成の実施状況と評価

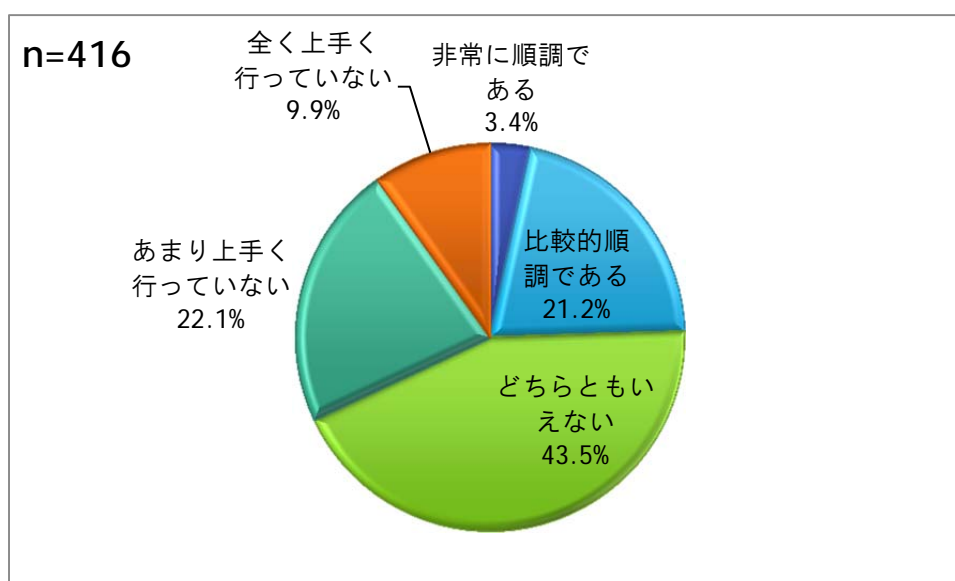
営業人材を育成するための研修などのプログラムが社内にあるかどうかを調査した結果、「ある」が31.0%、「現在、構築中」が13.5%、「現在は無いが、必要はあると思う」が40.6%で最も多い結果となった。

【営業人材育成のための研修、プログラムの有無】



「営業人材育成」の現状はどうか、最もあてはまるものを選んでもらった結果、「非常に順調である」が最も少なく3.4%、「比較的順調である」が21.2%、「どちらともいえない」が最も多く43.5%、「あまり上手く行っていない」22.1%、「全く上手く行っていない」9.9%と上手く行っている企業のほうが少ないという結果となった。

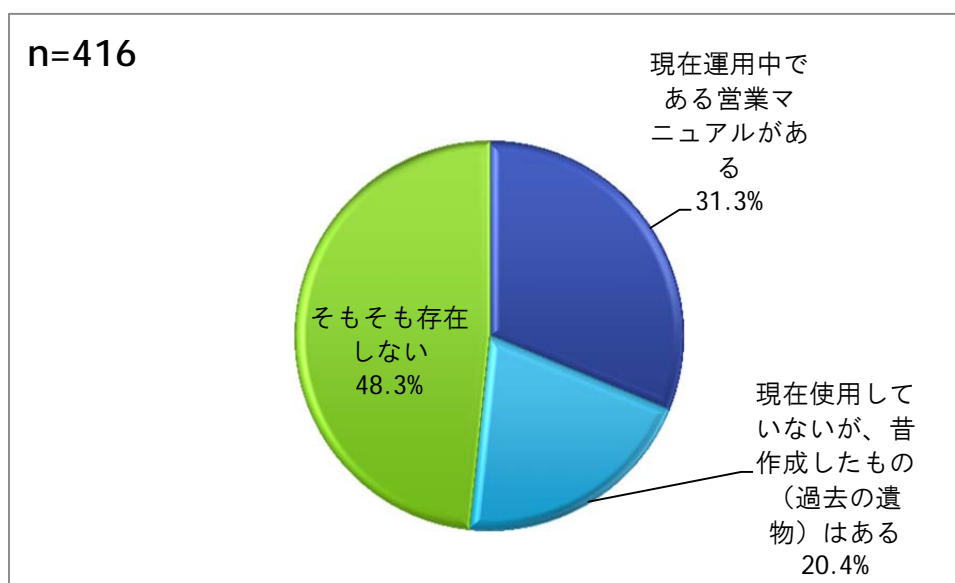
【営業人材育成の現状】



4-d. 営業マニュアルの有無

「営業マニュアル」（営業のやり方を標準化したもの）があるかどうかを調査したところ、営業マニュアルがあって運用中である企業が31.3%、その他合計68.7%は、営業マニュアルを活用していないという結果となった。

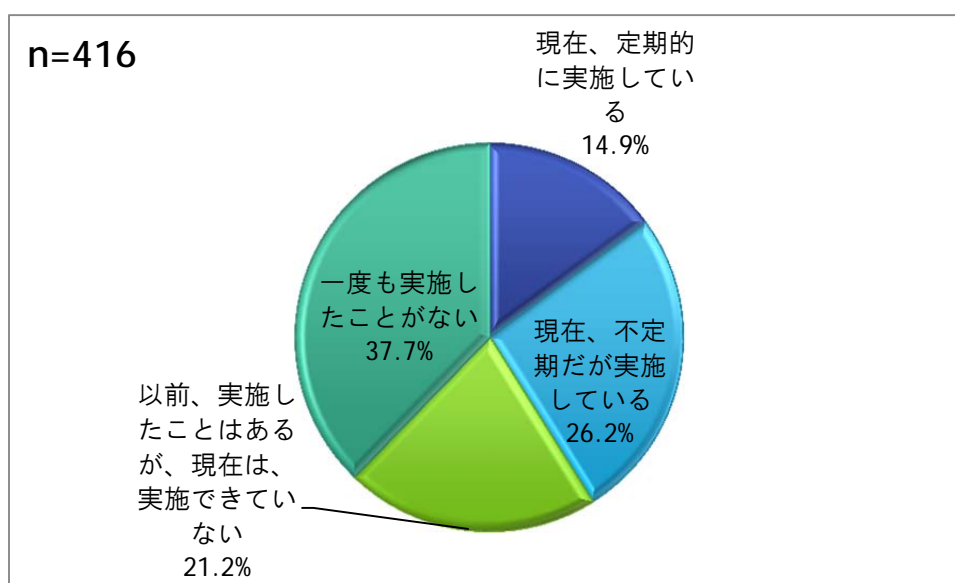
【営業マニュアルの有無】



4-e. 営業スキルアップとしての「ロールプレイング」の実施状況

営業スキルアップの手段として「ロールプレイング」を実施しているかどうかを調査した結果、実施している企業が合計41.1%、実施していない企業が合計58.9%という結果となった。

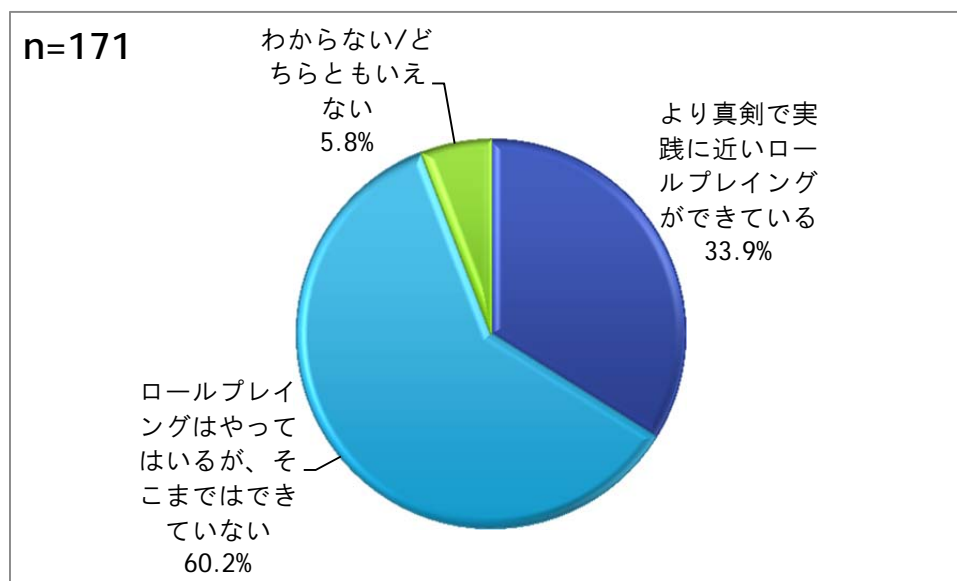
【ロールプレイング実施状況】



4-f. より実践に近い「ロールプレイング」の実施状況

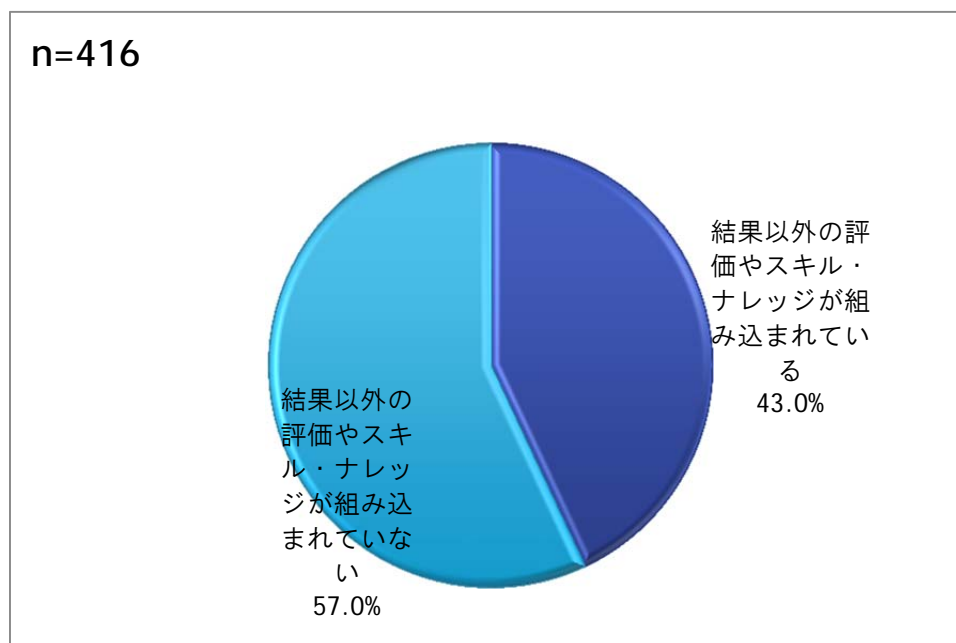
営業スキルアップの手段として「ロールプレイング」を行っている 171 の回答に対して、「商品・サービスのアピールだけではなく、顧客の課題を聞き出すためのヒアリングを行うロールプレイングも行っている」、または「2人一組ではなく、3名以上で評価を行っている」、「営業役・お客様役それぞれのシチュエーションの台本がある」、など、より真剣で実践に近いロールプレイングを行っているかどうか調査した結果、実施できていえる企業は 33.9%、そこまではできていない企業が 60.2%という結果となった。

【より実践に近いロールプレイング実施状況】



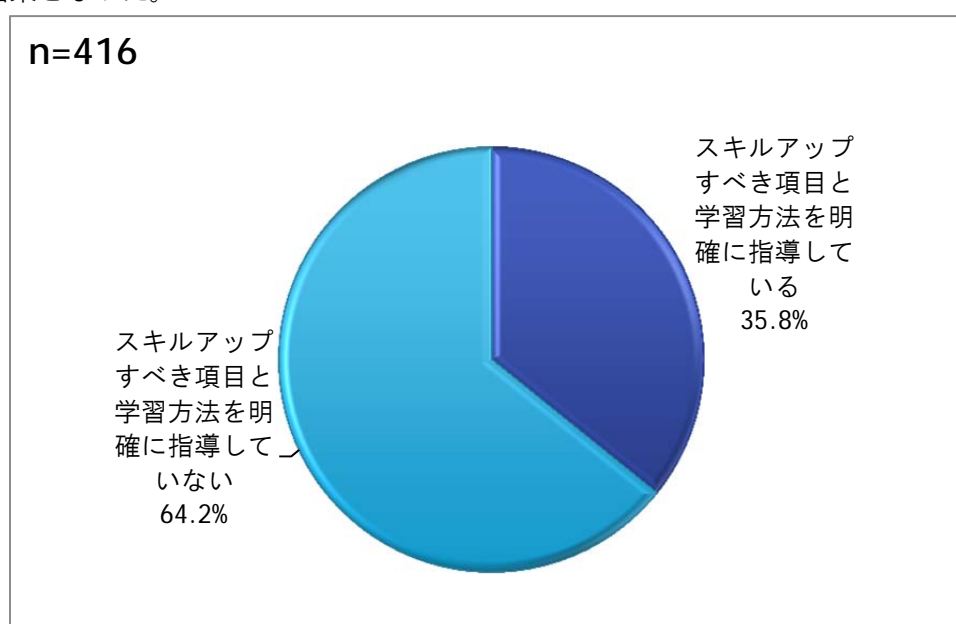
4-g. 営業評価方法（プロセスやスキルナレッジで判断しているか）

営業活動の評価に、売上数値などの結果以外（例えば必須の営業活動、プロセスを踏んでいるか、プロセス毎の目標を達成しているかなど）の評価が明確であったり、営業スキル・ナレッジが組み込まれているかどうかを調査したところ、結果以外で評価している企業が43.0%、評価していない企業が57.0%という結果となった。



4-h. 営業スキルアップ方法（具体的項目と実行すべき学習方法を明確にしているか）

営業がスキルアップすべき具体的項目と実行すべき学習方法を明確に指導しているかどうかを調査したところ、明確に指導している企業が35.8%、指導していない企業が64.2%という結果となった。

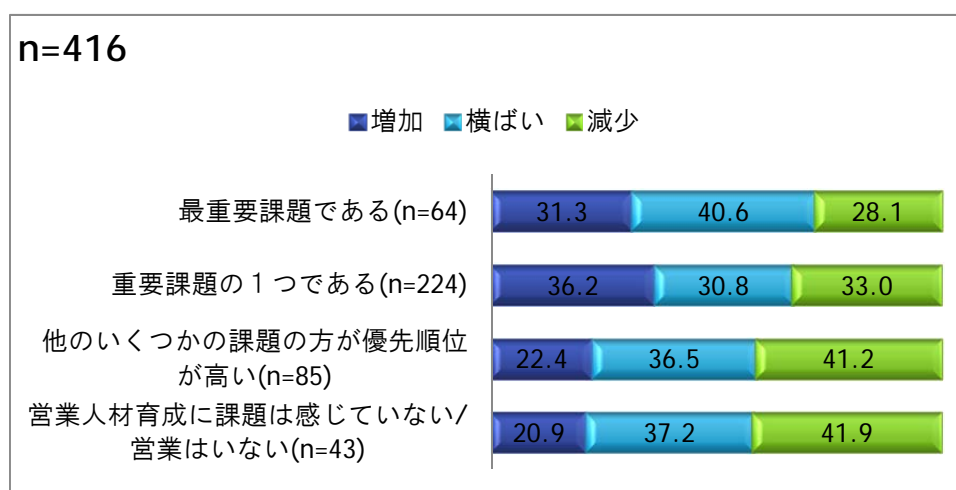


5. 営業の人材育成を実施している企業としていない企業の収益比較（2009年度から2010年度業績推移における比較）

5-a. 営業人材育成に関する課題への重要度認識における収益比較

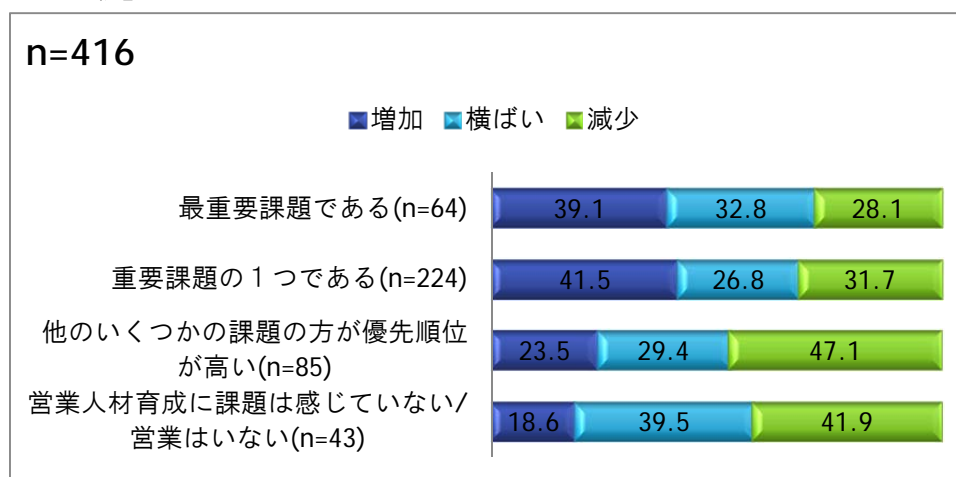
企業の課題の中で「営業人材育成」の重要度として最もあてはまるものをひとつ選んでもらった結果と2009年度から2010年度の業績の推移を掛け合わせた結果、売上高比較において、「重要課題の1つである」を選んだ企業が最も「増加」した企業が多く、36.2%という結果となった。また、「減少」傾向にあるのが、「他のいくつかの課題の方が優先順位が高い」が41.2%、「営業人材育成に課題は感じていない/営業はしない」が41.9%と最も多くなる結果となった。

【売上高比較】



営業利益比較においても、増加傾向の割合が多い項目が「重要課題の1つである」「最重要課題である」の41.5%、39.1%、減少傾向の割合が多いのが、「他のいくつかの課題の方が優先順位が高い」「営業人材育成に課題は感じていない/営業はしない」の47.1%、41.9%という結果となった。

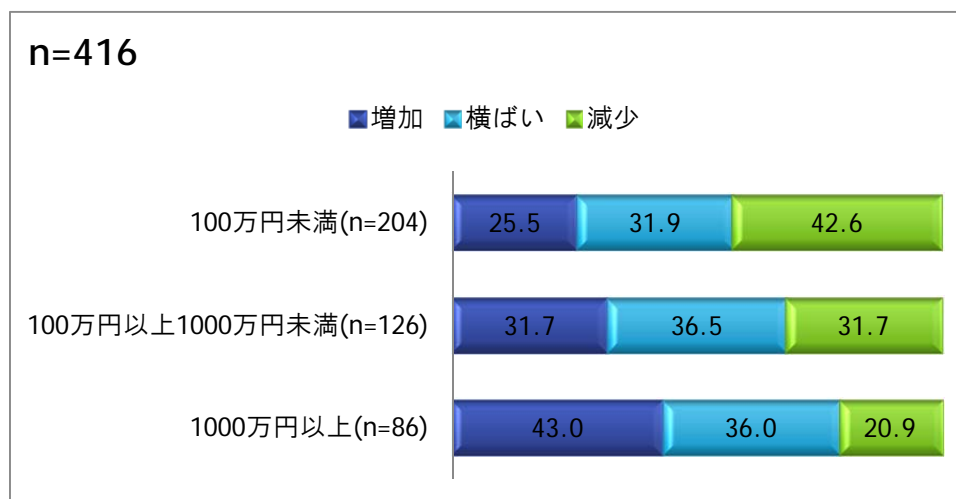
【営業利益比較】



5-b. 営業人材育成の投資額についての収益比較

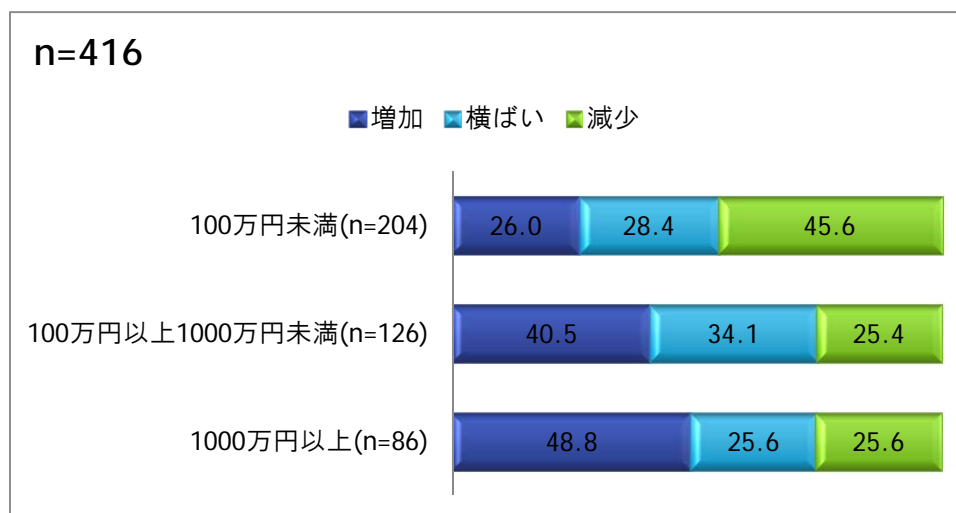
「営業人材育成」に年額どのくらい投資をしているか、またいくらまでなら投資できるかを調査した結果と 2009 年度から 2010 年度の業績の推移を掛け合わせた結果、売上高比較において、「1000 万円以上」投資している企業が「増加」する割合が最も多く、43.0%という結果となった。また、「減少」する割合が最も多かったのが、「100 万円未満」投資している企業で 42.6%という結果となった。

【売上高比較】



営業利益比較においても、売上高比較と同様で「1000 万円以上」投資している企業が「増加」する割合が最も多く、48.8%という結果となった。また、「減少」する割合が最も多かったのが、「100 万円未満」投資している企業で 45.6%という結果となった。

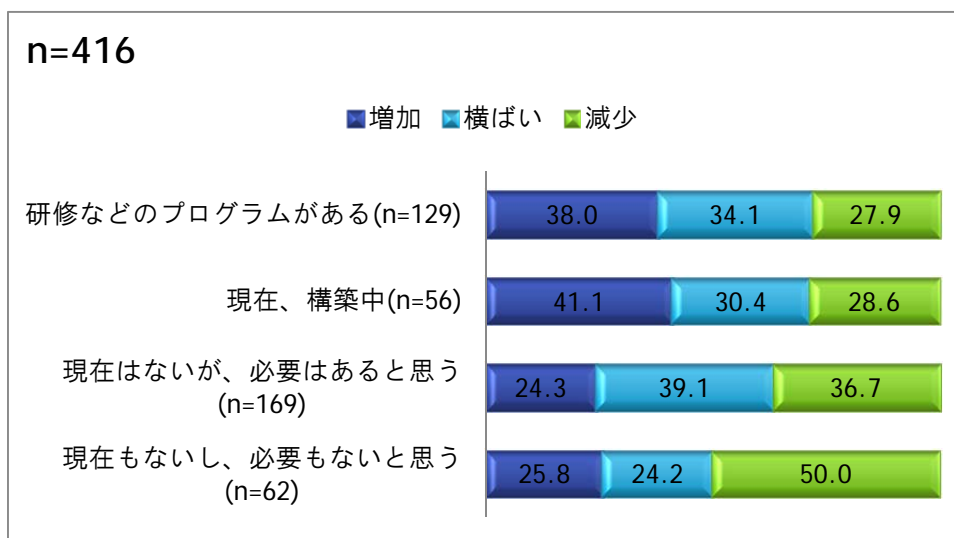
【営業利益比較】



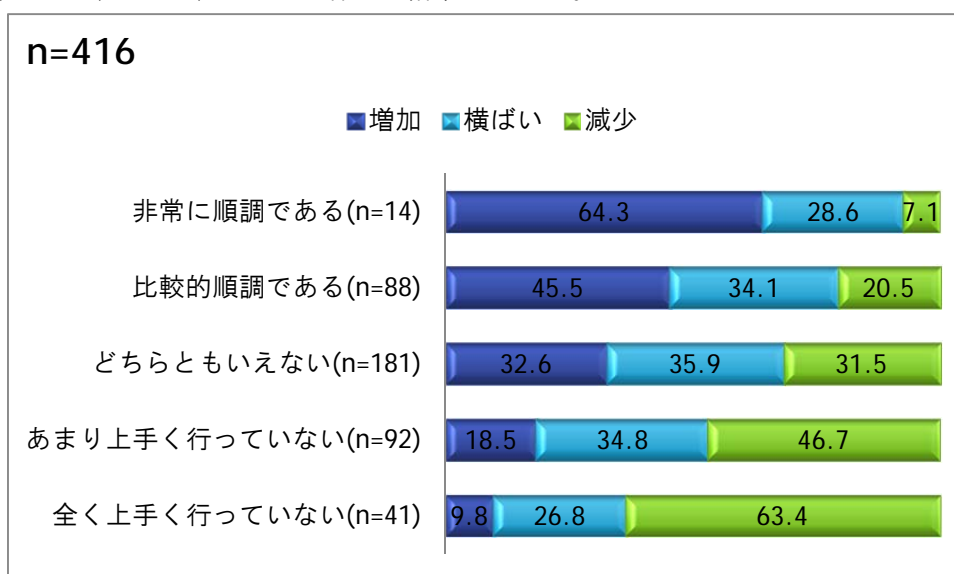
5-c. 営業人材育成の実施状況と評価についての収益比較

営業人材を育成するための研修などのプログラムが社内にあるかどうかと順調かどうかを調査した結果と 2009 年度から 2010 年度の業績の推移を掛け合わせた結果、売上高比較において、「研修などのプログラムがある」企業と「現在、構築中」の企業が「増加」の割合が高く、それぞれ 38.0%、41.1%という結果となった。逆に、「減少」の割合が多かったのは、「現在はないが、必要はあると思う」「現在もないし、必要もないと思う」でそれぞれ 36.7%、50.0%という結果となった。

【売上高比較】

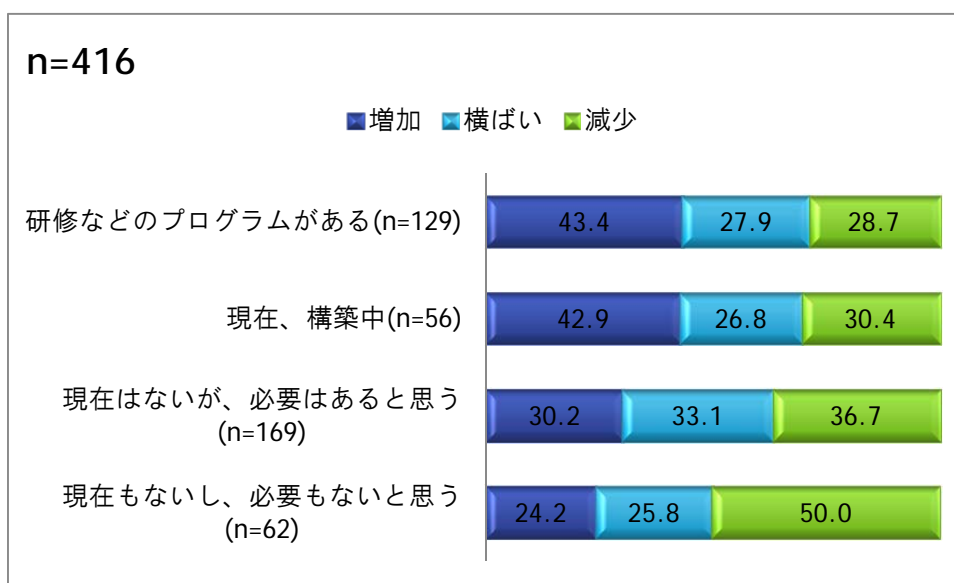


順調にしているかどうかは、「非常に順調である」64.3%、「比較的順調である」45.5%、「どちらともいえない」32.6%、「あまり上手く行っていない」18.5%、「全く上手く行っていない」9.8%の順に「増加」の割合が少なくなり、逆に「減少」の割合は、それぞれ 7.1%、20.5%、31.5%、46.7%、63.4%と増える結果となった。

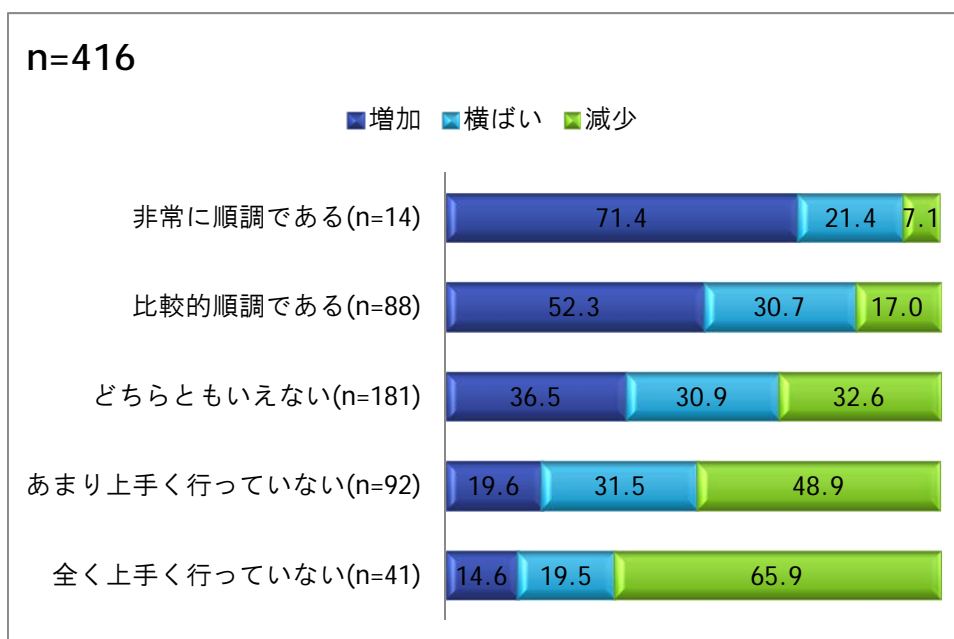


【営業利益比較】

営業利益の比較においても、売上高比較同様、「研修などのプログラムがある」企業と「現在、構築中」の企業が「増加」の割合が高く、それぞれ 43.4%、42.9%という結果となった。逆に、「減少」の割合が多かったのは、「現在はないが、必要はあると思う」「現在もないし、必要もないと思う」でそれぞれ 36.7%、50.0%という結果となった。



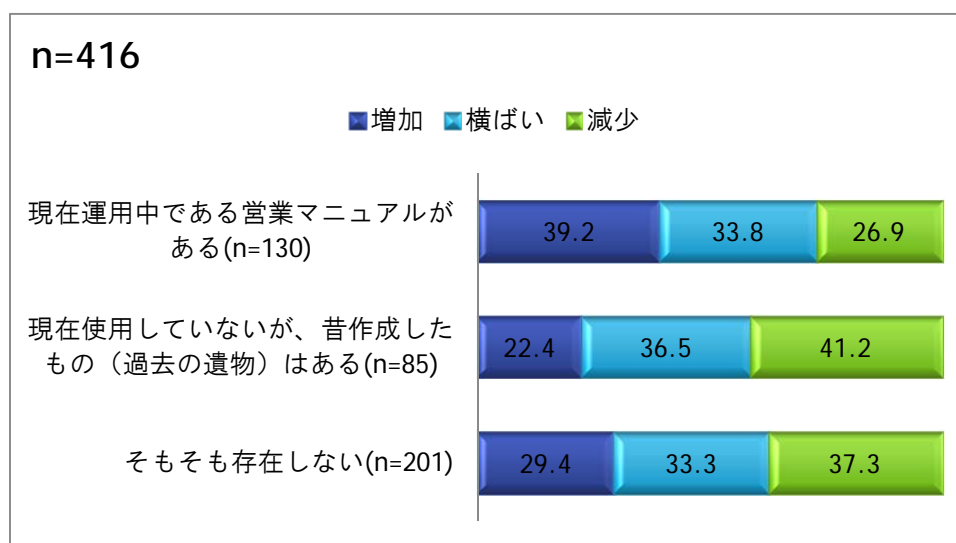
順調にしているかどうかでも、売上高比較同様、「非常に順調である」71.4%、「比較的順調である」52.3%、「どちらともいえない」36.5%、「あまり上手く行っていない」19.6%、「全く上手く行っていない」14.6%の順に「増加」の割合が少なくなり、逆に「減少」の割合は、それぞれ 7.1%、17.0%、32.6%、48.9%、65.9%と増える結果となった。



5-d. 営業マニュアルの有無についての収益比較

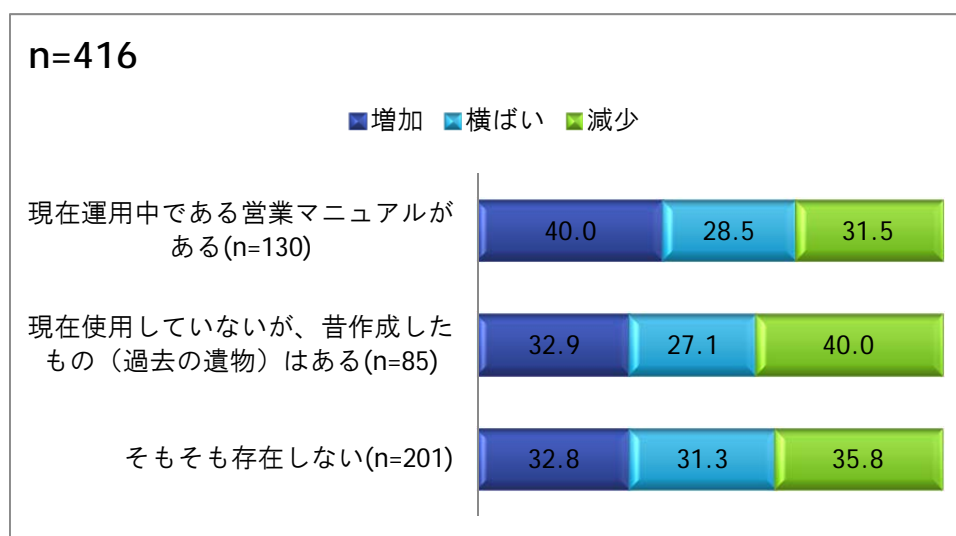
「営業マニュアル」（営業のやり方を標準化したもの）があるかどうかを調査した結果と2009年度から2010年度の業績の推移を掛け合わせた結果、売上高比較において、「現在運用中である営業マニュアルがある」企業が「増加」した割合が多く39.2%という結果となった。「減少」した割合が多かったのは「現在使用していないが、昔作成したもの（過去の遺物）はある」で41.2%という結果となった。

【売上高比較】



営業利益比較においても売上高比較同様、「現在運用中である営業マニュアルがある」企業が「増加」した割合が多く40.0%という結果となった。「減少」した割合が多かったのも「現在使用していないが、昔作成したもの（過去の遺物）はある」で40.0%という結果となった。

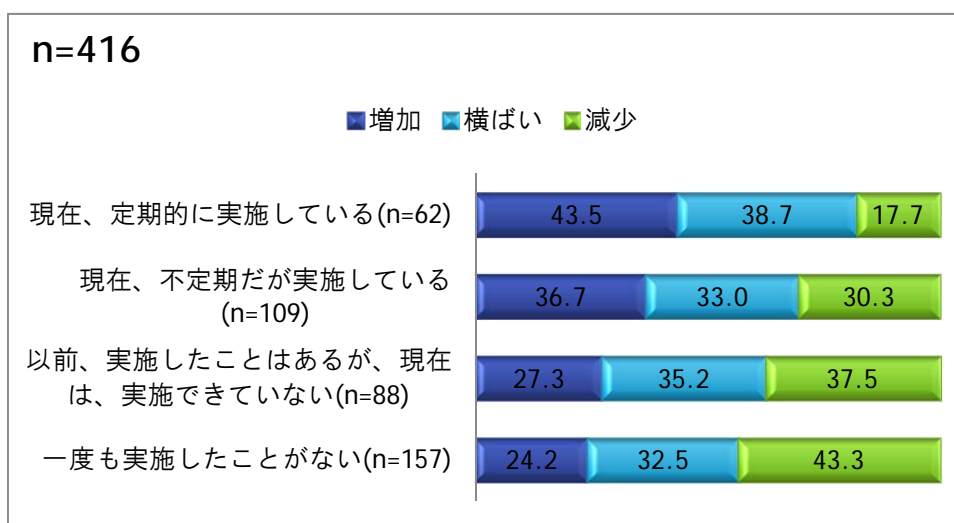
【営業利益比較】



5-e. 営業スキルアップとしての「ロールプレイング」の実施状況における収益比較

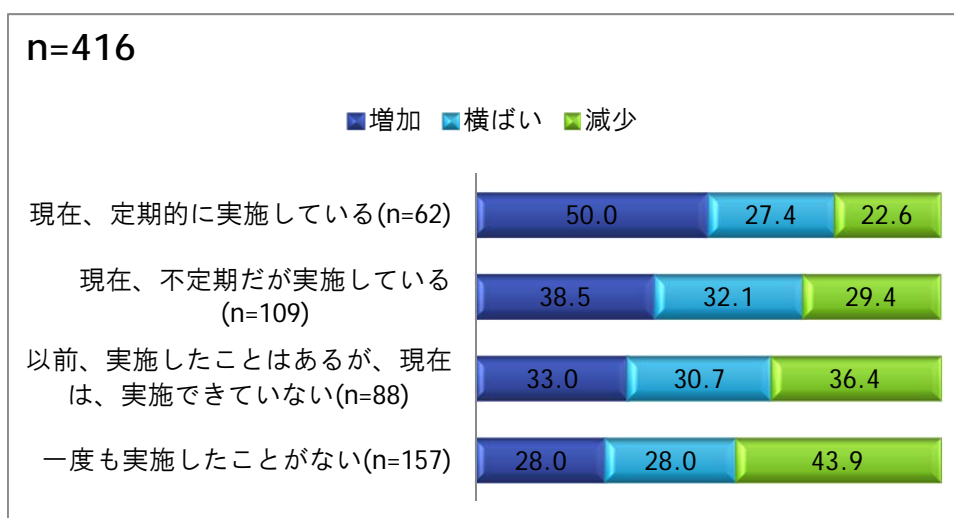
営業スキルアップの手段として「ロールプレイング」を実施しているかどうかを調査した結果と2009年度から2010年度の業績の推移を掛け合わせた結果、売上高比較において、「現在、定期的に実施している」43.5%、「現在、不定期だが実施している」36.7%、「以前、実施したことはあるが、現在は、実施できていない」27.3%、「一度も実施したことがない」24.2%と順に「増加」の割合が少ない結果となった。逆に「減少」の割合は、それぞれ17.7%、30.3%、37.5%、43.3%と順に多い結果となった。

【売上高比較】



【営業利益比較】

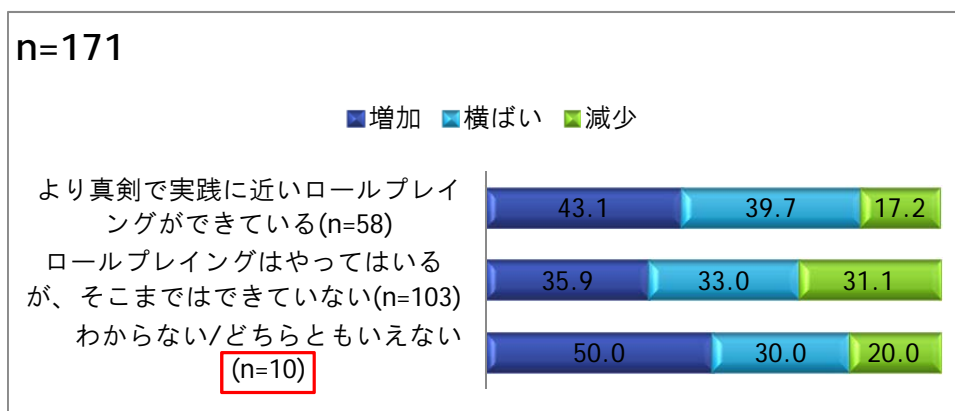
営業利益比較においても、「現在、定期的に実施している」50.0%、「現在、不定期だが実施している」38.5%、「以前、実施したことはあるが、現在は、実施できていない」33.0%、「一度も実施したことがない」28.0%と順に「増加」の割合が少ない結果となった。逆に「減少」の割合は、それぞれ22.6%、29.4%、36.4%、43.9%と順に多い結果となった。



5-f. より実践に近い「ロールプレイング」の実施状況における収益比較

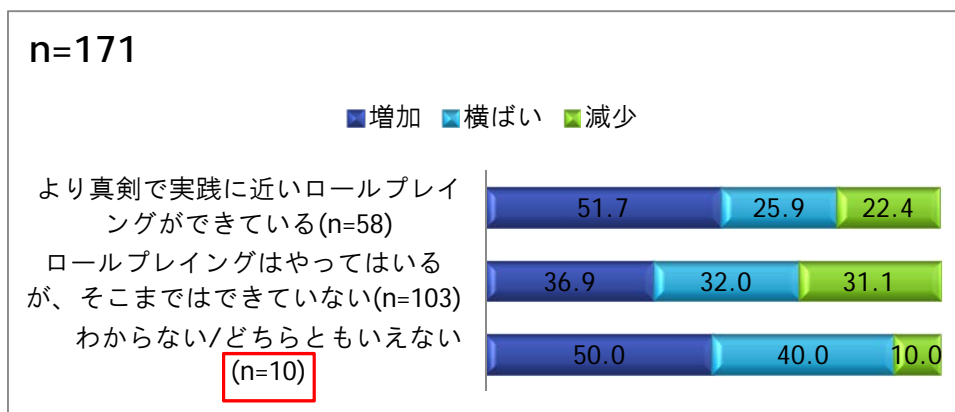
営業スキルアップの手段として「ロールプレイング」を行っている 171 の回答に対して、「商品・サービスのアピールだけではなく、顧客の課題を聞き出すためのヒアリングを行うロールプレイングも行っている」、または「2人一組ではなく、3名以上で評価を行っている」、「営業役・お客様役それぞれのシチュエーションの台本がある」、など、より真剣で実践に近いロールプレイングを行っているかどうか調査した結果と 2009 年度から 2010 年度の業績の推移を掛け合わせた結果、売上高比較において、「わからない/どちらともいえない」の回答数が 10 であったため、参考値にならないため比較からは外して考え、「より真剣で実践に近いロールプレイングができている」、「ロールプレイングはやっているが、そこまではできていない」企業はそれぞれ「増加」の割合が 43.1%、35.9%という結果となった。「横ばい」の割合は 39.7%、33.0%、「減少」の割合は、17.2%、33.0%という結果となった。

【売上高比較】



営業利益比較においても、「より真剣で実践に近いロールプレイングができている」、「ロールプレイングはやっているが、そこまではできていない」企業はそれぞれ「増加」の割合が 51.7%、36.9%という結果となった。「横ばい」の割合は、25.9%、32.0%「減少」の割合は、22.4%、31.1%という結果となった。

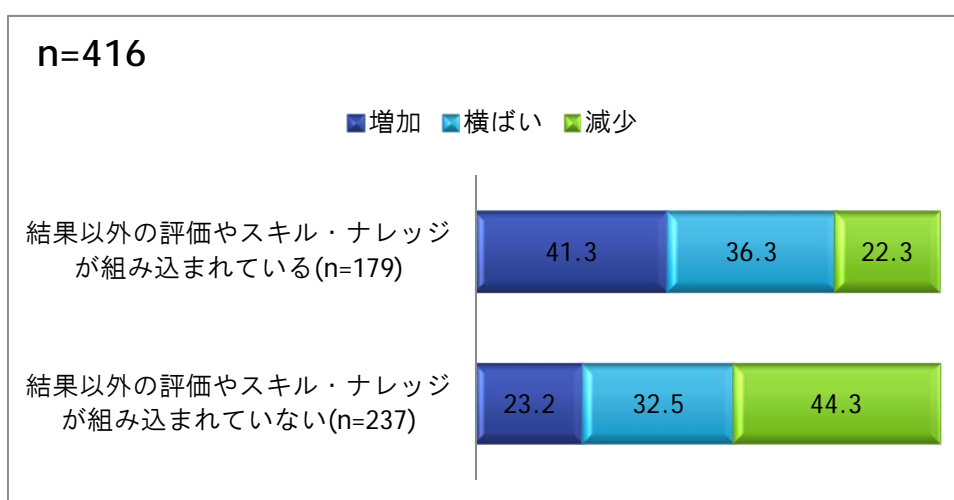
【営業利益比較】



5-g. 営業評価方法(プロセスやスキルナレッジで判断しているか)における収益比較

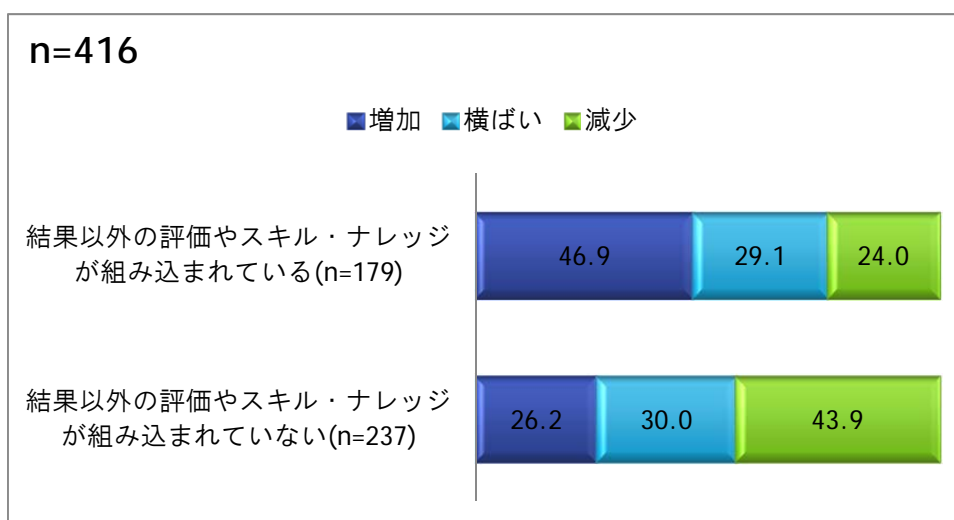
営業活動の評価に、売上数値などの結果以外（例えば必須の営業活動、プロセスを踏んでいるか、プロセス毎の目標を達成しているかなど）の評価が明確であったり、営業スキル・ナレッジが組み込まれているかどうかを調査した結果と 2009 年度から 2010 年度の業績の推移を掛け合わせた結果、売上高比較において、「結果以外で評価している」企業では、「増加」の割合が 41.3%、評価していない企業は、23.2%という結果となった。「横ばい」の割合はそれぞれ 36.3%、32.5%、「減少」の割合は、それぞれ 22.3%、44.3%という結果となった。

【売上高比較】



営業利益比較においては、「結果以外で評価している」企業では、「増加」の割合が 46.9%、「評価していない」企業は、26.2%という結果となった。「横ばい」の割合はそれぞれ 29.1%、30.0%、「減少」の割合は、それぞれ 24.0%、43.9%という結果となった。

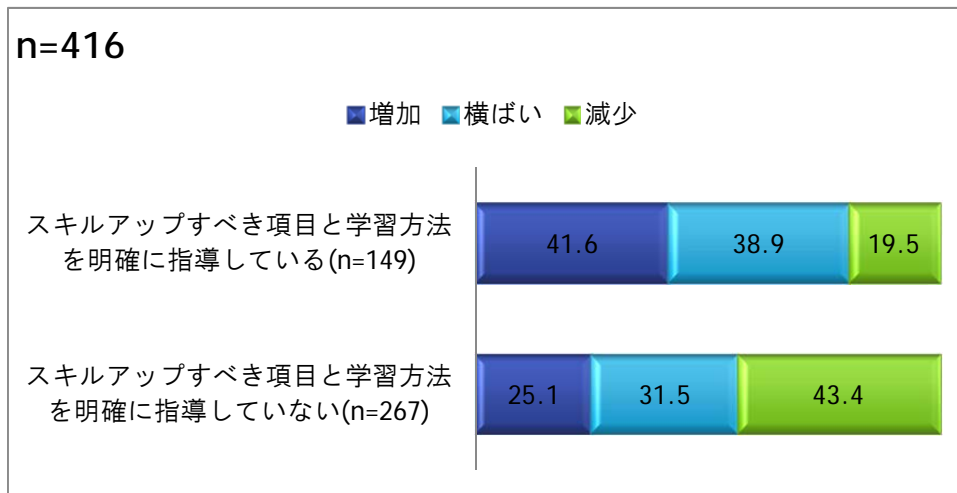
【営業利益比較】



5-h. 営業スキルアップ方法(具体的項目と実行すべき学習方法を明確にしているか)における収益比較

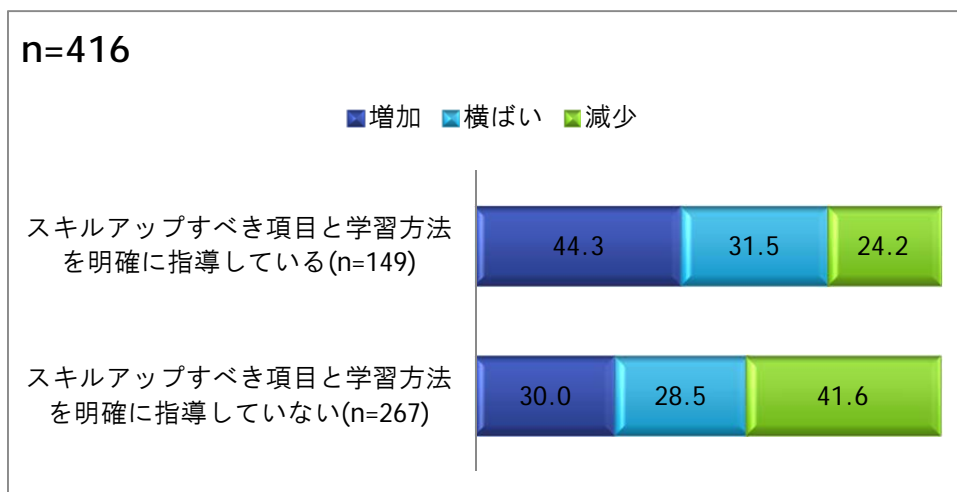
営業がスキルアップすべき具体的項目と実行すべき学習方法を明確に指導しているかどうかを調査した結果と 2009 年度から 2010 年度の業績の推移を掛け合わせた結果、売上高比較において、「明確に指導している」企業では、「増加」の割合が 41.6%、「指導していない」企業では 25.1%という結果となった。「横ばい」の割合はそれぞれ 38.9%、31.5%、「減少」の割合は、それぞれ 19.5%、43.4%という結果となった。

【売上高比較】



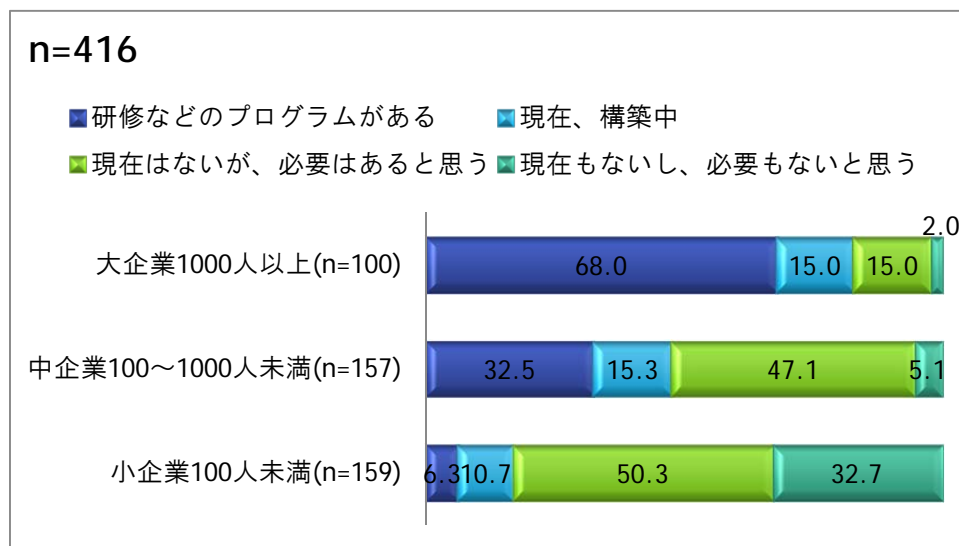
営業利益比較においては、「明確に指導している」企業では、「増加」の割合が 44.3%、「指導していない」企業では 30.0%という結果となった。「横ばい」の割合はそれぞれ 31.5%、28.5%、「減少」の割合は、それぞれ 24.2%、41.6%という結果となった。

【営業利益比較】



6. 従業員規模別営業人材育成実施状況比較

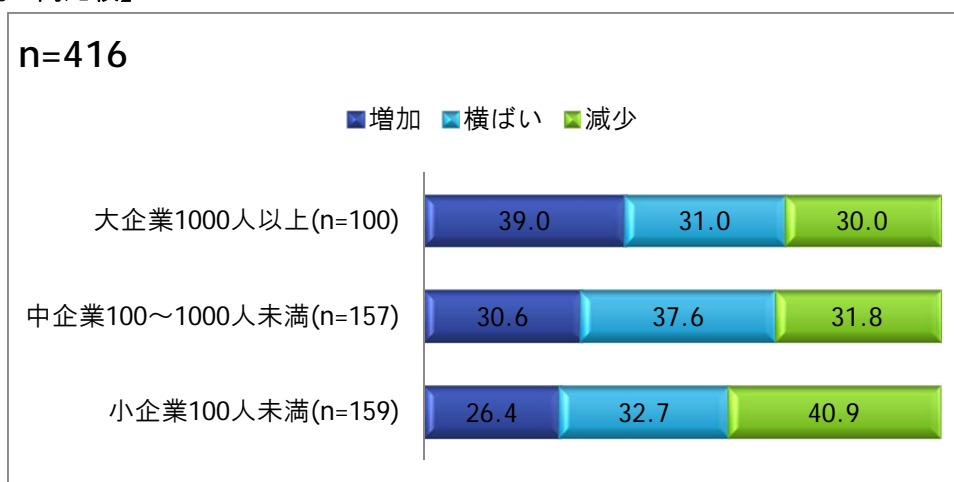
営業人材を育成するための研修などのプログラムが社内にあるかどうか調査した結果と従業員規模を掛け合わせた結果、「大企業」は68.0%が営業人材育成プログラムをすでに構築、「中企業」は32.5%、「小企業」は6.3%と従業員規模が小さくなるほど少ない結果となった。



7. 従業員規模別収益比較（ここでは2009年度から2010年度への推移を比較）

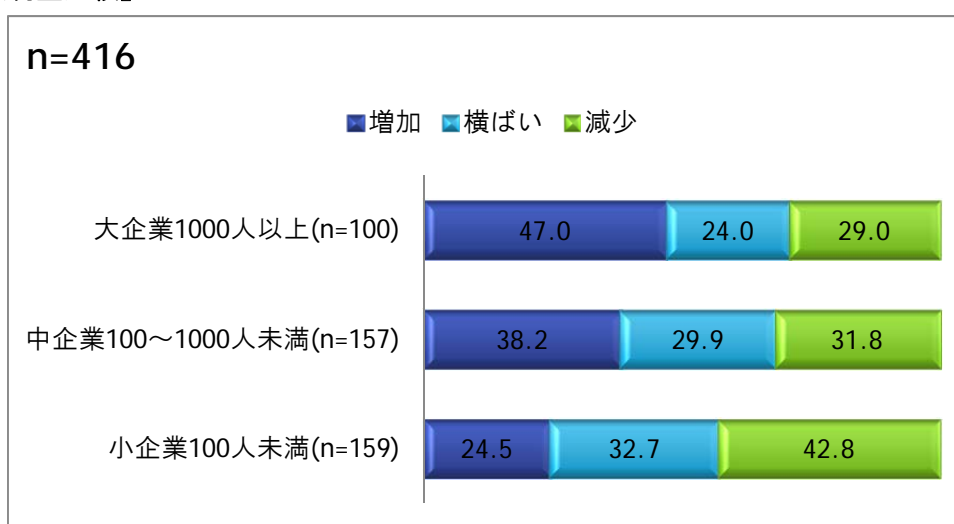
従業員規模別にみた場合、売上高比較において、「増加」の割合は、「大企業」39.0%、「中企業」30.6%、「小企業」26.4%と順に少ない結果となった。「減少」の割合は、逆にそれぞれ30.0%、31.8%、40.9%と順に多い結果となった。「横ばい」の割合は、それぞれ31.0%、37.6%、32.7%という結果となった。

【売上高比較】



営業利益比較においても、「増加」の割合は、「大企業」47.0%、「中企業」38.2%、「小企業」24.5%と順に少ない結果となった。「減少」の割合は、逆にそれぞれ29.0%、31.8%、42.8%と順に多い結果となった。「横ばい」の割合は、それぞれ24.0%、29.9%、32.7%という結果となった。

【営業利益比較】



8. 参考資料

＜アンケート調査項目＞

1. 貴社の本社所在地を1つお選びください。

北海道

東北

関東・甲信越

東海・北陸

近畿

中国・四国

九州・沖縄

2. 貴社で最も売上高の高い分野の業種を1つお選びください。

■農業

■林業

■漁業

漁業

水産養殖業

■鉱業

■建設業

総合工事業

職別工事業(設備工事業を除く)

設備工事業

■製造業

食料品製造業

飲料・たばこ・飼料製造業

繊維工業(衣服, その他の繊維製品を除く)

衣服・その他の繊維製品製造業

木材・木製品製造業(家具を除く)

家具・装備品製造業

パルプ・紙・紙加工品製造業

印刷・同関連業

化学工業

石油製品・石炭製品製造業

プラスチック製品製造業

ゴム製品製造業

なめし革・同製品・毛皮製造業

窯業・土石製品製造業
鉄鋼業
非鉄金属製造業
金属製品製造業
一般機械器具製造業
電気機械器具製造業
情報通信機械器具製造業
電子部品・デバイス製造業
輸送用機械器具製造業
精密機械器具製造業
その他の製造業
■電気・ガス・熱供給・水道業
電気業
ガス業
熱供給業
水道業
■情報通信業
通信業
放送業
情報サービス業
インターネット附随サービス業
映像・音声・文字情報制作業
■運輸業
鉄道業
道路旅客運送業
道路貨物運送業
水運業
航空運輸業
倉庫業
運輸に附帯するサービス業
■卸売・小売業
各種商品卸売業
繊維・衣服等卸売業
飲食料品卸売業
建築材料， 鉱物・金属材料等卸売業
機械器具卸売業

その他の卸売業
各種商品小売業
織物・衣服・身の回り品小売業
飲食料品小売業
自動車・自転車小売業
家具・じゅう器・機械器具小売業
その他の小売業
■金融・保険業
銀行業
協同組織金融業
郵便貯金取扱機関，政府関係金融機関
貸金業，投資業等非預金信用機関
証券業，商品先物取引業
補助的金融業，金融附帯業
保険業（保険媒介代理業，保険サービス業を含む）
■不動産業
不動産取引業
不動産賃貸業・管理業
■飲食店，宿泊業
一般飲食店
遊興飲食店
宿泊業
■医療，福祉
医療業
保健衛生
社会保険・社会福祉・介護事業
■教育，学習支援業
学校教育
その他の教育，学習支援業
■複合サービス事業
郵便局
協同組合（他に分類されないもの）
■サービス業（他に分類されないもの）
専門サービス業（他に分類されないもの）
学術・開発研究機関
洗濯・理容・美容・浴場業

その他の生活関連サービス業

娯楽業

廃棄物処理業

自動車整備業

機械等修理業

物品賃貸業

広告業

その他の事業サービス業

政治・経済・文化団体

宗教

その他のサービス業

■その他

3. 貴社の2010年度売上高で、当てはまるものを1つお選びください。

10億円未満

10億～50億円未満

50億～100億円未満

100億円～500億円未満

500億円～1千億円未満

1千億円～5千億円未満

5千億円～1兆円未満

1兆円以上

4. 貴社の従業員数で当てはまるものを1つお選びください。

300人未満

300人～1千人未満

1千人～3千人未満

3千人～1万人未満

1万人以上

5. 貴社の2010年度の決算は2009年度の売上高、営業利益、従業員数と比べてどうであったかお答えください。

①売上高 増加・横ばい・減少

②営業利益 増加・横ばい・減少

③従業員数 増加・横ばい・減少

6. 2011年度の決算はどのようになるか見通しをお答えください。

- ①売上高 増加・横ばい・減少
- ②営業利益 増加・横ばい・減少
- ③従業員数 増加・横ばい・減少

7. あなたが現在主にお勤めの企業では「営業研修」を行ったことがありますか？

- 定期的を実施している
- 不定期に実施している
- 以前行ったことはあるが、現在は行っていない
- 未実施

8. あなたが現在主にお勤めの企業で行った「営業研修」の効果や成果はあがっていますか？最もあてはまるものをひとつお選び下さい。

- 目に見えて、効果があがっている
- なんとなく、好印象である
- あまり効果があがっていない
- 全く効果があがっていない

9. あなたが現在主にお勤めの企業の課題の中で「営業人材育成」の重要度として最もあてはまるものをひとつお選び下さい。

- 最重要課題である
- 重要課題の1つである
- 他のいくつかの課題の方が優先順位が高い
- 営業人材育成に課題は感じていない/営業はいい

10. あなたが現在主にお勤めの企業では「営業人材育成」にどのくらい投資をしていますか？現在投資していない場合は、いくらまでなら投資できるかをお答え下さい。※年間の金額でお答え下さい。

- 100万円未満
- 100万円以上 500万円未満
- 500万円以上 1000万円未満
- 1000万円以上 2500万円未満
- 2500万円以上 5000万円未満
- 5000万円以上 7500万円未満
- 7500万円以上 1億円未満
- 1億円以上

1 1. 「営業人材育成」に関してあなたが現在主にお勤めの企業の現状はどうですか？最もあてはまるものをひとつお選び下さい。

非常に順調である

比較的順調である

どちらともいえない

あまり上手く行っていない

全く上手く行っていない

1 2. あなたが現在主にお勤めの企業には営業人材を育成するための研修などのプログラムが社内にありますか？

ある

現在、構築中

現在はないが、必要はあると思う

現在もないし、必要もないと思う

1 3. あなたが現在主にお勤めの企業に「営業マニュアル」（営業のやり方を標準化したもの）はありますか？

現在運用中である営業マニュアルがある

現在使用していないが、昔作成したもの（過去の遺物）はある

そもそも存在しない

1 4. あなたが現在主にお勤めの企業では営業スキルアップの手段として「ロールプレイング」を実施していますか？

現在、定期的実施している

現在、不定期だが実施している

以前、実施したことはあるが、現在は、実施できていない

一度も実施したことがない

1 5. 前問で実施していると回答の「ロールプレイング」の具体的な実施方法に関してお答えください。あなたが現在主にお勤めの企業では商品・サービスのアピールだけではなく、顧客の課題を聞き出すためのヒアリングを行うロールプレイングも行っている、または2人一組ではなく、3名以上で評価を行っている、営業役・お客様役それぞれのシチュエーションの台本がある、など、より真剣で実践に近いロールプレイングができていますか？

より真剣で実践に近いロールプレイングができています

ロールプレイングはやってはいるが、そこまではできていない
わからない/どちらともいえない

16. あなたが現在主にお勤めの企業では営業活動の評価に、売上数値などの結果以外（例えば必須の営業活動、プロセスを踏んでいるか、プロセス毎の目標を達成しているかなど）の評価が明確であったり、営業スキル・ナレッジが組み込まれていますか？※お勤めの企業で営業活動を行っていない場合は「いいえ」をお選び下さい。

はい

いいえ

17. あなたが現在主にお勤めの企業では営業がスキルアップすべき具体的項目と実行すべき学習方法を明確に指導していますか？※お勤めの企業で営業活動を行っていない場合は「いいえ」をお選び下さい。

はい

いいえ