

「コロナ時代のモノの売り方」 ～営業職のテレワーク～

調査結果

2020年4月27日
一般社団法人 営業部女子課の会

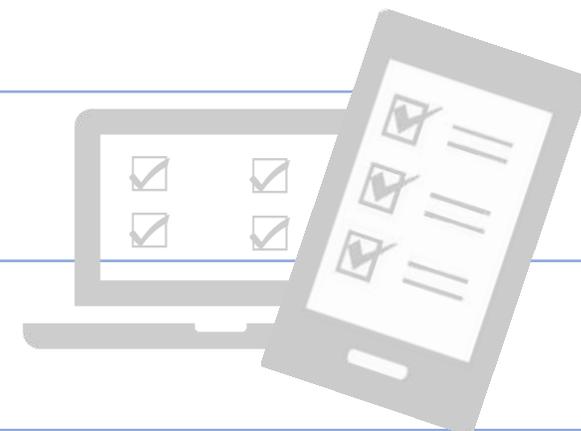
調査結果要旨

- 1 6割が、リモート営業（非対面の営業）について困っている。
- 2 リモート営業（非対面の営業）について困っているTOP 3は
 - 1 「顧客との信頼関係の強化について」
 - 2 「顧客側の環境が進んでいない」
 - 3 「顧客とのアポイントが取りにくい（オンライン商談等）」が挙げられた。
- 3 88%が、今後リモート営業（非対面の営業）のニーズは増えていくと答えた。
- 4 リモート営業（非対面の営業）について、メリットには「移動時間の削減」、デメリットには「顧客先との信頼関係構築の難しさ」「情報収集の難しさ」の回答が多く見られた。



調査概要

名称	一般社団法人 営業部女子課の会 「コロナ時代のモノの売り方～営業職のテレワーク～」 アンケート
対象者	全国、営業活動を担う営業従事者 有効回答者数 n=315人 (男性 n=119人、女性 n=195人、その他 n=1人) ※営業専任者、営業活動を行うフリーランス・中小企業経営者等含む
実施期間	2020年4月18日（土）～ 2020年4月23日（木）
実施方法	オンライン調査を機縁法にて実施
実施主体	一般社団法人 営業部女子課の会



調査の実施背景

新型コロナウイルスの感染拡大を防ぐため、原則テレワークが政府より要請されています。誰もが困難に直面している状況下で、営業現場では、リモート営業（オンライン商談や電話、メール、チャット等を活用した非対面の営業）が急速に進んでいます。

リモート営業における様々な困りごとが発生している一方で、試行錯誤しながら「売り方の工夫」も新たに生まれている様子です。

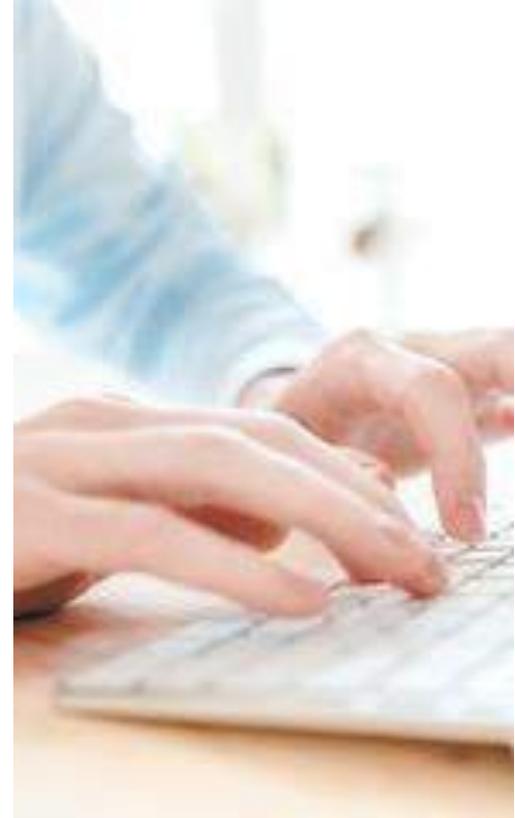
そこで私たち営業部女子課では、営業の現場ならではの問題を把握し、『コロナ時代のモノの売り方』に関して、現場皆さんの声を集め、現時点での実態を公開させていただくことにいたしました。

未曾有の経済的危機が広がる今日、少しでも希望を持って、すべての皆さまの「コロナ時代のモノの売り方」のお役に立てれば嬉しいです。

最後になりましたが、本調査にあたりご協力いただきました皆様に御礼申し上げます。

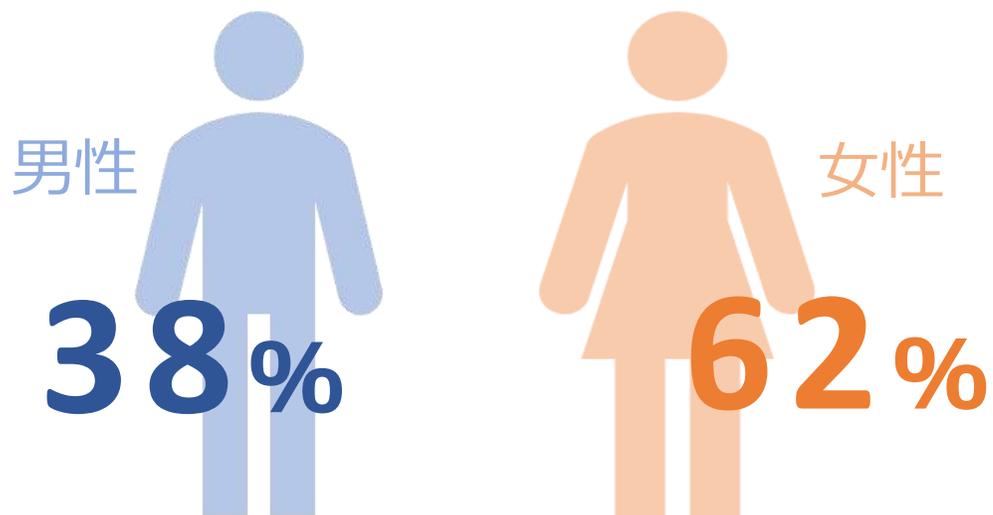
一般社団法人 営業部女子課の会
代表理事 Founder
太田彩子

調查結果



Q1

あなたの性別を
教えてください

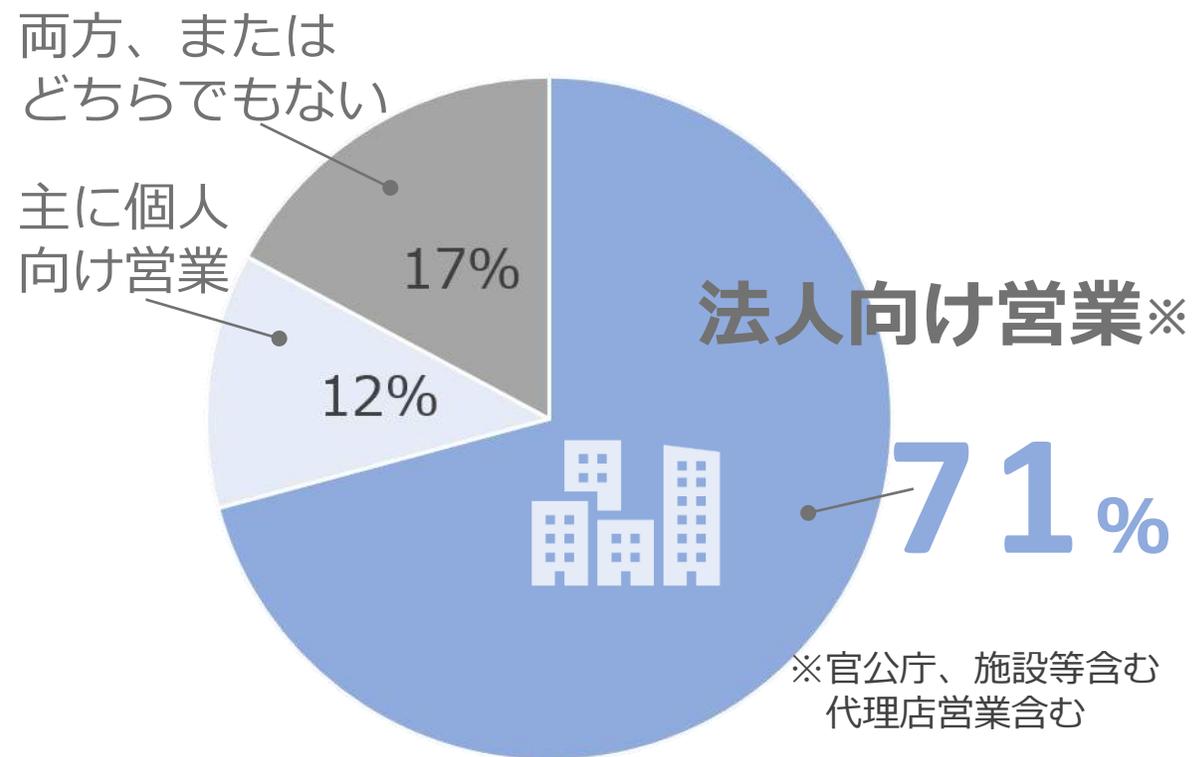


※男性人119、女性195人、その他1人

n=315

Q2

あなたの営業活動の
「売り先」を教えてください

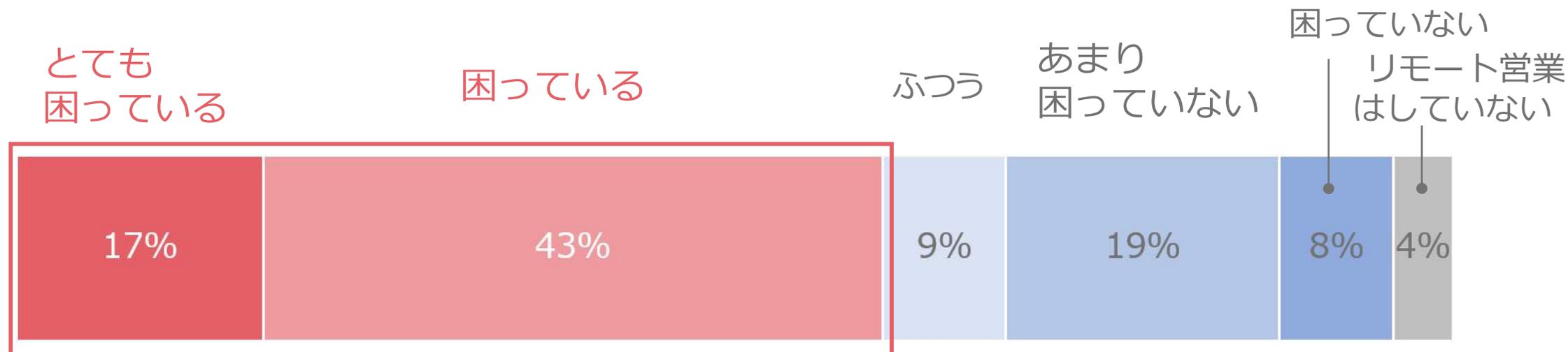


n=315

Q3

リモート営業（非対面の営業）について、
どのくらい困っていますか？

(単一回答) n=315



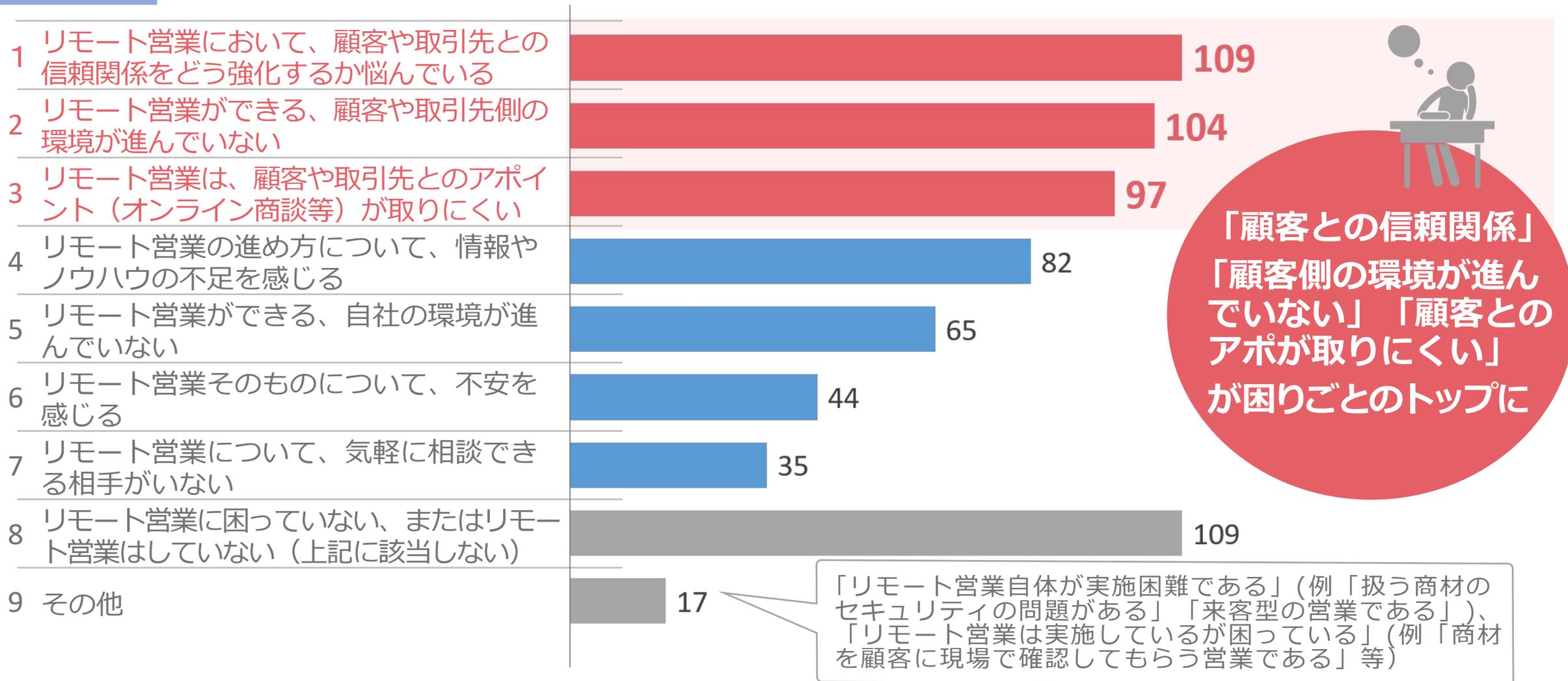
リモート営業
に困っている人

6割



Q4

Q3で「とても困っている」「困っている」と答えた方にお伺いします。営業活動で、困っていること、悩んでいることは何ですか？（いくつでも選択可能）（複数回答）n=315

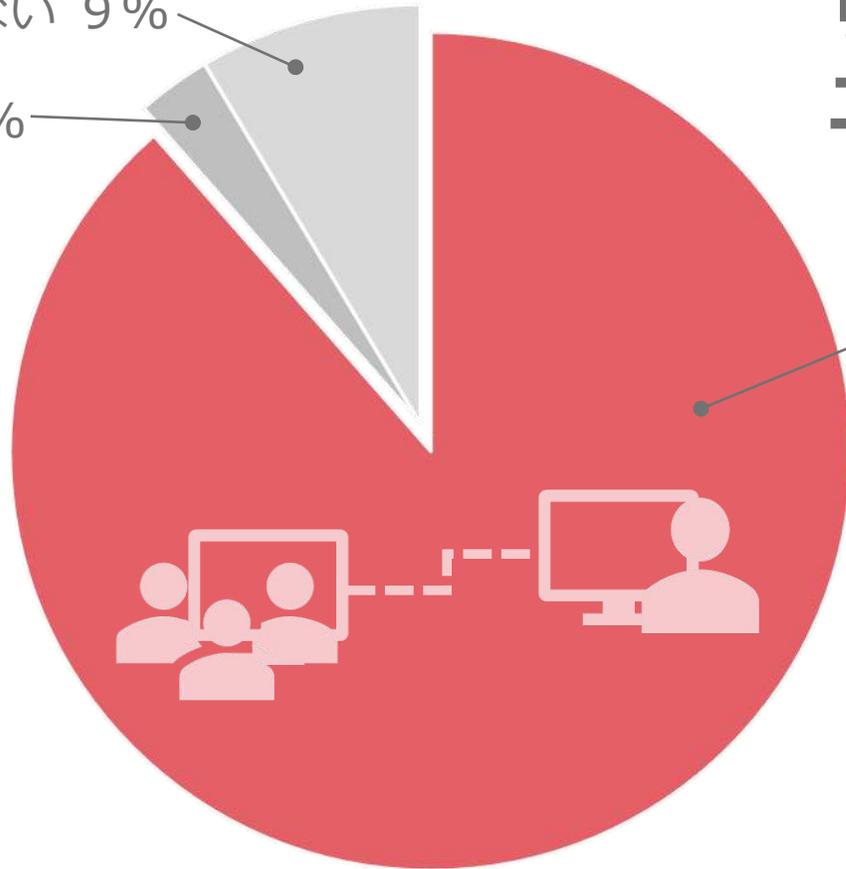


Q5

今後、リモート営業（非対面の営業）のニーズは増えていく
と思いますか？（単一回答） n=315

どちらともいえない 9%

そう思わない 3%



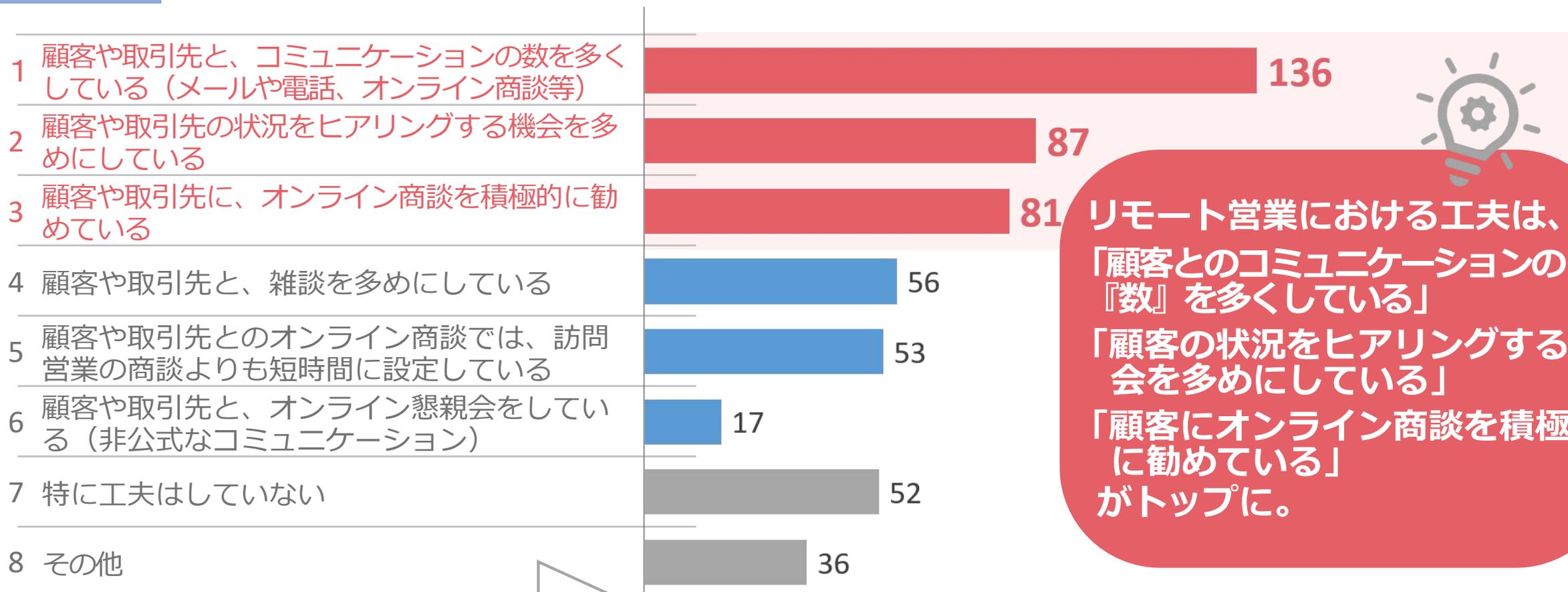
リモート営業（非対面の営業）の ニーズは増える

88%



Q6

リモート営業（非対面の営業）にて、実践している「売り方の工夫」は何ですか？（複数回答） n=315



リモート営業における工夫は、「顧客とのコミュニケーションの『数』を多くしている」「顧客の状況をヒアリングする機会を多めにしている」「顧客にオンライン商談を積極的に勧めている」がトップに。

「商談ツールを充実させている」（例「魅力的な資料の作成」「事例集の提供／オンラインユーザー会との併用」「マーケティングオートメーションの活用」「あえてアナログな手紙を同時に送付」、「デリバリー（伝え方）の工夫をしている」（例「商談前に資料を顧客と共有」「オンライン商談ではリアクション（うなずき、笑顔）を大きめにする」「ゆっくり、丁寧に、ロジカルに話す」「画面上の印象コントロール」等）

Q7

リモート営業（非対面の営業）と、訪問営業（対面の営業）で、何か違いを感じることはありますか？ メリット、デメリット、何でもかまいませんので、自由に教えてください。（自由回答） n=213

メリットを感じる

- 「移動時間の削減」「商談時間の短縮化」「時間効率がよくアポ数が増」
- 「移動コストの削減」
- 「会議室予約等、場所確保のための手間が削減」
- 「社内外の関係者の商談同席率が上がった」
- 「遠方顧客との商談機会が増えた」
- 「既存顧客との関係強化には良い機会となっている」等 ※一部抜粋

デメリットを感じる

- 顧客との関係構築が難しい。「非言語部分が相手に伝わらない難しさ」（例：営業担当者の人柄、人間力／熱意／個性やキャラ等）、「相手の非言語部分がこちらに伝わらない難しさ」（例：顧客の反応、表情、仕草、その場の雰囲気等）
- 情報収集が難しい。「相手の視覚情報が入らない」（例：顧客先のオフィス環境が見えない）「顧客先でちょっとした立ち話がなく、ビジネス機会に拡がらない」
- ノンバーバルコミュニケーションが難しく、「新規顧客との商談が難しい」「顧客とのリレーションづくりに難航」「契約に向けたクロージングの難易度が高くなった」
- 「新規開拓の営業活動ができない」等 ※一部抜粋

従来の訪問営業（対面の営業）からリモート営業（非対面の営業）に移行することにもない、これまで蓄積された「暗黙スキル」が使えなくなったことが伺える。

調査を終えて

対面営業が自粛され、非対面型であるリモート営業が急速に拡大する状況下、営業現場では試行錯誤している様子が多く伺えた。

リモート営業では、ノンバーバルのコミュニケーションの難しさが浮き彫りになっていると思われる。

つまり、リモート営業によって、これまで営業従事者が積み上げてきた**暗黙スキル**（相手の反応や表情から察知する力、熱意を伝える等）が使えなくなったことが伺えた。

さらにリモート営業における困り具合は、「**オンライン経験値**」（自社／顧客先の双方）ならびに「**業種・業界**」によって違いが出ている声も、多く挙げられた。

今回の調査では、リモート営業のニーズは増えていくと88%が答えた。営業従事者は、リモート営業の特性に合わせて、営業活動の提供方法等を見直す工夫も今後求められるだろう。

一方で、リモート営業が拡大するからこそ、**対面型の営業の価値**がより一層高まることも想像に難くない。

人間同士の温かさ、人と人との繋がりは、リモート営業では叶えられない強みである。

※本内容は、調査結果に基づいた当団体独自の意見としてお読みください。

団体概要

営業部女子課とは？

営業部女子課とは、2009年に立ち上げた、営業女子の活躍を目的とした全国コミュニティです。（2020年4月現在、登録数約3800人）

女性営業職の活躍を拡げることで、結果あらゆる人が輝きながら働ける社会創造を目指しています。



団体名称：一般社団法人 営業部女子課の会

代表理事：太田彩子

事業内容：営業女子コミュニティネットワークの運営／女性営業職の活躍にかかわる各種支援

所在地：東京都港区南青山3丁目8番40号 青山センタービル2階

本調査におけるお問合せ先

担当：太田

info@eigyobu-joshika.jp

<https://eigyobu-joshika.jp/main>