

CONTENTS

はじめに	iii
調査概要	x
調査目的	x
調査内容	x
調査手法	x
調査期間	x

1. 働き方の変化とテクノロジーの浸透

1

1-1 「働き方」の再考	2
生産年齢人口の減少	2
ワーク・ライフ・バランスの再考	3
過労死問題からの再考	6
女性の社会進出からの再考	9
2018 年 働き方改革関連法案の可決	14
1-2 「社会」の変化と働き方	16
東日本大震災と個人の意識変化	16
新型コロナウイルスの感染拡大とテレワーク推進	17
1-3 企業のテクノロジー活用の状況	19
デジタルトランスフォーメーションと 2025 年の崖	19
デバイス・クラウドサービスの拡大	21
1-4 BtoB の営業組織が抱える課題と Sales Tech	26
営業の標準化と SFA/CRM	26
SFA/CRM 導入に残されている課題	29
顧客情報と名刺管理システム	30
顧客の行動変容と BtoB マーケティング	31
マーケティングと営業をつなぐインサイドセールス	31
コロナ禍で進んだオンライン商談	32
SaaS 市場の拡大とカスタマーサクセス	36
「The Model」 BtoB 営業組織における分業と協業	39

2. Sales Tech 市場動向 41

SFA/CRM.....	43
【ワンプラットフォーム SFA】	43
Salesforce Sales Cloud (セールスフォース・ドットコム).....	43
Dynamics 365 (日本マイクロソフト).....	45
Oracle CX Sales (日本オラクル).....	46
HubSpot Sales Hub (HubSpot).....	47
Zoho CRM (ゾーホージャパン).....	48
ちきゅう (ジーニー).....	50
【グループウェア連携 SFA】	50
Sales Force Assistant (NI コンサルティング).....	50
kintone (サイボウズ).....	52
Knowledge Suite (ナレッジスイート).....	53
【営業支援特化 SFA】	54
e セールスマネージャー (ソフトブレイン).....	54
Senses (マツリカ).....	55
JUST.SFA (ジャストシステム).....	57
ネクスト SFA (ジオコード).....	57
【訪問営業特化の SFA】	58
UPWARD (UPWARD).....	58
Cyzen (レッドフォックス).....	60
SFA/CRM 総括.....	60
名刺管理システム.....	61
Sansan (Sansan).....	61
SmartVisca (サンブリッジ).....	62
ホットプロファイル (ハンモック).....	63
名刺管理システム 総括.....	64
オンライン商談システム.....	65
営業に特化した機能を有するシステム	65
bellFace (ベルフェイス).....	65
MiiTel (RevComm).....	66
V-CUBE (ブイキューブ).....	68
汎用的なオンライン会議システム	69
Cisco Webex Meetings (シスコシステムズ).....	69
Zoom (Zoom Video Communications, Inc).....	70
Google Meet (Alphabet).....	71
オンライン商談システム 総括.....	72
インサイドセールス支援.....	73
ブリッジインターナショナル.....	73
ネクスウェイ.....	74
セレブリックス.....	74
スマートキャンプ.....	75
SALES ROBOTICS.....	75
エムエム総研.....	76

インサイドセールス支援 総括	77
ABM / ターゲティングシステム	78
ランドスケイプ (uSonar)	78
FORCAS (FORCAS)	79
インテIMATE・マージャー (Select DMP)	79
Baseconnect (Musubu)	80
Rockets (makibisi)	81
ABM / ターゲティングシステム 総括	82
BI ツール	83
MotionBoard (ウイングアーク 1 s t)	83
Tableau (Tableau Software)	85
Domo (Domo)	86
BI ツール 総括	87
セールス・イネーブルメントツール	88
Handbook (アステリア)	88
Sales Doc (Innovation & Co.)	89
Asales (ストックマーク)	90
セールス・イネーブルメントツール 総括	92
2021 年注目の Sales Tech / トレンド	93
オンライン商談のさらなる浸透 新規企業の参入も	93
営業のオンライン化で音声解析も進化	93
金融・保険業界向けソリューションの流行	94
営業担当者育成・オンライン商談の事前準備に活きるテクノロジー	94
BtoB 営業に欠かせないマーケティング関連の注目トピック	94
BtoC 営業 注目の Sales Tech は	95
営業組織が活用できる HRTech にも注目	95
新トレンドとしての計画支援・インセンティブ管理	95
日本発 業界注目のプロダクトが同時期にローンチ	96
注目の Sales Tech 総括	96

3. 単純集計 97

調査概要	98
ウェブアンケートの質問項目	99
回答者のプロフィール	101
回答者の年代	101
回答者の業種	102
回答者の役職	104
回答者の所属部門	105
回答者の企業規模	107
回答者のビジネス形態	108

営業支援予算の状況	109
回答者の予算支援への関わり方	109
営業支援予算を統括する部門	110
営業支援予算の傾向	111
営業支援ツールの導入・活用状況	112
営業支援ツール	112
導入済みツールの活用状況	113
今後導入を検討しているツール	115
営業育成の方法	116
導入中の営業育成方法	116
営業育成手法と売上貢献度	117
今後導入を検討している育成手法	118
新しい営業のスタイル	119
インサイドセールス・カスタマーサクセス・マーケティング部門の導入	119
新しい営業手法の売上貢献	119
営業組織が抱える課題	121
新型コロナウイルスの感染拡大による影響	121
新規顧客獲得に関する課題	122
既存顧客へのアップセル・クロスセルに関する課題	123
営業担当者の採用・育成	124
営業担当者の評価・マネジメント	125
マーケティングの状況	126
営業支援システムの活用	127
営業活動におけるデータ活用	128
ニューノーマルな働き方・オンライン商談	129
テレワークの状況	129
オンライン商談への取り組み	132
今後取り組むべき課題	134
営業支援ツールの選定	136
評価指標	136
選定基準	137

4. クロス集計 139

役職別集計	140
営業支援予算への関わり方	140
営業支援ツールの活用度合い	141
営業育成手法と売上貢献	147
新しい営業手法の貢献度	149
営業活動の課題	151

従業員数・年間売上規模別	155
営業支援予算の傾向	155
営業支援ツールの導入	165
営業担当者の育成手法	167
新しい営業手法の導入	169
営業の仕組みと成果	175
ニューノーマルの働き方	189

A. 巻末付録(2章引用元) 201

SFA/CRM	202
セールスフォース・ドットコム	202
日本マイクロソフト	202
日本オラクル	203
HubSpot	203
ゾーホージャパン	204
ジーニー	204
NI コンサルティング	204
サイボウズ	205
ナレッジスイート	205
ソフトブレイン	206
マツリカ	206
ジャストシステム	207
ジオコード	207
UPWARD	208
レッドフォックス	208
名刺管理システム	209
Sansan	209
サンブリッジ	210
ハンモック	210
オンライン商談システム	211
ベルフェイス	211
RevComm	212
ブイキューブ	213
シスコシステムズ	213
Zoom Video Communications, Inc	214
Alphabet	215
インサイドセールス支援	216
ブリッジインターナショナル	216
ネクスウェイ	216
セレブリックス	216
スマートキャンプ	217
SALES ROBOTICS	217
エムエム総研	218

ABM / ターゲティングシステム	218
ランドスケイプ	218
FORCAS	218
インティメート・マージャー	219
Baseconnect	219
Rockets	220
BI ツール	220
ウイングアーク 1 s t	220
Tableau Software	221
Domo	222
セールス・イネーブルメント	222
アステリア	222
Innovation & Co.	223
ストックマーク	223
注目の SalesTech 引用	224