

2021年5月20日

Jストリーム、コロナ禍における法人営業の変化について、企業に所属する営業担当者 2,000 人にアンケートを実施

～ コロナ禍で受注数増となった企業と、受注数減となった企業の営業手法を比較 ～

株式会社Jストリーム(マザーズ:4308 代表取締役社長:石松 俊雄、以下Jストリーム)は、全国の法人営業に関する職務につく方2,038人に対して、コロナ禍以前以後でどのように法人営業環境が変化し、その中でどのような取り組みを行ったかを調査しました。

■調査サマリー

本調査は製造業、IT関連業、金融・保険業などの法人営業に関わる業種全般を対象として実施いたしました。本プレスリリースでは結果の一部をご紹介します。

・コロナ禍以降で45.5%の企業で受注数が減少。

商談数自体が減少しており、既存顧客商談数は66%の企業で減少、新規顧客商談数は54.7%の企業で減少。

・コロナ禍で受注数が増えている企業の取り組みを見ると、受注数が減少している企業の取り組みとは明確な違いが存在。

■調査結果

(1) 商談機会・受注数のへの影響

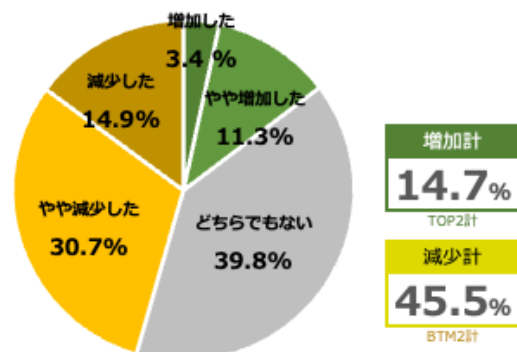
45.5%の企業が受注減少したと回答

顧客商談数の減少が大きく影響しており、コロナ禍以前から企業のデジタル化自体は一定進んでいたものの、在宅勤務やリモートワーク環境で利活用できるまでには至らず。

受注数の増減

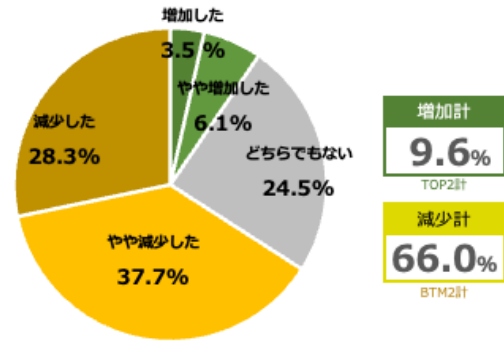
受注数は減少傾向にあります。

また、既存顧客だけでなく新規顧客との商談機会が大きく減少したことが影響していることが見受けられます。



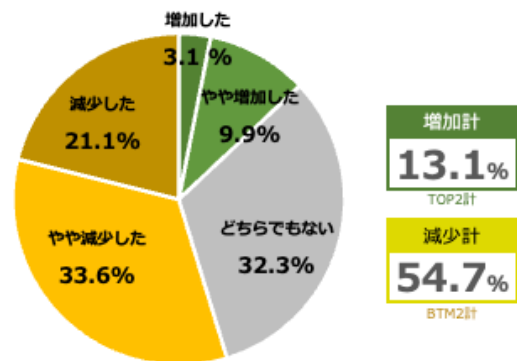
既存顧客との商談機会の増減

コロナ禍で既存顧客との商談機会は減少傾向となっています。



新規顧客との商談機会の増減

コロナ禍で新規顧客との商談機会は既存顧客の傾向と同様に大きく減少しています。



(2) 受注数が増加している企業のコロナ禍での取り組み

受注数が増えている企業の対応は、Webサイト制作や改善、SNS活用、オフィス訪問など多岐にわたる。

受注数が減少している企業は、オフィス訪問、Webサイト制作や改善、テレポなどのコロナ禍以前からの取り組みに対する依存割合が、受注数が増加している企業より高い結果となった。

全体	受注増(%)		受注減(%)		ポイント差
ランク	全体	(299)	全体	(928)	
1	Webサイト制作や改善	41.1	オフィス訪問	47.4	-9.0
2	SNSの活用	38.8	Webサイト制作や改善	42.1	-1.0
3	オフィス訪問	38.5	テレホン・アポイントメント	32.8	-7.7
4	インターネット広告	36.1	動画の活用	31.9	3.2
5	動画の活用	35.1	インターネット広告	30.5	5.6
6	メールマガジン	29.4	メールマガジン	28.6	0.9
7	テレホン・アポイントメント	25.1	SNSの活用	26.3	12.5
8	オンライン展示会	23.7	オンライン展示会	25.9	-2.1
9	リアル展示会(施設来訪型展示会)	22.1	リアル展示会(施設来訪型展示会)	25.2	-3.1
10	ダイレクトメール(ハガキ/封書)	21.4	ダイレクトメール(ハガキ/封書)	22.0	-0.6
11	ハイブリッド展示会 (オンラインとリアル展示会の融合)	18.7	ハイブリッド展示会 (オンラインとリアル展示会の融合)	13.3	5.5
12	ポスティング	12.4	ポスティング	9.2	3.2
13	位置情報広告	7.7	位置情報広告	2.4	5.3

(3) 受注数が増えている企業の今後の取り組み

受注数が増えている企業は、今後の取り組みとして、オンライン展示会、インターネット広告、動画の活用、Webサイト制作や改善を選択。

受注数が減少している企業は、今後の取り組みとして、ハイブリッド展示会、オンライン展示会、SNSの活用を重視。業界全体では依然顧客とのフェイストウフェイスコミュニケーションを望む傾向が高いものの、受注増企業はコロナ禍での経験を踏まえ、よりデジタルに重点を置いたステップに移行している事が見て取れます。

全体	受注増(%)		受注減(%)		ポイント差
ランク	全体	(299)	全体	(928)	
1	オンライン展示会	19.7	ハイブリッド展示会 (オンラインとリアル展示会の融合)	23.0	-10.2
2	インターネット広告	15.4	オンライン展示会	21.3	-1.6
3	動画の活用	15.1	SNSの活用	15.3	-4.6
4	Webサイト制作や改善	15.1	動画の活用	14.3	0.7
5	ハイブリッド展示会 (オンラインとリアル展示会の融合)	12.7	インターネット広告	11.9	3.5
6	SNSの活用	10.7	Webサイト制作や改善	10.1	4.9
7	リアル展示会(施設来訪型展示会)	9.0	リアル展示会(施設来訪型展示会)	8.4	0.6
8	位置情報広告	9.0	メールマガジン	6.7	1.0
9	メールマガジン	7.7	位置情報広告	5.6	3.4
10	オフィス訪問	7.0	オフィス訪問	4.3	2.7
11	テレホン・アポイントメント	6.7	ダイレクトメール(ハガキ/封書)	4.2	1.8
12	ダイレクトメール(ハガキ/封書)	6.0	テレホン・アポイントメント	3.8	2.9
13	ポスティング	2.3	ポスティング	2.7	-0.4

■本調査の評価とインプリケーション

今まで「会う」ということ自体が最大の価値だった法人営業において、コロナ禍は大きな転換点となりました。昨今のDX(デジタルトランスフォーメーション)の流れにそって、業務自体はデジタル化をしていましたが、今後は真に活用できるデジタルシフトとその熟練が鍵となります。

オンライン展示会はその活用増加が見込まれますが、実施にあたっては、展示会自体の開催だけでなくオンライン集客や顧客の情報管理など、裏側の仕組みも整える必要があります。そのためには人材育成が必要ですが、画一的な教育だけでなく、取り組みと改善の一連の流れを実体験し、ノウハウとして蓄積することが重要と言えます。

■調査レポートのご提供について

下記サイトより製造業、IT関連業、金融・保険業を対象とした調査レポートが取得いただけます。

<https://adbiz.stream.co.jp/markest/>

■Jストリームの法人営業ソリューション

Jストリームでは法人営業をデジタル面で支援する様々なソリューションを取り揃えています。弊社のソリューションはデジタル施策を提供するだけでなく、企業の担当者と共に仕組みの構築と改善を繰り返し、柔軟かつ持続的な法人営業環境を共創することを目標としています。

■株式会社Jストリームについて

Jストリームは1997年の設立以来、動画配信を主軸に事業展開を続けております。

自社で保有・運営する独自のコンテンツ配信ネットワーク(CDN)を活用した動画配信に加え、これまで積み上げてきたノウハウを活かした動画の企画・制作・運用やWebサイト制作、システム開発、動画広告による収益化支援まで総合的なサービスとソリューションを提供することで、あらゆる企業活動における動画の活用を支援しています。

社名(商号) : 株式会社Jストリーム (英文: J-Stream Inc.)
証券コード : 4308(東証マザーズ)
設立 : 1997年5月
資本金 : 21億8,237万円(2021年3月末現在)
代表者 : 代表取締役社長 石松 俊雄(いしまつ としお)
事業内容 : (1)ネットワークシステムにおける、動画データ及び各種情報の提供サービス業
(2)ネットワークシステムを利用した会員情報管理、商取引、決済処理に関する受託業
(3)デジタルコンテンツ、出版物の企画・制作・販売及び賃貸業
(4)ネットワークシステムに関するハードウェア・ソフトウェア・付帯サービスの企画開発、運営、制作、販売、輸出入・賃貸及び代理店業
(5)広告・宣伝に関する企画・制作及び代理店業
(6)1から5に関連するコンサルティング、調査、分析、研究等
URL : <https://www.stream.co.jp/>
本社 : 〒105-0014 東京都港区芝 2-5-6 芝 256 スクエアビル 6階
Tel 03-5765-7000 Fax 03-5765-3520
西日本営業所 : 〒530-0003 大阪府大阪市北区堂島 2-4-27 新藤田ビル 5階
Tel 06-4796-6160 Fax 06-4796-6166

■お問い合わせ先

株式会社Jストリーム 管理本部 法務・広報部 (担当:常富)

Tel 03-5765-7744

Email 用コンタクト URL: <https://www.stream.co.jp/contact/>