

2025年2月18日

HubSpot Japan株式会社

営業担当者・責任者の生成AI活用経験は約3割。年代が上がるほど「認知しているが活用していない」層が拡大
20代の約7割が営業を「転職や起業の足がかり」に、30代以上の約半数が「エキスパートや管理職を目指す」と回答

日本の営業に関する意識・実態調査2025の結果をHubSpotが発表

CRM(顧客関係管理)搭載のカスタマープラットフォームを提供するHubSpot Japan株式会社(日本法人所在地:東京都千代田区、代表:ダン・ボグナー、以下「HubSpot」)はこのたび、第6回「日本の営業に関する意識・実態調査2025」を実施しました。

HubSpotは2019年から「日本企業の売上を支える営業組織の現状と課題を明らかにし、日本の営業組織の次のステップを考察する」ことを目的に、法人営業に関する実態と意識の調査結果を発表しています。

21世紀に入り約四半世紀という節目のタイミングで実施した今回の調査は、営業スタイルやキャリア観、テクノロジー活用に対する意識に世代間の違いがあるのかを確認することを目的として実施しました。また2019年から継続的に収集している時系列データをもとに、テレワークやCRMの普及、業務における生成AIの浸透など、時代とともに移り変わる働き方・意識の変化を洗い出し、営業組織がどのように成果を高めていくべきかを探ることも目指しました。

【調査結果ハイライト】(一部抜粋)

- 営業職に就いた時点で、現在20代の約7割が営業を転職や起業の足がかりと捉えていた一方、30代以上は半数以上が「営業を極めていく」前提だった。同じ職場でも営業というキャリアに対して異なる考え方が存在している。
- CRMソフトウェアの導入率はゆるやかに増加中。生成AIの認知と活用には世代別でトレンドが見られた。
- 44歳以下の買い手は、45歳以上の買い手と比較して幅広い要素を重要視しながら購買意思決定を行う。

調査対象:ビジネスシーンにおける「売り手」(経営者・役員、法人営業組織の責任者/担当者)計1,545名及びビジネスシーンにおける商品やサービスの買い手(経営者/役員/会社員)計515名。調査実施概要は最下部に掲載。

本調査結果について、HubSpot Japan株式会社 シニアマーケティングディレクター 伊佐裕也は次のように述べています。

「2019年から継続して実施している本調査は、今回で第6回目となりました。21世紀に入り四半世紀近くが経過した2025年の調査では、世代ごとに異なる営業パーソンの価値観や、時代による意識の変容を探ることをテーマとしています。

本調査の結果をしてみると、20代の約7割が営業を転職や起業の足がかりと捉え、副業や自己啓発に積極的である一方、30代以上では半数以上が“営業を極める”姿勢で営業としてのキャリアをスタートしていることがわかりました。経営者や営業組織のリーダーにとっては、同じ組織の中に様々な価値観を持った人がいることを前提に、一人ひとりの長期的な目標を丁寧に傾聴して組織の中短期目標へとうまくつなぎ込み、双方の目標達成を支援していくことが重要だといえます。



また、生成AIについては、年代が下になるほど活用ハードルが低いことがわかりました。いわゆるデジタルネイティブ層ほど新しいテクノロジーへの抵抗感が少ないのと同時に、年代が上になるほど責任範囲が広がり、導入に伴うリスクを慎重に見極める傾向があるのかもしれませんが。営業組織としては『メール返信の下書き』のようにリスクの少ない業務から生成AIを部分導入し、小さな成功体験を積み重ねていくような進め方が有効でしょう。その際、ツール活用に積極的なメンバーに社内啓蒙の役割を担ってもらうなどすれば、スムーズに個々人の意識やスキルの差を埋めていくことができるかもしれません。

HubSpotは、今後も『使いやすさ、即効性、オールインワン』にこだわったプラットフォームを提供することにより、営業組織が変化する時代の中で多様な価値観を持った従業員の成長を後押しし、事業を持続的に成長させていけるよう支援してまいります」

【調査結果サマリー】

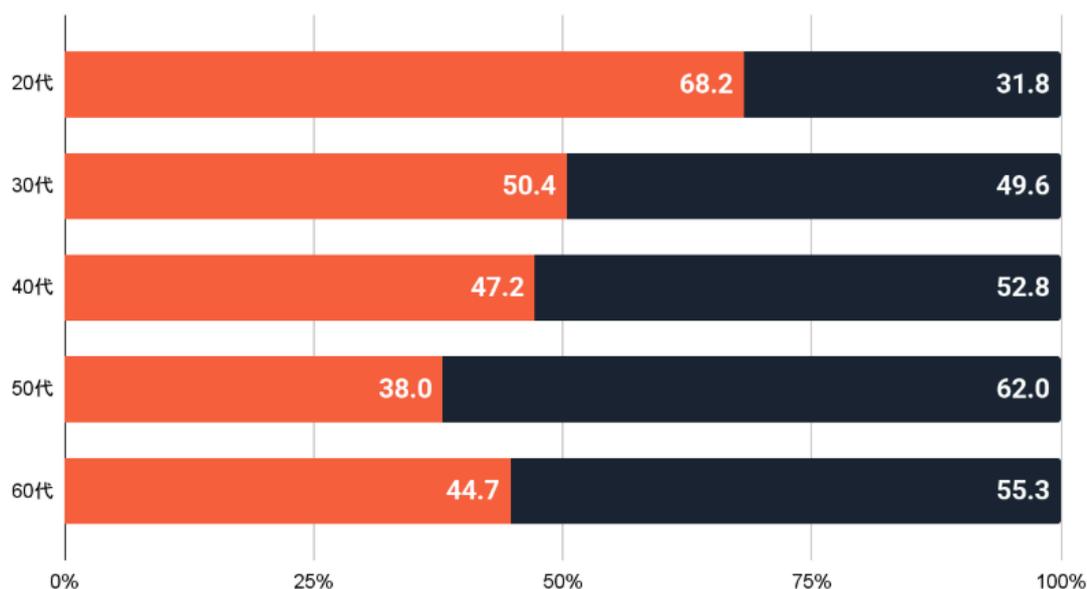
1. 営業職に就いた時点で、現在20代の約7割が営業を転職や起業の足がかりと捉えていた一方、30代以上は半数以上が「営業を極めていく」前提だった。同じ職場でも営業というキャリアに対して異なる考え方が存在している。

【営業というキャリアに対する考え方】

営業担当者と営業責任者に「営業職に就いた際の、営業というキャリアに対する考え」について、「他職種への転向や起業のためのステップとしたい」「営業のエキスパートや営業部門の管理職になりたい」「覚えていない」の三択で尋ねました。その結果、20代の68.2%が「他職種への転向や起業のためのステップとしたい」と回答し、30代以上の各世代においては約半数または半数以上が「営業のエキスパートや営業部門の管理職になりたい」と回答する結果となりました。

営業というキャリアに対する考え方の違い

■ 営業の経験を積んだ上で、他職種への転向や起業のためのステップとしたい
■ 長期的に営業を続け、営業のエキスパートや営業部門の管理職になりたい

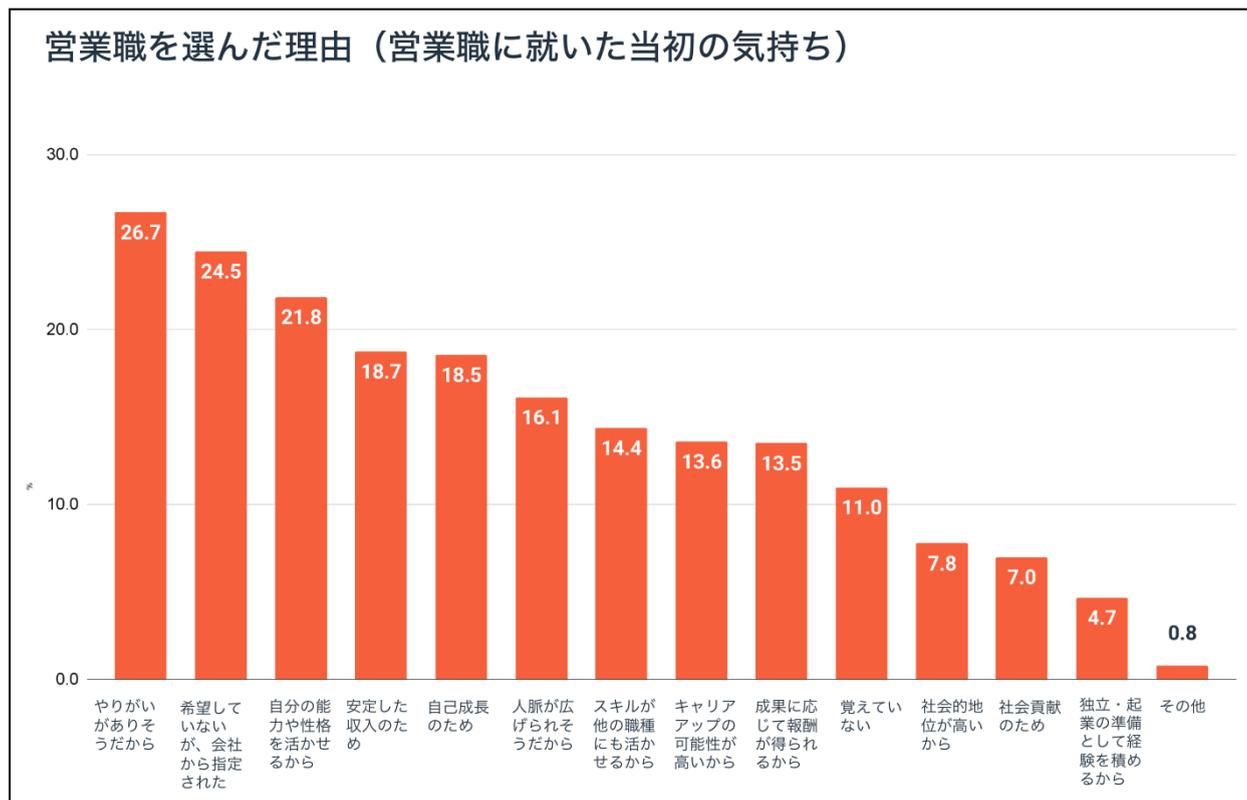


* 「覚えていない」という回答（20代:18.5%, 30代:27.2%, 40代:33.8%, 50代:39.5%, 60代:38.7%）を除いた上で割合を算出

2. 営業職に就いた際の「営業を選んだ理由」としては、「やりがいがありそうだから」(26.7%)
が1位。2位は「希望していないが会社から指定された」(24.5%)。

営業担当者と営業責任者に営業職に就いた際の「営業を選んだ理由」を複数回答で尋ねたところ、「やりがいがありそうだから」(26.7%) が最も多く挙げられ、続いて「希望していないが会社から指定された」(24.5%) が選ばれました。営業のキャリアを通じてやりがいを得られることを想定し積極的に営業職を選んだ層がいる一方、会社側の意向で営業のキャリアを開始するケースも多くある

ことがわかりました。



さらに営業職に就いた時期を「1990年より前」「1990～1999年」「2000～2009年」「2010～2019年」「2020年以降」の5つに分け、それぞれで「営業を選んだ理由」の上位3項目を比較しました。すると、2010年以降に営業職に就いた層では、2009年以前に営業職に就いた層では上位3項目に選ばれなかった「自己成長のため」や「安定した収入のため」がランクインする結果となりました。

営業職に就いた時期	1位	2位	3位
1990年より前	やりがいがありそうだから (32.7%)	希望していないが、会社から指定された (31.6%)	自分の能力や性格を活かせるから (27.6%)
1990年～1999年	やりがいがありそうだから (26.2%)	自分の能力や性格を活かせるから (25.8%)	希望していないが、会社から指定された (25.4%)
2000年～2009年	希望していないが、会社から指定された (26.7%)	やりがいがありそうだから (26.2%)	自分の能力や性格を活かせるから (19.3%)
2010年～2019年	やりがいがありそうだから (28.6%)	自己成長のため (25.6%)	安定した収入のため (24.3%)
2020年以降	希望していないが、会社から指定された (32.7%)	自己成長のため 安定した収入のため 22.0% ※同率	

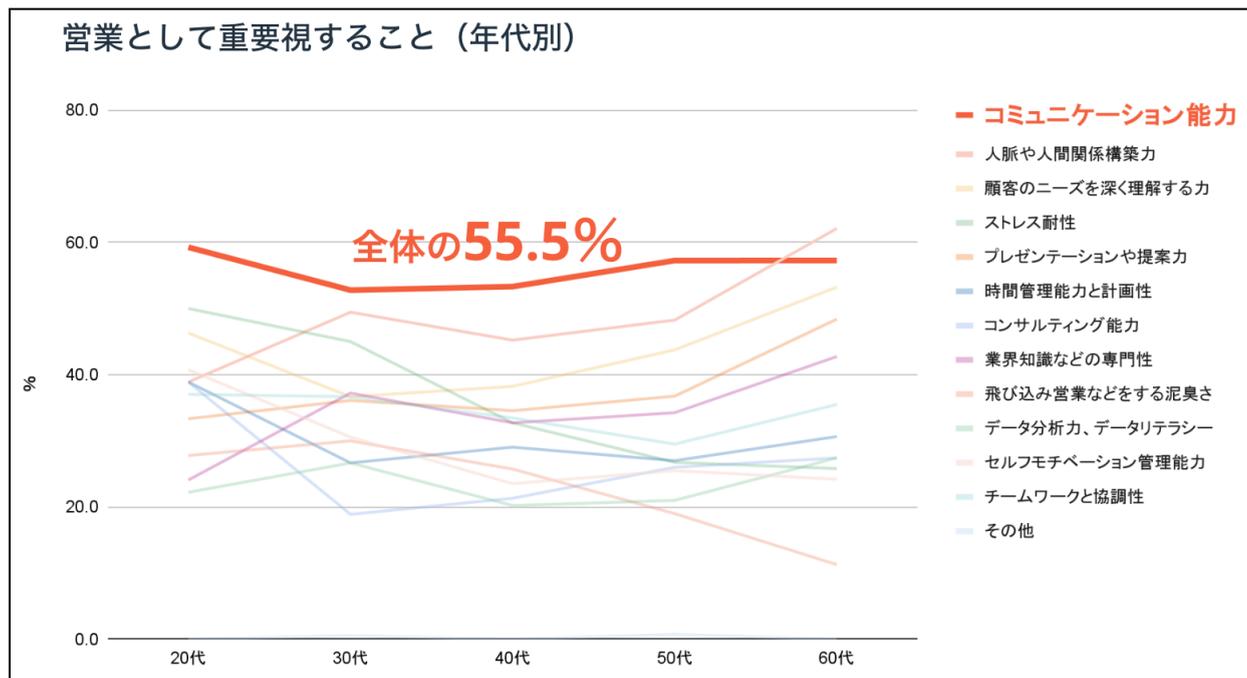
このような結果の背景としては、リーマンショック(2008年)前後に深刻化した世界的な不況・就職難があることが推察されます。自己を成長させなければ安定した収入を得られないといった危機感

が持たれるようになったことで、この時期以降、「自己成長」や「収入の安定」を動機に営業職に就く層が増えたことが考えられます。

3. 営業として**最重要視されるスキルは「コミュニケーション能力(55.5%)」**。一方、それ以外の重視スキルには世代間で違いが見られた。

【営業において大切だと考えていたこと】

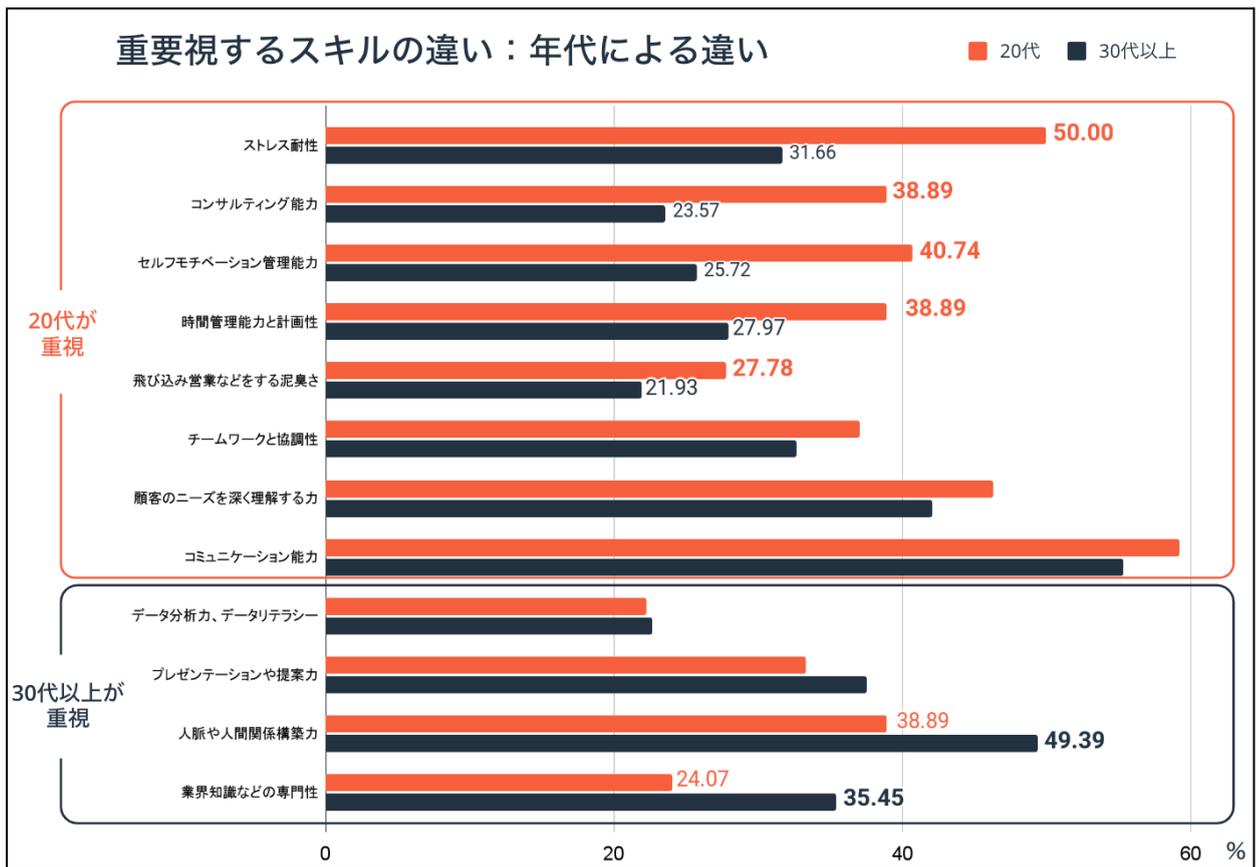
「新卒で就職した頃に営業において大切だと考えていたこと」を複数回答形式で尋ねたところ、全体の55.5%が「コミュニケーション能力」を挙げ、どの世代でも高い割合を示しました。対人折衝や関係構築が欠かせない営業職において、相手の状況や意図を踏まえながら適切なタイミングで、適切な情報を適切な方法で伝える能力は時代や年齢を問わず重視されていることがうかがえます。



■ 20代・30代以上で異なる重点ポイント

さらに、回答を「20代」「30代以上」の2つのグループに分けて比較したところ、両世代とも「コミュニケーション能力」は上位に挙げたものの、それ以外で重視するスキルに関しては違いが見られました。

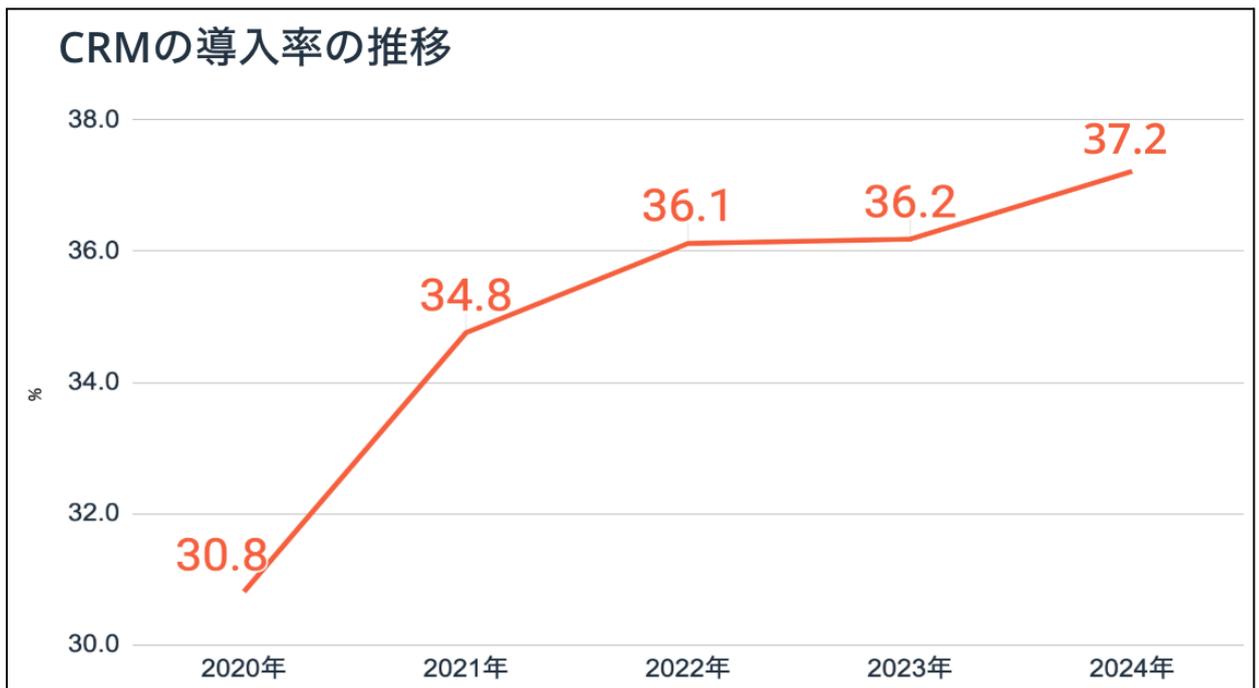
- 20代が重視すること
 - コンサルティング能力
 - セルフモチベーション管理能力
 - 時間管理能力や計画性
 - ストレス耐性
 - 飛び込み営業などをする泥臭さ
- 30代以上が重視すること
 - 業界知識などの専門性
 - 人脈や人間関係構築力



4. CRMソフトウェアの導入率はゆるやかに増加中。生成AIの認知と活用には世代別でトレンドが見られた。

【CRMの導入率】

売り手全体に「所属する企業でどのような方法で顧客情報を管理しているか」を尋ね、そのうち「パソコン/クラウド上でCRMソフトウェアを導入している」と回答した割合を集計しました。その結果、2024年度のCRM導入率は37.2%と、2023年度(36.2%)から1.0ポイント上昇し、わずかではあるもののデジタルシフトが着実に進行している実態がうかがえます。

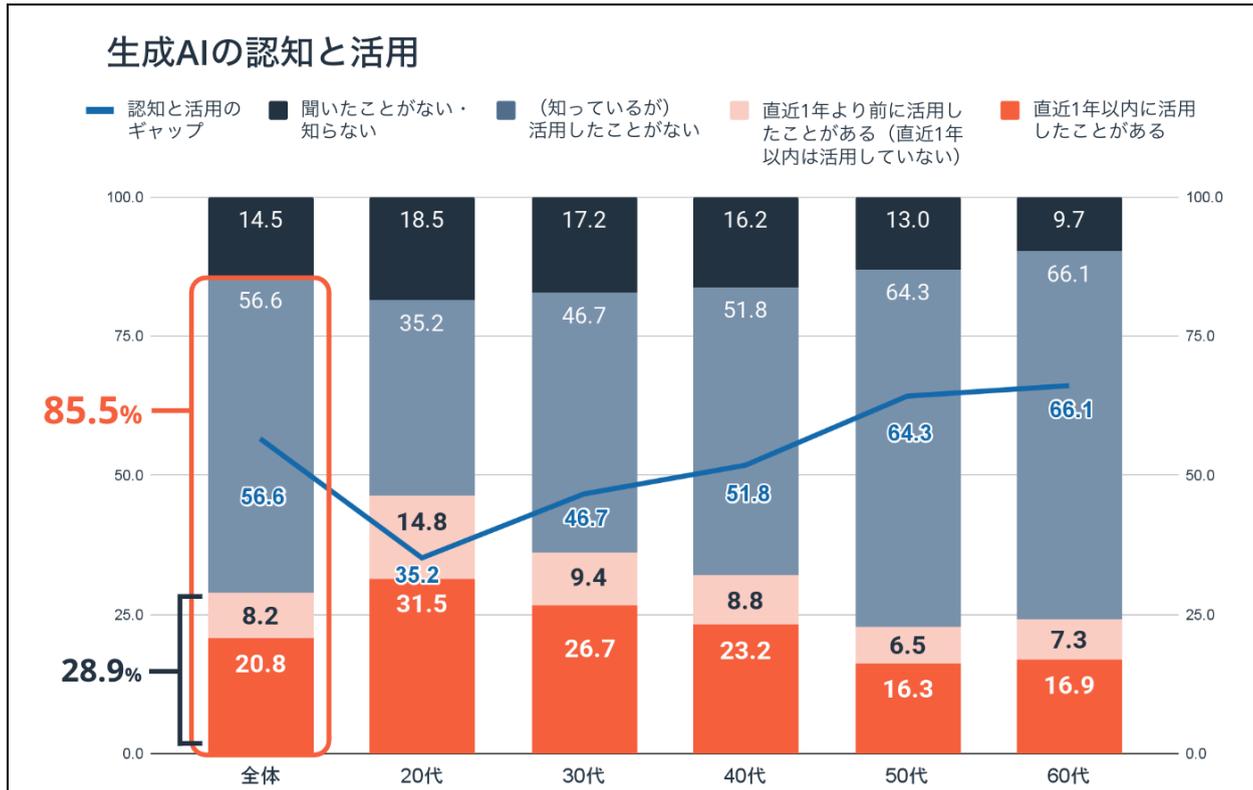


【生成AIの認知と活用】

生成AIを知っているかどうかを営業担当に尋ねたところ、「聞いたことがない・知らない」と回答したのは14.5%で、回答者の85.5%は生成AIについて認識しているという結果となりました。一方、「実際営業活動のために生成AIを活用したことがある」と答えた人はわずか28.9%にとどまり、認知と活用の間に大きなギャップがあることがわかりました。

■ 世代が上がるほど「認知率と活用率の差」が拡大

さらに年代別に見ると、20代では認知率が81.5%、活用率は46.3%と差が35.2ポイントであったのに対し、60代では認知率が90.3%、活用率は24.2%にとどまり、66.1ポイントの差が開く結果となりました。若い世代ほど「認知から実際に使ってみる」までの移行がスムーズである一方、年齢が上がるにつれ、認知はしていても活用には至らない傾向があることがわかりました。



5. 44歳以下の買い手は、45歳以上の買い手と比較して幅広い要素を重要視しながら購買意思決定を行う。

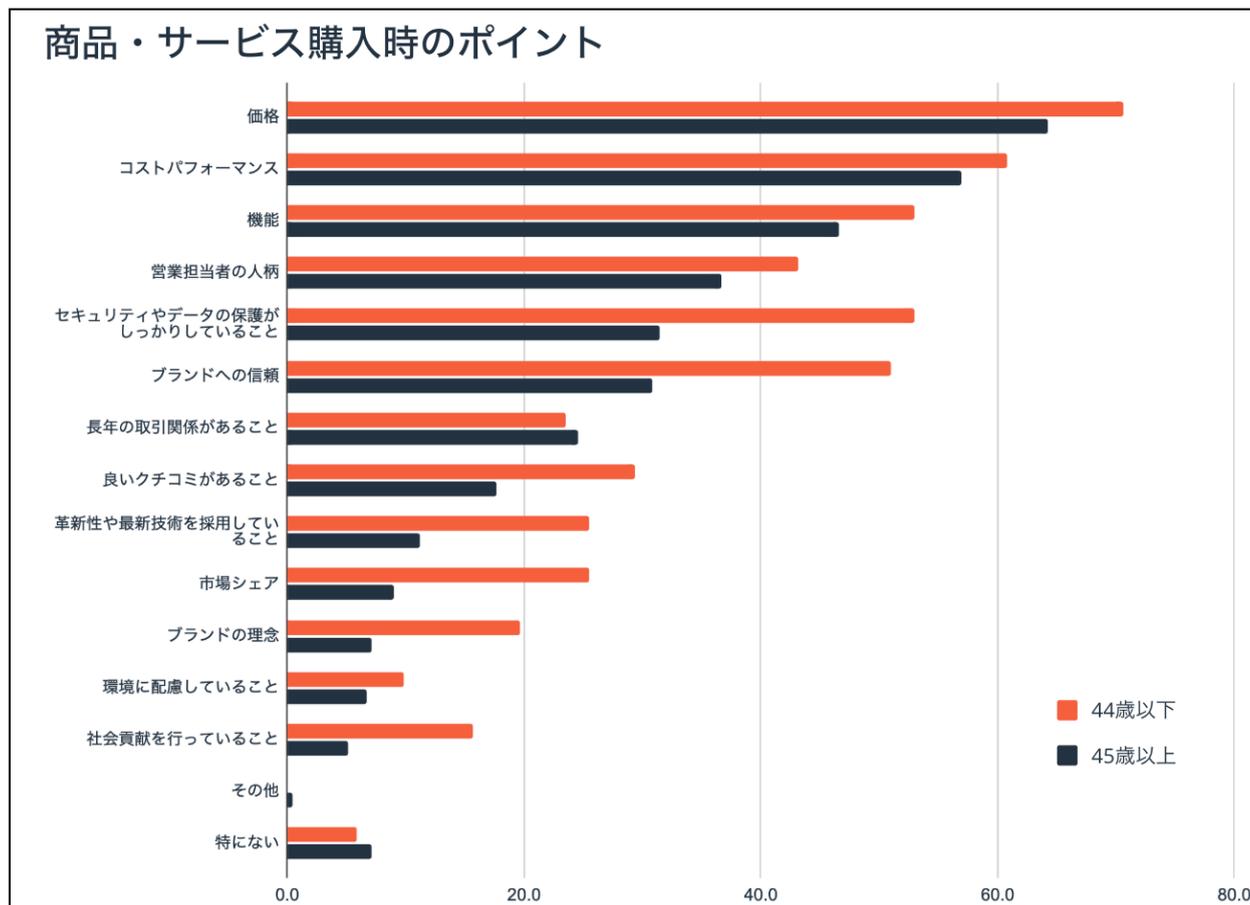
インターネットの普及が飛躍的に進んだ時代に育ったミレニアル世代とそれ以前に育った世代を「44歳以下」「45歳以上」と分けた上で、それぞれの世代が「買い手」として重視することや購買プロセスを調べました。

まず「購入する商品・サービスや企業・ブランドについてどのようなことを重視するか」を複数回答で尋ねたところ、買い手全体では以下のような順番となり、商品の基本的な仕様に関わるような項目はどちらの世代も重視していることがわかりました。

- 価格(64.9%)
- コストパフォーマンス(57.3%)
- 機能(47.2%)

世代別に見ると、44歳以下の回答者は「セキュリティやデータの保護がしっかりしていること(52.9%)」「ブランドへの信頼(51.0%)」など幅広い項目を重視しており、売り手は様々な観点でアピール

をしていく必要性が推察できます。



【『HubSpot年次調査:日本の営業に関する意識・実態調査2025』実施概要】

※本調査において「営業」は「法人営業」を指します

※調査結果は、端数四捨五入の関係で合計が100%にならない場合があります

調査企画・実施 HubSpot Japan株式会社

調査委託先 株式会社マクロミル

調査対象 1. ビジネスシーンにおける「売り手」計1,545名

(経営者・役員515名、法人営業組織の責任者515名、法人営業担当者515名)

※ 売り手側は個人事業に近い企業や大企業の回答を省くため従業員数51名~5,000名に絞って調査

2. ビジネスシーンで商品やサービスの「買い手」となる経営者/役員/会社員

計515名

調査方法 オンライン上でのアンケート調査

実施期間 2024年11月14日~2024年11月15日

調査地域 日本全国

本調査から得られたその他のデータはこちらのページをご覧ください。

<https://www.hubspot.jp/inside-sales>

【会社概要】

会社名 HubSpot Japan株式会社

※日本語の場合「ハブスポット・ジャパン株式会社」と表記ください

日本法人代表者 ダン・ボグナー

設立 2016年2月

営業開始 2016年7月

資本金 500万円

所在地 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 丸の内永楽ビル26F

事業内容 CRM搭載のカスタマープラットフォームの開発、販売、および関連サービスの提供

本社 HubSpot, Inc. (米国マサチューセッツ州ケンブリッジ)

ニューヨーク証券取引所上場(ティッカー:HUBS)

代表者 ヤミニ・ランガン(CEO)

従業員数 全世界 8,200名

【関連リンク】

「HubSpot CRM」 <https://www.hubspot.jp/products/crm>

「Marketing Hub」 <https://www.hubspot.jp/products/marketing>

「Sales Hub」 <https://www.hubspot.jp/products/sales>

「Service Hub」 <https://www.hubspot.jp/products/service>

「Content Hub」 <https://www.hubspot.jp/products/content>

「Operations Hub」 <https://www.hubspot.jp/products/operations>

「HubSpot 公式ブログ」 <https://blog.hubspot.jp/>

「HubSpot for Startups」 <https://www.hubspot.jp/startups>

「HubSpot 日本語コミュニティー」<https://community.hubspot.jp>

「HubSpot アカデミー」 <https://academy.hubspot.jp/>

【本件に関するお問い合わせ先】

HubSpot Japan株式会社 PR担当:丸山

TEL:03-6770-4153 Email:pr-japan@hubspot.com