

## 300社に聞く！「オンライン商談」実態調査

導入企業を感じる利点は、「ウイルス感染対策」「コスト削減」。  
 一方、懸念点は「通信トラブル」「コミュニケーションの難しさ」。

—『人事のミカタ』アンケート—

人材採用・入社後活躍のエン・ジャパン株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：鈴木孝二）が運営する人事向け総合情報サイト『人事のミカタ』（<https://partners.en-japan.com>）上でサイト利用企業を対象に「オンライン商談」についてアンケート調査を行ない、374社から回答を得ました。以下、概要をご報告します。

### 調査結果 概要

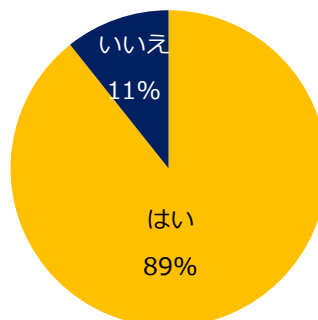
- ★ 89%がオンライン商談を導入。導入率の高い業種は「IT・インターネット関連」「広告・出版・マスコミ関連」「コンサル関連」。低い業種は「不動産・建設関連」「流通・小売関連」「金融関連」。
- ★ 82%が新型コロナウイルス流行を機にオンライン商談を導入。
- ★ オンライン商談の導入企業を感じる利点は「新型コロナウイルス感染対策」「移動・出張のコスト削減」。懸念は「通信トラブルのおそれ」「コミュニケーションの難しさ」。
- ★ オンライン商談を導入しない理由、トップは「対面でないと商材・サービスの案内が難しい」。「今後導入したい」と「今後も導入したくない」は同率に。

### ■ 調査結果 詳細

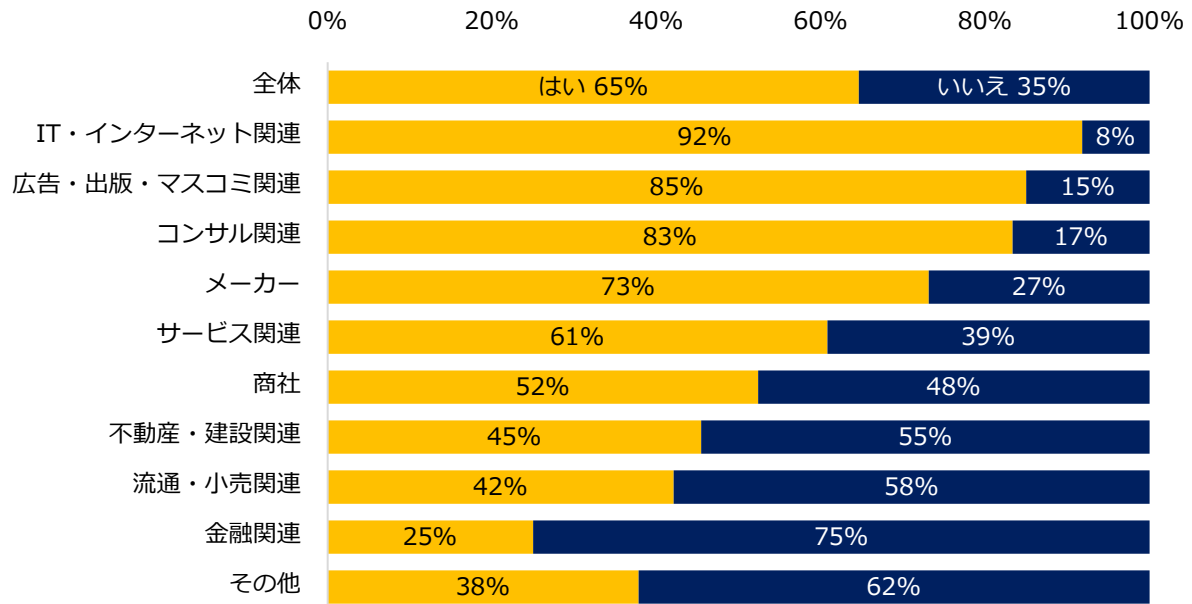
1：89%がオンライン商談を導入。導入率の高い業種は「IT・インターネット関連」「広告・出版・マスコミ関連」「コンサル関連」。低い業種は「不動産・建設関連」「流通・小売関連」「金融関連」。（図1～図3）

オンライン商談の導入状況を伺ったところ、89%が「導入している」と回答しました。業種別に見ると、導入率が80%を越えているのは「IT・インターネット関連」（92%）、「広告・出版・マスコミ関連」（85%）、「コンサル関連」（83%）です。一方、導入率が50%を下回ったのは、「不動産・建設関連」（45%）、「流通・小売関連」（42%）、「金融関連」（25%）でした。企業規模別の結果も、あわせてご報告します。

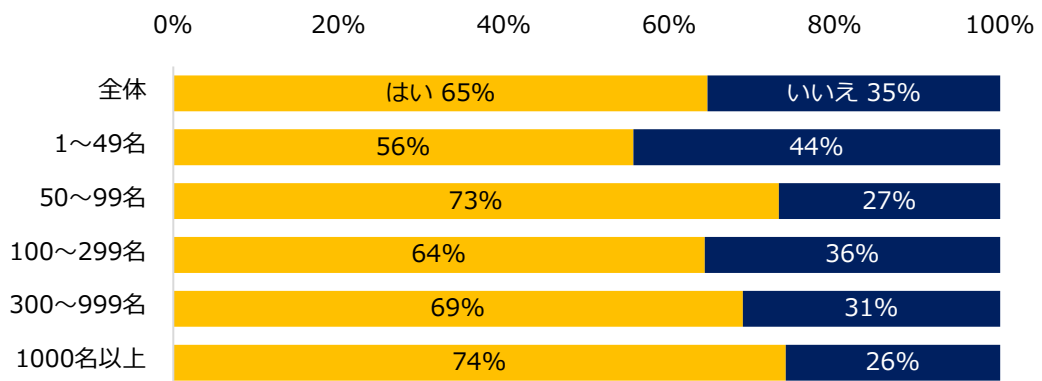
【図1】 現在、貴社ではオンライン商談を導入していますか？



【図2】 現在、貴社ではオンライン商談を導入していますか？（業種別）



【図3】 現在、貴社ではオンライン商談を導入していますか？（企業規模別）



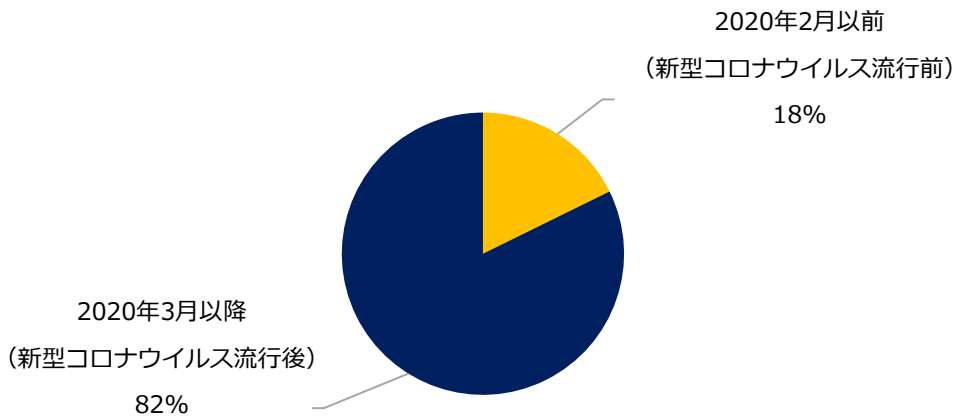
**2：82%が新型コロナウイルス流行を機にオンライン商談を導入。（図4～図6）**

オンライン商談導入企業に導入時期を伺うと、82%が「2020年3月以降（新型コロナウイルス流行後）」と回答。オンライン商談を導入した背景は「新型コロナウイルス感染拡大を受けて」（88%）が最多でした。

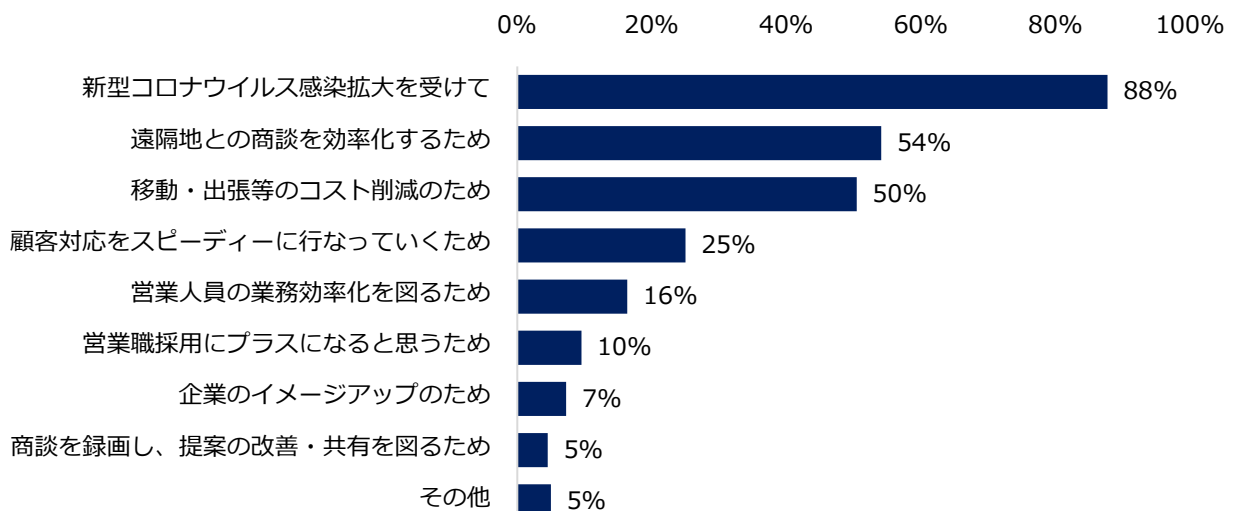
回答した企業からは「新型コロナの影響により、多くの顧客からも非対面を要望されたことが一番の導入要因」（商社／300～999名）、「当初、オンライン商談に懐疑的であった年配の役員も、その便利さとスムーズさに驚き、そこから積極的に実施するようになっていく」（サービス関連／100～299名）といった声がありました。

オンライン商談を実施する際に気をつけたことや工夫点を伺うと、最も多かったのは「事前準備を行なう（カメラやマイク設定、通信環境など）」（85%）でした。

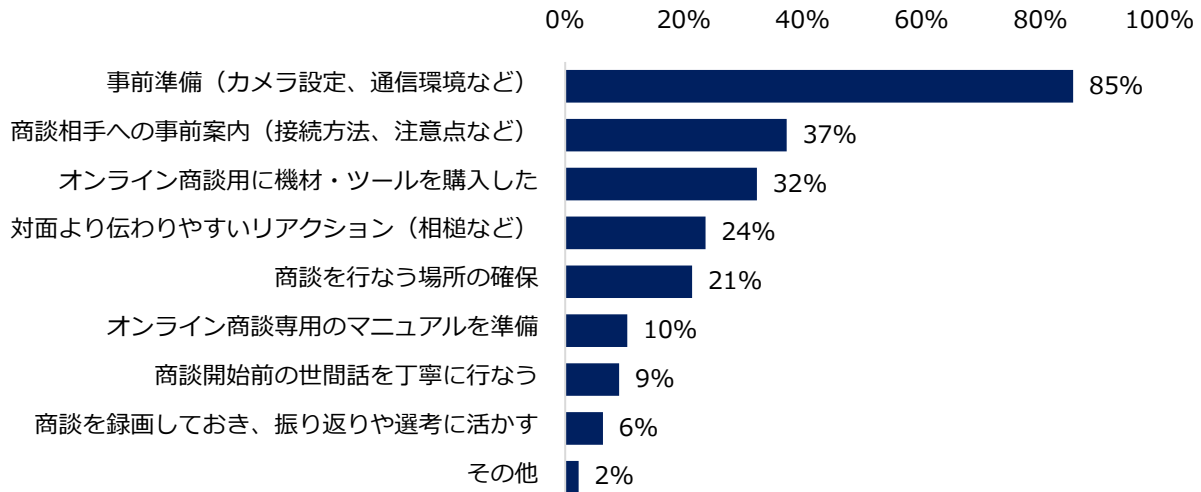
**【図4】「オンライン商談を導入している」と回答した企業に伺います。導入した時期について教えてください。**



**【図5】「オンライン商談を導入している」と回答した企業に伺います。オンライン商談を導入した背景について教えてください。（複数回答可）**



【図6】「オンライン商談を導入している」と回答した企業に伺います。オンライン商談を実施する際に、気をつけたことや工夫点を教えてください。（複数回答可）

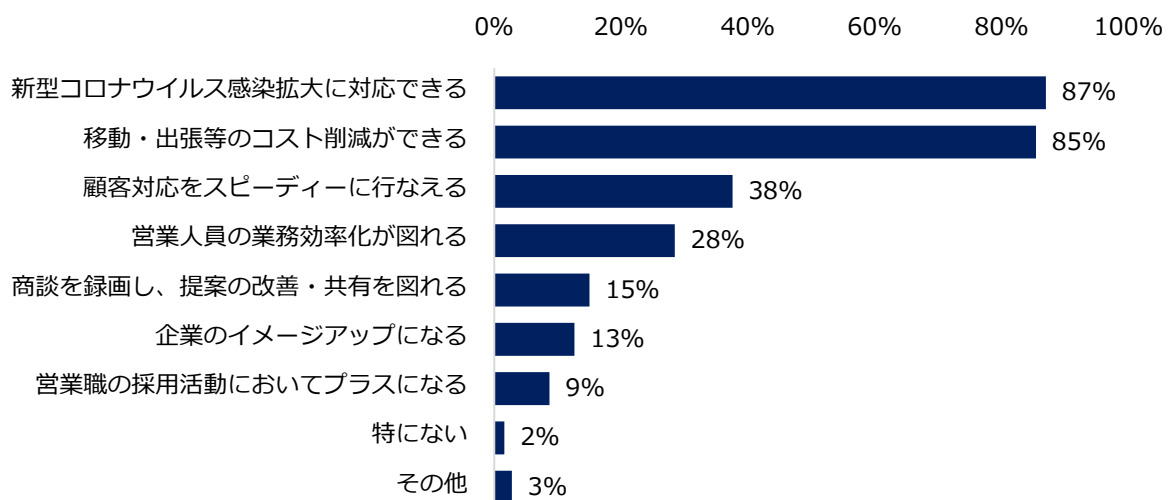


### 3：オンライン商談の導入企業が感じる利点は「新型コロナウイルス感染対策」「移動・出張のコスト削減」。懸念は「通信トラブルのおそれ」「コミュニケーションの難しさ」。（図7、図8）

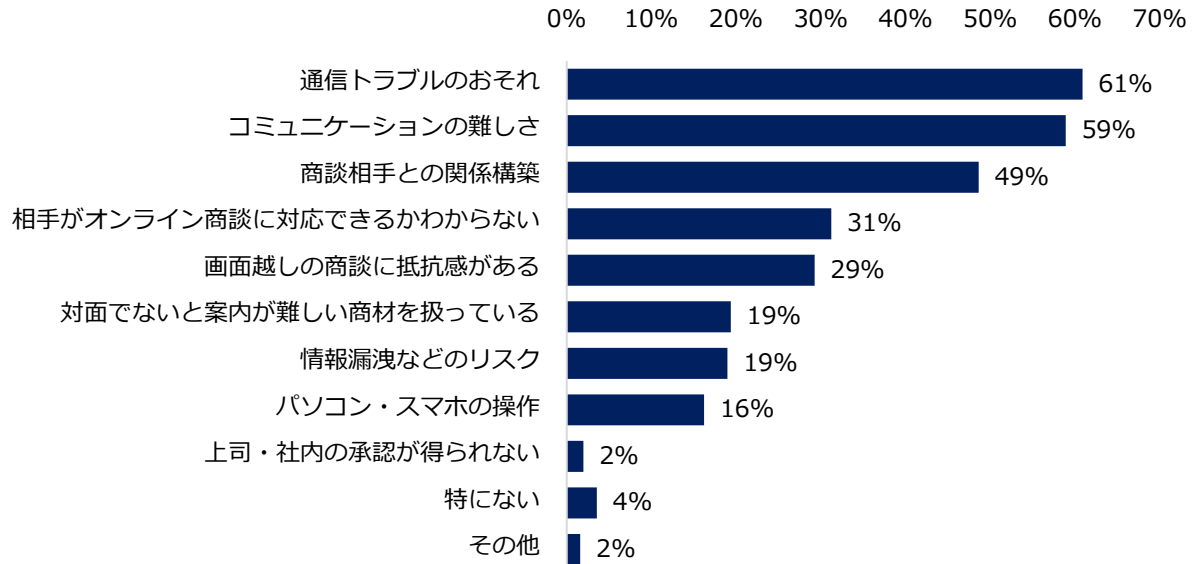
オンライン商談導入企業に、オンライン商談の利点・懸念を伺いました。利点としてあがったのは「新型コロナウイルス感染拡大に対応できる」（87%）、「移動・出張等のコスト削減ができる」（85%）でした。一方、懸念としては「通信トラブルのおそれ」（61%）、「コミュニケーションの難しさ」（59%）でした。

新型コロナウイルスへの対策に加え、オフライン商談よりも時間・費用削減が叶うことにメリットを感じている一方、コミュニケーションがスムーズに行なえるかを不安視していることが伺えます。

【図7】「オンライン商談を導入している」と回答した企業に伺います。オンライン商談について利点に感じるものがあれば教えてください。（複数回答可）



【図8】 「オンライン商談を導入している」と回答した企業に伺います。  
 オンライン商談において懸念に感じることがあれば教えてください。（複数回答可）

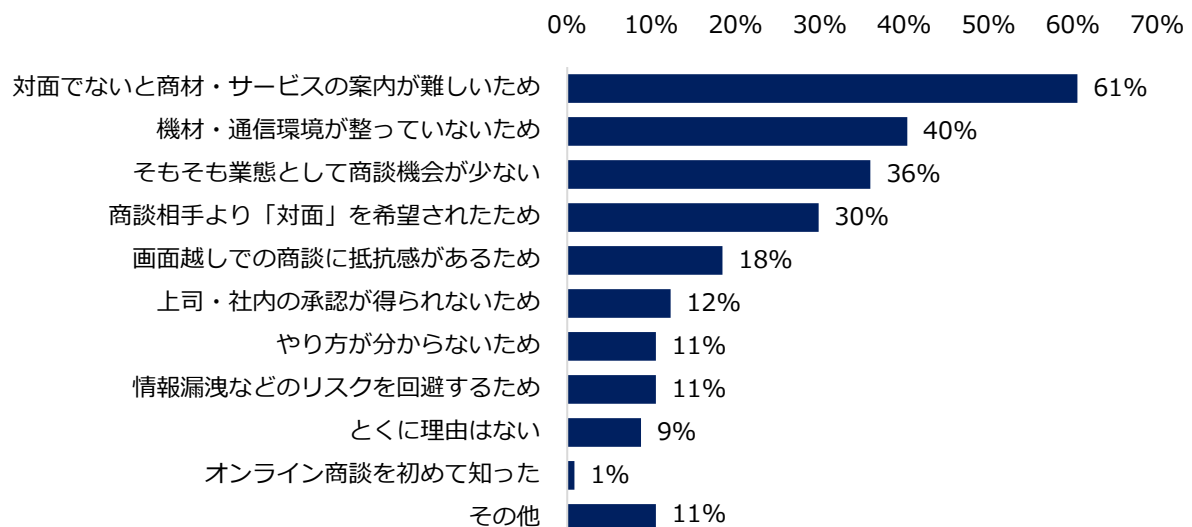


#### 4：オンライン商談を導入しない理由、トップは「対面でないと商材・サービスの案内が難しい」。 「今後導入したい」と「今後も導入したくない」は同率に。（図9、図10）

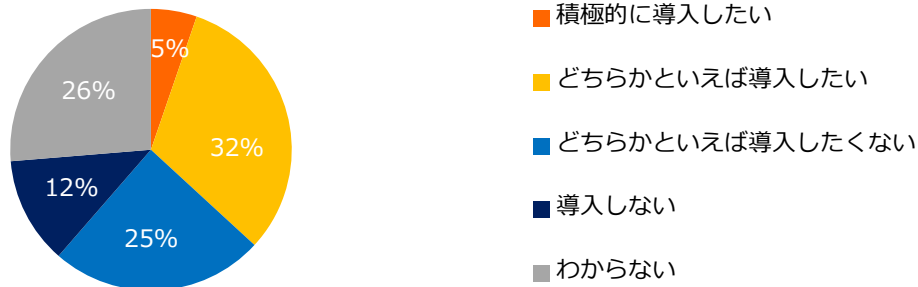
オンライン商談未導入企業に導入していない理由を伺うと、最も多かったのは「対面でないと商材・サービスの案内が難しいため」（61%）でした。次いで、「機材・通信環境が整っていないため」（40%）、「そもそも業態として商談機会が少ない」（36%）が続きます。

「今後、オンライン商談を導入していきたいですか？」と伺うと、「導入したい」（積極的に導入したい：5%、どちらかといえば導入したい：32%）と、「導入したくない」（どちらかといえば導入したくない：25%、導入しない：12%）はどちらも同率で37%でした。それぞれ理由も紹介します。

【図9】 「オンライン商談を導入していない」と回答した企業に伺います。  
 オンライン商談を導入していない理由を教えてください。（複数回答可）



【図10】 「オンライン商談を導入していない」と回答した企業に伺います。  
今後、オンライン商談を実施していきたいですか？（複数回答可）



#### ■ 今後、オンライン商談を「積極的に導入したい」「どちらかといえば導入したい」

- ・資料を見ながら説明するときなどは実施したい。クライアントから求められた場合は即座に対応できるような体制は整えておきたい。（印刷関連業／1～49名）
- ・オンライン商談を取り入れることによって、商談機会が増えるのであれば有意義だと思う。（不動産・建設関連／1～49名）
- ・まだ実績に結びつかない不明瞭な点も多いため検討しているが、時流により導入せざるを得ない課題だと思う。（広告・出版・マスコミ関連／50～99名）
- ・交通費の節約になるので、実施を検討している。（流通・小売関連／100～299名）

#### ■ 今後、オンライン商談を「どちらかといえば導入したくない」「導入しない」

- ・顧客の要望が少ない為。（金融関連／1～49名）
- ・遠隔地での商談ならオンラインで構わないが、移動可能な距離においては現地現物で確認した方が、双方納得した取引になる。（メーカー／50～99名）
- ・対面でないと、営業マンの話が伝わらないと感じるため。（メーカー／50～99名）
- ・システム導入に多くの予算が必要なので、実施は難しいと思う。（物流／100～299名）

※（業種／従業員数）

#### 【調査概要】

- 調査方法：インターネットによるアンケート
- 調査対象：『人事のミカタ』（<https://partners.en-japan.com/>）を利用している企業
- 有効回答数：374社
- 調査期間：2020年10月28日～11月24日

本ニュースリリースに関する問合せ先

広報担当：大原、松田、清水、関、星 <https://corp.en-japan.com/>

エン・ジャパン株式会社

〒163-1335 新宿区西新宿6-5-1 新宿アイランドタワー  
TEL：03-3342-6590 FAX：03-3347-8525 MAIL：en-press@en-japan.com