

**ソフトブレンが、営業部門/マーケティング部門の部門間連携に関する課題調査を実施**  
**連携が満足にできていないと回答したマーケティング担当者は約4割、**  
**リードに対するフォローアップ改善やリードに関する情報不足などの課題が明らかに**



企業競争力向上のためのCRM「eセールスマネージャー」を提供するソフトブレン株式会社（本社：東京都中央区、代表取締役社長：豊田浩文、以下「ソフトブレン」）は、企業で働く営業担当者とマーケティング担当者に対して、部門間連携に関する課題調査を行いました。その結果をもとに、「営業とマーケティングの間にある溝とは？～営業部門/マーケティング部門の部門間連携に関する課題調査～」と題したホワイトペーパーを発行しましたのでお知らせします。

▶ホワイトペーパー完全版 ダウンロードURL：[https://www.e-sales.jp/form/form\\_sm\\_029.html](https://www.e-sales.jp/form/form_sm_029.html)

本プレスリリースでは、全6問の質問内容のうち、一部を掲載しています。調査結果全文をご覧になりたい方は、上記URLよりダウンロードください。

#### ■ 調査概要

調査概要：営業部門/マーケティング部門の部門間連携に関する課題調査

調査方法：「リサピー®」（株式会社IDEATECH）によるアンケート調査

調査期間：2024年10月4日～同年10月6日

有効回答：営業担当者159名、マーケティング担当者139名

#### ■ 調査の背景

近年、ビジネス環境は急速な変化を遂げており、従来の営業手法やマーケティング戦略の見直しが求められています。また、デジタル技術の進化によって、顧客とのコミュニケーション方法は多様化し、購買行動は大きく変化しつつあります。このような背景の中、企業における営業部門/マーケティング部門の連携は、これまで以上に重要度を増していると考えられます。

上記背景を踏まえソフトブレンが実施した本調査をもとに、「営業/マーケティングの各部門が抱える課題や不満」を明らかにし、「部門間連携の強化に必要な取り組みとは何か」をホワイトペーパーで解説します。

#### ■ 調査結果サマリー

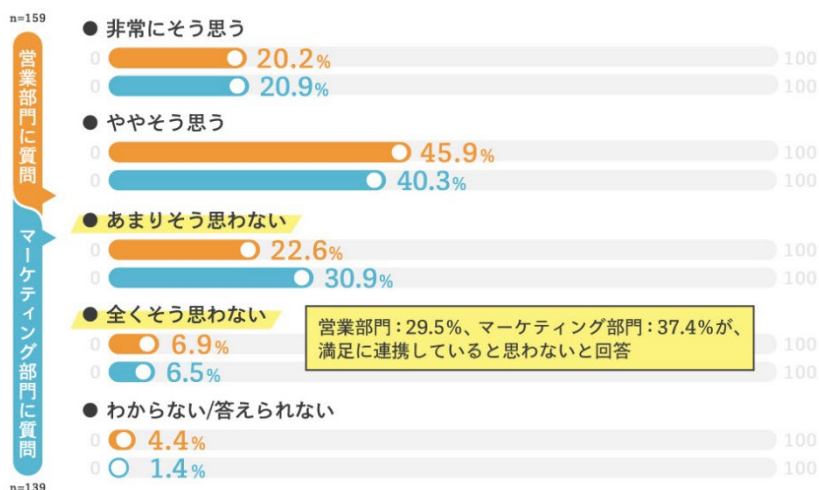
- ✓ 営業/マーケティングのコミュニケーションや情報連携が満足にできていないと回答した人は  
営業部門は**約3割**、マーケティング部門は**約4割弱**
- ✓ お互いの部門に対して感じる課題は  
営業部門からは、「**リードに関する十分な情報が開示されない**」がトップ  
マーケティング部門からは、「**リードに対するフォローアップの改善を行っていない**」がトップ
- ✓ 成果を出すために必要だと思う取り組みは、**両部門とも「各部門のコミュニケーションの促進」がトップ**に

## ■ホワイトペーパー概要

1. 調査概要
2. 調査結果：営業部門/マーケティング部門の連携
3. 調査結果：それぞれの部門が抱える課題
4. 調査結果：課題の要因
5. 調査結果：成果を出すために必要な取り組み
6. 解説：営業/マーケティング部門連携の実態と解決への示唆

## ■調査結果（抜粋）

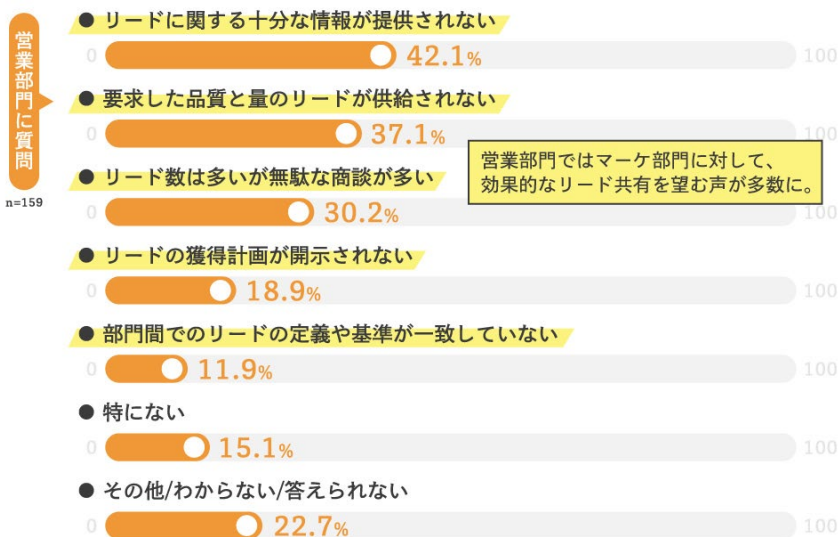
- ①現在の営業プロセスの中で、営業部門/マーケティング部門とのコミュニケーションや情報連携について、満足にできていると思いますか？



営業部門/マーケティング部門の部門間連携について、営業担当者の29.5%、マーケティング担当者の37.4%が満足に連携していると思わないと回答しており、改善の余地があることがわかりました。

### ②それぞれの部門が抱える課題 営業部門に質問

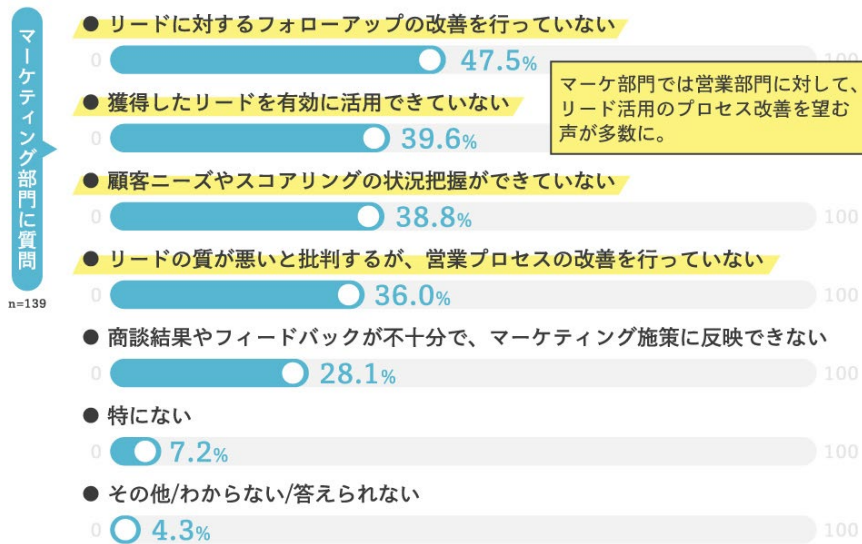
現在の営業プロセスの中で、マーケティング部門から提供されるリードについて、どのような課題がありますか。（複数回答）



営業担当者からは、「リードに関する十分な情報が提供されない」（42.1%）や「要求した品質と量のリードが共有されない」（37.1%）などの声が聞かれ、効果的なリード活用が課題となっています。

### ③それぞれの部門が抱える課題 マーケティング部門に質問

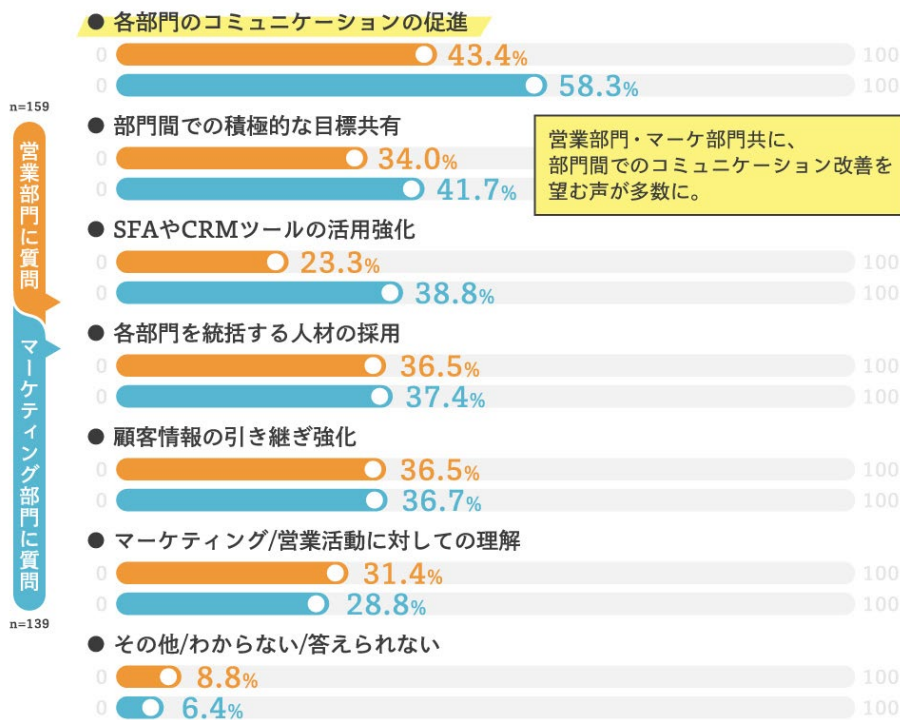
現在の営業プロセスの中で、営業部門に対してどのような課題がありますか？（複数回答）



マーケティング担当者からは、「リードに対するフォローアップの改善を行っていない」（47.5%）が最も多く、「獲得したリードを有効に活用できていない」（39.6%）、「顧客ニーズやスコアリングの状況把握ができていない」（38.8%）が続きました。

### ④成果を出すための取り組み 営業部門に質問/マーケティング部門に質問

現在の営業プロセスで成果を出す上で、どのような取り組みが必要だと思いますか？（複数回答）



成果を出すために必要な取り組みについては、営業部門/マーケティング部門ともに、「各部門のコミュニケーションの促進」が最多となりました。以下は「部門間での積極的な目標共有」、「SFAやCRMツールの活用強化」などが続きました。

■ ホワイトペーパー完全版 [ダウンロードURL https://www.e-sales.jp/form/form\\_sm\\_029.html](https://www.e-sales.jp/form/form_sm_029.html)

本プレスリリースでは、全6問の質問内容のうち、一部を掲載しています。調査結果全文をご覧になりたい方は、上記URLよりダウンロードください。

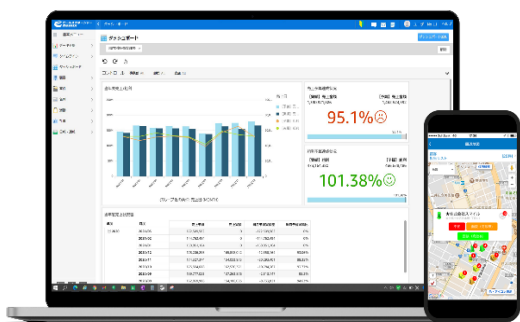
## ■セミナー開催のお知らせ

本リリースと連動したオンラインセミナーを、下記の要領で開催します。

- ・テーマ : 営業とマーケの対立に終止符を！！  
成果に至る部門間コミュニケーションの秘訣とは
- ・日時 : 2025年1月22日（水） 16:00～16:45
- ・講師 : ソフトブレイン株式会社 営業企画部 部長 川上大樹
- ・参加費用 : 無料

参加申し込みはこちらから : [https://www.e-sales.jp/seminar/web\\_250122/](https://www.e-sales.jp/seminar/web_250122/)

## ■ソフトブレイン「eセールスマネージャー」について



ソフトブレインは、1999年8月に国内初のCRM/SFAである「eセールスマネージャー」を発売以降、マーケティング・セールス・アフターサービス等すべての顧客接点業務を変革へと導くソリューションを、ITとサービスの両面で提供しています。直近では、AIの力を活用することで、現場担当者の業務負担を軽減する新機能などもリリースしています。

高機能なCRM/SFA「eセールスマネージャー-Remix Cloud」を中核に、MA（マーケティングオートメーション）ツールの「esm marketing」、アフターサービス向けマネジメントツール「eセールスマネージャー-Remix サービスエディション」の導入実績から得られた顧客接点プロセスマネジメントの実践的なノウハウを持っています。それらを組み合わせた課題解決ソリューションをご提供し、お客様の生産性の最大化に貢献できる取り組みを続けています。

「eセールスマネージャー」は、業種、業界、規模を問わず、各企業に合った営業プロセスが設計可能です。営業プロセスの見える化、測る化、改善を通じた「プロセスマネジメント」の実現によって、業務効率化と売上利益向上につながる仕組みを作ります。

導入前後のコンサルティングサービスも充実しており、5,500社を超える導入実績に基づくノウハウの提供や教育、システムの定着活用までのカスタマーサクセスサービスなどお客さまのニーズにあったサービスを提供し、定着率は95%※となっています。

製品詳細 : <https://www.e-sales.jp>

※ 弊社顧客支援チーム実績より。

以上

## ■ソフトブレイン株式会社について

- 会社名 : ソフトブレイン株式会社
- 所在地 : 東京都中央区銀座6-18-2 野村不動産銀座ビル 11階
- 代表者 : 代表取締役社長 豊田 浩文
- 設立 : 1992年6月17日
- URL : <https://www.softbrain.co.jp>

本ニュースリリースに関するお問い合わせ先



ソフトブレイン株式会社 営業企画部 広報担当 秋元絢子（あきもとあやこ）

TEL : 03-6779-9800 FAX : 03-6779-9310

Mail : [press@softbrain.co.jp](mailto:press@softbrain.co.jp)