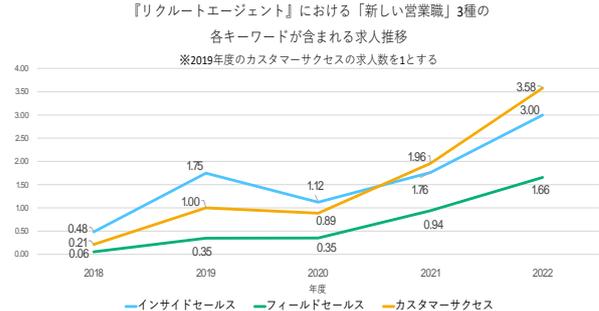
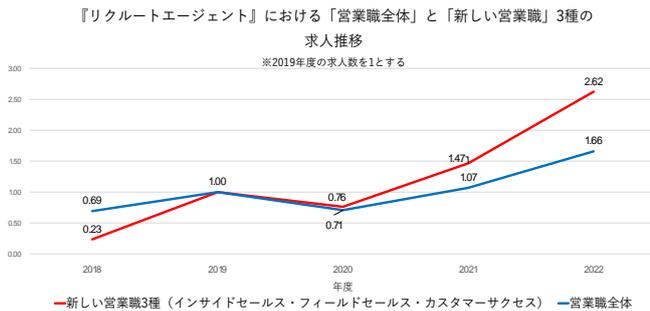


**「新しい営業職」 求人、3年で2.62倍に増加。ニーズ高まる“人ならではの価値”
CX（カスタマー・トランスフォーメーション）を背景に、広がる営業の役割
「新しい営業職」への転職者は3年で3.29倍。3人に1人以上が異業種×異職種出身者**

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘、以下リクルート）は、「新しい営業職」に関する求人と転職の動向についてまとめましたのでご報告いたします。※本リリースでは、2018年頃から求人が増加し始めているインサイドセールス、フィールドセールス、カスタマーサクセスのことを「新しい営業職」と定義しています。



解説者：リクルート HR 統括編集長 藤井 薫

「新しい営業職」の求人が2019年度比較2.62倍に増加しています。多様化する営業の役割を再定義することによって新たな求人が生まれており、カスタマーサクセスは2019年度比較3.58倍、インサイドセールスは1.71倍に増加しています。「新しい営業職」増加の背景にあるのはカスタマー・トランスフォーメーション（顧客の価値観変化）です。顧客の価値観が変化したことに対応するため、営業などの顧客接点部門のアプローチ方法にも変化が生じています。キーワードは「体験重視化」「個別化」「時間軸変化」です。顧客は、商品やサービスによって提供される体験や付加価値を求め（体験重視化）、画一的なものではなく、自分／自社に合ったものを選ぶことで満足感を求める（個別化）ように変化してきています。また、サブスクリプション型のサービスが増えたことで、サービス導入後の持続的な価値提供の重要性が高まってきており（時間軸の変化）、営業職に求められる役割も多様化してきました。

従来の営業職と比べると、求められる素養の多様化も進んでいます。エンジニアや施工管理などの技術系職種出身者や、飲食業や宿泊業などのサービス職種出身者など、異職種出身の未経験者が「新しい営業職」として越境転職するケースも生まれています。共通して求められるのは、顧客の状況やニーズに合わせて、個別化された体験を提供できるスキルセットです。各社がDXを進める中で、人を介した顧客アプローチを担う営業のニーズが高まっていることは非常に興味深い動きです。顧客の価値観変化から始まった営業職の変化は、個人にとっても活躍する機会が広がるきっかけとなりつつあり、営業未経験者にとってもチャンスが広がっていると言えるでしょう。企業側もこれまでとは違った多様な個を受け入れることによって、顧客のさまざまな変化に対応する営業組織にアップデートし続けることが求められるのではないのでしょうか。

新しい営業職	仕事内容	活躍が期待される人物像
インサイドセールス	電話やメールを通じて、製品やサービスの説明や提案を行う。製品やサービスの導入可能性のある見込み顧客を育成し、商談化につなげる。	<ul style="list-style-type: none"> 初対面の相手とのコミュニケーションが好き／得意 チャレンジ精神旺盛 短期で成果を追うのが好き／得意
フィールドセールス	インサイドセールス等が獲得した商談にて、顧客への交渉や契約のクロージングを行う。契約受注を目的として対面やオンライン上で商談を行う。	<ul style="list-style-type: none"> 仮説を立てるのが好き／得意 シナリオを作るのが好き／得意 プレゼンを行うのが好き／得意
カスタマーサクセス	定期的なコミュニケーションの中で、顧客のニーズや課題を把握し、製品やサービスの活用支援や問題解決のサポートを行う。サービスの利用継続を促進し、アップセルやクロスセルを実現する。	<ul style="list-style-type: none"> 相手の立場に立って考えるのが好き／得意 事実やデータを定量的に分析するのが好き／得意 長期で成果を追うのが好き／得意

インサイドセールス、フィールドセールス、カスタマーサクセスの求人増加時期や背景

顧客の価値観変化をきっかけとして生まれた「新しい営業職」（インサイドセールス、フィールドセールス、カスタマーサクセス）ですが、求人増加の時期や細かな背景にはそれぞれ以下のような違いがあります。

「インサイドセールス」

2019年頃に急激に増加。同時期にSaaS系サービスを中心とするサブスクリプション型サービスが増え始めたことで、製品やサービスの導入提案を行うインサイドセールス求人が増加

「フィールドセールス」

2019年頃から求人が出始め、2021年頃から求人が徐々に増加。インサイドセールスなどの取り組みにより商談機会が増加し、交渉や契約のクロージングを専任で行うフィールドセールス求人が増加

「カスタマーサクセス」

2021年頃に急激に増加。2019年頃から増え始めたSaaS系サービスを中心とするサブスクリプション型サービスの利用継続率維持、追加提案のための顧客フォローニーズが高まり、受注後のサポートを担うカスタマーサクセス求人が増加

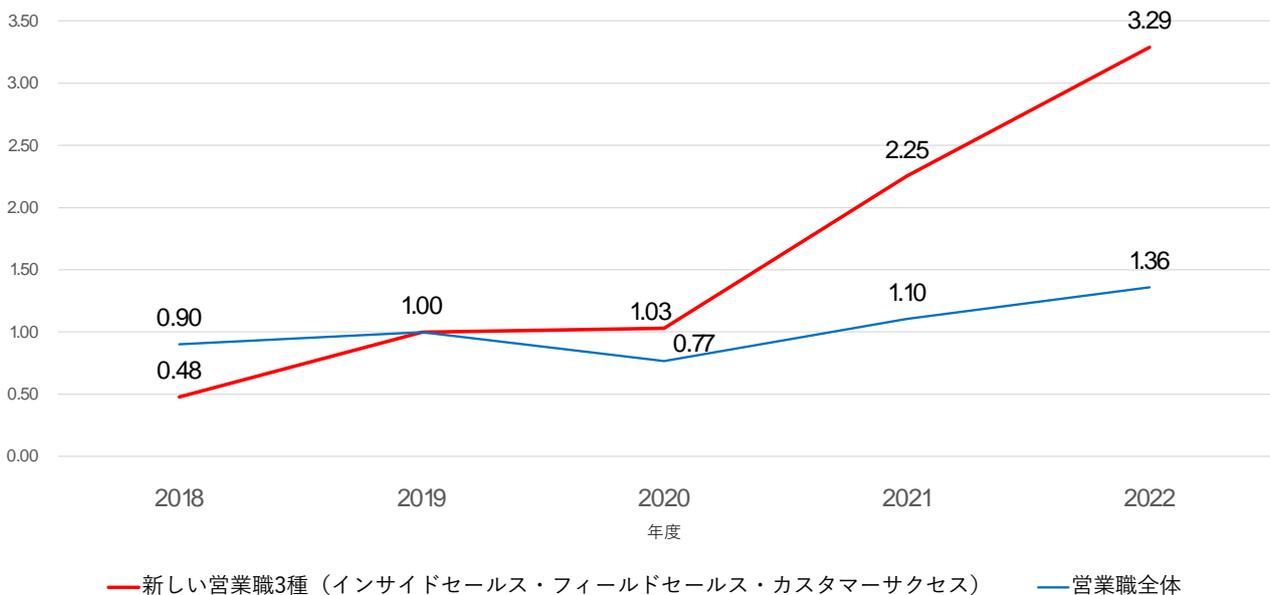
営業職の転職者推移 「新しい営業職」への転職者は3年で3.29倍に増加

『リクルートエージェント』における営業職の転職者推移を見ても、「新しい営業職」への転職者が増加傾向にあることが分かります。2019年度を1とすると2022年度の転職者数は3.29倍となっており、営業職全体の転職者数（1.36倍）と比較すると大きく伸長していることが見て取れます。

特に、2020年以降の伸びが顕著に表れており、求人の増加と連動する形で転職者も増加しています。

「営業職全体」と「新しい営業職」3種の転職者推移

※2019年度の転職者数を1とする

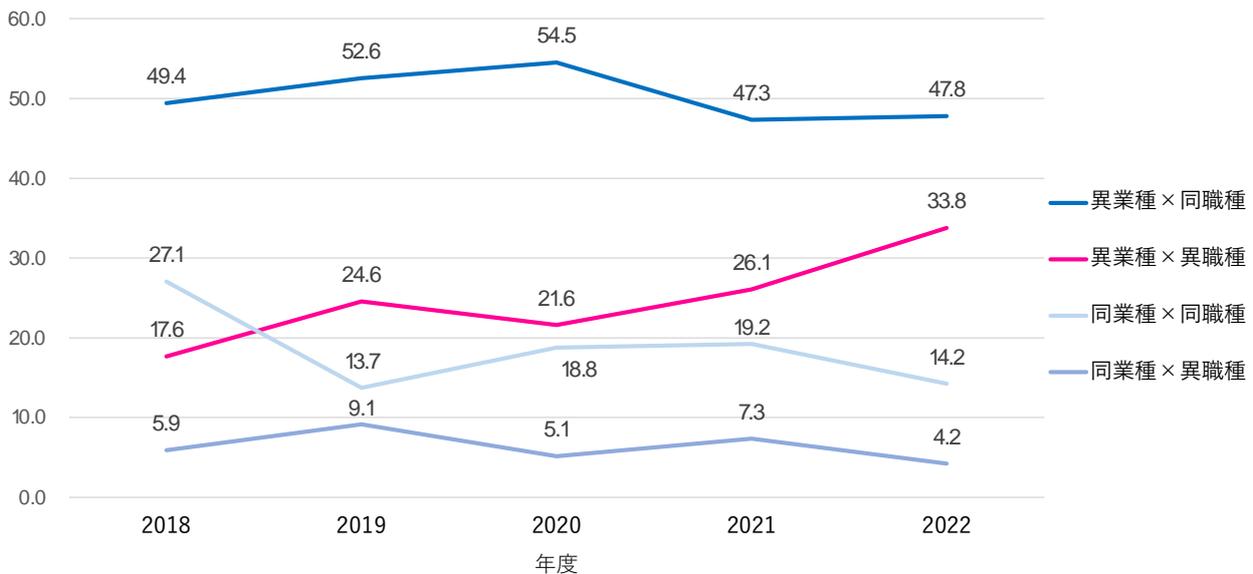


「新しい営業職」への越境転職割合 3人に1人以上（33.8%）が異業種×異職種出身者

「新しい営業職」への業種×職種の異同パターンの推移を見ると、業種・職種の両方を変えた「異業種×異職種」からの転職割合が急激に増加している様子が分かります。

2018年度時点では17.6%であった「異業種×異職種」からの転職割合は2022年度に33.8%（+16.2pt）まで増加。他パターンとは異なり、2018年度比較で唯一、割合が増加しているパターンとなっています。

(%) 「新しい営業職」3種への転職時の業種・職種異同のパターン別割合推移



「新しい営業職」への「異業種×異職種」の越境転職では、以下のような転職事例が生まれています。

●店舗などでの接客・販売経験をお持ちの方が、インサイドセールスへ

→来店した顧客に対して、商品やサービスを分かりやすく説明するなどの、初対面の方との折衝経験がインサイドセールスとの親和性があり、活躍可能性がある。

●エンジニア経験をお持ちの方が、カスタマーサクセスへ

→近年増加している SaaS 系のサービスは、インターネットを介してサービスが提供されるため、顧客フォロー時に IT の知識が生かされる場面が多く、カスタマーサクセスとして活躍可能性がある。

●人事・経理・施工管理など専門職の経験をお持ちの方が、カスタマーサクセスへ

→業界や分野に特化し、顧客フォローを実施するため、専門的な知見が生かされる場面が多く活躍可能性が高い。例えば人事系のサービスであれば人事経験者、会計系のサービスであれば経理経験者、建設業界向けのサービスであれば施工管理経験者など、専門的な知見を生かすことで、カスタマーサクセスとして活躍可能性がある。

営業職の転職・採用動向 解説：キャリアアドバイザー（営業職領域） 谷垣 佳祐

ここ数年の営業職を取り巻く環境の変化によって、これまで以上に多様な方々が営業職にチャレンジできる環境が整ってきました。

インサイドセールスやフィールドセールス、カスタマーサクセスといった「新しい営業職」に対する求職者側の印象も好意的なものが多く、個々人の持ち味を生かせる仕事であることや、働きやすさなどの魅力が個人にも浸透しつつあります。

昨今、DXなどで省人化が進む組織機能も一定数ありますが、営業職求人は増加しています。これは多様化する顧客のニーズに対して、営業職が果たす役割の価値が高まっていることの表れとも言えるのではないのでしょうか。営業経験者のネクストキャリアの多様化も進んでおり、営業経験が自分ならではのキャリア構築に寄与することを実感する方も増えています。

営業という仕事は今まさに過渡期にあります。営業職へのチャレンジを検討されている方は、自身のどのような持ち味が生かせるかを内省した上で、1歩を踏み出していただきたいと思います。

営業職で培った経験は、次のキャリアにも生かせる

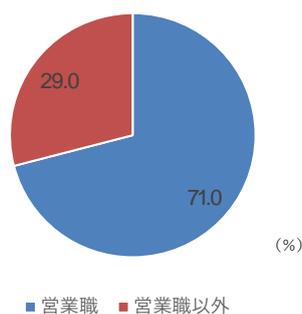
ここからは営業を経験した個人が、その後どのようなキャリアを歩んでいるのかをご紹介します。

営業職から営業以外の職種に転職する人は 36.9%。3人に1人以上が職種を越境したキャリアを選択

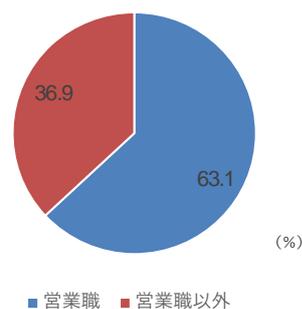
営業経験者の転職先職種割合を見ると、次のキャリアとして、再び営業職に転職する方は 63.1%、営業以外の職種に転職する方は 36.9%となっています。

営業以外の職種への転職者割合は 2013 年度比較で 7.9pt 増加しており、営業経験者が営業以外のキャリアを選択できる可能性が広がっていることが見て取れます。

営業職からの転職先職種割合（2013年度）



営業職からの転職先職種割合（2022年度）



営業職から経営企画、SE、経理などの専門職への転職が増加している

営業経験者の営業職以外への転職において、近年、「経営企画・事業企画・業務企画・コンサルタント」、「SE」、「経理・財務」などの専門職への転職事例が増加しています。

これらの職種で、営業経験者が企業側から評価される要素や、個人が志望する理由を一部ご紹介します。

「経営企画・事業企画・業務企画・コンサルタント」

●企業が評価する、営業経験者が持つ要素

→顧客折衝経験・課題設定スキル・課題遂行スキル・数値分析スキルなど

●個人側の転職理由

→経営に近い立場で会社を支えたい・より難易度の高い業務に携わり成長したい・年収を上げたいなど

「SE」

●企業が評価する、営業経験者が持つ要素

→計画立案スキル・課題遂行スキル・調整スキル（他者を巻き込む力）・学び続けるスタンスなど

●個人側の転職理由

→専門性を身に付け、自律的に仕事を選択（コントロール）できるようになりたい・リモートワークなど柔軟性の高い働き方を実現したい・成長市場である IT 産業に携わりたいなど

「経理・財務」

●企業側が評価する、営業経験者が持つ要素

→情報処理スキル・課題遂行スキル・調整スキル（他者を巻き込む力）など

●個人側の転職理由

→経営に近い立場で会社を支えたい・ヒト、モノ、カネにおける「カネ（経営資金）」の管理に携わり会社の成長に貢献したい・言語化できるような専門的なスキルを身に付けたいなど

本件に関する

お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/> リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>