

「一貫した育成シナリオ」を持つ企業は、商談化率の改善が約8倍に 「B2B企業におけるリード育成活動の実態調査」結果を発表

～B2B企業738名を対象に調査、N=1分析の定常実践が顧客理解とコンテンツ戦略の精度を連鎖的に向上～

株式会社記録と記憶（本社：東京都、代表取締役：有馬 顕、以下「当社」）は、2026年1月に実施した「B2B企業におけるリード育成活動の実態調査」の結果レポートを本日発表いたしました。本調査は、B2B企業のマーケティング部門・営業企画部門・営業部門（マネージャー職）の担当者738名を対象に、リード育成（ナーチャリング）の実態を多角的に分析したもので、事前に設計された一貫した育成シナリオの有無やN=1分析への取り組みが、商談化率に決定的な差を生むことを実証しました。調査結果レポートは当社Webサイトにて公開しています。

調査実施の背景

当社は「物語であふれる豊かな世の中をつくる」をビジョンにB2B企業のマーケティング支援事業を展開しています。多くのB2B企業がリード獲得に注力する一方で、リード育成（ナーチャリング）には課題を抱えています。「経営層からのリード獲得プレッシャーがマーケティング全体の効率を下げているのではないか」という仮説のもと、成果を生む要因を明らかにするため本調査を実施しました。

主な調査結果

738名のデータを、数々の視点で分析した結果、以下の知見が得られました。

1. 一貫したシナリオの定常実践が、成果を分ける最大の分水嶺

事前にリード育成シナリオを明文化し、部門間で共有、リード獲得施策と育成活動を常に連動させている「一貫シナリオ実践グループ」では、商談化率が「大幅に改善」したと回答した企業が39%に達しました。一方、キャンペーン単位でシナリオを運用する企業では5%、シナリオが存在しない企業では悪化傾向が16%に及びました。

- 一貫シナリオ実践グループ：商談化率「大幅に改善」39%、リード獲得数「大幅に増加」39%
- キャンペーン実行型グループ：商談化率「大幅に改善」5%、リード獲得数「大幅に増加」4%
- シナリオ断絶グループ：商談化率の悪化傾向16%、リード獲得数の減少23%

2. N=1分析の定常実践が、バイインググループの意識と役割別コンテンツを連鎖的に生み出す

N=1分析（個別顧客の深掘り分析）を定常的に実施し組織的に共有している企業では、71%がバイインググループへの組織的取り組みを実践し、73%が役割別コンテンツを用意。商談化率「大幅改善」も39%に達しています。一方、N=1分析未着手企業では商談化率「大幅改善」はわずか1%にとどまり、25%がバイインググルー

<報道関係の方からのお問い合わせ先>

株式会社記録と記憶、広報担当 石塚 TEL：090-4070-4407 MAIL：yishizuka@kirokutokioku.jp

プの概念すら認知していませんでした。N=1 分析は顧客の意思決定構造への理解を深め、コンテンツ戦略の精度を高める起点として機能しています。

3. 組織内プレッシャーと営業連携は、シナリオ実践の「土壌」として不可欠

一貫シナリオ実践グループでは、70%が経営層・営業部門からの強いプレッシャーを感じつつ、65%が営業部門と商談化リード像を具体的に共有し、53%が成功・失注要因の定期的フィードバックを受けています。事前仮説に反し、プレッシャーは成果を阻害するのではなく、シナリオ・顧客理解・営業連携と組み合わせることで商談化を推進する力となっていることが判明しました。



■当社の共同創業者である取締役 COO 甲斐博一のコメント

25年にわたるグローバルIT企業でのマーケティング経験と、現在のB2B企業CMOとしての実務を通じ、リード育成の重要性を日々実感しています。今回の調査で、成果を出す企業の共通点がデータとして実証されました。特に、「プレッシャーが成果を阻害する」という事前仮説が覆され、一貫したシナリオと営業部門連携があつてこそプレッシャーが推進力になることが判明した点は注目に値します。

また、N=1分析を起点として、バイインググループへの意識や役割別コンテンツの整備が連鎖的に進む構造は、多くのB2B企業にとって実践的な示唆を含んでいると思います。私たち記録と記憶は、このような調査活動を通じて、B2B企業の売上拡大に向けた教養力向上とマーケティング支援、そして物語コンテンツの創造に一層貢献してまいります。

調査概要

「B2B企業におけるリード育成活動の実態調査」

調査名称：B2B日本企業におけるリード育成活動の実態調査

調査対象：セールスマーケティング活動を実施しているB2B企業に勤務し、マーケティング部門・営業企画部門・営業部門（マネージャー職）に所属する担当者

回答サンプル数：738名（マーケティング部門252名、営業企画部門194名、営業部門292名）

<報道関係の方からのお問い合わせ先>

株式会社記録と記憶、広報担当 石塚 TEL：090-4070-4407 MAIL：yishizuka@kirokutokioku.jp

実施時期：2026年1月

調査方法：インターネットによる調査

調査企画・設計：株式会社記録と記憶

調査結果詳細はこちら：<https://go.kirokutokioku.jp/whitepaper/research04/lead-nurturing>

株式会社記録と記憶について

私たち記録と記憶は、「物語であふれる豊かな世の中をつくる」をビジョンに、2024年1月に設立。B2B企業を中心とするマーケティング支援と物語創造、動画およびコンテンツ制作、そしてそれらのインテグレーションを中心に事業を展開しています。以下、事業内容と会社概要を紹介します。

【マーケティング支援事業】

私たちはお客様企業の戦略の中心を Who?（市場/顧客/顧客組織理解）と What?（提供価値定義）におき、お客様と共にその組み合わせを設計するところから伴走します。その後、マーケティング設計へと落とし込んでいきます。新規事業戦略、および既存事業戦略再構築のどちらにも対応します。

【物語コンテンツ制作事業】

私たちはお客様の戦略を深く理解、あるいは戦略の構築そのものからお手伝いし、お客様企業そのものや製品/サービスの提供価値と市場やさらにその中のお客様を物語によってつなぐことを重視しています。物語は様々な表現方法をもって存在しますので、伝達するチャンネルにあわせてコンテンツに展開します。

【会社概要】

社名：株式会社記録と記憶

本社所在地：101-0064 東京都千代田区猿樂町2丁目8番11号 VORT 水道橋 III 8F

代表取締役：有馬 顕

事業内容：マーケティング支援、コンテンツ制作

設立：2024年1月

HP：<https://kirokutokioku.jp>

<報道関係の方からのお問い合わせ先>

株式会社記録と記憶、広報担当 石塚 TEL：090-4070-4407 MAIL：yishizuka@kirokutokioku.jp