

今日から使える

営業用語辞典

100

シーン別まるわかりブック

※ 本資料の情報は、2026年6月作成時点のものであり、変更される可能性があります。
ご利用の際は、必ず最新情報をご確認ください。

営業用語とは、商談やチーム連携の場で飛び交う専門用語や略語のことです。リードやクローキングのような基本語から、ABM やインテントデータといった DX 用語まで幅広くありますが、社内外で誤解なく伝え合うための「共通言語」と考えれば、身構える必要はありません。

見込み客をどう増やす？ 新規開拓・リード獲得の用語

見込み顧客の獲得から育成まで、営業活動の入口で使う用語です。マーケティング部門との連携でも頻出します。

用語	意味・使い方
リード	見込み顧客のこと。資料請求や問い合わせなど、何らかの接点を持った顧客を指します。 <i>例：今月のリード獲得数は前月比 120% です</i>
リードジェネレーション	見込み顧客を新たに獲得する活動。広告・SEO・展示会などが該当します。
リードナーチャリング	獲得済みの見込み顧客を育成し、購買意欲を段階的に高める活動です。 <i>例：MA 経由でリードナーチャリングを強化しよう</i>
リードクオリフィケーション	商談化の見込みが高いリードを選別するプロセスです。
MQL	マーケティング部門が、一定の基準を満たすと判定したリードです。
SQL	営業部門が、商談化できると判断したリードです。
ICP	理想的な顧客像。業種・規模・課題などで定義した、ターゲット企業のおおよその姿です。
ペルソナ	顧客像をより具体化したモデル。属性や価値観、行動を細かく設定します。
ターゲティング	アプローチ対象を絞り込む工程です。
ABM	アカウントベースドマーケティング。特定企業に絞り、個別最適化する手法です。 <i>例：重点アカウント 10 社に ABM を仕掛けます</i>

用語	意味・使い方
アウトバウンド	企業から顧客へ働きかける営業形態。テレアポや飛び込みなどです。 <i>例：うちはアウトバウンド中心の営業組織です</i>
インバウンド	顧客側からの問い合わせを起点にする営業形態です。
テレアポ	電話でアポイントを獲得する手法です。 <i>例：明日テレアポを20件回します</i>
飛び込み営業	アポなしで直接訪問する手法です。
リファラル営業	既存顧客や取引先からの紹介で新規開拓する手法です。
ホワイトペーパー	課題解決のノウハウや事例をまとめた、ダウンロード資料です。
ウェビナー	オンラインで開催するセミナー。リード獲得や育成に活用されます。
オウンドメディア	自社で運営するブログやサイトなどの情報発信媒体です。
ファーストコンタクト	顧客との最初の接触。第一印象を決める重要な場面です。
セールスファネル	認知から購買まで、顧客が通る段階を漏斗状に表したモデルです。

課題をどう引き出す？ 商談・ヒアリング・提案の用語

顧客と対話しながら課題を引き出し、解決策を提案する場面の用語です。フレームワーク系は特に大切になります。

用語	意味・使い方
アジェンダ	会議や商談で話す議題のリスト。事前共有で進行効率が上がります。 <i>例：商談前にアジェンダを共有しておきます</i>
アイスブレイク	緊張をほぐすための雑談や軽い会話です。
ラポール	顧客との信頼関係。商談の土台となる心理的なつながりです。
ヒアリング	顧客の状況・課題・要望を聞き出す活動です。 <i>例：初回はヒアリング中心で進めましょう</i>
顕在ニーズ	顧客自身が自覚している要望や課題です。
潜在ニーズ	顧客がまだ気づいていない要望や課題です。 <i>例：顧客の潜在ニーズを引き出すのが課題です</i>
ウォンツ	ニーズの解決手段として、顧客が望む具体的な商品・サービスです。
BANT	予算・決裁権・必要性・導入時期の4要素で商談を評価するフレームです。 <i>例：BANTに沿って商談を整理してください</i>
SPIN 話法	状況・問題・示唆・解決の質問で課題を引き出す商談手法です。
ソリューションセリング	顧客の課題を起点に、解決策を提案する営業手法です。
チャレンジャーセールス	新しい視点を提示して顧客を導くタイプの営業手法です。
コンサルティングセールス	専門知識で課題分析と解決提案を行う営業手法です。
ベネフィット	顧客が得られるメリットや価値です。 <i>例：機能ではなくベネフィットで訴求しよう</i>

用語	意味・使い方
バリュープロポジション	他社にない、自社独自の提供価値です。 <i>例：この機能こそ、私たちのバリュープロポジションです</i>
ファクトファインディング	顧客が気づいていない課題を見つけ出す力です。
オープンクエスチョン	自由回答を促す質問形式。情報を広く引き出せます。
クローズドクエスチョン	Yes/No で答えられる質問形式。意思確認に向きます。
プレゼンテーション	商品やサービスを資料で説明する場です。
デモ	製品の機能を実演して見せる活動です。
RFP	提案依頼書。顧客が要件をまとめ、ベンダーに提案を依頼する文書です。
デシジョンメーカー	決裁権を持つ担当者です。
インフルエンサー	決裁に影響を与えるキーパーソンです。 <i>例：彼はインフルエンサーとして影響力があります。</i>

成約と継続につなげる クロージング・既存顧客対応の用語

受注前後の交渉・契約から、既存顧客のフォローまで。成果やLTV（顧客生涯価値）向上に直結する用語です。

■ クロージング・契約段階

用語	意味・使い方
クロージング	商談を成約に導く、最終段階の働きかけです。 <i>例：金曜にクロージングを掛けます</i>
テストクロージング	成約の見込みを探るための、仮の打診です。
オブジェクション	顧客からの反論や懸念。これに対応する技術が反論処理です。 <i>例：価格面のオブジェクションが多いです</i>
ネゴシエーション	価格や条件をすり合わせる交渉です。
コンセンサス	関係者間での合意形成です。 <i>例：関係部署とのコンセンサスがまだ取れていません</i>
稟議	社内で決裁を回し、承認を得るプロセスです。 <i>例：顧客が今、稟議に上げているところです</i>
受注	契約が成立し、売上が確定した状態です。
失注	商談が成約に至らず、終了した状態です。 <i>例：今期は失注理由を可視化したい</i>
フォーキャスト	売上の着地見通し。商談の確度ごとに予測します。
ペンディング	案件が保留状態にある状況です。 <i>例：その案件は先方の都合で、いったんペンディングです</i>

■ 既存顧客・カスタマーサクセス段階

用語	意味・使い方
アップセル	現契約より上位プランへの切り替えを提案する活動です。 <i>例：上位プランへのアップセルを狙います</i>
クロスセル	関連する別商品を追加で提案する活動です。 <i>例：既存顧客にクロスセルを提案しよう</i>
ダウンセル	予算が合わない顧客に、下位プランを提案する活動です。
リテンション	既存顧客を維持し、継続利用を促す活動です。 <i>例：解約を減らすために、リテンション施策を見直したい</i>
チャーンレート	解約率。サブスク事業で重視される指標です。 <i>例：今期のチャーンレートを下げたい</i>
ロイヤリティ	顧客が企業や商品に持つ愛着・信頼です。 <i>例：価格より、ブランドへのロイヤリティで選ばれています</i>
エンゲージメント	顧客との関係の深さや結びつきです。 <i>例：既存顧客とのエンゲージメントをもっと高めたいですね</i>
NPS	顧客が他者に推奨したい度合いを測る指標です。
カスタマーサクセス	顧客の成果を、みずから働きかけて支援する活動です。 <i>例：カスタマーサクセス部門と連携します</i>
CSM	カスタマーサクセスマネージャー。顧客の成功を担当する役割です。

議論に乗り遅れない 営業 DX の最新用語

SFA や MA、生成 AI など、デジタル前提の営業で頻出する用語です。ツール選定や戦略会議で必須になります。

■ ツール・組織体制

用語	意味・使い方
SFA	営業活動を可視化・支援するシステム。Sales Force Automation の略です。 <i>例：SFA に商談ステータスを必ず入力してください</i>
CRM	顧客情報を一元管理する仕組み。Customer Relationship Management の略です。 <i>例：CRM で顧客履歴を一元管理しています</i>
MA	マーケティング活動を自動化するツール。Marketing Automation の略です。
インサイドセールス	電話やメールなど、非対面で行う営業です。 <i>例：インサイドセールスから引き継ぎます</i>
フィールドセールス	顧客先を訪問して、対面で商談する営業です。
BDR	新規アカウントを開拓するインサイドセールス担当です。
SDR	問い合わせなど反響に対応するインサイドセールス担当です。
AE	クロージングを担当する営業職。Account Executive の略です。
AM	既存顧客との取引拡大を担う営業職。Account Manager の略です。
パイプライン	商談の進捗を段階別に並べた流れです。 <i>例：今月末時点のパイプラインを共有します</i>
シーケンス	メールや電話を順序立てて、自動配信する仕組みです。
オンライン商談	Web 会議システムを使った商談です。
THE MODEL 型営業	マーケ・IS・FS・CS で役割を分業する組織モデルです。
SaaS	クラウド経由で利用する、サブスク型ソフトウェアです。

■ データ活用・AI

用語	意味・使い方
インテントデータ	顧客がオンライン上で示す、購買意向の行動データです。 <i>例：インテントデータを活用したアプローチが鍵です</i>
リードスコアリング	リードの確度を数値で点数化する仕組みです。
データドリブン営業	データに基づいて意思決定する営業スタイルです。
セールスイネーブルメント	営業組織を継続的に成長させる、仕組みづくりです。
AI 議事録	AI が商談を文字起こしし、要約する仕組みです。
生成 AI 営業	ChatGPT など生成 AI を活用した営業支援です。
ダッシュボード	KPI や営業実績をリアルタイムに表示する画面です。
CV	コンバージョン。資料請求や購入など、目標となる行動です。
CTA	顧客に次の行動を促すボタンや文言です。
ROAS	広告費に対する売上倍率の指標です。

数字で語るための 指標・社内コミュニケーションの用語

KPI 管理や日常の社内連絡で頻出する、営業職全員が押さえない用語です。

■ KPI・KGI など指標

用語	意味・使い方
KGI	最終目標を測る指標。売上や成約数などが該当します。 <i>例：KGI 達成にはこの KPI の改善が必要です</i>
KPI	KGI に到達するための、中間プロセス指標です。 <i>例：今月の KPI は、商談化率に置いています</i>
KPI ツリー	KGI を頂点に、KPI を階層化して整理した図です。
ROI	投資対効果。投じたコストに対し、どれだけ利益が出たかです。 <i>例：施策の ROI を月次で算出しています</i>
ARR	年間経常収益。サブスク事業の安定収益を示す指標です。
MRR	月次経常収益。ARR の月次版です。
CAC	新規顧客 1 社の獲得に要したコストです。
LTV	顧客生涯価値。1 顧客が取引期間を通じて生み出す売上です。 <i>例：新規獲得より LTV 向上を優先しましょう</i>
商談化率	リードから商談に進んだ割合です。
受注率	商談から受注に至った割合です。 <i>例：受注率を 5 ポイント改善が目標です</i>

■ 社内・会議で使うビジネス用語

用語	意味・使い方
アサイン	担当者を割り当てることです。 <i>例：この案件は田中さんをアサインします</i>
エスカレーション	上司や関係部署に、判断・対応を依頼することです。 <i>例：判断が難しいのでエスカレーションします</i>
バッファ	予定や数値に持たせる、余裕や予備分です。 <i>例：納期にバッファを2日持たせています</i>
プライオリティ	業務やタスクの優先順位です。 <i>例：今週のプライオリティを整理しましょう</i>
ASAP	可能な限り早く。As Soon As Possible の略です。 <i>例：ASAP で対応お願いします</i>
リソース	人員・時間・予算など、使える経営資源です。
フィードバック	成果や行動への評価と改善点を伝えることです。
ブラッシュアップ	資料や提案を磨き上げ、品質を高めることです。
リスケ	予定の組み直し。リスケジュールの略です。 <i>例：申し訳ありません、明日にリスケできますか</i>
フィックス	内容を最終確定させることです。
ナレッジシェア	個人の知見を、チームで共有する活動です。
イニシアチブ	主導権。プロジェクトを引っ張る立場です。

混同しやすい用語、どう見分ける？

意味が近い用語は、使い分けの軸を意識すると混同しなくなります。迷ったときに参照してください。

用語	対になる用語	使い分けのポイント
KPI	KGI	KPIは中間指標、KGIは最終ゴール
CRM	SFA	CRMは顧客関係管理、SFAは営業活動の支援
アップセル	クロスセル	アップは上位提案、クロスは関連商品提案
BDR	SDR	BDRは新規開拓、SDRは反響対応
インバウンド	アウトバウンド	顧客起点か、企業起点かの違い
ニーズ	ウォンツ	ニーズは目的、ウォンツは手段
MQL	SQL	MQLはマーケ判定、SQLは営業判定
AE	AM	AEは新規受注、AMは既存拡大

営業用語を使うときのポイント

用語を覚えたら、現場での伝え方も意識してみましょう。話すときと、社内で使うときに気をつけたい点を、まとめて押さえておくと安心です。

- 顧客の前では、カタカナ語をやさしい言葉に言い換える。
(例：ナーチャリング → 見込み顧客の育成)
- 相手が知らない用語には、ひとこと説明を添えてから話を進める。
- 略語の定義は最初に確認する。同じ略語でも、会社や業界で意味が変わります。
- 新語は社内で意味をそろえてから使う。DX関連の新語は、指す範囲が人によって異なります。