



Q-5 従業員の会社へのロイヤルティが高い組織は、営業成績も良いのか？

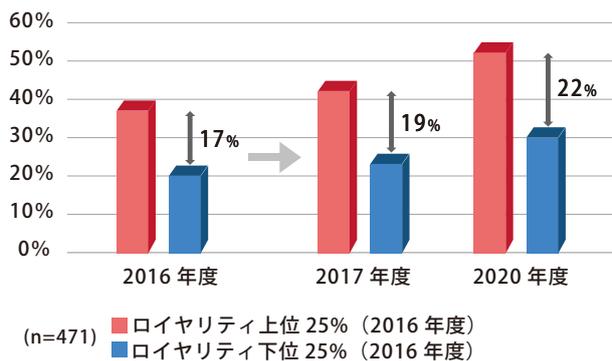
A-5 Yes 会社へのロイヤルティが高いと営業成績も良い傾向がみられる

エンゲージメントに影響を与える要素の一つとしてロイヤルティがあげられます。ロイヤルティとは「忠誠」や「愛着」を意味する言葉で、会社へのロイヤルティが高い従業員は愛社精神を強く持っているといえます。従業員の会社に対するロイヤルティが高まると組織全体にプラスの影響を与えるでしょう。逆にロイヤルティが低下するとモチベーションも下がり、パフォーマンスも低調になるでしょう。そのため、会社へのロイヤルティが高い組織は営業成績の向上が期待できます。一方で、営業成績がいいから会社へのロイヤルティが高いという逆の因果関係も否定できません。

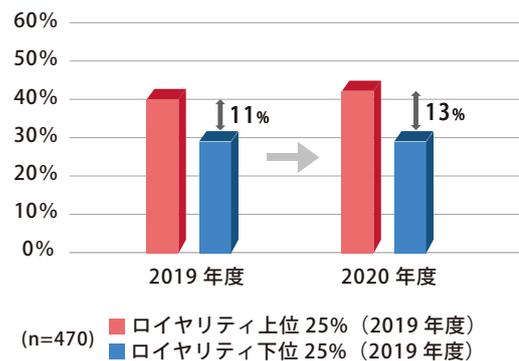


そこで、ある年度のロイヤルティ上位25%と下位25%の営業拠点を抽出し、当年度だけでなく、翌年度以降の営業目標の達成率（達成するかないか）に差があるかを分析してみました。図5-1は、2016年度のロイヤルティ上位25%と下位25%の営業拠点が当年度だけでなく2017年度、2020年度に営業目標の達成率に差があるかを、図5-2は2019年度のロイヤルティ上位25%と下位25%の営業拠点が当年度だけでなく2020年度に営業目標の達成率に差があるかを比較しました。いずれも上位25%の営業拠点は下位25%と比べて当年度だけでなく、翌年度以降も営業目標の達成率が高いという結果になりました。会社へのロイヤルティが高いと営業成績も良い傾向がみられます。

【図5-1】
ロイヤルティと営業目標の達成率の関係（2016年度起点）



【図5-2】
ロイヤルティと営業目標の達成率の関係（2019年度起点）



※各年度ごとに抽出した営業拠点のうち営業目標を達成した拠点の比率の推移について対応関係のない t 検定を実施（図 5-2 の 2019 年度以外は 5%水準で統計上有意な結果）