営業フリーランス活用ガイド

― 採用だけに頼らない、営業体制のつくり方 ―

発行：株式会社 Lis

2026 年 11 月

はじめに

営業人材の確保は、多くの企業にとって慢性的な課題になっています。求人を出しても応募が集まらない、採用できても立ち上がりまでに時間がかかる――そうした中で、正社員採用とは別の選択肢として「営業フリーランスへの業務委託」に注目する企業が増えています。

本資料では、公的統計データをもとに営業人材の市場環境を整理したうえで、業務委託活用のメリット、料金相場、選び方、契約時の注意点を実務目線でまとめました。営業体制の見直しを検討する際の判断材料としてお役立てください。

第 1 章　営業人材の市場環境

営業職は「求人を出しても人が来ない」職種

厚生労働省「一般職業紹介状況（令和 8 年 8 月分）」によると、営業職業従事者の有効求人倍率は 2.05 倍（パートを除く常用では 2.20 倍）で、職業計の 1.06 倍の約 2 倍にのぼります。新しく出た求人に限る新規求人倍率は 3.29 倍とさらに高く、営業職の採用競争の激しさを示しています。なお、これらはハローワーク取扱分の統計であり、民間求人媒体は含まれません。

同じ「売る仕事」でも、営業・販売事務従事者は 0.88 倍と対照的です。不足しているのは事務職ではなく、現場で商談を担う「営業」という職種そのものだと言えます。

中小企業の人手不足は全業種に広がっている

中小企業庁「2026 年版中小企業白書」によれば、労働者の過不足判断 DI は集計対象の全 9 業種で「不足」側に振れています。中小企業の未充足求人（仕事はあるが人が補充できていない求人）の職種別構成では、販売従事者が 9.0%を占めます。また、採用にかかるコストは「増加した」と答えた事業者が約 7 割にのぼります（2025 年版中小企業白書）。採れないうえに、採用コスト自体が上がっているという二重の厳しさがあります。

将来推計では、2040 年に中小企業の雇用者数が 2018 年比で最大約 16%減少する可能性も試算されています。人手不足は景気循環ではなく構造的な問題であり、正社員採用一辺倒ではない人材の組み合わせ（ポートフォリオ）を考える時期に来ています。

働き手側には、大きなフリーランスのプールがある

内閣官房の実態調査（2020 年）では、フリーランスとして働く人は推計 462 万人（本業 214 万人・副業 248 万人）とされています。総務省「令和 4 年就業構造基本調査」では、本業フリーランス 209 万人、副業のみ約 48 万人、合計 257 万人と把握されています（定義が異なるため単純比較はできません）。

注目したいのは、フリーランスを選ぶ理由です。就業構造基本調査では「専門的な技能等を生かせるから」32.5%、「自分の都合の良い時間に働きたいから」29.5%が上位で、「正規の仕事がないから」という不本意な理由は 3.5%にとどまります。フリーランスには、即戦力のプロが自ら選んで独立している層が厚く存在します。

一方、発注側の活用はまだこれからです。副業・兼業人材を「現在活用している」中小企業は 7.0%、「今後活用する意向がある」は 14.5%（2026 年版中小企業白書）で、活用は普及の初期段階にあります。

第 2 章　業務委託活用のメリット

正社員・派遣・業務委託の違い

営業人材の確保手段は、主に次の 3 つです。

比較項目	正社員	派遣	営業フリーランス（業務委託）
コスト構造	給与に加え、社会保険料、採用費、教育費などが継続的に発生	派遣料金に派遣会社の費用が含まれ、時間単位で把握しやすい	稼働量や業務範囲に応じて報酬を設定しやすく、固定費を抑えやすい
即戦力性	採用後に自社商材や営業手法を学ぶ期間が必要	業務経験のある人材を確保できる場合がある	営業経験や業界知見を持つ人材を選びやすく、早期の稼働が期待できる
契約の柔軟性	長期雇用が前提で、短期の増減には向きにくい	期間を定めて利用しやすく、繁閑に合わせやすい	プロジェクトや期間に合わせて業務範囲を設計しやすい

営業フリーランスが向いているケース

- 新規開拓を早く始めたい：採用の完了を待たずに営業活動を開始できます。新規事業の検証や未開拓エリアへのアプローチにも使いやすい形態です。

- 専門性のある人材を活用したい：特定業界の経験者や、営業マネジメント経験者など、必要な経験を持つ人材を選んで起用できます。
- 必要な期間だけ営業力を加えたい：稼働量を調整しやすく、繁忙期やプロジェクト単位での投入が可能です。

一方、長期的に営業組織を育て、ノウハウを社内に蓄積する役割は正社員が担い、新規開拓や検証フェーズはフリーランスが担う、といった併用も有効です。形態の優劣ではなく、目的・期間・求める経験・管理体制に合っているかで選ぶことが大切です。

なお、業務委託は雇用とは異なり、業務の進め方については受託者側の裁量が尊重される場面が多いとされます。細かな勤務管理ではなく、目標、対象市場、報告方法、成果物を事前に共有し、定期的に進捗を確認する運用が成果につながります。

第 3 章　料金相場

営業フリーランスの報酬体系は、大きく「時給制」「月額固定制」「成果報酬制」の 3 種類です。以下は一般的な市場相場の目安であり、実際の単価は案件内容・経験・稼働条件により変動します。

料金体系	相場の目安	特長
時給制	時給 3,000〜8,000 円程度	稼働時間に応じて費用が発生。スポット的な活用に向く
月額固定制	月額 20 万〜80 万円程度	毎月の費用が読みやすく、継続的な活動に向く
成果報酬制	アポイント 1 件 5,000〜30,000 円程度／成約金額の 10〜30%程度	成果に応じて費用が発生。成果の定義の取り決めが重要

単価が変わる要因は主に 4 つあります。

1. 営業経験：実務経験年数やマネジメント経験の有無は単価に直結します。自社の業務に本当に必要な経験レベルを見極めることが、費用適正化の第一歩です。
2. 商材の難易度：単価が高く意思決定者が限られる商材、専門知識が求められる商材は、対応できる人材が限られるため単価が上がりやすい傾向にあります。
3. 稼働量：一般に、稼働量が多いほど時間あたりの単価は下がりやすく、少ない稼働量では割高になることがあります。
4. 担当領域：新規開拓、既存深耕、カスタマーサクセス寄りの業務など、領域によって求められるスキルが異なります。特に新規開拓や大手企業向けの営業は単価が高めの領域です。

大切なのは、単価の安さだけで選ぶのではなく、業務範囲と成果の定義を明確にしたうえで、費用と期待する成果のバランスで判断することです。

第 4 章　選び方

委託先・人材を選ぶ際は、次の観点で確認することをおすすめします。

実績の確認方法

「導入実績多数」といった表現だけで判断せず、自社と近い業界・商材・営業フェーズでの実績があるかを確認しましょう。どのような課題に、どのような活動を行い、どう推移したのかを具体的に聞くことが判断材料になります。

担当者の質

契約先の会社が良くても、実際に動く担当者によって成果は大きく変わります。面談の場で担当者本人と話せるか、商材理解への姿勢はどうか、想定するターゲットへの営業経験があるかを確認してください。担当者が交代する場合の引き継ぎ体制も聞いておくと安心です。

レポーティング体制

活動量（架電数、訪問数など）と結果（アポイント数、商談化率など）を、どの頻度・どの形式で報告してもらえるかは重要です。週次・月次で定型のレポートがあるか、CRM やスプレッドシートで進捗を共有できるかを確認しましょう。

稼働管理

稼働の記録方法、欠勤や遅延時の連絡ルール、繁閑に合わせた稼働調整ができるかどうかを事前にすり合わせておくと、運用が安定します。

失敗しない進め方

契約後は、最初から大きな範囲を委託せず、対象エリアや商材を絞った試験的な期間から始めるのが安全です。週次または隔週の定例ミーティングで活動量・成果・課題を共有し、受注などの最終成果だけでなく、アポイント数や商談化率といった中間指標とセットで KPI を置くことで、改善のサイクルを回しやすくなります。

第 5 章　契約時の注意点

契約書で確認すべき条項

- 業務範囲：「営業活動一式」といった曖昧な表現ではなく、リスト作成、アポイント取得、商談同行、クロージング、既存顧客フォローなど、どのフェーズを誰が担うのかを明記します。
- 成果の定義：アポイントの成立条件（決裁者との面談か、担当者との面談か）、商談の定義、成果としてカウントしないケース（重複リード、対象外企業など）を決めておきます。

- 報酬と支払条件：固定報酬か成果報酬か、その組み合わせかを確認します。成果単価と支払いのタイミング、返金やキャンセルの扱い、交通費やツール利用料などの実費負担も見落としやすいポイントです。
- 競業避止・秘密保持：顧客情報や商材情報を共有するため、秘密保持の取り決めは必須です。委託期間中および終了後の競業の扱いも確認しておきましょう。
- 解約条件：契約期間、自動更新の有無、中途解約の可否と予告期間を確認し、長期の固定費化を防ぎます。

フリーランス法の施行状況と、発注側の留意点

2024 年 11 月に施行されたフリーランス法（特定受託事業者に係る取引の適正化等に関する法律）は、発注側に取引条件の明示や支払期日の遵守などを求めています。公正取引委員会の公表（令和 7 年度の運用状況）では、措置（勧告・指導）が 1,552 件にのぼり、違反の中心は「報酬の支払期日」（41.6%）と「取引条件の明示」（41.3%）でした。

背景には、業務委託を受けるフリーランスの 37.7%が取引トラブルを経験し、「発注時点で報酬や業務内容が明示されなかった」（37.0%）、「報酬の支払いが遅れた」（28.8%）といった声があることがあります（内閣官房実態調査、2020 年）。

発注側にとって、業務内容・報酬・支払期日を書面やメールで明示することは、法令対応であると同時に、良い人材から選ばれるための条件にもなっています。契約前に条件を言語化しておくことが、トラブル防止と人材確保の両面で重要です。なお、個別の契約については、必要に応じて専門家へご確認ください。

第 6 章　Lis のウリボー紹介

株式会社 Lis の「ウリボー」は、営業フリーランスを業務委託で活用できるマッチングモデルです。

- 登録営業人材は約 5,000 名：業界・商材・営業スタイルに合う人材をご提案します。
- 必要な期間だけ即戦力を投入：新規開拓、インサイドセールス、フィールドセールス、営業マネジメントなど、課題に合わせたアサインが可能です。
- 料金は個別見積もり：業務範囲・稼働量・期間・求める経験に応じてお見積もりします。まずは業務範囲をご相談ください。

営業フリーランス向けには、固定報酬案件に特化した案件紹介サービス「リスキャリア」（公式 LINE）を運営しています。

会社概要

- 会社名：株式会社 Lis
- 代表者：代表取締役 浅井 央
- 設立：2020 年 7 月 10 日

- 資本金：151 万円
- 所在地：〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂 1-16-6 双葉ビル 8F
- 公式サイト：https://lis-sales-japan.jp/

おわりに

営業人材の不足は、構造的な課題として今後も続く見通しです。だからこそ、採用だけに頼らず、業務委託を含む複数の手段を組み合わせた営業体制づくりが重要になります。本資料が、その検討の一助になれば幸いです。

お問い合わせ

- お問い合わせフォーム：https://lis-sales-japan.jp/（公式サイト内 CONTACT より）
- 公式 LINE（リスキャリア）：https://lin.ee/X6ZrC3u

出典

- 厚生労働省「一般職業紹介状況（職業安定業務統計）令和 8 年 8 月分」（2026 年 10 月公表）https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_76397.html
- 中小企業庁「2026 年版中小企業白書」（2026 年 4 月公表）／「2025 年版中小企業白書」https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/2025/chusho/b2_1_4.html
- 内閣官房 日本経済再生総合事務局「フリーランス実態調査結果」（2020 年）https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/atarashii_sihonsyugi/freelance/dai1/siryou13.pdf
- 総務省統計局「令和 4 年就業構造基本調査」解説「統計 Today No.197」https://www.stat.go.jp/info/today/pdf/197.pdf
- 公正取引委員会「令和 7 年度におけるフリーランス・事業者間取引適正化等法第 2 章の運用状況及びフリーランスに係る取引の適正化に向けた取組」（2026 年 6 月 10 日公表）https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2026/jun/260610_FL.html
- 厚生労働省「フリーランスとして安心して働ける環境を整備するためのガイドライン」（確かめよう労働条件）https://www.check-roudou.mhlw.go.jp/study/roudousya_freelance.html

※本資料の料金相場は、公開情報等をもとにした一般的な市場目安です。実際の単価は案件内容・経験・稼働条件により変動します。