

フォーム営業メール実態調査 2026

問い合わせフォームに実際に届いた 4,491 件を分析。半数近くが「人が書いた営業」でした。

対象期間 2026-05-13～2026-07-24 / 稼働 17 サイト・11 業種 / 集計日 2026-07-24

1. 届いた送信の半数近くが「人が書いた営業」でした

ボットによる機械的な送信は 13.9% にとどまり、主役は実在企業の担当者が手で書いて送る営業でした。人か bot かを見る仕組みでは判別できない層です。

48.1%

人が書いた営業(reCAPTCHA 等では止まらない層)

区分	件数	割合
明確な営業	2,786	62.0%
うち機械的な自動送信	626	13.9%
うち人が書いた営業	2,160	48.1%
営業の可能性(人が確認)	318	7.1%
本物の問い合わせ	1,387	30.9%

「営業の可能性」は営業と断定していないグレーの層です。人が最終確認する前提で分けており、営業の割合には合算していません。本物は 30.9% で、担当者は本物 1 件のために平均 3 件以上に目を通してことになります。

2. 営業の割合は業種によって 5.9% から 92.1% まで開きます

企業を相手にする業種ほど営業が集中し、生活者が使う窓口では本物が大半でした。一律の基準を全社に当てはめる対策が効かない根拠です。

受信サイトの業種	サイト数	判定数	明確な営業
不動産・賃貸仲介	2	214	92.1%
採用支援・人材紹介	1	126	91.3%
IT・SaaS・ソフトウェア	1	286	90.6%
建設業・リフォーム	2	777	88.9%
製造業・メーカー	3	799	82.2%
広告代理店・Web 制作	2	1,193	59.5%
公的機関・公共施設	1	551	10.0%
寮・福利厚生施設運営	2	456	5.9%

判定 50 件以上の業種のみ。サイト数を併記しています — 1 サイトしかない業種は「その業種の傾向」ではなく「そのサイト 1 件の実績」として読んでください。業種は受信側サイトの業種で、営業を送っている側の業種ではありません。

3. 見積・採用の窓口ほど営業が集まります

見積・相談は同業の相場調査に、採用エントリーは人材紹介の営業に使われます。どちらも本物を落とすと損失が最も大きい窓口です。

フォームの用途	判定数	明確な営業
見積・相談	109	71.6%
採用エントリー	196	65.8%
問い合わせ	3,848	65.1%
その他	329	21.9%

用途は送信元ページの URL から機械的に分類しています。

4. この調査の限界

引用される資料である以上、何が言えて何が言えないかを先に書きます。

1. **ハジクの自動判定の集計であり、人手で検証した正解ではありません。**判定そのものに誤りが含まれます。
2. **標本が偏っています。**対象は運営元 GrowGroup の自社サイトと関連サイトが中心で、日本のフォーム全体を代表しません(BtoB 中小企業サイトに寄っています)。
3. **期間が短く、季節性は評価できません。**約 2 か月半で、期間中に稼働サイトが増えているため月別の増減は母集団の変化です。
4. **「同じ企業が何度も送ってくる」の定量化は含みません。**送信者の企業名は暗号化して保管し、運営者も復号できないため集計できません。
5. **特定の企業名は公表しません。**営業を送ってきた側の企業名は 1 社も記載していません。同じ企業でも受け手の状況で営業か本物かは変わります。

調査方法

問い合わせの本文を読んで集計したものではありません。

ハジクはフォームの送信内容をブラウザ内で暗号化してから保存し、復号できるのは利用企業だけです。運営者は読めません。この調査で集計したのは暗号化されていない判定の記録(判定区分・受信業種・送信時刻・送信元ページの種類)だけで、本文・氏名・メールには触れていません。集計スクリプトはリポジトリで公開しており、同じ数字を再現できます。

出典:ハジク「フォーム営業メール実態調査 2026」(GrowGroup株式会社、2026-07-24)
<https://haji-k.com/column/form-sales-email-report-2026>
出典を明記いただければ、どなたでも自由に引用・転載できます。数値の引用時は「この調査の限界」もあわせてご確認ください。