

新規商談創出の 外部活用事例集

— 他社利用からの切替・併用・再検討事例を収録 —

※外部活用の有無に関わらず、新規商談創出に課題がある企業様に役立つ内容です。

※営業提案・契約を前提とした内容ではありません。
※本資料は事例紹介であり、特定企業への提案や成果を保証するものではありません。
※成果値は導入環境・条件により異なる場合があります。
※事例内の「依頼企業」は匿名化しています。



【事例を見る前にご確認ください】

本資料は、外部での新規開拓・商談創出を実施されている、または過去に経験のある企業様向けに実際の取り組み事例をまとめたものです。

【この資料で分かること】

- 成果が出る企業の共通点
- 切替・併用が有効なケース
- 向いている企業／向いていない企業
- 外部活用を成功させる進め方

【以下のような企業様に活用いただいています】

- ✓ すでに外部支援を利用しているが成果が安定しない
- ✓ 他社からの切替を検討している
- ✓ 内製と外部の併用を検討している
- ✓ 自社に合う進め方を整理したい
- ✓ 過去に外部活用の経験はあるが、再度検討したい

本資料は営業提案を目的としたものではなく、外部での商談創出が自社に適しているかどうかを判断いただくための参考資料として作成しています。

各事例では、企業ごとの状況や課題に対して、どのような進め方を行ったかを中心に掲載しています。

自社と近い状況の事例をご確認いただき、今後の取り組みの検討材料としてご活用ください。



aworthz

すべてに、無限の価値を

新規開拓で外部活用を行った主な成功事例10選（目次）

※次ページから各事例ごとの詳細（企業規模、ターゲット、課題、取り組み、成果）を確認いただけます。

★ 事例 1 | 人材紹介（中途）／切替

- 月商談数：55件（約3.5倍）
- 受注数：24件

★ 事例 2 | 社員研修／再活用

- 月商談数：20件（約4倍）
- 受注数：3件

★ 事例 3 | WEB広告／初利用

- 月商談数：20件（4倍）
- 受注数：3件

★ 事例 4 | SNSインフルエンサー施策／切替

- 月商談数：20件（約6倍）
- 受注数：4件

★ 事例 5 | 海外人材紹介／併用

- 月商談数：40件（4倍）
- 受注数：7件

★ 事例 6 | 福利厚生サービス／切替

- 月商談数：80件（10倍）
- 受注数：17件

★ 事例 7 | 自治体向けサービス／再活用

- 商談数：25件（有効商談60%）
- 受注数：3件

★ 事例 8 | 学校教材／初利用

- 月商談数：10件（約3倍）
- 受注数：3件

★ 事例 9 | 介護施設向けシステム／再活用

- 月商談数：20件（約2.5倍）
- 受注数：4件

★ 事例10 | 新卒採用支援／併用

- 月商談数：30件（他社の約2倍）
- 受注数：5件

※切替（他外部活用から切替）／併用（他外部活用と併用）／再活用（過去に外部活用失敗経験からの再活用）／初利用（初めて外部活用を実施）
※本資料に記載のない商材、業界、ターゲットへの事例も複数ございます。

【事例1 | 人材紹介（中途）】 切替後、ターゲット改善で月商談15件 → 55件に増加した成功事例

依頼企業

- 🏢 業界：人材・HR
- 🚩 提案サービス：人材紹介（中途）
- 👥 従業員：200名以上
- 🌐 商圏地域：全国
- 📞 営業体制：営業110名

成果条件／稼働目標

- 🚩 ターゲット業界：製造、コンサル、商社、エネルギー
 - 🚩 対象地域：全国（沖縄除く）
 - 🚩 対象規模：200名以上
 - ✖ NG条件：人材紹介の検討余地がない
 - ✖ NG条件：採用計画が1年以内でない
-
- 🚩 稼働期間：1ヶ月
 - 🚩 商談件数：20件/月

Before - 導入前の課題

外部活用(成果報酬型)していたが、安定的な商談獲得ができず、売上成長が停滞していた。

- 外部活用からの供給商談機会は月平均15件程度
- 月間商談数が計画しづらく、営業人員が時間を持て余してしまう状態だった
- 外部側からの改善提案が乏しく、課題や今後の見通しが立てづらかった

取り組み

- ターゲット選定・リスト設計 → 効率が良く、親和性の高い業界に絞り、無駄打ちを削減
- 訴求ポイントの洗い出し → ターゲットの課題にダイレクトに刺さるメッセージを再設計
- 架電およびトーク設計・改善 → 競合他社との違い、強みを洗い出し、トークを再改編
- フォロー電話・定例MTGでPDCA → 定例分析と改善で商談化率を右肩上がりに

After - 導入後の成果

- ▶ 商談件数：月平均 15件 → **55件/月へ安定成長**
- ▶ 受注数：**24件（+見込み5社）**
- ▶ アポ率：**3.3%**

※6ヶ月運用で累計210件以上の商談創出

【事例2 | 社員研修】 失敗経験から共同運用を意識し、月商談5件 → 20件へ改善した成功事例

依頼企業

- 🏢 業界：人材・HR
- 🚀 提案サービス：階層別キャリア研修
- 👥 従業員：300名
- 🌐 商圏地域：全国
- 📞 営業体制：営業60名

成果条件／稼働目標

- 🚀 ターゲット業界：不問
- 🚀 対象地域：全国
- 🚀 対象規模：100名以上
- ✖ NG条件：外部研修の検討余地がない
- ✖ NG条件：研修に関する課題を回収できていない

-
- 🚀 稼働期間：1ヶ月
 - 🚀 商談件数：30件/月

Before - 導入前の課題

過去の外部活用時は想定通りにいかず、内製で進めてきたが新規開拓が行き詰まっていた。

- 過去の外部活用は、事前に営業側とのすり合わせが出来ていなく商談時に乖離が生じた
- 結果、改善に至る前に外部活用が終了。その後は、内製に移行していた
- 内製後の商談機会は月平均5件と、営業人員に対し商談数が少ない状態だった

取り組み

- 稼働開始前の準備改善 → 商談を実施する営業も交え事前すり合わせし共通認識を強化
- 課題抽出を強化したトーク設計 → ターゲットの課題ヒアリングに重点を置いた設計
- 訴求ポイントの見直し → 市場動向に合わせた強み訴求で、興味喚起を強化
- 継続的な架電・改善サイクル実行 → 顧客反応に応じた改善、架電サイクルでアポ率向上

After - 導入後の成果

- ▶ 商談件数：月平均 5件 → **20件/月へ安定成長**
- ▶ 受注数：**3件 (+見込み3社)**
- ▶ アポ率：**3.5%**

※3ヶ月運用で累計66件の商談創出

【事例3 | WEB広告】初めての外部活用で、月商談数20件に増加した成功事例

依頼企業

- 📁 業界：インターネット広告
- 🚀 提案サービス：WEBプロモーション運用支援
- 👥 従業員：約100名
- 🌐 商圏地域：全国
- 📞 営業体制：営業15名

成果条件／稼働目標

- 🚀 ターゲット業界：WEB広告実施企業
- 🚀 対象地域：全国
- 🚀 対象規模：50名以上
- ✖ NG条件：WEB広告の検討余地がない
- ✖ NG条件：WEB広告未実施で1年以内の計画がない

-
- 🚀 稼働期間：1ヶ月
 - 🚀 商談件数：20件/月

Before - 導入前の課題

WEBマーケティングで獲得したリードからの商談化率が低く、売上低下に陥っていた。

- リードはあったが、商談化率が10%程度と低かった
- 競合他社との差別化を図る訴求ができていなかった
- 商談機会は月平均5件と少なかった

取り組み

- 訴求ポイントの再設計 → サービスの強みを再考し、他社との違いを明確化
- ターゲット選定の見直し → 明確化した強みが刺さるターゲットを逆算し選定
- 架電およびトーク設計・改善 → 架電30秒で関心を引ける強いフックのトークを作成
- 改善PDCA実行 → 顧客の反応に応じて都度トーク改善、検証し、アポ率を改善

After - 導入後の成果

- ▶ 商談件数：月平均 5件 → **20件/月**へ安定成長
- ▶ 受注数：**3件 (+見込み3社)**
- ▶ アポ率：**3.5%**

※3ヶ月運用で累計66件の商談創出

【事例4 | SNSインフルエンサー施策】 丸投げ状態を打開して、月商談数 20件を実現した成功事例

依頼企業

- 📁 業界：インターネット・SNS広告
- 🚀 提案サービス：インフルエンサーマーケティング
- 👥 従業員：約15名
- 🌐 商圏地域：全国
- 📞 営業体制：営業2名

成果条件／稼働目標

- 🚀 ターゲット業界：SNSアカウント保有企業
- 🚀 対象地域：全国
- 🚀 対象規模：50名以上～300名未満
- ✖ NG条件：SNSインフルエンサー施策の検討余地がない
- ✖ NG条件：SNSアカウントを保有していない

-
- 🚀 稼働期間：1ヶ月
 - 🚀 商談件数：20件/月

Before - 導入前の課題

他外部活用からの商談供給が安定しなく、新たな新規開拓策が急務な状況だった

- アウトバウンド経験、ノウハウが社内になく、他外部に丸投げの状態だった
- リストも自社保有がない為、外部に任せきりで、ターゲット選定・戦略も曖昧だった
- 他外部からの供給商談数は月平均3～5件、明らかに優先度が低いように感じていた

取り組み

- ターゲット選定・リスト設計 → 最適なターゲットを協議し、リスト作成でアポ率改善
- 各業界向けトーク設計 → 業界ごとの課題に刺さるフックがあるトークを作成
- 訴求ポイントの見直し → 競合他社サービスとの差別化ポイントを明確化
- 架電・改善のPDCA → 顧客の反応に応じて都度トーク改善、検証し、アポ率を改善

After - 導入後の成果

- ▶ 商談件数：月平均 3～5件 → **20件/月へ安定成長**
- ▶ 受注数：**4件 (+見込み3社)**
- ▶ アポ率：**3.4%**

※3ヶ月運用で累計58件の商談創出

【事例5 | 海外人材紹介】 他外部との併用で月商談数を **4倍UP (40件)** に改善した成功事例

依頼企業

- 🏢 業界：人材・HR
- 🚀 提案サービス：海外人材紹介（特定技能、技人国）
- 👥 従業員：800名以上
- 🌐 商圏地域：全国
- 📞 営業体制：営業250名

成果条件／稼働目標

- 🚀 ターゲット業界：介護、製造、宿泊、自動車整備
 - 🚀 対象地域：全国
 - 🚀 対象規模：20名以上
 - ✖ NG条件：海外人材紹介の検討余地がない
 - ✖ NG条件：国内就業経験者のみ採用、N2以上必須
-
- 🚀 稼働期間：1ヶ月
 - 🚀 商談件数：30件/月

Before - 導入前の課題

他外部からの安定供給が得られず、売上計画に支障が出ていた。

- 他外部支援からの商談供給数は月平均5～10件とばらつき
- 供給されるアポ質が低く、商談化が進みにくい状態だった
- 他外部支援とのコミュニケーションが少なく改善が進まなかった

取り組み

- ターゲット選定・リスト設計 → 効率の良い業界に絞り、アポ率を改善
- 各業界向けトーク設計 → 各業界の課題に刺さるフックを重視したトーク設計
- 継続的な架電 → 目標の月商談件数を獲得するための工数担保、コントロール
- 定例MTGでPDCA → 定例MTGと改善で目標以上の商談件数獲得へ

After - 導入後の成果

- ▶ 商談件数：他外部支援 月平均5～10件 → **40件/月 (4倍UP)**
- ▶ 受注数：**7件 (+見込み2社)**
- ▶ アポ率：**3.5%**

※3ヶ月運用で累計120件以上の商談創出

【事例6 | 福利厚生サービス】 共同で戦略を練り直し月商談数 **80件(10倍UP)** を獲得した成功事例

依頼企業

- 🏢 業界：コンサルティング、インターネットサービス
- 🚀 提案サービス：福利厚生アウトソーシングサービス
- 👥 従業員：25名以上
- 🌐 商圏地域：全国
- 📞 営業体制：営業8名

成果条件／稼働目標

- 🚀 ターゲット業界：不問
- 🚀 対象地域：全国
- 🚀 対象規模：200名以上
- ✖ NG条件：福利厚生サービス導入の検討余地がない
- ✖ NG条件：福利厚生に予算をかけていない

-
- 🚀 稼働期間：1ヶ月
 - 🚀 商談件数：30件/月

Before - 導入前の課題

他外部支援と、人脈を使った紹介がメインだったが、売上成長には違う施策が必要だった。

- 人脈紹介+他外部からの供給合わせて商談機会は、月平均8件程度と少なかった
- 社内に新規開拓用のリスト、アウトバウンド営業で獲得するノウハウがなかった
- 商材に際立った強みがなく、外部支援の中でも優先順位が低かった

取り組み

- ターゲット選定・リスト設計 → 親和性の高い業界に絞り、アポ率、商談化率を改善
- 他社差別化を図れるトーク設計 → 強みを洗い出し、ターゲットに刺さるトーク設計
- 架電・改善のPDCA → 顧客の反応に応じて都度新しい情報をトークに交ぜ改善、検証
- 商談後の振り返り → 商談結果に応じた改善で商談の質向上を図り、商談化率向上へ

After - 導入後の成果

- ▶ 商談件数：月平均8件 → **80件/月 (10倍UP)**
- ▶ 受注数：**17件 (+見込み3社)**
- ▶ アポ率：**3.9%**

※2ヶ月運用で累計90件以上の商談創出

【事例7 | 自治体向けサービス】 再活用後、改善で商談数 **25件** 有効商談 **60%** を実現した成功事例

依頼企業

- 🏢 業界：コンサルティング、研修サービス
- 📌 提案サービス：自治体向けサービス
- 👥 従業員：10名
- 🌐 商圏地域：全国
- 📞 営業体制：営業3名

成果条件／稼働目標

- 📌 ターゲット業界：自治体
- 📌 対象地域：全国
- 📌 対象規模：不問
- ✖ NG条件：地方創生等の企画推進担当ではない
- ✖ NG条件：新たに予算をかける検討余地がない

-
- 📌 稼働期間：1ヶ月
 - 📌 商談件数：15件/月

Before - 導入前の課題

- 公共機関特有の商談プロセスと接触難易度から、過去に外部活用した際は成果を得られなかった
- 過去の外部活用時は、人員が少なく、営業が手一杯で改善にあてる時間が割けなかった
 - 外部支援からの供給商談数は10件あったが有効商談が少ない状態だった
 - 途中で外部支援と改善を図る機会がなく、単発での活用だけで終わってしまった

取り組み

- ターゲットセグメント再設計 → ニーズの高い自治体に絞り、無駄打ちを改善
- 公共機関向けの条件整理・トーク最適化 → ターゲット課題に刺さるトーク設計
- 架電・改善のPDCA → 顧客の反応に応じて都度トーク改善、検証
- 商談後の振り返り → 商談結果に応じた都度改善で商談の質向上、商談化率向上へ

After - 導入後の成果

- ▶ 商談件数：月10件 → **25件（有効商談60%）**
- ▶ 受注数：**3件（+見込み3社）**
- ▶ アポ率：**6.5%**

※3ヶ月運用で累計45件以上の商談創出

【事例8 | 学校教材】 導入例が少ない商材が、商談数 10件 3倍 へ増加した成功事例

依頼企業

- 🏢 業界：教育
- 🚩 提案サービス：学校法人向け教材
- 👥 従業員：20名
- 🌐 商圏地域：全国
- 📞 営業体制：営業5名

成果条件／稼働目標

- 🚩 ターゲット業界：大学、専門学校、高校（私立のみ）
- 🚩 対象地域：全国
- 🚩 対象規模：不問
- ✖ NG条件：AIやICT教育に注力する意欲がない
- ✖ NG条件：教務課や担当教師ではない

-
- 🚩 稼働期間：1ヶ月
 - 🚩 商談件数：10件/月

Before - 導入前の課題

導入事例が少なく商談機会が限定的、新規商談の創出が進んでいない状態だった。

- 商談機会は、月平均3件と少なかった
- 導入事例や提案の引き出しが少なく、内製営業では訴求力が弱かった
- 関心を持ってもらえても、商談化が進みにくい状態だった

取り組み

- ターゲットセグメント再設計 → 商材に親和性の高い学校に絞り、無駄打ちを削減
- 教育ニーズ軸にした課題ヒアリング＋トーク改善 → ターゲット課題に刺さるトーク設計
- 架電・改善のPDCA → 顧客の反応に応じて都度トーク改善、検証
- 商談後の振り返り → 商談結果に応じた改善で商談の質向上、商談化率向上へ

After - 導入後の成果

- ▶ 商談件数：月平均3件 → **10件/月へ安定成長**
- ▶ 受注数：**3件（+見込み3社）**
- ▶ アポ率：**4.5%**

※3ヶ月運用で累計40件以上の商談創出

【事例9 | 介護施設向けシステム】 外部活用の再挑戦で、月商談数 **20件** を実現した成功事例

依頼企業

- 🏢 業界：クラウドサービス、コンサルティング
- 🚀 提案サービス：介護施設向けシステム
- 👥 従業員：40名
- 🌐 商圏地域：全国
- 📞 営業体制：営業10名

成果条件／稼働目標

- 🚀 ターゲット業界：介護施設
- 🚀 対象地域：全国
- 🚀 対象規模：不問
- ✖ NG条件：現場の業務効率化に注力する意欲がない
- ✖ NG条件：介護施設向けシステムの検討余地がない

-
- 🚀 稼働期間：1ヶ月
 - 🚀 商談件数：20件/月

Before - 導入前の課題

- 過去に同類の外部活用で失敗後、内製のみの新規開拓に行き詰っている状態だった。
- 過去の外部活用では、商談件数の安定供給が実現できなかった
 - 内製ではセミナーからのリードが主で、商談機会は、月平均7~8件と少なかった
 - 社内にアウトバウンド営業で獲得するノウハウがなかった

取り組み

- ターゲット選定・リスト設計 → 商材に親和性の高い業態に絞り、無駄打ちを削減
- 訴求ポイントの洗い出し → ターゲットの課題にダイレクトに刺さるメッセージを設計
- 改善PDCA実行 → 顧客の反応に応じて都度トーク改善、検証し、アポ率を改善
- 定例MTGでPDCA → 定例MTGと改善で目標以上の商談件数獲得へ

After - 導入後の成果

- ▶ 商談件数：月平均7~8件 → **20件/月へ安定成長**
- ▶ 受注数：**4件 (+見込み3社)**
- ▶ アポ率：**3.1%**

※4ヶ月運用で累計75件以上の商談創出

【事例10 | 新卒採用支援】 他外部支援と併用で合計の月商談数 **50件** を実現した成功事例

依頼企業

- 🏢 業界：人材・HR
- 🚀 提案サービス：新卒採用支援サービス
- 👥 従業員：300名
- 🌐 商圏地域：全国
- 📞 営業体制：営業100名

成果条件／稼働目標

- 🚀 ターゲット業界：不問（土業、医療介護除く）
 - 🚀 対象地域：全国
 - 🚀 対象規模：不問
 - ✖ NG条件：新卒採用を実施していない
 - ✖ NG条件：採用施策に予算をかけない
-
- 🚀 稼働期間：1ヶ月
 - 🚀 商談件数：50件/月

Before - 導入前の課題

- 他外部支援だけでは商談件数が不足しており、目標達成には母数拡大が課題だった。
- 商談機会は他外部支援からの供給で、月平均15~25件とばらつきがあった
 - 内製リソースでは新規開拓に割く時間がなく、商談創出できなかった
 - 他外部支援からの供給されるアポ質が低く、改善が必要だった

取り組み

- ターゲットセグメント再設計 → 商材に親和性の高い企業を再選定、アポ率を改善
- 訴求ポイントの洗い出し+トーク改善 → 市場動向に合った特徴を強調したトーク設計
- 架電・改善のPDCA → 顧客の反応に応じて都度トーク改善、検証
- 商談後の振り返り → 商談結果に応じた改善で商談の質向上、商談化率向上へ

After - 導入後の成果

- ▶ 商談件数：他外部支援で月平均15~25件 → **+20~30件/月で 合計50件達成**
- ▶ 受注数：**5件 (+見込み3社)**
- ▶ アポ率：**3.2%**

※3ヶ月運用で累計75件以上の商談創出

成果が出た共通点（まとめ）

－ 成果が変わった企業に共通していたポイント －

本資料で紹介した事例において、
外部での商談創出の成果が安定した企業には、いくつかの共通点が見られました。

◆ 共通点① | 丸投げではなく「共同設計・運用」

外部に任せきりにするのではなく、

- ・ ターゲット定義
- ・ 訴求内容
- ・ 商談基準

を自社と外部で状況に応じながら適宜擦り合わや、改善を共同で設計・運用した企業ほど、成果が継続する傾向がありました。

◆ 共通点③ | 過去のやり方を前提にしなかった

「以前の方法が合わなかった理由」を整理し、

- ・ ターゲットの再設定
- ・ 進め方の変更
- ・ 社内役割の見直し

を行った企業ほど、切替後・併用後・再活用後の成果が向上しました。

◆ 共通点② | 短期成果ではなく検証前提で進めていた

初期段階を「検証期間」と位置付け、一定の稼働期間を設ける中で

- ・ 仮説検証
- ・ トーク改善
- ・ リスト精査

を繰り返し、取り組んだ企業ほど、安定した商談創出につながりました。

◆ 共通点④ | 自社側にも役割を持たせていた

成果が出た企業では、

- ・ フィードバック
- ・ 商談結果の共有
- ・ 改善方針の判断

など、自社側の関与が一定ありました。完全委託ではなく「外部を活用した営業プロセス」として運用していた点が特徴です。

外部での商談創出が機能しやすい企業の特徴

本資料の事例をもとに、外部活用との相性が良い企業の傾向を整理しています。

◎ 向いている企業

- 外部活用の目的が明確になっている（新規開拓強化／営業効率改善 など）
- 過去の取り組みの課題を整理できている
- 自社側でも一定の関与が可能（方針判断・改善・フィードバックなど）
- 中長期的な営業基盤づくりを考えている
- 過去に外部活用の経験があり、改善前提で再検討している

× 向いていない企業

- 完全に外部へ任せたい
- 短期間での成果のみを求めている
- 過去のやり方を変える予定がない
- 商談後の営業体制が整っていない
- 新規開拓の目的が曖昧

外部活用は、「営業機能の代替」ではなく「営業プロセスの一部として活用する」企業ほど成果につながる傾向があります。
自社の状況と照らし合わせながら、適した進め方の検討材料としてご活用ください。

本資料の内容を踏まえ、自社の状況に応じて次のような整理をおすすめしています。

✓ 自社の新規開拓の現状を整理する

- 現在の取り組み方法
- 成果が安定している／していない理由
- 社内で担う範囲と課題

を明確にすることで、
外部活用の必要性や適合度が
判断しやすくなります。

✓ 過去の外部活用の振り返り

過去に利用経験がある場合は、

- うまくいかなかった要因
- 当時との環境の違い
- 改善できそうな点

を整理することで、
次の選択の精度が高まります。

✓ 自社に合う進め方の検討

外部活用には、

- 切替
- 併用
- 部分的な活用

など複数の進め方があります。
「どの方法が適しているか」を
事例と照らし合わせながら
検討することが重要です。

個別に整理したい場合／最後に

自社の状況に照らして外部での商談創出が適しているかどうかを短時間で整理する機会もご用意しています。
営業提案を目的としたものではなく、

- 現状の整理
- 適合性の確認
- 次の方向性の検討

を行うための時間です。必要に応じてご活用ください。
※入力企業名・お名前・メールのみ（約30秒で完了）

無料相談（15分）



<https://www.aworthz.com/fit-check/>

【最後に】本資料が、貴社にとって最適な新規開拓の進め方を検討する一助となれば幸いです。

会社概要

会社名：株式会社aworthz（株式会社アワーズ）
本社所在地：〒150-0044
東京都渋谷区円山町5番3号 MIEUX渋谷ビル8階
お電話：03-6378-7318 受付時間 9:00-18:00 [土日祝除く]

ホームページ：<https://aworthz.com>
メール：info@aworthz.co.jp
事業内容：完全成果報酬型テレアポ代行サービス
従業員数：15名
設立：2025年8月18日