

BtoB新規開拓 成功事例集

「電話による接点づくり」を外部で担い、
商談につながった段階を成果として設計した事例

※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】

本資料で紹介する事例は、
商談につながった段階を成果として設計した取り組みの内容です。
アポイント数を増やすこと自体を目的としたものではありません。

新規開拓における「電話による接点づくりの工程」を外部で担い、
商談につながったかどうかを成果の基準として設計しています。

- ✓ 商談に進んだか（検討余地はあったか）
- ✓ 適したターゲットに正しく商材が伝わっていたか

単なる架電数・アポイント数のみを成果指標としていません。

【成果数値について】

- ✓ 業界・商材・営業体制により結果は異なります。
- ✓ すべての企業で同様の成果を保証するものではありません。
- ✓ 「自社に近い状況かどうか」という視点で事例をご覧ください。



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）

- 月商談数：20～25件（約4倍）
- 受注数：10件

✦ 事例 2 | 社員研修

- 月商談数：40～55件（約3倍）
- 受注数：6件

✦ 事例 3 | WEB広告

- 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

- 月商談数：20件（約6倍）
- 受注数：4件

✦ 事例 5 | 海外人材紹介

- 月商談数：40件（4倍）
- 受注数：6件

✦ 事例 6 | 福利厚生サービス

- 月商談数：50件（10倍）
- 受注数：8件

✦ 事例 7 | 自治体向けサービス

- 商談数：15件（導入後3日間）
- 受注数：3件

✦ 事例 8 | 学校教材

- 月商談数：10件（約3倍）
- 受注数：2件

✦ 事例 9 | 介護施設向けシステム

- 月商談数：20件（約2.5倍）
- 受注数：3件

✦ 事例10 | 新卒採用支援

- 月商談数：50件
- 受注数：5件

【事例1 | 人材紹介（中途）】 導入後月商談数が5~7件 → 20~25件へ安定的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

安定的な商談獲得ができず、売上成長につながらない状態が続いていた。

- 商談機会は月平均5~7件とばらつき
- 決裁者への接触に時間を要する
- 商談化が進みにくい状態だった

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、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
- 架電およびトーク設計・改善 → 初回接触で興味を引き、短時間でアポにつなげる導線
- 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 5~7件 → **20~25件/月へ安定成長**
- ▶ 受注数：**10件（+見込み2社）**
- ▶ アポ率：**3.7%**

※6ヶ月運用で累計120件以上の商談創出

【事例2 | 社員研修】 問合せ中心だった新規開拓15件 → 40~55件へ大幅改善した成功事例

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

問合せ中心だった新規開拓が停滞し、新たな施策の取り組まなければならない状態だった。

- 商談機会は月平均10~15件とばらつき
- ターゲット像が広く商談率が低下
- 問合せ減少で掘り起こしも限界が見えてきていた

取り組み

- ターゲットの優先度整理 → 親和性の高い業界に絞り、商談化率を改善
- 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 15件 → **40~55件/月へ安定成長**
- ▶ 受注数：**6件 (+見込み3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3 | WEB広告】初めての外部活用で、月商談数20件（4倍）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】 営業が少人数体制でも月商談数 **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

- 紹介、反響からのリードだけでは限界があり、新たな新規開拓策が急務な状況だった
- アウトバウンド施策の経験、ノウハウが社内になく、打開策が見つからなかった
 - 社内に営業スタッフが少なく、新規開拓用のリストも保有がない状況だった
 - 紹介、反響のリードは商談率は高いが、商談機会は月平均3～5件と少なかった

取り組み

- ターゲット選定・リスト設計 → 最適なターゲット、リスト作成によって高アポ率化
- 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2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】 他外部支援からの切替で月商談数を **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

他外部支援から新規商談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：**6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】 会社創設5か月目で月商談数 **50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

人脈を使った紹介がメインの新規開拓だったが、売上成長には違う施策が必要だった。

- 役員の人脈紹介のみで商談機会は、月平均5件と少なかった
- 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
- 人脈を使った紹介のみで、営業人員のスキルや経験値の向上も図れていなかった

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、商談化率を改善
- 顧客課題に特化したトーク設計 → 選定した業界の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を図り、商談化率向上へ

After - 導入後の成果

- ▶ 商談件数：月平均5件 → **50件/月 (10倍UP)**
- ▶ 受注数：**8件 (+見込み5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】 導入後わずか3日間で商談件数 **15件** を獲得した成功事例

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、新規商談の創出が進んでいない状態だった。
- 営業リソースが少なく、新規開拓にかかる時間が割けなかった
 - 商談機会は、月平均3~5件と少なかった
 - 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 → ニーズの高い自治体に絞り、アポ率を改善
- 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3~5件 → **15件（3日間で獲得）**
- ▶ 受注数：**3件（+見込み2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、導入後の月商談数 3件 → 10件 へ3倍増した成功事例

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（3倍）**
- ▶ 受注数：**2件（+見込み2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 (2.5倍)**
- ▶ 受注数：**3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）

- 10事例に共通する、成果創出のポイント -

今回ご紹介した10事例は、業界・商材・企業規模がそれぞれ異なります。
しかし、成果が出た企業には共通するポイントがありました。

★ 共通点① | 「商談獲得」をKPIに置いた設計

すべての事例において、
受注数ではなく「**商談機会の創出**」を明確なゴールとして設定。

その結果、

- 短期的な成果のブレを抑制
- 継続的に改善できる運用体制

を実現しています。

★ 共通点② | 業界・商材に依存しないアプローチ設計

人材、教育、IT、自治体向けサービスなど、
導入業界は多岐にわたりますが、
ターゲット設計と訴求軸を整理することで成果につながっています。

★ 共通点③ | 少人数・限られたリソースでも再現可能

営業人数が限られている企業や、
専任のインサイドセールスがない企業でも、
無理のない運用で商談数を安定的に創出できています。

商談創出は、「特別な営業力」ではなく「**設計と運用**」で再現することができます。

向いている企業／向いていない企業

以下に当てはまる企業様は、事例と同様の成果を再現しやすい傾向があります。

◎ 本サービスが向いている企業

- 新規開拓の商談数を安定させたい
- 営業活動を属人化させず、仕組み化したい
- 営業リソースが限られている
- 外部施策を試したが、成果が安定しなかった
- 商談の「量」と「質」を同時に改善したい

一方で、以下のようなご要望には適していません。

× 本サービスが向いていない企業

- 受注数・売上の即時保証を求めている
- 商談獲得後の営業プロセスを整える意思がない
- 短期間で一度きりの施策を求めている

本サービスは、**商談機会を「継続的に創出する仕組み」を構築するための支援**です。

本サービスは、新規開拓における 商談機会の創出 を目的とした支援サービスです。

✦ 主な支援内容

- ターゲット・リスト設計
- 訴求軸・トーク設計
- アプローチ実行・改善運用
- 商談獲得状況の可視化・分析・改善

✦ 他外部支援との違い

- 商談数をKPIに置いた運用設計
- 業界・企業規模を問わない再現性
- 属人化しない改善サイクル

※詳細な支援内容や運用フローについては、別資料にてご案内しています。

次にできること まずは、自社に合うかを整理するところから

事例をご覧ください、「自社でも再現できそうか」「どれくらいの商談数が見込めるか」
気になった方は、まずはお気軽にご相談ください。

★ 無料相談でできること

- 自社商材・ターゲットの整理
- 商談創出の可能性整理
- 過去事例との簡易比較

※この相談で営業や提案は行いません

※「自社に合うかどうか」の整理が目的です売り込みを前提としたご相談ではありません。

商談創出は、正しい設計と運用で、無理なく積み上げていくことができます。

まずは30分、現状を整理するところから始めてみませんか。

拝読いただきありがとうございました。

- ・もう少し具体的に検討したい
 - ・条件を整理したうえで判断したい
- と感じられた場合は、無料相談もございます。

無料相談（無料） は下記ページから日時予約いただけます。

- ※この相談で営業や提案は行いません
- ※「自社に合うかどうか」の整理が目的です。
- ※カレンダーで希望日時を選択いただくと、Google Meetリンクが自動生成されます。

自社の状況も相談したい

状況に合わせたアドバイス ※入力企業名・お名前・メールのみ（約30秒で完了）

自社に合うか15分で確認する （無料・営業なし） ▶▶

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



aworthz

すべてに、無限の価値を

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