

『ビジネスタンク』活用事例

BUSINESS TANK

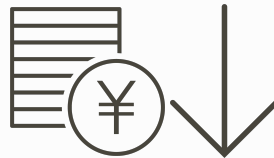
その1

新規顧客獲得



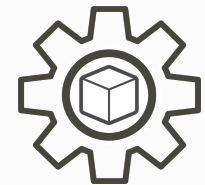
その2

コスト削減を見込める
仕入先／外注先の開拓



その3

新規開発商品の
テストマーケティング



その4

協力会社
(技術協力、OEMなど)
の開拓



その5

代理店開拓①
他社に自社サービスの
代理店になってもらうケース



その6

代理店開拓②
自社が他社サービスの
代理店になるケース



その1 新規顧客獲得



精密プレス加工業

所在地：大阪府 | 売上高：14億円 | 従業員数：6名 | 設立：1952年

- ①自社の技術で対応可能な元請け案件を狙い、**800万円の新規契約を獲得。**
- ②継続的な大口取引が想定されるため、工場を新設し**6000万円の取引を見込む。**

ビジネスバンク活用の背景

これまでは商社からの受注のみで、案件が単発で終わってしまうことが多々あったため、**今後長期取引が見込めるメーカーからの元請け案件を探していた。**

社長のネットワークから営業先を探していたが、「**自社の技術や設備で対応可能**」な案件を見つけることができていなかった。

ターゲット条件
プレス加工案件

加工条件	板厚3.2mm、 プレス機200トンまで、 月産1万個以上のロット数があること。
対象業界	自動車、 電子部品、建築金物
エリア	関西～中部



建築業

所在地：愛知県 | 売上高：4.8億円 | 従業員数：12名 | 設立：2013年

アポイント取得の効率化により、活用開始から1年間で
売上高1億230万円、粗利益3069万円の新規契約を獲得。

ビジネスタンク活用の背景

倉庫業や建築業向けに営業強化を目指す中で、
従来の“反響営業のみ”の手法に限界を感じていた。

一方、“プッシュ型”での新規開拓経験がなく、
電話や紹介でアポイントを取ろうにも効率が悪く、
ようやく設定した数少ないアポイントにおいても、
プッシュ型の営業方法・受注までの追い方がわからず、
受注に繋がる見込みすらない。

効率的なアポイント取得、受注までのフォローなど、
新規開拓全般を支援していただきたい。

ビジネスタンク活用による効果

合計受注額

1億230万円

粗利益

3069万円

商談相手

社長（従来は担当者）

進捗管理

案件管理表を作成
（従来は管理できず）



コインランドリー業

所在地：愛知県 | 売上高：30億円 | 従業員数：430名 | 設立：2010年

利用開始から8ヶ月間で2社と成約し、
売上高9000万円、粗利益2400万円の新規契約を獲得。

ビジネスタンク活用の背景

FCオーナー開拓のため、
毎年800万円の費用をかけて展示会に出展していたが、
決裁権のない担当者との商談や
全くニーズのない企業との商談が多く、
“名刺交換した160社から成約に至る企業は1社のみ”
というようなことが常態化していた。

ビジネスタンク活用による効果

商談件数	50件
合計受注額	9000万円
粗利益	2400万円
成約件数	3件
成約率	6%（従来は1%）
商談相手	社長（従来は担当者）



ECコンサルティング業

所在地：福岡県 | 売上高：6.7億円 | 従業員数：56名 | 設立：2017年

サービス部門拡充のため、営業人員を12名→5名に削減しながらも
12名体制と同等の3100万円の新規契約を獲得。

ビジネスタンク活用の背景

売上拡大を目指したいが、
サービス部門の人員不足により、
これ以上案件を増やせない状況。

追加人員の採用は現実的ではなく、

- ①営業部門からサービス部門に人員を異動。
- ②一方で、新規開拓の開拓ペースは維持。

の両立が必要。

そのため、

少ない人数で、効率的に新規開拓ができる
体制を構築したい。

ビジネスタンク活用による効果

商談件数

100件（営業人員5名）

合計受注額

3100万円

受注率

16%（従来は10%）

商談相手

社長（従来は担当者）



広告代理業

所在地：東京都 | 売上高：5.4億円 | 従業員数：6名 | 設立：2014年

契約5ヶ月間で
3件との取引が成立、1250万円の新規契約を獲得。

ビジネスタンク活用の背景

新規開拓のために営業代行サービスを活用したが、

- ① “アポイントを取りたい企業”
(=商談したい条件を満たす企業)ではなく、
“アポイントが取れる企業”との商談になってしまう。
- ②商談相手が決裁権のない担当者である。
- ③商談先の課題やニーズ、既存取引先などの情報を
事前に取得できず、提案の精度が低くなってしまう。

以上により受注に繋がらない案件が大半であった。

ビジネスタンク活用による効果

販売側 成約金額（利益）	140万円
1年間累計 受注金額	1250万円
販売側 商談件数	初回商談設定数126件 成約件数7件（提携2件含む）
購買側 商談件数	商談設定数60件
商談相手	社長（従来は担当者）



給排水・衛生設備工事業 所在地：千葉県 | 売上高：7.9億円 | 従業員数：20名 | 設立：2000年

ターゲットエリアの拡大に成功し、利用開始から半年間で1社と成約。
売上高3000万円、粗利益600万円の契約を獲得。

ビジネスタンク活用の背景

安定的に売上・利益を出せており、
自社の経営状況に大きな課題を感じていなかったが、
ビジネスタンクの営業担当者との対話すればするほど
「今のままでは現状維持が精一杯で、世の中の変化に
ついていなければ、業績縮小の可能性は大きい」
と危機感を持つようになった。

ビジネスタンク活用による効果

合計受注額	3000万円
粗利益	600万円
商圏エリア	千葉県中部、東京都大田区、 品川区、中央区 (従来は千葉県南部のみ)

その2

コスト削減を見込める仕入先／外注先の開拓



金属工作機械製造業

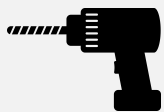
所在地：岐阜県 | 売上高：15億円 | 従業員数：46名 | 設立：1960年

工具の仕入先開拓により、
工具購買費を年間360万円（50%）削減。

ビジネスバンク活用の背景

これまでコスト削減に取り組めていなかったが、**購買コストの見直しに伴い、仕入先企業の増加、見直しを図りたい。**

紹介した企業

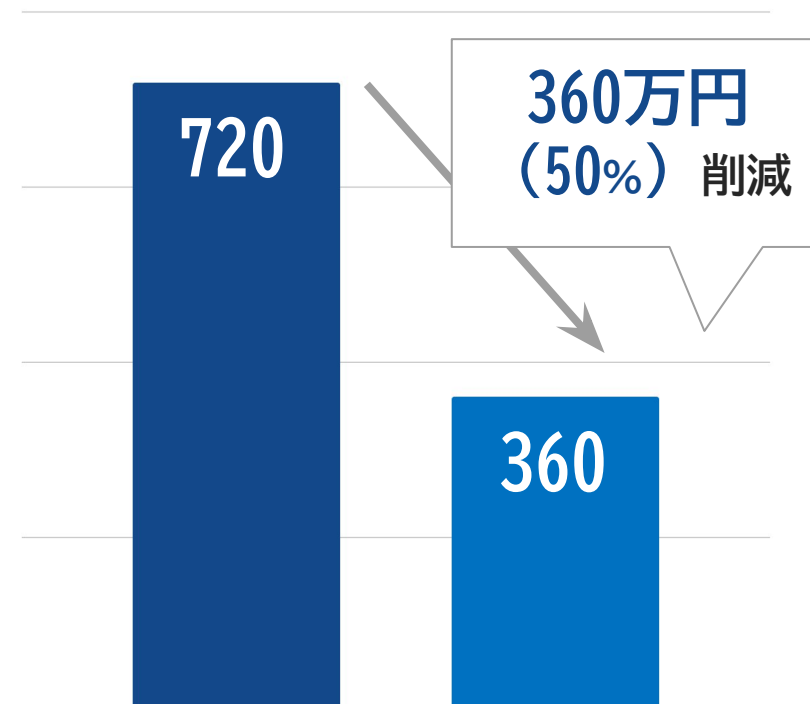


所在地に近い東海エリアにて
より安く工具を納品できる
産業機械器具卸売会社

ビジネスバンク活用による効果

* 工具調達額

単位（万円）





精米・精麦業

所在地：熊本県 | 売上高：82億円 | 従業員数：86名 | 設立：1973年

電気代削減コンサルを活用し、
電気代年間30%（2400万円）の削減を実現。

ビジネスバンク活用の背景

3箇所の工場で、年間8000万円の電気代がかかっていた。
電気代が高いことが悩みであり、
電力会社を見直すなど、コスト削減に取り組んでいたが、大きな削減には繋がっていなかった。

紹介した企業

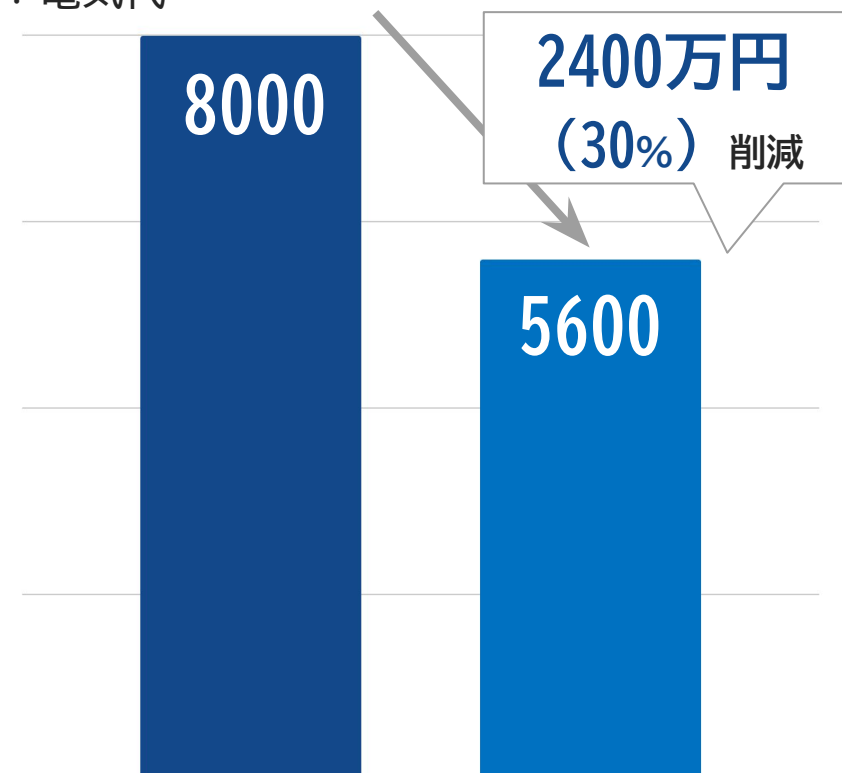


ビッグデータの活用により、
最適な電気料金の算出、電力
会社選定、交渉までを一貫し
て行う電気代削減コンサル

ビジネスバンク活用による効果

* 電気代

単位（万円）



その3 新規開発商品のテストマーケティング



動画制作業、広告制作業 所在地：東京都 | 売上高：13億円 | 従業員数：90名 | 設立：2015年

従来はBtoB企業にのみ営業をしていたが、BtoC企業への営業を開始。
年間成約件数は4倍（120件）となり、
売上高2050万円、粗利益1840万円の新規契約を獲得。

ビジネスタンク活用の背景

新製品を開発したため、販路を拡大したい。
しかし、自社の手法では既取引のある業界しかアプローチできない。

新たに異業界へアプローチするためのテストマーケティング手法として、
ビジネスタンクの導入を決意。

ビジネスタンク活用による効果

成約件数	120件（従来は30件）
合計受注額	2050万円
粗利益	1840万円
取引先	BtoB<既存取引業界への拡販> BtoC<新規業界への販路開拓>
商談相手	社長（従来は担当者）



各種土業

所在地：東京都 | 売上高：1.5億円 | 従業員数：25名 | 設立：2008年

サービス価格を大幅に引き上げたが、提案内容の刷新と新規開拓により
年間成約件数32件、売上高3000万円、粗利益2105万円を実現。

ビジネスバンク活用の背景

2つの事業に対し、以下の課題を感じていた。

- 「保健師による従業員の健康状態サポート」
企業に興味を持ってもらえず、
話すら聞いてもらえないことがしばしばあった。

- 「助成金取得支援事業」
提供先がサービス業界に特化していたため、
異業種の新規開拓が必要。

ビジネスバンクに
提案の切り口についてのアドバイスと
異業種の新規開拓を依頼。

ビジネスバンク活用による効果

商談件数	100件
成約件数	32件
成約率	32%
合計受注額	3000万円
粗利益	2105万円
商談先	土木工事業界などの複数業界 (従来はサービス業界に特化)

その4

協力会社（技術協力、OEMなど）の開拓

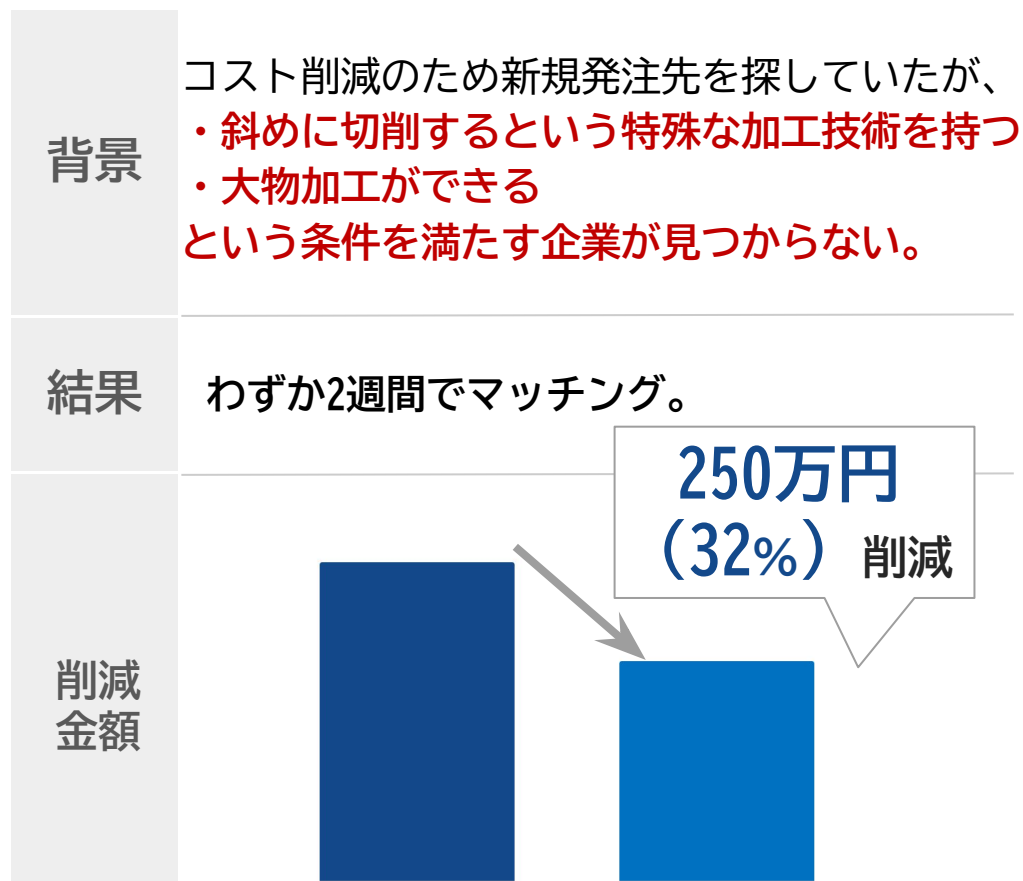


ベアリング部品製造業

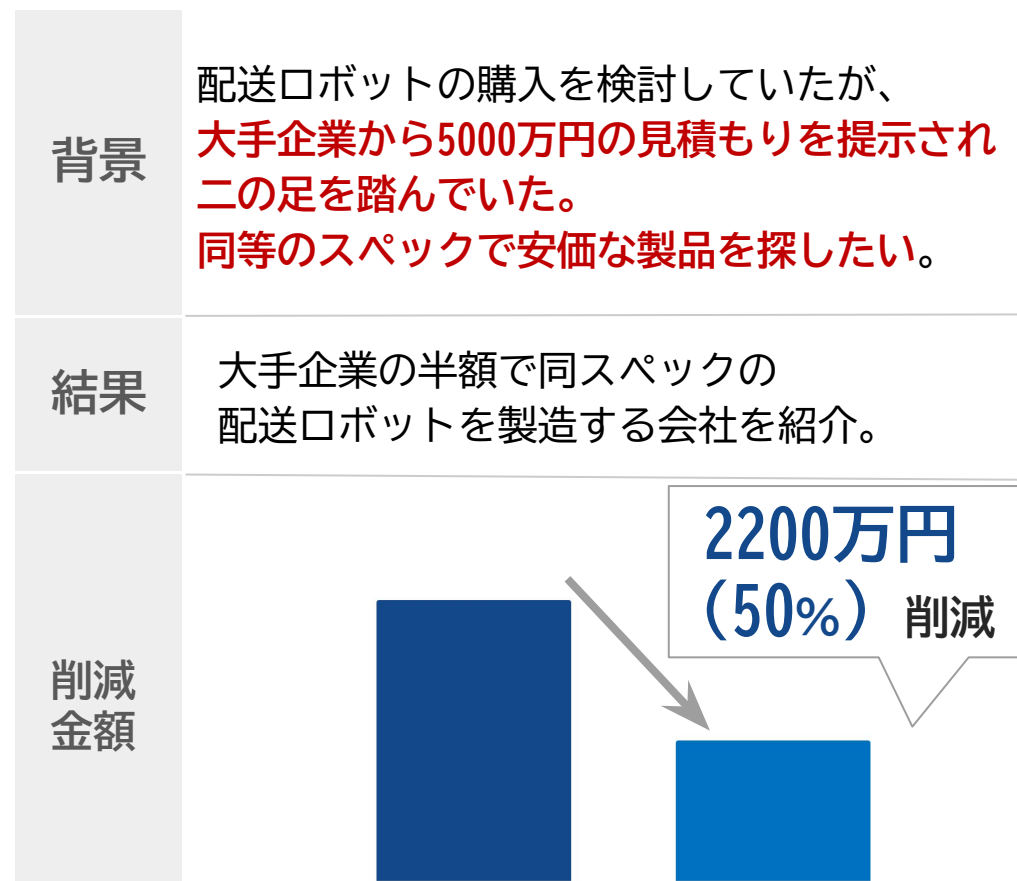
所在地：長野県 | 売上高：68億円 | 従業員数：170名 | 設立：1944年

- ①加工費を250万円削減。
②想定購買コストを2200万円削減。

①加工費を250万円削減



②想定購買コストを2200万円削減





建築設計業

所在地：愛知県 | 売上高：27億円 | 従業員数：311名 | 設立：2012年

化粧品OEMメーカーをマッチング、
新規事業として海外富裕層向け卸事業をスタート。

ビジネスバンク活用の背景

本業は建設コンサルだが、新規事業として海外向けの商社事業をスタートするために、
海外の富裕層向けの化粧品・菓子などの製造受託先を探していた。

富裕層向けの商品、という条件に加え、新規事業であるため、「**少数生産でも安価に対応できる**」という条件に合致する企業を見つけられずにいた。

POINT



富裕層に好まれる、
ウルトラファインバブルの技術を持つ化粧品OEMメーカーをマッチング！

➤➤ フィリピンへの進出が実現！

その5

代理店開拓①

他社に自社サービスの代理店になってもらう



化粧品・洗剤製造業

所在地：愛知県 | 売上高：3億円 | 従業員数：10名 | 設立：2018年

海外向け雑貨輸出会社を代理店として開拓、
売上高1500万円、粗利450万円を獲得。

ビジネスバンク活用の背景

ウルトラファインバブル業界において、
競合がまだ少ない製品を扱う特約店であるため、
競合が参入する前に代理店開拓を行い、
シェアを拡大させたい。

POINT



新規事業として、雑貨輸出事業を手掛ける建設コンサル会社とのマッチングが実現！

さらに！



代理店を探す過程で、
直販可能なコインランドリーを発見。



売上高310万円、粗利100万円の取引を獲得。



中古車販売業

所在地：富山県 | 売上高：18億円 | 従業員数：28名 | 設立：2015年

18件の代理店開拓を実現し、
売上高2570万円、粗利1660万円を獲得。

活用の背景

新規事業で開発した「建築用ガラスの遮熱コーティング剤」の営業が進まない。

- ・専任の営業マンがいない
- ・ターゲット業界が不明

などの理由により、商談が0件という状況が続いていた。

活用後の変化

商談件数	108件 (活用前は0件)
商談相手	社長
受注率	16%
合計受注額	2570万円

開拓代理店例

01 	イベント企画会社 ・ショッピングモール ・スーパーに販路を持つ
02 	板金工事会社 ・地場ゼネコン ・電設資材商社に販路を持つ
03 	ガス会社 ・個人宅に販路を持つ (リフォーム時のアップセル商品として)

その6

代理店開拓②

自社が他社サービスの代理店になる



給排水・衛生設備工事業 ／一般電気工事業

所在地：愛知県 | 売上高：4億円 | 従業員数：15名 | 設立：2016年

建築用ガラスの遮熱コーティング剤の販売代理店となり、
3ヶ月間で1000万円販売、粗利140万円を獲得！

ビジネス坦克活用の背景

自社にアップセル商材が少なく、今後の売上拡大、既存顧客への満足度向上に課題を感じていた。BtoBの提案商材を増やすために、既存事業と親和性のある商品を扱いたいと考えていたが、社長の人脈だけでは適当な商品・企業を見つけられなかった。

紹介した企業



リフォーム事業と親和性の高い
遮熱コーティング剤メーカー

ビジネス坦克活用による効果

合計受注額

1000万円 (3ヶ月)

獲得粗利

140万円 (3ヶ月)



住宅工事業

所在地：神奈川県 | 売上高：3.5億円 | 従業員数：23名 | 設立：2015年

リフォーム工事会社と提携することで、
半年で粗利500万円を獲得！

ビジネスタンク活用の背景

自社にアップセル商材がないため、
既存顧客へのフォローが十分にできず、
満足度向上に課題を感じていた。

ビジネスタンク活用による効果

獲得粗利
(紹介手数料)

500万円 (6ヶ月)

紹介した企業



メンテナンス・設備工事・
リフォーム会社