

地方の中小企業開拓に特化した、勝ちパターン解説書

シン・マーケティング

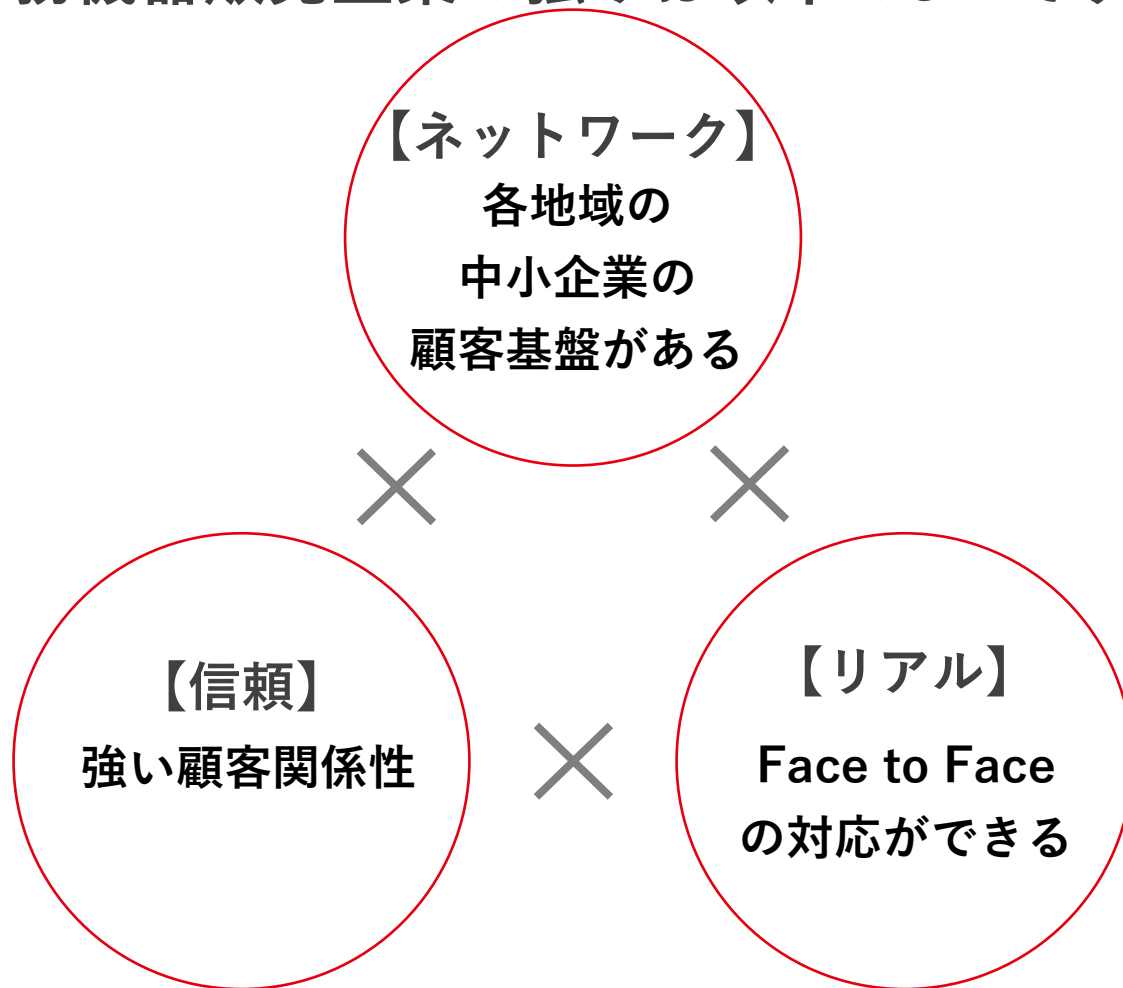


一般社団法人
中小企業働き方支援協会

更新日：2025/07/22

当協会の主要構成企業/3つの強み

当協会は**全国の事務機器販売企業で構成**されています。
事務機器販売企業の強みは以下の3つです。



ベンチャー企業の地方企業開拓における主な悩みとは？

- ・ **顧客接点がない**

デジタルマーケティングだけでは商談に進まない
強い顧客関係性を築くのに時間がかかる

- ・ **サービス設計の規模感に合っていない**

魅せ方や支払いサイト、単価など地方の中小企業向けではない
地方の中小企業のほとんどが50名未満

- ・ **オンライン商談だけでは決まらない**

ZOOMなどオンライン商談だけでは、受注にならない
結局出張が発生してしまう

- ・ **リアルな営業マンを人的不足で配置できない**

地方にまでリーチできない
手厚くフォローできない

などなど

ベンチャー企業の地方企業開拓の主な手法とは？①

・地域に根差した顧客基盤（長年地元で根付いて商売をしている会社等）からの紹介

メリット

金融機関や士業など、毎日出入りしているので強固な関係性を地方企業と結んでおり質の良いアポが期待できる。

デメリット

中々そのような会社を見つけることは難しい。
その地域で商売しているならマッチングしてくれるが…。

・WEBマーケティングでインバウンドの問い合わせを増やす

メリット

インバウンドで問い合わせがあるので、確度が高いアポが入る。

デメリット

効果を出すのに投資資金がかかる。
地方企業の決裁者の一部にしかアプローチができない。

・テレアポでプッシュ型営業を強化する

メリット

ターゲットを選定したリストに基づき、アプローチするのでアポが入ったらターゲットの可能性が高い。

デメリット

受付突破するのが困難。
テレアポをしすぎると、WEB上に書き込まれ風評被害が高確率で発生する。

ベンチャー企業の地方企業開拓の主な手法とは？②

・シニア顧問を活用した人脈営業

メリット

アポの質は良いケースが多い。

デメリット

とりあえず会ってくれアポイントも多い。
件数がこなせないなので、アライアンスや大企業開拓に適している。

・雑誌広告・タクシー広告を活用したブランディング営業

メリット

認知は広がる。

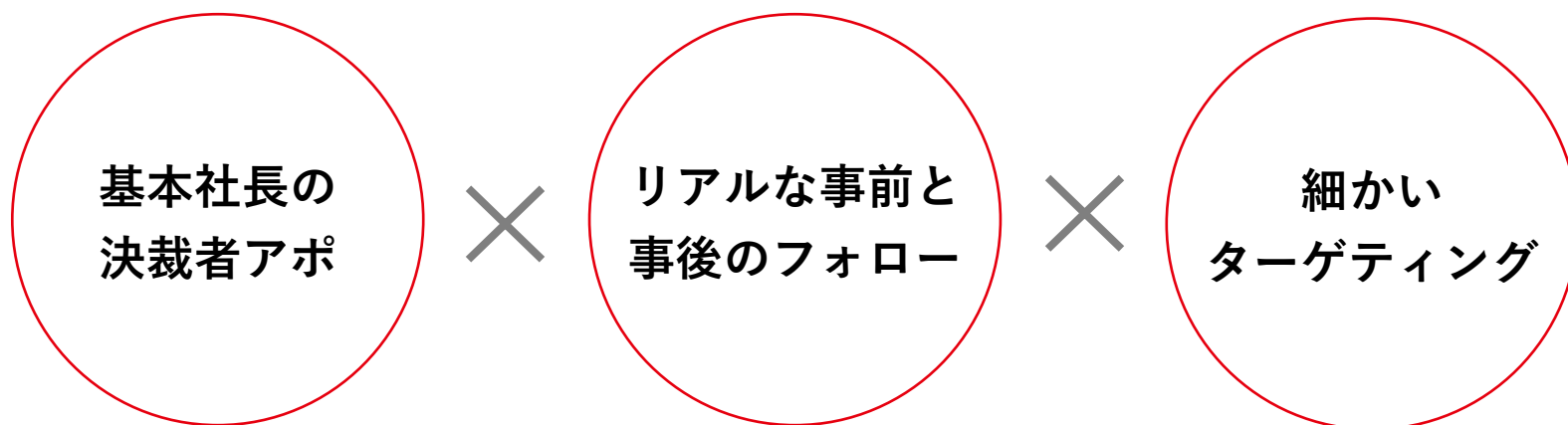
デメリット

地方の場合は認知が広がるだけでは、問い合わせや受注につながらないことが多い。

これだけの手法がありながらも
地方にリアル商談をするプラットフォームが日本にない！

ベンチャー企業の地方企業開拓の主な手法とは？③

「**地域に根差した顧客基盤からの紹介**」を取り入れられれば、他の手法では難しい、質の高いリアルな商談機会を得られる。



質の高いリアルな商談機会を通じ、
自社サービスや営業手法のPDCAサイクルを高速回転。
地方開拓のスピードとクオリティーの向上が実現可能、

地方企業開拓テストマーケティング支援の概要

- ・ 地方に上手くアプローチできないベンチャー企業が対象

3ヶ月で10商談プラン 100万円

3ヶ月で20商談プラン 160万円

《ポイント》

- 経営者層（基本社長アポのみ）
- 圧倒的に質の高い、本音が聞けるテストマーケ & フォロー有りのリアルな現場商談ができる & フィードバックが貰える

地方にリアル商談をするプラットフォームが日本にない!
ここを一般社団法人中小企業働き方支援協会で解決します

テストマーケティングの概要説明

質の高いリアルな商談の場をご提供

●全国の販売網を活用した決裁者アポイント

協会の会員企業が持っている数万社の顧客基盤を使い、貴社に変わって全国の各エリアの会員企業が経営者にアポを取ります。細かいターゲティングなどにも対応できます。

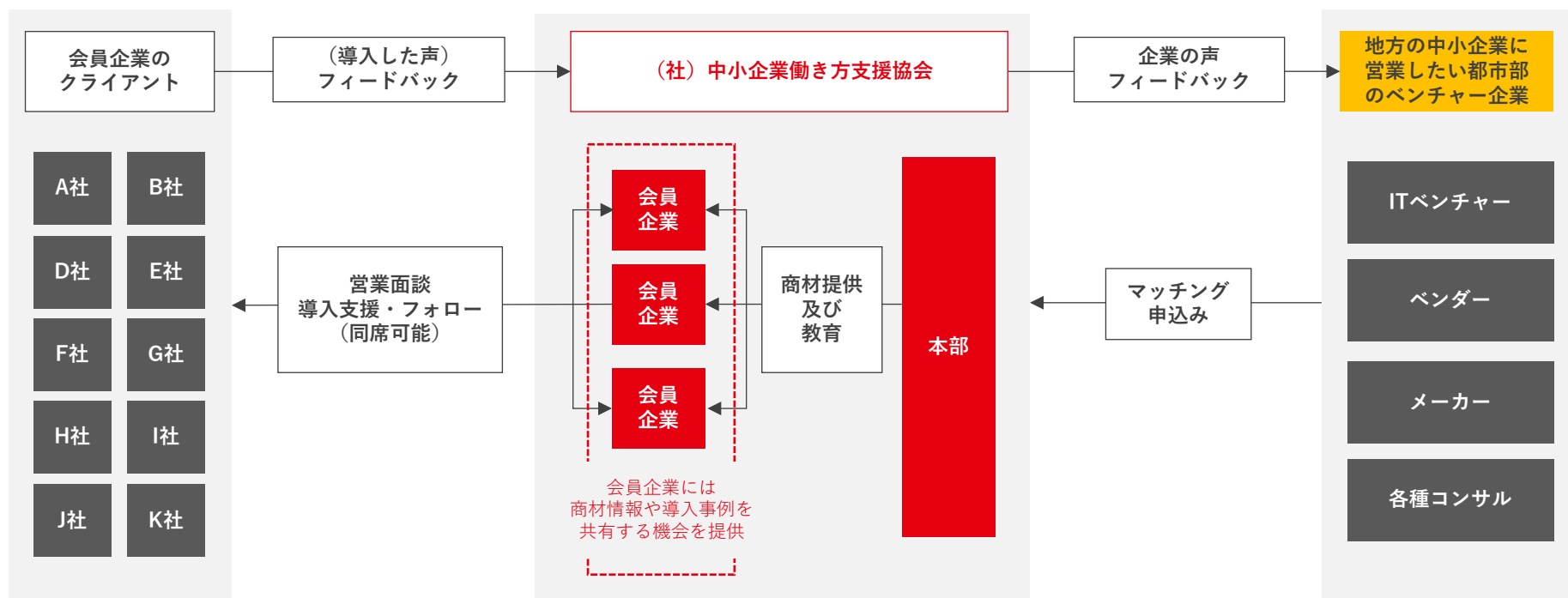
業種

社員規模

経営者の年齢

など

貴社の希望にマッチしたリアルなアポイントを代行します。



地方展開の成功事例

事例① SFAツール

東京のクラウドデータベースプラットフォームの地方展開支援

地方の中小企業ではSFAの導入や活用が進んでいない現状。理由としては、機能が中小企業の実態に合っていない。そこで中小企業向けにカスタマイズすることでメリットが伝わった。

事例② WEB商談ツール

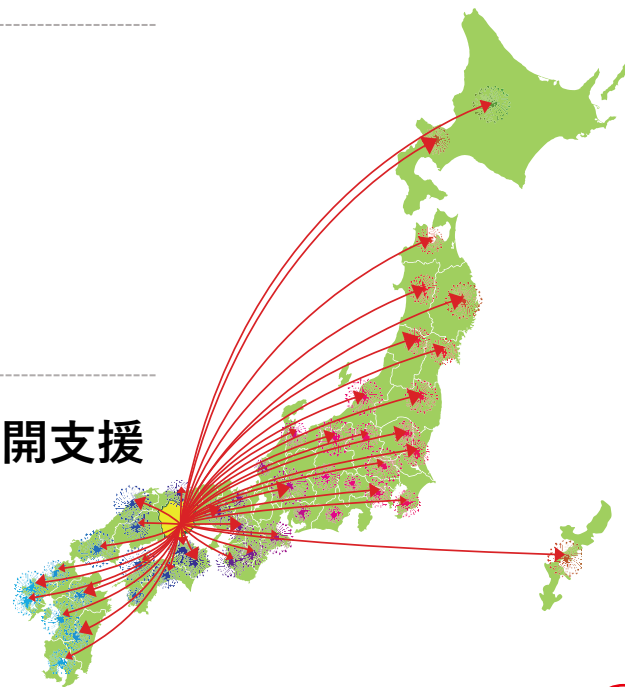
東京のインサイドセールスツール販売会社の地方展開支援

1社の成功事例を地域でPRしながら開拓。特に地元の銀行への導入が決まってからは、銀行経由でも地域の中方企業に導入が広がった。

事例③ ダイレクトリクルーティングツール

大阪のダイレクトスカウトデータベース販売会社の地方展開支援

地方ではまだダイレクトスカウト自体が認知されていない現状。また学生がダイレクトスカウトに移行している現状も把握しておらず、感度の速い企業から契約が決まっている。



協会概要

叶えたい未来（理念）

設立目的

中小企業のデジタル化推進による働き方支援

当協会は、中小企業の働き方支援を行うことで、中小企業の労働問題の解決に貢献し、笑顔溢れる働き方ができる中小企業を増やし、延いては日本経済の発展に寄与することを目的とします。

事業内容

具体的内容

- ・働き方支援商材を会員企業に会員価格（卸価格）で提供
- ・会員企業のクライアントの働き方支援に有用な各種情報提供（活用/導入事例の情報提供）
- ・会員企業の各種営業支援（営業ツールやトークスクリプトの提供）
- ・賛助会員（ITベンチャー/SaaS提供事業社など）の販売支援（商材の一括仕入れ）

理事長

石井 聖博



所在

岡山市出身。大学卒業後、キヤノンマーケティングジャパンを経て、2006年に家業である石井事務機センターに戻り、15年に4代目社長に就任。現在、志ある全国の同業者と一緒に協会を設立。理事長に就任。

〒702-8035 岡山市南区福浜町15-10

電話：086－263－2113

協会の実現したいこと

地方中小企業

《悩み》

- 最新情報が
手に入らない
- 何が良いかの
判断が難しい
- 自社に必要以上の
ツールを導入している
- 過度な営業は避けたい

マッチング

《悩み》

- サービス設計が
大都市向け
- 決裁者に会えない
- WEBだけでは
決まらない
- リアルな営業マンを
人的不足で配置
できない

ベンチャー企業

両者の課題を解決するために、当協会がマッチング機会を創出。
事務局からご連絡差し上げます。