

大手企業への新規開拓で
「このまま続けて大丈夫か」に、
月次でデータで答える。

目次

I WHY — エンタープライズ営業の構造的危機

03	自己紹介	
04	課題: 「止める」が言えない構造	
05	リストは有限。代わりは存在しない	
06	雑にやると、市場は戻らない	
07	焼畑の前兆を観測しているか	

III VALUE — 6 ヶ月後に得られる状態

13	6 ヶ月後に言えるようになること	
14	サービスの 4 つの強み	
15	提供内容と価格	
16	最大の ROI — 未来のアタックリスト...	

V NEXT STEPS

20	次の一步 / 会社概要 / 連絡先	
----	-------------------	--

II WHAT — LOGOTORU は何か

08	LOGOTORU とは何か	
09	なぜそれができるのか	
10	Manager 画面	
11	Operator / Raw Data	
12	判断履歴と月次レポート	

IV PROOF — 実績と他選択肢との比較

17	お客様の声 / ご支援実績	
18	他の選択肢との比較	
19	よくある質問	

自己紹介



橋本 周平

Shuhei Hashimoto

リレーションシップ合同会社
代表社員 / LOGOTORU 事業責任者

🎯 ■ 経歴

リクルート → Salesforce → スタートアップ。エンタープライズ BDR を中心としたキャリア。

📈 ■ 実績

外資入社後 18 ヶ月連続で KPI 達成。20 名規模のインサイドセールス組織を立ち上げ、上場企業の決裁者商談を年間 50 件以上獲得。

💡 ■ 創業背景

エンタープライズ開拓において、市場が短期的に消耗し成果が出なくなる現場を多数経験。営業の継続・停止判断をデータで行う必要性から LOGOTORU を創業。

「もっと攻めろ」は言われる。 「どこで止めるか」は誰も言わない。

エンタープライズ営業は、アクセルだけを踏み続ける構造になっている。撤退と停止の判断が感覚頼みのまま、気づけば市場そのものを焼き切っている。

「止める」を言える基準も権限もない

撤退の根拠を数字で説明できないから止められない。続ける・変える・止めるが属人的で、人が変われば結論も変わる。

反応が枯れた市場を、押し続けてしまう

見込み客は摩耗し、ブランドの印象も削れていく。一度焼いた市場は戻らない。

撤退すべきタイミングが、記録に残らない

いつ、どこで、なぜ失い始めたのかが説明できない。判断履歴が残らない構造。

リストは有限。代わりは存在しない。

日本の全法人のうち、エンタープライズ (上場企業クラス) はごく一握り。



CRITICAL RISK

枯渇のリスク

SMB と異なり、リストが尽きた後に「次のリストを買う」ことはできない。

一度失えば、その市場は消滅する。

5% ポジへの回復率 — 不可逆な市場摩耗の構造的特徴

雑にやると、市場は戻らない

「雑なアプローチ」は市場にネガを蓄積し、**不可逆 (ポジへの回復率 5%)**



戦略なき大量行動

数撃ちや当たる戦法 / 質の低いトーク

STEP 1



ネガティブ感情の累積

「しつこい」「迷惑」というブランド毀損が市場内に蓄積

STEP 2



市場からの退場

以後数年間、その市場にはアプローチできない不可逆な状態に

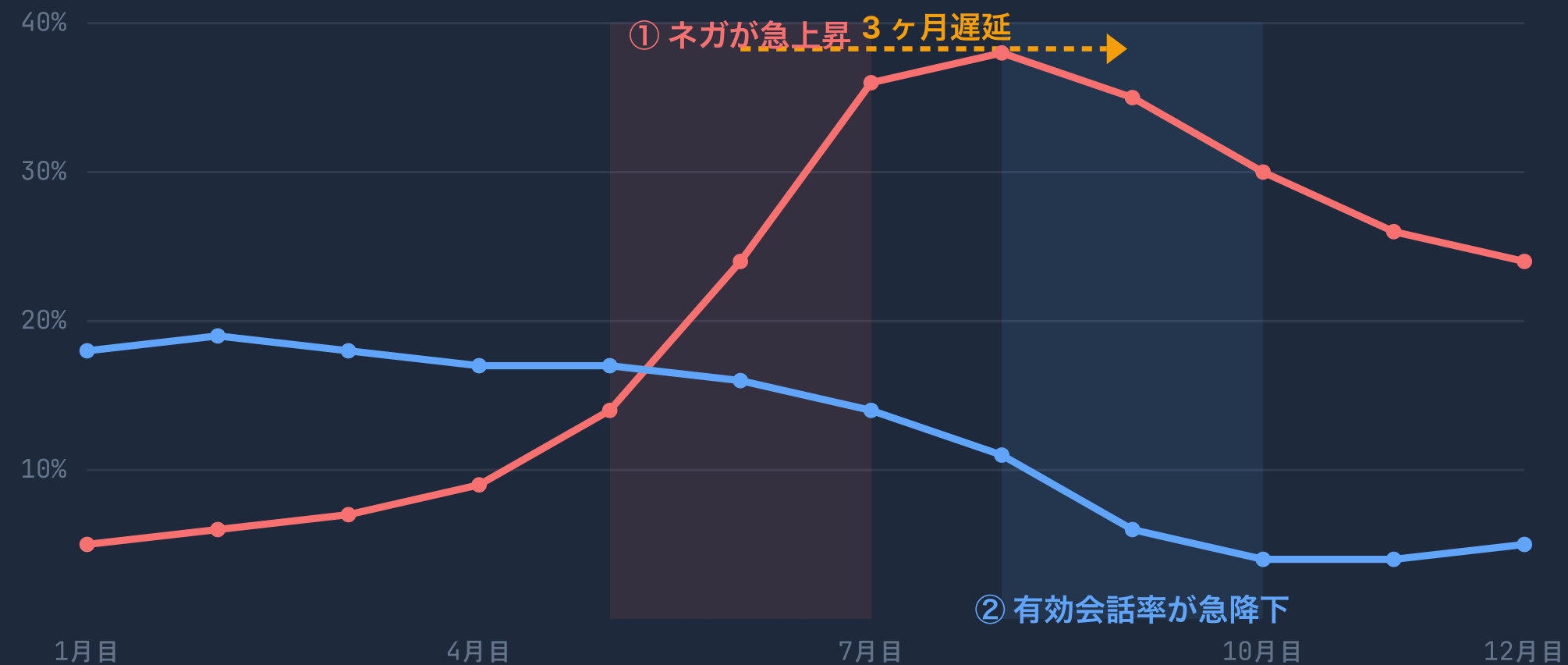
STEP 3

焼畑の前兆を観測していますか？

過去のクライアント横断データから抽象化 — ネガが上昇した3ヶ月後に、有効会話率が下がる傾向が観測されています。

● ネガ率 (先行指標) ● 有効会話率 (遅行指標)

12 MONTHS



「今月のネガ」は「3ヶ月後の会話率」を決めている。

商談数や受注数が落ちてから気づいても、その時点で市場は既に戻らない。

LOGOTORU とは何か



エンタープライズ開拓において「続ける／止める／変える」を説明できるようにする判断基盤

🚫 NOT DOING

✖ **正解を出しません**
市場や業界の「答え」を当てるのは LOGOTORU の役割ではない

✖ **未来を予測しません**
需要予測モデルでもなく、確率分布の提示でもない

✖ **判断を代行しません**
最終判断は経営/事業責任者。LOGOTORU は根拠を提供する

✖ **アポ数を保証しません**
アポ数最大化ではなく、判断品質の最大化が目的

✅ DOING (CORE VALUE)

01 **判断に使う事実 (ログ) を揃える**
断片的な活動履歴ではなく、判断に必要な構造化データを蓄積する。

02 **思考プロセスを時系列で残す**
仮説 → 反応 → 解釈 → 判断。「なぜそう考えたか」の文脈を保存する。

03 **判断の合理性を後から検証可能にする**
結果論ではなく「その時点での判断」が正しかったかを振り返れるようにする。

なぜ LOGOTORU はそれができるのか

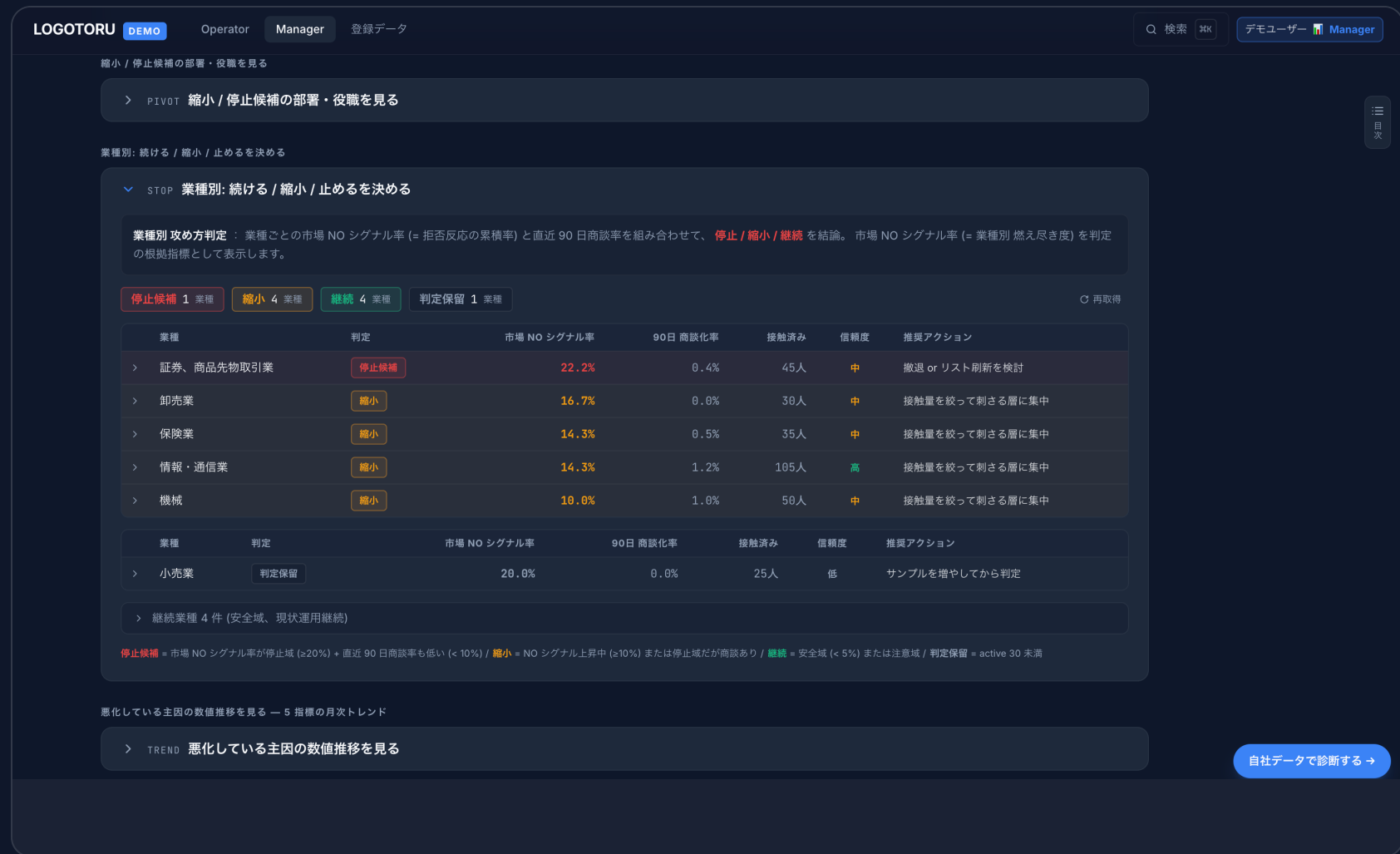
DATA FOUNDATION

エンタープライズ開拓に特化した **独自データ基盤** (60 指標以上の複合分析)

会話分析など従来の SFA では見るのが難しい定性データを構造化し、意思決定のためのダッシュボードとして提供します。

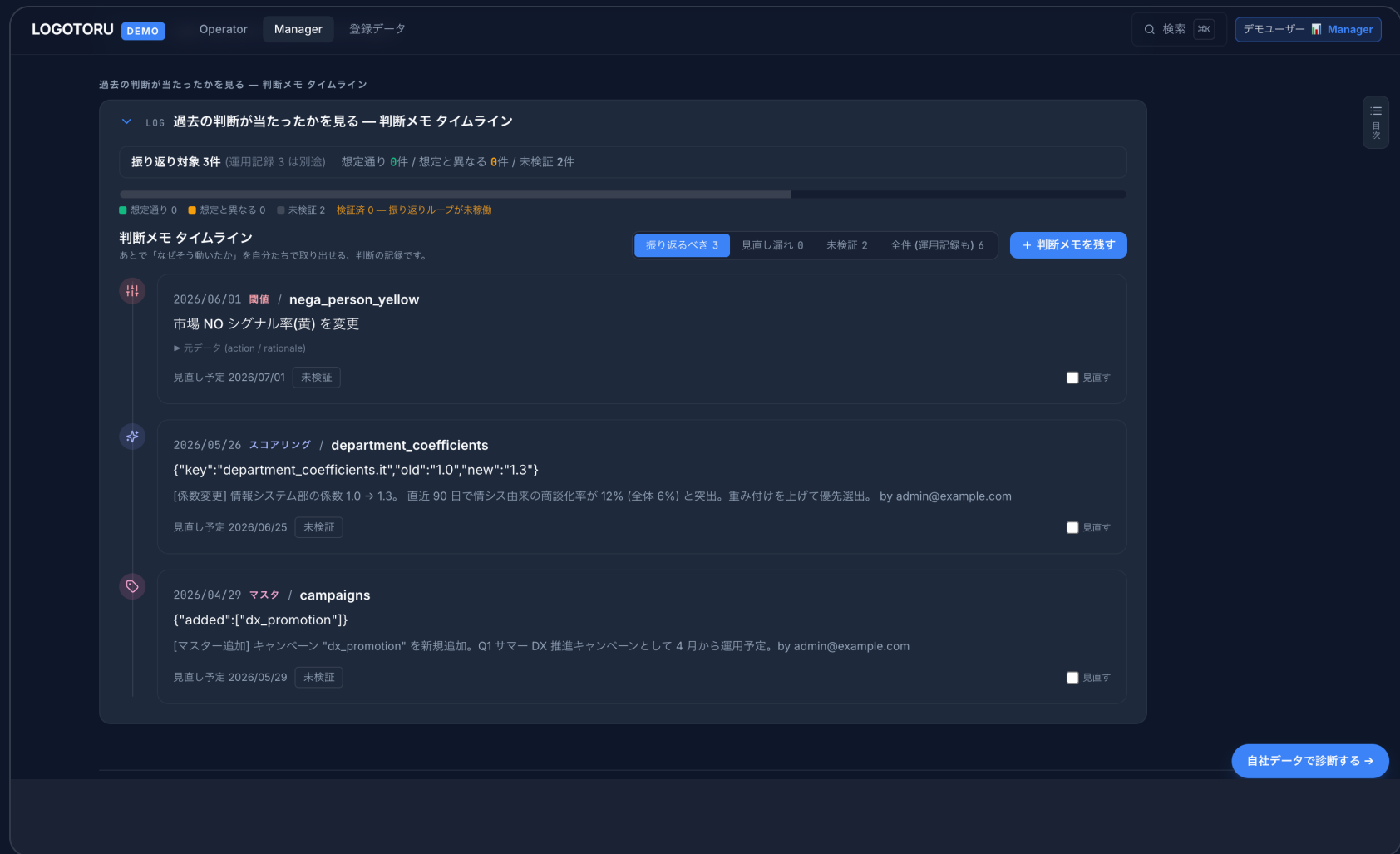
市場ピボット

業種別の市場健全性を一画面で



制圧マップ

次に攻めるべきセグメントを地図的に



判断は、こう見える。 — Manager

「今月の判断」を一画面で。CONTINUE / ADJUST / STOP を、根拠と次のアクションまで。

LOGOTORU

DEMO

Operator

Manager

登録データ

Q 検索

デモユーザー

Manager

ADJUST

🎯 今月決めること

— 判断会議の入口

判定

ADJUST — 圧力調整が必要

理由

「ネガ率」が前月から 11.8pt 悪化 (現値 29.4%)

巨大バッジ

結論を最初に

画面トップに CONTINUE / ADJUST / STOP。スクロールなしで今月の結論が分かる。

理由 + 論点

主因を 3 つに絞る

ネガ率 +11.8pt の悪化など、主因と論点を 3 つだけ列挙し議論に集中。

採用 + 履歴

次のアクションが流れる

AI 提案に「採用 / 却下」を残し、来月の効果検証に自動連動。

今日誰に何をするか、迷わず分かる。

OPERATOR

今日まず攻める 5 名

統合スコア順に TOP 5 にフォーカス — 人物の温度・部署・反応履歴を統合スコア化。

LOGOTORU

DEMO

Operator

Manager

登録データ

Q 検索

デモユーザー

Manager

TOP 5 — 今日まず攻めるべき5名

#1

合同会社オートメーション・ジャパン

木村 雅之 / 部長

不通

IT統括本部 ・ 03-7861-7231

✉ メールあり

担当: 田中 健一

最終接触: 2026-05-22

68.1 pt

執行役員層 (決裁権あり)

他 1 件の理由はカードクリックで表示

#2

合同会社オートメーション・ジャパン

中村 智樹 / 副部長

受付ブロック

DX推進部 ・ 03-7861-7231

✉ メールあり

担当: 鈴木 美香

最終接触: 2026-04-27

66.0 pt

部長層 (決裁権あり)

他 1 件の理由はカードクリックで表示

#3

合同会社オートメーション・ジャパン

渡辺 英樹 / 次長

ステータス未記録

デジタル戦略本部 ・ 03-7861-7231

✉ メールあり

未接触

66.0 pt

部長層 (決裁権あり)

他 3 件の理由はカードクリックで表示

#4

合同会社オートメーション・ジャパン

高橋 正彦 / 主任

受付ブロック

IT統括本部 ・ 03-7861-7231

✉ メールなし

担当: 田中 健一

最終接触: 2026-05-19

61.5 pt

自社データで診断する →

RAW DATA — Deals

登録データが判断に返る

商談数・パイプライン・受注総額・勝率をリアルタイム可視化。月次レポートに直結。

LOGOTORU

DEMO

Operator

Manager

登録データ

Q 検索

デモユーザー

Manager

商談数

15

受注 1件

総パイプライン

¥176.8M

平均 ¥11.8M/件

受注総額

¥30.0M

17.0% パイプ転換

勝率

6.7%

1/15

Q 会社・担当・商談担当で検索...

☐ 要対応のみ (7)

全ステータス

🔗 カラム (10/25)

15件

■	△	ID 🔼 🔽	会社 (自動) 🔼 🔽	担当者 (自動) 🔼 🔽	商談担当 🔼 🔽	商談日 🔼 🔽	ステータス 🔼 🔽	パイプライン 🔼 🔽	受注 🔼 🔽
■	—	DL_DEMO_001	合同会社オートメーション・ジャパン	井上 大輔	伊藤 シニアSE	2026-01-23	受注	¥30.0M	¥30.0M
■	🟡	DL_DEMO_002	株式会社マテリアル研究所	石川 修	伊藤 シニアSE	2026-01-07	クロージング	¥12.5M	¥0
■	🟡	DL_DEMO_003	株式会社システムズ工業	佐藤 健一	佐藤 営業部長	2026-01-22	提案中	¥9.4M	¥0
■	🟡	DL_DEMO_004	株式会社グローバル・ジャパン	清水 太郎	佐藤 営業部長	2026-01-15	提案中	¥11.8M	¥0
■	🟡	DL_DEMO_005	株式会社データグループ	加藤 裕介	佐藤 営業部長	2026-01-23	提案中	¥11.6M	¥0
■	🟡	DL_DEMO_006	株式会社エンジニアリング物産	藤田 直樹	伊藤 シニアSE	2026-02-10	提案準備中	¥8.0M	¥0
■	🟡	DL_DEMO_007	株式会社ロジスティクスサービス	吉田 隆	佐藤 営業部長	2026-02-11	提案準備中	¥5.1M	¥0
■	🟡	DL_DEMO_008	株式会社インフラ物産	渡辺 隆	伊藤 シニアSE	2026-03-19	提案準備中	¥7.3M	¥0
■	—	DL_DEMO_009	株式会社ホールディングス・ジャパン	池田 健一	伊藤 シニアSE	2026-03-03	失注	¥10.5M	¥0
■	—	DL_DEMO_010	合同会社プロセス研究所	藤田 彩	佐藤 営業部長	2026-03-04	失注	¥11.6M	¥0
■	—	DL_DEMO_011	株式会社ソリューションズ研究所	林 修	伊藤 シニアSE	2026-04-10	失注	¥15.0M	¥0
■	—	DL_DEMO_012	株式会社ホールディングス商事	渡辺 恵子	伊藤 シニアSE	2026-04-03	失注	¥7.2M	¥0

自社データで診断する →

実行 と 検証 の双方を支える設計

Operator は「迷う時間ゼロ」を実現。すべての変更は decision_log に記録され、説明責任が保たれます。

経営に説明できる、判断の証跡

月次レポートと判断履歴のタイムラインで、判断の根拠を残し続けます。

REPORT — 月次レポート

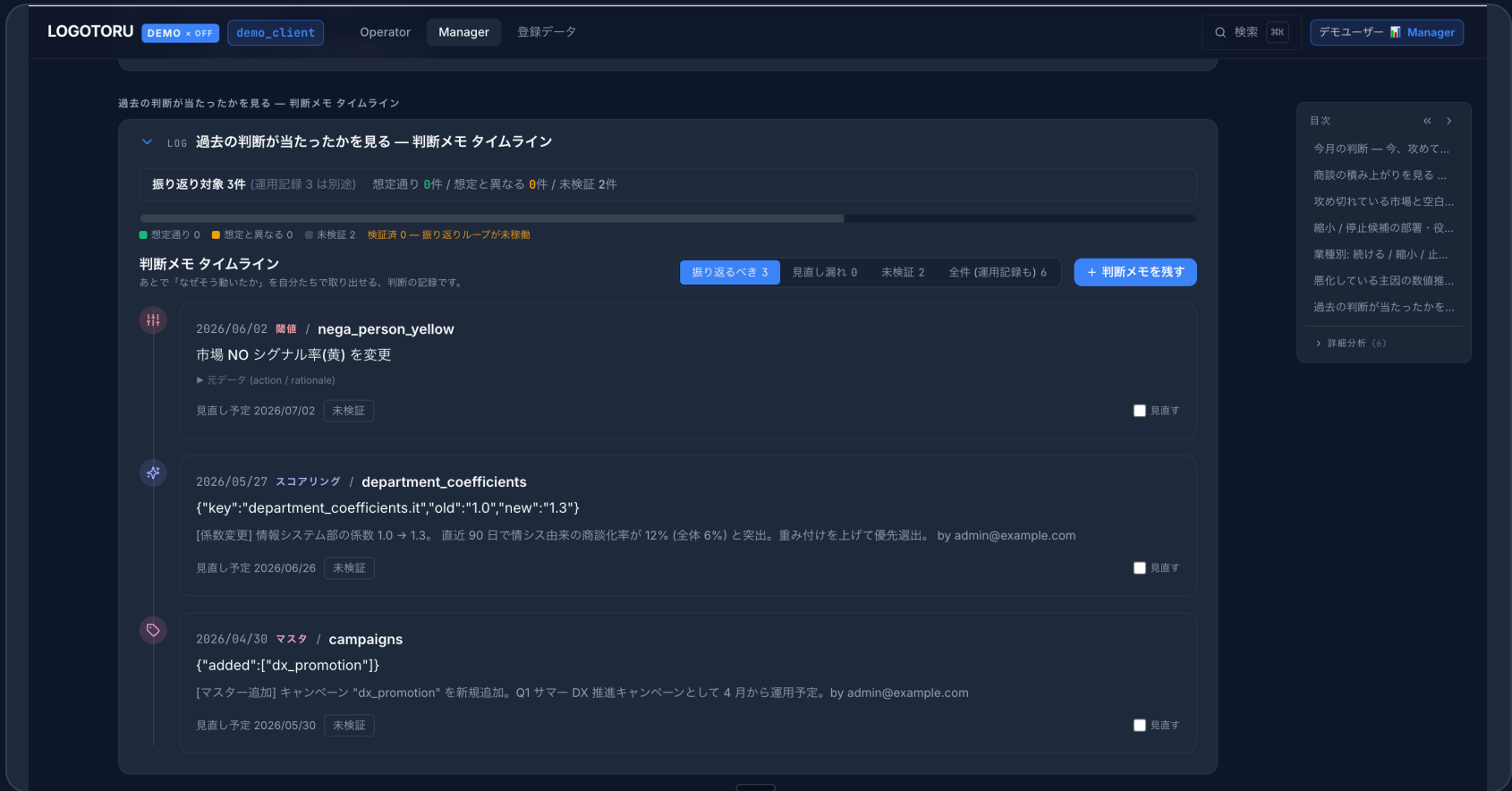
「続けるべきか」を毎月問う

判定・主因・次のアクションを1枚にまとめ、経営会議資料として直接使える品質。

TIMELINE — 判断履歴

「なぜそう動いたか」が残る

閾値変更・係数変更・マスター追加など、すべての判断を時系列で記録。



「このまま BDR 投資を続けるべきか」を 毎月レポート。

判断履歴とセットで、後から取り出せる説明責任を担保します。

6ヶ月後に言えるようになること

DELIVERABLES - 6ヶ月目に手元に残る判断基盤

市場健全性の基準指標

有効会話率、ネガ率、ネガ蓄積率、残存率などの基準を業種別に設定

市場の回復率の可視化

一度ネガになった人の回復率を計測し、市場の弾力性を観測

BDR 投資の妥当性評価

市場健全性スコアとリスト寿命予測から ROI を算出

業種・役職別の勝ち筋

メッセージ／リスト／役職ごとの AB テスト結果を言語化

判断レポートで上司に説明

続ける / 止める / 変えるの根拠セット



DECISIONS - 6ヶ月後に下せる判断

続ける

CONTINUE

「なぜ続けるのか」を数字とロジックで説明できる状態

変える

ADJUST

リスト・スクリプト・対象の何を変えるべきか説明できる状態

止める

STOP

「なぜ今止めるのか」を撤退基準に基づいて説明できる状態

成果 (アポや受注) だけではなく、**判断の説明責任を果たせる状態** を 6ヶ月で作ります。

判断 OS のための観測実行

営業代行ではない、判断 OS としての観測実行 — 私たちが提供する 4 つの軸。

体制設計

実行と判断が分断されない体制

→ 一次情報がそのまま判断に流れる

代表 橋本が全案件のディレクションに入り、実行担当と判断担当を分けない。オペレーターは原則 1 名固定で習熟度を最大化。

観測設計

観測データを取るための実行設計

→ 「効く接点 / 効かない接点」が判別できる

コール・メール (LOGOTORU OS 完結) を観測チャネルとして使用し、業種・部署・役職別に「効く接点」を判別 (手紙／LinkedIn 等は個別見積)。

母集団定義

判断に必要な市場母集団を定義する

→ 「誰に届けるか」を実名で構造化

公開人事情報から決裁者母集団を業種 × 役職 × 企業規模で定義し、実名レベルで構造化。

判断レポート

毎月、BDR 投資の続行可否を問う

→ 続行 / 撤退を経営に説明できる

「このまま BDR 投資を続けるべきか」を毎月レポート。続ける／止める／変えるを経営説得品質で報告。

提供内容と価格

PROVIDED - 3 点セット

判断基盤の設計

指標定義・閾値設計・ダッシュボード構築 (LOGOTORU OS)。続ける／止めるの基準を貴社専用に整える。

月次判断レビュー

継続 / 停止 / 変更の合理性を整理し、意思決定の根拠を明示。経営層への報告に直接使える品質。

観測実行 (BDR)

コール・メール (LOGOTORU OS 完結) で観測、反応分類、ログ入力までを代表ディレクション下で実行。手紙／LinkedIn 等の追加チャネルは個別見積。

LOGOTORU は営業代行ではありません。

判断ミスによる損失を最小限に抑えるための判断基盤です。

PRICING

MONTHLY

100万円～

(税別)

変動要因: 母集団規模 / 月間アプローチ量 / 業種数 / チャネル / 報告先

6 ヶ月契約 (7 ヶ月目以降 1 ヶ月前通知で解約可)

初期フェーズは 50 万円から: パッケージ ① 市場健全性レポート (50 万) + ② 決裁者リスト (50 万) = 計 100 万 (データ設計・インポート支援含む)。両完了から 60 日以内に月額契約へ移行で全額充当

判断基盤 + 月次レビュー + 観測実行
の 3 点セット込み

最大の ROI は、未来のアタックリストを守ること



※ 想定 LTV 3,000 万円・100 社ターゲット内の 5 社ネガ化を前提とした例示計算 (顧客により変動)

お客様の声 / ご支援実績

ARR 1,000 万円超えの高単価サービスでの実績が豊富。エンタープライズ BDR 領域での実証済みパターン。

商談数 2倍

EdTech

→ 決裁者アプローチの型を社内資産化

“社内に残る資産として、"決裁者アプローチの型"を持てたことが非常に大きい。営業は属人化しやすいですが、再現性が確立できました。



ライフイズテック
市川 様 / DX事業部

有効アポ比率 60%

SaaS

→ 執行役員クラスの質の高いアポ

“無理やり取ったアポではなく、お客様がサービスを理解し質問も用意してくれる質の高いアポ。執行役員などハイレイヤーの比率も高い水準です。



クロスビット
河合 様 / CBO

商談獲得率 約5倍

リーガル

→ 商談入り時点で深い理解と興味

“商談に入った時点で既に相当な理解と興味を持っていた。従来のテレアポと比較して、約 5 倍の獲得率を達成できています。



Legalscape
金子 様 / 事業企画

半年KPIを3ヶ月で

セキュリティ

→ 東証プライム部長クラス以上を獲得

“当初は半年かけて達成予定だった商談獲得 KPI を、わずか 3 か月で達成。獲得した商談の多くは東証プライム企業の部長クラス以上でした。



Forcepoint Japan
布宮 様 / 営業責任者

初月9件 / 提案力拡張

営業コンサル

→ カスタマイズ手紙で提案力拡張

“稼働 1 か月でエンタープライズ企業とのアポイントを 9 件獲得。1 通ごとにカスタマイズした手紙の質が高く、自社の営業支援の提案力も広がった。



ORIT
石川 様 / 代表取締役社長

ご利用企業・パートナー



他の選択肢との比較

LOGOTORU は「ログ取得 + 判断支援が一体」という位置にいる。アポ数だけの代行とも、社内 BI 強化とも、棲み分けが明確。

評価軸	内製で ログ取得	BI / CRM 強化	一般的な 営業代行	LOGOTORU
判断ログの蓄積	✖ 属人で崩壊	△ 別途設計が必要	✖ 残らない	◎ 一体提供
「止める」判断	✖ 基準が個人依存	△ 分析依頼で時間がかかる	✖ 基本やらない	◎ 毎月レポートで提示
観測データの精度	✖ 担当により差大	△ SFA データのみ	✖ カウント中心	◎ 60 指標複合分析
BDR 実行	○ 社内リソース	✖ 関与しない	◎ 量を回す	○ マルチチャネル / 戦略的
決裁者リスト	△ 手作業更新	✖ なし	△ ターゲットのみ	◎ バイネーム実名提供
経営報告適性	△ 属人レポート	△ ダッシュボードのみ	✖ アポ数報告	◎ 判断根拠まで言語化
立ち上げ期間	数ヶ月～	半年～	即～2 週	2～4 週
コスト感	人件費 (見えにくい)	BI 構築 + 人件費	月額 30～80 万	月額 100 万～
向いている組織	専門人材 + 強固な運用文化	データ基盤が成熟 + 分析チームあり	とにかく "数" が欲しい	判断責任が重く、説明責任を果たしたい

よくある質問 (FAQ)

Q

社内 BDR がいるのに外部を入れると、現場の士気が下がるのでは？

A. 逆です。LOGOTORU は「この条件ではこれ以上やるのは経営損失」という基準を示すためのもの。現場を非効率なアプローチから解放するために入れます。

Q

初期費用 100 万円 + 月額 100 万円～は高い。展示会や広告のほうがいいのでは？

A. 初期費用は 2 パッケージ (各 50 万円) に分割可能で、両完了から 60 日以内に月額契約に進めば全額充当 (実質、初期費ゼロで月額開始)。月額で「止めるべきタイミング」を早く特定できれば、その後数千万～数億円の損失を回避できます。単発の施策費ではなく、マーケティング全体の投資効率を改善するインフラ代です。

Q

社内 BDR にログ入力を徹底させれば、自社で分析できるのでは？

A. 理論上は可能ですが、心理的・構造的に困難です。実行部隊が「自分の仕事が不要になるかもしれない負のデータ」を客観的に入力し続けるのは強烈なバイアスがかかります。

Q

撤退結論なら、BDR への投資を無駄にしないか？

A. むしろ最大のリターン (損失回避) です。迷いながら継続して生じる数千万～数億円の損失を早期に確定させ停止できる。この「損切り」こそが経営上の勝利の一つです。

Q

BDR 実行で、しつこい勧誘になりブランドを傷つけないか？

A. そのリスクを「可視化」し制御するのが LOGOTORU の本質。「ネガ累積率 (市場の嫌悪感)」を常時計測し、ブランド毀損の兆候が見えた瞬間に「止めるべき」と進言します。

Q

今はまだ厳密管理のフェーズではない。もう少し様子を見たい。

A. 「様子を見る」の期限と、その時の判断基準は決まっていますか？決まっていなままの継続は、戦略的な維持ではなく単なる意思決定の先送りです。

NEXT STEPS

3分で終わる BDR 市場健全性診断

貴社のエンタープライズ市場にまだ開拓の余地があるか、投資合理性があるかを
10問のアンケートで導き出します。

診断を受ける →

無料・匿名可・3分



SCAN ME

★ 推奨

会社概要

会社名 リレーションシップ合同会社
所在地 東京都渋谷区円山町 5-5
事業内容 エンタープライズ開拓支援 / LOGOTORU OS の開発・提供
代表社員 橋本 周平
設立 2024 年 4 月 1 日

CONTACT INFORMATION

LOGOTORU 事業責任者

橋本 周平

✉ info@rsp-company.co.jp

🔗 https://logotoru.com/

📅 17 商談のご予約はこちら

LOGOTORU は成功を約束しません。

しかし「指標が基準内なら自信を持って継続し、基準外なら堂々と撤退する」その判断を、データで説明できる状態にします。