サービス紹介資料

戦略と実行をつなぐ、右腕パートナー

週次で現場に入り、数字で判断する組織をつくります。

株式会社kotukotu

CONTENTS

目次

01 kotukotuについて P.3

02 よくある課題 P.4〜5

03 伴走型改善サービス P.6〜9

04 プランと料金 P.10〜11

05 実績・事例 P.12〜16

06 組み合わせられる支援 P.17

07 はじめかた・お問い合わせ P.18

01. kotukotuについて

kotukotuは、経営者の右腕として戦略から実行まで伴走する会社です

会社名	株式会社kotukotu
所在地	〒530-0001 大阪府大阪市北区梅田一丁目2番2号 大阪駅前第2ビル 12-12
設立	2026年2月
資本金	300万円
代表者	代表取締役 菊池 勇佑
事業内容	伴走型経営コンサルティング／広告運用・計測整備・LP/HP制作・バナー制作／AI研修・AI導入支援／セミナー・ウェビナーの企画運営／自社プロダクト開発

代表の立ち位置

- 代表取締役 菊池 勇佑。外から助言するだけでなく、COOとして事業の立ち上げから入る実務型です。
- 広告代理店の出身です。集客の設計から運用まで、自分の手で回します。
- NOT DESIGN SCHOOLでは、事業計画・集客・組織づくりをCOOとして担当しました（P.13）。

★ ビジョン：真剣に努力している組織が、正しく報われる世界をつくる。

02. よくある課題

こんな「詰まり」、ありませんか？

これまでお会いした経営者の方から、よく伺う声です。

01 戦略は決めたのに、現場が動かない

02 コンサルに報告書をもらったけれど、結局そのままになっている

03 忙しいのに売上が伸びない。どこから手をつければよいか分からない

04 営業のやり方が、人によってバラバラ

05 全部が社長の頭の中にある。属人化から抜け出せない

★ 5つに共通するのは、決めたことを「毎週動かす人」がいないことです。

02. よくある課題

戦略と現場の間に、毎週つなぐ人がいません

戦略は立てても、実行で止まる。月1回の会議では、間の3週間が空白になります。



● 週次で数字を見て、詰まりを見つけ、今週やることを決める。この「つなぐ仕事」が抜けています。

★ kotukotuは、この「つなぐ仕事」を毎週担います。

03. 伴走型改善サービス

kotukotuは、毎週一緒に動く「右腕パートナー」です

	kotukotuは、ではない	kotukotuは、である
コンサルタント	報告書を渡して終わり	毎週現場で一緒に動く相棒
制作代行	言われたものを作るだけ	戦略を理解したうえで制作を提案する
先生	上から教える人	対等な立場で一緒に考えるパートナー

4つの約束

01　数字で判断する

感覚ではなく、数字で課題を特定し、数字で成果を測ります。

02　対等な相棒として

先生でも業者でもありません。答えではなく、判断材料を渡します。

03　現場が動くまで

助言で終わりません。「誰が・何を・いつまでに」を決め、実行まで一緒に進めます。

04　卒業を設計する

依存させません。最終ゴールは、御社だけで改善が回る状態です。

★ 最終的には、kotukotuがいなくても御社だけで改善が回る状態を目指します。

03. 伴走型改善サービス

診断→設計→実行→自走化の4段階で、卒業まで進めます

最初に数字を全部見て、いちばん詰まっているところから手をつけます。

PHASE 1

診断

最初の2週間

現状の数字を把握し、ボトルネックを特定します。事業全体を見て「一番詰まっているところ」を見つけます。

PHASE 2

設計

3〜4週目

課題に対する仮説を立て、施策を設計します。KPI・担当・期限を含むアクションプランを作ります。

PHASE 3

実行

2か月目〜

毎週現場に入り、数字を見て、詰まりを見つけて、今週やることを決めます。フィードバックは即時・具体的に。

PHASE 4

自走化（卒業）

目安：6〜12か月

属人化している業務を仕組みにします。御社が自分で数字を見て判断できる状態をつくり、関与を段階的に減らします。

※ 期間は目安です。事業の状況によって前後します。

★ ゴールは契約を続けることではなく、kotukotuがいなくても改善が回る状態です。

03. 伴走型改善サービス

毎週、数字を見て、今週やることを決めます

定例ミーティングで次の4つを繰り返します。ミーティングの間も、チャットで随時ご相談いただけます。

1 数字を見る

先週の結果を確認します。

2 詰まりを見つける

いま何が足を引っ張っているかを特定します。

3 今週やることを決める

「誰が・何を・いつまでに」と、何をもって効果ありとするかを決めます。

4 来週確認する

決めた基準で結果を判定し、次の打ち手につなげます。

↻ **「4 来週確認する」の結果を、翌週の「1 数字を見る」につなげて回し続けます**

※ 定例の頻度はプランにより異なります（Growth Plan：週次／Starter Plan：月2回。P.10参照）。

★ 報告して終わりにせず、決めたことは次の定例で必ず確かめます。

03. 伴走型改善サービス

経営・営業・マーケ・組織を横断して見ます

領域ごとに縦割りにせず、いちばん効果の大きいところから手をつけます。

経営	営業	マーケティング	組織・DX
● 事業計画の策定	● インサイドセールスの立ち上げ	● 広告運用・計測の整備	● 採用戦略・選考プロセス・オンボーディングの設計
● KPI設計と進捗管理の仕組み化	● リードスコアリングの設計・営業プロセスの標準化	● SEO・コンテンツ・SNS	● 業務ツールの選定・導入・定着
● 週次定例での課題解決と意思決定の支援	● CRMの導入・定着	● LPの改善	● 会議設計・権限移譲・仕組み化

★ 経営者の横で全体を見るから、いま直すべき1か所を選べます。

04. プランと料金

定例の頻度に合わせて、2つのプランをご用意しています

課題の整理から始めるならStarter Plan、戦略から実行まで一気に進めるならGrowth Planです。

Starter Plan

30万円/月〜

- 月2回の定例ミーティング
- 戦略立案・KPI設計
- チャットでの随時相談
- 月次レポートの提出

経営課題の整理と方向性を決めたい企業に

Growth Plan

40万円/月〜

- 週次の定例ミーティング
- 戦略立案から実行まで一気通貫
- 専任コンサルタント＋専門チーム
- BPO施策の優先対応
- KPIダッシュボードの構築

本気で組織を変えたい成長企業に

※ 料金は2026年10月時点の目安です。税の扱い・契約期間など、詳細はお打ち合わせでご案内します。

04. プランと料金

従来型の支援との違いは「毎週・横断・卒業」の3つです

	右腕型（kotukotu）	大手コンサル	フリーランス
頻度	毎週（Growth Plan）	月1〜2回	案件ごと
範囲	経営・営業・マーケを横断	特定の領域	依頼された作業の範囲
現場への関わり	現場に入り、直接フィードバック	助言が中心	作業の受託が中心
手を動かす	広告運用・資料作成も担う	報告書の納品が中心	指示されたものを制作
卒業設計	あり（自走がゴール）	継続が前提になりやすい	なし
月額目安	30万円〜	50〜200万円	案件次第

※ 大手コンサル・フリーランスの欄は、よくある契約形態を当社で整理したものです。個社により異なります。
※ kotukotuの月額目安はStarter Planの料金です（P.10）。

★ 毎週入る × 横断して見る × 卒業を設計する。これがkotukotuの伴走です。

05. 実績・事例

支援先の広告・集客で、数字の変化が出ています

直近の支援から、比較の基準がはっきりしている数値を抜き出しました。

約80%	1.5倍	2.4倍	24%
週別CPA改善	**指名検索からの申込**	**YouTube視聴回数**	**視聴単価の削減**
自治体イベント広告（Google）	学習塾 夏期講習	学習塾 夏期講習	学習塾 夏期講習（YouTube）
配信初週比	前年同期比	前年同期比	前年同期比

※ 数値は事例ページ掲載時点（2026年10月）のものです。比較の基準は各数値の下に示しています。
※ 支援先の社名は、守秘のため伏せています。各事例の詳細はP.14〜15をご覧ください。

★ 数字には、必ず「何と比べてか」を添えてお伝えします。

05. 実績・事例　CASE 01

広告費0円で、売上を0から3,500万円まで伸ばしました

デザインスクール NOT DESIGN SCHOOL（自社実績）

課題

立ち上げから約3か月。事業計画・原価構造が未整備で、集客の仕組みもなく、キャッシュフローの見通しが立たない状態でした。

やったこと

- COOとして参画し、P/L構造の可視化・年間事業計画・キャッシュフロー設計を整備
- X告知→LINE登録→ウェビナー→購入の導線を設計し、広告を使わずに集客
- Figma動画講座1つから、6コース以上へプロダクトを段階的に拡張
- 運営をチームに権限移譲し、定例会で回る体制へ移行

結果

0→3,500万円	売上
1,500名	大型イベントの申込
0円	広告費（全期間）
6コース以上	講座数（1コースから拡張）

※ NOT DESIGN SCHOOLはkotukotuの自社プロダクトで、代表がCOOとして参画しています。数値は事例ページ掲載時点（2026年3月）。
※ 広告費0円は広告出稿費のことです。LP制作の作字代と登壇者への謝礼は別にかかっています。

★ 今ある手札（Xのフォロワー・LINE）だけで集客を組み立て、広告に頼らない売上をつくりました。

05. 実績・事例　CASE 02

計測を整え、週別CPAを配信初週比で約80%改善しました

自治体スポーツ振興イベントの集客広告

課題

短い告知期間でGoogleとMetaを同時に立ち上げる必要がありました。計測が未整備で、どの広告が購入につながっているか見えていませんでした。

やったこと

- LPのチケット購入ボタンのクリックを計測し、媒体をまたいで比べられるCVを定義
- Google Demand GenとMetaの役割を分けて並行運用
- 両媒体の数字を毎日スプレッドシートに自動集約し、翌朝に状況を把握
- 週単位で配信面・クリエイティブ・入札を見直し、反応の良い配信に予算を寄せる

結果

約80%改善
Google 週別CPA（配信初週比）

約半分
Metaのクリック単価（Google配信比）

翌朝
日次の自動集計で状況を把握

※ CV（成果）は、外部の販売サイトへ進む「購入ボタンのクリック」と定義しています。
※ 支援先の名称は、守秘のため伏せています。

★ 計測とレポートを先に整えたことで、続ける広告と止める広告を毎週の数字で決められました。

05. 実績・事例　CASE 03

YouTubeで知ってもらい、指名検索で受け止めて申込を1.5倍にしました

学習塾（高等部）夏期講習の広告運用

課題

前年の夏期講習は申込が伸び悩んでいました。YouTubeの認知施策と検索広告のつながりが見えず、媒体ごとの役割もあいまいでした。

やったこと

- 指名検索・YouTube・Metaの役割を分け、YouTubeで認知を広げて指名検索で受け止める流れに変更
- 競合キーワードへの出稿を見直し、申込につながりにくいものを整理
- 春期講習の実績をもとに、夏期の予算配分を見直し

結果

1.5倍	指名検索からの申込（前年同期比）
2.4倍	YouTube視聴回数（前年同期比）
24%削減	YouTube視聴単価（前年同期比）

※ 申込単価は前年より上がりました。次の講習期は、競合キーワードの整理と予算配分の見直しを続けます。
※ 支援先の名称は、守秘のため伏せています。

★ 媒体ごとに役割を決めたことで、認知から申込までが一本の流れになりました。

05. 実績・事例　CASE 04

放置されていた広告アカウントを監査し、週次レポートまで自動化しました

宅配弁当EC　広告監査・体制整備

課題

代理店運用のまま数か月、入札・予算・キーワードに変更がありませんでした。指名キーワードへの偏りと、Metaの学習リセットが続いていました。

やったこと

- Google・Metaを監査し、課題を「指名偏重・CV値の計測欠陥・学習リセット」に整理
- 表示された検索クエリを全件分類し、除外キーワードのリストを整備
- 週次レポートを自動生成し、毎週月曜に自動配信する仕組みを構築
- LTV・広告費・解約理由を台帳にまとめ、かけてよい広告費を判断できる状態に

結果

ロードマップ化
課題を整理し
改善の順番を明確に

全件分類
検索クエリを分類し
除外リスト化

自動配信
週次レポートを
自動生成・自動配信

※ 支援先の名称は、守秘のため伏せています。

★ 「何が問題か」と「毎週何を見るか」が決まり、広告を数字で判断できる体制になりました。

06. 組み合わせられる支援

伴走の中で必要になった実行も、同じチームで引き受けます

伴走型改善サービスと組み合わせて、次の支援もご依頼いただけます。

広告運用・制作

- Google・Meta広告の運用、計測の整備
- LP/HPの制作、バナー制作

AI研修

- 話す→一つずつ任せる→自動で動かすの3段階・各コース全6回。5名から開講
- 1名1コース40万円（税別）。人材開発支援助成金の活用で実質10万円（税別）

セミナー・ウェビナー

- セミナー・ウェビナーの企画と運営
- 目的と対象に合わせて、内容からご相談します

自社プロダクト

- 税理士事務所向けAI「ラクゼイ」
- デザインスクール NOT DESIGN SCHOOL

※ AI研修の助成金は後払い（研修終了後に申請）です。対象は雇用保険被保険者のみ（代表・役員・パート・アルバイトは対象外）。
※ 助成金は2027年3月までの時限措置です。最新の要件は申請時に確認が必要で、申請サポートは提携社労士が行います（別途社労士報酬）。

07. はじめかた

まずは60分の無料診断から

お話を伺い、いちばんの詰まりを1つ見つけてお伝えします。

STEP 1

無料診断（60分）

お話を聞いて、いちばんの詰まりを1つ見つけます。

STEP 2

改善提案

数字をもとに、具体的な改善案をご提案します。

STEP 3

スタート

合意できれば、翌週から伴走を始めます。

無料診断だけで終えていただいても構いません。売り込みはしません。

お問い合わせ

Web https://kotukotu.co.jp/contact/
Mail info@kotukotu.co.jp

株式会社kotukotu
代表取締役 菊池 勇佑