

※ 本レポートは架空企業「LOGOSEC 株式会社」のサンプルデータによるデモ出力です。実際の企業・実績とは一切関係ありません。実際のレポートは、貴社の接触ログから LOGOTORU OS が毎月自動生成します。

LOGOTORU OS – 月次判断レポート

市場観測と撤退設計の判断基盤

クライアント: LOGOSEC 株式会社(架空・セキュリティ SaaS) 対象月: 2026 年 4 月(確定値) 作成: LOGOTORU OS 自動生成

今月の判定
変える
健全性スコア 10 / 15

問い: 残すべき攻め筋はどれか?
主因: 市場 NO シグナル率が 8.4% → 14.0%(+5.6pt)。停止ライン(20%)の射程圏に入った。接触量は過去最大(185 名 / 709 回)だが健全性は 10/15 止まり — 量ではなく対象の精度の局面。

5 指標と市場保護ライン FIVE METRICS

指標	当月値	前月	状態	基準
会話成功率	21.6%	19.8%	良好	20%以上で良好
商談化率	5.2%	7.1%	要改善	10%未満は要改善
残存率(まだ会話余地のある相手)	94.4%	96.0%	良好	70%以上で良好
ネガ率(当月の明確な拒絶)	24.8%	18.9%	注意	20%以下で良好
市場 NO シグナル率(累積)	14.0%	8.4%	警戒域	10%警戒 / 20%で強制停止

当月の観測量と成果 FACTS

項目	実績	内訳
接触	185 名	709 回 / 77 社
有効会話	40 名	本人との会話成立
商談	8 件	うち有効商談 5 件
パイプライン	¥1.49 億	累計 15 商談
受注(累計)	¥3,000 万	1 件

業種別の判定 — 続ける / 縮小 / 止める SEGMENT VERDICT

業種	判定	会話成功率	市場 NO	根拠
情報・通信業	✓ 続ける	28.4%	6.1%	会話・商談化とも全体平均超。まだ礼儀正しく入れている
小売業	✓ 続ける	24.0%	7.8%	会話成立が安定。DX 推進部門の反応が良い
機械	● 縮小	14.2%	11.0%	警戒域入り。新規は止め、進行中案件に絞る
医薬品	● 止める	7.5%	22.0%	接触 80 件超・停止ライン超え。統計的に確定
銀行業	👁 観測中	—	—	接触量が判定に足りない(n<30)。判定保留

これは担当者の失敗ではなく、市場から返ってきた観測結果です。

1. 約束への進捗 COMMITMENT

先月のレポートで合意した約束は「探索枠を維持したまま接触量を増やし、勝ち筋業種を特定する」だった。接触量は709回(前月比 +18%)と履行され、情報通信・小売が勝ち筋であることは特定できた。一方で、母集団を広げた分だけ市場 NO シグナル率が 5.6pt 上昇しており、「広げる」フェーズの役割は今月で終わったと言える。

2. 現状の解釈 INTERPRETATION

市場は「変える」ラインを返している。情報通信・小売は会話が成立し商談にも繋がっているが、全体の市場 NO シグナル率が 8.4% から 14.0% へ 1 ヶ月で 5.6pt 上昇した。これは停止ライン(20%)の射程圏に入ってきたサインで、「広げすぎた母集団が市場の疲れを加速させている」と読める。接触量は過去最大(185 名 / 709 回)だったにもかかわらず健全性は 10/15 止まりであり、量ではなく対象の精度に改善余地がある局面だ。

業種別では医薬品が単独で市場 NO シグナル 22% と停止域に達している。一方、情報通信は会話成功率・商談化率ともに全体平均を上回っており、この層にはまだ礼儀正しく入れている状態が続いている。機械は 11% で警戒域に差し掛かっており、方向感を 1 ヶ月以内に決める必要がある。

3. 課題の整理 ISSUES

第一に、チャネルが代表番号に一極集中(約 80%)しており、同一アカウントへの電話頻度が市場疲労の一因になっている。第二に、商談化率が 7.1% → 5.2% と低下しており、会話は成立しても「次の一步」に進まない接触が増えている — これは対象部署の決裁距離が遠くなっている(探索枠で広げた層の質)ことの現れと解釈できる。いずれも運用調整で回復可能な範囲であり、市場との対話が壊れる前に手を打てるタイミングにある。

4. 打ち手の整理 ACTIONS

- ・ **医薬品への新規投入を止める** — 市場 NO シグナル 22%、接触 80 件超で統計的に確定。新規リストの追加を止め、既存の温度 4-5 の担当者のみフォローに切り替える。
- ・ **機械は縮小方向で様子を見る** — 警戒域(11%)に達したが接触数はまだ少ない。新規開拓を止め、既に接触中の商談進行案件に絞る。
- ・ **情報通信・小売に接触集中** — 続ける判定。この 2 業種に空いたシーケンス枠を再配分し、DX 推進・情シス部門の上位スコア層から入り直す。
- ・ **チャネル配合の見直し** — 代表番号一極集中(約 80%)が市場疲労の一因。手紙・メールの比率を上げ、代表番号の接触頻度を同一アカウントで月 2 回以内に抑える。
- ・ **探索枠を絞る(変える)** — 現在の探索比率を下げ、温度 4 以上・商談化実績のある部署カテゴリに寄せた選出に切り替える。

来月の検証条件: 市場 NO シグナル率が 12% 未満に戻るか。戻らなければ翌月は「縮小の範囲を広げる」判断を議論する。この検証結果は来月のレポートに自動で載り、OS の判断が当たったかどうか数値で検証されます。

これは担当者の失敗ではなく、市場から返ってきた観測結果です。