

会社説明資料

使われていない顧客データを、売上が動く仕組みへ

戦略を描き、仕組みに落とし込み、 回るまで伴走する

Consilegy（コンシレジー）合同会社

営業・マーケティング・顧客対応をまたぐ仕組みを、
戦略から実装・定着まで一貫して支援する会社です



代表 山口 聖子

対象：専任を置けない会社から、部門をまたぐ再設計をしたい会社まで

立場は3つに分かれますが、困りごとは同じです。見込み客と数字が、部門と部門の間で止まっている。

専任を置けない会社

規模は問いません（1名から）

- ☐ 顧客情報が Excel やメモに散っている
- ☐ 入れたが、入力が続かなかった
- ☐ 案件の状況を共有できていない

→ 自社製品 Revenue CRM と
導入支援（12万円～）から

流れを作り直したい会社

従業員 50 ～ 300 名の B2B 企業が中心

- ☐ 渡した見込み客が、追われていない
- ☐ どの施策が受注になったか分からない
- ☐ ツールはあるが、会議で使われない

→ 3 ステップの支援から
（現状分析 → 再設計 → 伴走）

日本で立ち上げる海外企業

日本の商習慣に合わせた設計が要る会社

- ☐ 商談の段階が、日本の買い方と合わない
- ☐ 本国の設定のまま、日本の進みが見えない
- ☐ 稟議・合意形成の待ち時間が読めない

→ 市場参入（GTM）の戦略設計と、
顧客管理システムの再設計

どの立場でも、やることは同じです。流れとデータを決め（設計）、設定して現場に渡し（導入）、使われるまで並走する（定着）。

専任を置ける会社には、Salesforce・HubSpot など今お使いのツールを活かした支援を提案します。

課題：マーケと営業の間で、見込み客と数字が止まっている

システムを入れても、結局スプレッドシートに戻る。原因は部門の中より、部門と部門の間にあることが多いのです。

ある会社の顧客管理システムには

79 段階

の商談ステージがありました。

実際に使われていたのは

5 段階

設定の問題であり、業務の問題でもあります。
だから両方から直します。

引き継ぎ（マーケ→営業の受け渡し）

渡した見込み客が、追われていない

整えること 誰に渡すか、いつまでに連絡するかを決める。
今すぐ買わない人のフォローも、両部門で揃えます。

営業からの戻り（結果をマーケへ返す）

「質が悪い」の理由が、戻ってこない

整えること 対象外・時期尚早・失注の理由をシステムに残す。
営業の対応結果を、次の集客に活かします。

施策と受注のつながり（データの分断）

どの施策が受注につながったか、分からない

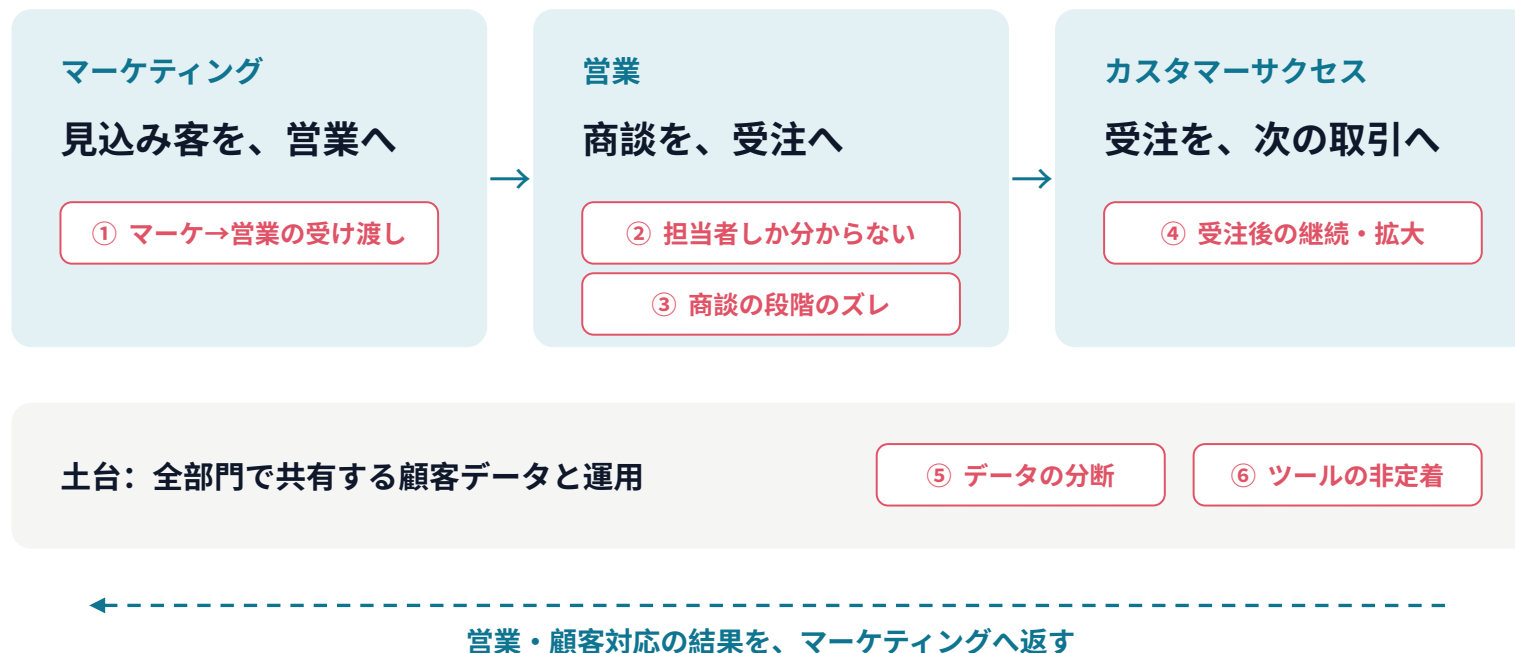
整えること 集客・商談・受注のデータをつなぐ。
施策ごとの結果を、同じ画面で確認できるようにします。

79 段階・5 段階は 1 社の例です。カッコ内は次ページの「6 つの課題」での呼び方です。

考え方：獲得から継続までを、一つの流れとして設計する

部門ごとではなく、獲得から受注・継続までを一本の流れとして見直す。これを「レベニューアーキテクチャ」と呼んでいます。

止まりやすい6つの課題（①～⑥）



海外の方法を、
日本の買い方に合わせて作り直した

海外の B2B SaaS で体系化された方法を、
日本の稟議・合意形成に合わせて
作り直しました。

日本では稟議・合意形成の待ち時間が
長くなりがちです。だから商談になる割合
だけでなく、「待ち時間」も指標に入れます。

6つの課題を、ばらばらではなく
一つの流れとして見直します。

どこが詰まっているかは、無料の収益診断（consilegy.com/diagnostic、12～14問・3分）で確かめられます。

事業：設計・導入・定着の支援と、自社製品 Revenue CRM

助言だけ、ツールの設定だけ、運用だけ。分かると成果が出にくい領域を、ひとつの会社を通して支援します。

1

レベニューアーキテクチャ設計

収益構造そのものを可視化し、獲得から継続までを一つの流れとして設計します。

2

マーケティング・市場参入（GTM）の戦略設計

市場・顧客・導線を整理し、商談につながるマーケティング戦略を設計します。

3

顧客管理システムの再設計・実装

Salesforce・HubSpot・kintone・Marketo の連携と実装。
特定の製品に縛られず、ツールをまたいで設計します。

4

運用定着・改善支援

導入で終わらず、データが蓄積し改善が回る状態まで伴走します。
HubSpot の運用支援、営業支援システムの定着支援も含みます。

自社製品



Revenue CRM

AI と仕組みが代わりに働く、
入力がめんどくさくない顧客管理システム

40 社以上の導入支援で分かった型を製品に。
Excel や HubSpot のデータを取り込んで始められ、
業務に合わせた連携・自動化は有償で作ります。

専任を置けない会社の入口として
2026 年 9 月 28 日 正式版 提供開始

対応ツール HubSpot・Salesforce・Marketo・Sansan・kintone・ServiceNow・Zoho CRM・GA4・Amplitude など。今お使いのツールを前提に設計します。

料金は p8 ～ 9。Revenue CRM の機能・契約条件は別資料「Revenue CRM サービス紹介資料（法人版）」をご覧ください。

実績： 40 社以上の導入支援と、数字で残した結果

代表・山口聖子が個人事業時代から現在までに手がけた、顧客管理・営業支援・マーケティング自動化の導入支援の累計です。

導入支援

40 社以上

導入支援の実績（代表の累計。
個人事業時代を含む）

商談になる割合

最大 +20%

見込み客が商談になる割合（向上）
IT バックオフィス SaaS ・約 200 名

作業時間

約 65% 削減

データ管理・抽出の時間
（月約 100 時間を創出）
医療テック企業・約 150 名

仕組みの構築期間

2 ヶ月

お客様側 3 名の兼務チームのまま
コンサル会社の新規 AI 部門

社名を出せる支援先

Kaizen Platform 株式会社／西川株式会社
（レベニューアーキテクチャ設計・データ基盤支援）

業種で示す支援先

大手食品メーカー（HubSpot 導入）／グローバル DTC ブランド（約 20,000 名）
医療テック企業（約 150 名）／IT バックオフィス SaaS（約 200 名）

自社製品 Revenue CRM 2026 年 9 月 28 日 正式版 提供開始（PR TIMES で発表）。2026 年 10 月時点でパイロット 4 社が利用中。

数字は各社の条件での結果の一例で、成果を保証するものではありません。事例の詳細は consilegy.com/case-studies。

代表：山口 聖子 B2B マーケティング 11 年・導入支援 8 年



略歴（Founder / Revenue Architect）

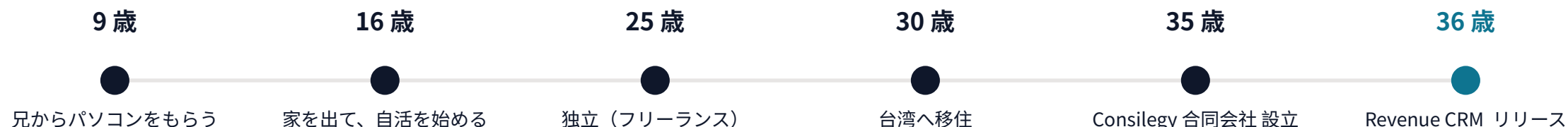
B2B マーケティングに 11 年、顧客管理システムの導入支援に 8 年。40 社以上の B2B 収益プロセス設計に直接関与。
Moloco、Kaizen Platform、アリババ、UCC 上島珈琲、西川などで、マーケティング・営業・顧客管理の設計と実装を担当。
IT コンサルティング会社を経て 2015 年に独立。台湾の広告代理店のアドバイザー業務にも従事。2025 年 5 月に当社を設立。

認定・資格

HubSpot Marketing Software 認定／Google アナリティクス個人認定（GAIQ）／Google 広告認定
G 検定（ジェネラリスト検定）／Shopify Theme Development

登壇・講演

2026 年 4 月 The Complete Masterclass for Japanese Startups（SusHi Tech Tokyo 2026 / Google for Startups Tokyo）
2026 年 4 月 見込み客の反応を取りこぼさない：AI×人で設計する「次の手」ワークフロー（Bizibl Technologies）
2025 年 10 月 How to Sell Automation（Demo Day、Fukuoka Startup Collective）



年表：与えられた環境に合わせるのではなく、合わなければ自分で次の環境をつくってきました。略歴・年表は会社概要ページ（consilegy.com/company）と同じです。

進め方と費用：現状分析 → 再設計 → 伴走を、同じチームの一員として

3つは独立したメニューではなく、ひとつの流れです。課題がはっきりしていれば途中から入ります。

Step 01

収益構造の現状分析

2～6週間 | 10万～50万円

ヒアリング（オンライン2～3回）と、設定・データの確認を行います。どこで止まっているかを特定し、レポートと報告会で完結します。

何が問題か、まだ言葉にできていない会社から

Step 02

収益プロセス再設計

3～6ヶ月 | 300万～800万円

営業・マーケ・顧客対応を一つの流れに。データの持ち方・移し方・見せる範囲の設計、成果の指標（KPI）とレポートの土台づくり。足りない連携・自動化は当社で作って渡します。

作り直す判断ができていない会社から

Step 03

伴走・顧問支援

最低3ヶ月～ | 月額30万～100万円

定例会・指標の確認・施策の優先順位づけ。関わり方の深さで3プラン：ライト30万円～／スタンダード50万円～／フル80万円～。社内で回せる状態（内製化）まで並走します。

設計はあるが、現場で回っていない会社から

専任を置けない会社は： Revenue CRM（1人あたり月額3,000円～・30日間無料）＋導入支援（12万円～・4回）から始められます。

始め方：無料の収益診断（3分）→ 30分の無料相談（ヒアリング）→ 初回ご提案 → ご契約 → キックオフ。

価格は税抜・目安。無料の診断と有償の Step 01 は別のもので、Step 01 の後に契約する必要はありません。フル伴走は最低6ヶ月～。

自社製品：専任を置かずに回る顧客管理システム Revenue CRM

40 社以上の導入支援で分かった「動く型」を製品にしました。2026 年 9 月 28 日に正式版を提供開始、パイロット 4 社が利用中です（10 月時点）。

1

記録は AI が下書き、人は OK を押すだけ

名刺を撮る、声で話す、議事録を貼る。

下書きは人が確かめてから保存・送信されます。

2

自動の処理 175 本と、業務別の初期設定

止まった商談・失注・更新の時期をシステムが見張る。

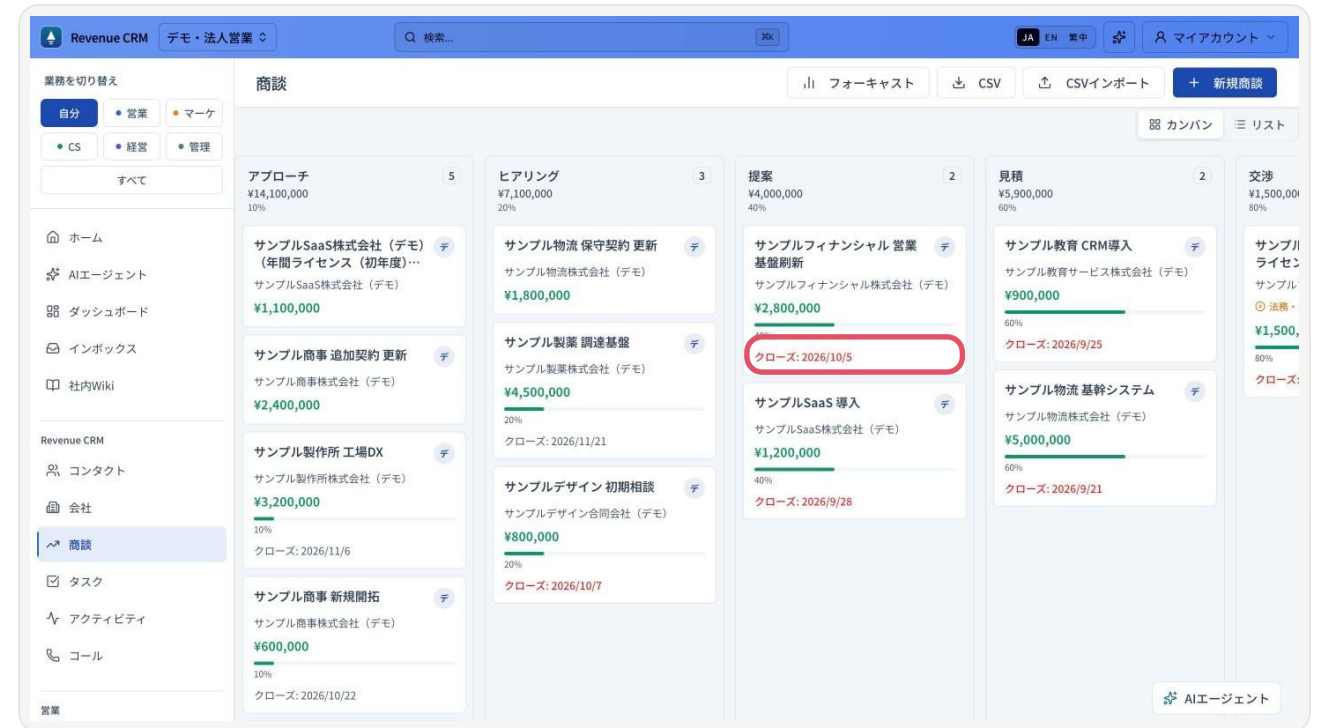
最初から設定済みで届きます。

3

1 人あたり月額 3,000 円、30 日間無料

初期費用なし。人数が増えても単価は同じ。

データは東京に保管。AI の処理は米国の事業者を
経由し、学習には使わせない契約です。



赤枠：締め日を過ぎた商談。色で浮くので見落としにくくなります。

画面はデモ環境の商談ボード（2026 年 10 月）。デモは crm.consilegy.com/demos。機能・セキュリティ・契約条件の詳細は別資料（法人版）。

会社情報： 2025 年 5 月設立、東京・北青山の 5 名の会社

会社名	Consilegy（コンシレジー）合同会社 / Consilegy LLC.
代表者	山口 聖子（Founder / Revenue Architect）
所在地	〒107-0061 東京都港区北青山1丁目3番1号 アールキューブ青山3階
設立	2025 年 5 月 12 日
従業員数	5 名
法人番号	2010403035111（適格請求書発行事業者登録番号 T2010403035111）
事業内容	レベニューアーキテクチャ設計／マーケティング戦略コンサルティング／顧客管理・営業支援・マーケティング自動化システムの設計・実装支援／運用定着・改善支援／自社製品「Revenue CRM」の開発
対応ツール	HubSpot, Salesforce, Marketo, Sansan, kintone, ServiceNow, GA4, Amplitude 等
運営メディア	B2B レベニュー戦略ジャーナル（media.consilegy.com） Revenue CRM の使い方（consilegy.com/crm/media）

連絡先 info@consilegy.com https://consilegy.com/

2026 年 10 月時点。取材・パートナーシップのお問い合わせも info@consilegy.com へ。

社名の由来

consulting, strategy, synergy の思想からの造語。
企業の成長戦略を、現場で機能する仕組みへ変え、
組織と顧客の接点に一貫性を生み出す。

掲載（第三者）と発表（自社）



掲載： See News（花蓮視新聞）
2026 年 6 月 25 日
台湾・花蓮県が運営する
花蓮雲基地 Hualien Cloud Hub に
第 1 期メンバーとして滞在し、
Revenue CRM の形が固まった
経緯が紹介されました。

自社発表： PR TIMES 2026 年 9 月 28 日
Revenue CRM 正式版の提供開始を発表しました。
prtimes.jp でご覧いただけます。

なぜやるか：時間と手の足りなさを補い、社会に選択肢を増やす

ミッション「社会に、選択肢を増やす」。選択が、未来を変える。やりたいことを、前へ。

ミッション

やりたいことがあるのに進めない会社は、意欲が足りないのではなく、
選べる道が見えていないだけです。構造が見えれば選べる。
選んだ会社が前へ進めば、そこで働く人にも取引先にも、次の選択肢が生まれます。

選べない理由の多くは、時間と手が足りないことです。
だから Consilegy は、外から助言する側ではなく、同じチームの一員として入ります。

**お客様の 24 時間に、私たちの 24 時間を重ねる
1 日を 48 時間にする**

VALUE 01

仮説 × データで決める

7 割見えた時点で仮説を置いて、動かしながら直します。
何を見て判断したかは残しておきます。

VALUE 02

小さく試し、早く学ぶ

小さく回して、現場の反応を見てから広げます。
「思っていたのと違う」が早く出るほど、直すコストは小さい。

VALUE 03

約束と成果に責任を持つ

効果が薄いと分かったら、続けるより先に言います。
ご要望どおりより、成果が出ることを優先します。

会社概要ページ（consilegy.com/company）のミッションと行動指針より。

次の一步： 3 分の無料診断から、 30 分の無料相談へ

まず、どこで止まっているかを見るところから。結果をもとに、どのステップから入るかを一緒に決めます。

1. 診断する（3分・無料）

どこで止まっているかを見る

consilegy.com/diagnostic

12 ～ 14 問・選択式。詰まっている場所と最初の一手を、その場で表示します。

2. 相談する（30分・無料）

優先順位を一緒に整理する

consilegy.com/free-consultation

今のツールと体制を伺い、
初回のご提案につなげます。

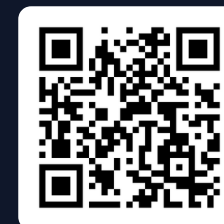
取材・協業・ご紹介の方へ

メールでご連絡ください

info@consilegy.com

メディア・パートナー・紹介者の方の
窓口です。資料は consilegy.com/download

Consilegy 合同会社 東京都港区北青山1丁目3番1号 アールキューブ青山3階 代表：山口 聖子 設立：2025年5月12日
会社サイト consilegy.com Revenue CRM consilegy.com/crm



診断ページ consilegy.com/diagnostic