

DeCooA

コンサルティングサービスのご案内

会社概要

📄 商号

株式会社DeCoA

👤 代表

吉松誠二

📅 創業

2020年5月

📦 事業

マーケティングコンサル事業・SaaS事業

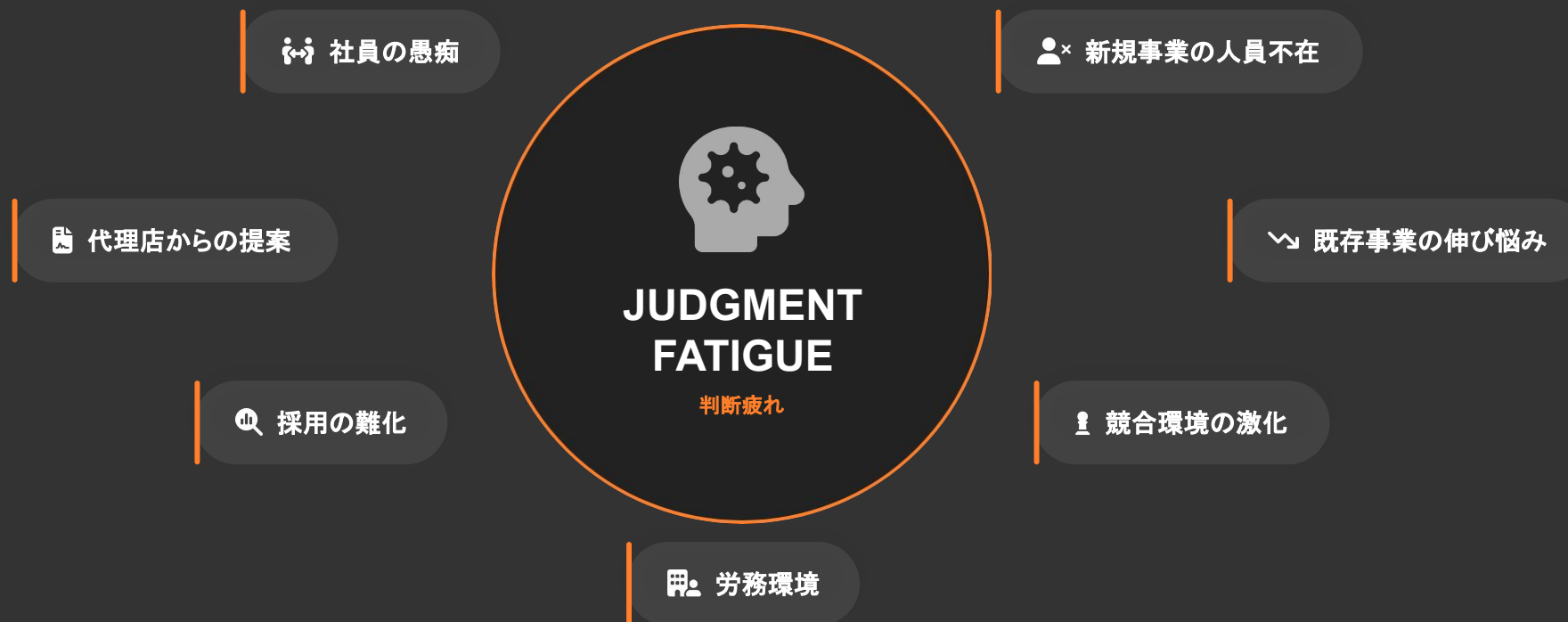
📍 本社

東京都新宿区西新宿6-8-1
住友不動産新宿オークタワー4F



判断に疲れていませんか？

弊社には日々、判断することに疲れた「経営者」「意思決定者」から数多くのご相談をいただきます。



💡 判断疲れを減らし、最短で“次に進む”ための仕組みを提供します。

弊社サービスの理念

基本理念

DeCoA = **やらないことを決める** 会社です。

提供する価値ではないもの

- × 施策量を積み重ね、闇雲に動くこと
- × 不確実な成果を約束し、支援すること

>

私たちが提供する価値

「どの判断を、どの順番で扱うか」
を整理し、終わらせる力である。

DeCoAが提供するサービス

サービスは大きく3つのフェーズに分けられます。



01

BASE RESTRUCTURING

判断の基盤整理

沢山の論点を「目的」と「手段」に整理し、構造化することで、今やるべきことを明確にします。

役割: 論点の構造化・整理
成果: 今やるべきことの決定



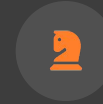
02

VALIDATION PARTNER

判断の伴走型検証

整理した判断事項に対して1つずつ目標を設定し、最速で検証・学習を行うサイクルを回します。

役割: 目標設定と高速検証
成果: 学習とネクストアクション



03

STRATEGIC DESIGN

判断の戦略型設計

複雑な状況を整理し、調査に基づき、判断すべき材料を設計&戦略として落とし込みます。

役割: 調査と戦略設計
成果: 判断材料の可視化と戦略化

DeCoAが提供するサービス

それぞれのサービスは以下のような悩みを持っている方にお勧めです

01 判断の基盤整理



こんなお悩みに

複数の判断すべき事項を抱えており、どこから手をつけたらいいのかわからない

02 判断の伴走型検証



こんなお悩みに

判断すべき事項は明確だが、実行するリソースがなく出来ていない

03 判断の戦略型設計



こんなお悩みに

複雑な状況下で判断材料が不足しており、戦略的な意思決定ができない

判断の基盤整理

ROLE

沢山の論点を「目的」と「手段」に整理し、今やるべきことを決める

業務内容 / 進行プロセス

1



初回ヒアリング

現状の課題感と
意思決定の背景を共有



2



論点整理

複雑な事象を構造化し
論点をクリアにする



3



進む/止めるの判断

各論点に対して
意思決定を行う



成果物

判断整理メモ (ドキュメント形式で納品)



費用

30万円(税抜)

判断の基盤整理 | 進行プロセスとサンプル

進行プロセス

01

🗨️ 初回ヒアリング

現状の課題感・意思決定の背景を共有し、プロジェクトのゴールをすり合わせます。

02

🗨️ 論点整理

ヒアリング内容を基に、複雑な事象を構造化。「目的」と「手段」に論点を整理します。

03

👉 進む/止めるの判断

整理された論点に基づき、各施策を進めるか、止めるか、保留するかの判断を行います。

成果物イメージ

1. 依頼内容

今年中に40店舗出店することはマスト条件。
40店舗という目標について、社内メンバーとはすり合わせ済み。
このまま自然体で進むと28店舗前後になりそうだという見立てはある。
28店舗という現実的な数字には納得感はあるが、経営としては「少しきつい目標」を追いみたい意向がある。
新規出店時の集客を安定させたい。
かたぎり塾の成城学園前では広告費100万円で売上100万円は作れた。
新規出店時に再現できる「型（虎）」を作りたい。
FC展開を開始（来月、静岡で1店舗）。
直営で出したかったが、キャッシュフローの都合でFCにした。
FC×地方については、戦略的というより現実対応の側面が強い。
本人も「言い訳に近い」と認識している。
アプリ開発は今はやっていない。
1年後でも価値が変わらないなら、今やらなくてもよいとも考えている。
組織図や経営関与の整理が必要だと感じている。

2. 判断対象の特定

「40店舗出店を前提としたとき、「拡大スピードを維持する判断」と「集客・組織の破綻を防ぐ判断」をどの順番で、どこまで切り分けて扱うべきか？」

3. 今は考えないこと（やらない宣言）

- * 集客施策の中身
- * オーガニック設計
- * アプリ開発
- * 採用LP制作
- * FC制度設計
- * コラム記事作成 (SEO)

4. 進む場合の条件

40店舗はマスト
ただし「一度に全部を最適化しない」ことに合意できるか
拡大を支える条件を順番に検証する意思があるか

5. Layer Aとしての結論（判断）

「40店舗出店は前提として進める。
ただし、集客・組織・経営関与を同時に解決しようとするしない。」

判断の基盤整理(アウトプット)

沢山の課題を4つの論点で整理し、意思決定の土台を作ります。



Target Definition

判断対象の特定

01

その課題は「手段」の話なのか、「目的」の話なのかを明確に切り分けます。手段が目的化していないか、本来解くべき問いを再定義します。



Out of Scope

今は考える必要のないこと

02

現在のフェーズにおいて、議論する必要のない項目や優先度の低いノイズを特定します。「やらないこと」を明確にすることでリソースを集中させます。



Next Condition

次に進むための条件

03

次のフェーズへ移行するためにクリアすべき条件や KPIを設定します。どのような状態になれば Goサインが出せるのか、判断基準を言語化します。



Conclusion

判断の基盤整理を行った上での結論

04

整理された論点に基づき、プロジェクト全体の方向性を決定します。進めるべきか、止めるべきか、あるいは条件付きで進めるか、明確な結論を導き出します。

判断の伴走型検証

ROLE

整理した判断を1つずつ目標を設定し最速で検証する

業務内容 / 進行プロセス

1



目標・撤退条件の設計

検証のゴールと
撤退ラインを明確化

2



進行管理

施策の実行支援と
進捗のモニタリング

3



振り返り・次策可視化

結果に基づく学習と
ネクストアクション設計



成果物

検証結果及び管理シート (Excel等)



費用 (税抜)

50万円/月 (検証2回)

※検証1回の場合は 30万円/月

判断の伴走型検証(アウトプット)

検証の質を高めるため、事前に5つの論点で整理を行います。

曖昧な検証を防ぎ、 学習効果を最大化する

ただ施策を実行するだけでなく、検証の目的と条件を明確に定義することで、結果から「次に活かせる学び」を確実に抽出します。

01 ✓ 今回の検証を行う目的
なぜこの検証が必要なのか、検証によって何を明らかにしたいかを定義

02 ✓ 検証を行う上での前提条件の整理
リソース、期間、対象範囲など、検証を実行する環境条件を整理

03 ✓ 検証全体の設計
具体的な施策内容、スケジュール、担当者、測定方法を設計

04 ✓ 成功/撤退の条件
KPIの達成基準だけでなく、撤退ラインも事前に明確化し判断を自動化

05 ✓ 振り返り及び次に行う検証の設計
結果の良し悪しに関わらず、得られた示唆と次のアクションをセット

This screenshot shows a management table for a campaign titled '施策管理表：リスクリングIP_ver3(架電CTA)施策'. The table is organized into several sections: '目的' (Purpose), '前提条件' (Prerequisites), '検証全体設計' (Overall Design), '成功/撤退条件' (Success/Retreat Conditions), and '振り返り' (Review). Each section contains detailed text and bullet points describing the campaign's goals, conditions, and evaluation methods.

This screenshot shows a management table for a campaign titled '施策管理表 (Google広告検証施策_kw入稿)'. The table is organized into several sections: '目的' (Purpose), '前提条件' (Prerequisites), '検証全体設計' (Overall Design), '成功/撤退条件' (Success/Retreat Conditions), and '振り返り' (Review). Each section contains detailed text and bullet points describing the campaign's goals, conditions, and evaluation methods.

判断の戦略型設計

ROLE

複雑な状況を整理し、判断すべき 3つの領域を特定

業務内容 / 進行プロセス

1



現状の情報整理

複雑に入り組んだ
現状情報を構造化



2



判断の可視化

定性・定量的な調査で
事実を明らかに



3



戦略設計

調査結果から
判断すべき材料を設計



成果物

戦略ご提案書 (PDF形式を想定)



費用

300万円/月 (税抜)

判断の戦略型設計(アウトプット)

02 判断の設計 DeCoA

課題化 (課題が解決する)

リードからの問い合わせの大半は「質問がある」という問い合わせが多い。この問い合わせを「お問い合わせ」から「お問い合わせ」に変えることで、問い合わせの数を増やすことが期待できる。

2025年末までに会員数1,000人を達成するには、
【有効リード数を増やすこと】
がポイント。

02 判断の設計 DeCoA

立派な課題が解決

【40-50代経営者層】
健康状態を可視化したいというニーズが高い。

1. 健康状態を可視化したいというニーズが高い。	2. 健康状態を可視化したいというニーズが高い。	3. 健康状態を可視化したいというニーズが高い。
7.3%	9%	11.3%
13.1%	9.7%	7.5%

04 判断の設計 DeCoA

20-30代経営者層への効果的なコミュニケーション戦略

【20-30代 経営者層】 仕事のパフォーマンスを上げたい

課題前の訴求メッセージ	課題中に訴求するポイント
<p>仕事のパフォーマンス向上という課題への価値</p> <p>課題への取り組みは、仕事のパフォーマンスを上げるものであることを訴求。</p> <p>具体的な取り組みとして「YouTubeチャンネルを運営していただくことで、仕事のパフォーマンス向上に繋がります」という訴求。</p> <p>具体的な取り組みとして「YouTubeチャンネルを運営していただくことで、仕事のパフォーマンス向上に繋がります」という訴求。</p>	<p>「守り」ではなく「攻め」の取り組み</p> <p>守りではなく攻めの取り組みだけでなく、課題の解決を促すことにより、課題の解決に繋がります。</p> <p>また、課題の解決に繋がります。</p> <p>YouTube (守りの課題) ではなく、「攻めの課題」の取り組みにすることで課題の解決に繋がります。</p>

04 判断の設計 DeCoA

アフィリエイト方式の活用 実行の流れ

【アフィリエイト方式の活用 実行の流れ】
YouTubeチャンネルを運営していただくには時間がかかるため、事例記事も作成し、Metaから広告配信を始めてリードを獲得していく。

お問い合わせはこちらから

<https://decoa.jp/decision/contact>

DeCoA