
株式会社START WITH WHY

営業代行 費用対効果 シミュレーションシート

「いくらで、いつ元が取れるか」を
自社の数字で試算する実務ツール

2026年版

株式会社START WITH WHY

営業コンサルティング・営業代行「グロース支援スタジオ」運営
事業成長を求めるBtoB企業 300社以上の支援実績
<https://sw2.jp> / 本資料の無断転載・再配布は禁止いたします。

はじめに

営業代行・グロース支援の検討で最後に残る問いは、いつも同じです。「月額いくらなら、うちは元が取れるのか」。多くの比較記事は料金相場を並べるだけで、この問いには答えてくれません。

なぜ費用相場だけでは判断できないのか

1. **単価が業界・商材でまったく違う**：同じ月額60万円でも、平均受注単価30万円の商材と500万円の商材では、必要な成約件数が10倍以上変わります
2. **「相場内か」と「自社が黒字化するか」は別の話**：相場並みの価格でも、自社の受注単価・成約率次第では赤字になり得ます
3. **逆算すれば、必要な行動量が先に見える**：損益分岐から逆算すれば、月に何件のアポ・商談が必要かが契約前にわかります

本資料で提供するもの

- 損益分岐点の計算式（3ステップの逆算モデル）
- 料金プラン別・受注単価別の早見シミュレーション表
- 自社の数字を書き込める記入式ワークシート
- 業界別の商談化率・受注率ベンチマーク
- ROI計算でよくある5つの間違い

本資料の使い方

P.4の早見表で自社の受注単価に近い行を確認し、P.5のワークシートに自社の実数を書き込んでください。契約前に「月に何件アポが必要か」まで具体化できます。

損益分岐点の計算式（3ステップ）

営業代行・グロース支援のROIは、次の3ステップで逆算できます。

ステップ1：損益分岐に必要な受注件数

$$\text{年間投資額} \div \text{平均受注単価（年間換算）} = \text{損益分岐に必要な年間受注件数}$$

まず、支払う費用に対して何件受注すれば黒字化するかを出します。ここでいう「単価」は初年度の取引金額（初期費用＋月額×12ヶ月など）で考えます。

ステップ2：必要な商談数

$$\text{必要受注件数} \div \text{商談} \rightarrow \text{受注CVR} = \text{必要な年間商談数}$$

受注件数を、自社（または業界平均）の商談→受注転換率で割り戻します。転換率は業界・商材によって15～35%程度が目安です（P.6参照）。

ステップ3：必要なアポ数

$$\text{必要商談数} \div \text{アポ} \rightarrow \text{商談化率} = \text{必要な年間アポ数}$$

商談数を、アポ→商談化率でさらに割り戻します。これが「営業代行・グロース支援に依頼した場合、年間・月間で何件のアポイントが必要か」という具体的な行動目標になります。

注意

CVRを楽観的に見積もると、必要アポ数が過小評価され、契約後に「思ったより成果が出ない」という結果になりがちです。初回は業界平均の下限值で試算し、実績が出てから見直すのが安全です。

早見シミュレーション表 | プラン別・受注単価別

グロース支援スタジオの3プラン（トライアル／ベーシック／スケール）について、平均受注単価ごとに「年間で何件受注すれば損益分岐するか」をまとめました。初期費用はいずれも不要、最低契約期間は3ヶ月～です。

トライアル 40万円/月 アポ獲得までの支援範囲	ベーシック 60万円/月 商談・受注までの支援範囲	スケール 120万円/月 内製化支援まで含む範囲
---	--	---

損益分岐に必要な年間受注件数

平均受注単価（年間）	トライアル（年480万円）	ベーシック（年720万円）	スケール（年1,440万円）
50万円	10件	15件	29件
100万円	5件	8件	15件
300万円	2件	3件	5件
500万円	1件	2件	3件
1,000万円	1件	1件	2件

※年間投資額÷平均受注単価（切り上げ）で算出。実際の受注単価・契約期間により変動します。

読み方の例

平均受注単価300万円の商材でベーシックプラン（月60万円）を検討している場合、年間3件受注できれば投資を回収できる計算です。月1件のアポからの商談化率・受注率次第で、必要なアポ数を次ページのワークシートで具体化してください。

記入式ワークシート | 自社の数字で試算する

以下の空欄に自社の数字を書き込み、必要なアポ数・商談数を逆算してください。数字が不明な項目は、P.6の業界別ベンチマークを初期値として使えます。

Step1：投資額と受注単価

検討プランの月額		万円/月
年間投資額（月額×12）		万円/年
平均受注単価（年間）		万円

Step2：損益分岐に必要な受注件数

年間投資額 ÷ 受注単価		件/年
--------------	-------	-----

Step3：必要な商談数・アポ数

商談→受注CVR（自社実績 or 業界平均）		%
必要受注件数 ÷ CVR = 必要商談数		件/年
アポ→商談化率（自社実績 or 業界平均）		%
必要商談数 ÷ 商談化率 = 必要アポ数		件/年
月あたりの必要アポ数（÷12）		件/月

判断の目安

算出した「月あたりの必要アポ数」が、依頼予定の会社の実績アポ数レンジ内に収まっていれば、投資回収の現実性は高いと言えます。大きく上回る場合は、プランの見直しや、単価・CVRの前提を再検証しましょう。

業界別ベンチマーク | 商談化率・受注率の目安

自社実績がない場合の初期値として、業界別のアポ→商談化率・商談→受注CVRの目安を掲載します。

業界	アポ→商談化率	商談→受注CVR	平均受注単価（年間）目安
食品卸・食品メーカー	50～70%	15～25%	200万～1,500万円
ヘルスケア（医療機関・介護向け）	40～60%	30～50%	300万～1,200万円
ホテル・旅館向けサービス	50～70%	20～35%	200万～800万円
製造業（工場設備・部品）	50～70%	40～60%	数百万～数億円
建設・不動産向けサービス	60～80%	20～40%	100万～3,000万円

出典：株式会社START WITH WHYの支援実績にもとづく目安値。個社の実績とは異なる場合があります。詳細は[IT以外のBtoB業界別 営業KPI設計テンプレート](#)も参照してください。

よくある誤差要因

決裁者層（現場担当か経営層か）、商材の意思決定リードタイム、季節性（シーズン商材か通年商材か）によって、同じ業界内でも転換率は大きくばらつきます。可能な限り自社の過去実績を優先してください。

ROI計算でよくある5つの間違い

01. 単月だけで黒字・赤字を判断する

営業代行・グロース支援は立ち上げに1〜2ヶ月を要するため、初月〜2ヶ月目は投資超過が普通です。年間・LTV（顧客生涯価値）ベースで見なければ、正しい判断ができません。

02. 受注単価に「初年度のみ」の金額しか見ていない

継続契約や追加発注が見込める商材の場合、2年目以降の継続売上を含めずに試算すると、実際より投資回収が悪く見積もられます。継続率も含めた生涯価値で再計算しましょう。

03. CVRを希望的観測で設定する

「うちなら業界平均より高いはず」という前提でCVRを楽観設定すると、必要アポ数が過小評価され、契約後に未達が続くリスクが高まります。初回は業界平均の下限、または保守的な数値で試算してください。

04. 初期費用・最低契約期間を試算に含めていない

月額だけで比較し、初期費用や最低契約期間中の総支払額を見落とすケースがあります。年間投資額は「（月額×契約月数）＋初期費用」で正確に算出しましょう。

05. 依頼側の受入体制コストを試算に入れていない

商談化した案件をクロージングする自社側の人員・工数も実質的なコストです。営業代行・グロース支援の費用だけでなく、自社側の対応コストも含めて総合的に判断することをお勧めします。

まとめ

ROI試算は「契約するか否か」を決めるためだけでなく、「月に何件のアポが必要か」という行動目標を契約前に具体化するためのツールです。数字が明確になれば、支援会社との会話も的確になります。

自社の数字で、無料で一緒に試算します

30分の無料相談で、貴社の商材・実績に合わせたROI試算を一緒に行います。

[無料相談を予約する →](#)