

プロダクトを成長へ導く
NSM(North Star Metrics)
とは？

TOPIC

KGI/KPIとは何か？

最近注目されるNSM(North Star Metrics)とは何か？

NSMの適切な設定法

成功企業から学ぶNSM設定例

ユーザー目線でプロダクトを開拓できているか

KGI/KPIとは何か？

KGI/KPIとは何か？

KGI

Key
Goal
Indicator

重要目標
達成指標

KPI

Key
Performance
Indicator

重要業績
評価指標

KGI/KPIとは具体的に何を指しているのか？

| | 意味 | ポイント | 設定 |
|-----|--------------|---------------------------------------|--|
| KGI | 重要目標 達成指標 | 事業の最終目標 を定量的に 評価する指標 | 来期の年間契約 成約件数30件 年間収益10億円 など |
| KPI | 重要業績 達成指標 | 事業の最終目標 達成に必要な プロセスを数値化 した指標 | 月間サイト流入数 100,000人 新規会員数の 成長率150% など |

KGI/KPIを設定するメリットは何か？

KGI/KPIを設定するメリット(3つ)

個人、部署ごとの目標、課題が明確になる

KPIを設計することで個人の取るべき行動が明確化され、業務がスピーディーに進む

目標の達成基準が明確になる

KGI/KPIは定量的な数値であり、数値を上回れば達成、数値を下回れば未達成というように評価が容易になる

組織全体のモチベーションが上がる

個人が取るべき行動を把握し、それを評価する基準が明確になることで生産性の向上を図ることができる

どのようにKGI/KPIを設計すればよいのか？



KGI/KPI設定の手順

手順1. KGIを設定する

事業の最終目標を定量的且つ具体的な数値で設定する

手順2. KGIを達成するための要因(KSF)を列挙する

KGI達成に必要な要因
(KSF : Key Success Factor)の抽出

手順3. KSFをKPIへ落とし込む

抽象的な要因を具体的な数値に変換
KPIの達成がKGIの達成につながる
ような指標である必要がある

手順4. KPIツリーの作成

設定したKPIを更に要素分解することで、KGI達成へのプロセスがより明確になる

どのようにKGI/KPIを設計すればよいのか？

KGI達成への要因: KSF(Key Success Factor)を列挙



KGI/KPI設定の手順

手順1. KGIを設定する

事業の最終目標を定量的且つ具体的な数値で設定する

手順2. KGIを達成するための要因(KSF)を列挙する

KGI達成に必要な要因
(KSF : Key Success Factor)の抽出

手順3. KSFをKPIへ落とし込む

抽象的な要因を具体的な数値に変換
KPIの達成がKGIの達成につながる
ような指標である必要がある

手順4. KPIツリーの作成

設定したKPIを更に要素分解することで、KGI達成へのプロセスがより明確になる

どのようにKGI/KPIを設計すればよいのか？

サイトへの
流入数up

サイトへの
月間流入数3,000件

資料DL
件数up

月間資料DL件数
50件獲得

月間商談
獲得数up

月間商談獲得件数
10件獲得

KGI/KPI設定の手順

手順1. KGIを設定する

事業の最終目標を定量的且つ具体的な
数値で設定する

手順2. KGIを達成するための要因(KSF) を列挙する

KGI達成に必要な要因
(KSF : Key Success Factor)の抽出

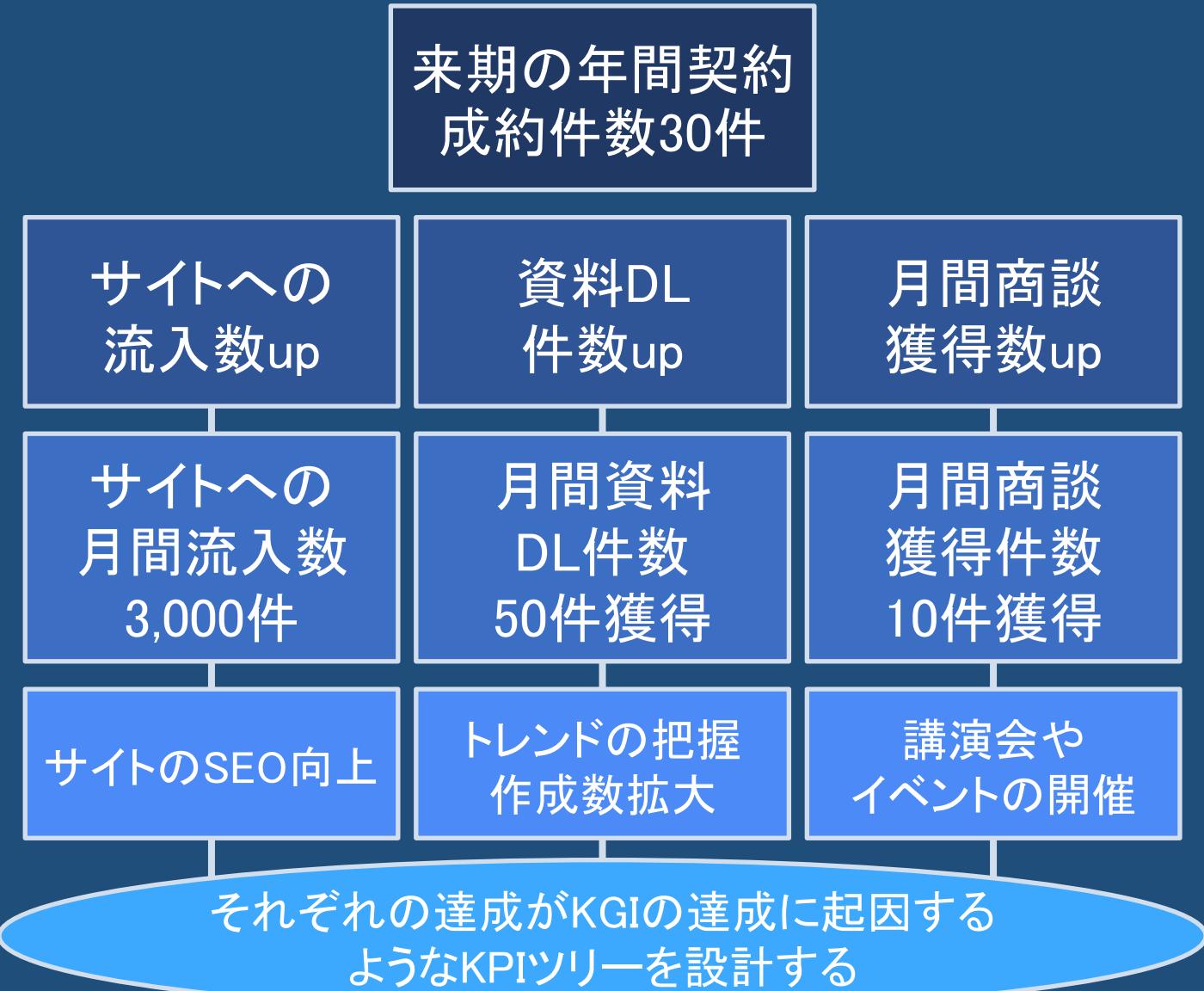
手順3. KSFをKPIへ落とし込む

抽象的な要因を具体的な数値に変換
KPIの達成がKGIの達成につながる
ような指標である必要がある

手順4. KPIツリーの作成

設定したKPIを更に要素分解することで、
KGI達成へのプロセスがより明確になる

どのようにKGI/KPIを設計すればよいのか？



KGI/KPI設定の手順

手順1. KGIを設定する

事業の最終目標を定量的且つ具体的な数値で設定する

手順2. KGIを達成するための要因(KSF)を列挙する

KGI達成に必要な要因
(KSF : Key Success Factor)の抽出

手順3. KSFをKPIへ落とし込む

抽象的な要因を具体的な数値に変換
KPIの達成がKGIの達成につながる
ような指標である必要がある

手順4. KPIツリーの作成

設定したKPIを更に要素分解することで、KGI達成へのプロセスがより明確になる

最近注目される
NSM(North Star Metrics)
とは何か？

North Star Metricsとは何か？

NSM

North Star Metrics

NSMは組織全体の目標と方向性を示す
指針となり、**プロダクトの価値が**
ユーザーに届いてるかを測る指標となる

プロダクトマネジメントで用いられることが多いが、KGIをプロダクトに当てはめて説明をすることもあり
明確に違いが定義されていないことが多いので注意

プロダクト単位の指標設計が必要



莫大な広告費をかけて
新規ユーザーを獲得する



流入数を上げるために
SEOのテクニックだけを追う



KPIを意識しすぎるあまり
プロダクトの本質を見落とす

KGIやKPIは、企業単位や部署単位で設計されることが多く、
設計の仕方によっては部分最適になるという懸念がある

企業単位や部署単位ではなく、
プロダクト単位で最善の指標設計をすることで、
より顧客の声を適切に反映させることができる

NSMを設定する目的

NSMはプロダクトの価値がユーザーに届いているかを測る指標で、NSMを軸にしたプロダクトに関わる意思決定の方向性を統一することが目的である

NSM (North Star Metrics) の適切な設定方法

North Star Metricsの設定方法(1/4)

1. NSMを設計する上で、まず自社プロダクトのタイプを見極める

Attention型



Twitter



Netflix

SNSやメディアサービス
など「露出」が重要

Transaction型



Amazon



Shopify

ECサービス
など「決済」が重要

Productivity型



Adobe



Slack

BtoBソフトウェアなど
「効率改善」が重要

North Star Metricsの設定方法(2/4)

2. プロダクトに合ったNSMを設定する

| タイプ | ポイント | NSMの設定例 |
|---------------|----------------------------|------------------------------------|
| Attention型 | より多くの「時間」をプロダクトに費やしてもらう | コンテンツ再生時間 月10時間以上再生したユーザー数 |
| Transaction型 | 商品購入数などの「取引数・金額」をより増やしてもらう | 1ユーザーあたりの購入単価 月5回以上購入したユーザー数 |
| Productivity型 | より多くの「タスク」を効率的に実現してもらう | 1日のコメント数2000件以上のユーザー数 月間ファイル作成数 |

North Star Metricsの設定方法(3/4)

3. NSMを軸にKPIを設定する

KPIを設定する上で

広がり (Breadth)

アクションを起こした
ユーザー数

(例) 有料課金
ユーザー数
資料DL数

深さ (Depth)

アクションを起こした
ユーザーの体験の深さ

(例) 視聴回数
資料DL数

頻度 (Frequency)

ユーザーが起こす
アクションの頻度

(例) 1日の投稿回数
月の視聴本数

効率 (Efficiency)

ユーザーが価値を
体験するまでの
スピード

(例) DLまでのステップ
再生までの時間

ユーザー視点でのKPIが設定されたら、
それを高める施策を決定する

North Star Metricsの設定方法(4/4)

良いNSM5つのポイント

NSMの向上が
収益の拡大に起因する

組織内で理解の
ギャップが生まれない

NSMの向上とユーザーの
体験の質がマッチする

ユーザーの定着率が
可視化される

NSMの向上が
収益の成長に起因する

NSMはプロダクトの将来に影響を与え、学びを得られる先行指標である必要がある

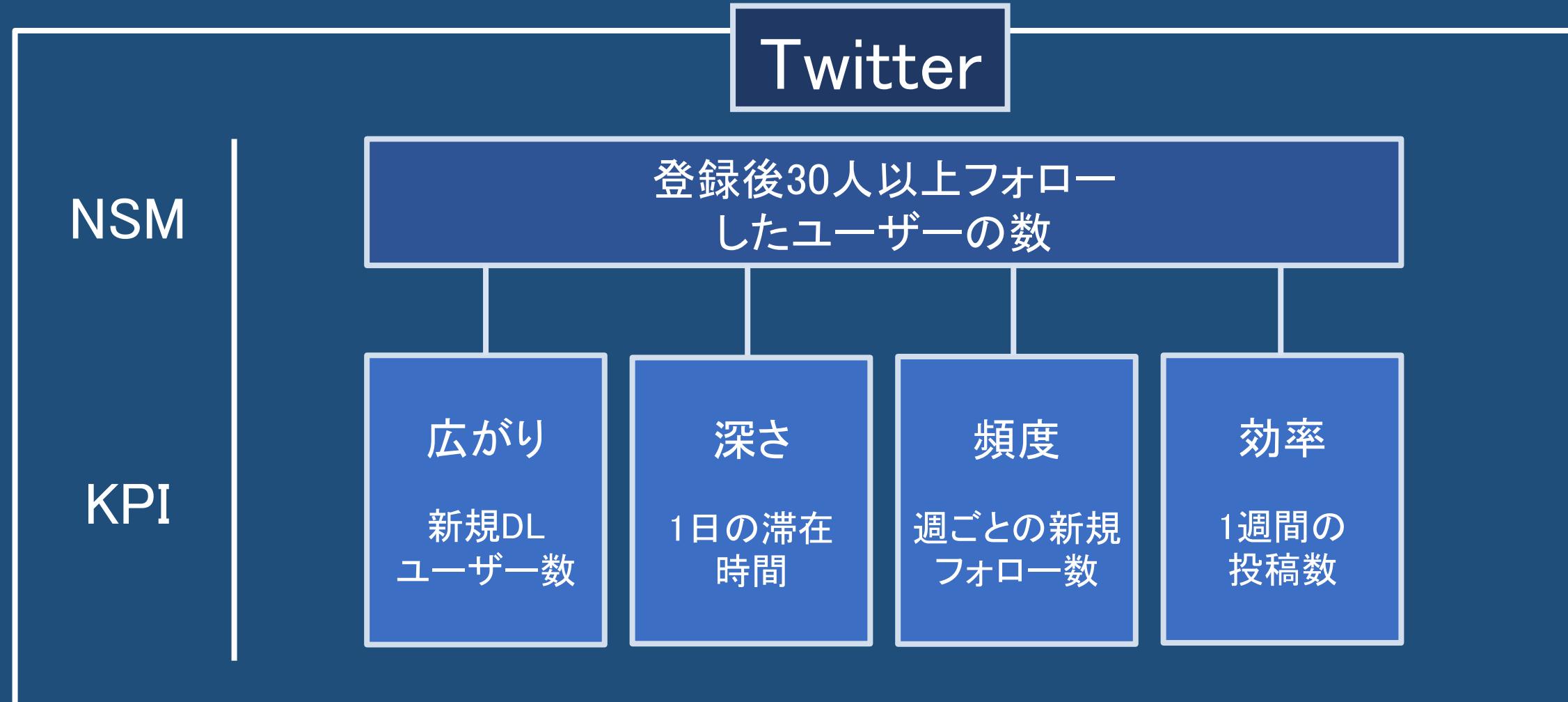
「例えば、PV数やDAUはユーザーの取った行動の結果でしかないためNSMとしては適切ではない

このような将来に影響しない結果を示した遅行指標はVanity Metrics(虚栄の指標)と呼ばれる

成功企業から学ぶ NSM設定例

成功企業から学ぶNSM設定例

Attention型 TwitterのNSM導入事例



ユーザー目線でプロダクトを
展開できているか？？