

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展開できているか

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

重要目標達成指標

来期の年間契約
成約件数30件

より**定量的**で**具体的**な数値を設定する

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

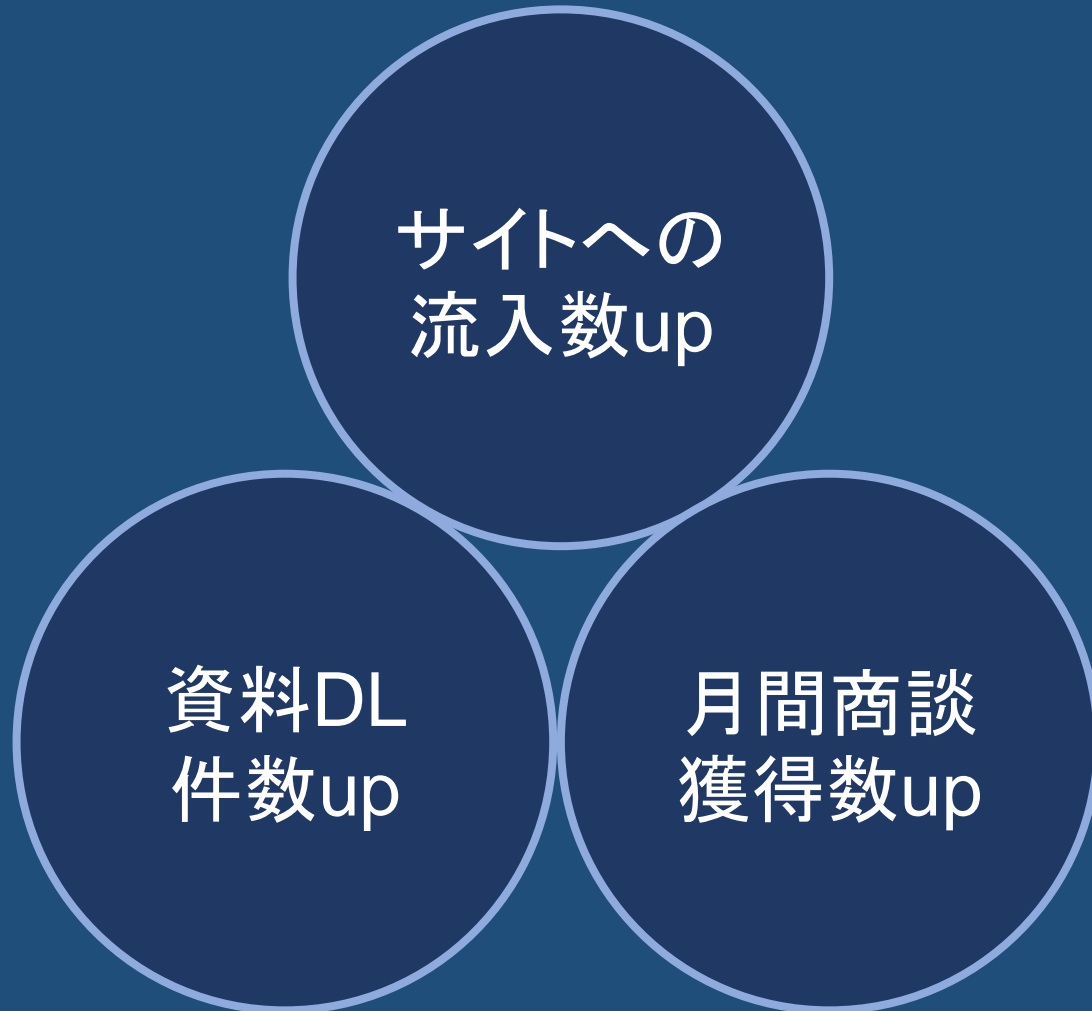
抽象的な要因を具体的な数値に変換
KPIの達成がKGIの達成につながるような指標である必要がある

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

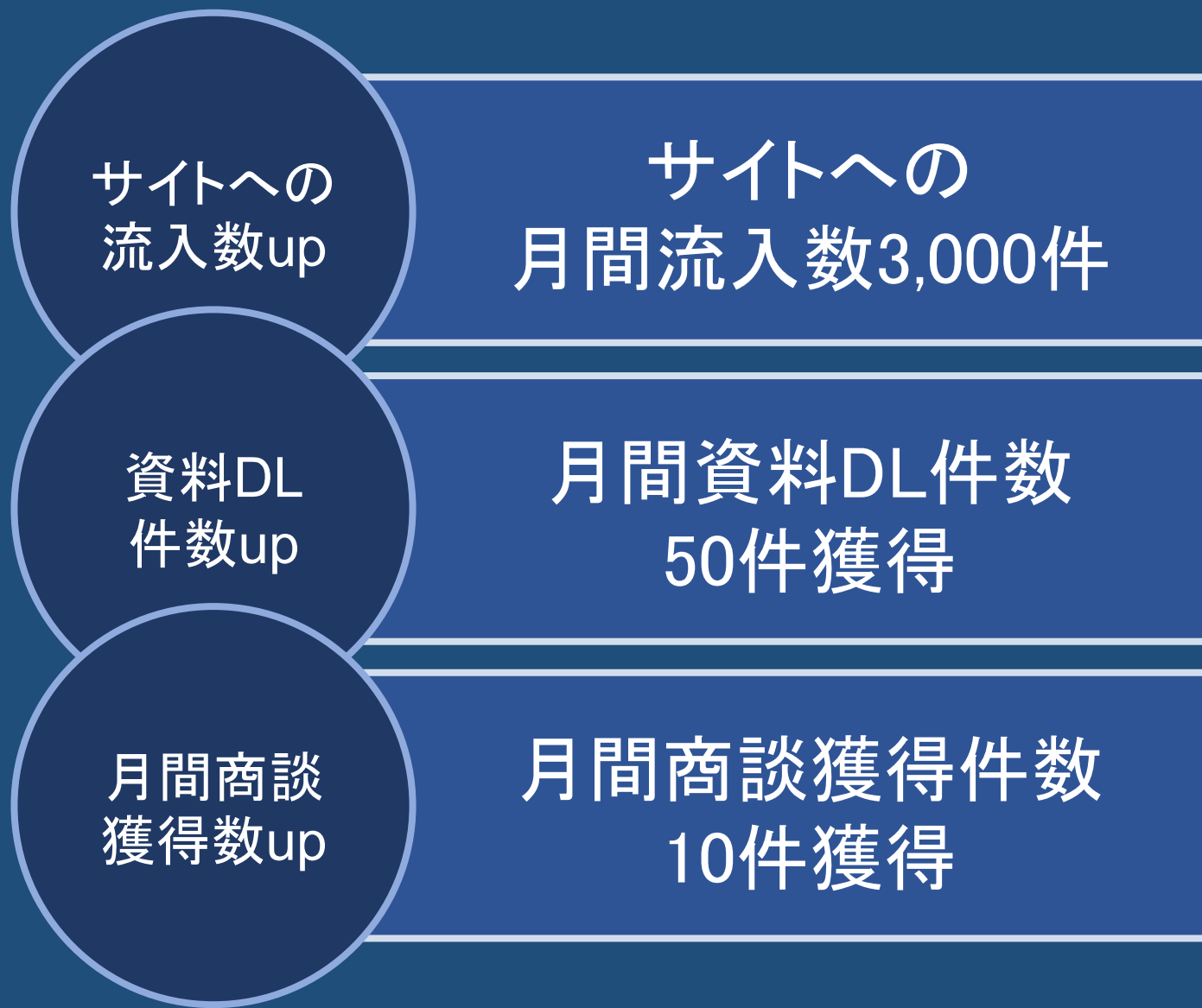
手順3. KSFをKPIへ落とし込む

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？



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？

来期の年間契約
成約件数30件

サイトへの
流入数up

資料DL
件数up

月間商談
獲得数up

サイトへの
月間流入数
3,000件

月間資料
DL件数
50件獲得

月間商談
獲得件数
10件獲得

サイトのSEO向上

トレンドの把握
作成数拡大

講演会や
イベントの開催

それぞれの達成がKGIの達成に起因する
ようなKPIツリーを設計する

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

製品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
製品の本质を見落とす

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、
製品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



SNSやメディアサービス
など「露出」が重要

Transaction型



ECサービス
など「決済」が重要

Productivity型



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

ユーザーの定着率が
可視化される

NSMの向上とユーザーの
体験の質がマッチする

組織内で理解の
ギャップが生まれない

NSMの向上が
収益の成長に起因する

NSMは製品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

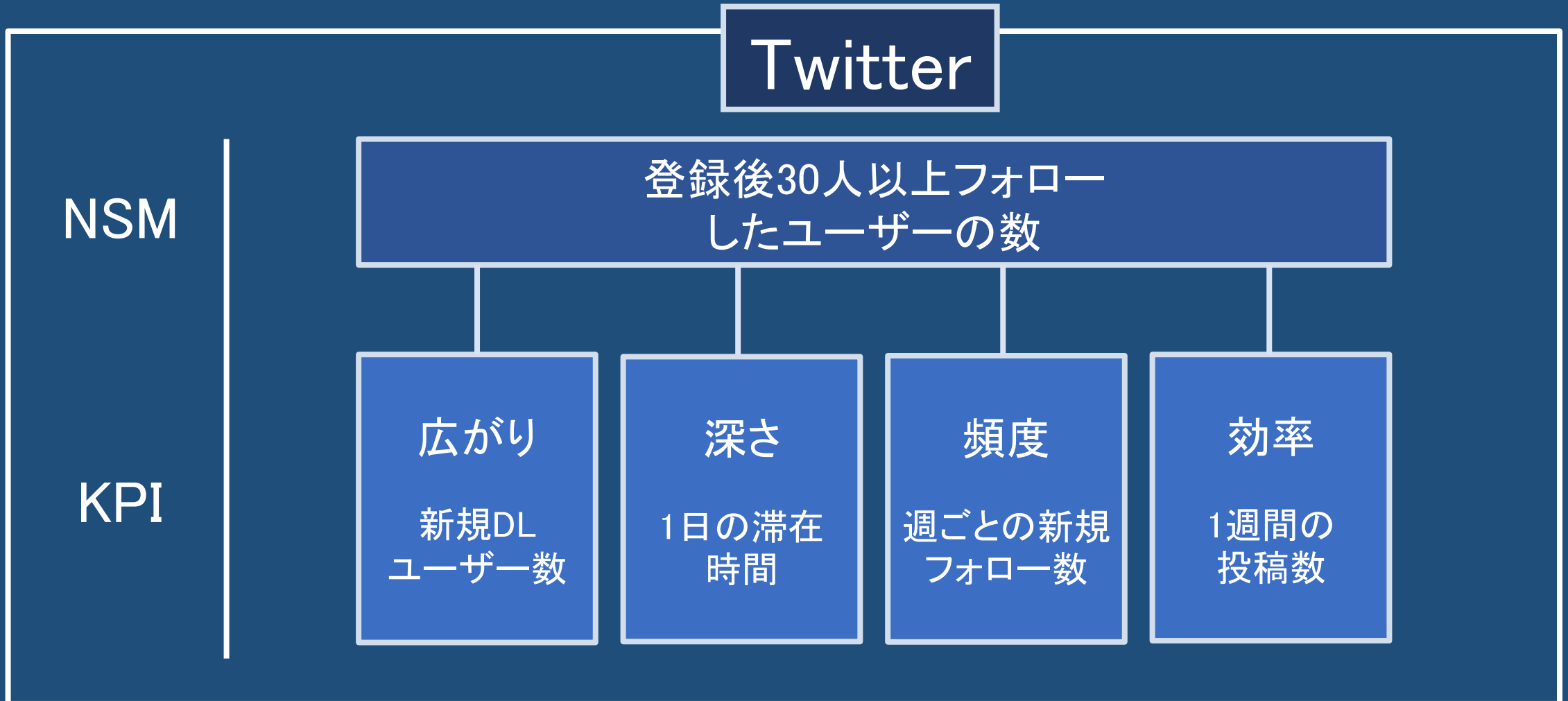
└例えば、PV数やDAUはユーザーの取った行動の結果でしかないためNSMとしては適切ではない

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??