



ワークシート付き

NSM (North Star Metric) ガイドライン



目次

INDEX

NSMの概要

- NSMとは
- 一般的なKPIマネジメント
- KPIマネジメントの盲点
- NSMの位置付け
- NSMの構成要件
- 先行指標と結果指標

NSMの設定手順

- NSMの設定フロー
- NSMワークシート

Appendix

- NSMを設定する
 - NSMワークショップ
- データを元にNSMなどの先行指標を導き出す
 - Amplitudeによるユーザー行動分析

NSMの概要

- NSMとは
- 一般的なKPIマネジメント
- KPIマネジメントの盲点
- NSMの位置付け
- NSMの構成要件
- 先行指標と結果指標

NSM (North Star Metric) とは

プロダクト成長のために最も重要となる
唯一の先行指標 *



*先行指標: 将来起こる結果に先んじて変動する数値

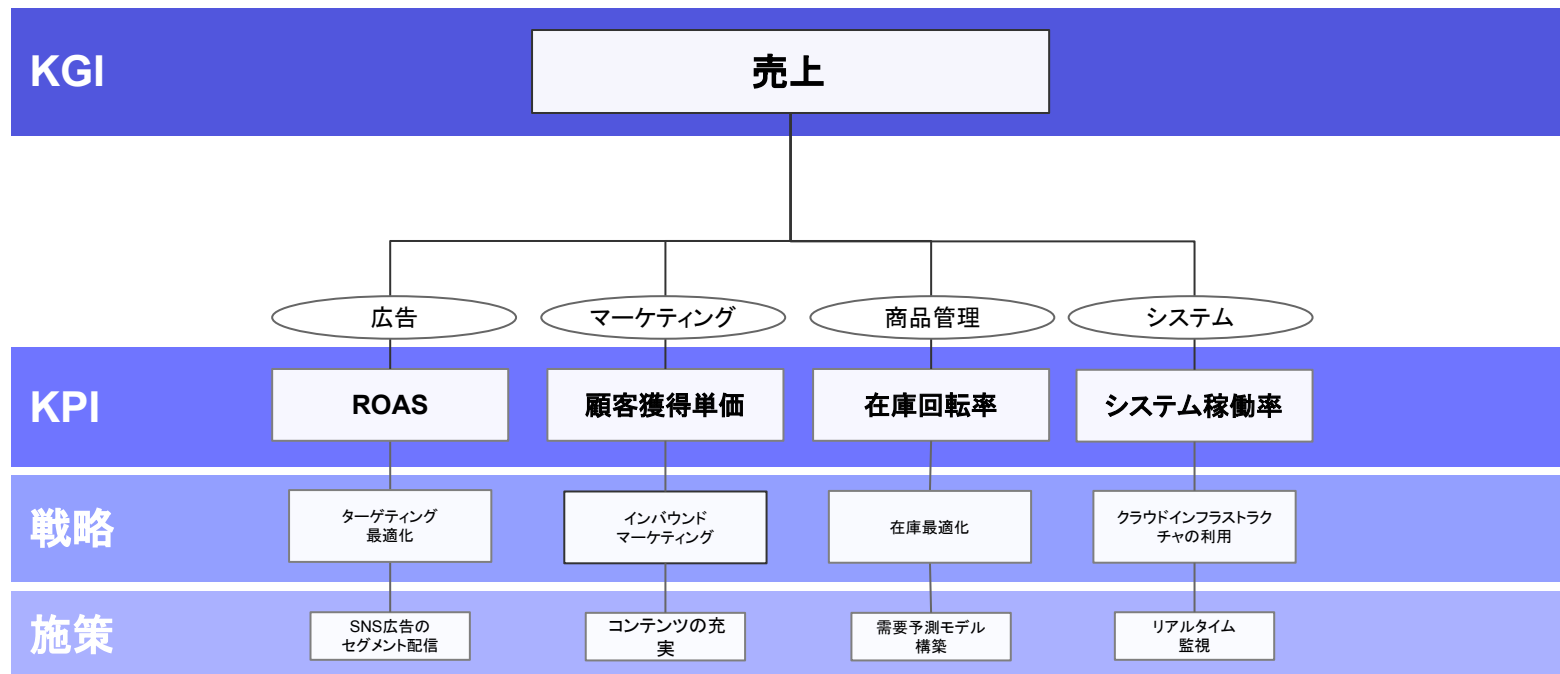


GROWTH
MARKETING
MEDIA

produced by
DearOne

KPIマネジメントはビジネスのパフォーマンスを測定し、改善を図るために非常に重要です。一般的なKPIは下記図のように部門単位で設定され、KPIに紐づく戦略、施策が日々の業務で行われます。

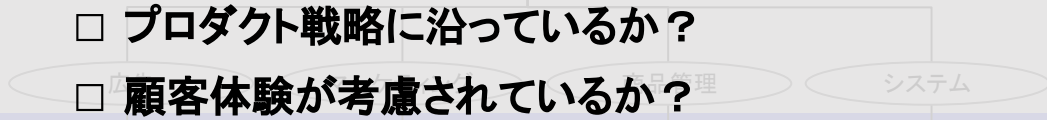
(EC事業の例)



しかし、KPIマネジメントにはいくつかの盲点が存在します。
見落としがちな項目として、以下のようなものがあります。

【チェックリスト】

- KGIとKPIがかけ離れていないか？
- プロダクト戦略に沿っているか？
- 顧客体験が考慮されているか？



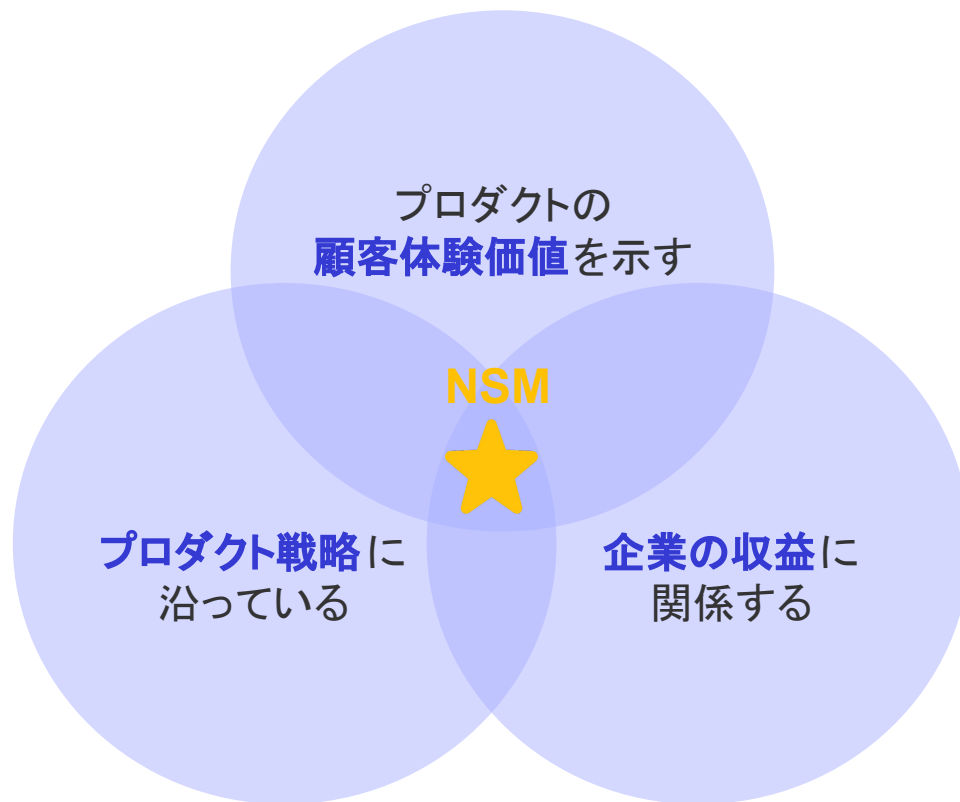
上記に該当しない場合、
プロダクトの成長を妨げる指標設計になっている恐れがあります。

これらKPIマネジメントの盲点を補う有効な方法として、NSMがあります。
 NSMは企業や製品の成功を示すために最も重要な単一の指標であり、
 長期的な成長と顧客満足度を最大化するために設定されます。



設定するNSMによって、KPI/戦略/施策も異なる

NSMは、企業の成長(収益)、プロダクト戦略、顧客体験価値の 3つの要件により構成されます。



NSMIは企業の長期的成長を導く先行指標であり、KGIはその成功を測るための結果指標となります。



NSMの設定手順

- NSMの設定フロー
- Step1 | NSMの種別を定義
- Step2 | NSMの仮設定
- Step3 | KPIの設定
- Step4 | NSMの検証
- NSMワークシート

それでは、自社プロダクトのNSMを設定してみましょう。
NSMの設定は、以下4つのステップで行うことができます。



- Step1** **プロダクトの価値を定義**
- Step2** **NSMの仮設定**
- Step3** **KPIの設定**
- Step4** **NSMの検証**

自社プロダクトが、以下3つのどの種別に該当するかを定義します。



Attention

より多くの「時間」を
プロダクトに費やしてもらう



Transaction

より多くの商品購入の
「トランザクション数」を
実行してもらう



Productivity

より多くの「タスク数」を
効率/効果的に実現してもらう

自社製品のNSMを仮設定します。
NSMはサービスの特性により様々な指標が存在します。

NSMの構成要件を満たしているか？

- ✓ プロダクトの顧客体験価値
- ✓ プロダクト戦略
- ✓ 企業の収益

プロダクトの例	NSMの種別	◎ Good NSM	× Bad NSM
動画ストリーミングサービス	Attention ...より多くの「時間」を プロダクトに費やしてもらう	動画再生時間	有料会員数
ポータルサイト		アクティブ率	PV数
ニュースサイト		記事の読了時間	総記事数
ECサイト	Transaction ...より多くの商品購入の 「トランザクション数」を 実行してもらう	購入数	売上高
ポイント獲得アプリ		ポイント獲得数	総ポイント数
オンラインフリーマーケット		取引数	アプリ使用時間
メッセージアプリ	Productivity ...より多くの「タスク数」を 効率/効果的に実現してもらう	メッセージ送信数	アカウント数
オンラインストレージサービス		ファイル保存数	有料会員数
健康管理アプリ		健康状態の計測数	広告のクリック数

NSM達成に向けたKPIを決めます。
KPIは、「広がり」「深さ」「頻度」「効率」の観点から設定します。

(EC事業の例)



NSMがビジネス指標として問題が無いのか、SMARTのフレームワークを使って最終チェックをします。

【チェックリスト】

Specific	- 具体性	<input type="checkbox"/> 誰が、いつ、どこで、何を達成することを指しているか？
Measurable	- 測定可能な	<input type="checkbox"/> 信頼性のあるデータで定期的に計測することが可能か？
Achievable	- 達成可能な	<input type="checkbox"/> 達成に必要なリソースは揃っているか？
Related	- 関連性	<input type="checkbox"/> 組織の経営や目標に関連しているか？
Time-bound	- 時間制約	<input type="checkbox"/> 適切な期限や頻度が設定されているか？

Appendix1 : NSMを設定する

- NSMワークショップについて

DearOneでは、ワークショップ形式でNSMの指標作りを一緒に取り組むサービスを提供しています。
以下のような課題をお持ちの場合、NSMの指標作りがビジネスの成長に役立ちます。

- サービスの目指すべき指標が明確化できていない
- 自社で設定している指標が適切か客観的に評価したい
- チーム内でサービスを提供する体験価値の認識が異なっている
- 現在のKPIがチーム内に浸透していない
- サービスの目指すべき指標に対する社内関係者の納得感を高めたい

3日間のセミナー/ワークショップを通じて、NSMの理解を深め、NSMの指標作りを行い、作成したNSMが適切なものかどうか客観的に評価します。

NSMワークショップ

《実施内容》

- 1日目 NSMセミナー (1時間)
NSMに関する基礎知識を学び、課題を提出します。
- 2日目 NSMワークショップ (1.5時間)
NSMの復習、簡易ワークショップ、課題の答え合わせを行います。
- 3日目 NSMワークショップ (1.5時間)
貴社の自社プロダクトのNSMを検討するワークショップを行います。

《納品物》

- NSMセミナー資料、録画動画ファイル
- NSMワークショップ資料、録画動画ファイル、
ワークショップのフィードバックと改善提案

料金: 90万円(税別)～

[>>NSMワークショップのお申し込みはこちら](#)

※対象は1サービスまで、参加者10人までとさせていただきます。

※実施期間1ヶ月～1.5ヶ月間の中で、セミナー&ワークショップ実施日は3日間となります。

期間中にご自身で課題を検討していただく必要がございますので、その分のお時間をご調整ください。

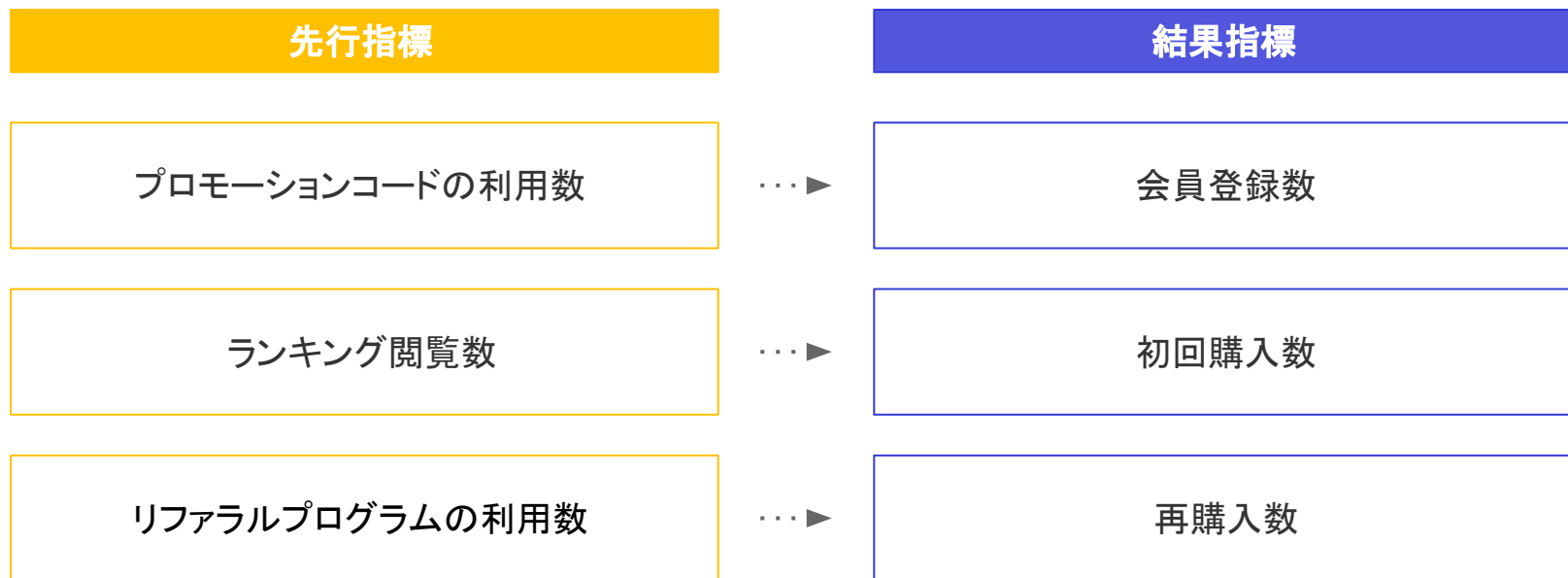
※本ワークショップにデータの抽出や分析は含みません。

Appendix2: データを元に NSMなどの先行指標を導き出す

- 先行指標の発見
 - ~Amplitudeによるユーザー行動分析

NSM以外にも、結果指標に対して様々な先行指標が存在する可能性があります。
先行指標がわかると、マーケティング活動の効果を早期に把握し、有効施策を迅速に行うことができます。

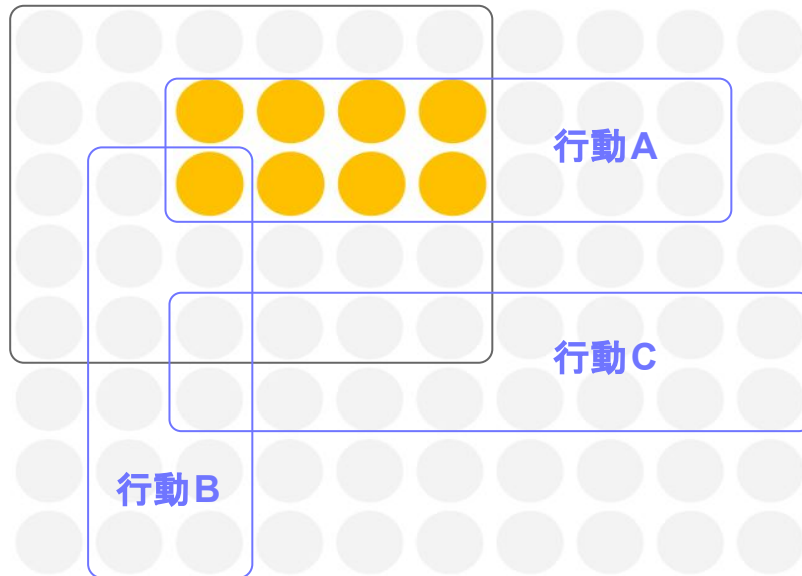
(EC事業の例)



先行指標を発見するためには、ユーザー行動分析が不可欠となります。
ユーザー行動分析は、ユーザーの具体的な行動パターンや傾向を把握し、結果につながる要因を特定します。

結果指標

例：購入金額



購入金額 ●●円以上のユーザーの行動特徴は？



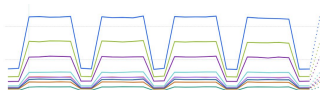
多くのユーザーが行動 Aを行っている

高度なユーザー行動分析を行う場合は、ユーザー行動分析ツール《 Amplitude》の活用を推奨します。Amplitudeは、誰でも瞬時にユーザーの行動特徴を把握し、先行指標や示唆を導出することができます。



分析例)

顧客インサイト



特定セグメントに共通する顧客属性

ユーザージャーニー



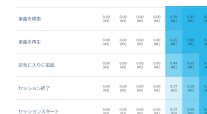
結果に至るまでのジャーニー

行動特徴



結果に至るユーザーの行動特徴

マジックナンバー



結果に至るために行ってもらべき行動

DearOneでは、Amplitudeのライセンス提供から導入～分析まで、専属のカスタマーサクセス、アナリスト、エンジニアのチーム体制でご支援させていただきます。

ライセンス

Amplitudeのライセンス提供 /活用支援

- Amplitudeのライセンス提供 (12ヶ月)
- 活用支援
 - 初期ダッシュボード作成
 - 操作説明会 (ハンズオン形式 1時間×2回)
 - 専属のカスタマーサクセスによるユーザーサポート
 - 定例会での活用サポート最新情報提供 (1時間×隔月)

導入支援

Amplitudeの効果を高める導入時のデータ設計

- データ要件定義
- 行動イベントデータ設計
- データ投入支援

分析支援

分析～施策立案の PDCA支援 /スキルトランスファー

- 分析定例会 (1時間×月1回)
 - 分析テーマの決定
 - データ抽出/分析/示唆出し
 - 施策立案
- ※ご要望に応じて実施内容をカスタマイズします。

料金：個別御見積

お問い合わせ

NSMワークショップや、ユーザー行動分析ツール「Amplitude」に興味がある方は以下より、お気軽にお問い合わせください。

NSMワークショップについて
相談したい

NSMワークショップに申し込む

ユーザー行動分析ツール
「Amplitude」の詳細が知りたい

詳細資料をダウンロードする

Dear~~One~~