

## 200事例のA/Bテストから学んだ、グロースハック実践フレームワーク【基礎～実践編】

2013/11/29

f シェア

いいね!

440

ツイート

161

+1

14

411

B!

175



KAIZEN platform Inc.のCEOを務めている須藤と申します。Gunosyさん・リクルートさん等も活用するグロースハック支援サービスを提供している会社です。

今や「グロースハック」は、デザイナー・エンジニア・ディレクターにとって必須なスキルとなりつつあります（シリコンバレーではそれ自体が職種として成り立っています）。

「コンバージョン率向上」「集客」のための取り組みや、「A/Bテスト」などの取り組みなどを複合したものがグロースハックと言われますが、日本ではまだまだ馴染みがない方も多いはず。

そこで今回は、基礎知識から実践まで、**グロースハックの実践フレームワーク**をご紹介します。この考え方を会社に根付かせる事ができれば、必ずそのWebサービスのコンバージョンは**数十%以上**伸ばせます。ぜひ皆さんの身の回りでどうやったら実践できるかも考えてみて頂けたらと思います。

### 基礎知識編

Webな人の転職サイト



Webエンジニア、デザイナー、ディレクターの優良求人数数。



日本の全エンジニアに捧ぐ!  
現在公開されているAPI一覧  
【2013年版】



起業前に知りたかった! 資金  
調達で失敗しないために覚えて  
おくべき4つの注意点



元Facebookのグロースハ  
ッカーが明かす! 「ユーザー獲  
得」成功と失敗の秘策



そのSEOで大丈夫? スタート  
アップが「本当に注意してく  
おくべき」検索エンジン対策



最初に設定しないと絶対損す  
る! Google Analytics 9箇  
の必須設定&解説



日本の全エンジニアに捧ぐ!  
現在公開されているAPI一覧  
【2013年版】

4058 users



女性誌デザイナーの技術を盗  
め! 40秒で髪の毛を切り抜  
くPhotoshopの神ワザ

1878 users



日本の全エンジニアに捧ぐ!  
現在公開されているテスト用  
ダミーデータ一覧

1776 users



読むだけでプレゼン力が格段  
に上がる! 良質スライド&記  
事のまとめ15選

1562 users



ネットで見れる! 国内有名  
Webサービスの「ナマ企画  
書」まとめ

1518 users



Twitterで@plusfindjobフォローする



Facebookで購読する



Google+でフォローする



グロースハックと言われてイメージしやすいのが、こちらの例のように「ボタン」や「LP」のA/Bテストをしてサイト内の遷移率を改善する取り組みだと思えます。

各画像の下に書いている「113」「103」「100」といった数字は、他のパターンとコンバージョン数を比べた時の指数です。オバマさんのLPは一番左のものが**10%**効果が高く、ボタンは赤のほうが**30%**効果が高くなりました。

## グロースハックとは

# 時間 × お金 → 成長

この転換効率を上げること

---

**原則**

- ① 従業員の時間とお金（費用）を成長（売上、ユーザー）に転換
- ② 実は従業員の時間が最も重要なリソース
- ③ 売上インパクトの大きいことに時間を使う

例)

✓ 売上20万 定常施策	or	✓ 売上2000万 一時的なキャンペーン
-----------------	----	-------------------------

しかし、グロースハックとはサイト内だけの取り組みだけではないと考えています。

このスライドで説明しているように、サービスはお金と時間をかけて成長させて行く訳ですが、その「時間×お金→成長」の転換率をあげていく取り組み全体を指してグロースハックと考えたほうが良いでしょう。



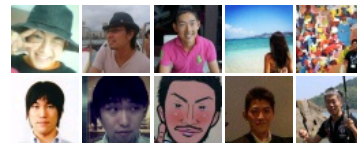
RSSを購読する

Facebookもチェック

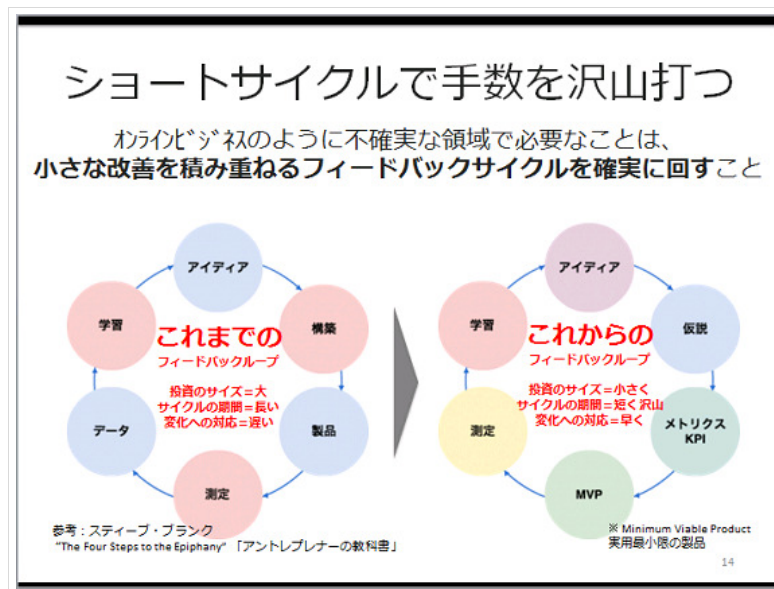
Find Job!  
Startup

Find Job !スタートアップ  
いいね!

7,584人がFind Job !スタートアップについて「いいね!」と言っています。



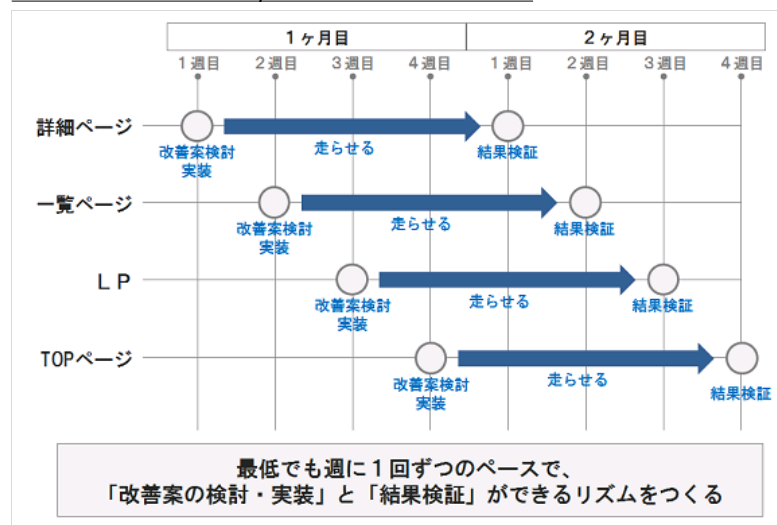
Facebookソーシャルプラグイン



グロースハックの肝の一つは「ショートサイクルで手数をたくさん打てるようにする」ことです。継続的に手数を打てるように、リズムを作りましょう。

リズムはweeklyでもmonthlyでも構いません。改善案をリリースしてからA/Bテストの結果が出るまで時間もかかるので、以下の図のような形で、**様々なA/Bテストを平行で走らせ、「実装」「検証」が毎週1つずつは行われている状態**にしましょう。

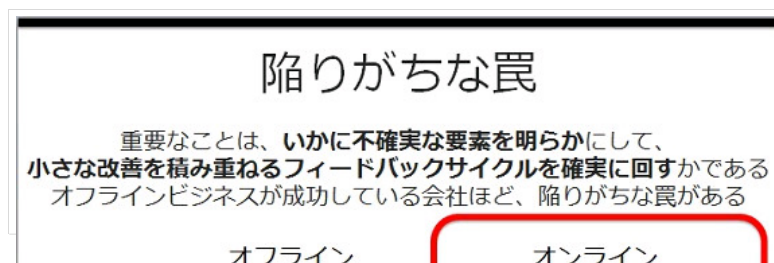
### ■具体的な改善サイクル例：A/Bテストを平行で走らせる。



改善の手数が1ヶ月に1つだと年間12個しか出来ません。上記図のように、1週間に1つずつ実施だと、年間50個の改善ができます。

### 【例】ランサーズさんのグロースハックの場合

ランサーズさんの場合は、グロースハックのルールとして『**1-2日で完了するものしか開発しない**』と決める事で手数を沢山打つ仕組みづくりをしています。このルールも参考になりますね。



	オフライン	オンライン
<b>マネジメント</b>	できないことを詰める 行動量で成果が上がる場合に効果がある	ボトルネックを明らかにする <b>行動の質が成果を決めるので、詰めると現場が萎縮する</b>
<b>意思決定</b>	上位の管理者の思いつきで意思決定する 経験が適用する場合効果がある	全員がわかる数字で意思決定する 経験が適用しない場合、政治を排除し、数字で経営から現場までが会話できるようにする
<b>現場の行動</b>	上位管理者に向けたレポーティングを重視する = PDSのPに時間を費やす	現場での改善活動そのものに時間を使う = PDSのDとSに使う時間を最大化する
<b>組織文化</b>	トップダウン	ボトムアップ いかに現場のチームが元気に働けるかが最重要 ※現場の自発的カイゼンが売上を左右する

**グロースハックで  
あるべき姿**

グロースハックは「**行動の質**」が成果を決めます。そのためマネジメント側は「詰める」のではなく「応援する」ようにし、現場が萎縮しないようにしなければいけません。

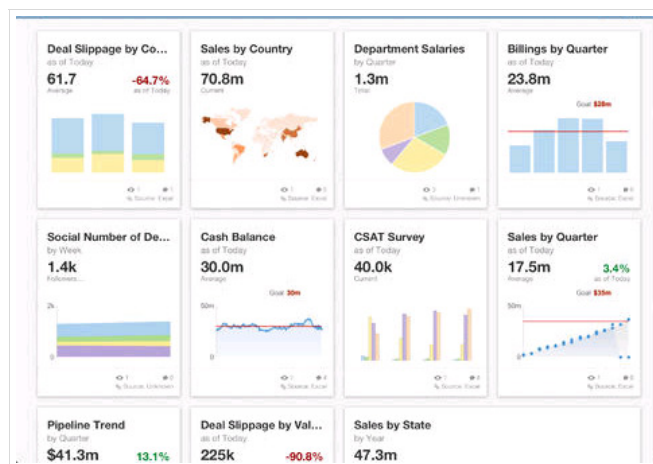
そういった環境を作るために、『現場の裁量権を持たせる』『失敗を許容する』『何事も数字で判断する』といった決めが必要です。『アレは駄目コレは駄目と言われない』ようにしてあげないといけないのですね。

【TIPS】グロースハックのアウトプット時間を増やすために。

レポーティングを止めましょう。グロースハックの「実践」時間を最大化するために、報告のための作業時間は減らすべきです。

当社の場合は、メンバーからは一切報告しなくて良いようになっていました。その代わりに、**DOMO**というBIツールを導入しており、ダッシュボードに色々な数値が自動で集計されるようになっていました。

#### ▼DOMO



## グロースハックの必要条件

- ① 一定の規模
- ② リスクテイク
- ③ 実行までのスピード



グロースハックを成功させるためには何が必要か？私はその要素を『①**一定の規模**』『②**リスクテイク**』『③**実行までのスピード**』の3つと考えています。  
この3点について、もう少し詳しく紹介しましょう。

#### 『①(グロースハックするに値する)一定の規模を作る』

A/Bテストをする場合、まずは利用者を増やしてからにしましょう。母数が少なければ、データが偏ってしまい正確なデータが取れないからです。

理想としては、もちろんサービスの規模感によりますが「A/Bテストの結果を見たいコンバージョン数が3桁以上ある場合」が望ましいです。

#### 『②リスクテイクする』

たくさん手を打とうとすると、ネックになるのは「リスクを取る」ことに對する社内からのネガティブな声です。

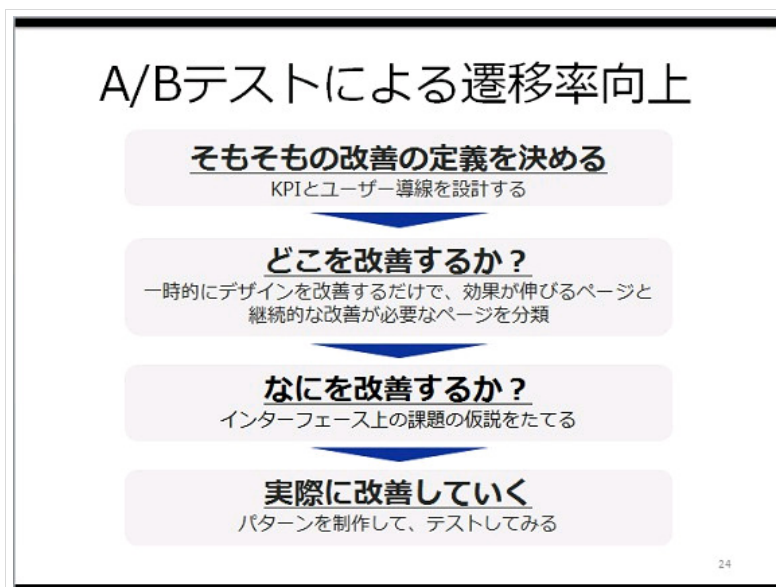
グロースハックはとにかくパターンを試してみないと分からないので、「数を打つんだ」というマインドにならないと回せないでしょう。

やってみて上手く行かなければ途中で切り戻せば良いのです。もしくは、ユーザーの10%だけに適応するなど、限定的にA/Bテストを走らせるのも良いでしょう。

#### 『③実行までのスピードを徹底的に上げる』

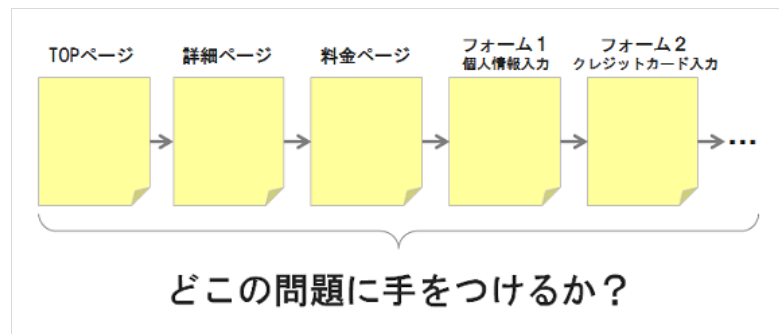
改善の手数を打つには、とにかく実行までのスピードを速める事が重要です。そのためには、『**チーム(エンジニア、デザイナー)の席を近くに**』『**現場で意思決定して進められるように権限委譲する**』といったことも必要です。

上司の突っ込みが入ると物事が進まないため、スピードを速めるためには現場で全て解決するようにすべきです。



グロースハックに取り組む時は、「どこの問題を解決しようとしているか」を明確にする必要があります。そのためには、ユーザー導線をページごとに洗い出していきます。

## ▼ページの洗い出しの例



一時的にデザインを改善するだけで効果を伸ばすページと、継続的な改善が必要そうなページを分類しておくとともに良いでしょう。

KPIにありがちな罠 1

UU、PV、売上、CPA・・・  
結果指標しか見てない

→**先行指標**を見る

29

KPIは、PV・売上・CPAなどの結果指標ではなくCTR・CPC・シェア数などの「先行指標」を見るようにしましょう。さらにそのKPIが「**コントロールできるもの**」であるかも重要です。

例えば、営業でいえば「受注」を見るのではなく、その先行指標である「商談数」「テレアポ数」などを見に行かなければいけません。リクルートなどはここらへんが徹底されていました。

先行指標で見ると、月末の目標達成状況を容易に推測できるため、対策が必要かを前々から察知して手を打てるようになります。これも先行指標で見ることのメリットの一つですね。

KPIにありがちな罠 2

リピート率、新規率・・・  
次の行動が思いつかない

→すぐアクションできる**粒度**へ



32

KPIは、目標の指標を「すぐアクションできる粒度」までブレイクダウンしましょう。

例えば「リピート率」はKPIとしてはアクションにすぐつながらないのでイメージです。リピート率で見るのではなく「リピート回数」が良いでしょう。

それであれば、「**リピート回数 = 既存ユーザー数 × リピートユーザー率 × リピート頻度**」などとブレイクダウンしていった、アクションに移していきやすくなります。

## KPIにありがちな罠 3

いろんな数字を見すぎて  
どうしていいかわからない

→見る数字を**絞る**

35

複数のKPIを追いかけていくと、散漫になったり、矛盾する数字(1個の数字を上げると他の数字が下がるetc)が出てきます。

そのため、複数の数字を追ってもぐら叩きをするのではなく、1個1個をそれぞれ潰して改善していくようにします。KPIを絞ると、目標がシンプルになり現場も動きやすくなります。

## 時間は有限

影響の大きなものに手を付ける

EX. Volの大きなところから

46

改善する場所は、影響が大きい箇所から手をつけるようにしましょう。影響が大きいポイントは『**コンバージョン地点に近い箇所**』『**コンバージョン量が多い経路**』『**各KPIをベンチマーク先と比較して、改善余地が大きいところ（＝ボトルネックになっている箇所）**』です。時間は限られているのでまずは影響力が高い部分にフォーカスするのがマストです。

#### 【TIPS】ベンチマーク数字の見つけ方

KPIのベンチマークは知り合いに聞くことも一つの手ですが、以下のサービスを使うと簡単に見つけられます。有料ですが、自社と競合サイトのユーザー行動を検証・モニタリングして、KPIのベンチマークを算出してくれるので非常に便利です。

#### ▼ベンチマーク数値の算出サービス『VALUES』



The screenshot shows the homepage of the VALUES website. The header includes the logo 'VALUES Consulting&Creation Group' and navigation links like 'サイトマップ' and 'アクセス'. A green navigation bar contains links for 'トップ', 'サービス情報', 'ナレッジ・自主調査データ', '採用情報', '企業情報', and 'トピックス'. The main content area features a large graphic with the text 'VALUES, INC. IT×マーケティングで新たな価値を創造' and a description of their services. Below this, there are sections for 'SERVICE サービス' and 'CASE STUDY' with a checkmark icon. The 'SERVICE' section highlights 'VALUES eMark+' and its features. The 'CASE STUDY' section lists examples of data analysis and user behavior tracking.

## 実践編

### パフォーマンス向上に効く要素

- ・レイアウト
- ・コピー
- ・アイキャッチ画像
- ・アクション導線

50

ユーザーが訪れたページで「このサイトで何ができるのか？」がパッと理解できないと、即離脱につながります。いかに簡単に「そのサイトはどんなサイトであるか？」「そのページはどんな役割であるか？」を理解させるか？が、かなり重要です。

そのためのアプローチとして効果を発揮するのが、この「レイアウト」「コ



ピー」「アイキャッチ画像」「アクション導線」の改善です。

## レイアウト

- ・ **ファーストビュー命**
- ・ **ユーザーにやらせたいことをシンプルに！**
- ・ **リンク先を減らす**

51

レイアウトはファーストビューが命です。「**ファーストビューにアクション導線を置き**」、「**やらせたい事はシンプル**」にしましょう。

1つのページで「会員登録」「ブックマ」「友達へのシェア」など色々やらせたくなくなってしまう気持ちも分かりますが、そのページの役割を決めて導線を1つに絞ったほうが、結果として数字が出ます。

## コピー

簡単、便利などユーザーが受けられるメリットをわかりやすく伝える

- ・ **数字**  
ex. 30秒で会員登録、77%OFF
- ・ **タイミング**  
ex. 今なら××、あと3時間
- ・ **比較・比喩**  
ex. ワンランク上の、××の秘密

52

ユーザーは目で文字を追っています。いかに短く、分かりやすく言うか。そのために使えるメソッドが、ここにある「数字」「タイミング」「比較・比喩」を使った表現です。

## コピー

人間が世界を認識する際に使っているシステム  
人それぞれ刺さるフレーズが違う

- ・ **視覚 (Visual)**  
ex. こぼれスパークリング、真っ青な海
- ・ **聴覚 (Auditory)**

- ・ 聴覚 (Auditory)  
ex. サクサクの衣、川のせせらぎ
- ・ 身体感覚 (Kinesthetic)  
ex. プリプリの海老、ほっこり露天風呂

※NLPより 53

これは、コマースの会社で特に使えるメソッドです。人がものを認識する時のパターンは大体、視覚・聴覚・身体感覚のいずれかに分類されます。それぞれに含まれるコメントが、バランスよく入っているページを作れば、それは必ず多くのユーザーに刺さるページになります。

楽天市場で売れているECサイトを見ると、こういったメソッドを使っているの  
でチェックしてみてください。

### アクション導線

- ・ 目立つ (コントラスト、位置)
- ・ 押せる感
- ・ 動機喚起とセットに

元のデザイン  
100

VS

パターンB  
174

アクション導線は、どこで行動できるかを知らしめる必要があります。目立つ場所にボタンを配置したり、ボタンを周囲とコントラストをつける、などの工夫が必要です。

このスライドに掲載しているのが実際の事例なのですが、コントラストを高めるなどの改善を行ったところ、**74%も登録率が上がりました**。

## 最後に

今回ご紹介したグロースハック手法は、基礎的な考え方の部分を多めに解説しました。グロースハックは、他社で上手くいった事を真似しても必ずしも上手くいくものではありません。その発想自体が間違っています。

細かいTIPS的な事例を知るよりも、まずは「**挑戦すること**」「**挑戦する体制を作ること**」のほうが大事です。ぜひ今回の記事で紹介したメソッドを、皆さんの組織でも実践してみてくださいと思います。(デザイナー・制作会社の方で、KAIZEN platformと一緒にクライアント向けにグロースハックを実践してみたい方は個別に[こちらからお声がけ下さい](#)。)

※今回ご紹介した内容は、動画でもご覧頂けます【[動画はこちらから](#)】。

(執筆：須藤 憲司、編集：井出一誠)

## ■執筆者紹介

KAIZEN platform Inc. CEO 須藤 恵司



2003年、早稲田大学を卒業後、株式会社リクルート入社。同社のマーケティング部門、新規事業開発部門を経て、アドオプティマイゼーション推進室を立上げ。株式会社リクルートマーケティングパートナーズ執行役員で活躍の後、2013年にKAIZEN platform Inc.を米国で創業。クラウドソーシング型のグロースハック支援サービス「planBCD」を提供しており、現在、デザイナー・制作会社との提携を積極的に進めている。

- ・ブログ <http://sudoken.hatenablog.com/>
- ・Facebook <http://www.facebook.com/kenji.sudo>
- ・Twitter <https://twitter.com/sudoken>

f シェア いいね! 440 ツイート 161 +1 14 411 B! 175

データ入力 SEOコンサルタント Webディレクター・Webプロデューサー 財務 Webコンテンツ企画  
経理事務 転職 モバイルサービス企画 代理店営業



累計22種! UIが優れたiPhone  
アプリの部分デザイン (ナビ  
ゲーション/メニュー) **514 users**



マウスはもう要らない! ノンデ  
ザイナーにこそ覚えてほしい  
Photoshopショートカ **91 users**



コピーで簡単! Google  
AnalyticsでFacebook/Twitter  
のシェア数を自動集計 **322 users**



これだけは講読したい! デザイ  
ナー向け海外ブログ厳選20  
本+a | 素材系・ノウハウ **30 users**



スタートアップ向けのナレッジ  
紹介メディア『Startup Ideas  
& Framework』をβ公 **6 users**



日本の全iOSエンジニアに捧  
ぐ! Gunosyが使い倒す  
「iPhoneアプリ開発」 **976 users**

## Facebookもチェック

Find Job!  
StartupFind Job !スタートアップ  
いいね！

7,584人がFind Job !スタートアップについて「いいね！」と言っています。



Facebookソーシャルプラグイン



コメントを追加...

☒ Facebookのすべての投稿

守富 裕さんとして投稿する (変更)

コメントする

Facebookソーシャルプラグイン

[Find Job ! トップ](#)

[シンプル検索](#)

[職種 / エリア / 企業名 / キーワード / スキル](#)

[転職 / アルバイト / 派遣 / SOHO・在宅ワーク / 就職](#)

[Find Job ! スタートアップ](#)

[転職ガイド](#)

[サイトマップ](#)

[ヘルプ](#)

[求人広告掲載 \(採用ご担当者様\)](#)

[会社概要](#)

[利用規約](#)

[プライバシーポリシー](#)



Copyright (C) 2013 mixi recruitment, Inc. all rights reserved.