

## 7月号 ごあいさつ

### 具体的な成果指標（KPI）を設定し、PDCAによる施策の見直しを！

～ KPI と PDCA が生み出す持続的成長 ～

株式会社 山西 あすなる会相談役 西垣 洋一  
代表取締役会長

ビジネスにおける施策の成功判断基準は、「実行したか否か」ではなく、「どのような成果を生み出したか」で評価されるべきものです。しかし、多くの現場では施策の実行そのものが目的化してしまい、振り返りや改善が形骸化しているケースが少なくありません。確実に成果へと結びつけるためには、具体的な成果指標（KPI）の設定と、それに基づいたPDCAサイクルが不可欠です。

#### 具体的な「KPI」の必要性

「KPI（Key Performance Indicator：重要業績評価指標）」とは、目標達成に向けたプロセスの進捗を測定するためのものさしです。曖昧な目標ではなく、具体的な数値を設定することにはいくつかの大きなメリットがあります。まず、組織やチームの認識を統一できる点です。「売上を伸ばす」「認知度を上げる」といった定性的な目標ではなく、「新規顧客獲得数を前月比20%増」と数値化することで、全員が同じゴールを明確にイメージできるようになります。

次に、客観的な評価が可能になります。主観や感情を排除し、データに基づいた「成功」と「課題」の判定ができ、さらに、迅速な軌道修正が可能になるメリットもあります。進捗の遅れに早期に気づくことができるため、手遅れになる前に適切な手を打つことができます。

#### 「PDCAサイクル」における「KPI」の役割と活用法

KPIは設定するだけでなく、PDCAサイクルの中に組み込んで初めて真価を発揮します。計画段階である「Plan」では、適切なKPI（目標値）の設計を行います。KPIを設定する際は「SMARTの法則」を意識し、明確（S）、数値化（M）、達成可能（A）、最終目標に直結（R）、そして期限があること（T）、という要素を満たして誰が見ても測定可能な状態にします。

実行段階の「Do」では、施策の実行とデータの蓄積を行います。施策を進めると同時に、KPIを測定するためのアクセス数、商談化率、顧客単価などのデータをリアルタイム、或いは定期的に記録します。検証段階である「Check」は、最も重要なプロセスであり、KPIの達成度評価と要因分析を行います。ここではKPIの目標値と実際の実績値を比較します。単に達成か未達成かを一喜一憂するのではなく、なぜその数値になったのかという因果関係を掘り下げることが重要です。想定通りに動いた要因やボトルネックとなっている障害をデータから特定していきます。

最後の改善段階である「Action」では、検証結果を基に施策のブラッシュアップや撤退判断といった具体的なアクションを起こします。好調な施策であればリソースを集中させてさらに拡大し、不調な施策であればアプローチ先の間違いや訴求力の弱さなどの原因を修正して再チャレンジするか、見込みがない場合は早期に中止する判断を下します。

#### 「KPI」と「PDCA」が生み出す持続的成長

具体的なKPIを設定し、PDCAサイクルを通じて施策の見直しを仕組み化することで、組織の経験値はデータとして蓄積されます。この繰り返しこそが、無駄なコストを削減し、限られたリソースで最大の成果を上げるための道筋となります。

6月5日に閣議決定された新たな「森林・林業基本計画」においても、初のKPIが設定、約40項目に及ぶ2030年達成目標を提示した上で、PDCAによる施策の見直しを行うなど行政分野でも施策改善に活用するケースが増えています。当社としても右図『マネジメントサイクルの実践』を掲示し、社員一人一人の仕事の基本と資質の向上を図っています。ビジネスやプロジェクトを確実に成功させるためには、形だけのPDCAではなく、「KPI（重要業績評価指標）」と連動した「回るPDCAサイクル」を設計することが不可欠です。

2026年7月吉日

# マネジメントサイクルの実践

How to do  
(どうするか)

What to do  
(何をすべきか)

5W・2H・1B

5W〈ワーク〉

When : いつ  
Where : どこで  
Who : 誰が  
Why : なぜ  
What : 何を  
How : どんな方法で  
How much : いくらで  
By : いつまでに

ハートワーク : 発想力・創造力  
フットワーク : 行動力・継続力  
ヘッドワーク : 計画力・企画力  
ネットワーク : 人間関係構築力  
チームワーク : 協調性・結束力

## PDCA

## CAHF



山西 株式会社 山西

## KPI 設定の手順とポイント



KPIを設定する際によく使用されるのが「SMARTモデル」です。Specific、Measurable、Achievable、Related、Time-boundの頭文字をとったもので、SMARTの法則と言われることもあります。より良い目標を具体的にたてるための設定手法で、以下の5つの要素で構成されています。

### 〈 SMARTの法則〉

- **Specific=明確である**: 売上金額やテレポ数など対象がわかりやすいものにする
- **Measurable=測定可能である**: 件数や回数など数字で表せるものにする
- **Achievable=達成可能なものにする**: 努力すれば到達できるラインで設定する
- **Related=関連性がある**: KGIやKSFと強く関連づいた内容にする
- **Time-bound=適時なものである**: 週や月、四半期など適切な期限を決める

KPIやKGIを設定するときは、誰が何をどの程度行うかを明確に定義する必要があります。たとえば、以下のような内容です。

- **顧客訪問数を週に30件にする**
- **商談数に対する受注比率を60%まで上げる**
- **新規顧客獲得数を前年比120%に伸ばす**

誰が見ても分かる明確な内容にすれば、チームメンバーに共有しやすくな、人によって解釈がぶれる心配がありません。又、メンバーそれぞれが具体的に何をすべきか分かり、目標に向かって適切な行動をとりやすくなります。

## KPI指標を用いた評価・改善のPDCAサイクル

