IXC

CRMキャンペーン成果測定・実験設計ワークブック

目標・対象・観測期間をそろえ、次のキャンペーンを決める記入様式

導入の判断と実行のためのIXC実務資料

2026.09 発行 · 日本語版 · PDF + Excel記入様式

この資料の活用

配信反応と業務成果を区別し、比較集団・観測期間・欠損データを記録して結果を解釈します。

CRM担当者・データ分析担当者・キャンペーン責任者

目次

01 クリックと業務完了を別の指標として定義します 3

02 対象・割付単位・期間を実行前に決めます 4

03 比較集団が受ける体験を明記します 5

04 数値例は計算と解釈を併せて読みます 6

05 欠損・遅延・重複を結果表の横に残します 7

06 次の実行に向け、観測と判断を分けて記録します 8

記入と活用

PDFの基準を読み、空欄に実際の条件と未確認の項目を記入します。同じ部門のExcelには資料ごとの記入シートがあります。記入例は、実際の顧客事例や確定した見積もりと区別してお使いください。

出典を明記すれば、社内検討と業務遂行のために引用・改変してご利用いただけます。最新のファイルは www.ixc.co.kr/ja/assets でご確認ください。

クリックと業務完了を別の指標として定義します

成果指標は、顧客に取ってほしい行動を起点に定めます。配信リクエストから業務完了まで、各数値をどこから取得するかを先に決めます。

架空の例IXC-DEMO-01の目標は、チームへの招待を承諾したユーザーが、同じ作業スペースで共同作業を完了することです。invitation_acceptedを開始条件、shared_task_completedを目標イベントとして使います。メッセージのクリックと共同作業の完了は、それぞれ別に集計します。この例のチャネルはWebプッシュで、ユーザーあたりの有効な招待は一つです。campaign_id・user_id・workspace_id・invitation_idで同じ業務を対応付けます。

指標	集計単位	データ原本
対象の割付	実験に割り付けた単位	割付記録
メッセージ反応	観測された開封・クリック	チャネルレポート・イベント
目標完了	観測期間内の最初の完了	業務サーバーのイベント
受信拒否・問い合わせ	状態変更・関連する問い合わせ	チャネルの状態・運用記録

> **分母を先に固定します**
>
> クリックした人のうちの完了率と、割付対象全体の完了率は、異なる問いに答えます。分母が異なる比率を、同じ成果指標として比較しません。

対象・割付単位・期間を実行前に決めます

同じチームのメンバーが互いに影響し合うサービスでは、個人単位の比較が適切かを検討します。割付単位と分析単位の関係を記録し、その関係に沿って結果を解釈します。

実験設計の記録

項目	記入の基準	実際の決定
仮説・目標	変える条件と目標行動	
対象・除外	参加時点と除外条件	
割付・分析単位	ユーザーまたは作業スペース	
観測期間	開始基準・終了・遅延の反映	
主指標・副作用	完了率と拒否・重複など	

新規の対象を割り付ける期間と、各対象の観測期間を区別します。記入例で観測期間を承諾後7日間と定めた場合、最終日に参加した対象も7日間観測してから比較します。7日間は記入例上の仮定であり、サービスの利用周期に応じて定めます。再参加時に集団が変わる場合は、その扱いも事前に固定します。

比較集団が受ける体験を明記します

比較集団が何を受け取らず、何を引き続き受け取るのかを定めておく必要があります。実験と関係のない必須連絡まで止めないよう、キャンペーンの範囲を区別します。

構成	テストで確かめる問い	解釈の注意点
文面A/B	同じ対象で、どの文面に差が出るか？	文面以外の時点・条件の差を確認
案内あり/なし	追加案内は目標行動に影響するか？	必須連絡と他キャンペーンの配信を記録
前後比較	変更後にどんな変化が観測されたか？	季節・製品変更・流入の差を点検

OneSignal JourneyのSplit Branchは、経路を分ける機能です。再参加時や複数のJourneyにまたがる割付の一貫性は、実際の設定とデータで確認します。共同作業のチームメンバー同士が影響し合う場合は、作業スペース単位の割付と分析を検討します。必要な割付ルールを、製品の設定だけで満たせるかどうかも確認します。

> **標本と中断条件**
>
> 観測したい差、平常時の変動、割付単位に合わせて標本と期間を決めます。見栄えのよい値が出た日に任意でテストを終えず、運用上の問題で中断する条件と、統計的な判断基準を区別します。

数値例は計算と解釈を併せて読みます

次は計算練習用の合成値です。集団の規模・割付方式・観測の完全性が確認できて初めて、実際のキャンペーンの結果として解釈できます。

練習用の項目	案内集団	比較集団
観測完了の割付単位	200	200
期間内の目標完了	54	42
目標完了率	27%	21%
観測差	6パーセントポイント	基準集団

54÷200=27%、42÷200=21%で、差は6パーセントポイントです。この計算が説明するのは、観測された比率の差です。無作為割付の維持、チーム間の影響、欠損データ、標本の不確実性を検討しないまま、キャンペーンが6パーセントポイントの改善を生んだと結論づけません。目標行動が売上でない場合は、完了率を売上やROIに置き換えません。

> **値が空欄のとき**
>
> 分母や分子が未入力なら、結果も未確認です。完了件数0は、実際の値として入力されている場合に計算します。分母が0、または完了数が分母を超える場合は、集計範囲を再確認します。

欠損・遅延・重複を結果表の横に残します

測定基準と原本データが食い違う場合は、結果表の数値だけを修正しません。どの集団の観測が、なぜ不完全なのかを記録します。

集計・観測の記録

項目	案内集団	比較集団	根拠・条件
割付単位数			
観測完了の単位数			
目標完了の単位数			
欠損・重複・遅延			

測定ルール

対象	基準・確認する質問	決定・担当
完了イベント	同じ対象の最初の完了か？	
対応付けのキー	ユーザー・作業スペース・招待が一致するか？	
修正・遅延	集計をいつ確定し、いつ修正するか？	

実際の分析では、事前に定めた割付対象と分母を維持します。観測が終わっていない人を、任意に片方の集団だけから除外しません。未完了の観測があれば原因と処理方法を示し、結果を確定する前に、同じ観測条件を満たしているかを確認します。

次の実行に向け、観測と判断を分けて記録します

結果報告では、実際の観測、解釈に必要な条件、次の行動をつなげます。結果が良かったという評価より、どの条件を維持し、どの条件を変えるかを決めます。

結果の解釈・次の実験

区分	記録する内容	実際の記録
観測	指標・期間・集団別の値	
限界・追加確認	欠損・他の配信・割付の問題	
決定	維持・変更・中断とその理由	
次の実行	変数・担当・確認時点	

完了率が高くても、受信拒否や重複案内が増えていれば、対象・時点・頻度を併せて検討します。差が小さい、または不確実な場合は、さらに観測するか、仮説を変えるかを決めます。設定版と結果表を結び付け、次のキャンペーンで同じ条件を再現できるようにします。

> **IXCと決める運用範囲**
>
> 目標イベントと現在のレポート、未確認のデータ項目を基に、イベント連携、キャンペーン実験、結果分析と後続運用を協議します。

発行・ご利用について

現在の目標と割付方式、レポートの欠損データを基に、計測・実験・分析・キャンペーン運用の次の作業を決めます。

IXC Corp.（アイエックスシー）

代表取締役 ナム・ギチョル | 事業者登録番号 109-86-56732
大韓民国 江原特別自治道春川市後石路462番キル7
春川ICTベンチャーセンター4階408号
+82-33-242-0210 | info@ixc.co.kr

www.ixc.co.kr

www.ixc.co.kr/ja/services/crm-campaign-operations

www.ixc.co.kr/ja/assets/crm-campaign-measurement

参考資料

OneSignal: Analytics overview

https://documentation.onesignal.com/docs/en/analytics-overview

OneSignal: Journey actions

https://documentation.onesignal.com/docs/en/journeys-actions

OneSignal: Event-driven Journeys

https://documentation.onesignal.com/docs/en/event-driven-journeys

IXC CRMキャンペーン運用代行

https://www.ixc.co.kr/ja/services/crm-campaign-operations