BIダッシュボード設計実践ガイド

組織別KPIからAI分析・アクション設計まで



経営・部門・現場で異なるダッシュボードの作り方

KPI分析からアクション設計、AIによる示唆の自動配信まで

Start Challenge Consulting co., ltd.

発行日：2026年8月版／版Confidential ／ 社外秘

はじめに：ダッシュボードを作っても活用されない理由

活用されない原因は可視化の不足ではなく、KPIの変化を「誰が・いつ・何をするか」に接続する設計が欠落していることにある。

01
可視化が目的化している

数字を表示することがゴールになり、判断に必要な目標値・比較軸・許容範囲が定義されていない。画面は完成しても「良いのか悪いのか」が読み取れない。

02
KPIと業務アクションの断絶

KPIの変化が、どの業務を変えるべきかという指示に変換されない。指標が「報告のための数字」に留まり、現場の行動が変わらない。

03
全階層が同一画面を共用

経営者・管理職・現場担当者が同じ画面を見ている。要約が欲しい層には細かすぎ、明細が必要な層には粗すぎる状態が同時に起きる。

04
次工程と責任の不在

数字を確認した後に「誰が何をするか」が決まっていない。悪化を認識しても対応者・期限・記録先が定義されず、放置される。

05
会議を起点とした原因分析

会議の場で初めて原因を探し始めるため、事実確認に時間を要し意思決定が遅れる。分析が終わる前に対策の実行機会を失う。

06
運用の属人化

データ更新やレポート作成が特定担当者に依存している。担当不在で更新が止まり、数字への信頼が失われて閲覧されなくなる。

事実：可視化のみで運用が完結している／解釈：KPIの変化が業務アクションへ変換されていない／仮説：閲覧者階層を分けない単一画面が意思決定の遅延を招いている（仮）／提案：KPIごとに判断基準・対応担当・記録先を定義する | 出典：本ガイド構成方針に基づく整理

成果につながるダッシュボードの全体設計

目標定義からアクション定義・AI通知までを5段階で設計し、「可視化」ではなく「判断と実行の仕組み」として一本化する。

STEP 1｜目標定義	STEP 2｜指標設定	STEP 3｜原因分析	STEP 4｜アクション定義	STEP 5｜示唆・通知
事業目標を定義する	**KGI・KPIを設定する**	**KPIを分解する**	**数値条件ごとの対応を決める**	**AI示唆をTeams・Slackへ**
何を達成するための仕組みかを最初に定める。目的が定まらないままKPIを並べると、指標が増えるだけで判断には使えない。	最終成果であるKGIと、その達成に影響する先行指標をKPIとして選定する。KGIとの因果が説明できる指標のみを採用する。	チャネル・商品・担当者・地域などの軸で分解し、KPI変動の要因を画面上で特定できる構造にする。	しきい値ごとに推奨アクション・担当部署・期限をあらかじめ定義する。判断を都度の会議に依存させない。	異常検知からAIによる示唆生成、担当者への通知までを自動化し、確認を待たずに行動が始まる状態をつくる。

分断されたツール群ではなく、一つの運用フローとして接続する



補足：効果検証の結果をSTEP2〜4に戻し、KPIの選定基準とアクションルールを定期的に更新する。

事実：可視化と業務プロセスが別々に構築されている／解釈：段階間の接続が欠けると仕組みが機能しない／提案：5段階を一連のフローとして同時に設計する｜出典：本ガイド構成方針に基づく整理

KGI・KPI・分析指標・アクション指標の違い

売上という結果指標だけを見ても打ち手は決まらない。KGIを構成する先行指標まで分解して初めて、どのKPIに介入すべきかが判断できる。

指標	役割	具体例
KGI	最終的に達成したい成果	売上、営業利益、契約数
KPI	KGI達成に影響する重要指標	商談数、成約率、平均単価
分析指標	KPI変動の原因を確認する指標	チャネル、商品、担当者、地域
アクション指標	実行状況を確認する指標	架電数、提案数、改善対応数
結果指標	アクション後の効果	成約率改善、離脱率低下

KGIの分解：売上を構成する先行指標まで落とす

売上（KGI） ＝ 商談数 × 成約率 × 平均契約単価

いずれの構成要素が悪化したかを特定できれば、集客・提案品質・価格政策のどこに手を打つべきかが一意に決まる。

事実：指標は役割ごとに5種類に整理できる／解釈：役割を混在させた画面は原因特定に使えない／提案：KGI→KPI→分析指標→アクション指標→結果指標の連鎖を定義してから画面を作る｜出典：本ガイド構成方針に基づく整理

ダッシュボード設計前に整理する項目

「誰が・どの判断に・どの頻度で使うか」と「悪化時に誰が何をするか」を要件定義で確定させることが、画面設計に着手する前提条件となる。

設計前に合意すべき8項目

01 誰が見るダッシュボードか
利用者の役職・役割を特定する

02 どの頻度で確認するか
月次／週次／日次／リアルタイム

03 どの判断に使用するか
投資・配置・業務対応の別

04 目標値・基準値は何か
良否を判定できる水準を定義

05 どこまで原因を掘り下げるか
分解軸と最小粒度の範囲

06 悪化時に誰が対応するか
対応部署・担当・期限

07 どの条件でアラートを出すか
しきい値と重要度の判定基準

08 対応結果をどこに記録するか
記録先と効果検証の方法

ダッシュボード要件定義シート（項目例）

利用者	営業部長／エリアマネージャー
利用目的	月次目標の達成可否の早期把握
判断内容	案件の優先順位と支援先の決定
確認頻度	日次（朝／夕の2回）
対象KPI	商談数／成約率／平均単価
目標値・基準値	部門予算・前年同月実績
分解軸	担当者／商品／業界／チャネル
アラート条件	成約率が基準比○pt低下（要合意）
対応担当・期限	営業企画／通知から5営業日
記録先	アクション管理画面（履歴保存）

補足：右表の記載例は説明用の記入例であり、実際の値は利用部門との要件確認により確定する。

事実：要件定義項目は利用者・頻度・判断・基準値・分解範囲・対応者・アラート・記録先の8点に整理できる／解釈：うち後半4項目が運用定着を左右する／提案：要件定義シートを画面着手前に承認する｜出典：本ガイド構成方針に基づく整理

役員向けと組織向けダッシュボードの違い

同一画面を全階層で共用せず、判断内容に応じて「表示範囲・確認頻度・情報の粒度・必要な示唆」を階層ごとに設計し分ける。

設計項目	役員・経営層	部門責任者	現場担当者
主な目的	経営判断・資源配分	部門目標の達成	日々の業務改善
表示範囲	全社・事業別	部門・チーム別	担当・案件別
確認頻度	月次・週次	週次・日次	日次・リアルタイム
主な指標	売上、利益、予実、成長率	KPI進捗、生産性、品質	タスク、案件、対応件数
必要な示唆	投資・撤退・重点領域	人員配置・施策変更	次に対応すべき業務
情報の粒度	要約・全体傾向	原因分析が可能な粒度	個別明細

補足：階層が上がるほど粒度は粗く、頻度は低くなる。一方で必要な示唆は「業務指示」から「資源配分の判断」へと変化する。

事実：階層により目的・範囲・頻度・粒度・必要な示唆が異なる／解釈：単一画面の共用は情報過多と情報不足を同時に発生させる／提案：階層別に3種類のダッシュボードを設計する｜出典：本ガイド構成方針に基づく整理

役員・経営層向けダッシュボード

経営層の判断対象は個別業務ではなく資源配分である。収益性・予実・成長率を全社／事業別に要約し、投資と撤退の判断に直結させる。

主なKPI

01	売上高・営業利益・利益率
02	予算対実績
03	前月比・前年同月比
04	事業別・商品別収益
05	顧客獲得コスト
06	顧客生涯価値
07	キャッシュフロー
08	人員数・一人当たり売上
09	受注残・売上見込み
10	重要プロジェクト進捗

想定アクション

不採算事業の見直し

利益率が基準を下回る事業の継続可否を判断する

重点事業への人員・予算再配分

成長率と収益性が高い領域へ資源を移す

採用計画の変更

一人当たり売上と受注見込みから必要人員を見直す

営業投資の増減

顧客獲得コストと生涯価値の比率を基準に判断する

商品価格・原価の見直し

商品別収益の悪化要因を価格と原価に分けて確認する

補足：明細は表示せず、要約とアラートのみを提示する。詳細確認は部門責任者向け画面へのドリルダウンで対応する。

事実：経営層の判断対象は投資・撤退・資源配分である／解釈：必要な情報は要約された収益性と予実差である／提案：KPIは10項目以内に絞り、明細はドリルダウンに委ねる｜出典：本ガイド構成方針に基づく整理

営業組織向けダッシュボード

パイプラインを段階別に可視化し、担当者・商品・業界・チャネルの6軸で分解することで、停滞案件と成約率低下領域を特定して個別支援に結び付ける。

主なKPI

01	リード獲得数
02	有効リード率
03	商談化率
04	提案数
05	成約率
06	平均受注単価
07	営業期間
08	失注理由
09	担当者別実績
10	営業パイプライン

分析軸

担当者	商品・サービス	顧客業界
企業規模	流入チャネル	商談フェーズ

同一KPIをこの6軸で切り替え、低下領域を絞り込む。

アクション例

停滞案件のフォロー

滞留期間が基準を超えた商談を担当者へ割り当てる

成約率が低い業界の提案内容見直し

失注理由を業界別に集計し提案資料を改訂する

高成約チャネルへの予算集中

チャネル別成約率に基づき配分を組み替える

営業担当者への個別支援

担当者別実績の下位層に商談レビューを実施する

補足：成約率は単独では原因が特定できない。担当者軸と業界軸を組み合わせ、提案品質と市場要因を切り分ける。

事実：営業KPIは獲得から受注までの段階指標で構成される／解釈：段階別の転換率を見なければ改善箇所を特定できない／提案：6軸の分解を前提に画面を構成する｜出典：本ガイド構成方針に基づく整理

マーケティング組織向けダッシュボード

流入量ではなく「商談化まで到達した割合」で評価する。訪問数が多くても問い合わせに至らない経路は、改善対象として明示的に切り出す。

主なKPI

01	Webサイト訪問数
02	コンバージョン数・率
03	資料ダウンロード数
04	問い合わせ数
05	広告クリック率
06	顧客獲得単価
07	チャネル別商談化率
08	コンテンツ別成果
09	SEO流入
10	キャンペーンROI

アクション例

コンバージョン率の低いLP改善

流入経路別にCVRを比較し、下位ページを改修対象とする

成果の低い広告配信停止

顧客獲得単価が基準を超える媒体・キーワードを停止する

商談化率の高いコンテンツ強化

商談に至った資料・記事を特定し、制作配分を寄せる

流入は多いが問い合わせにつながらないページの修正

訪問数上位かつCV0件のページを抽出し導線を追加する

補足：マーケティングKPIは営業KPI（商談化率・成約率）と同一の分解軸で接続し、獲得から受注までを一連で追跡する。

事実：マーケKPIは流入・転換・獲得単価・投資回収の4層で構成される／解釈：流入量のみの評価では投資判断ができない／提案：チャネル別商談化率を主要KPIに据える｜出典：本ガイド構成方針に基づく整理

人事・組織向けダッシュボード

採用・定着・稼働・育成を同一画面で接続し、離職率や残業時間の悪化を部門単位で検知して、ヒアリングと人員再配置の起点とする。

主なKPI

01	採用応募数・採用率
02	採用単価
03	入社後定着率
04	離職率
05	部門別残業時間
06	有給取得率
07	従業員満足度
08	研修受講率
09	スキル保有状況
10	一人当たり売上・利益

アクション例

離職率が高い部署へのヒアリング

部門別・勤続年数別に離職を分解し対象を特定する

残業時間が多いチームへの人員再配置

稼働の偏りを確認し要員配分を調整する

採用チャネルの見直し

採用単価と定着率の双方でチャネルを評価する

不足スキルを対象とした研修実施

スキル保有状況の不足領域に研修計画を割り当てる

補足：個人が特定される粒度の指標は権限を限定し、通知内容も役職に応じて範囲を制御する（P19参照）。

事実：人事KPIは採用・定着・稼働・育成・生産性の5領域に整理できる／解釈：離職率は単独指標では原因が特定できない／提案：部門・勤続年数の分解軸と併せて設計する｜出典：本ガイド構成方針に基づく整理

経理・財務向けダッシュボード

収益性と資金の両面を同一画面で管理する。予実差・回収遅延・資金繰り予測を検知し、支払い調整と督促を期限内に実行する。

主なKPI

01	売上・原価・粗利益
02	営業利益・利益率
03	予算対実績
04	部門別経費
05	売掛金・回収遅延
06	キャッシュフロー
07	資金繰り予測
08	請求処理件数
09	月次決算所要日数
10	異常支出・重複支払い

アクション例

経費超過部門への確認

部門別経費の予実差を基準に照会対象を抽出する

入金遅延顧客への督促

売掛金の期日超過分を一覧化し督促を実行する

原価率が悪化した商品・案件の見直し

粗利益率の低下要因を原価構成に分解して確認する

資金不足が予測される月の支払い調整

資金繰り予測に基づき支払時期と与信条件を調整する

補足：異常支出・重複支払いはしきい値による自動検知の対象とし、検知時点で担当者へ即時通知する（P18参照）。

事実：財務KPIは損益・予実・債権・資金・業務効率の5領域に整理できる／解釈：損益のみの管理では資金面の判断が遅れる／提案：資金繰り予測と回収遅延をアラート対象に含める｜出典：本ガイド構成方針に基づく整理

カスタマーサポート・業務運用向けダッシュボード

件数と時間だけでは品質を評価できない。再問い合わせ率と滞留件数を併せて監視し、FAQ改善と担当体制の変更に接続する。

主なKPI

01	問い合わせ件数
02	初回応答時間
03	平均対応時間
04	解決率
05	再問い合わせ率
06	SLA達成率
07	顧客満足度
08	問い合わせカテゴリー
09	担当者別処理件数
10	未対応・滞留件数

アクション例

問い合わせ増加原因の特定

カテゴリー別の増減から発生要因を切り分ける

FAQ・マニュアルの改善

再問い合わせ率が高い分類を優先して改訂する

滞留案件への担当者割り当て

未対応件数と経過時間を基準に再配分する

対応品質が低いカテゴリーの教育強化

解決率と満足度の低い分類に研修を割り当てる

補足：滞留件数はリアルタイム監視の対象とし、SLA超過前の段階でアラートを発報する設計とする。

事実：サポートKPIは量・速度・品質・充足度・滞留の5領域に整理できる／解釈：件数と時間のみでは品質低下を検知できない／提案：再問い合わせ率と滞留件数を主要監視指標とする｜出典：本ガイド構成方針に基づく整理

KPIからアクションにつなげる設計一覧

KPIの状態ごとに「分析項目・想定原因・推奨アクション・担当」を事前に定義しておけば、会議を待たずに対応を開始できる。

KPIの状態	分析する項目	想定原因	推奨アクション	担当
商談数減少	チャネル・業界	リード減少	集客施策の追加	マーケティング
成約率低下	担当者・商品	提案品質低下	商談レビュー	営業責任者
平均単価低下	商品構成	値引き増加	値引き承認基準の見直し	営業部長
粗利率低下	案件・原価	外注費増加	原価・契約条件の見直し	事業責任者
離職率上昇	部門・勤続年数	負荷・評価の問題	面談・配置転換	人事
対応時間増加	問い合わせ分類	複雑案件の増加	FAQ・担当体制の変更	サポート

アクション定義に必須の4要素

01 TRIGGER
発報条件（しきい値）

02 OWNER
対応する部署・担当

03 DEADLINE
対応期限

04 RECORD
結果の記録先

補足：この一覧はAIへ渡す「アクションルール」の入力そのものとなる（P15参照）。定義がなければAIも推奨アクションを提示できない。

事実：KPIの状態ごとに対応部署が異なる／解釈：担当が未定義のKPIは悪化しても放置される／提案：発報条件・担当・期限・記録先の4要素をKPI単位で定義する｜出典：本ガイド構成方針に基づく整理

ダッシュボードの画面構成

1画面に詰め込むのではなく「サマリー→傾向→原因→アクション管理」の4階層に分割し、確認から対応までを画面遷移で完結させる。

階層 1｜サマリー画面

現状の良否を即座に判定する

・KGIと重要KPIの現在値
・目標との差（予実差）
・発報中のアラート一覧
・データ更新日時

閲覧開始から10秒以内に「問題があるか」が判断できる状態を目標とする。

階層 2｜傾向分析画面

変化が一時的か継続的かを見る

・時系列推移
・前月比
・前年同月比
・移動平均・季節性

単月の増減に反応せず、傾向として悪化しているかを確認する。

階層 3｜原因分析画面

どこで発生しているかを絞る

・部門・商品・顧客
・担当者・地域
・チャネル・フェーズ
・明細へのドリルダウン

KPIの変動を構成要素へ分解し、影響の大きい領域を特定する。

階層 4｜アクション管理画面

対応と効果を記録する

・対応内容
・担当者
・期限
・進捗状況
・改善結果

この階層があることで、ダッシュボードが閲覧物から運用の仕組みに変わる。

表示ルール（全画面共通）

RULE 01 KPIは一画面に詰め込みすぎない（サマリーは上位KPIのみ）

RULE 02 赤・黄・緑の判定条件を数値で明確に定義する

RULE 03 実績だけでなく目標値を併記する

RULE 04 数値から明細まで掘り下げられる導線を必ず設ける

事実：確認から対応までに要約・傾向・原因・記録の4工程が存在する／解釈：1画面への集約は工程の混在を招く／提案：4階層に分割し、階層間をドリルダウンで接続する｜出典：本ガイド構成方針に基づく整理

AIに分析・示唆を出させるためのデータ設計

AIへ単純な数値だけを渡しても実務的な示唆は得られない。目標値・比較基準・内訳・過去施策・アクションルールまでを併せて渡す設計が必要となる。

AIへ渡すべきデータ（入力側）

01	現在値
02	目標値
03	前月・前年実績
04	KPIの増減率
05	部門・商品・担当者別の内訳
06	KPI同士の関係（構成式・因果）
07	過去に実施した施策とその結果
08	アクションルール（P13の定義）
09	業務上の制約（体制・予算・法規制）
10	データ更新日時

AIへの出力指示（出力側の条件）

重要な変化を3件抽出する
全KPIを列挙させず、影響度の大きい変化に限定する

原因候補を根拠付きで提示する
参照した内訳データを明示させ、検証可能にする

緊急度を高・中・低で判定する
通知の優先順位と配信先の切り替えに使用する

推奨アクションを提示する
アクションルールの範囲内から選択させる

担当部署と実施期限を提示する
誰がいつまでに対応するかを出力に含める

断定できない内容は「仮説」と記載する
事実と推測を出力段階で分離させる

補足：入力に含めるデータ範囲は、機密区分と権限設計に基づいて制限する（P19参照）。

事実：AIの示唆の質は入力データの構造に依存する／解釈：現在値のみでは比較基準がなく実務的な示唆にならない／提案：目標値・内訳・過去施策・アクションルールを併せて渡し、出力形式を指示で固定する｜出典：本ガイド構成方針に基づく整理

AIによる示唆出しの具体例

商談数が増加していても成約率が低下していれば売上は未達となる。示唆は「事実・原因仮説・推奨アクション」を分離して提示させる。

入力データ例（仮定値）

今月売上	8,200万円
目標	1億円
達成率	82%
商談数	前月比 +12%
成約率	28% → 19%
平均単価	ほぼ変化なし

AIの示唆例（生成された出力）

> 売上未達の主因は商談不足ではなく、成約率の低下と考えられます。特に製造業向け案件と新任担当者の成約率が低下しています。今週中に対象商談の失注理由を確認し、提案レビューを実施することを推奨します。

事実

達成率82%。商談数は+12%、成約率は28%から19%へ低下、平均単価は横ばい。

原因仮説

製造業向け案件と新任担当者における提案品質の低下が影響している可能性がある（仮説）。

推奨アクション

対象商談の失注理由確認と提案レビューを今週中に実施（担当：営業企画）。

事実：入力値はすべて説明用の仮定値／解釈：商談数増加下の未達は転換率の問題／仮説：製造業案件と新任担当者の提案品質低下が主因（仮）／提案：示唆は3区分で出力させる｜出典：本ガイド構成方針に基づく整理

BI・AI・Teams／Slackを連携する全体構成

データ基盤・BI・AI・通知・自動化を6層で構成し、KPI集計から担当者通知・効果確認までを人手を介さず接続する。

構成レイヤーと連携対象例

データソース	Salesforce、基幹システム、Excel、GA4
データ基盤	Snowflake、BigQuery、Dataverse、SQL Server
BI	Power BI、Tableau、Looker、Sigma
AI	Azure OpenAI、OpenAI API、生成AI基盤
通知	Microsoft Teams、Slack
自動化	Power Automate、Logic Apps、Workflows、Webhook

処理の流れ

01 BIまたはデータ基盤でKPIを集計

02 APIで対象データを取得

03 異常値・しきい値超過を判定

04 AI APIへKPI情報を送信

05 AIが原因仮説とアクション案を生成

06 Teams・Slackへ通知

07 担当者が確認・承認

08 対応結果を記録

09 次回のダッシュボードで効果を確認

補足：製品名は代表的な選択肢の例示であり、既存の情報システム環境および調達方針に応じて選定する。

事実：構成は収集・蓄積・可視化・分析・通知・自動化の6層で整理できる／解釈：層間の接続が自動化されなければ通知は属人運用となる／提案：しきい値判定と通知を自動化基盤で実装する｜出典：各製品の一般的な提供形態に基づく整理（製品名は例示）

Teams・Slackへの通知設計

通知は「数値の報告」ではなく「行動の依頼」として設計する。担当部署と期限を本文に含め、受信者が即座に着手できる形式とする。

通知に含める項目

01 対象KPI

02 現在値・目標値

03 前回からの変化

04 影響範囲

05 AIが抽出した原因候補

06 推奨アクション

07 担当部署・期限

08 BIダッシュボードへのリンク

通知例（Teams／Slack）

営業KPIアラート急／重要度：高

成約率が28%から19%に低下しています。

主な低下領域

製造業、新任営業担当者

推奨対応

失注案件10件のレビューと提案資料の確認

担当・期限

営業企画 ／ 8月25日

ダッシュボードで詳細を確認

通知頻度の設計

緊急アラート
条件到達時に即時発報
対象：担当者・責任者

日次通知
前日実績の要約
対象：現場担当者

週次通知
傾向・原因分析
対象：部門責任者

月次通知
経営層向け要約
対象：役員・経営層

補足：通知例の数値・日付は説明用の仮定値である。頻度と宛先は階層別の確認頻度（P6）と整合させる。

事実：通知例の数値・日付は仮定値／解釈：数値のみの通知は行動に接続しない／提案：担当部署・期限・推奨対応を本文に含め、頻度を4区分で設計する | 出典：本ガイド構成方針に基づく整理

AI示唆を運用する際の注意点

AIの出力は意思決定の入力であり、決定そのものではない。事実と仮説の分離、送信データの制限、承認者の明確化を運用設計に組み込む。

遵守すべき8項目

01 **AIの示唆をそのまま意思決定に使用しない**
出力は判断材料であり、責任者の検証を必須とする

02 **事実とAIの仮説を明確に分ける**
画面・通知の双方で表示区分を分離する

03 **個人情報・機密情報を必要以上に送信しない**
氏名等は識別子へ置換し、集計値の送信を原則とする

04 **AIへ送信するデータ範囲を制限する**
送信対象の項目を定義書で固定し、逸脱を禁止する

05 **権限に応じて表示・通知内容を変更する**
役職・所属に応じた行レベルの制御を適用する

06 **誤通知や通知過多を防止する**
しきい値と発報間隔を調整し、重要度で配信を絞る

07 **AI出力と人の判断を履歴として保存する**
示唆・承認・実行結果を対応づけて監査可能にする

08 **最終的なアクションは責任者が承認する**
承認者と権限範囲を事前に定義する

推奨運用フロー：AIは分析までを担い、判断と承認は人が行う

AIによる分析 ▸ **担当者確認** ▸ **責任者承認** ▸ **実行** ▸ **効果測定**

補足：AIが担うのは「分析と示唆の生成」までであり、承認権限を委譲するものではない。効果測定の結果はしきい値とプロンプトの改善に反映する。

事実：AIの出力には誤りが含まれる可能性がある／解釈：承認プロセスなしの自動実行は業務リスクとなる／提案：分析はAI、判断と承認は人が担う役割分担を運用規程に定める｜出典：本ガイド構成方針に基づく整理

導入ロードマップ・まとめ

全社一括導入ではなく、目的整理からAI示唆の試行・通知連携・全社展開までを5フェーズで段階的に進め、各段階で有用性を検証する。

PHASE 1｜目的・KPI整理

利用目的と指標体系を確定する

・経営・部門・現場ごとの利用目的を整理
・KGI・KPI・アクションの関係を定義

PHASE 2｜データ・BI構築

可視化と原因分析の基盤を作る

・データソースを接続
・ダッシュボードとドリルダウンを構築
・更新頻度と権限を設定

PHASE 3｜AI示唆の試行

限定範囲で示唆の有用性を検証する

・一部KPIを対象にAI分析を実施
・示唆の精度と業務有用性を評価
・プロンプトと判断ルールを改善

PHASE 4｜通知連携

Teams・Slackで行動を起点化する

・しきい値と通知先を設定
・アクション担当者・期限を通知
・対応結果を蓄積

PHASE 5｜全社展開

運用を定着させ継続的に見直す

・部門別ダッシュボードを展開
・KPIとアクションの有効性を定期的に見直す
・AI示唆の採用率・実行率・改善効果を評価

CONCLUSION

良いダッシュボードとは、数字がきれいに並んだ画面ではありません。
数字の変化から原因を確認し、担当者が次の行動を起こせる仕組みです。

補足：各フェーズの期間・体制はデータ整備状況と対象部門数に応じて設定する（本書では期間を規定しない）。

事実：導入は目的整理・基盤構築・AI試行・通知連携・全社展開の5段階に分解できる／解釈：AI示唆は限定範囲での検証を経て拡張すべきである／提案：フェーズ3で有用性を評価してからフェーズ4へ進む｜出典：本ガイド構成方針に基づく整理

お問い合わせ先

ダッシュボード設計、KPI・アクション定義、AI示唆の実装および通知連携に関するご相談を承ります。

お問い合わせ窓口

Start Challenge
Consulting co., ltd.
挑む力が、世界を照らす

COMPANY

Start Challenge Consulting

E-MAIL

info@startchg.com

CONTACT PERSON

担当：平出

受付：ご相談内容を添えてメールにてご連絡ください。

ご相談いただける主なテーマ

01 ダッシュボード要件定義
利用者・判断内容・基準値の整理（P5）

02 KGI・KPI体系の設計
階層別・組織別の指標選定（P6～P12）

03 アクションルールの定義
しきい値・担当・期限・記録先の設計（P13）

04 AI示唆の設計・試行
入力データ設計とプロンプト改善（P15・P16）

05 Teams・Slack通知連携
通知内容・頻度・権限の設計（P17・P18）

数字を見る仕組みから、次の行動が始まる仕組みへ。

本資料は情報提供を目的として作成したものであり、記載内容の全部または一部の無断転載・複製を禁じます。｜発行：Start Challenge Consulting co., ltd.