



サービス品質を上げるには "従業員体験"を整えるしかない

サービス品質と従業員体験（EX）の関係性について探ります。

質の高いサービスの背景には、充実した従業員体験があります。この繋がりを理解し、実践するヒントをご紹介します。

サービスの質が落ちているわけではない

多くの業界で顧客満足度調査の結果は健闘しています。
しかし、その裏側では人手不足への不安が広がっています
現場の声に耳を傾けると、サービス品質の「維持」に奮闘
する姿が見えてきます。その持続可能性を考える時期に
来ています。



サービス品質は従業員体験の"鏡"



反映される品質

サービスの質は従業員体験（EX）によって直接左右されます。EXが向上すれば、自然とサービス品質も高まります。



業績との連動

EXが高い企業は顧客満足度だけでなく、業績も向上する傾向があります。数値で証明されている事実です。



相互作用

顧客ロイヤルティと従業員エンゲージメントは密接に連動します。互いを高め合う関係性があります。



離職率の主な原因



給与や待遇への不満

業務量に対して給与が低い、評価制度が不透明
・不公平といった待遇面の不満が大きな離職要因となっています。



人間関係のトラブル

職場の人間関係が良好でない場合、ストレスや孤立感から離職につながりやすいです。特に女性では「職場の人間関係が好ましくなかった」が主要な理由として挙げられています。



長時間労働・業務負荷の大きさ

サービス業は慢性的な人手不足や業務量の多さから、残業や長時間労働が発生しやすく、これが離職の大きな要因となっています。



職場環境や社内コミュニケーションの希薄さ

コミュニケーション不足やサポート体制の不十分さも、働きづらさにつながり、離職を招きます。



業務内容への不満やミスマッチ

配属された業務が希望や適性と合わない場合、モチベーション低下や早期離職につながりやすいです。

ハーズバーグの二要因理論における 「衛生要因」と「動機づけ要因」

従業員満足度に影響を与える2つの異なる要因を理解する



衛生要因 (不満足要因)

不足すると不満を生じさせる要因

- 給与・待遇
- 職場環境・設備
- 人間関係
- 会社の方針
- 仕事の安定性



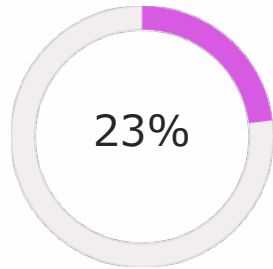
動機づけ要因 (満足要因)

満たされると積極的な満足を生む要因

- 達成感・承認
- 責任ある仕事
- 成長の機会
- 仕事の意義
- キャリア成長

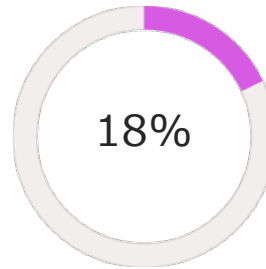
衛生要因は不満を防ぐだけで、本当のモチベーションは動機づけ要因から生まれます。
従業員体験（EX）向上には両方への配慮が重要です。

従業員エンゲージメントと企業業績の最新データ



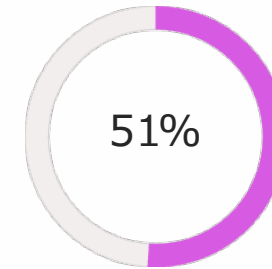
業績改善への影響

エンゲージメントスコアが高い組織は、低い企業よりも利益率が23%も高い



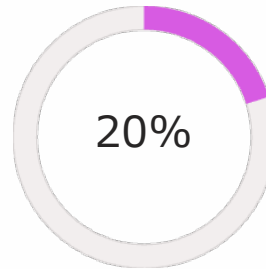
生産性と収益性の向上

エンゲージメントが高い組織は、売上高が18%、生産性が14%も高い傾向があります。



離職率の低下

エンゲージメントが高い事業部門では、離職率が51%低いことが示されています。人材の定着が実現します。

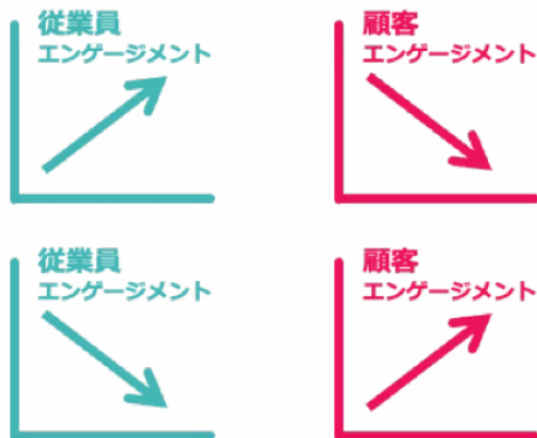


顧客満足度との連動

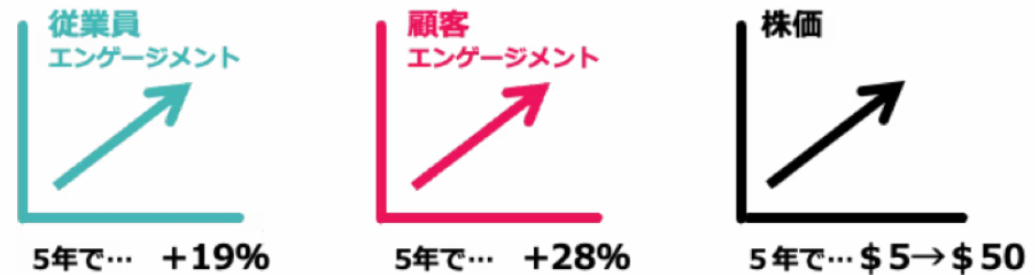
従業員満足度化が高い企業は、顧客満足度が20%以上向上する。EXとCXは密接に関連しています。

従業員体験(EX)と業績の関係

「体験価値」に逆相関はない



「体験価値」は業績相関する



英国 ヴァージン・メディア 2018年資料

良質な従業員体験の構築は単なる福利厚生の問題ではなく、ビジネス戦略の核心部分です。従業員満足度が向上すれば、離職率の低下、生産性の向上、そして最終的には収益増加につながります。投資対効果が明確に表れる領域なのです。



従業員体験(EX)を高める メリット

離職率の低下

EXを高めることで離職率が大幅に下がります。人材の定着は安定したサービス提供の基盤となります。

業績アップ

従業員満足度が高い企業では売上や利益率も向上します。数字で見える成果が得られます。

仕事のやりがい創出

現場のエンゲージメントが向上すると、従業員の内発的モチベーションが高まります。

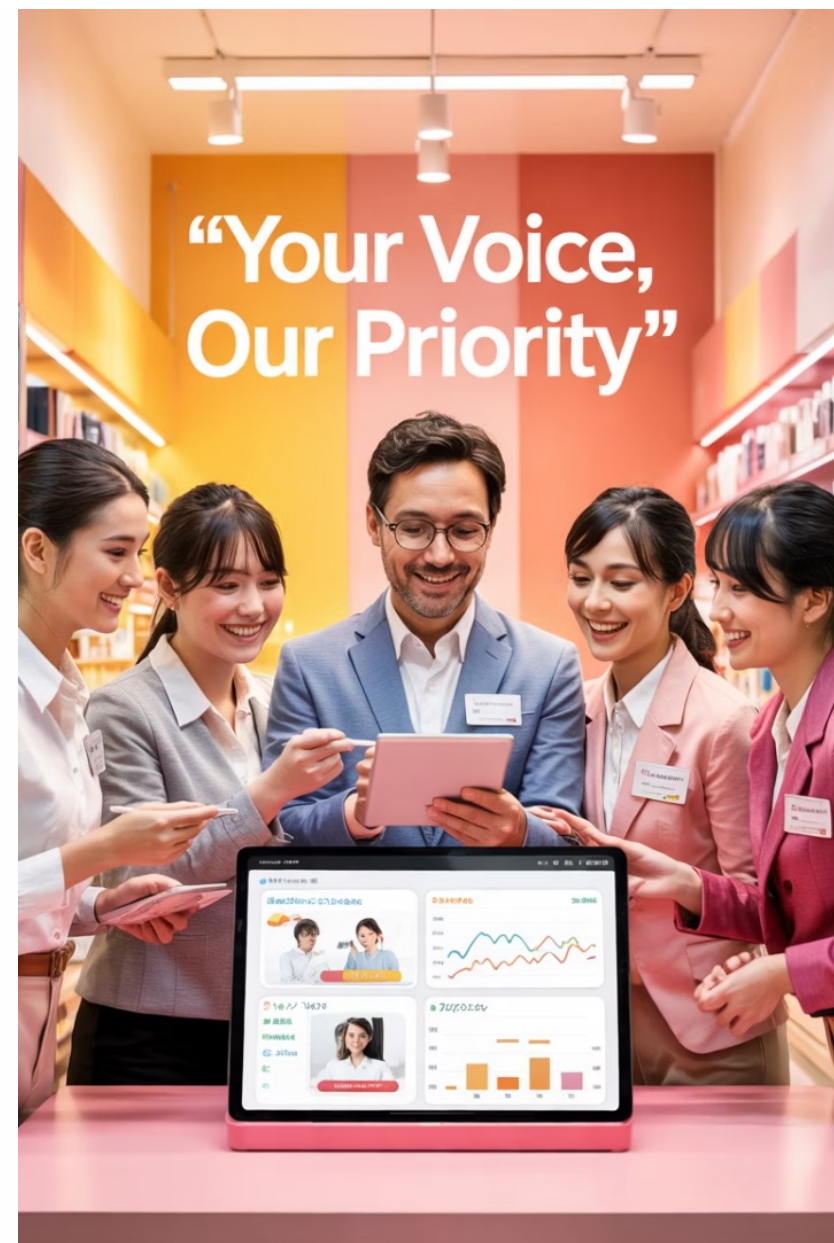
企業ブランド強化

良好なEXは採用市場での評判を高め、優秀な人材の確保にも繋がります。

顧客の声で従業員育成

-  **顧客へアンケート（現状把握）**
顧客からの生の声を収集し、サービス体験の実態を把握します
-  **分析・フィードバック（顧客理解）**
顧客の声を分析し、従業員へ具体的な改善点を伝えます
-  **施策実施（改善活動）**
顧客視点を取り入れた具体的なサービス改善を実践します
-  **効果測定（褒める文化）**
顧客満足に繋がる行動を評価し、組織文化として定着させます

顧客ジャーニーマップ（CJM）の手法は従業員育成にも効果的です。顧客の声を中心に据えた各接点での体験向上が、従業員のサービス意識と能力開発を加速させます。



成功企業事例：飲食業の場合

現状把握

NPS・eNPSの両軸で現場の声を収集。店長・調理スタッフ・ホールスタッフ全員の意見を定期的に集めました。

施策実施

シフト管理の最適化とキッチンワークフローの改善を行い、従業員のストレス軽減と業務効率化を実現しました。

成果測定

半年間の定点観測で、従業員満足度が15ポイント向上。それに比例して顧客満足度も上昇し、リピート率が20%増加しました。

Net Promoter®およびNPS®, Predictive NPS®は、ペイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムズ(現NICE Systems, Inc)の登録商標です。



成功企業事例：サービス業の場合

現状把握

顧客と従業員の声を定期収集し、サービス品質と従業員エンゲージメントの相関関係を可視化。接客スタッフの業務負担がピーク時間帯の顧客満足度に直接影響することを実証しました。

施策実施

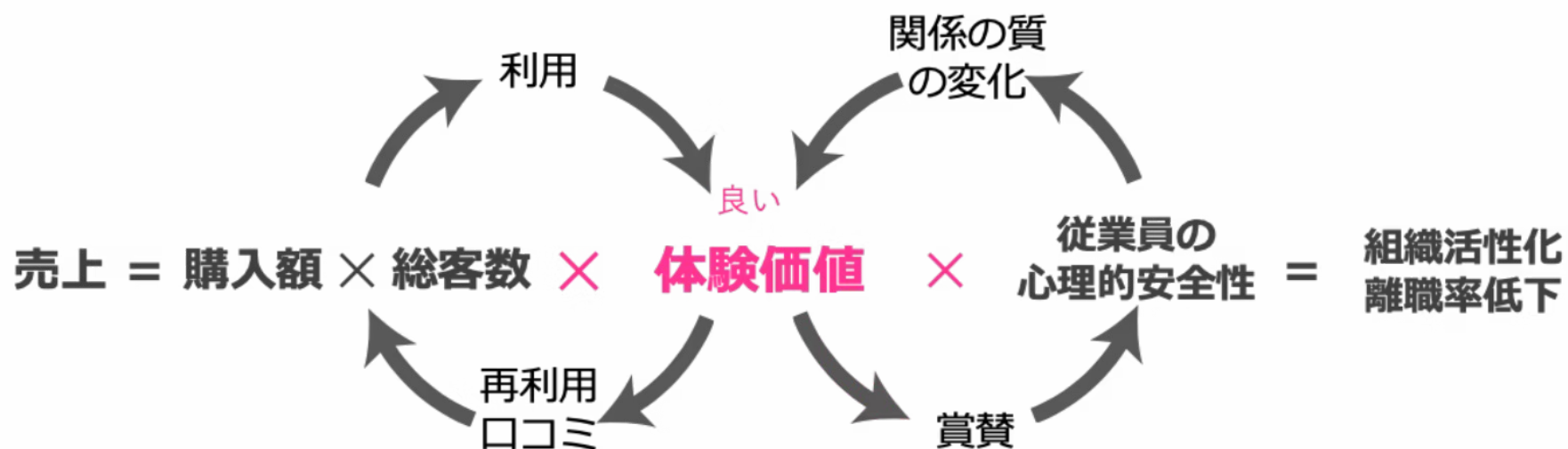
「現場発想改革」プログラムを導入し、改善提案への報奨制度で参画を促進。現場リーダーへの権限委譲と段階的研修体系により、従業員の自律性と成長意欲を向上させました。

成果測定

半年間の改革で従業員満足度は15%向上、年間離職率は30%減少。これに比例して顧客NPS指標は20%上昇、リピート購入率は35%増加と、収益改善に直結する成果を達成しました。



ダブルループ 顧客の声で組織を活性化



NPS（顧客推奨度）は顧客だけでなく、従業員（eNPS）にも使えます。「友人にこの会社で働くことを勧めますか？」と聞くだけで、会社の実態がわかります。

このダブルループとは、顧客と従業員の声を連動させる仕組みです。顧客の声を従業員に伝え、改善行動につなげれば、サービスの質と従業員の満足度の両方が良くなります。

顧客の評価やコメントを集めて従業員と共有します。従業員はその声をもとに仕事を改善し、自分の仕事の意味を再確認できます。この繰り返しが組織を元気にし、サービスの質を高め続けます。

効果的なダブルループを作るには、定期的な顧客調査、オープンな情報共有、従業員の改善案を評価する仕組みが大切です。これで顧客と従業員の両方が会社の成長に貢献する好循環が生まれます。

今日から始められるEX改革の最初の一步



聴く

顧客・従業員の声に真摯に耳を傾ける



認める・理解する

現状を理解し、現場と一緒に取組む

3

改善する

改善活動を行う



返す・褒める

フィードバックを形にして示す

簡単なアンケートからスタートできます。小さな一歩が大きな変化につながります。日々の習慣化が重要です。

大切なことは「スモールスタート・クイックウィン」

最後に：「気持ち」は行動を変える。



心を動かす

感情を揺さぶる体験設計がサービス品質を高めます。従業員の気持ちが変われば、行動も変わります。



可視化する

まずは従業員の気持ちを見える化することから始めましょう。小さな一歩が大きな変化を生みます。



広がる効果

従業員の笑顔は顧客の笑顔につながります。皆さまの現場改革のヒントになれば幸いです。

無料体験診断 実施中

具体的な流れ



ヒアリング

御社の現状を簡単にヒアリングをさせていただき、準備整い次第QRコード発行させていただきます。



簡単診断

御社の顧客にアンケート依頼。スマホ対応のアンケートで、わずか3分程度で完了。煩雑な手続きや膨大なデータ入力是不要。



明確な可視化

CXスコアを数値化し、店舗の現状を客観的に把握。問題点と強みが一目で分かります。



コンサルタントが解説

診断結果に基づいた実践的な改善策を提示。すぐに行動に移せる具体的なアクションプランを提供します。

体験価値経営は一時的なトレンドではなく、ビジネスの基本に立ち返る本質的なアプローチです。顧客と従業員、双方の体験を向上させることで、持続可能な成長サイクルを構築します。無料診断を通じて、貴社の「体験価値」の現状を把握し、変革への第一歩を踏み出しませんか？

条件

- ① 対象企業の基本条件
 - ・売上規模：年商3億円～30億円
 - ・店舗数：3～300店舗
 - ・従業員数：30～300名
 - ・業種：小売・飲食・美容・医療介護・宿泊・サービス業など、生活者と接点がある業態（※一部例外も応相談）
- ② 協力内容（診断の正確性のため、以下への協力が必須です）
 - ・顧客アンケート配信への協力（来店・購買者へのQR案内 or メール等）
 - ・最低回答数：30件以上（※信頼性のある分析を行うため）
 - ・経営層または責任者との事前ヒアリング（30分～1時間）実施
 - ・診断結果の社内共有とフィードバックの場の確保
- ③ 実施内容・期間
 - ・顧客向け簡易アンケート（スマホで10分程度）
 - ・実施期間：約1～2週間
 - ・TEGが分析を無料提供
 - ・オンラインでのフィードバック（60分）・今後の提案を含む
- ④ 無料診断の範囲
 - ・CX診断（顧客体験）に限る
 - ・従業員（EX）診断やワークショップは対象外（有料メニューで対応可）
 - ・簡易レポート＋所感・傾向解説レベル（戦略提案・構造設計などは別途）
- ⑤ 診断後のオプション提案（あくまで任意）
 - ・体験価値経営への本格導入（YourVoice / FACT based / CX BluePrint等）
 - ・ワークショップやCJM作成支援、組織改革などへの発展提案



今すぐ申込
問合せ

info@total-engagement.jp

株式会社トータル・エンゲージメント・グループ
東京都千代田区神田錦町 3-2-1
ちよだプラットフォームスクエア





顧客の声は「ギフト」です。

株式会社トータル・エンゲージメント・グループ

企業成長を加速させる新たなアプローチを提案します。

体験価値の向上を通じて、中堅・中小企業の可能性を最大限に引き出します