

Well-being CUSTOMER CENTER AWARD

白書2022



発行日
発行者

2023年1月27日
株式会社プロシード

目次

• アワードにこめた思い	...	P.4	～	5
• Well-being CUSTOMER CENTER AWARDについて	...	P.7	～	13
• 幸福度について	...	P.15	～	20
• 総合設問について	...	P.22	～	23
• Well-being7つの要素について				
サマリー	...	P.25	～	28
1.学びと成長	...	P.30	～	33
2.認め合い	...	P.35	～	38
3.チーム力	...	P.40	～	43
4.能力の発揮	...	P.45	～	48
5.会社との信頼関係	...	P.50	～	53
6.健全な職場	...	P.55	～	58
7.ワークライフサイクル	...	P.60	～	63
• その他の調査結果	...	P.65	～	66
• 参考情報	...	P.67	～	76

アワードにこめた思い

カスタマーセンターの仕事の価値を高めたい

Well-being
Customer
Center



カスタマーセンターにおけるWell-beingの重要性

コロナ禍においてカスタマーセンターでは、感染予防対策のための在宅ワーク導入、少人数体制で運用するために顧客がセルフで解決できるサービスのデジタル化などが急務でした。

2022年はコロナ禍で制限されてきた社会活動がほぼ解消され、人々の生活も変化をむかえようとしています。カスタマーセンターにおいても在宅ワーク運用の見直しや、顧客目線で最適なデジタルチャネル・サービスへの見直しが進んでいくでしょう。

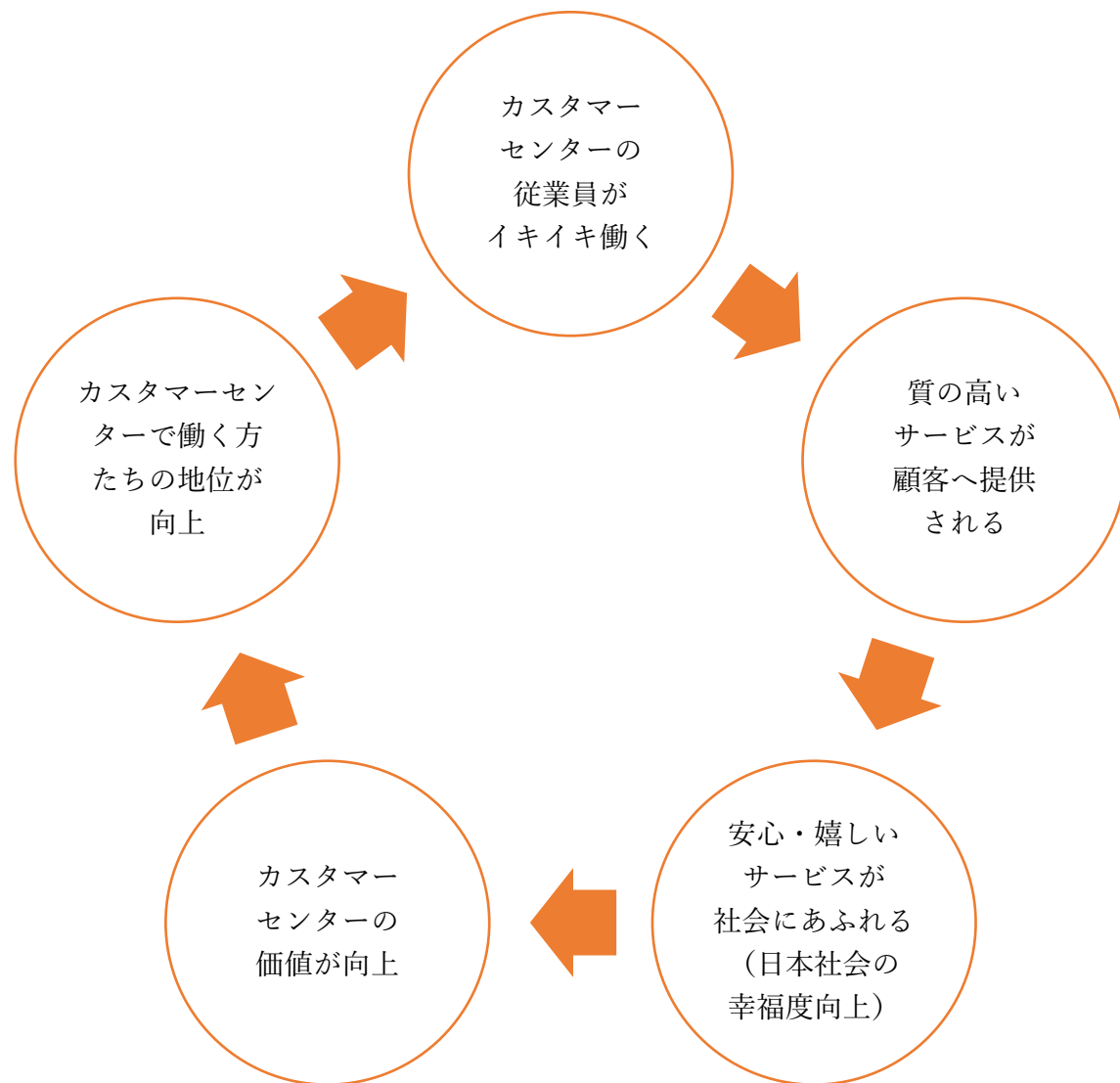
一方、カスタマーサービスに従事する方々においては、様々な顧客の応対が多い中、昨今ではクレームだけではなくカスタマーハラスメントなど顧客に配慮しながら冷静な対応も求められています。また、デジタル化が進み簡単な内容はデジタルチャネルで解決される時代です。そのため、電話などのヒューマンチャネルには複雑な案件が入る傾向が顕著になってきており、より難易度の高い顧客応対が求められるようになっていきます。

組織が顧客により良い体験を提供するためには、顧客と直接接する従業員のコンディションを整えることが大事です。そのためには、整った職場環境、ハラスメント対策などの「働きやすさ」、従業員がイキイキと「働きがい」を持つこと、従業員の心と体が健やかなこといずれも重要になります。これらすべてが満たされた状態がWell-beingであり、今後ますます重要度が増すでしょう。

※Well-being=身体的（体）、精神的（心）、社会的（人間関係など）これらすべてが満たされている状態



プロシードがWell-beingを通じて実現したいこと



プロシードでは、社会において重要な役割を担うカスタマーサービスに従事する方々が仕事に誇りをもってイキイキ働けるようになることをミッションに掲げています。カスタマーセンターで働いている方々がイキイキと働くことで、質の高いサービス提供が実現し、持続的な日本社会全体の幸福度向上へつながると考えています。

このような社会を実現するために弊社では昨年より、従業員の幸福度向上のために重要な7要素についてアンケートを調査を行い、その結果をランキング化し上位のセンターを表彰するWell-being CUSTOMER CENTER AWARDを開催しています。

このアワードは上述の趣旨に賛同するセンターの皆様とのWell-being実現に向けた取組みの一つです。他にも、診断結果が上位の企業を表彰するだけでなく、具体的な施策について自社の事例を持ち寄りながら共に学び合う研究会、診断の統計データをまとめた本白書の発行など行っています。

カスタマーセンターの仕事の価値を高めるため、また日本社会全体の幸福度に寄与するため、有志の皆様と活動の価値を高めていきたいと考えています。

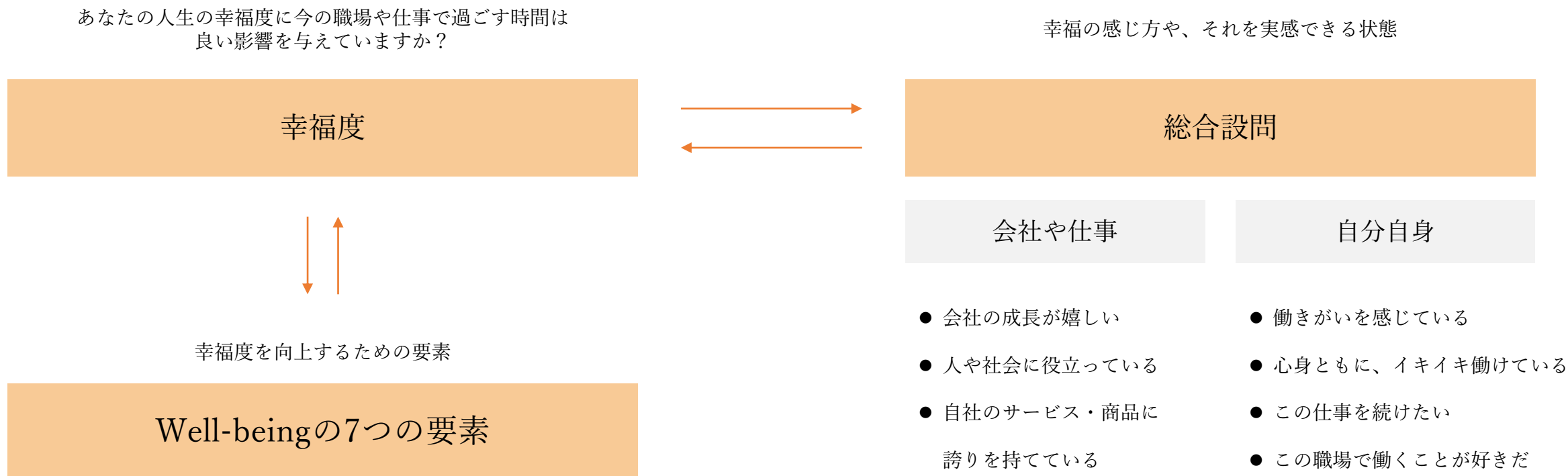
Well-being CUSTOMER CENTER AWARD2022について



アワード

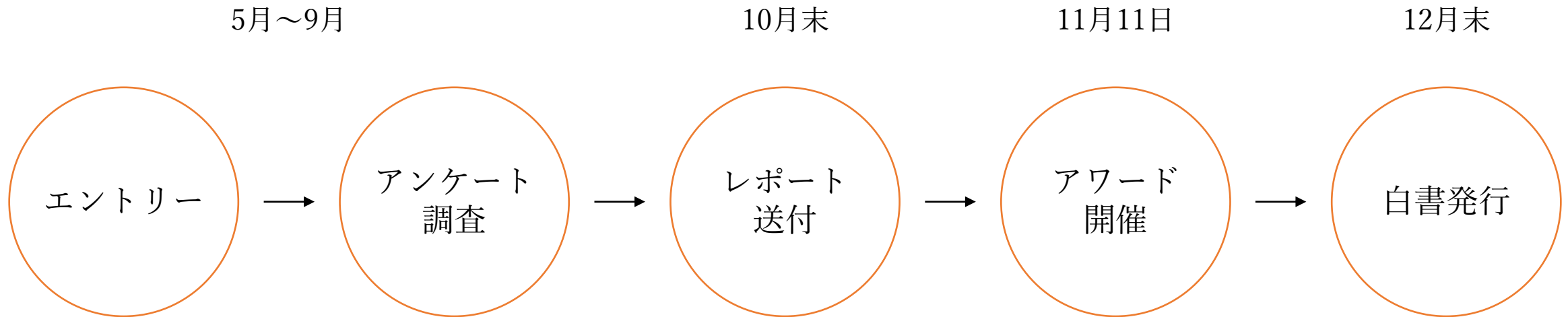
アワードの調査はプロシードの「Well-being診断」を使用

企業もしくはセンターの特性や戦略によっても、従業員が何を重視するか違いがあります。
よってWell-being診断は、従業員が何に対して仕事の幸福感を感じているのかを把握するために、幸福度の他に幸福度と関係する可能性のある要素の「総合設問」7設問と、幸福度を向上させるための重要な「7つの要素」42設問から構成されています。



実施の流れ

2022年は、以下のスケジュールで実施



アンケート

オンライン・匿名にてアンケート調査を実施

センターのセキュリティ、ネットワーク要件は様々であるため、①Webアンケートを弊社が準備する方式、②センターで利用しているアンケートシステムに設問をインポートする方式、③紙での配布・集計を行う方式の3パターンにて行いました。

調査 期間

4か月間

4か月間の期間を設け、
その期間内で各センターが実施
※各センターは4か月の内、任意のタイ
ミングで約4週間の期間でアンケートを
行った

調査 方法

オンライン・匿名

①弊社のオンラインアンケート
ツール、②エントリー組織のツ
ール、③紙にて調査を実施

調査 区分

6区分

性別・年齢・雇用形態・在職期
間・役職・勤務形態の6区分

設問数

全56問

- ・総合設問 : 9問
- ・フリーコメント : 5問
- ・小設問 : 42問

ルール

70%以上

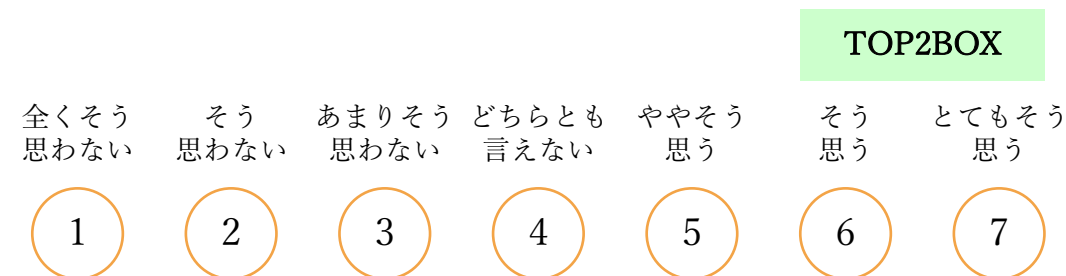
- ・エントリー人数の70%以上の回答率であること
- ・オペレーターの数に対してSV・リーダー層の人数が10%以上であること
- ・総回答人数が20名以上であること

アンケート

アンケートでは設問ごとに2つのスケールを用いて調査
本白書ではこの結果を用いて主に2種の指標を活用

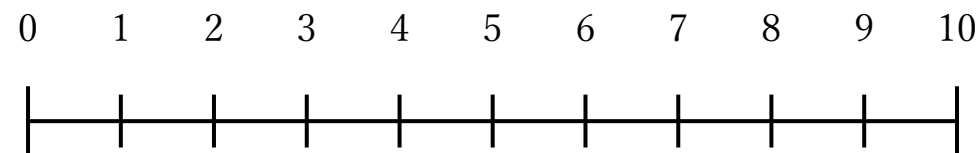
TOP2BOX

- 総合設問および、Well-being7つの要素は7段階のスケールです。
- 回答選択肢における上位2つの割合を見ることによって設問ごとに肯定的、または否定的な意見を持つ方の割合を見ています。



平均値

- 幸福度は「あなたの人生の幸福度に今の職場や仕事で過ごす時間は良い影響を与えていますか？」という設問に対して、
- 「0～10」の11段階で回答頂いた結果から平均値を計算したものに なります。

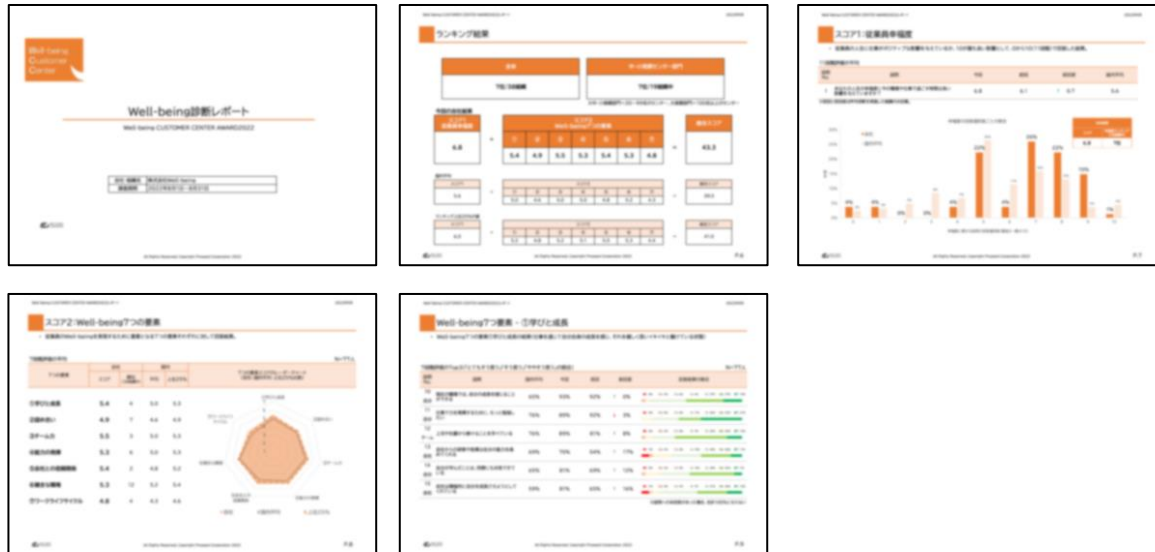


アンケート

アワードへエントリーしたセンターには、設問と区分を用いたクロス集計表とコメントデータを提供

また、有料オプションとして結果の分析、報告、対策ワークショップも提供いたしました。

アワードレポート（標準）



詳細レポート（オプション）



ランキングの計算方法

回答結果を集計し、総合スコアによるセンターのランキングを算出

良い回答だけでなく、悪い回答も反映するためスコアを平均値で算出しています。

スコア 1：幸福度

総合設問1＝『あなたの人生の幸福度に今の職場や仕事で過ごす時間は良い影響を与えていますか？10が最も良い影響を与えている状態とした場合、0～10でお答えください。』の平均点

スコア 2：Well-beingスコア

7つのスコア＝『学びと成長・認め合い・チーム力・能力の発揮・会社との信頼関係・健全な職場・ワークライフサイクル』それぞれの平均点合算値

総合スコア（スコア1+2）

スコア 1 とスコア 2 の合算値

計算例：

7.2

+

36.5

=

43.7

7つの要素	平均点
①学習と成長	5.5
②認め合い	4.8
③チーム力	6.1
④能力の発揮	3.8
⑤会社との信頼関係	4.6
⑥健全な職場	5.5
⑦ワークライフサイクル	6.2

- ・ 総合スコアの高い合計14センターに対し、賞を授与しました。

大規模センター部門

【最優秀賞】

- ・ Teleperformance Japan A single client technical support program Cloud Campus
- ・ 株式会社ディー・エヌ・エー DeNAカスタマーサポートセンター
- ・ 三井住友トラストクラブ株式会社 カスタマーエンゲージメント部

【優秀賞】

- ・ S M B C コンシューマーファイナンス株式会社 お客様サービスセンター
- ・ SCSKサービスウェア株式会社
- ・ キヤノンカスタマーサポート株式会社
- ・ セゾン自動車火災保険株式会社 お客様サービス部



中・小規模センター部門

【最優秀賞】

- ・ SBI生命保険株式会社 お客様コンタクトセンター
- ・ 富士通コミュニケーションサービス株式会社 お客様総合センター
- ・ 株式会社船井総研デジタル

【優秀賞】

- ・ 株式会社AIサポート コンタクトセンター事業本部
- ・ 株式会社ジャルカード お客様サービスセンター
- ・ 株式会社TMJ 東日本拠点2BU3C_MMセンター
- ・ Renxa株式会社

幸福度について

従業員の人生の幸福度に今の職場や仕事で過ごす時間は良い影響を与えているか？

Well-being
Customer
Center

幸福度について

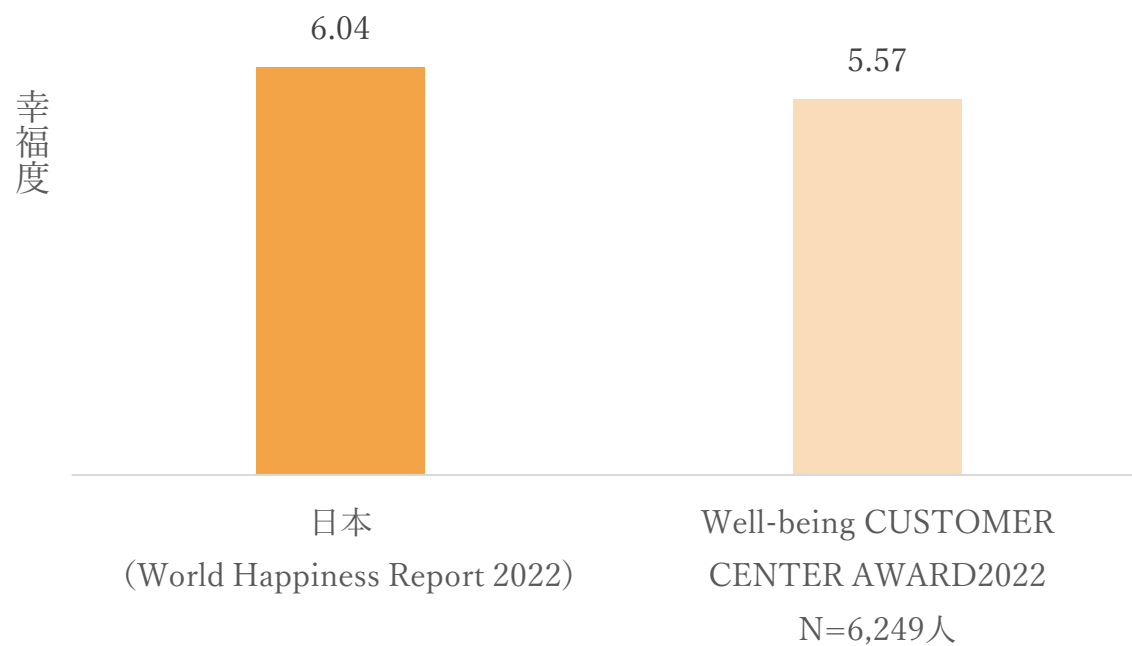
今年の結果は世界幸福度調査における日本全体の幸福度よりも低かった

本アワードにおける幸福度は「あなたの人生の幸福度に今の職場や仕事で過ごす時間は良い影響を与えていますか？」という設問に対して「0～10」の11段階で回答頂いた結果から平均値を計算したのになります。本年のアワードでは5.57という結果でした。

国連機関である持続可能開発ソリューションネットワーク（SDSN）が毎年実施・発表しているWorld Happiness Report 2022（世界幸福度調査）における日本の結果は6.04で、本アワードの結果のほうが低いことがわかりました。

世界幸福度調査と本アワードの幸福度測定方法は異なるため単純比較はできませんが、参考値として弊社では引き続き比較をしながら7.0以上を目指して活動を続けていきます。

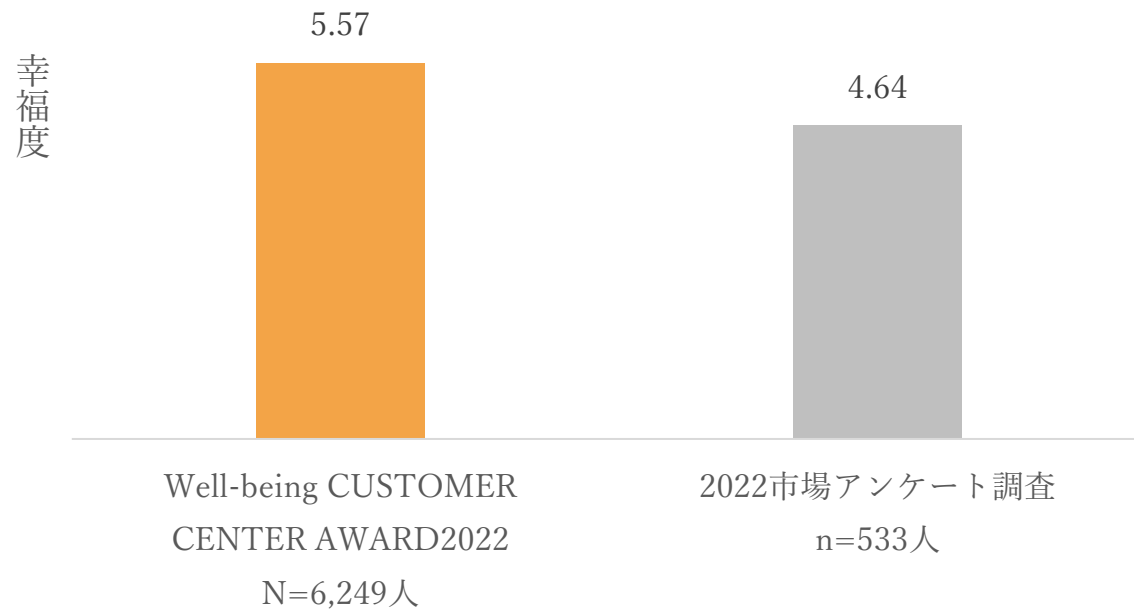
幸福度の比較



幸福度について

日本国内でカスタマーセンターごとの幸福度の差が大きい可能性がある

幸福度のスコア



国内におけるカスタマーセンターの幸福度をより正確に把握するため、弊社では2022年10月に本アワードとは別に、カスタマーセンターに従事する従業員533名に幸福度などに関するアンケートを実施しました。

※調査概要：P.75~76

そのアンケートの中で同じ設問「あなたの人生の幸福度に今の職場や仕事で過ごす時間は良い影響を与えていますか？」を聞いた結果は、4.64であり本アワードでの幸福度よりも低い結果となりました。

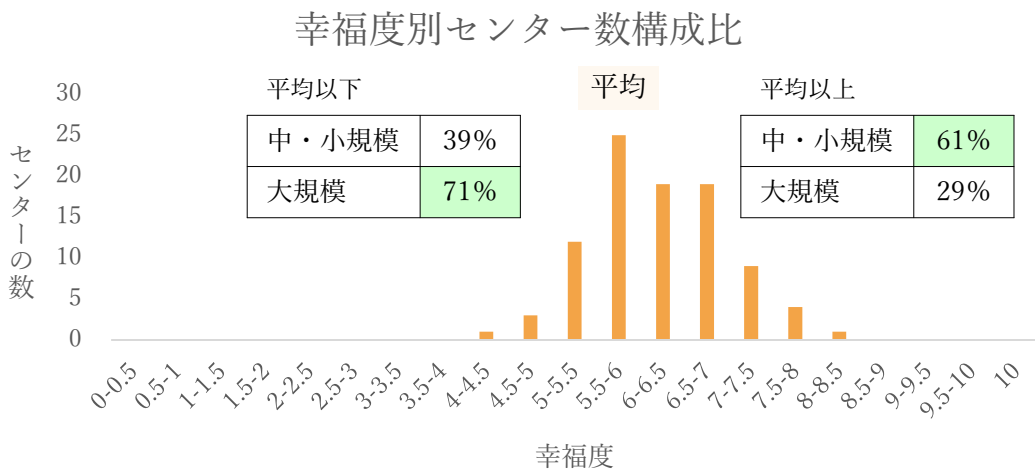
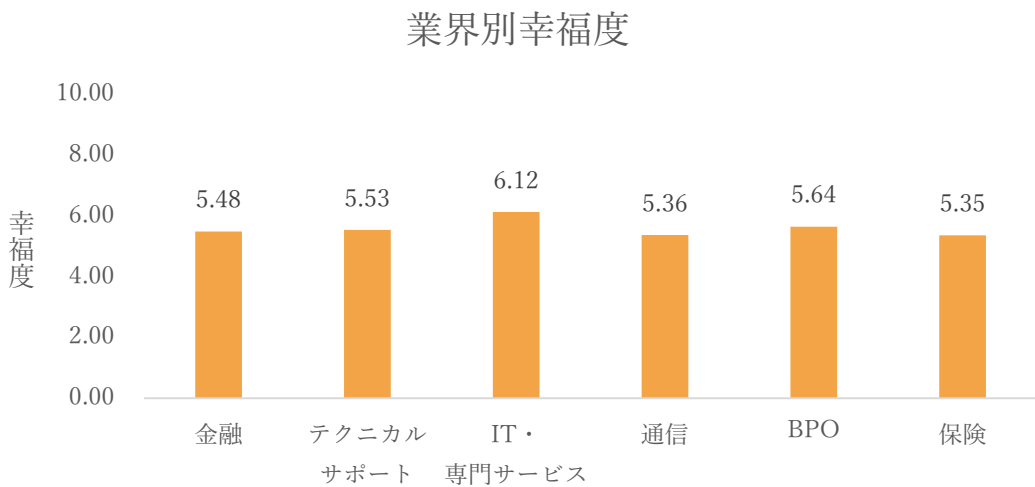
この4.64という結果が、日本のカスタマーセンター全体の幸福度により近い数字であり、本アワードへ参加している企業は日本で先行して幸福度に注力している組織であるからこそ、高い数字になっている可能性があります。

幸福度について – アンケート区分ごと①

幸福度は「業界」によって大きな差はないが「規模」によって差がある

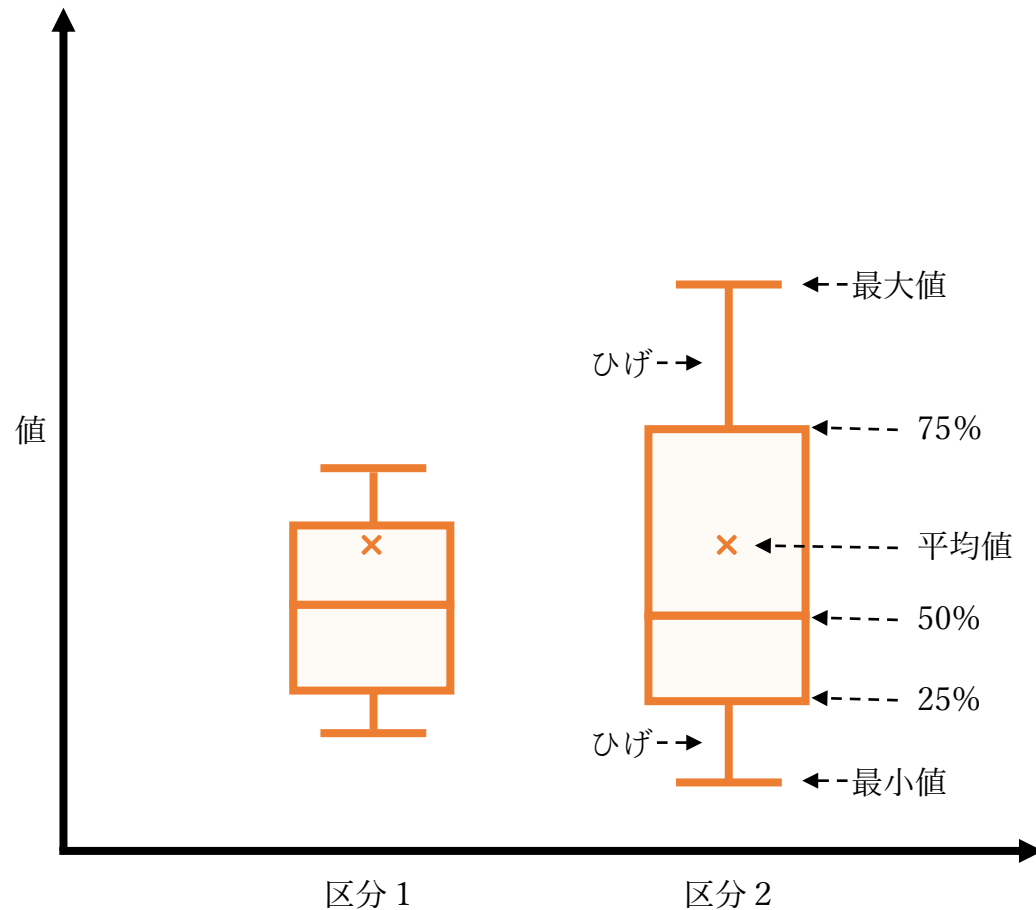
左の図はアワードに参加したセンターが属する業界ごとに幸福度をまとめた結果です。IT・専門サービスが若干高いものの、業界によって幸福度が大きく変わらないことがわかりました。しかし、センターの人数規模ではばらつきがありました。

右の図は、幸福度のスコアごとにセンター数でまとめたグラフです。さらに、各規模のセンターで幸福度を平均値（5.57）以上と以下に分けたとき明確な割合の差がでました。大規模センターでは全体的にばらつきが低く、平均も低い結果がわかりました。一方、中・小規模センターでは全体的にばらつきが大きく、平均も高い結果でした。この結果から、大規模センターではルールや体形が整っている一方で人数が多いからこそ個にフォーカスした活動が展開しにくい傾向があり、中・小規模センターでは属人的な管理をしている傾向がありそうなことがわかりました。



※中・小規模センター＝所属人数が20～99名のセンター
※大規模センター＝所属人数が99名以上のセンター

参考) 以降の頁で登場する『箱ひげ図』の確認方法について



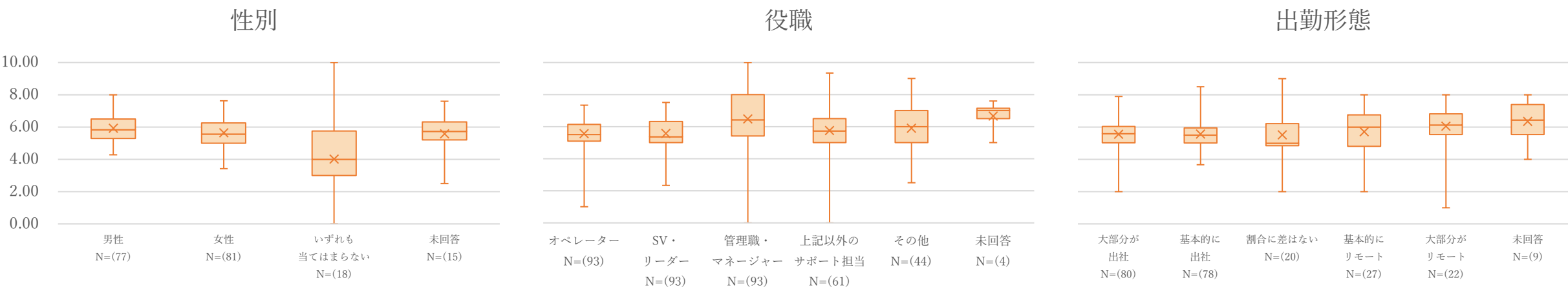
- 四分位数を用いてデータの散らばりを表したグラフです。
- 四分位数とはデータを小さい順に並べて、4等分したものです。
小さい値から数えて、
 - 総数の1/4番目に当たる値が第1四分位数（左記グラフ中にある25%の点）、
 - 2/4番目に当たる値が第2四分位数・中央値（左記グラフ中にある50%の点）、
 - 記号（×）で書かれているのが平均値、
 - 3/4番目にあたる値が第3四分位数（左記グラフ中にある75%の点）となります。
- それぞれの箱を形作っているデータは各センターの数値になります。例えば、N=31の場合、31センターにおける平均値などです。
- 尚左記のグラフであれば、区分1と区分2の平均値は同じですが、区分2は区分1に対して箱の大きさ及び、ひげが長く区分内でデータがよりばらついていることがわかります。

幸福度について – アンケート区分ごと②

幸福度は「性別」「役職」「出勤形態」によって差がある

その他のアンケート区分でも幸福度のばらつきを分析したのが以下のグラフです。特徴的なばらつきは以下3点でした。

- ① 性別：「女性」が「男性」に比べ低く、「いずれも当てはまらない」のばらつきが大きく平均も低い結果でした。性別による体験の差異はできるだけありませんがまだ差があるのが現状です。
- ② 役職：役職が上がるほど幸福度も上がっていますが、在職期間においては明確な差はありませんでした。同じ役職で長く働いても幸福度は上がりにくく、役職が上がるほど幸福度が上がる傾向を表しています。
- ③ 出勤形態：リモートの頻度が増えるにつれ平均は上がっていますが、ばらつきは大きくなっています。リモートに適したマネジメントができたセンターとできていないセンターで差が出ていると考えられます。

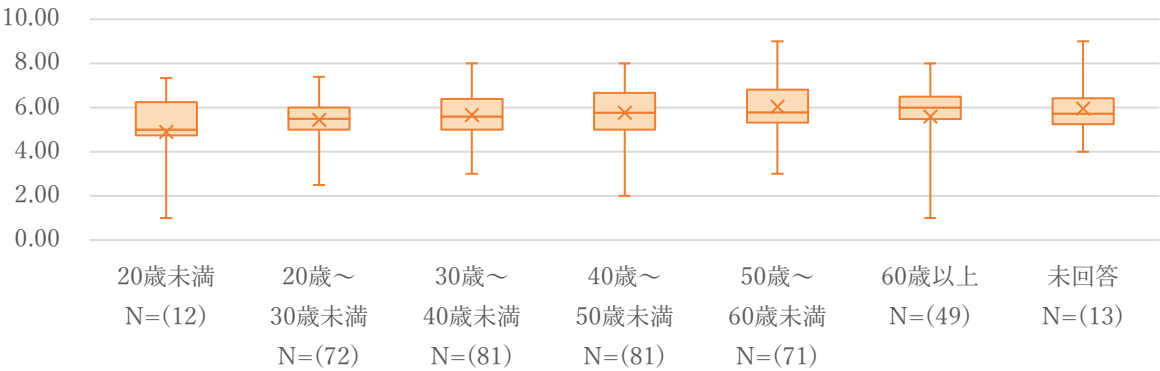


※それぞれの区分ごとのNはその区分が存在しないセンターもあるためそれぞれ異なる。
最大は93センター

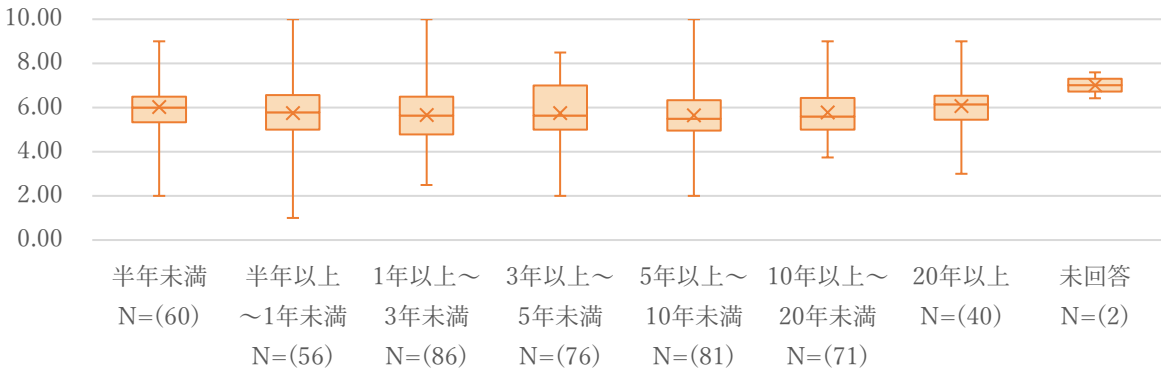
幸福度について – その他のアンケート区分

その他のアンケート区分には以下のものがある

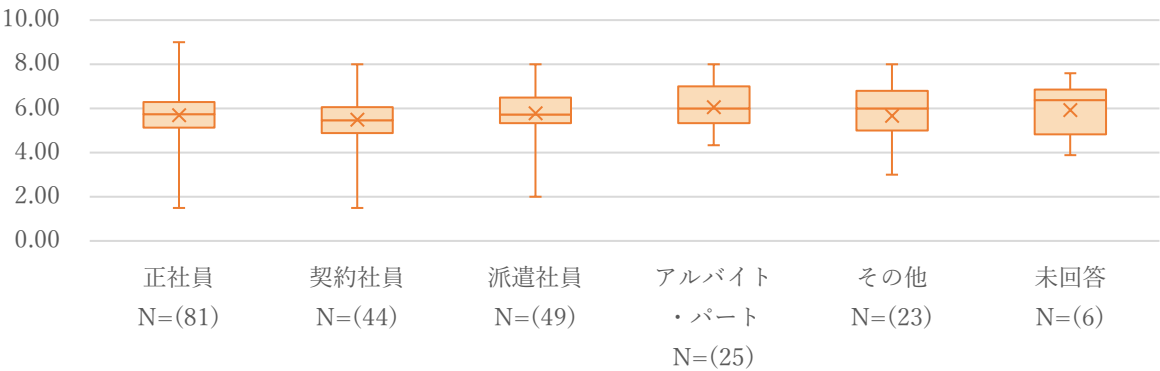
年齢



在職期間



雇用形態



総合設問について

カスタマーセンターにおける幸福の感じ方や状態

Well-being
Customer
Center



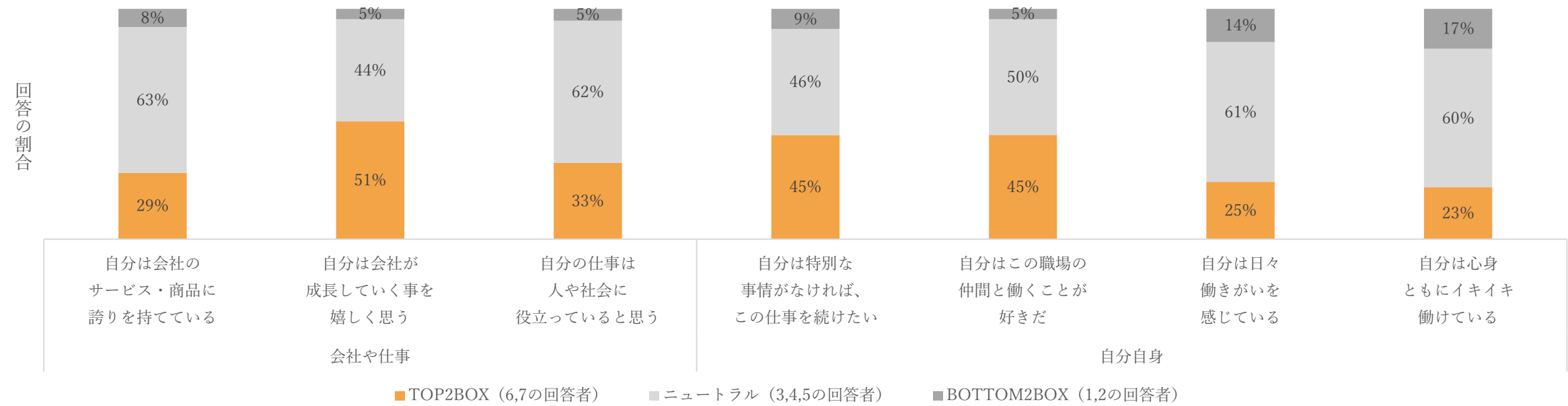
幸福度について－総合設問

仕事を続けたいと感じているが、働きがいを感じられていない

総合設問は、何に対してどのように幸福を感じているかを測定するものです。各設問の回答の割合を比較したとき、TOP2BOXが高いものと低いもので分かれました。

- ・ 「自分は会社が成長していく事を嬉しく思う」「特別な事情がなければ、この仕事を続けたい」「この職場の仲間と働くことが好きだ」は40%以上で高い
- ・ 「自分は会社のサービス・商品に誇りを持っている」「自分は日々働きがいを感じている」「自分は心身ともにイキイキ働けている」は20%台で低い

総合設問比較



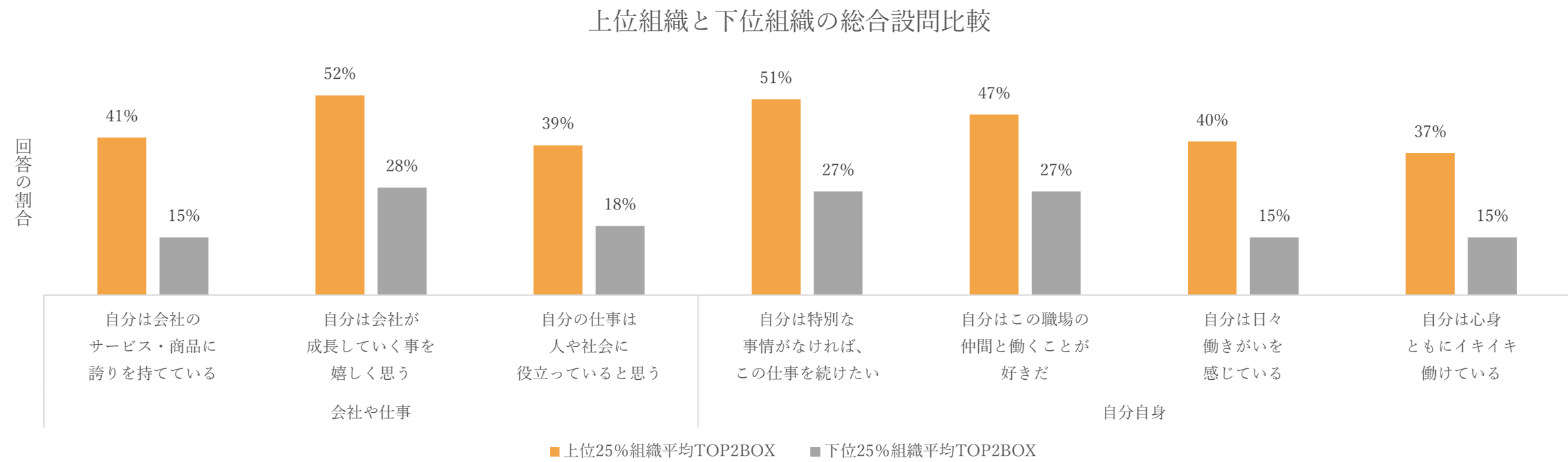
幸福度について－総合設問

幸福度上位組織と下位組織ではすべての総合設問に大きな差があった

※上位組織＝幸福度が上位25%以内の組織 / 下位組織＝幸福度が下位25%以内の組織

総合設問において、幸福度上位組織と下位組織でどのような違いがあるかTOP2BOXを比較したのが以下の結果です。

- すべての設問において約20%の差があり、上位と下位組織では体験に大きな違いがありました。
- 下位組織で特に低いのは「自分は会社のサービス・商品に誇りを持っている」「自分は日々働きがいを感じている」「自分は心身ともにイキイキ働いている」でした。



Well-being 7つの要素について

カスタマーセンターにおける重要なWell-beingの要素

Well-being
Customer
Center



Well-being 7つの要素

幸福度にとって重要な7つの要素

プロシードは、組織の従業員が心身共に健康で、仕事へのやりがいを感じる状態、すなわちWell-beingを実現するためには何が重要か？を考えてきました。時代背景や地域性、職種、個人の価値観などマクロ／ミクロでの見え方は多様であり、絶対的な答えを導くものではないと考えています。

弊社が設定したWell-being7つの要素は、過去20年以上にわたる組織の診断や支援、インタビューの経験から特に重要度が高いと考えたこと、および、幸福学や各種統計で用いられている設問などを参考に策定しました。

重要なのは、絶対的な答えを導くことではなく、自社のWell-being実現のために重要な可能性がある領域をアンケート調査などにより正しく把握することと考えます。アンケートは会社からの思いを伝える機会にもなります。アンケート結果から把握した従業員の状態をもとに、会社と従業員が共により良い状態を目指していくことが大切でしょう。

Well-being7つの要素では、業界平均と自社を比べることで強みや課題を発見することができます。今年の白書では上位組織と下位組織、ポジティブとネガティブ回答者などの比較分析を通じて業界の課題となっている領域について考察いたしました。



Well-being 7つの要素

7つの要素には仕事好き要素と会社好き要素の二種類がある

Well-being診断は幸福度を高めるために重要な以下の7要素がベースとなっております。7つの要素は「仕事好き」また「会社好き」の二種類があります。

仕事好きの要素

- | | |
|--------|--|
| ①学びと成長 | 仕事を通じて自分自身の成長を感じ、それを嬉しく思いイキイキと働いている状態 |
| ②認め合い | 自分は職場で正当に認められ、自分自身も周りを認めることができ役に立てていると思えている状態 |
| ③チーム力 | 仕事の目標・目的を共有でき、相互に心理的安全性があり、協力し合える仲間との絆を感じることもできる状態 |
| ④能力の発揮 | 自分の役割を認識した上で自分の意志・考察で行動し、役割を果たすことに働きがいを感じることもできる状態 |

会社好きの要素

- | | |
|-------------|---|
| ⑤会社との信頼関係 | 会社は従業員を大切にするための施策をし、従業員は自分が会社へ貢献できていると感じることのできる状態 |
| ⑥健全な職場 | 会社は働きやすい環境や休息を提供でき、従業員自身も快適な職場にしようと思える状態 |
| ⑦ワークライフサイクル | 生活が充実すると仕事ははかどりうまく進み、仕事が順調だと私生活も充実する、生活と仕事がかみ合い循環している状態 |

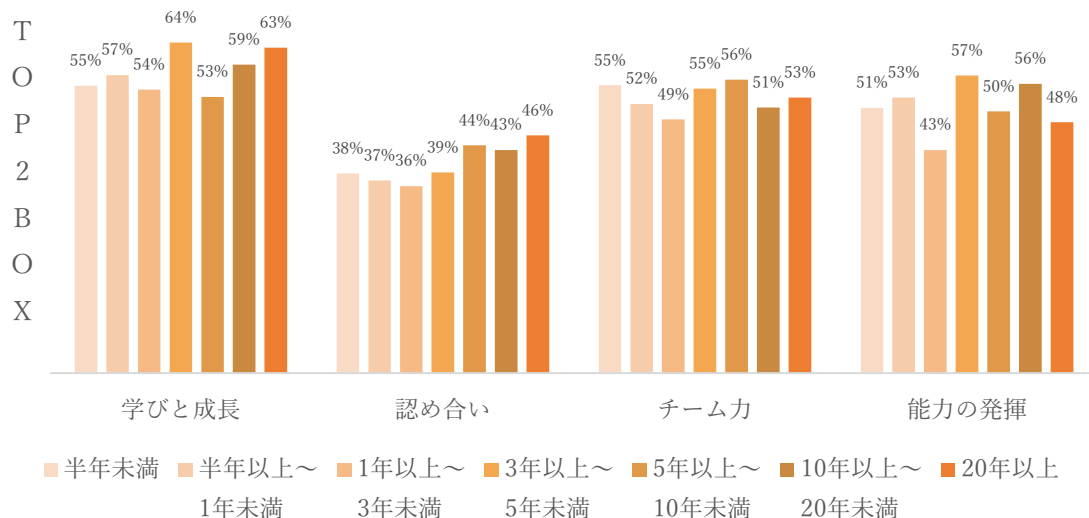
Well-being 7つの要素 – 仕事好き要素のサマリー

下位組織では在職期間が長くなるほど下がる傾向がある

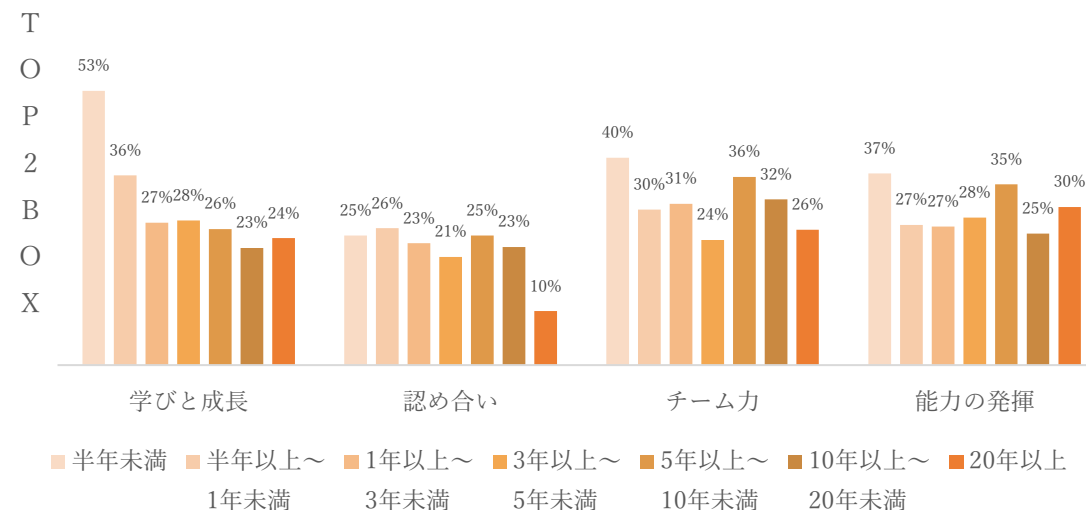
※上位組織＝幸福度が上位25%以内の組織 / 下位組織＝幸福度が下位25%以内の組織

- 下位組織において在職期間が長くなるほど仕事好き要素である「学びと成長」「認め合い」「チーム力」「能力の発揮」が下がっていることがわかりました。一方で、上位組織ではその傾向がありませんでした。
- 役職ごとに見ると、とくに上述の傾向が強かったのはオペレーターで、「学びと成長」では顕著に下がる傾向がありました。
- 上位組織はベテランオペレーターのように同一の役職で長く勤めている方であってもこれらの要素を上げることに成功した組織と推測できます。

上位25%の組織のTOP2BOX平均



下位25%の組織のTOP2BOX平均



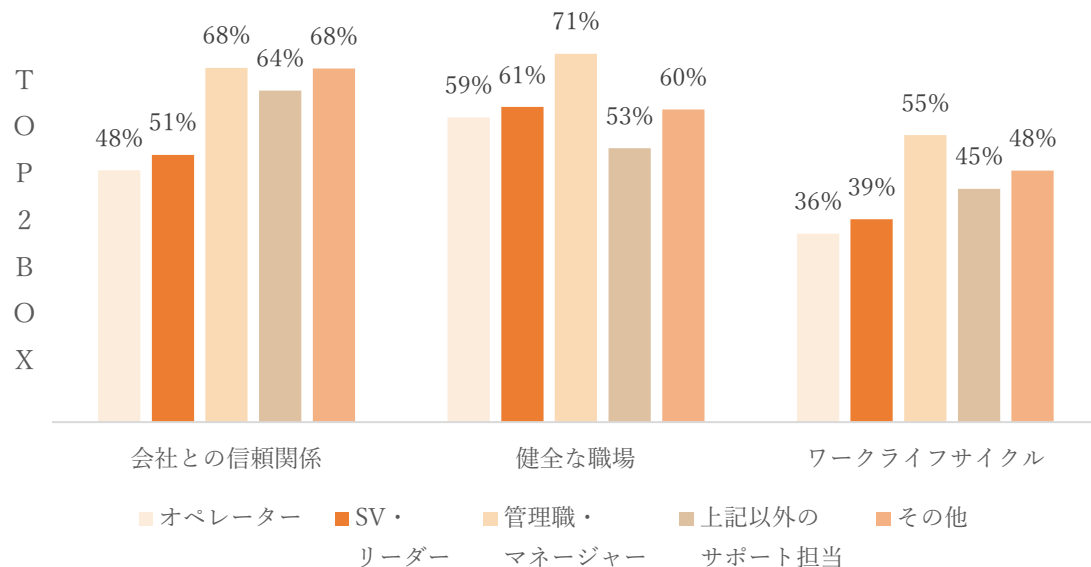
Well-being 7つの要素 – 会社好き要素のサマリー

下位組織ではSV・リーダーがすべての要素で最も低い

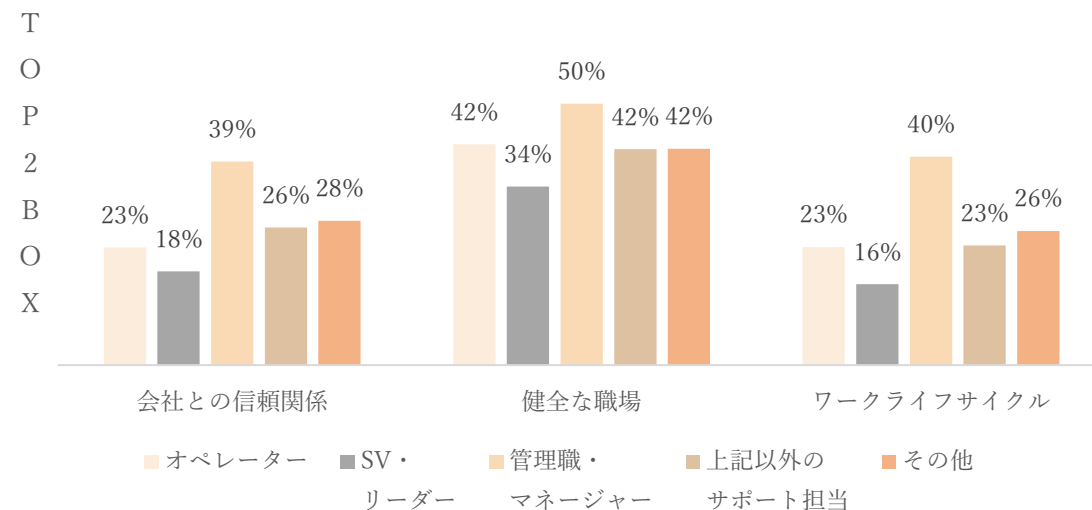
※上位組織＝幸福度が上位25%以内の組織 / 下位組織＝幸福度が下位25%以内の組織

- ・ 会社好き要素において上位組織と下位組織で最も特徴的な差があったのは「SV・リーダー」でした。上位組織では「SV・リーダー」は「オペレーター」よりも高い結果となりましたが、下位組織では「SV・リーダー」が最も低い結果となりました。
- ・ 上位組織と下位組織の「SV・リーダー」の会社好き要素の差は平均して約28%の差があり、他の役職と比べても差が大きいものであることがわかりました。
- ・ 上位組織は「SV・リーダー」が組織の要として、オペレーターの「会社好き要素」をあげることができていると推測できます。

上位25%の組織のTOP2BOX平均



下位25%の組織のTOP2BOX平均



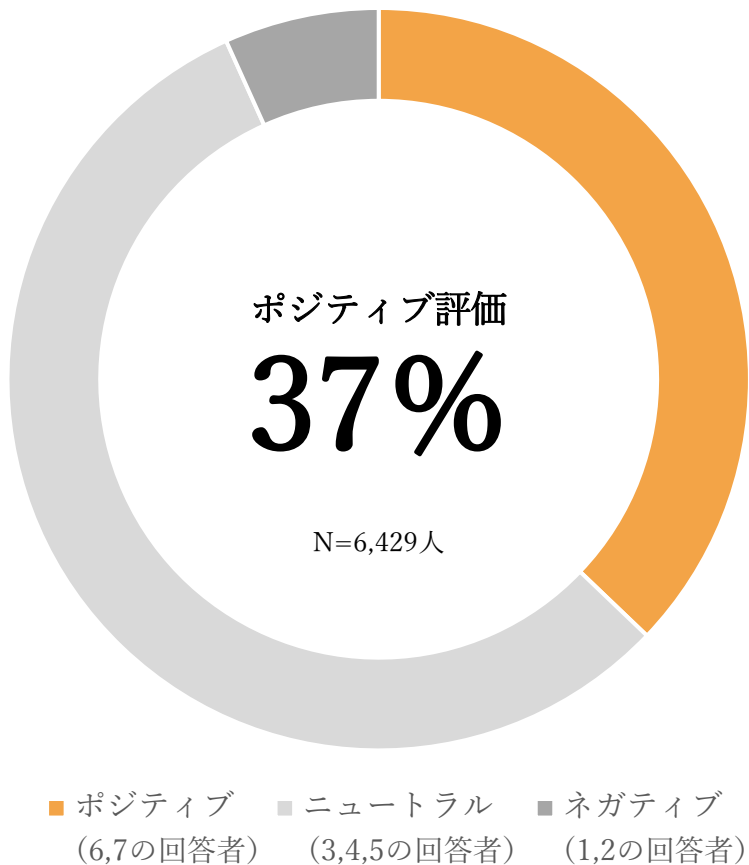
学びと成長

仕事を通じて自分自身の成長を感じ、それを嬉しく思いイキイキと働けている状態



学びと成長

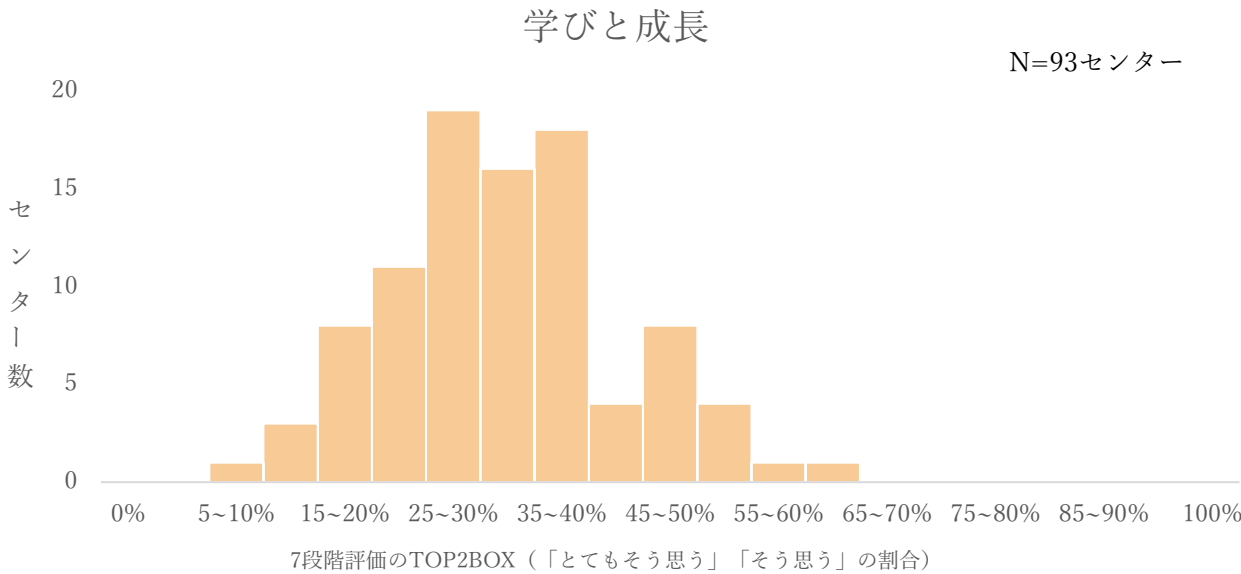
「学びと成長」に関する6設問の全組織平均
(7段階のTOP2)



自分自身が仕事や職場を通じて成長を感じられることは、働きがいや幸福度に好影響を与えます。これは商品やサービスに関する研修だけでなく、日々の業務を通じ先輩や同僚から学んでいるかなど広範囲にわたるものです。

また、アンケートのモチベーションが高まる時のコメントにも、「新たなことができるようになった時」や「成長できたと感じる時」という回答が多数ありました。さらに、自身ができるようになったこと以外にもSV・リーダーにとって管理下のオペレーターの成長こそが幸せと回答している方も少なくありませんでした。

アンケートの設問には会社の研修や上司の指導、職場の同僚からも学ぶことができているといったものの以外に、もっと勉強したいと思うかという学習意欲や、自分が学んだことを同僚にも共有できているかといったアウトプットに関するものも含まれます。



学びと成長 – アンケート区分：在職期間と役職ごとの比較

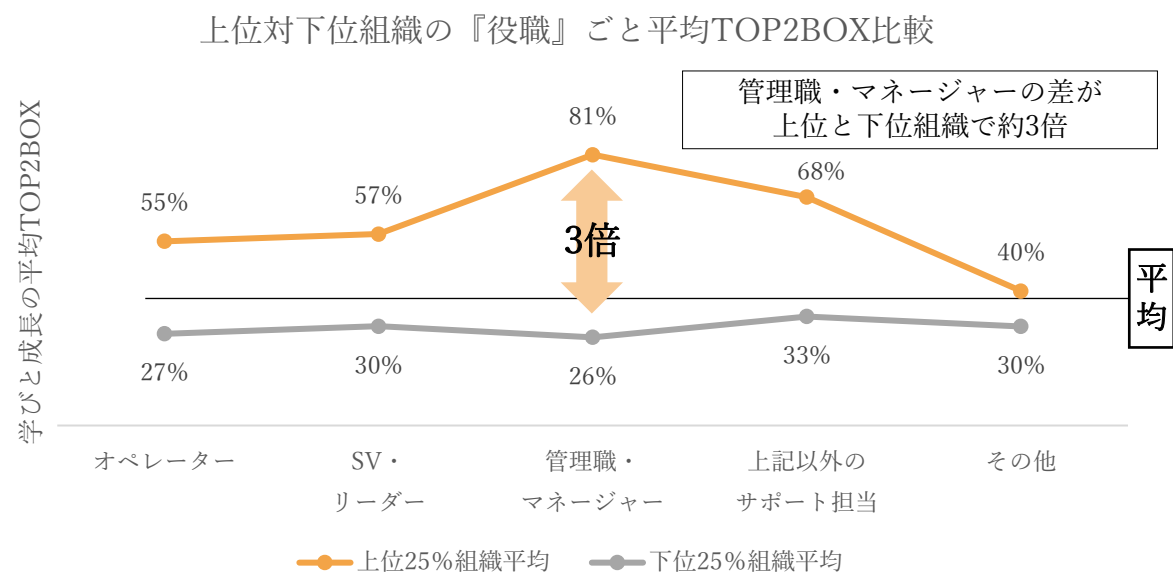
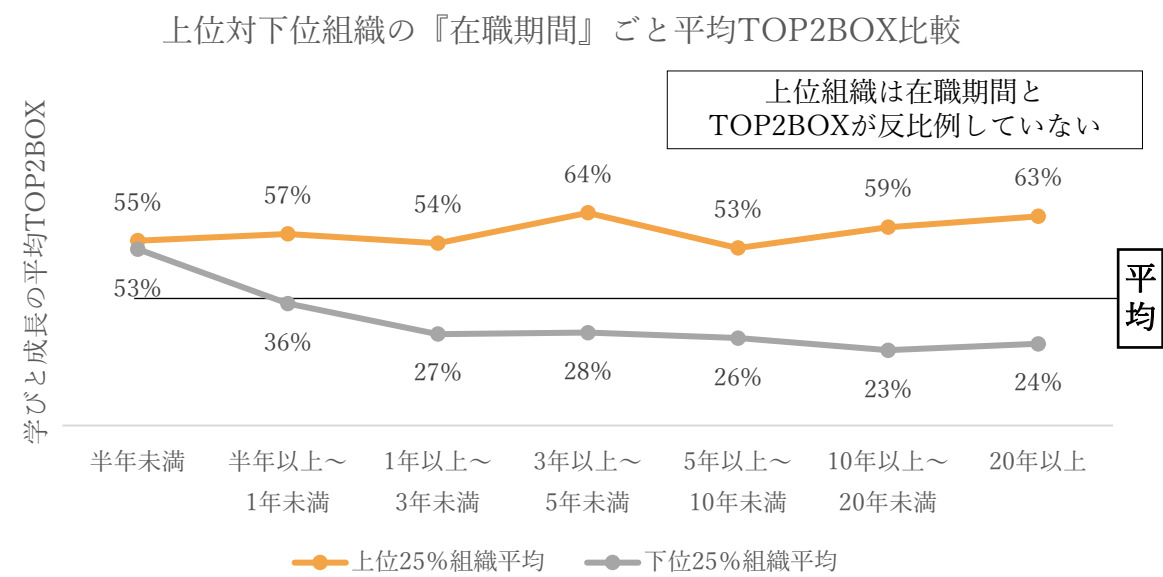
最も差があったのは「管理職・マネージャー」

下位組織においては、在職期間が長くなるにつれて下がる結果となりました。特に「半年未満」から「1年以上～3年未満」において大きく下がっていました。

フリーコメントでは「スキルを使いこなせるようになったとき」「スキルをチームに還元できたとき」などがモチベーションが上がる時としてあがっていました。学びと成長はインプットだけではなく、アウトプットも重要です。誰かに教えたり、習得したスキルを活用するなどのアウトプットがさらなる学びにつながります。下位組織においては、このような機会が少ない可能性があります。

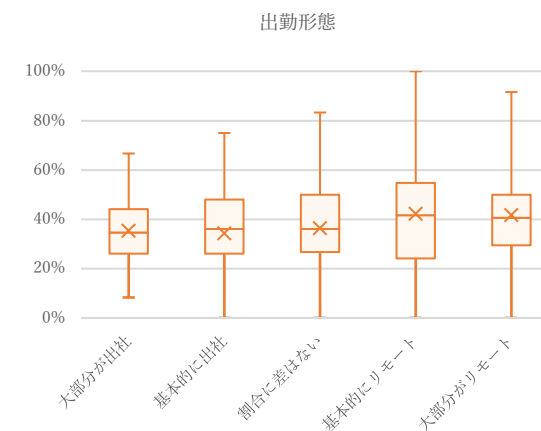
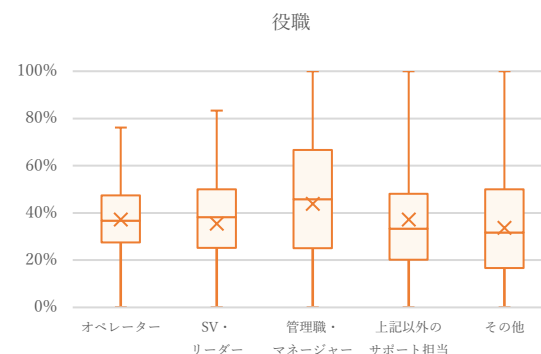
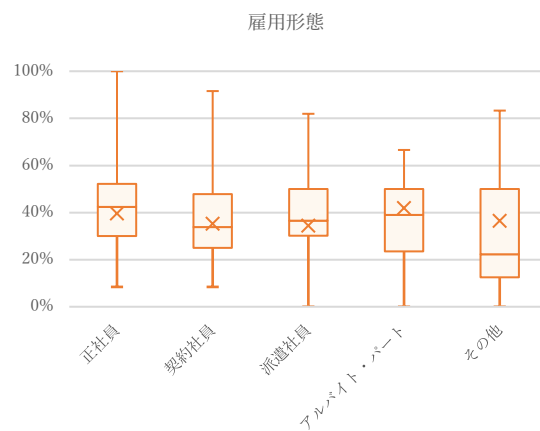
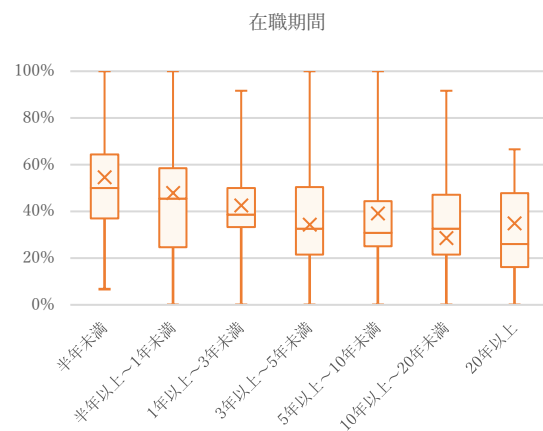
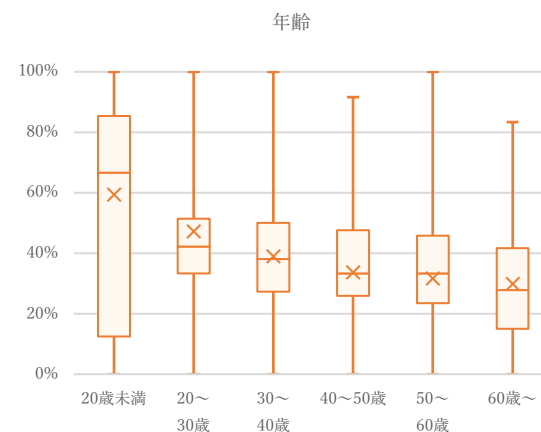
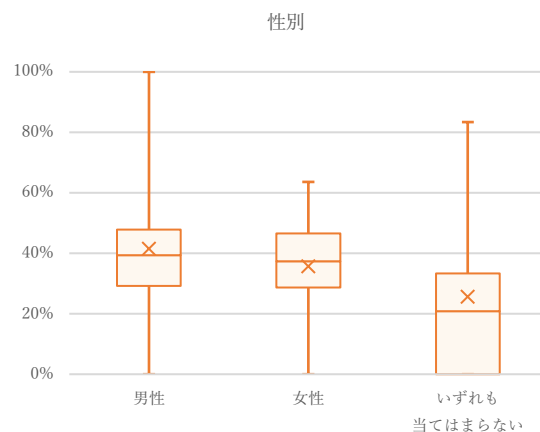
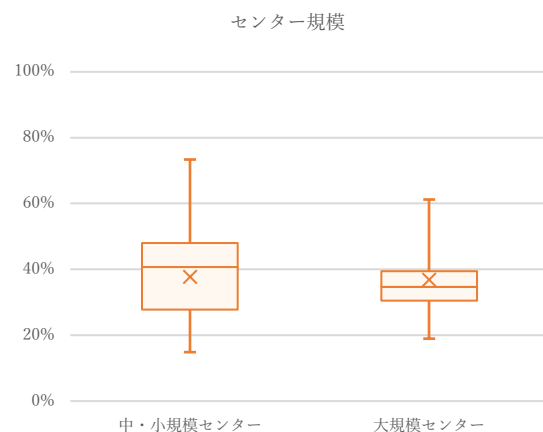
役職においては「管理職・マネージャー」で上位組織が下位組織の3倍高い結果となりました。

組織をリードする存在の学びが不足していることは、指導する上でそれ以外の役職の学びと成長へも影響します。フリーコメントでは「サポートや対応にばらつきがある」「スキル習得後のフォローがない」などがモチベーションが下がる時としてあがっていました。「管理職・マネージャー」がメンバー自身の能力にあった学びができていかなどの管理を含む、マネジメントスキルを学び、成長していくことが重要です。



学びと成長－アンケート区分ごとの箱ひげ図

その他のアンケート区分では「雇用形態」と「出勤形態」に若干の傾向がありました。「雇用形態」においては正社員・契約社員が上振れしており、派遣社員・アルバイト・パートが下振れしています。「出勤形態」においてはリモートの頻度が増えるほど平均値は上がっていますが、ばらつきが増えている結果となりました。



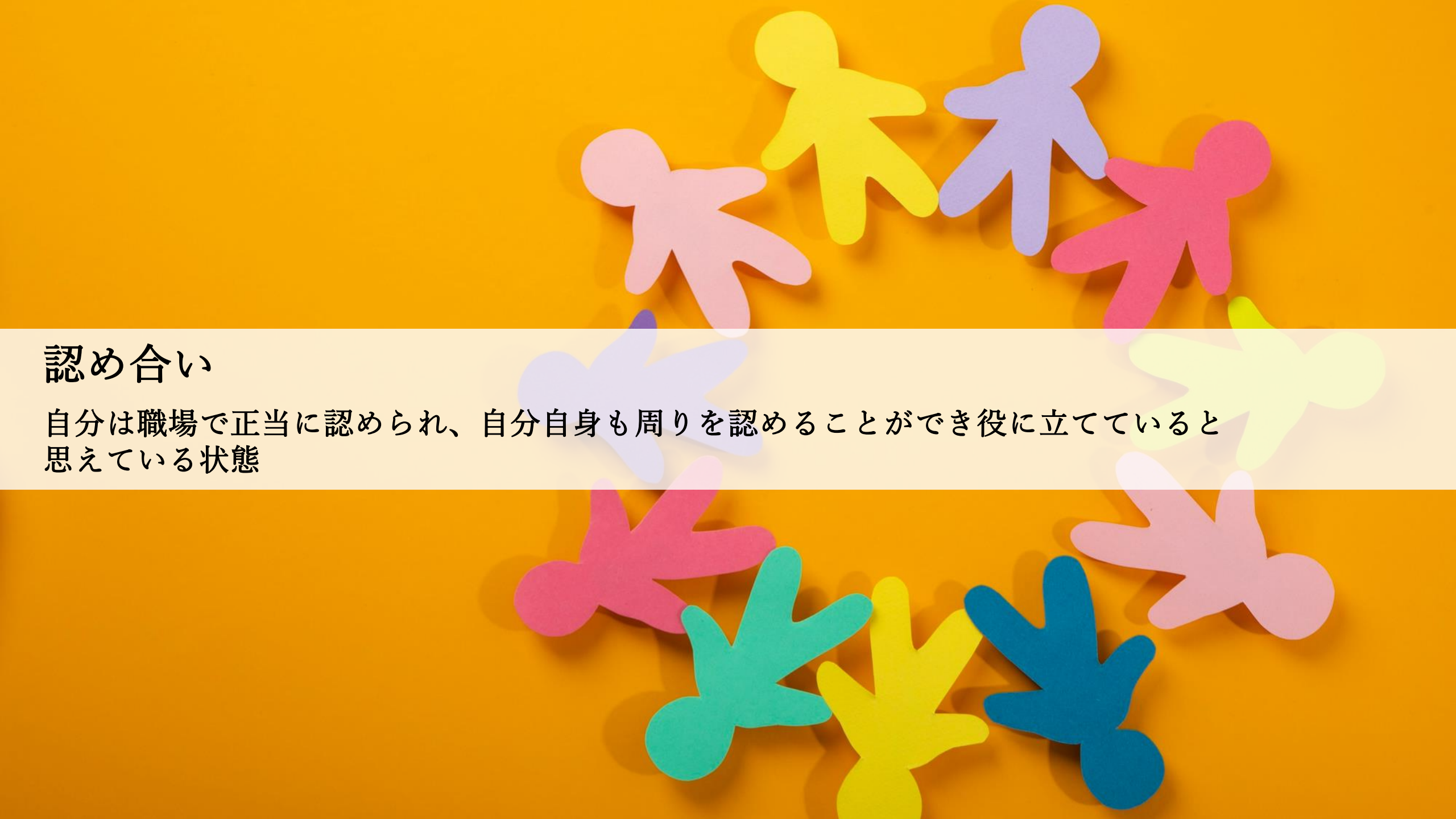
参考) フリーコメント抜粋

仕事のモチベーションが上がるのはどんな時ですか？

- 顧客から良い評価をいただいたとき、新しい事を学び自分の知識として身につけられたとき。仕事を楽しめているとき。
- 学んだ知識を顧客の対応に活かすことができ感謝の言葉をもらった時
- 新しい業務を学び、仕事として実行出来た時
- 自分の成長を感じられる瞬間や知らなかった知識やスキルを得られ、使いこなせるようになるとき。
- 自分のスキルが還元できてチームの方に頼られるとき
- 新たな技術やスキルを身に着ける機会をもてたとき
- チームや部門の成長、目標の達成を実感したとき
- 自分にとって少しでも新しいチャレンジをし、成功でも失敗でも糧となり成長実感を感じたとき
- オペレーターのモチベーションがあがっており、顧客に素敵な対応をしてくれたことを報告してくれる時等、人の成長と一緒に喜ぶ時。
- 成長を感じる時、みづからが考え成長させてくれる環境にある時
- 仕事での成功やメンバーの成長と努力が成果に結びついたときは、オペレーターだけでなく、私もモチベーションがあがります。

仕事のモチベーションが下がるのはどんな時ですか？

- 自己学習の時間が取れないとき
- 全力で取り組んでも学習内容についていけないと感じた時
- スキルが増える・スキル習得後のフォローがされていない。
- 不毛な仕事を任されたときや成長性につながらないもの
- オペレーターの成長や自分自身の成長過程に問題を感じた時
- 評価することが目的で次の成長につながる話がないとき
- 同じ業務の繰り返しで、成長を感じられないとき。
- 自分の成長にが止まったと感じる時。将来に不安を感じた時。
- 自己の成長に必要な仕事を任せてもらえない時
- 単純作業等自分の成長に繋がっているのか疑問に思う業務
- 成長する意思の見えない人と仕事する時。
- きちんと研修をしていないのに、今までの業務範囲外の対応（業務）をさせられる事
- 満足な研修をうけられないまま新スキルを入れられた時。
- 特にSVにによってサポートや対応にばらつきがあるので改善してほしい。研修や勉強会などして、部下に平等に接するようにしてほしい。

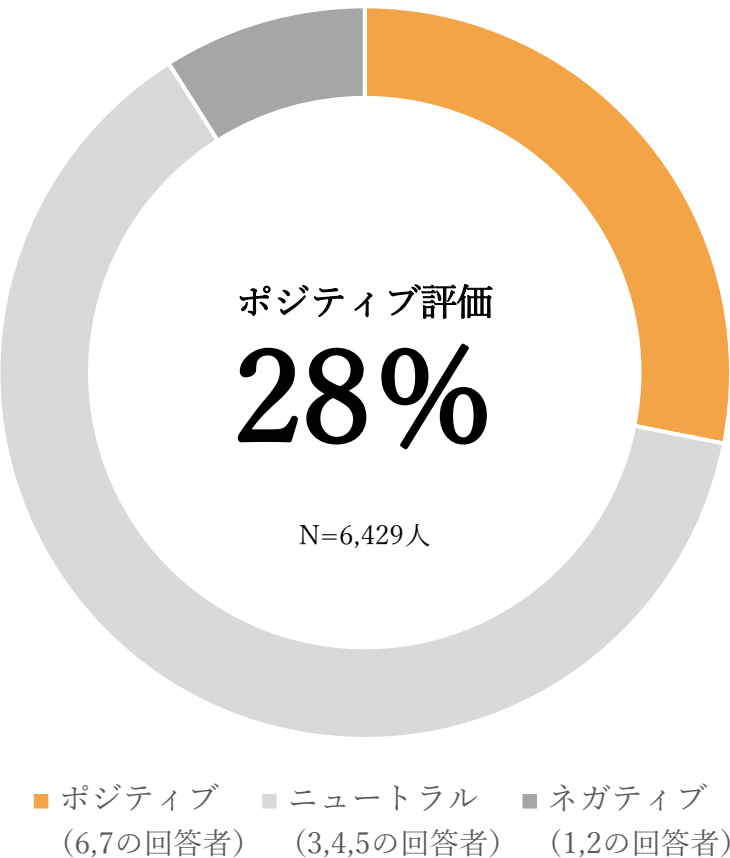
The background of the slide features a vibrant orange color. Scattered across this background are numerous paper cutouts of stylized human figures in various colors including yellow, purple, pink, light blue, teal, and dark blue. These figures are arranged in a circular pattern, with their arms extended as if they are holding hands, creating a sense of unity and community.

認め合い

自分は職場で正当に認められ、自分自身も周りを認めることができ役に立てていると
思っている状態

認め合い

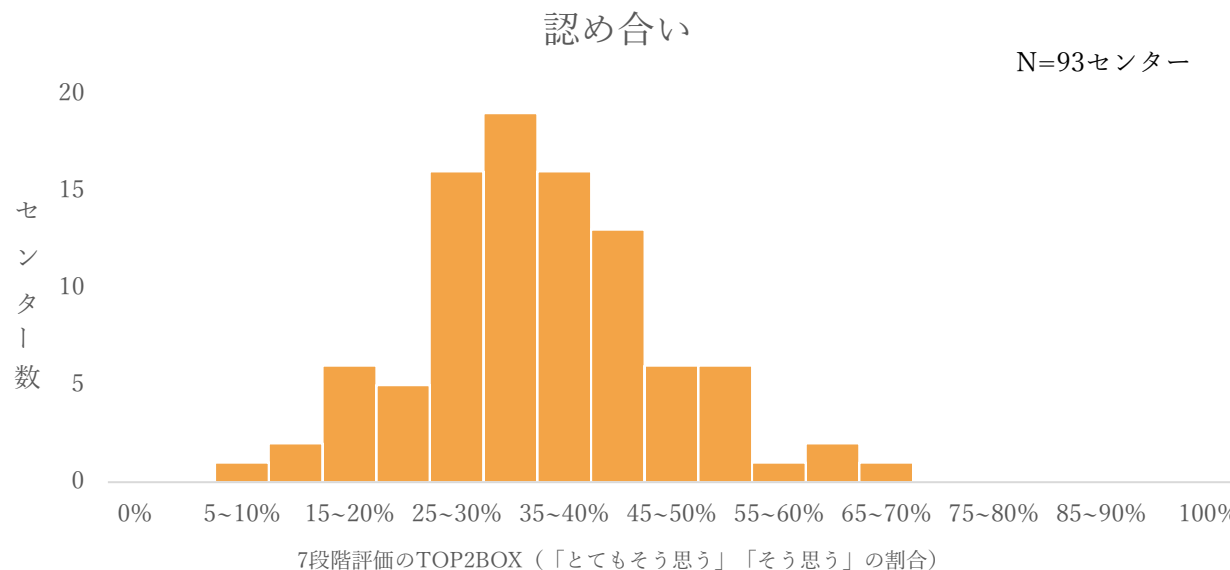
「認め合い」に関する6設問の全組織平均
(7段階のTOP2)



自分自身が会社・上司や同僚から認められていると感じているか、また自分自身も同僚や上司を認めることができているかが働きがいや幸福度に好影響を与えます。

認め合いは、昨年に引き続き今年もTOP2BOXが7つの要素の中で最も低く、業界全体の課題です。認め合いにおいて重要なのは、誰から何を認められるかです。誰からであっても認められると一定の効果がありますが、働きがいや幸福度に影響をするのは会社の方針や理念、パーパスが浸透し合った仲間に認められることです。また、何を認められるかにおいては、行動や能力を認められることも大事ではあるものの、考え方や価値観を認められることがより重要です。

アンケートの設問には、自分が職場に必要とされているか、同僚に対しての評価など、どこまで認め合っているかを表す設問などが含まれます。



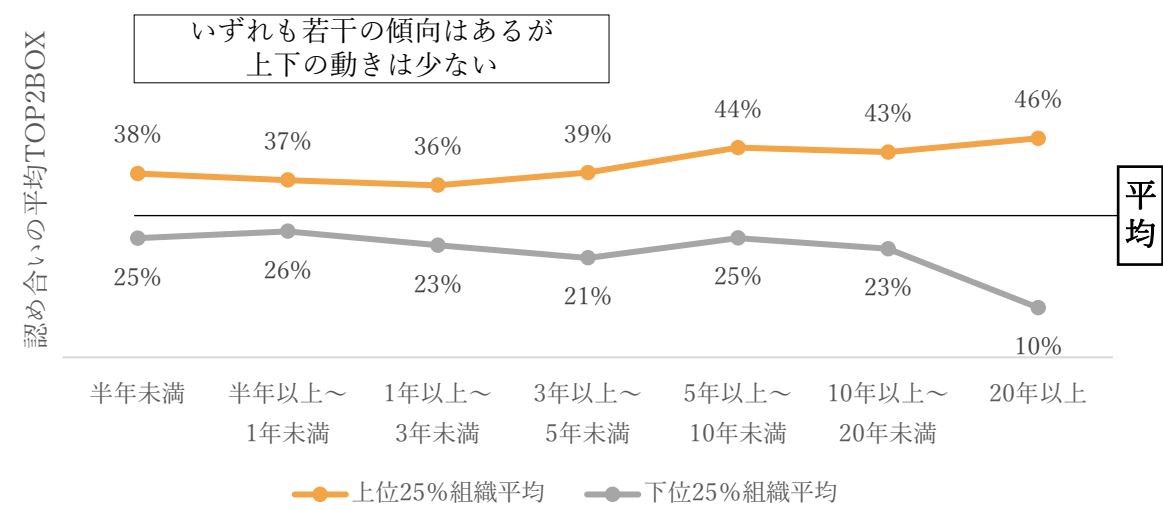
認め合い – アンケート区分：在職期間と役職ごとの比較

上位組織も下位組織も役職ごとに大きな差がある

在職期間では、上位組織は在職期間が長くなるほど微増、下位組織は在職期間が長くなるほど微減する傾向がありました。

Well-beingな組織を目指す上では、互いに認め合えていることが大事です。モチベーションが上がる時のコメントの中にも、「認められたとき」「感謝されたとき」などが多くありました。改善においては、評価制度の見直しやありがとうカード、表彰式などの施策も効果がありますが、互いに大切にしている価値観、目標達成のためにしている努力などを日ごろから理解することがより深い認め合いにつながります。

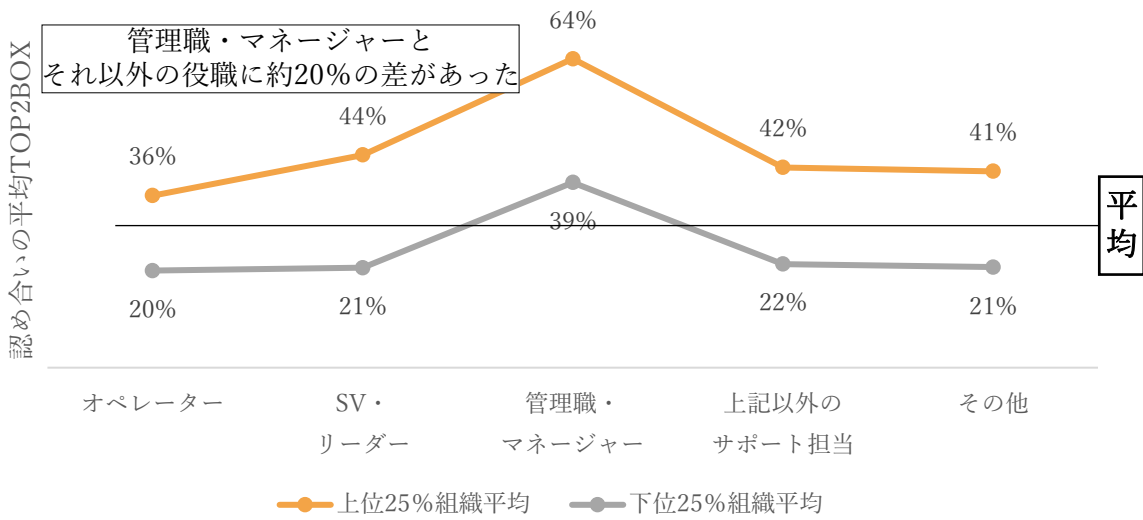
上位対下位組織の『在職期間』ごと平均TOP2BOX比較



役職では、どちらの組織においても「管理職・マネージャー」とそれ以外の役職の間に大きな差がありました。「管理職・マネージャー」は役職柄認められる機会が多く、実際にいずれの組織においても高い結果となっていると言えます。

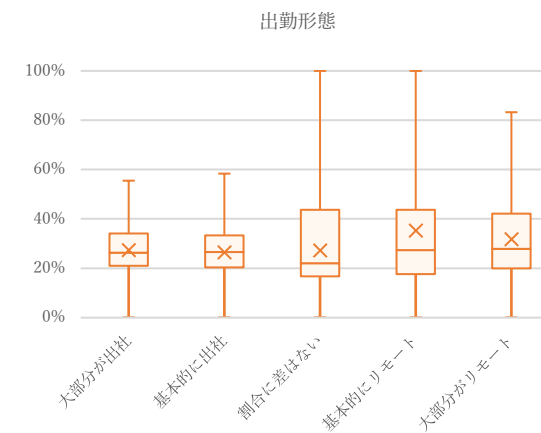
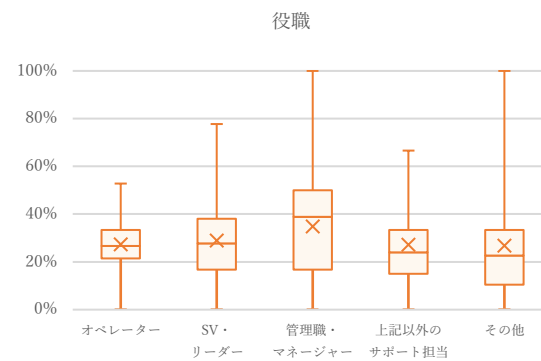
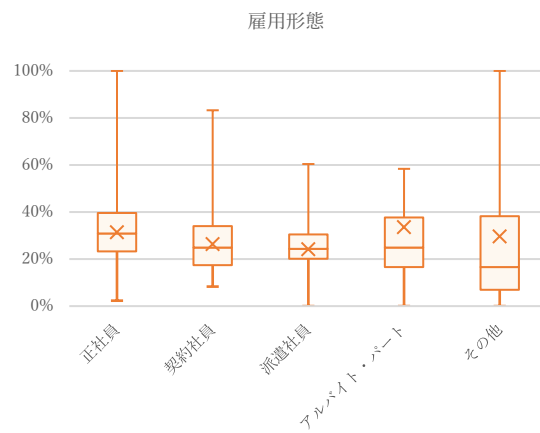
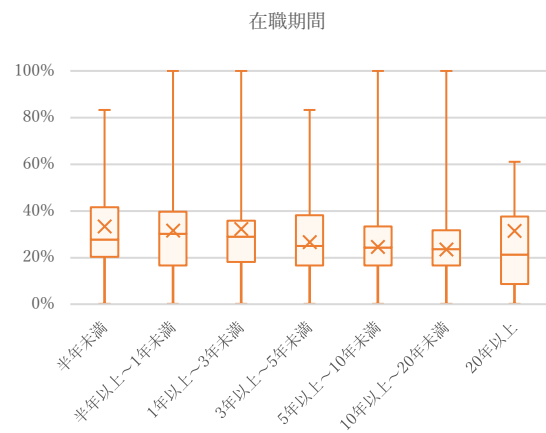
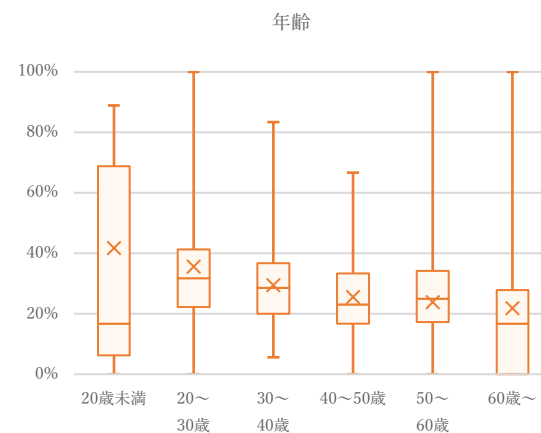
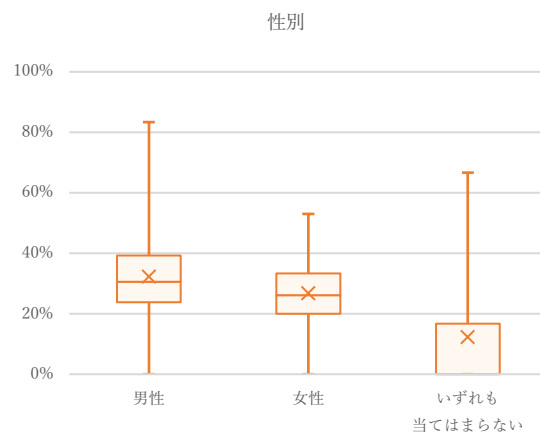
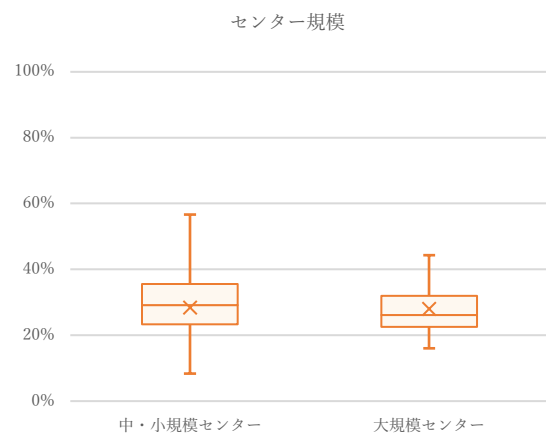
カスタマーセンターでは、業務の特性上、従業員同士がコミュニケーションをとれない日もあります。「オペレーター」「SV・リーダー」においても、認め合えていると思える組織にしていくためには、日々、感謝の気持ちを伝える、努力を認めて褒めることなど言葉にして伝える必要があります。

上位対下位組織の『役職』ごと平均TOP2BOX比較



認め合い – アンケート区分ごとの箱ひげ図

その他のアンケート区分では、「雇用形態」においては正社員がそれ以外の区分よりも若干高い結果となりました。「出勤形態」においてはリモートの頻度が増えれば増えるほど平均値は上がっていますが、ばらつきが増えている結果となりました。



参考) フリーコメント抜粋

仕事のモチベーションが上がるのはどんな時ですか？

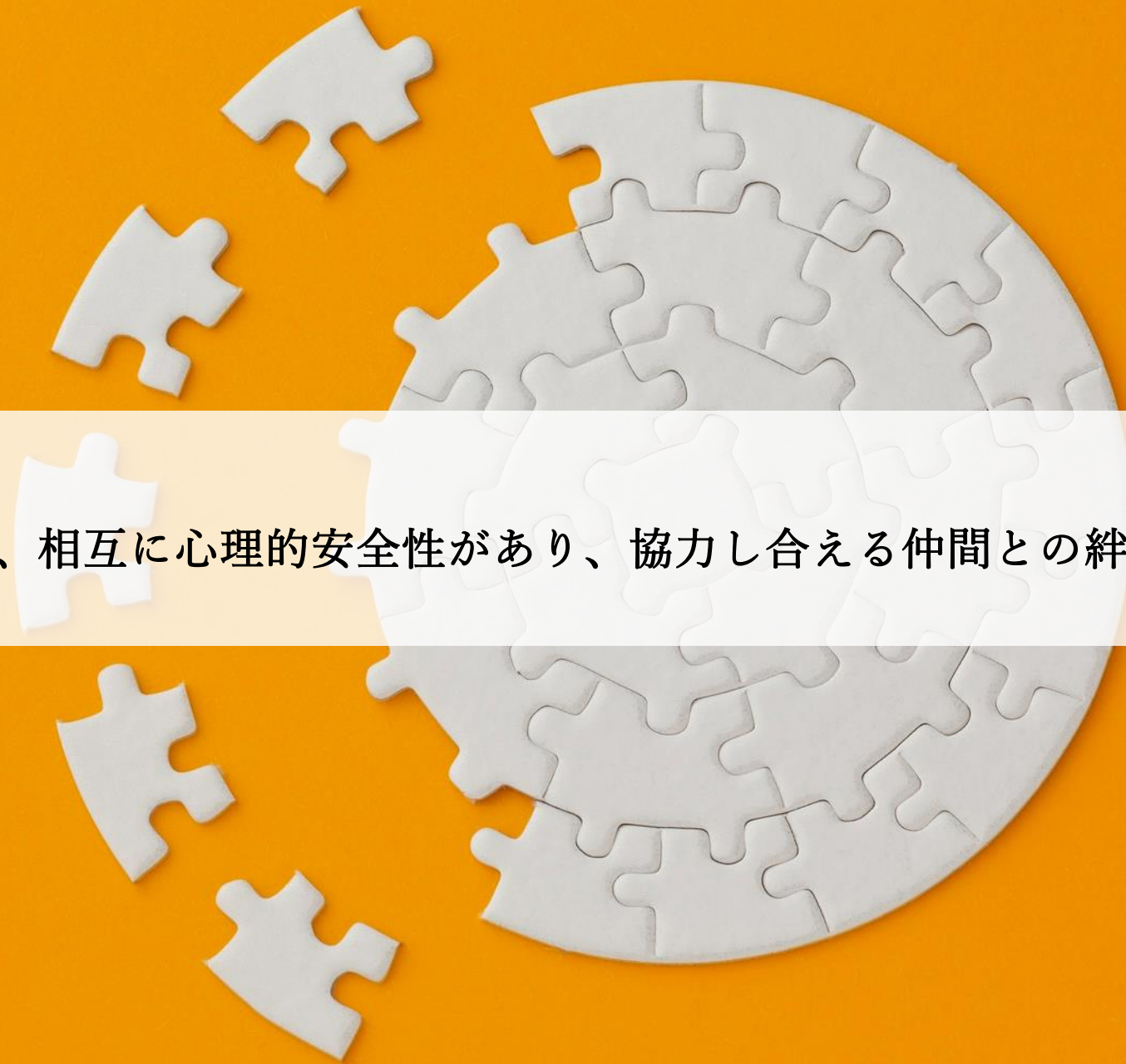
- みんなで共感したものが達成できたり、みんなで頑張ったことが認められることなど。
- 自身が関わる業務に対して同僚/上司から関心を持って評価してもらえること
- 上司に褒められる時。自分の仕事が誰かの役に立っている実感できたとき。できることが増えた時。
- 自分の担当以外の業務を自発的に行い、それが認められたり感謝してもらえたとき
- 一緒に働く仲間に認められたり、感謝されたりしたとき。
- 自分の仕事が上長に認められ会社の業績向上に結びついていると明確に感じられたとき
- 個別に見てくれる上司から具体的なフィードバックをもらったとき。
- 数字ではなく自身の業務をしっかり見て数字ではない部分などを上司から褒めてもらったとき
- オペレーターの育成していく中で、成長している姿を見れたときや自分の指導が役に立ったと言ってもらえた時。

仕事のモチベーションが下がるのはどんな時ですか？

- 普段関わることのない人、上司などから「あなたはこういうところがあるからね」とFBベースで指摘された時
- メンバーの頑張りを否定されたとき、同僚が誰かの悪口を言っているとき。
- 地道な人が評価されず、目立った人が評価される時
- 私を含むアルバイトに対して馬鹿にしているような雰囲気や発言があるとき。
- 自分のしている仕事を、低く見られる事。
- 認められない時／人間性のない職場だな、と感じた時
- 大事に頑張っていることを認めてもらえず、尊重されず、自分のことを何も分かってもらえていないと感じた時。
- 評価基準が曖昧な時、上司の視野が狭いと感じた時
- 自分の評価に影響しない雑多な依頼が次から次に来るとき
- 頑張っているときに、やる気のない声や態度を目にしたとき。
- うまくいかなかった時に、経緯は見ず結果だけを見て評価される時
- 無関心で放置、頑張りに気が付かなかった時、一人でやってる感がある時
- 自分の意見を全く聞き入れてもらえない時（自分意見が〇〇という理由で採用できない等説明がある時は関係ない）

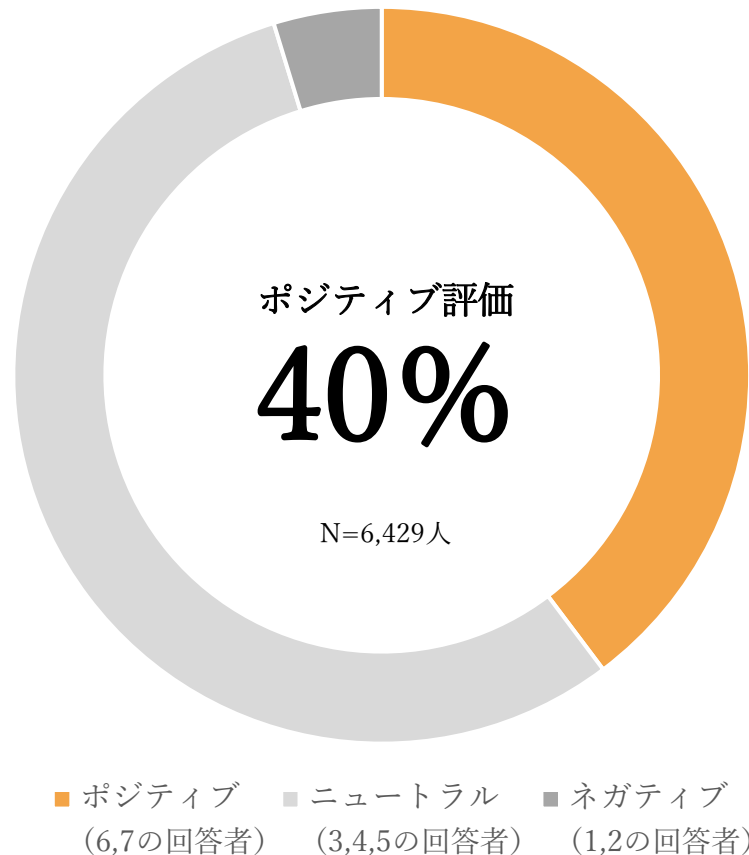
チーム力

仕事の目標・目的を共有でき、相互に心理的安全性があり、協力し合える仲間との絆を感じる
ことのできる状態



チーム力

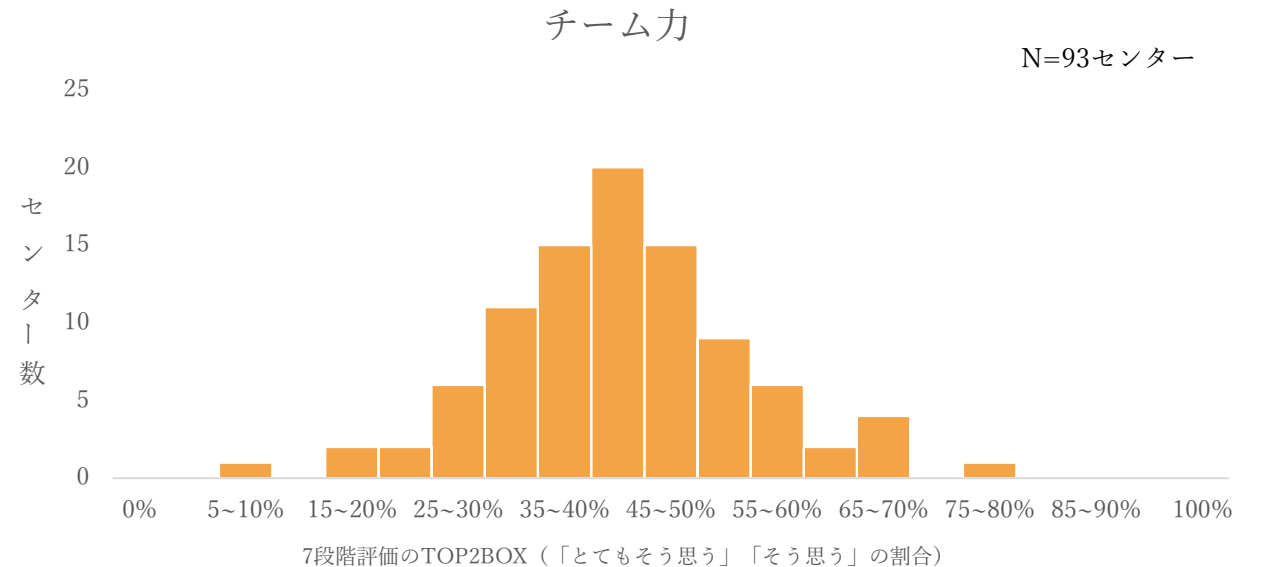
「チーム力」に関する6設問の全組織平均
(7段階のTOP2)



カスタマーセンターの仕事において、チームで顧客の対応にあたるケースは多くはないですが、身近で働く仲間同士の関係の強さは幸福度に好影響を与えます。

仲間同士の関係が強いことは単純に仲が良いことだけではありません。同じ目的・目標の達成に向けて、互いに自分の考えや意見を言い合えることがチーム力において重要です。そのためには互いの価値観、また長所や短所なども理解し尊重しあう心理的安全性が欠かせません。

アンケートの設問には同僚との関係について、直属の上司の対応について、また自分の意見や考えが尊重されているかなどの設問が含まれます。



チーム力－アンケート区分：在職期間と役職ごとの比較

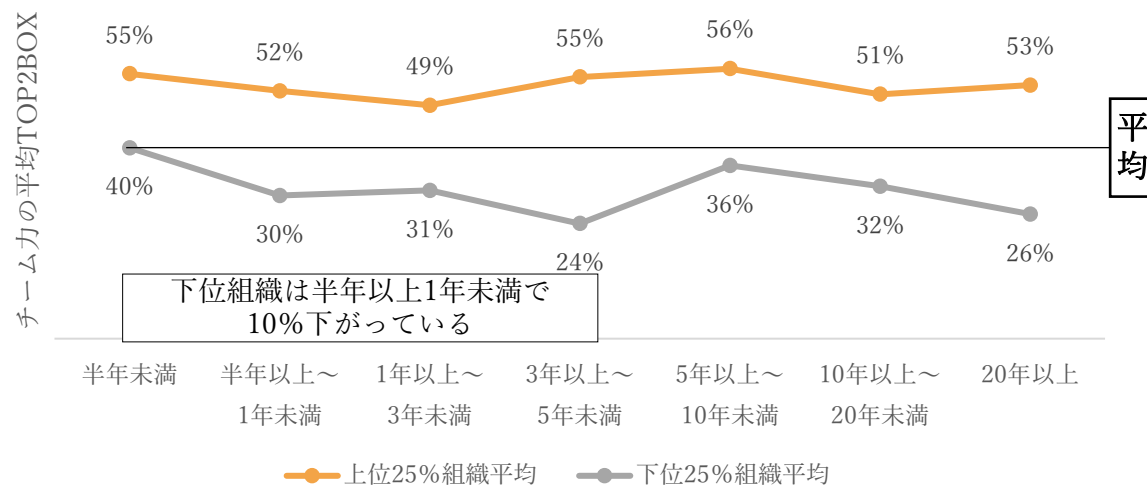
下位組織は半年～1年で下がる傾向があり、管理職・マネージャーとそれ以下の役職の差が大きい

研修期間を終えてデビューした後は、慣れない業務の中でわからないことや失敗への不安が多い時期です。下位組織において「半年未満」から「半年以上1年未満」への10%の落差はこのような不安を感じている現状を表している可能性があります。デビュー後も、マニュアルに沿った応対や顧客にあった応対をしていく中では様々な問題や課題が出てきます。モニタリングなども大事ですが、オペレーターが困っていないか、どのようなサポートが必要かを把握するためには、何気ないコミュニケーションや雑談などをおして心理的安全性がある環境作りが大切といえるでしょう。

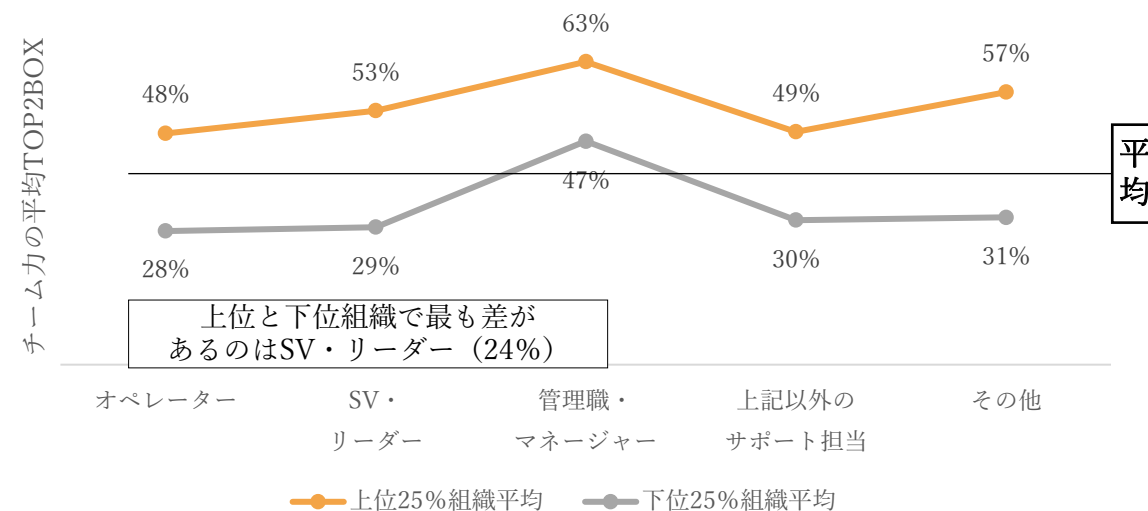
在職区分においては、上位組織と下位組織でとくに差が開いていたのは「SV・リーダー」でした。

現場の最前線でオペレーターを管理している「SV・リーダー」が、「オペレーター」一人一人を理解するだけでなく、チーム内の人間関係も把握したうえで目標をたて、目標達成にむけてチームをまとめていくことがチーム力につながります。上位組織においては、「SV・リーダー」が自身の役割を理解し発揮できている可能性があります。

上位対下位組織の『在職期間』ごと平均TOP2BOX比較



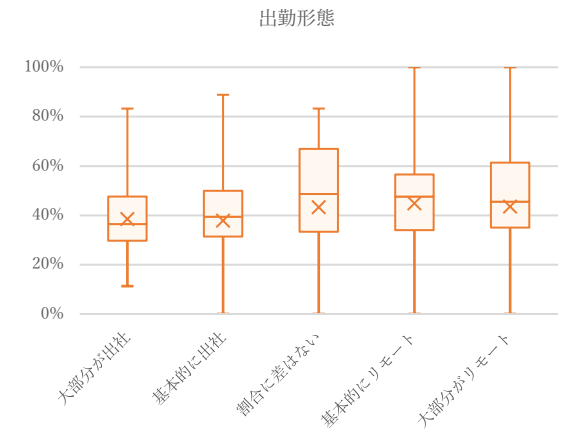
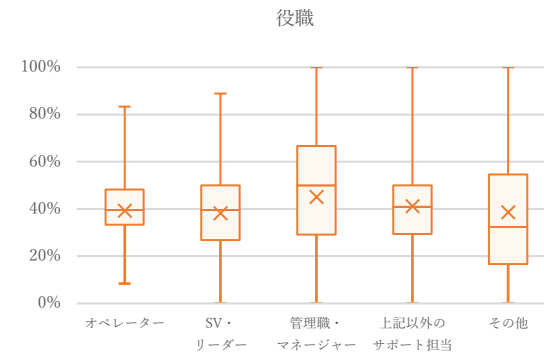
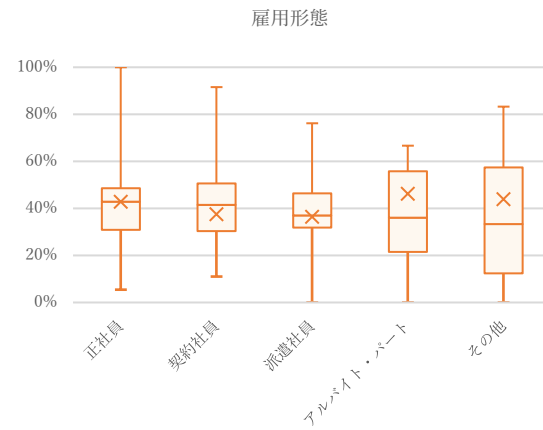
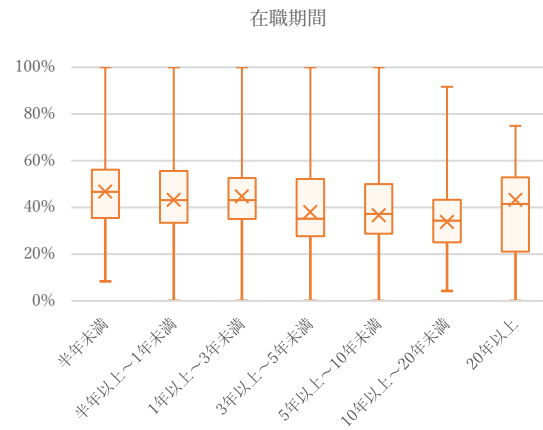
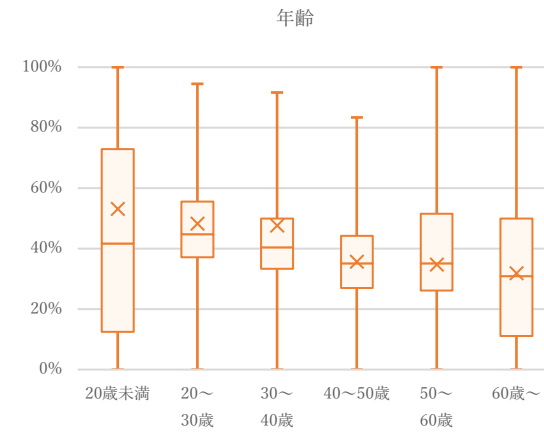
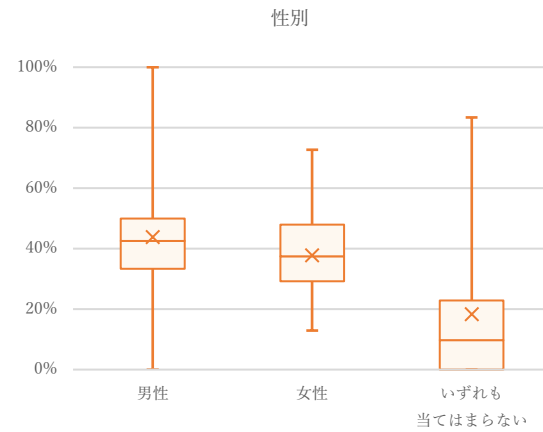
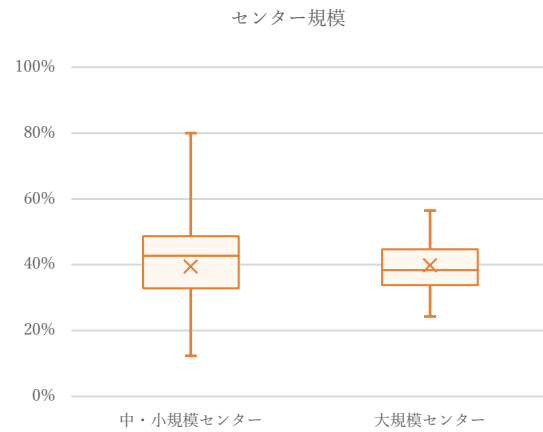
上位対下位組織の『役職』ごと平均TOP2BOX比較



チーム力－アンケート区分ごとの箱ひげ図

チーム力の傾向は認め合いの傾向と類似していることがわかりました。

その他のアンケート区分では、「雇用形態」においては正社員がそれ以外の区分よりも若干高い結果となりました。「出勤形態」においてはリモートの頻度が増えれば増えるほど平均値は上がっていますが、ばらつきが増える結果となりました。



参考) フリーコメント抜粋

仕事のモチベーションが上がるのはどんな時ですか？

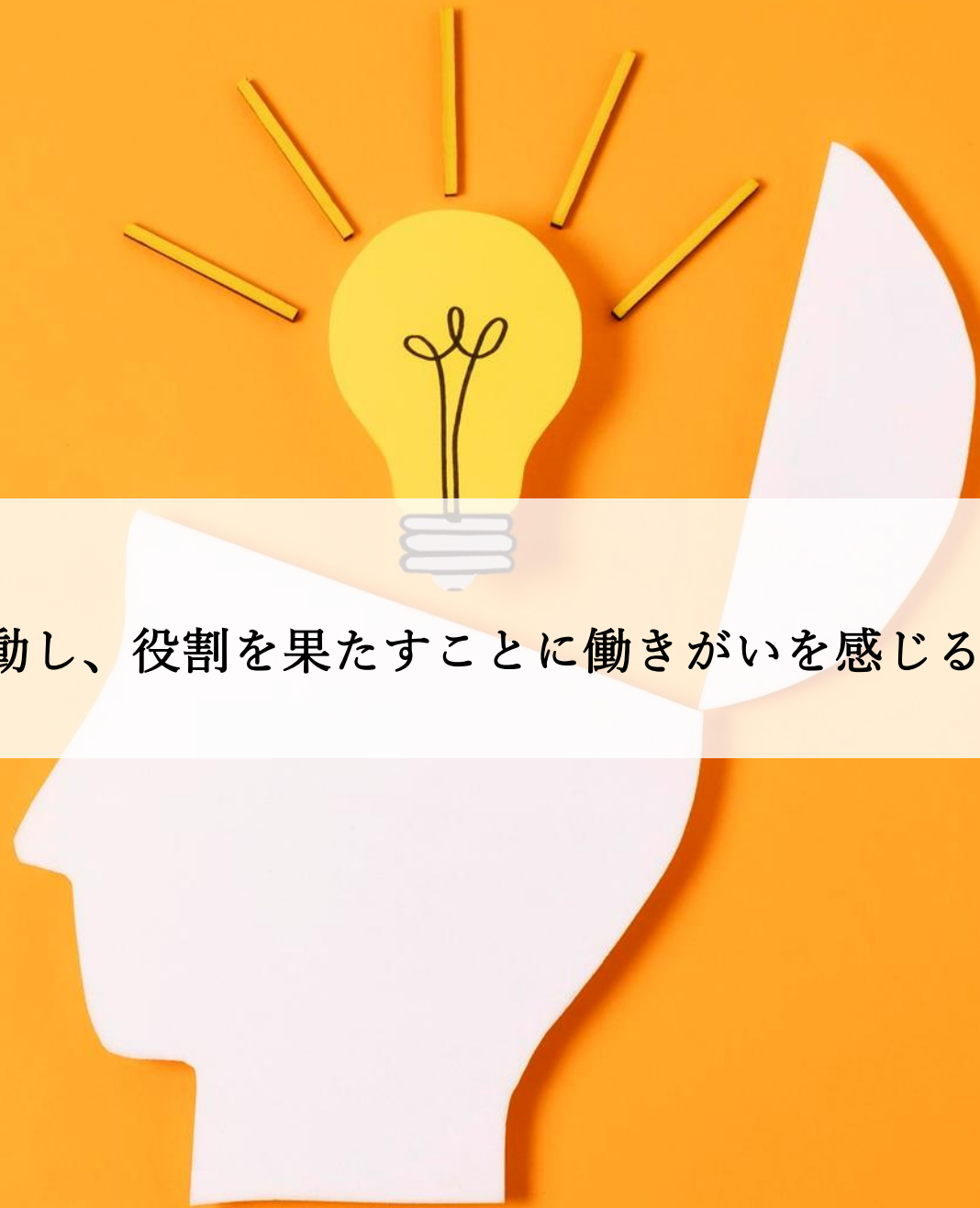
- 目標を達成できたとき チームでうまく連携し成果が出せたとき
- 自分以外のチームのメンバーが成果を発揮できている時。
- チームメンバーの役に立てている、と実感したとき
- チームメンバーから「助かりました！」や、「面談で心のモヤモヤがすっきりしました」とお礼を頂き、メンバーのモチベーションがアップした時。
- 同僚やチームのメンバーが生き生きと楽しんで会社に出社できていると感じたとき
- チームメンバーとチームミーティングをして話をしている時
- 1つの大きなタスクに対してチームで共通認識を持って進めている時
- 仕事以外のプライベートな話や趣味の話がちらっとでも出たら、働く仲間のこと知れて一緒に頑張ろうという気持ちになります
- 働く仲間が表彰されたとき。
- 風土や価値観のあう仲間と仕事をしているとき
- 職場の仲間と話をしたり仕事の理解を深めた時。
- 仲間との信頼関係が築けていると感じた時。
- 同期や仲間の楽しそうな顔嬉しそうな顔を見ることができた時

仕事のモチベーションが下がるのはどんな時ですか？

- どんな理由でも仲間が離職・退職してしまった時
- 仲間と連携が取れていない時。
- 仲間が辞めると申し出たとき。モチベーションの低い社員（総合職・専門職）と仕事をしているとき。
- 上司や部下、仲間の陰口が聞こえてきたり、勝手な思い込みだけで人を評価していることが見えたとき
- 部下や仲間の利己的な行動があった時
- 上司同士の揉め事が起き、自分ではどうしようもない状況で雰囲気が悪くなる時。
- 不機嫌なメンバーなど感情的な事でチームの雰囲気が悪くなった時。
- 各種提案しても、却下前提や興味がない雰囲気で話を聞かれたとき。
- コミュニケーションがなく、次のアクションが分かりにくい時
- 上司に質疑をしにくいと感じた時
- 上司からの論理的でない感情的な叱責
- 指示が理不尽に感じたとき、まったくエビデンスのないことで説得しようと試みられたとき、感情的な指示を受けたとき

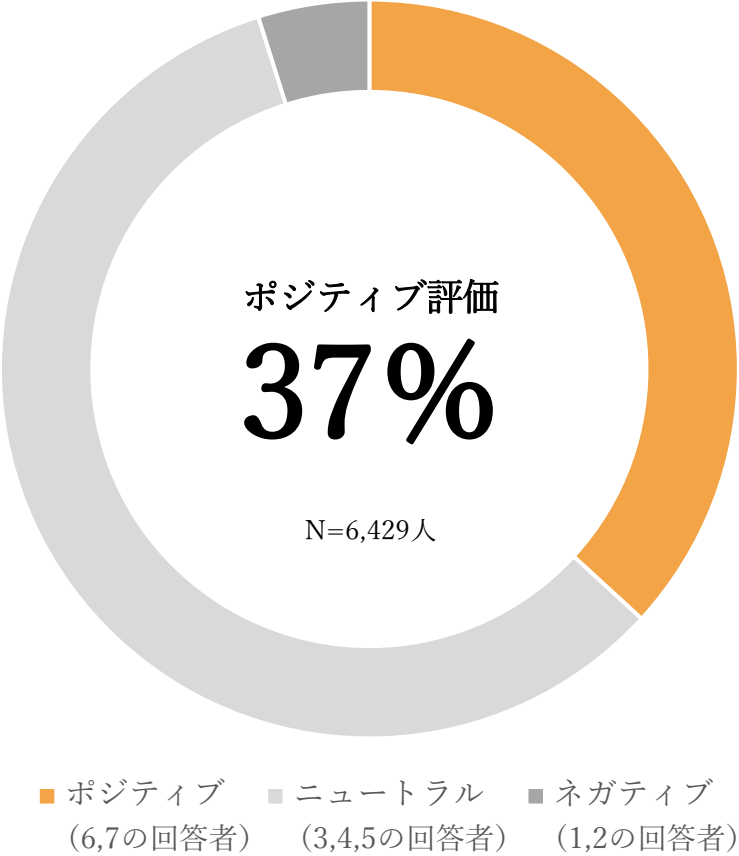
能力の発揮

自分の役割を認識した上で自分の意志・考察で行動し、役割を果たすことに働きがいを感じることもできる状態



能力の発揮

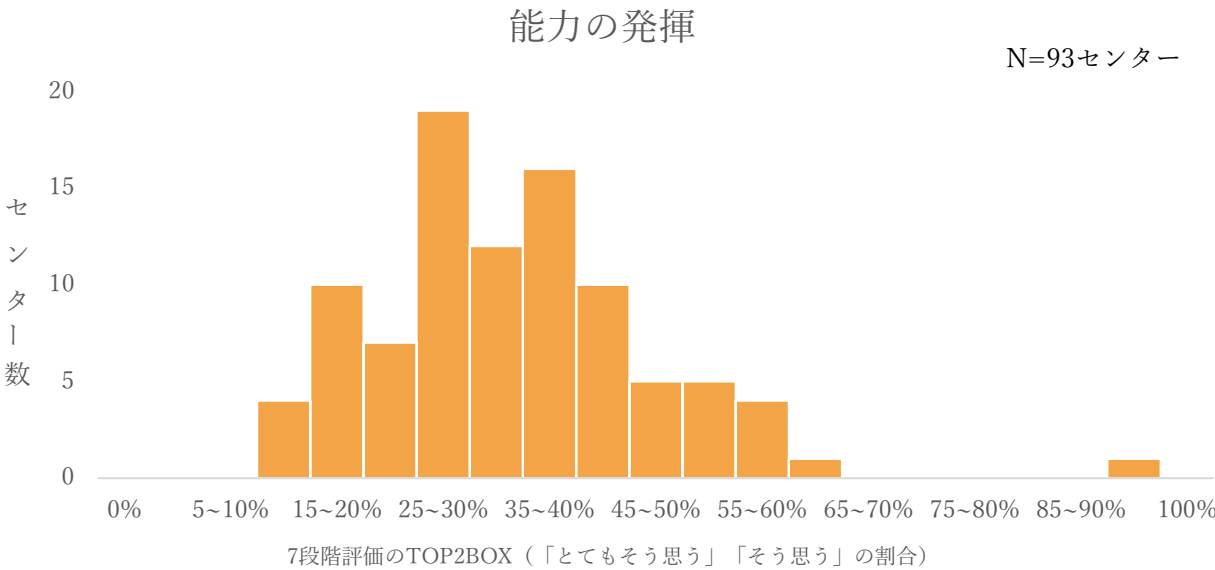
「能力の発揮」に関する6設問の全組織平均
(7段階のTOP2)



自分の長所や強みを仕事上で発揮できることは幸福度に好影響を与えます。しかし、カスタマーセンターでの業務、とくにオペレーターは標準作業への遵守などを求められる業務の特性上、長所や強みを発揮することが簡単ではありません。

オペレーターに限らず自分の能力を最大限に発揮するためには、自分の役割を理解することはもちろんのこと、会社が権限の付与やサポートなどを行うことも大事です。

アンケートの設問には、成果を出すための権限やサポートが十分であるか、自身が工夫できているか、長所や強みを発揮する機会があるかなどの設問が含まれます。



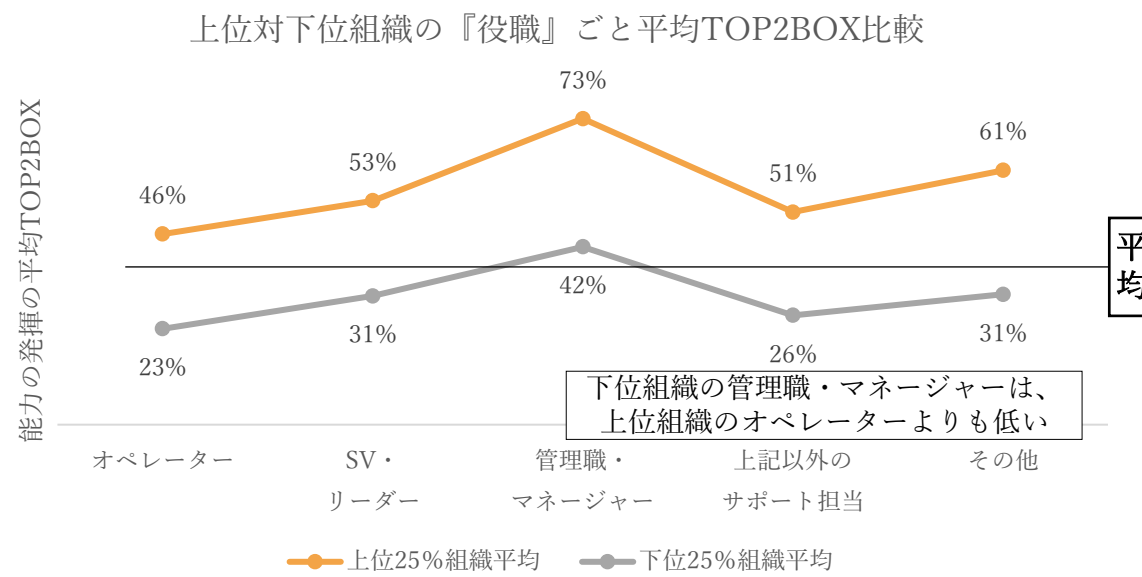
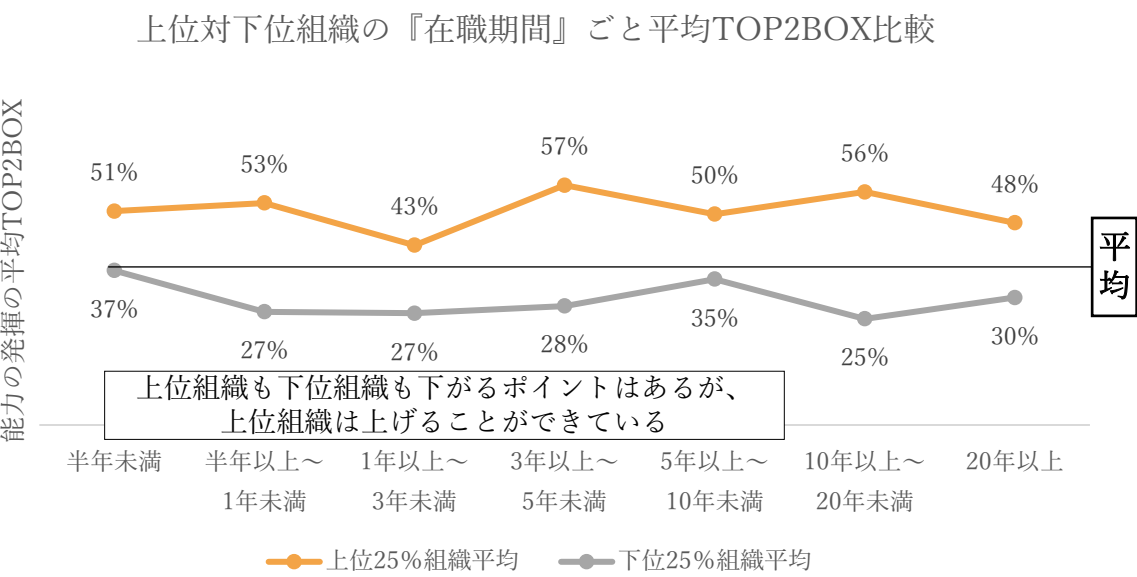
能力の発揮－アンケート区分：在職期間と役職ごとの比較

管理職・マネージャーとそれ以外の役職の差が大きい

入社直後はまだマニュアルやルールなどの基礎を学ぶ段階であり、能力を発揮できていないと感じることも多いでしょう。しかしながら、下位組織では入社直後の「半年未満」と比べて「半年以上1年未満」が低い結果になりました。これは、基本知識は身についたがそれを発揮する機会やさらに能力を高める機会が少ないことが考えられます。一方、上位組織においては、「1年以上3年未満」で一度下がっていますがその後大きく上昇しています。上位組織では従業員とのコミュニケーションの基盤があり、能力を発揮するためのサポートが的確に実施できている結果があらわれた可能性があります。

役職ごとでは、上位も下位組織も「管理職・マネージャー」が他と比べて高い結果となりました。役職とともに裁量権があがり能力を発揮できていると感じやすくなる自然な結果と言えます。

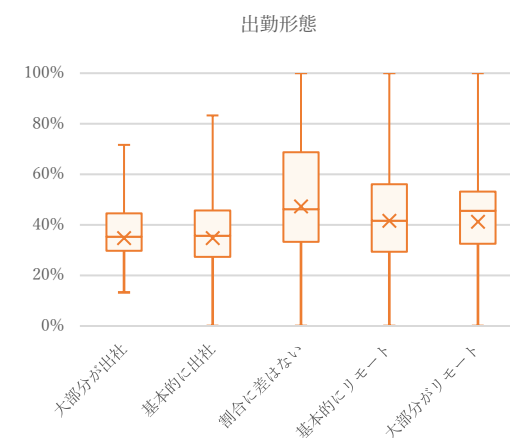
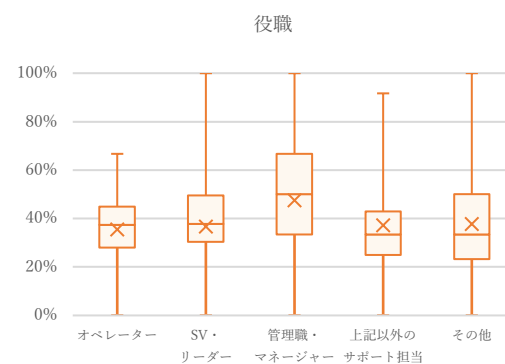
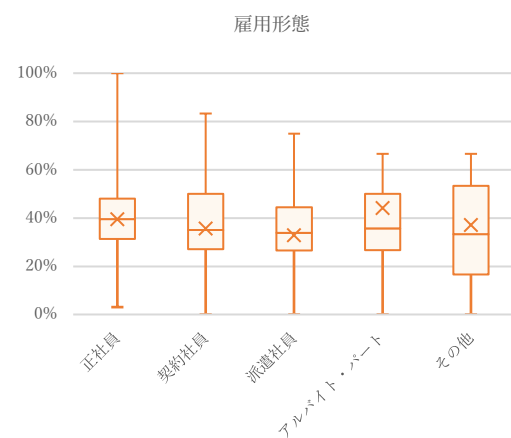
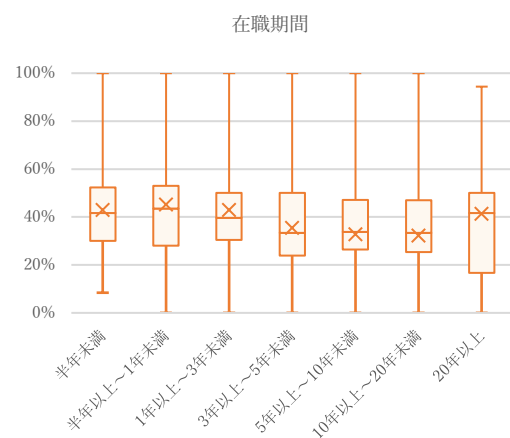
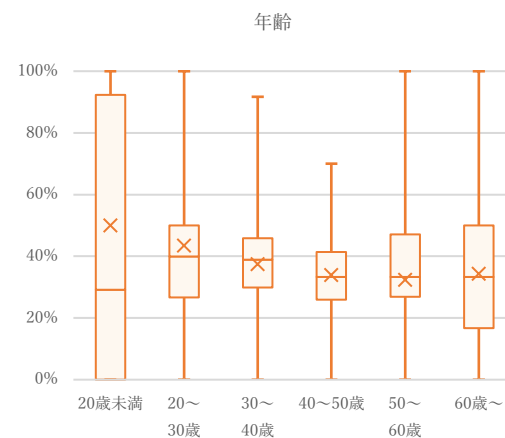
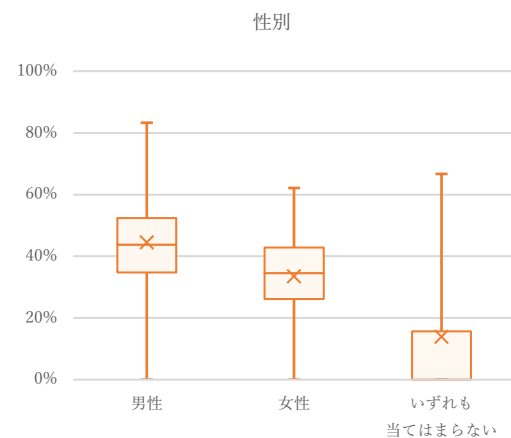
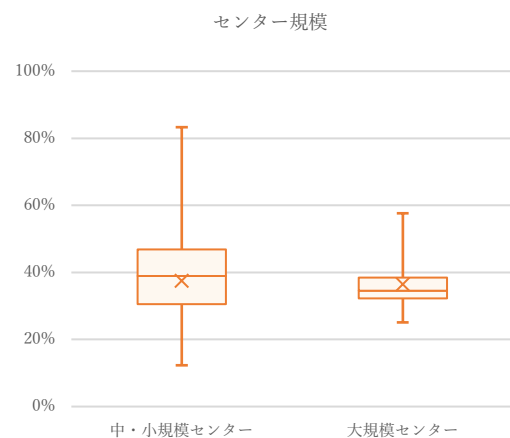
顧客と直接接するオペレーターやSV・リーダーも能力の発揮を感じることも重要です。設問では「自分の役割は理解できている」は高かったですが「仕事を効率的に行うための会社からのサポートは十分である」は低い結果となりました。従業員が最大限に能力を発揮するためには、役割にあった裁量権、またオペレーター個人の能力をどのように仕事に活かせるかを一緒に見つけ、その能力を発揮させる取組みも重要になります。



能力の発揮 – アンケート区分ごとの箱ひげ図

とくに特徴的だったのは「センター規模」です。

「大規模センター」のばらつきは他の要素と比べると極端に小さいことがわかりました。



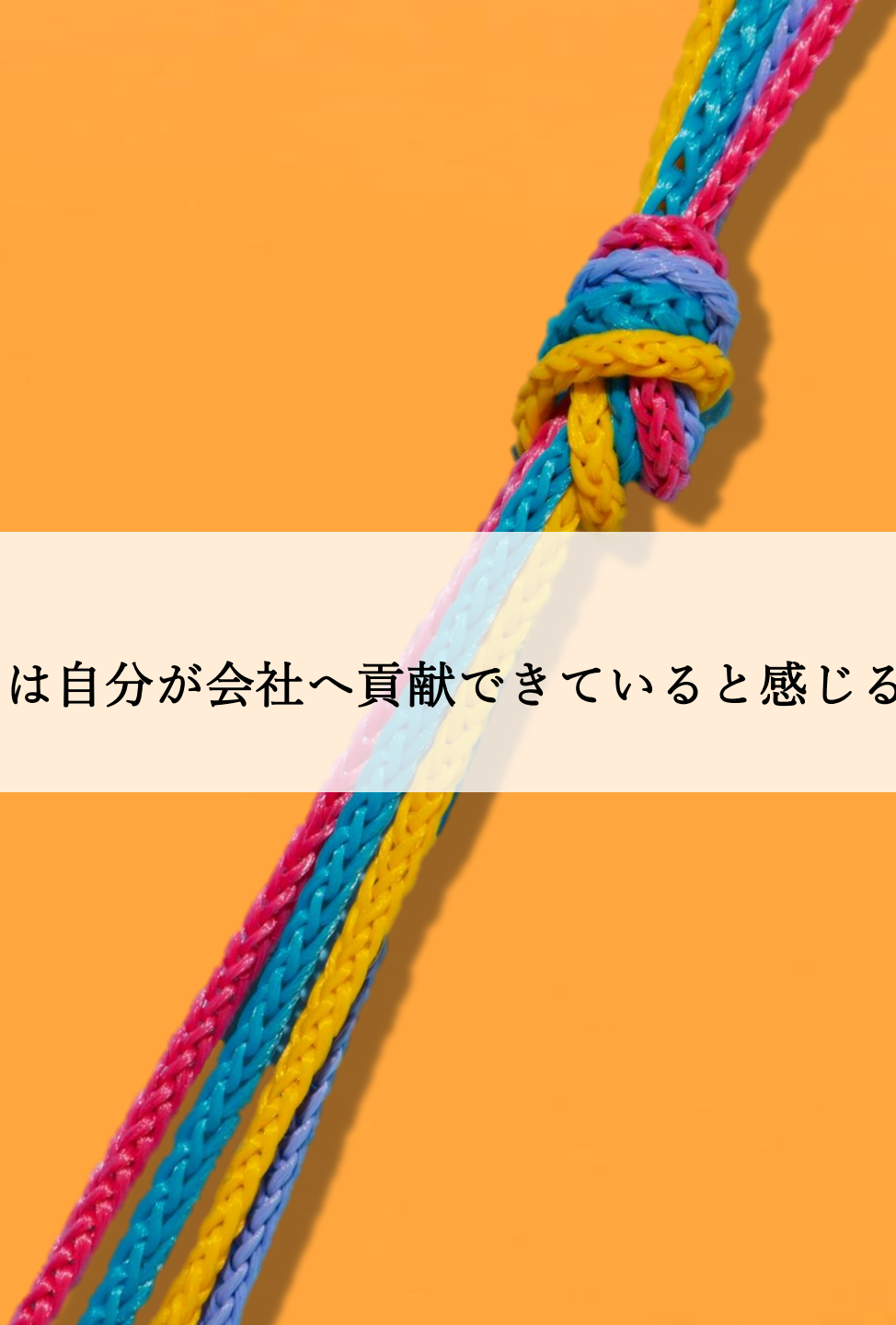
参考) フリーコメント抜粋

仕事のモチベーションが上がるのはどんな時ですか？

- 自分の得意な技術を要する業務を依頼されたとき
- 自分の得意分野や能力を活かした仕事ができるとき
- 自分の強みを活かし、メンバーや組織の役に立ったと実感できるとき。
- 目標（目的）に向かって、みんなと同じ方向を向き、互いの強み弱みを補いながら前に向かう環境で働いている時
- 長所を誉められたとき
- 仕事の内容をある程度自分で考えることができるとき。工夫の余地がある仕事を任されたとき。
- 創意工夫をして好転した時や成長を感じる時
- 全員が同じ目的に向かって、それぞれが自ら主体的に業務に取り組んでいる時。またそれを周囲もサポートをしている時。
- サービスリクエストの対応等、自身で考え、対応したことがオペレーターの業務のサポートになり、顧客に喜ばれていると感じる時。
- これまでの自身の業務を他スタッフに棚卸して、新しい業務を吸収できている時。

仕事のモチベーションが下がるのはどんな時ですか？

- 上司や同僚から適切なサポートを受けられないとき
- つまらない簡単な単調作業を行っているとき、何が目的かわからない業務を行っているとき
- 賛成できない業務を指示されているとき
- 部署内での役割の任命を受けなかったとき。
- 役割を果たさない人のフォローをする時、無駄な作業をやる時
- 自分の権限を越えていると思われる時に相談しても、適切な回答が来ないとき
- 工夫を否定された時
- 提案や取組み等に対し、周囲から理解が得られない時。
- 重要性を感じられない仕事に忙殺されているとき。 理解が得られないとき。
- 自分の仕事が人の役に立たないと感じたとき。チームで力を合わせて仕事をしているという実感がわかないとき。
- 自分がしている仕事が役に立たない、意味のないものに思える時、明確な自分の仕事がない時

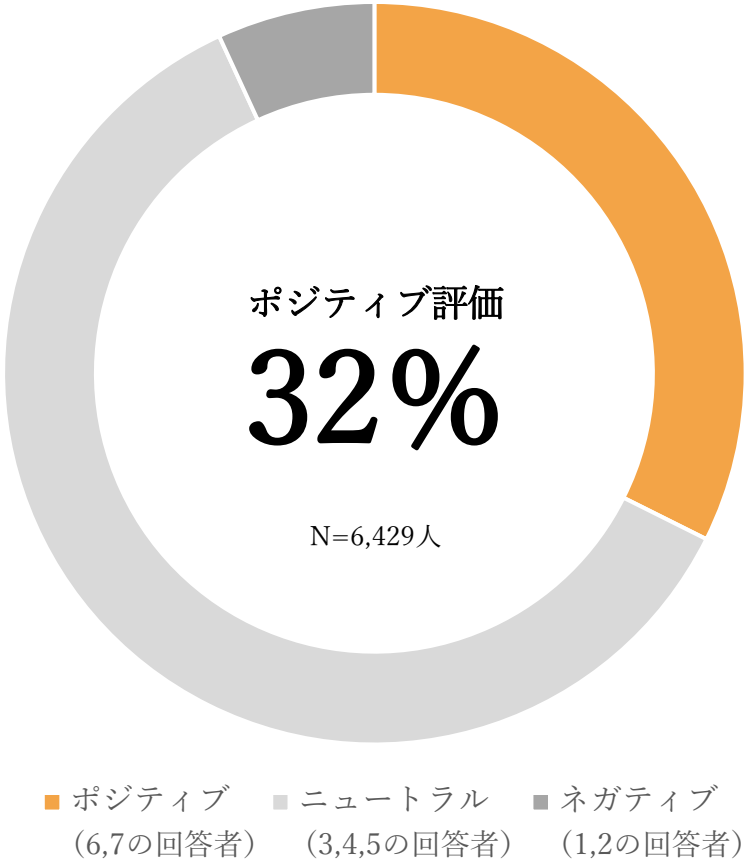


会社との信頼関係

会社は従業員を大切にするための施策をし、従業員は自分が会社へ貢献できていると感じることのできる状態

会社との信頼関係

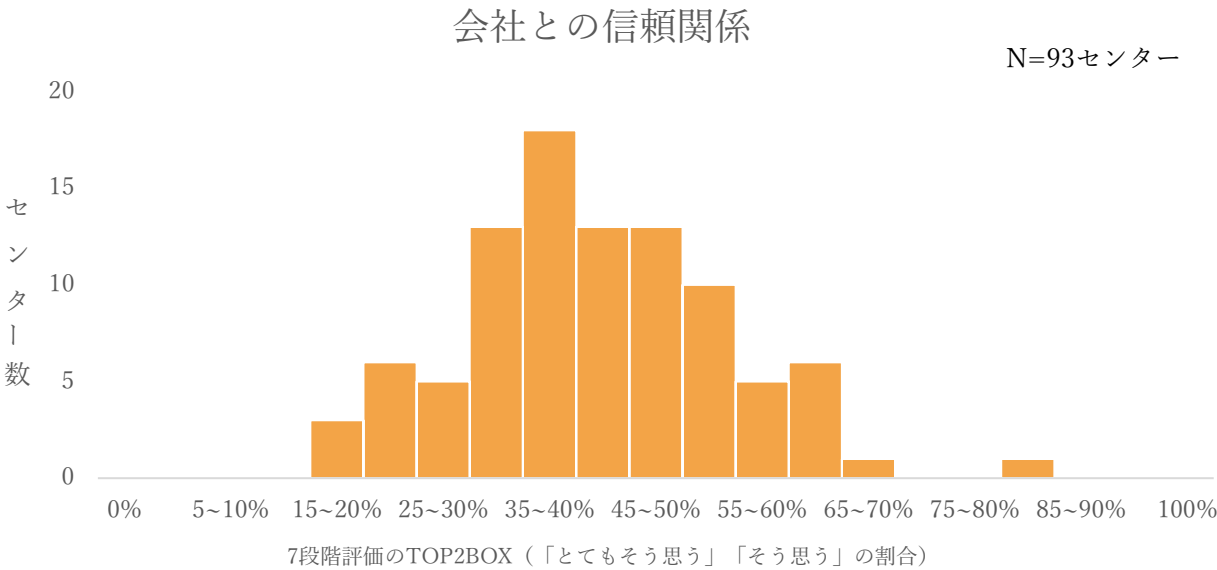
「会社との信頼関係」に関する6設問の全組織平均
(7段階のTOP2)



会社が従業員との信頼関係を育むためには、会社の方針を浸透させるための努力と、従業員自身も方針に共感・共鳴することが大事です。それが貢献意欲につながり、幸福度に好影響を与えます。

また、従業員が困ったときや何かを改善してほしいときに、会社は真摯に話を聞きかつ公平に検討することが大事です。そして従業員の要望に応えられないときにも、理由をきちんとフィードバックすることが従業員との信頼関係につながります。

アンケートの設問には、方針浸透度合い、会社の方針浸透への努力、会社の真摯な対応などの設問が含まれます。



会社との信頼関係 – アンケート区分：在職期間と役職ごとの比較

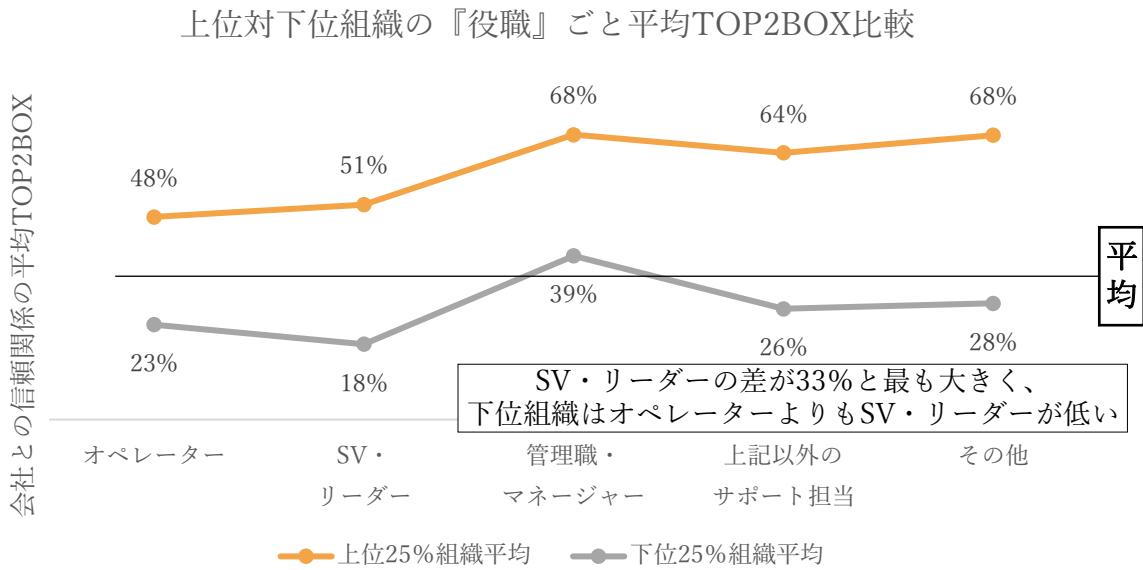
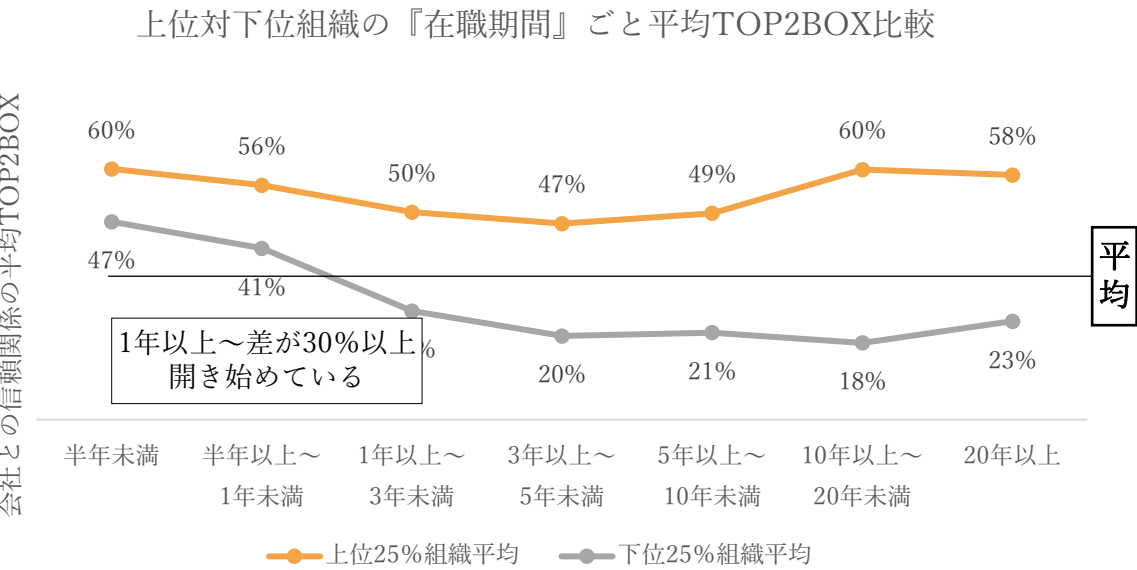
上位組織も下位組織も在職期間「3年以上5年未満」から下がる。下位組織の課題は「SV・リーダー」。

下位組織では長く働くほど下がる結果となりました。設問のなかで特に低かったのが「自分は会社の方針に共感できている」でした。改善のための希望や要求をしても答えられないなどが積み重なり、長く働くほど、組織への信頼も低下した可能性があります。

信頼関係を強めるためには組織と従業員が互いに理解しあい、会社の目標や方針を自分事としてとらえることが大事です。組織が従業員の問題に、真摯で公平な対応をすることで、従業員自身も会社に貢献したいという思いにつながっていくでしょう。

役職では、下位組織において「SV・リーダー」が最も低く、上位組織との差も33%と最も大きい結果となりました。

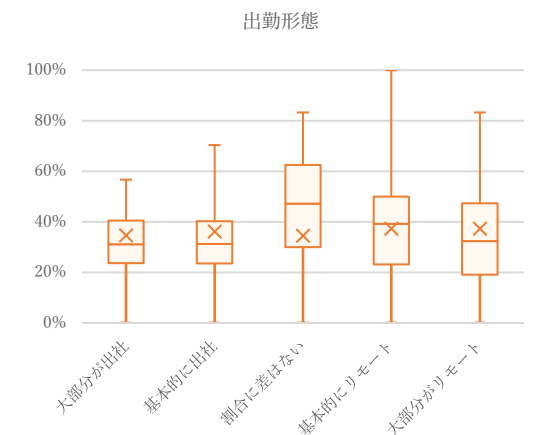
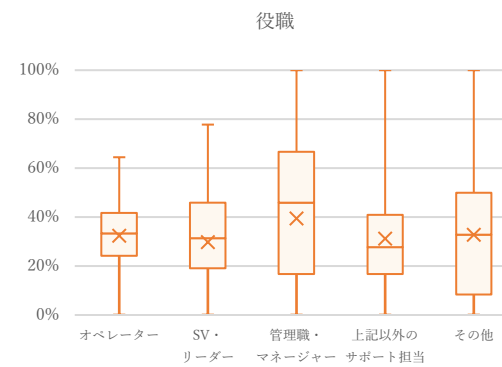
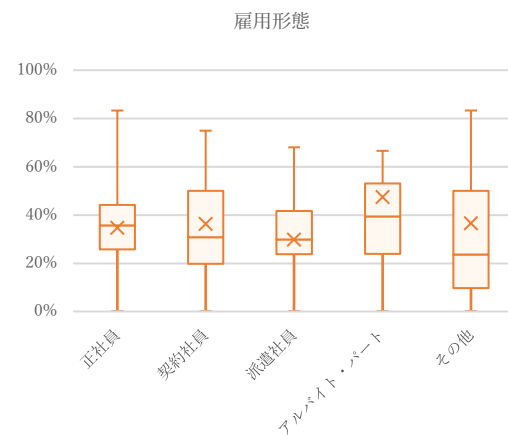
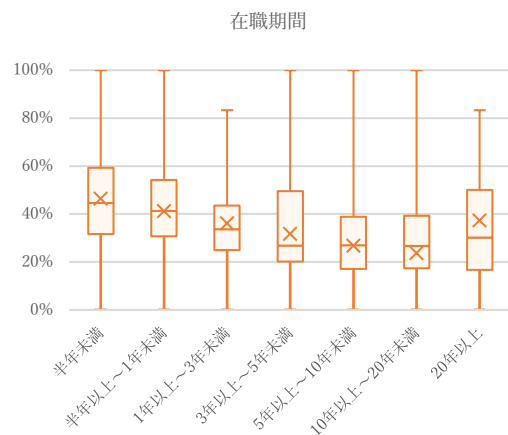
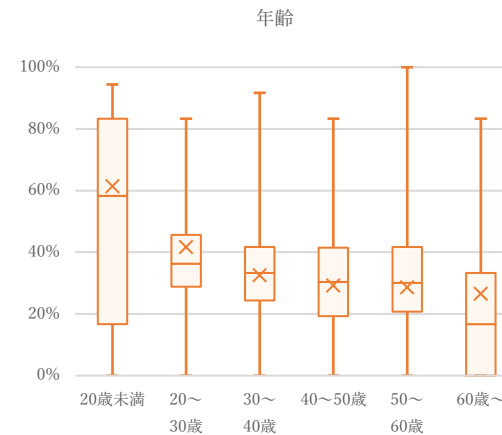
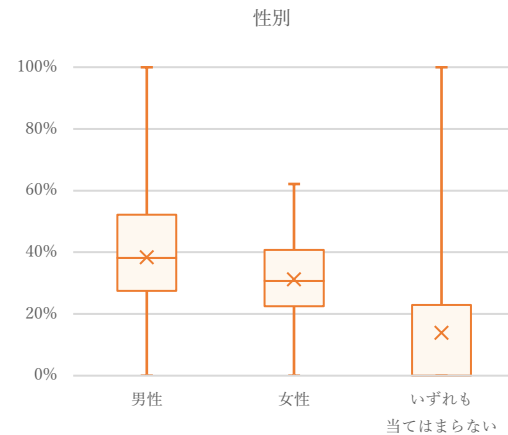
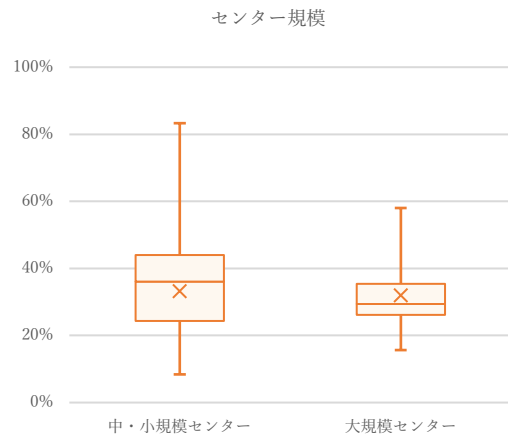
従業員の会社との信頼関係を強めるためには、会社の代表を担っている現場管理者の日々の接し方や能力が大事です。管理者である「SV・リーダー」が忙しく悩みを相談できない、従業員にイライラした態度をとるなど感情のコントロールができない状態は会社に対しての不信感にもつながります。上位組織では「SV・リーダー」の意識の醸成・方針への共感を含む育成が十分で、会社との信頼につながっている可能性があります。



会社との信頼関係 – アンケート区分ごとの箱ひげ図

とくに特徴的だったのは「雇用形態」です。

ばらつきが雇用形態ごとに大きく、正社員であっても会社との信頼関係が高くなるというわけではありませんでした。



参考) フリーコメント抜粋

仕事のモチベーションが上がるのはどんな時ですか？

- 会社に貢献できたと実感したとき。業務内容を深く理解できたとき。
- 顧客が会社のサービスを必要と感じていただいたとき。
- 会社の商品のマイナスイメージが取れたのが分かった時
- 待遇面や精神面で会社から必要とされていると感じられるとき
- 会社や所属組織の目指す方向性が納得感のあるもので、その目標に向かい行動をとれている時
- 会社や組織が顧客と真摯に向き合っていて、自分の業務が一助になっていると感じるとき
- 意見を聞いてもらえたり、話を聞いてもらえた時
- 先輩や上司がちゃんと悩みを聞いてくれた時です
- 自分の成長を感じたとき、会社の成長を喜べたとき
- サービスについての改善案、意見が通った時。
- 自分のアイデアが認められ、結果としてサービス改善などに役立った時
- 自分の価値が自分で見いだせたとき。自分の価値を他人から評価されたとき。「この人のために」と思える上司同僚部下に巡り合えたとき。

仕事のモチベーションが下がるのはどんな時ですか？

- 会社の方針や上司からの指示がブレているとき。
- 問題を解決しても、全く評価されないししない（そもそも問題を理解することが出来ない）という会社であるため常に
- 納得感のないことをするとき
- 困っていることを伝える機会がない。または機会があっても相談窓口の上席が原因で悩んでいると打ち明けられないため大変ありがたい。今後も継続希望。
- 日々淡々と業務をしている感が増して、面談による改善や相談する場もなくなりました。
- 理不尽な命令や腑に落ちない指導をされた時
- 現場の声を聞いてもらえず残業を強いられるとき また社員の頑張りが給与に反映されないとき
- 成果を評価されないとき。理不尽なクレーム対応をしたとき。上層部の方針がコロコロ変わるとき
- 業務の改善提案や危機的状況を報告しても改善されないとき

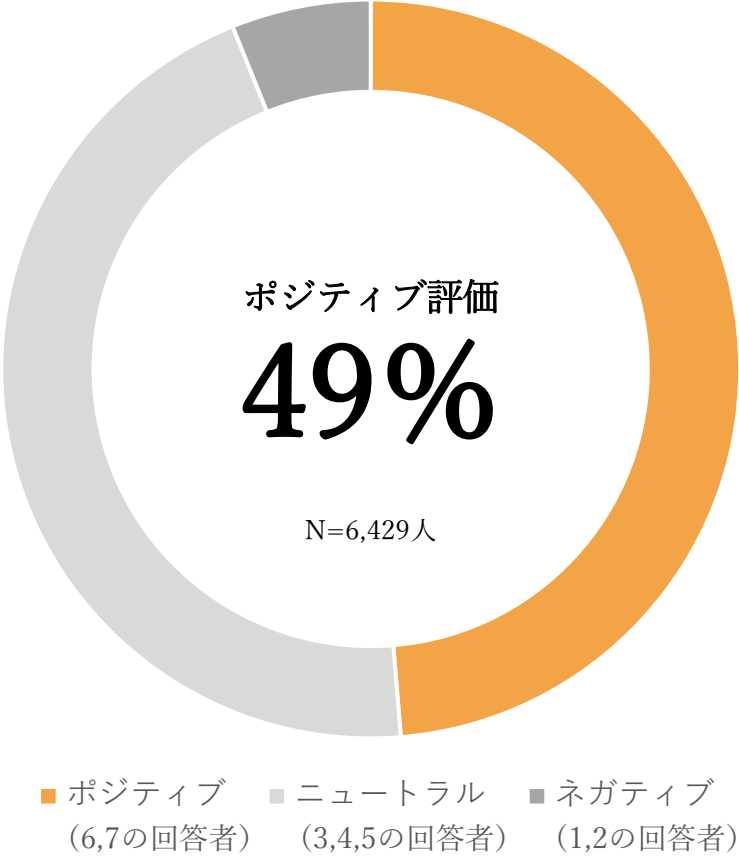
健全な職場

会社は働きやすい環境や休息を提供でき、従業員自身も快適な職場にしようと思える状態



健全な職場

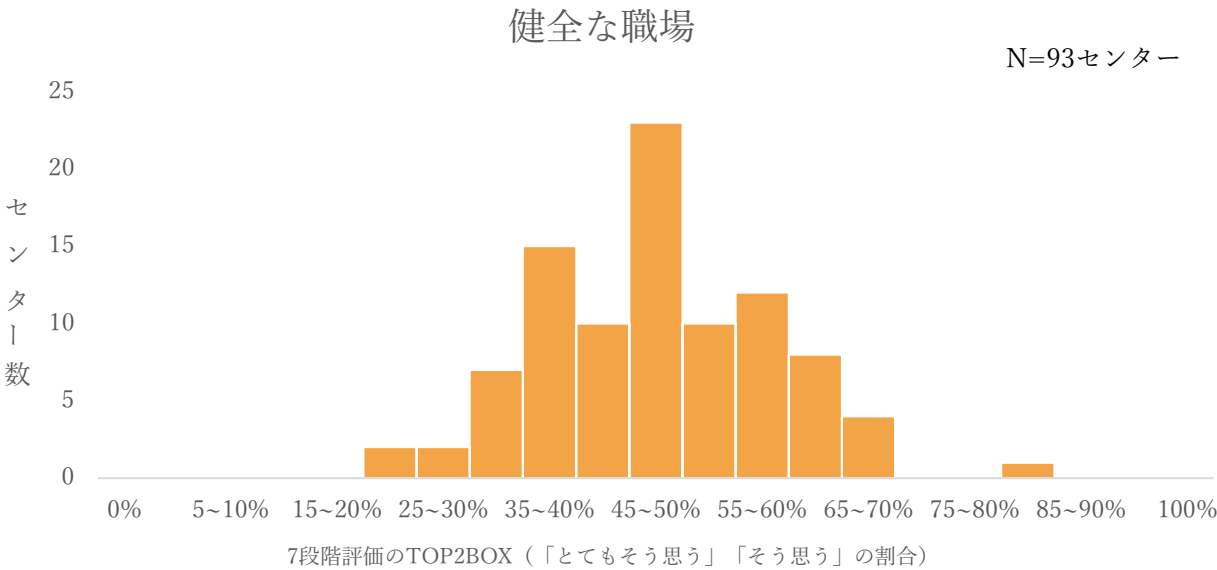
「健全な職場」に関する6設問の全組織平均
(7段階のTOP2)



従業員の職場環境を整えることは、従業員が安心して業務に就くためには欠かせません。職場環境には施設の利便性や安全性といった物理的な整備が大事です。

しかし、これからの時代、多様なライフスタイルの従業員が増える中で、一人一人のワークスタイルにあった働き方、休暇や休憩、シフトの柔軟な対応など、それぞれの実情にあわせた働き方の対策が重要になってきます。
また、従業員が心理的にも安心して働けるために休憩時間なども従業員同士がコミュニケーションを取りやすい環境の提供や、さらに近年注目度が増しているカスタマーハラスメントへの対応といった取組みも大切です。

アンケートの設問には、シフトなどのルール、業務量について、またハラスメントについての対応などの設問が含まれます。



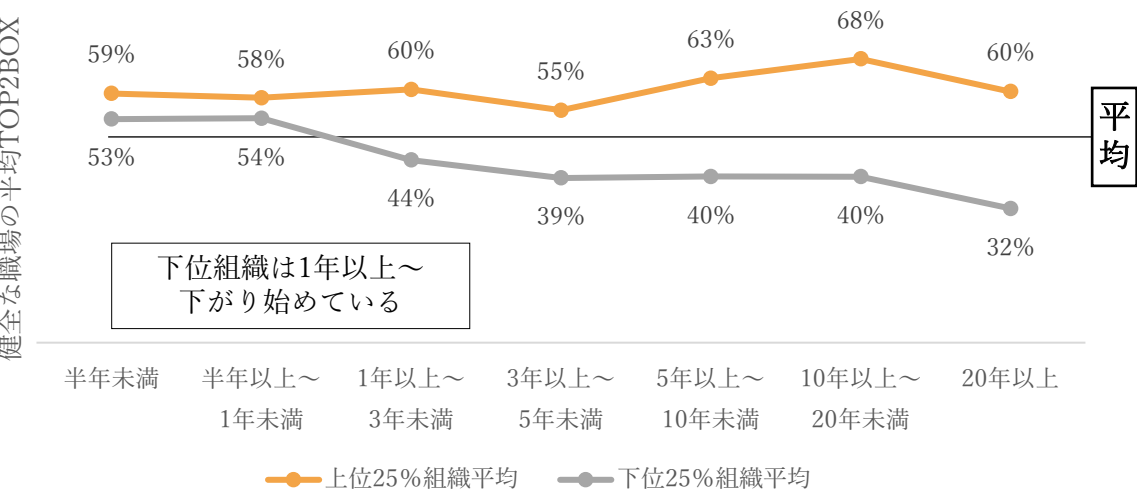
健全な職場－アンケート区分：在職期間と役職ごとの比較

下位組織では在職期間「1年以上～3年未満」から下がり始める

下位組織において1年未満までは全体の平均値を上回っていましたが、それ以降では低下している結果となりました。なお、上位組織においてはどの在職期間においてもほぼ一定の数値でした。

長く働いていく中では、ライフステージの変化がともなう場合もあります。長く働いてもらうためには従業員のライフステージにあった職場環境を提供していくことも大切です。フリーコメントでも「育児に対する配慮が素晴らしい」、「在宅勤務切り替えへの柔軟対応」などが見られました。上位組織においては柔軟な対応ができている結果といえるでしょう。

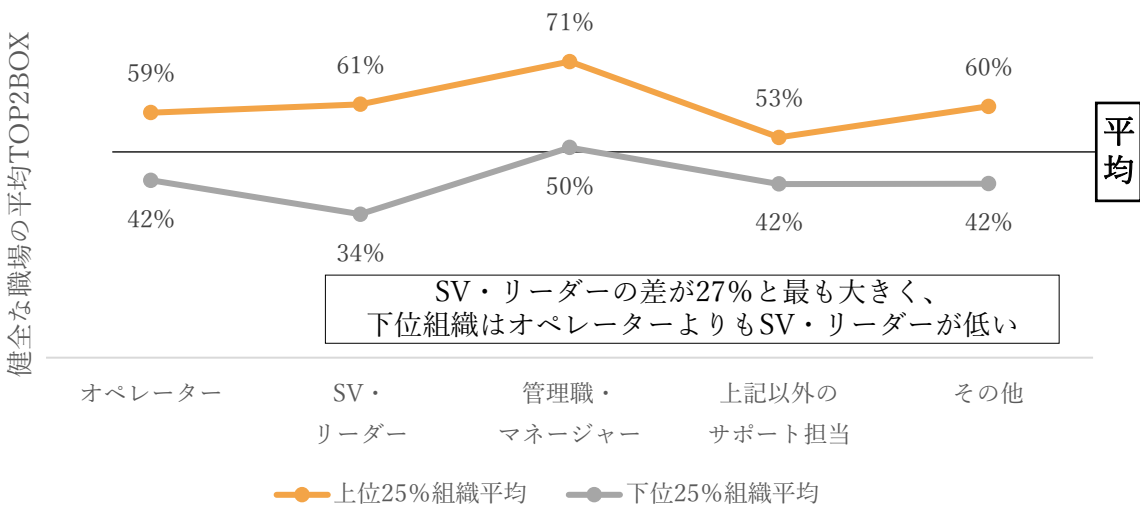
上位対下位組織の『在職期間』ごと平均TOP2BOX比較



役職では、「SV・リーダー」において、上位と下位組織の差が27%と最も大きい結果となりました。設問の中で特に低い傾向があったのは「業務量は適切に割り振られていると思う」でした。上位組織においては、一人一人に合わせた業務配分ができている結果だと考えられます。

カスタマーセンターでは様々な雇用形態の方が一緒になって働いています。一人一人の能力はもちろんスケジュールや就業時間に合わせた業務配分をすることが大切です。健全な職場を目指すためには、会社として一方的に取り組むのではなく、従業員と定期的なコミュニケーションをとり、従業員の声をきちんと聞くことが重要です。

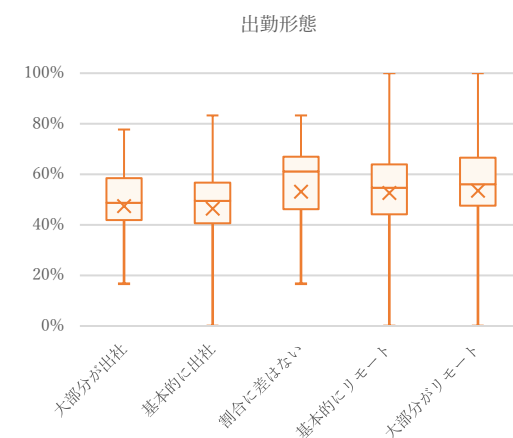
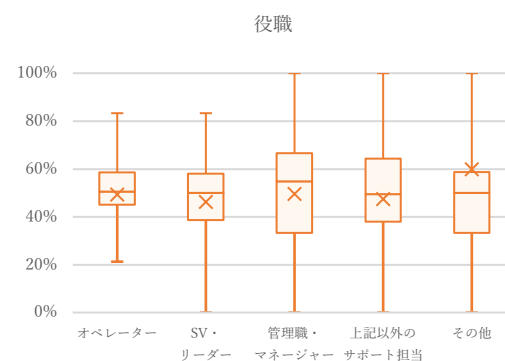
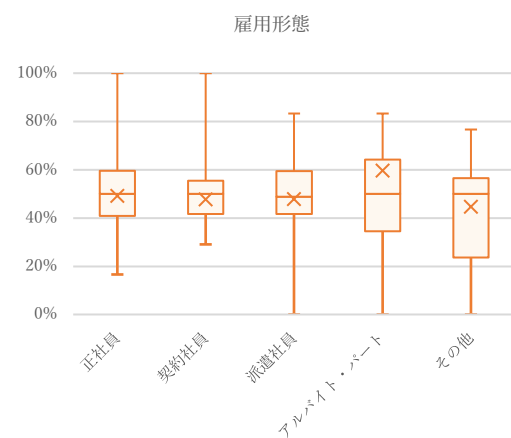
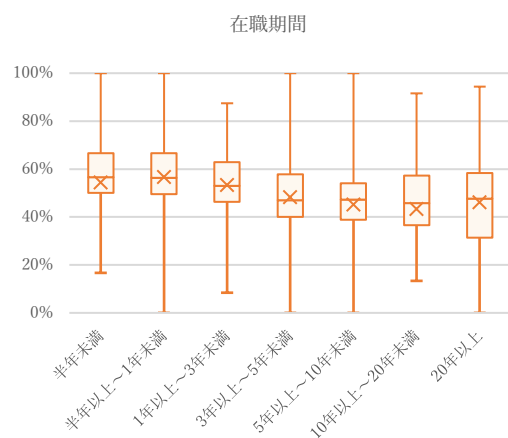
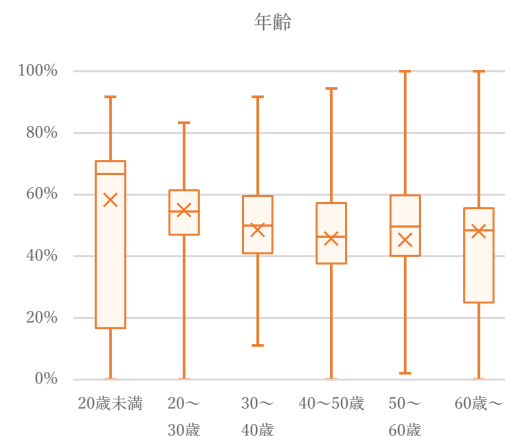
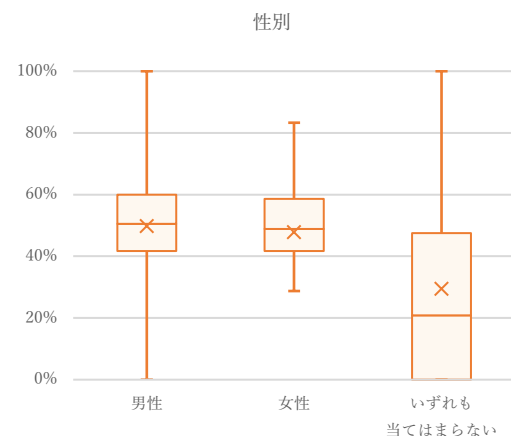
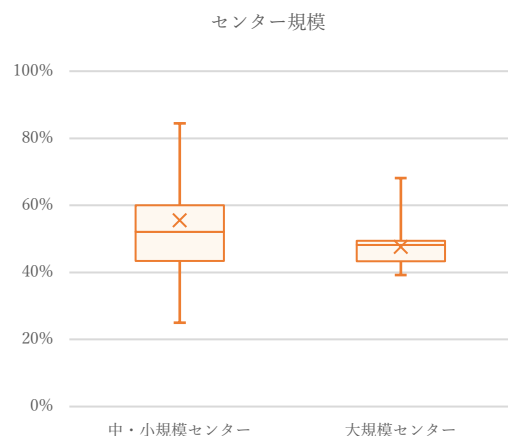
上位対下位組織の『役職』ごと平均TOP2BOX比較



健全な職場－アンケート区分ごとの箱ひげ図

とくに特徴的なアンケート区分が「センター規模」でした。

大規模センターのほうが平均値は低いですが、ばらつきは少なかったです。それに対して中・小規模センターは平均値が高く、ばらつきは大きい結果となりました。



参考) フリーコメント抜粋

仕事のモチベーションが上がるのはどんな時ですか？

- 社員が安心して業務を行う事が出来ていると感じる時
- 休み希望の日は柔軟に合わせてくれること
- 体調不良で通勤が辛い時、在宅に切り替えて仕事をさせていただけるのでとても助かっています。
- 子育てしやすい環境です。有給やシフト取り消し、急な欠勤も柔軟に対応いただけてる。子供のそばにいてやりたいときにいてあげることができたことに感謝です。
- 管理者がいつも適切に対応してくれて問題解決ができていところ。
- 自分のパーソナリティーを理解しようとし、柔軟に対応してくれること
- 上司の対応（今のグループ長の対応）が自分を配慮してくれ、さらに仕事と一緒に取り組んでくれること
- 自分の対応が評価されている、今後どうしていくべきなのか真摯に対応してくれること
- 働いている人に対しての意見の聴取、意見に対する対応ができていこと
- 育児に対する配慮がとても素晴らしいこと。シフト変更にも柔軟に対応していただけているのでとても感謝しております。

会社に快適な環境で仕事をするために改善してほしいことはありますか？

- 在宅勤務と出社勤務との割合が極端であるため、変更できるように柔軟化して欲しい。会社に行って直接コミュニケーションを得られる信頼関係や良い関係を築けるかもしれない。
- 最前線で働く従業員の声を聞き流さないこと。すべては顧客対応に直結する。
- 人員不足。センター全員疲弊している。現場の意見も聞かず、関わっていない人が考えるやり方では、苦情は減らない。
- 近くのオペレーターと交流する時間を作ってほしい。隣の方と挨拶する時間すらなく顧客対応に追われる時間が多いので、隣の方がどんな人かわからずにいるのがさみしい気持ちになる。
- 希望や選択もできずさまざまなあらゆる内容の対応を強いられるのが辛い
- カスタマーのモラルの低さへの対応、エスカレ時のパワハラ
- 従業員の適性に合わせた計画的な人材育成、カスタマーハラスメントへの会社としての対応姿勢の明確化。
- 冗談っぽく言えばパワハラにならないような雰囲気を出すのはやめて欲しい

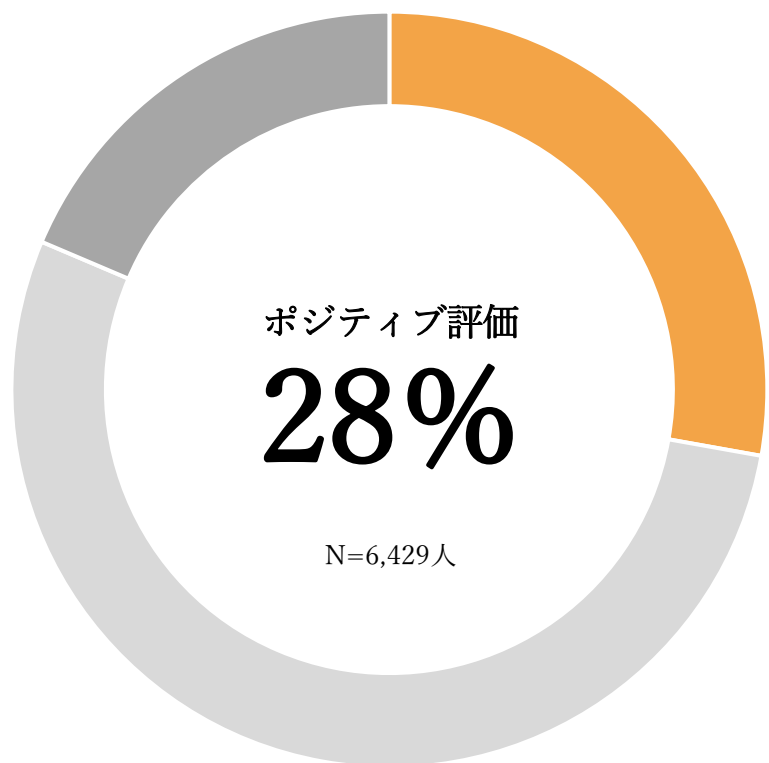
ワークライフサイクル

生活が充実すると仕事はかどおりうまく進み、仕事が順調だと私生活も充実する、生活と仕事がかよく循環している状態



Well-being 7つの要素 – ワークライフサイクル

「ワークライフサイクル」に関する6設問の全組織平均
(7段階のTOP2)



■ ポジティブ (6,7の回答者) ■ ニュートラル (3,4,5の回答者) ■ ネガティブ (1,2の回答者)

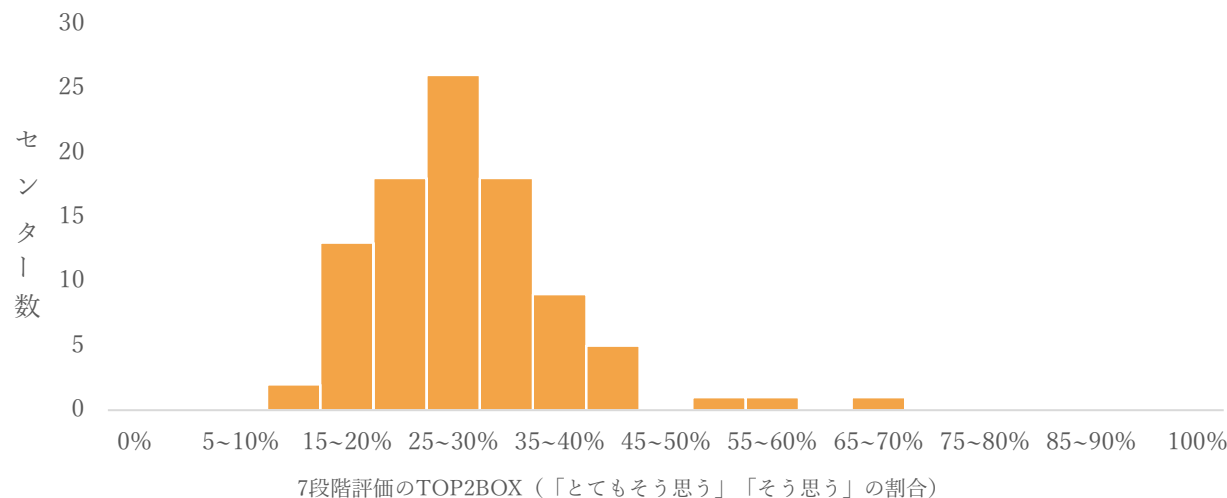
「仕事とプライベートは別なもの」という捉え方がありますが、仕事のストレスがプライベートに悪影響をおよぼす、または、その逆もあるというのが現実です。家族や大切な人が自分の仕事を応援してくれていることや、仕事で感じた幸福感がプライベートにも好影響をおよぼしていると感じながら過ごすことは従業員の幸福度に好影響を与えます。

また現在、多くの研究で睡眠や運動が仕事のパフォーマンス向上に影響があるという結果が出ています。今後、組織からも質の良いコンディションをつくるための知識を提供することが大事になってきます。仕事だけに完結しないマネジメントを意識することで、従業員のワークライフサイクルは好循環となり、仕事のパフォーマンスも高くなります。

アンケートの設問には、仕事とプライベートの循環について、職場で働く時間の活力について、また睡眠や運動の程度などの設問が含まれます。

ワークライフサイクル

N=93センター



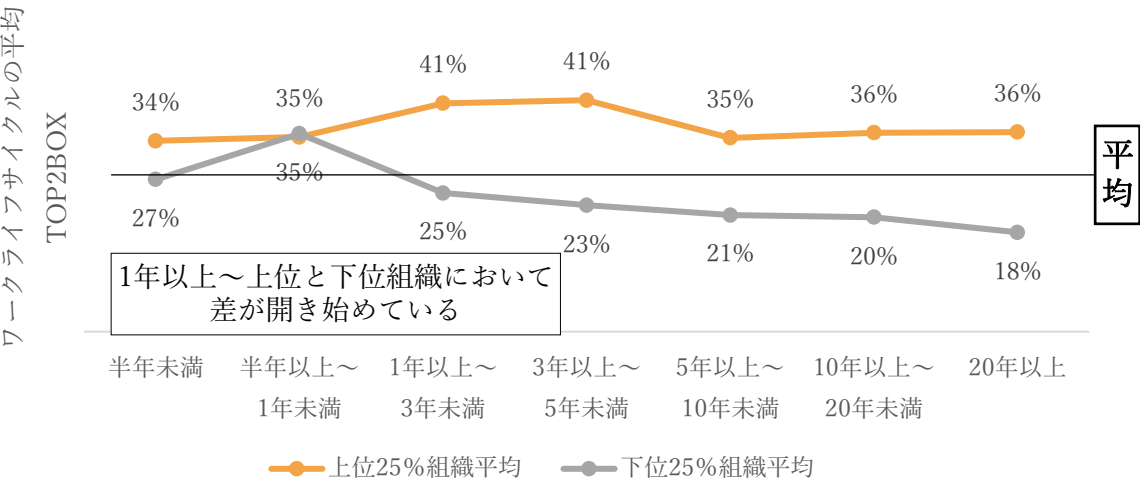
ワークライフサイクルアンケート区分：在職期間と役職ごとの比較

下位組織では在職期間が長くなるほど下がり、「SV・リーダー」がとくに低い

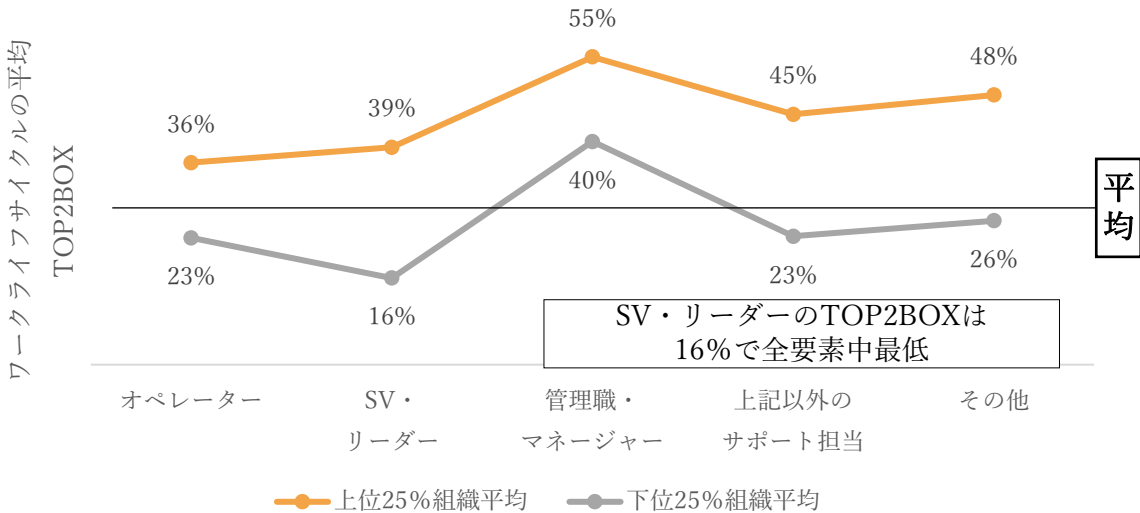
設問の中で特に低い結果だったのは「自分なりに適度に運動できていますか」でした。仕事とプライベートが好循環するための大前提として、日常の睡眠や運動の質にこだわることは欠かせません。カスタマーセンターでは座りっぱなしの業務が多い中、運動はもちろんのこと日常の仕事においてもスタンディングデスクや休憩中のストレッチなどセンター内でできる運動への取組みも重要です。下位組織では在職期間が長くなるほど下がっており、このようなケアや、正しい知識の伝達・啓もう活動が十分ではない可能性があります。

役職ごとでは、下位組織の「SV・リーダー」が低い結果でした。役職が上がるにつれ、業務量だけでなく、チームメンバーをまとめるなど業務への責任も増えるため、モチベーションを保ちながらパフォーマンスを上げることが重要です。フリーコメントでは「心身の健康」「プライベートと仕事の両方の充実」などのコメントが多くありました。「SV・リーダー」が、仕事だけではなくワークライフサイクルの意義や大切さを理解し実践することが重要と言えるでしょう。さらに、実践を通じて「オペレーター」へ浸透させることで組織全体のパフォーマンス向上にもつながります。

上位対下位組織の『在職期間』ごと平均TOP2BOX比較



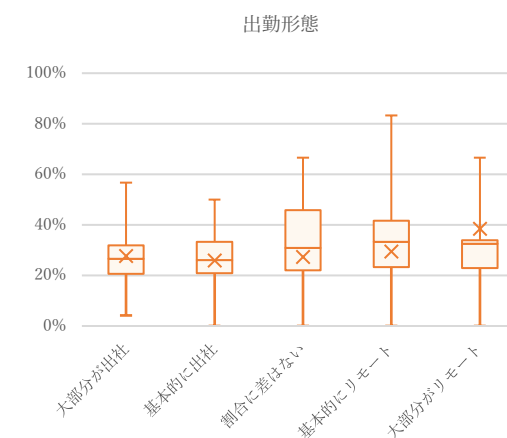
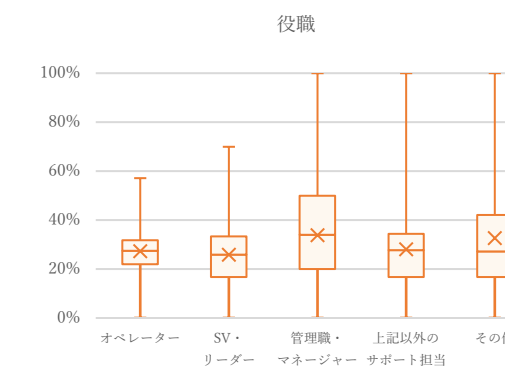
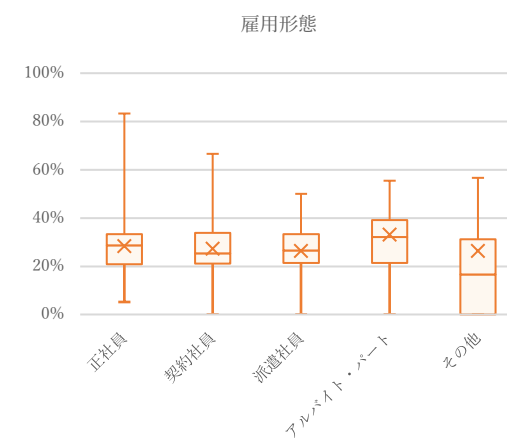
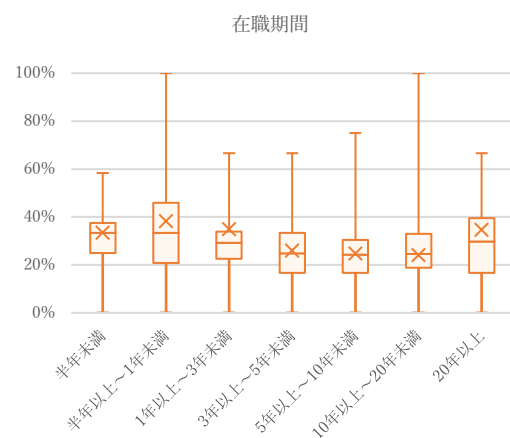
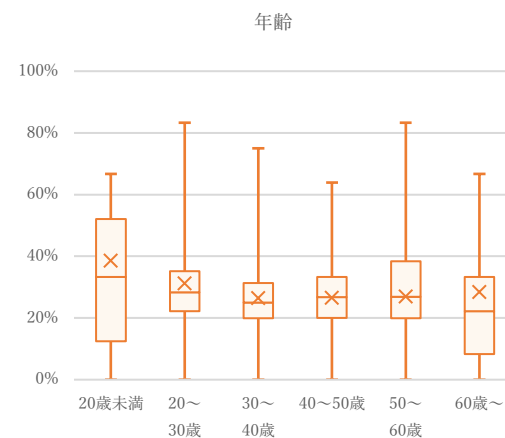
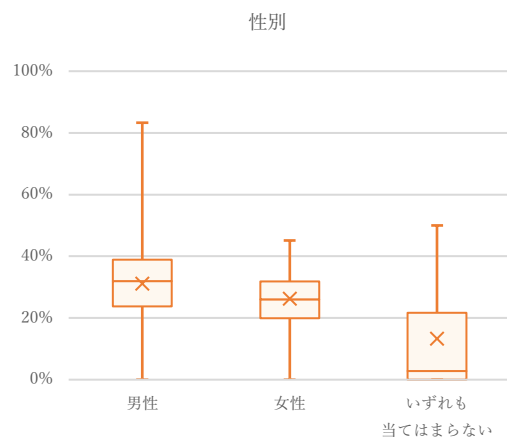
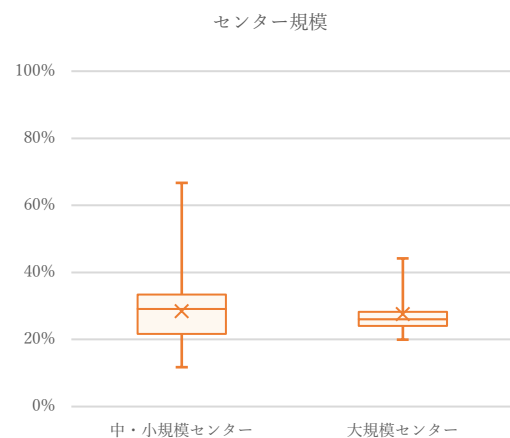
上位対下位組織の『役職』ごと平均TOP2BOX比較



ワークライフサイクル－アンケート区分ごとの箱ひげ図

とくに特徴的なアンケート区分が「センター規模」でした。

その他の7つの要素に比べ中・小規模センターのばらつきが小さい結果でした。



参考) フリーコメント抜粋

仕事のモチベーションが上がるのはどんな時ですか？

- ・ 体調も良く、頭がさえていると感じる時
- ・ 単純かも知れませんが、普段の体調は勿論、ある程度忙しいと感じた時が、最もモチベーションが上がります。
- ・ 体調が良かったり、プライベートが充実している時
- ・ 心身ともに健康な時。
- ・ 十分な休息が取れて、心身ともに元気な時
- ・ 家庭やプライベートと仕事の両立ができている時

会社の取組みで、あなたがうれしく感じていることや、感謝していることは何ですか？

- ・ リフレッシュルームに余裕を持ったスペースを与えている。(気分転換しやすい)
- ・ 仕事をしながらプライベートを充実させることができる制度があること
- ・ 会社全体のポジティブな文化はとてもありがたく、楽しく仕事を続けられる要因になっています
- ・ 各種イベントの開催や、お忙しい中で細かく体調などを気遣ってくださって本当にありがたいです。

会社に快適な環境で仕事をするために改善してほしいことはありますか？

- ・ 椅子に座る時間が長いので、定期的に動く時間があると体が辛くならないかと思います。
- ・ 長時間の座業で体が固まりがちなので気兼ねなくストレッチなど出来る空間があれば良いのと思う。
- ・ NO残業や有休取得を推奨するのもよいが、その削減分業務過多になり結果身体は休まらない現実がある。
- ・ 繁忙期のメンタルケアの強化。体調管理ができる程度の勤務バランスを考えてほしい
- ・ 日々の業務の中で希望したときに受けられるメンタルヘルスの為の面談
- ・ 入社してギャップがありすぎるため。メンタル不良や結果退職につながって行く方が多すぎる
- ・ 上層部の方々がメンタル不良で退職や長期欠勤になっている点が非常に気になりますし、心配です
- ・ 苦情等で心身が疲弊することが多いので、もう少し休憩時間をいただけるとありがたいです

【参考】その他の調査結果

別調査からみえたカスタマーセンターの傾向

弊社は本アワードとは別に、2022年10月カスタマーセンターに従事する従業員533名に

「職場についての意見調査」をアンケートにより実施しました。

以下はその結果の一部です。

カスタマーハラスメントについて

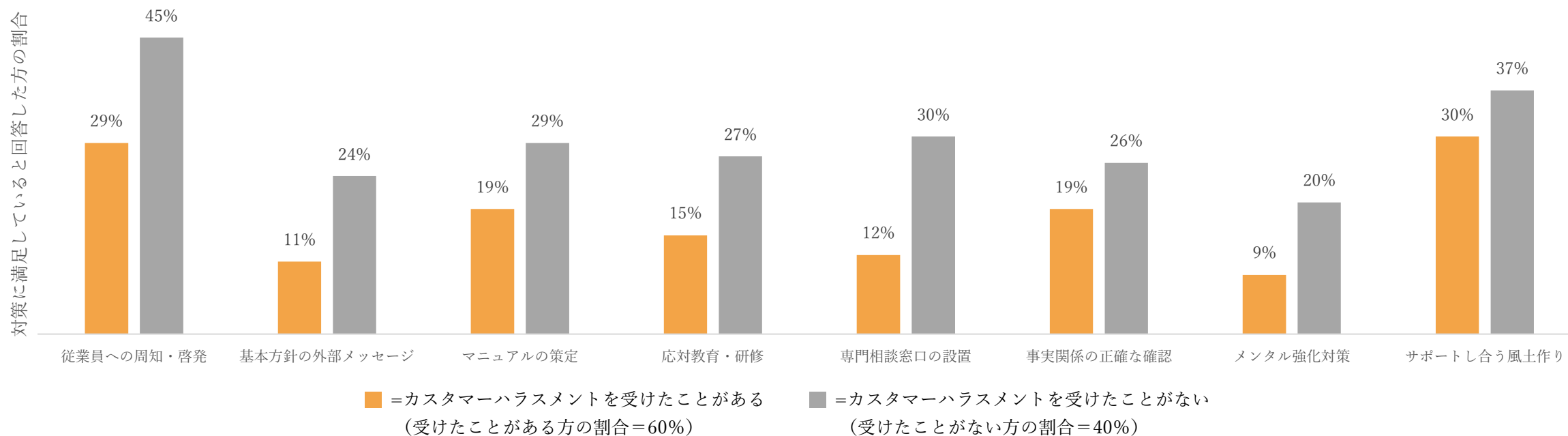
昨今カスタマーハラスメントについての話題が大きく取り上げられるようになり、国として本格的に対策をとる動きもあります。

カスタマーハラスメントはWell-being CUSTOMER CENTER AWARD2022のフリーコメント「仕事のモチベーションが下がる時」にも多くでたキーワードです。

現行のカスタマーハラスメント対策は、従業員にとって満足できるものではない

以下は、カスタマーハラスメント対策に対する満足度を、カスタマーハラスメントを受けたことが「ある」・「ない」のグループに分けてまとめた結果です。いずれの方々もそれぞれの施策に対して半分以上満足しているものではありませんでした。とくにカスタマーハラスメントを受けたことが「ある」と回答した方は「ない」と回答した方よりも満足している割合が低い結果となりました。現状の施策は見直しが必要な可能性が高く、見直しが急務であると言えます。

カスタマーハラスメント対策別満足度



従業員のセルフケア取り組み状況について

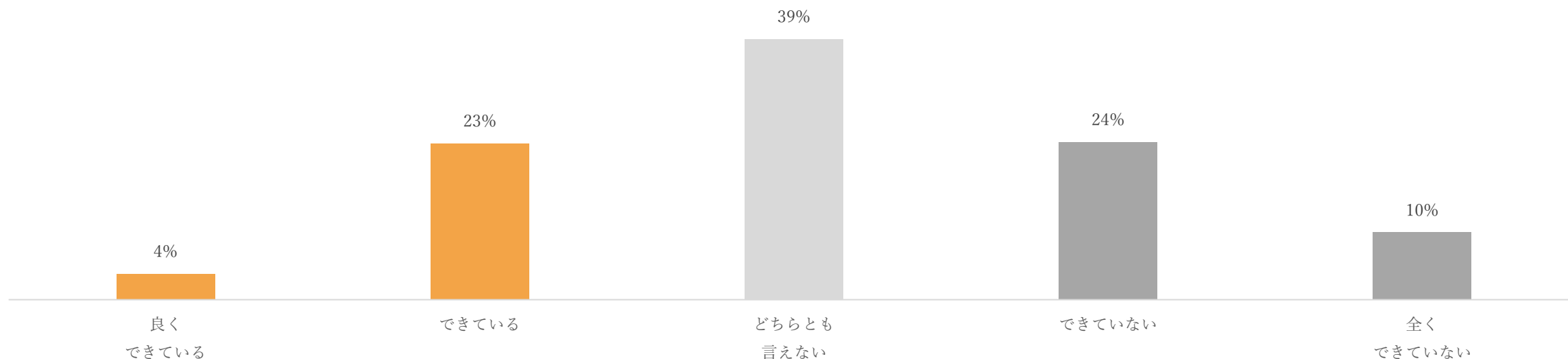
Well-beingなセンターを目指すうえで、重要であるのが健康的なワークライフサイクルです。これは、仕事の体験もプライベートでの体験も良好であり、かつ相互に良い影響を与え合う状態です。健康的なワークライフサイクルは組織として従業員へ働きかけることも重要ですが、従業員一人一人のセルフケアの意識が欠かせません。

セルフケアに取り組んでいる従業員はまだ多くない

以下は「仕事でのパフォーマンスをあげるために、身体に対してなにか取り組みをしていますか？」への回答結果です。取り組んでいる（できている・良くできているの回答者%）と回答したのは全体の27%でした。

従業員の健康的なワークライフサイクルを実現するためには正しい心と体の知識を学ぶ機会、習慣化できる環境を作っていくことが組織に求められます。弊社がアワードに参加したセンターと実施している研究会では、多くのセンターがそのような取り組みをしていました。

設問「仕事でのパフォーマンスをあげるために、身体に対してなにか取り組みをしていますか？」への回答結果



◆本資料について

- ・ 本白書の内容は、一般に入手可能な情報、および、当該各社、各機関の責任者によって公開された情報をプロシードの解釈・分析にもとづいて表現したものも含まれます。また、Webサイト等から知りえる範囲での推測・考察も含まれるため、その正確度・完璧性に関しては免責とさせていただきます。
- ・ プロシードが国内コンサルティング業務等を通じて得られた情報・経験を基にしていますが、顧客から非公開資料として入手したものは含まれません。
- ・ また、記載されている会社名および製品名は、各社の商標もしくは登録商標です。
- ・ プロシードはこの白書のすべての著作権を所有し、許可なく無断複製・転載を禁じます。

◆資料作成者（株式会社プロシード）について

本社所在地	〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-6日本生命丸の内ビル22階
電話番号	03-6212-2107
代表者	根本 直樹
弊社について	顧客体験（CX）の診断、改善支援、教育を専門的に実施するコンサルティング会社。 「顧客の“良い体験”をクライアントと創造し、安心のサービス・嬉しいサービスがあふれる社会にする」をビジョンに掲げる。 CX改善のプロフェッショナルコンサルタントを通じて、国内外のベンチマークや優れた手法の活用・普及促進、サービス業界の仕事の価値向上の支援を行う。

◆本資料の作成者について



株式会社プロシード
経営管理部 部長 長内 範子

プロシードでは人事・総務などの実務経験から、チーム力およびコミュニケーション強化による組織改革推進を手掛け、カスタマーサービス業界向けのWell-being診断と、診断結果から組織改善を推進・定着化させるプログラムの企画・開発を担当。

日本のサービス業界の地位向上およびサービス業界の従事者が仕事に誇りを持ち、組織・個人が成長できる世の中になることを目指し、各種セミナー・アワードなど様々な取組みも実施している。



株式会社プロシード
経営管理部 主任 清松 誠

船井総合研究所で上海事業立ち上げ初期メンバーとして、日・韓・中の外食関連企業のカスタマーサービス含む各種オペレーション改善などのコンサルティングに従事。
現職の株式会社プロシードへ移ってからは社内唯一の駐在員として、主に台湾のコールセンター、飲食、小売りなどのマネジメントコンサルティングに従事。
日台の業界白書や各種アワード、マーケティングプロジェクトなど社内外含めた複数プロジェクト立ち上げ、実行の実績がある。

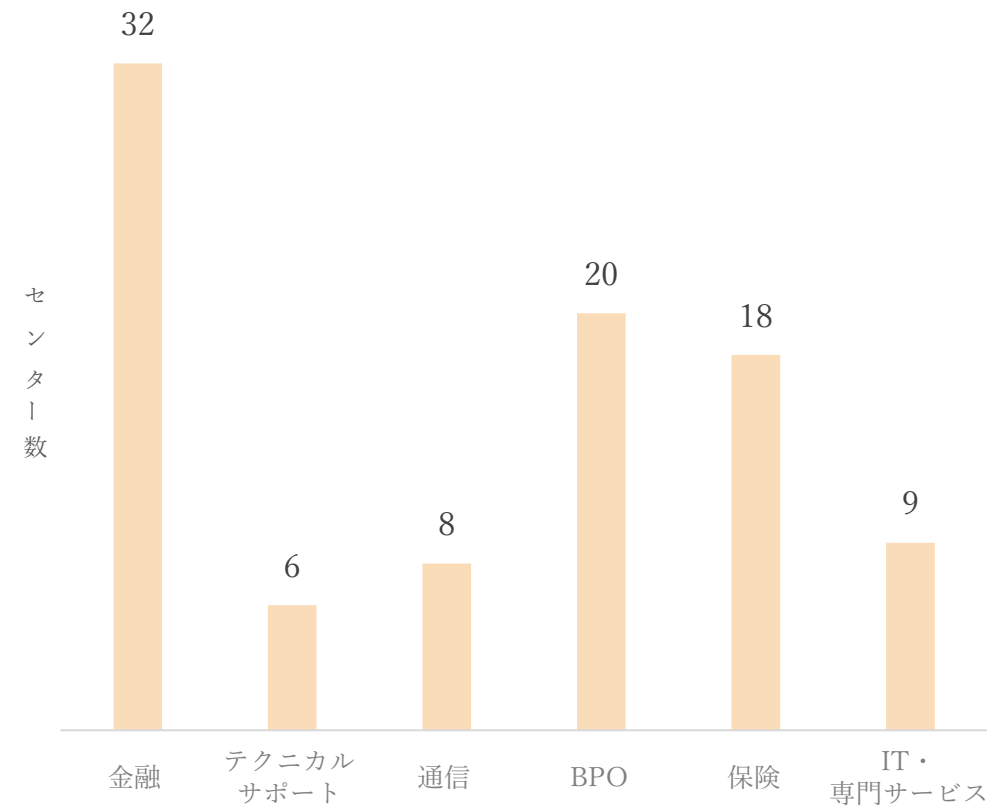
アンケート回収結果

回答者の分布

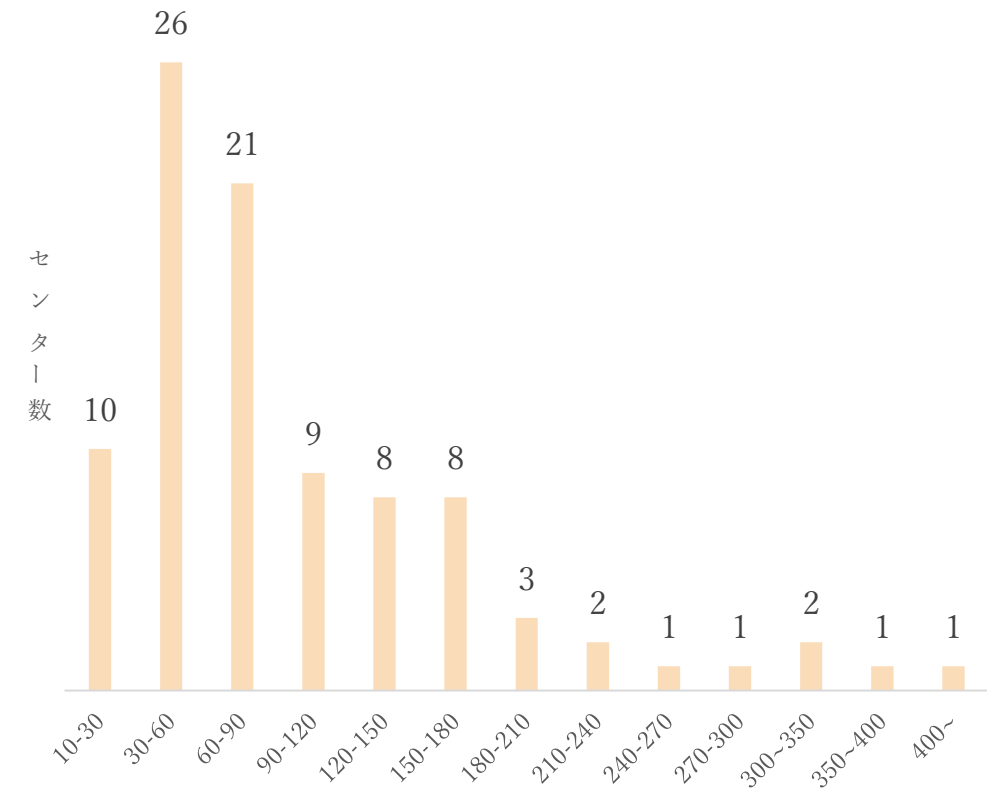
Well-being CUSTOMER CENTER AWARD2022

業界・規模

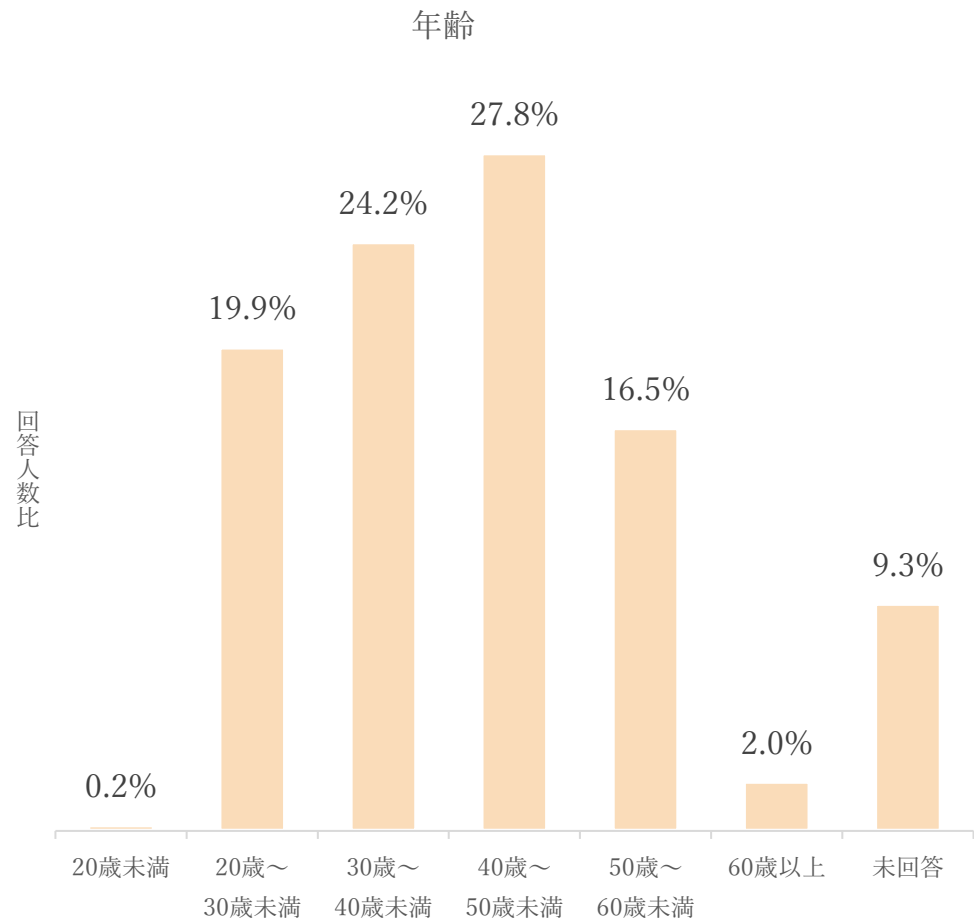
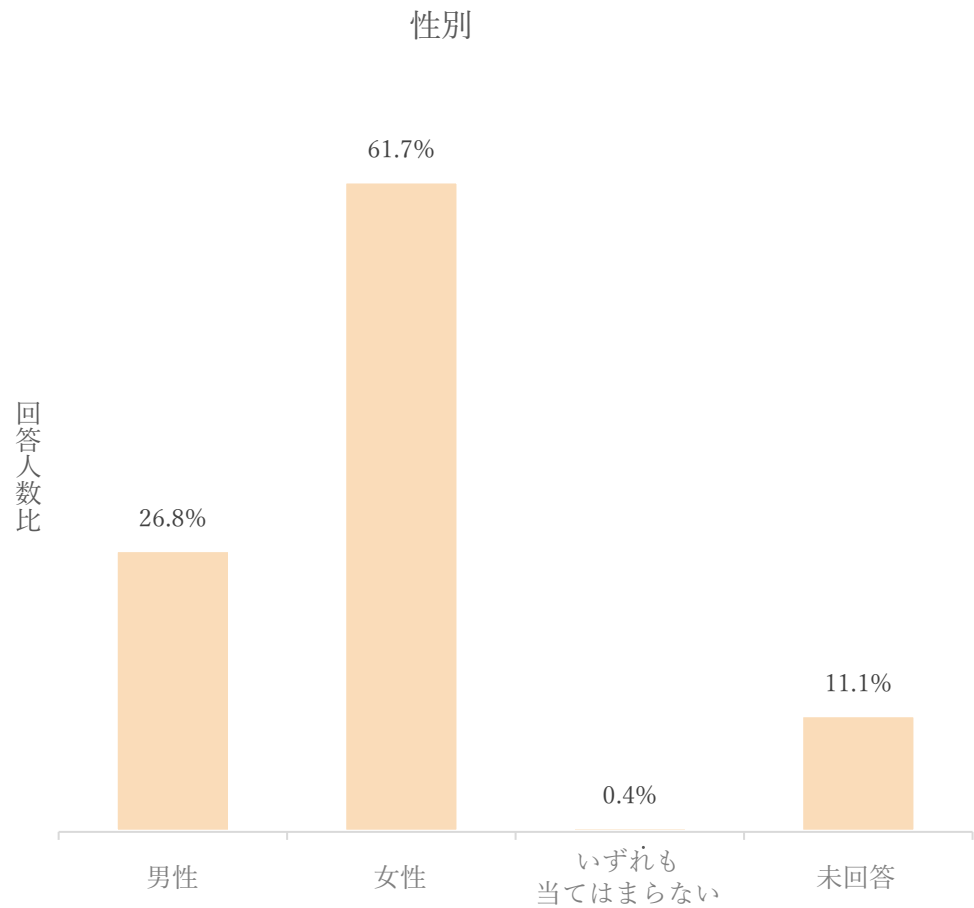
業界別・調査実施センター数構成比



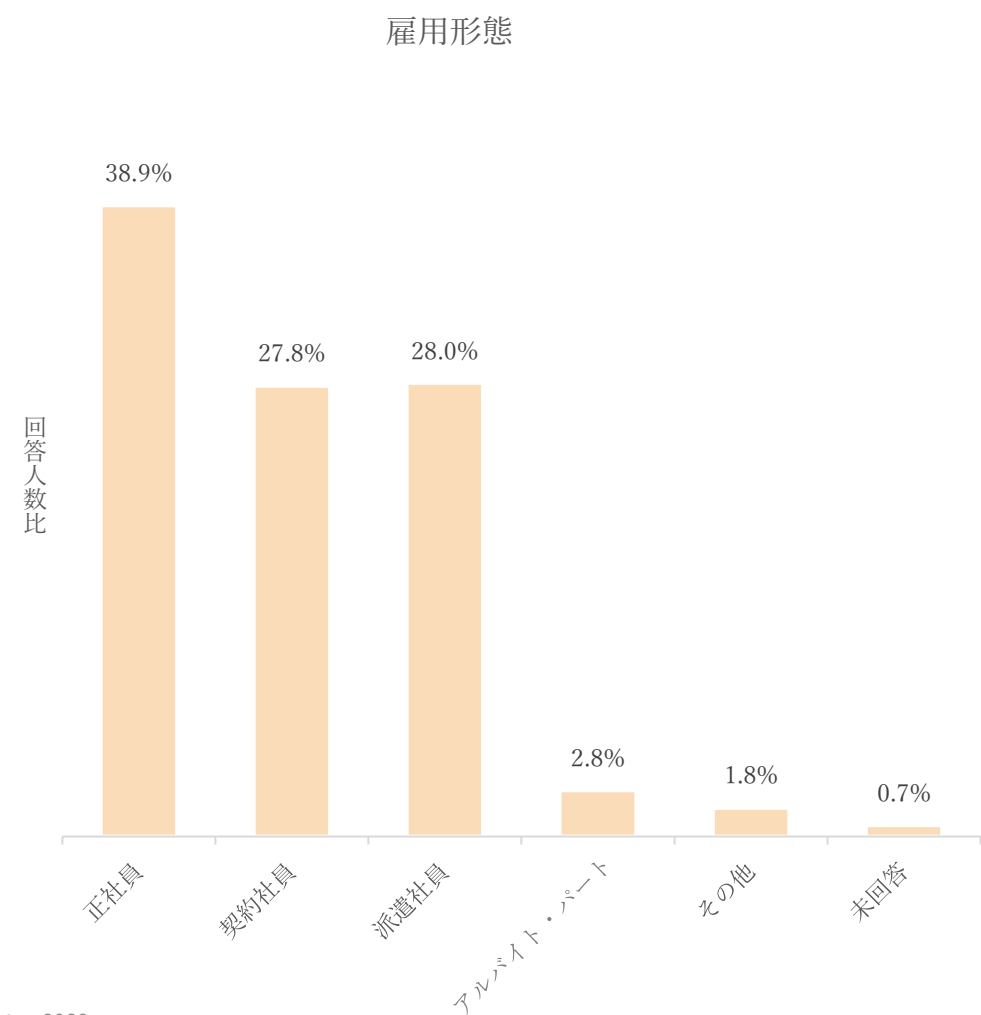
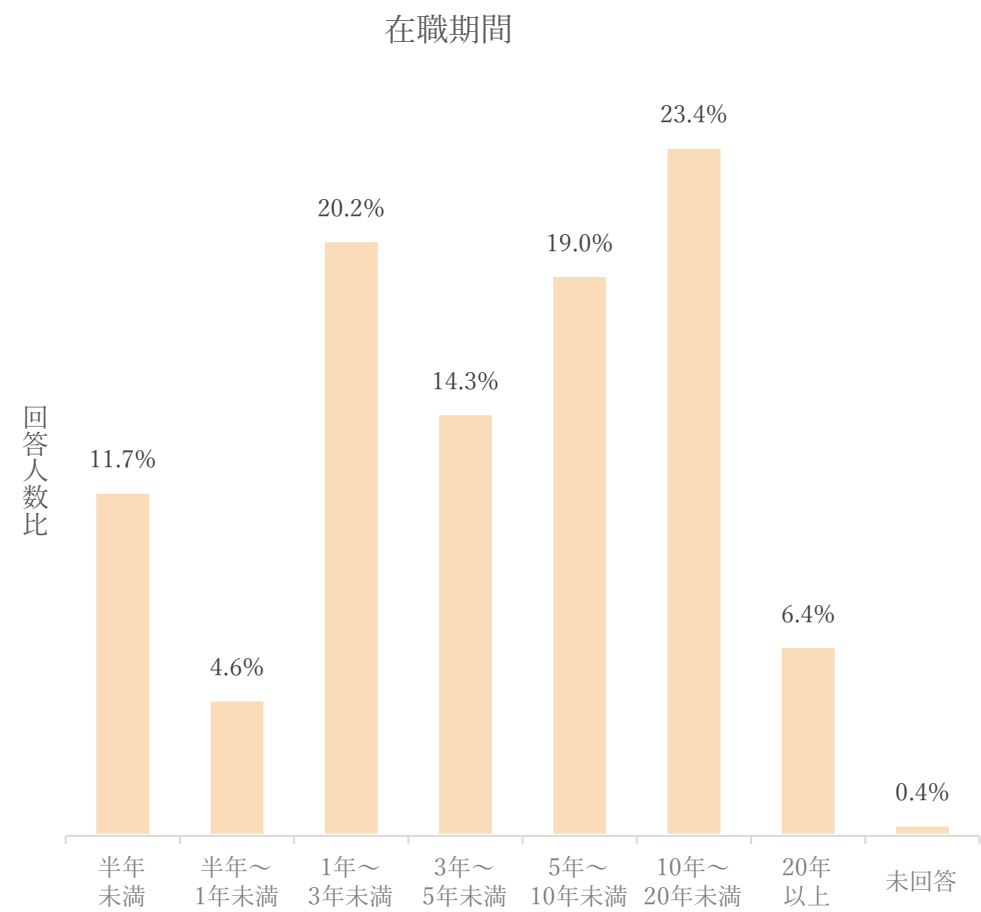
参加センター規模



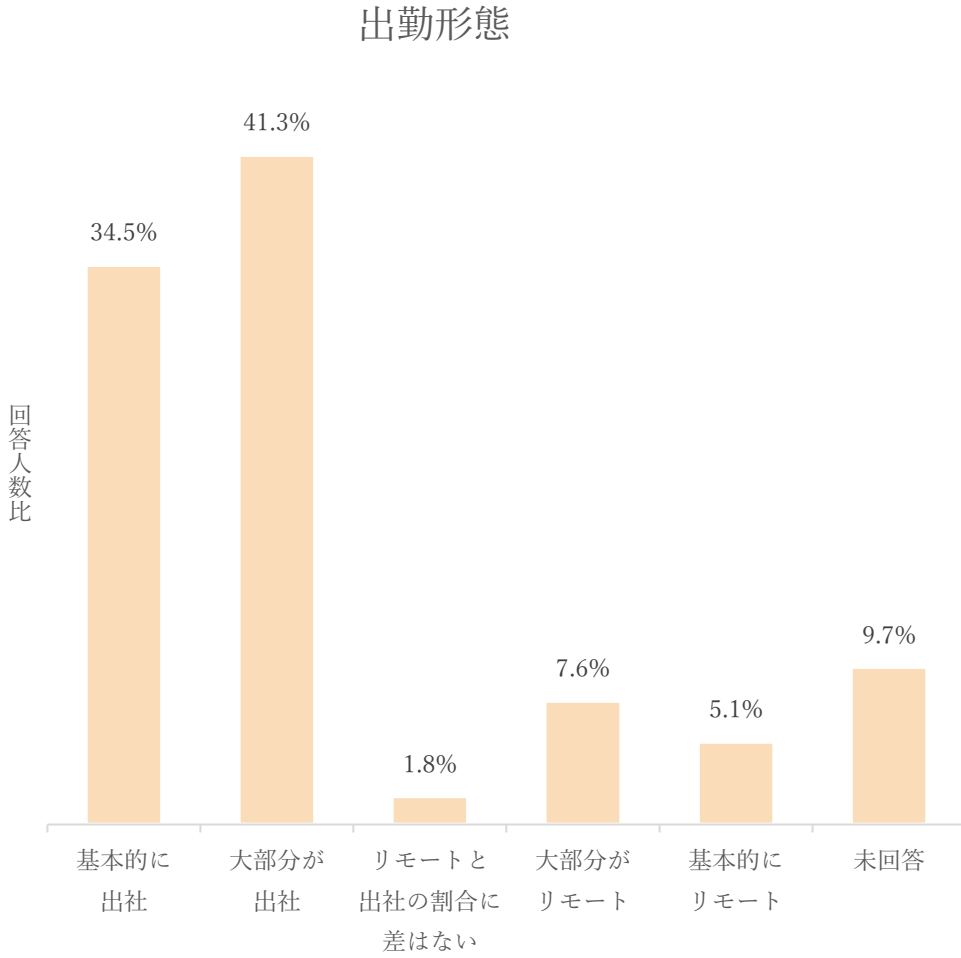
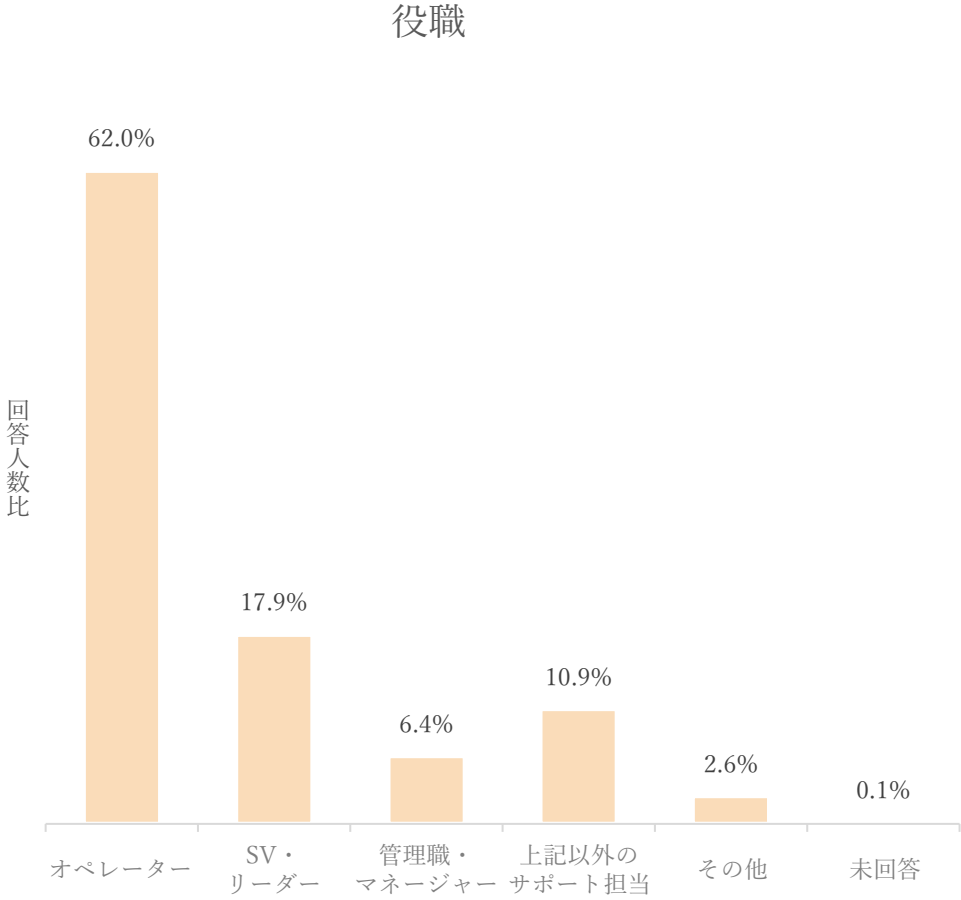
性別・年齢



在職期間・雇用形態



役職・出勤形態



アンケート回収結果

調査期間・回答者の分布

カスタマーセンターの市場調査(n=533人)

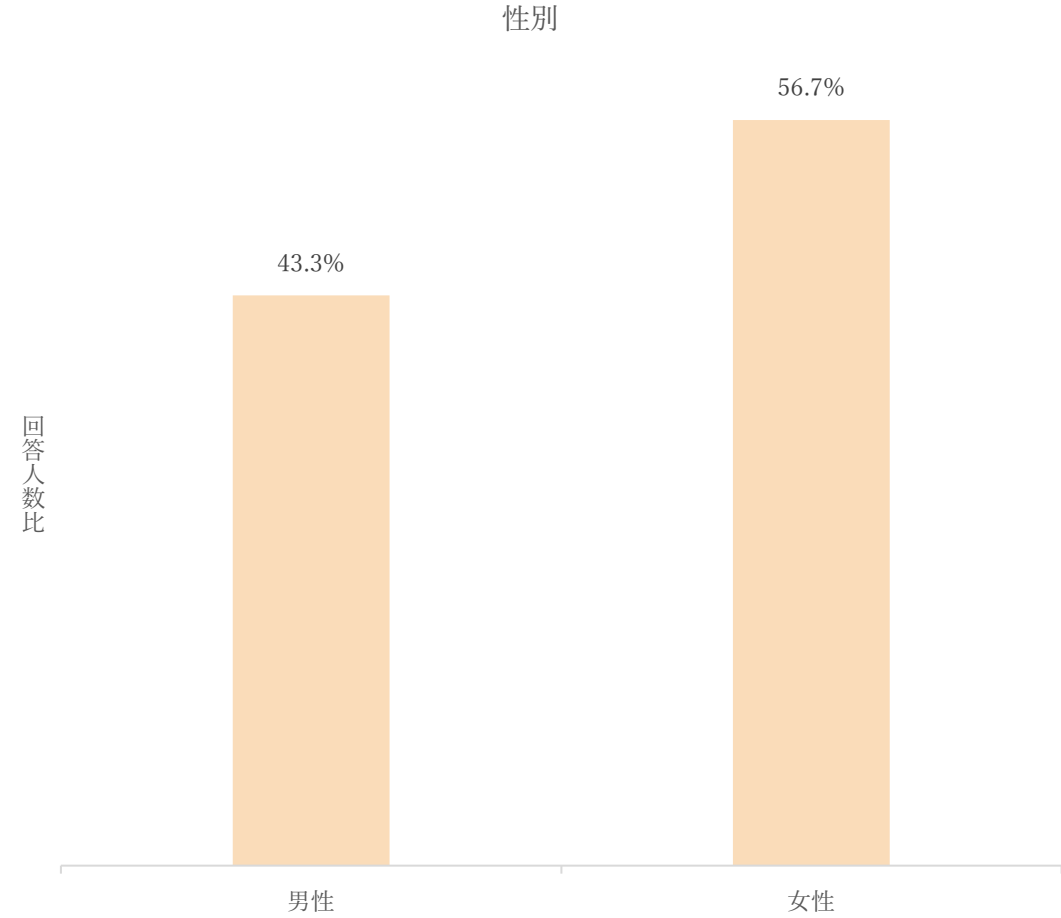
アンケート

本アンケートの実施概要は以下の通り

• 期間	2022年10月2日～4日
• 対象	カスタマーセンター従事者533人
• 方法	匿名オンラインアンケート
• 設問	
①職場全体について	幸福度や職場およびプライベートでの体験に関する設問
②カスタマーハラスメントについて	カスタマーハラスメントの経験やそれに対する会社側の対策などについての設問

性別・年齢

性別



年齢

