

A serene sunset scene over a body of water. The sky transitions from a deep blue at the top to a warm orange near the horizon where the sun is setting. Two small boats are visible on the water; one in the foreground on the left with a person inside, and another further away on the right. The water reflects the colors of the sky.

Well-being CUSTOMER CENTER AWARD 2025

開催概要

はじめに

国内で唯一の「コンタクトセンター」×「働きがい」に特化したアワード

- 本アワードは、弊社オリジナルの従業員アンケート調査の結果をランキング化し、上位組織を表彰するアワードです。各部門で上位7社を表彰し、受賞した場合、社内外に対して自社の優れた従業員体験を訴求できます。
- またエントリーをすることで、定量評価された自社の従業員体験を国内他センターと比較することで正確に強みや、改善機会を把握できます。**※初回エントリーは無料です。**診断の実施から、レポートの受領などすべて無償でご参加頂けます。

アワードの主要な3STEP

現状把握から改善施策のヒントまで得られる、
表彰だけが目的ではないアワード



①診断を受ける

オンラインサーベイフォームよりエントリー組織の全従業員が15分ほどの職場体験に関するアンケート調査を実施する



②レポートを受領する

全設問の回答結果と、国内における順位が書かれたレポートより自社の改善すべき課題や、伸ばすべき強みを把握する



③表彰式に参加する **上位7社へ授与**

優れた組織への賞の授与と、成功事例についての講演や、本テーマに取り組むマネージャー同士の人脈形成を行う

アワード実績

コンタクトセンター従業員体験の
アワードでは国内最大規模

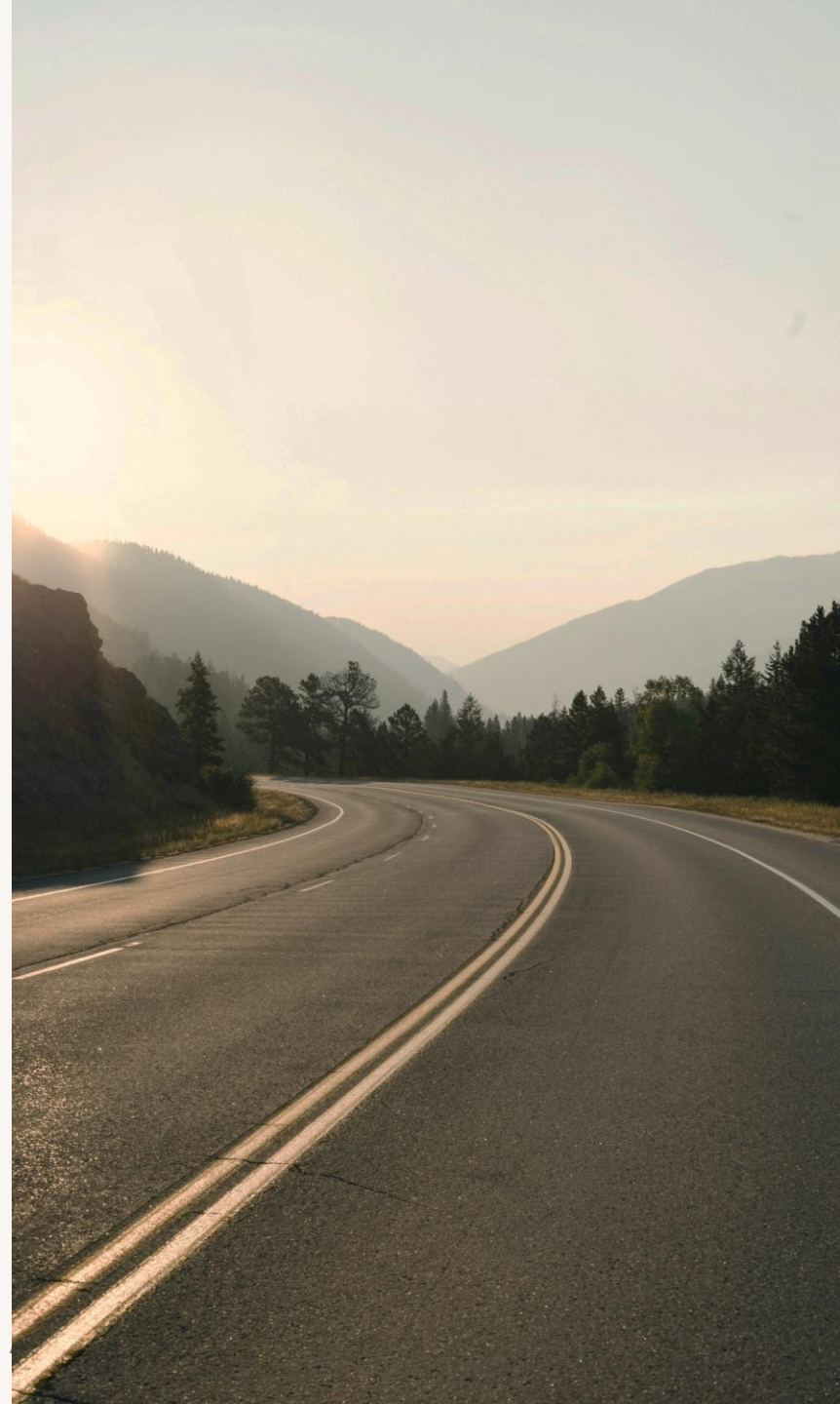
2024年参加実績

・ 組織数	51組織
・ センター数	132センター
・ 従業員数	10,279名



目次

1. 開催背景	…	P.4～11
2. 2025年度開催概要	…	P.12～18
3. エントリーについて	…	P.19～31
4. その他のサービス	…	P.32～38

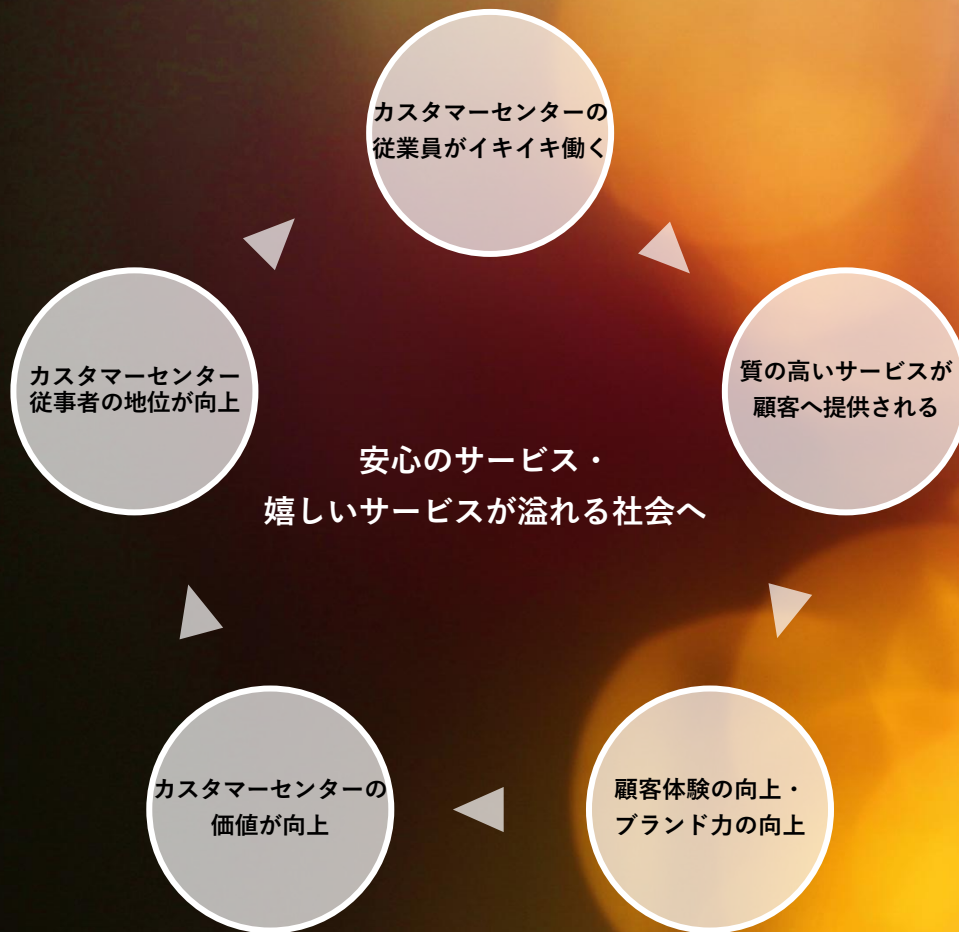


A large, detailed silhouette of a dandelion seed head is centered in the frame. The seed head is composed of many small, feathery seeds radiating from a central point. The background is a soft, warm gradient of orange and yellow, suggesting a sunset or sunrise. A bright, glowing sun is visible in the lower right quadrant, partially obscured by the dandelion's seeds. The overall mood is serene and contemplative.

開催背景

アワード開催の思い

カスタマーセンターの仕事の価値を高めたい



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2021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の定義

Well-being = 「すべて」が満たされた状態

Health is a state of complete physical, mental and social **well-being** and not merely the absence of disease or infirmity.

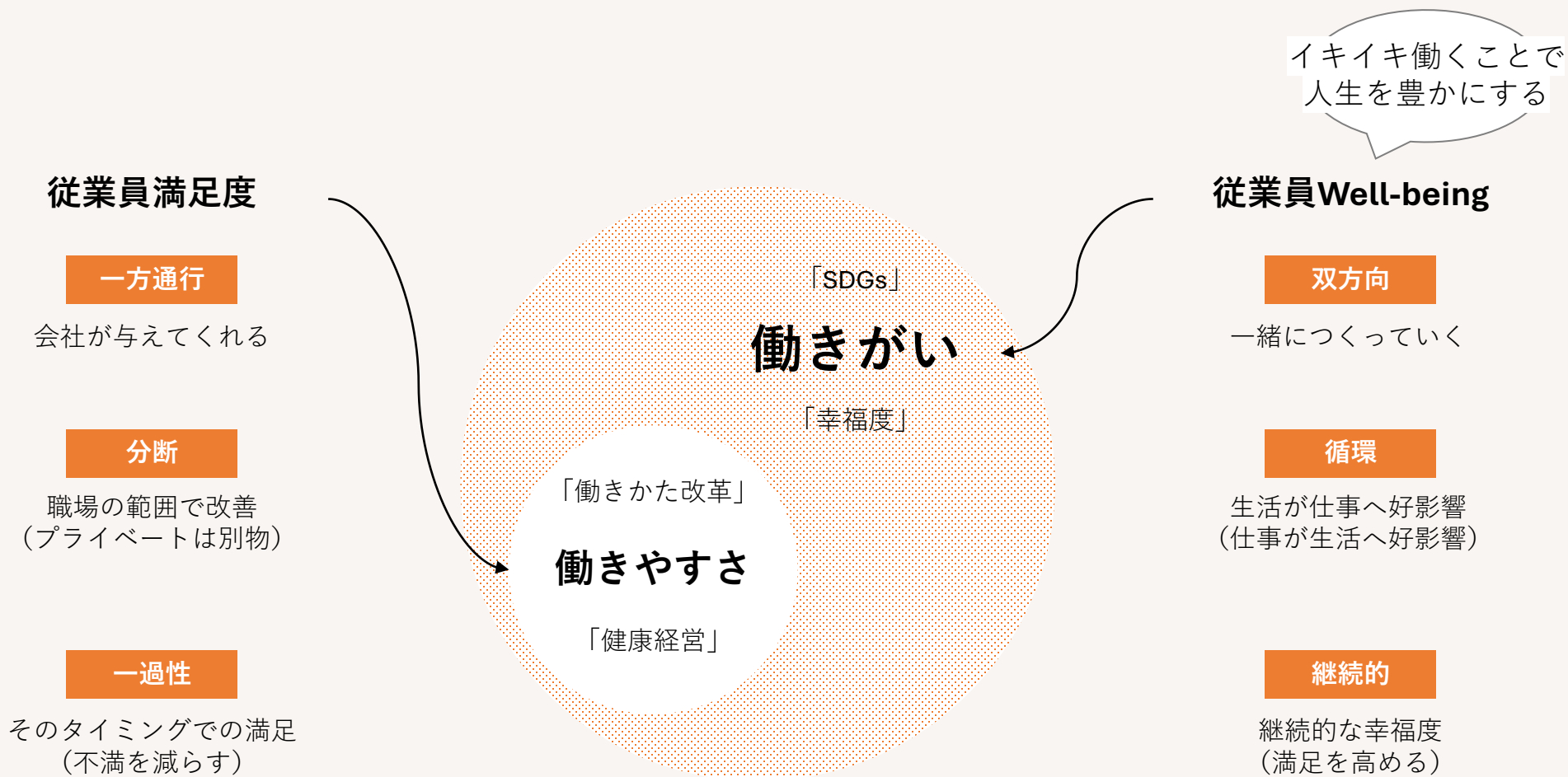
健康とは、病気でないとか、弱っていないということではなく、肉体的、精神的、社会的、すべてが満たされた状態にあること。

(日本WHO協会訳)

引用元：公益社団法人 日本WHO協会 | 健康の定義について

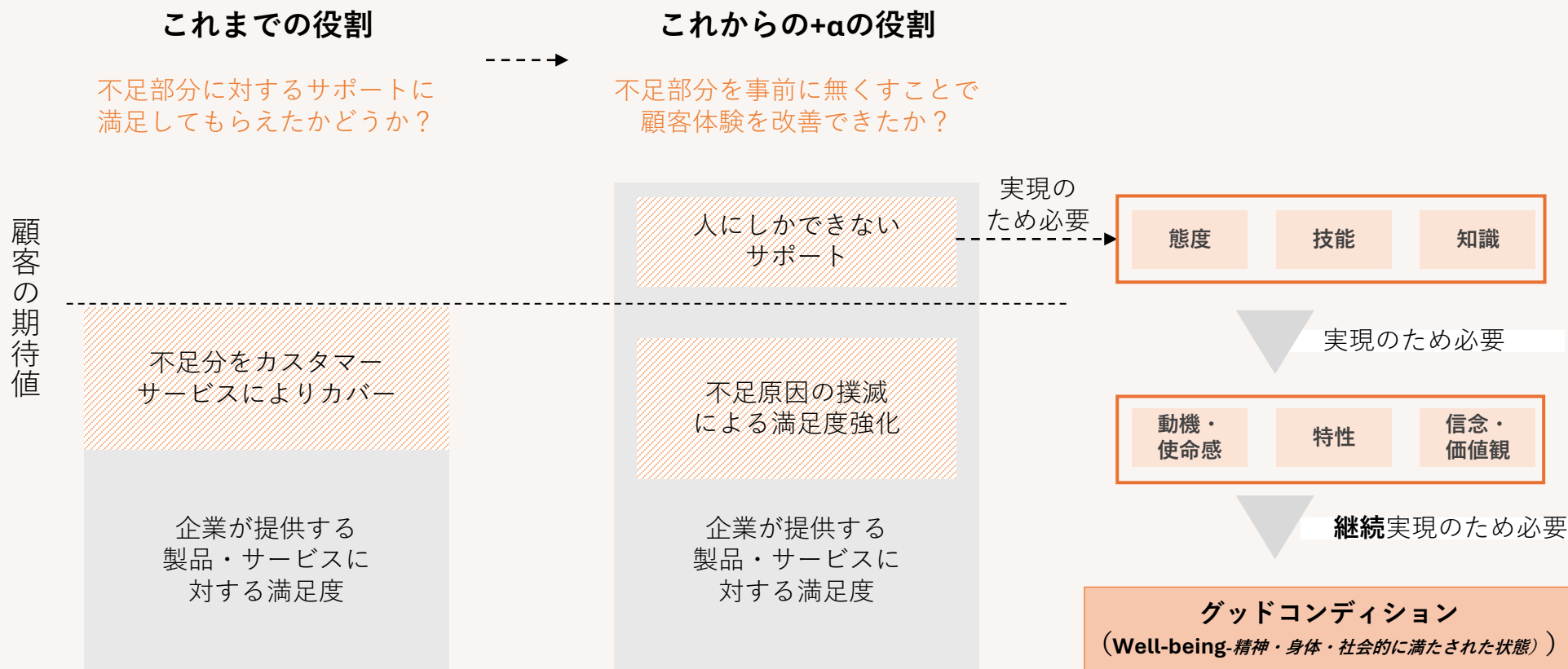
弊社のWell-beingの定義

Well-beingは従業員満足度と全く異なるのではなく、それを内包している考え方



Well-beingが求められる背景

センターの業務内容の変化に伴いWell-beingが更に必要とされている

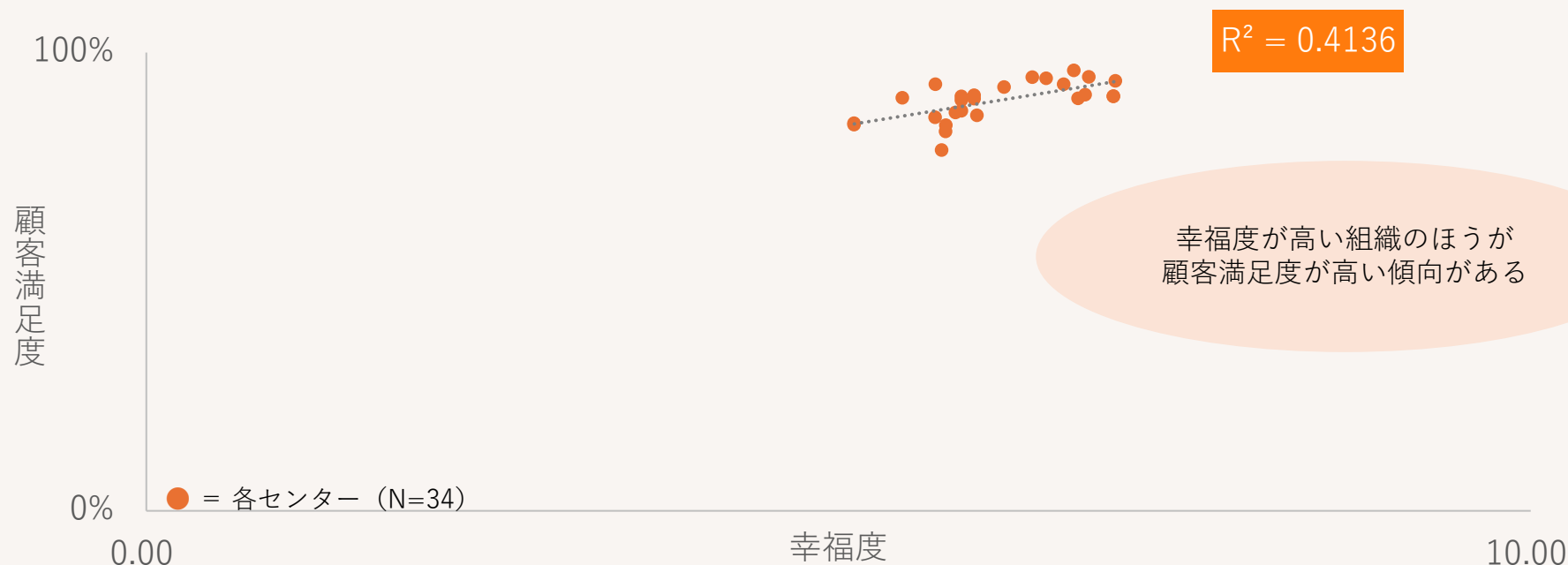


Well-beingが求められる背景

センターの業務内容の変化に伴いWell-beingが更に必要とされている

- 前のページでご紹介した考えに基づき、Well-beingな組織は顧客満足も高いのかを分析したのが以下の結果です。
- 分析の結果「Well-beingな組織（幸福度が高い組織）」では顧客満足度も高くなる相関関係が認められています。

幸福度と顧客満足度の相関分析



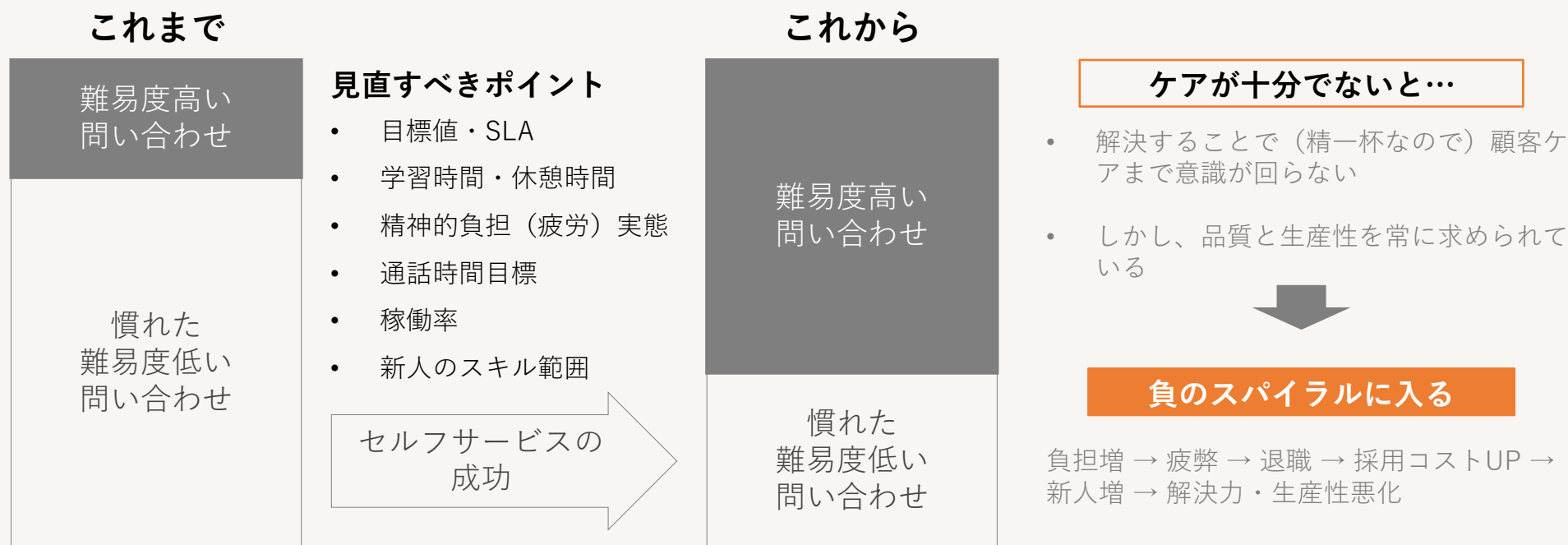
※弊社主催「Well-being CUSTOMER CENTER AWARD2024」より集められたデータをもとに分析（実施：2024年5月～8月）

Well-beingが求められる背景

センターの業務内容の変化に伴いWell-beingが更に必要とされている

- コンタクトセンターにおける業務の難易度はサービスのセルフ・デジタル化によって高まっています。業務の難易度が上がっている中、旧態依然とした体制や指標を含む管理を行っていると従業員の負担は増えるばかりか、離職が離職を呼ぶ負のスパイラルを巻き越しかねません。
- 組織の体制、指標を含む管理を見直し従業員のWell-being促進と実現をサポートする必要があります。

対応業務難易度の割合変化と適応のポイント

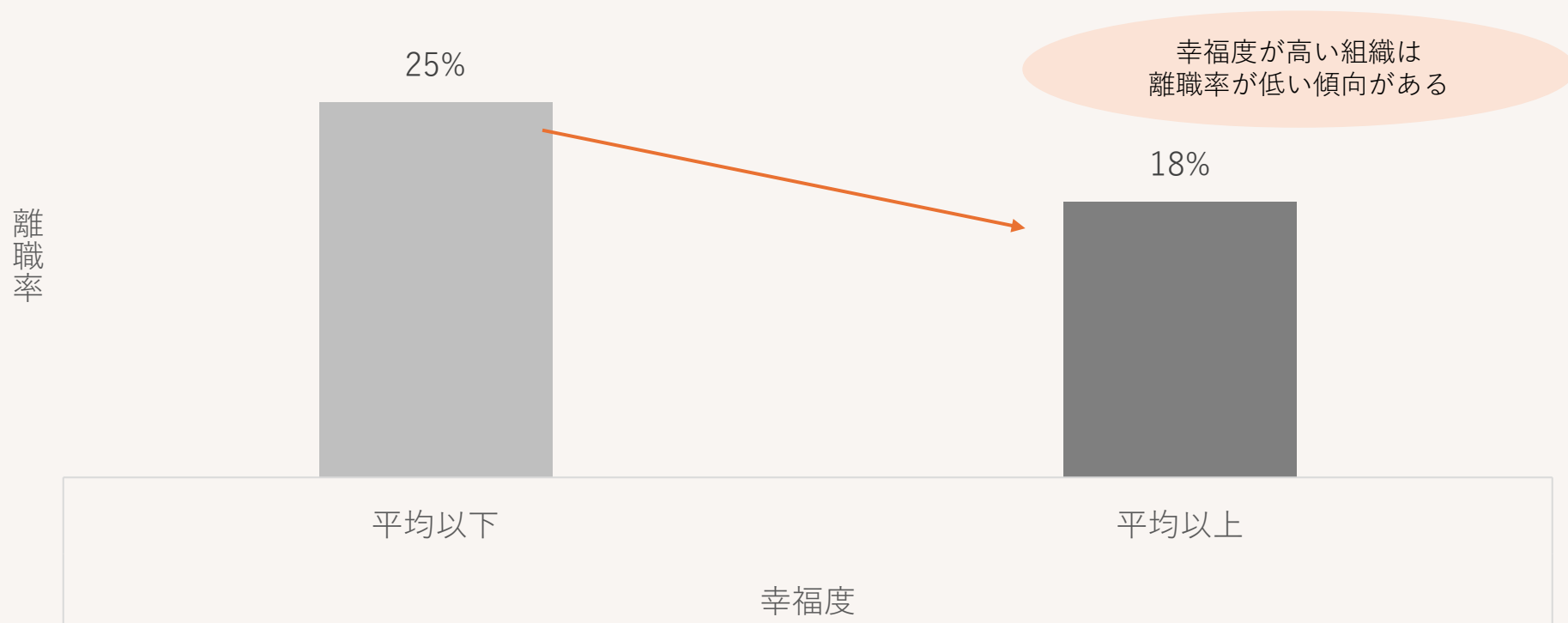


Well-beingが求められる背景

センターの業務内容の変化に伴いWell-beingが更に必要とされている

- 前のページでご紹介した考えに基づき、Well-beingな組織は離職率も低いのかを分析したのが以下の結果です。
- 分析の結果「Well-beingな組織（幸福度が高い組織）」はそうでない組織に比べて離職率が下がることがわかりました。

幸福度平均以上と以下の組織の離職率比較

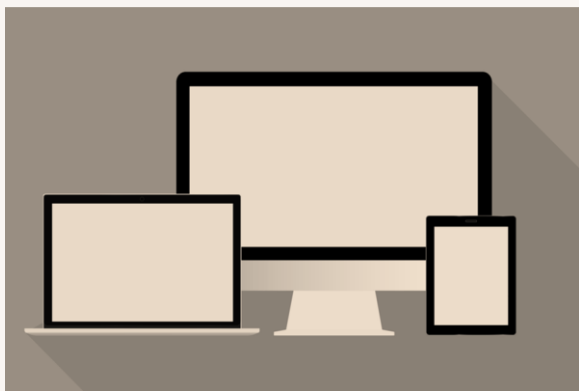


※弊社主催「Well-being CUSTOMER CENTER AWARD2024」より集められたデータをもとに分析（実施：2024年5月～8月）

2025年度
開催概要

本アワードの概要

自社のWell-being実現・促進度合いを国内の他センターと比較し、改善方法まで知れる国内唯一のアワード



STEP1

アンケートを受ける

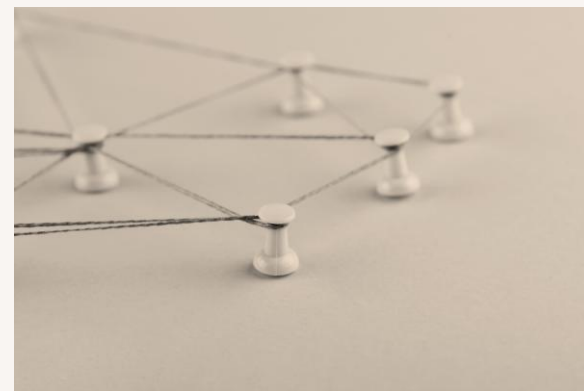
- エントリー組織の全従業員に対してアンケート調査を行う
- アンケートは職場における体験などについての調査であり、弊社オリジナルの診断（Well-being診断）



STEP2

自社の結果と 国内他センターを比較する

- 自社の結果だけではなく、国内平均、上位組織のベンチマーク入りのレポートを受領できる
- エントリー総数における自組織の順位が把握できる



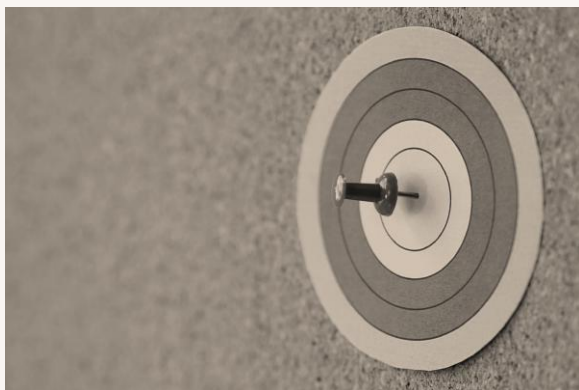
STEP3

人脈形成・ 改善のヒントを得る

- アワード当日は優秀組織を表彰するだけではなく、上位組織の成功事例、有識者の講演など改善のヒントを得ることができる
- また参加することでWell-beingに取り組む他社のマネージャーと人脈形成も可能
- 受賞できれば社内外に自社の取り組みの素晴らしさをアピールできる

本アワードの特徴

自社の状況を客観的に把握し、従業員の働きがいを高めるための組織改革を専門家のサポートを受けながら実現することが可能



POINT1

日本国内ベンチマークデータを活用し自センターの状況を正しく把握できる

- ES調査も行っているけど**切り口が違うので**併用してこれからも行っていきたいと思っています。
- 普段覗き込めない**他社の状況がわかった**。長年ES調査をやってきたが今までにない気づきが多数出た。



POINT2

働きやすさではなく、働きがいにフォーカスするため組織を動かす原動力になる

- 設問をみるだけでもHR担当者含め**社内の意識が変わりました**。
- 本当の意味で手を止めて「**従業員の幸福ってなんだろう？**」と考えるきっかけになりました。



POINT3

ご要望に応じたカスタマイズや実施後のサービス含め専門コンサルタントがフルサポート

- 事前に相談にのっていただき**社内を動かすための情報を得る機会**にすることができました。
- アワード後のワークショップから社内の会話に**幸福**や**ウェルビーイング**という単語がよくできるようになり、**社内の意識を変える良い機会**になったと思う。

日本国内ベンチマークデータを活用し自センターの状況を正しく把握できる

エントリー組織のコメント

- ES調査も行っているけど、**切り口が違うので**併用してこれからも行っていきたいと思っています。
- 普段覗き込めない**他社の状況がわかった**。長年ES調査をやってきたが今までにない気づきが多数出た。

特徴の解説

エントリー組織へは複数のレポートを納品いたします。レポートには自社の回答結果だけではなく、国内平均やHPBなど自社の特徴を分析するための様々な情報が含まれます。

- 自社の結果を国内他センターの平均と比較することで課題・強み含め自社のどこに特徴があるのか把握できる
- 平均だけではなく、**HPB**（＝ハイパフォーマンスベンチマーク：国内上位組織の数字）とも比較して国内トップまでの差も定量的に把握できる



※納品レポートのイメージ

働きやすさではなく、働きがいにフォーカスするため組織を動かす原動力になる

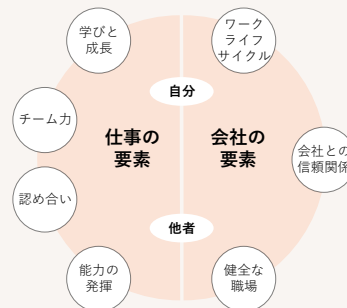
エントリー組織のコメント

- 設問をみるだけでもHR担当者含め**社内の意識が変わりました。**
- 本当の意味で手を止めて「**従業員の幸福ってなんだろう？**」と考えるきっかけになりました。

特徴の解説

エントリー組織に実施頂くのは弊社が開発したオリジナルアンケート「Well-being診断」です。センターで働く従業員の幸福度と関連する7つの要素を中心に「従業員幸福度・Well-being」にフォーカスした設問で構成されています。

- アンケート回答を通じ従業員が「自社はこういうことを大事にしているのか」と知ることができ、アンケートが組織の価値観を伝えるツールとして機能する
- 弊社の独自研究の結果、従業員の幸福度とWell-beingに関連する要素をベースとした設問のため、実施・レポート確認またそれ以後の改善の中でこの設問に振れる実行者・担当者が、本当に重要なことに気付くきっかけになる



①学びと成長	仕事を通じて成長/それを実感しているか
②認め合い	互いに認め合い、役立てていると感じているか
③チーム力	心理的安全性をもとにした、協力的な関係があると感じているか
④能力の発揮	自身の役割を理解、意思を持って行動できているか
⑤会社との信頼関係	会社と双方向の良好な関係があるか
⑥健全な職場	働きやすい環境で、さらにそれを良くしようとしているか
⑦ワークライフサイクル	仕事と私生活に正の循環はあるか

※Well-being診断主要設問グループ=Well-being7つの要素

ご要望に応じたカスタマイズや実施後のサービス含め専門コンサルタントがフルサポート

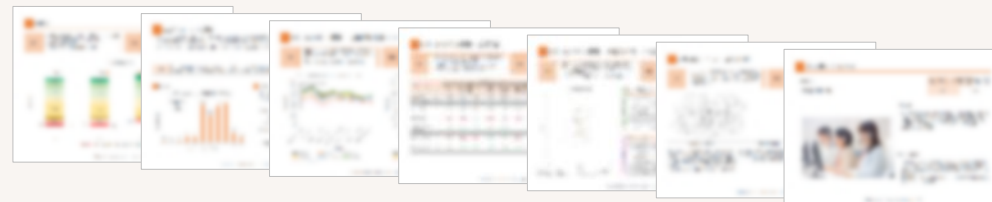
エントリー組織のコメント

- 事前に相談にのっていただき**社内を動かすための情報を得る機会**にすることができました。
- アワード後のワークショップから社内の会話に**幸福やウェルビーイング**という単語がよくできるようになり、**社内の意識を変える良い機会**になったと思う。

特徴の解説

ご要望がある組織へはアンケート回答前の『課題・改善を前提とした』アンケート設計支援、アワード後のアフターフォローなど様々なサポートを提供しております。

- ① 組織の課題をヒアリングし、アンケート結果で正確に原因や影響度合いを測定できるようにカスタマイズする。
 - ↳ 各SVやプログラム内のマネジメント力が課題の場合、各SVやプログラムマネージャーに、自身がマネジメントしている範囲の数値がでるよう集計する。
 - ↳ その際回答者が個人特定を恐れないよう回答グループごとのユニークURLを発行し、集計上の工夫を行う。
- ② アワードの納品物よりも詳細な分析を行った結果の報告会や、対策を検討するワークショップ、マネジメント課題を把握するための診断など、組織の様々なニーズに応えられるサービス



※詳細な報告レポートのイメージ

2024年度の受賞組織

2024年度のアワードには総勢132センター、10,327名が参加

大規模センター部門

【最優秀賞】

- ・ DHLジャパン株式会社 カスタマーサービス本部
- ・ 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
- ・ 日本コンセントリクス株式会社 札幌オペレーションズ (Japan Concentrix KK Sapporo operations)

【優秀賞】

- ・ S M B C日興証券株式会社 フロントサービスセンター
- ・ 株式会社セブン銀行 バンキング統括部コンタクトセンター
- ・ Teleperformance Japan 株式会社 A1
- ・ 日本コンセントリクス株式会社 福岡オペレーションズ (Japan Concentrix KK Fukuoka operations)

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
- ・ 株式会社かんば生命保険 仙台カスタマーサービスセンター
- ・ 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

【優秀賞】

- ・ 株式会社AIサポート
- ・ キリンホールディングス株式会社 コーポレートコミュニケーション部 お客様相談室
- ・ 株式会社ジャルカード コンタクトセンター
- ・ 三井住友トラスト・ビジネスサービス株式会社 品川事務センター 相続受付チーム受電ユニット



※受賞組織以外のエントリー組織は非公開



エントリーについて

2025年度開催スケジュール



期間	5月1日～	-	エントリー後～8月16日の間で約2～4週間	9月中旬 ※アンケート実施後最短1日で結果を渡す速報版もあり（別料金）	11月上旬
内容	Webフォームへ必要事項を記入のうえ送信	貴社の状況を確認のうえ必要なカスタマイズを実施	STEP2で作成したアンケートフォームより全従業員に回答を依頼	全エントリー組織の回答が揃ったあと、レポートを納品	11月上旬に表彰式を開催 - 授与式以外にも各種講演を実施予定
貴社へのご依頼事項	エントリーシートの作成および送信（約10分）	弊社とのやりとりおよびアンケートの確認（約1日～5日）	WebアンケートのURLの社内の展開（平均回答所要時間＝15分/回）	-	-
ポイント	参加の条件は「センター」であること	貴社の課題をもとに最適なアンケートのご提案が可能	弊社Webアンケートツール以外の方法も実施可能	レポートの納品は9月中旬であるがそれ以前の速報も報告可能	受賞組織も非受賞組織もさまざまなメリットが存在

エントリー プラン

STEP1

STEP2

STEP3

STEP4

STEP5

オプションを選ぶことでより手厚いサポートを受けることが可能

初回エントリー無料

スタンダード ¥220,000

カスタマイズ ¥297,000

プレミアム ¥550,000

まずは最低限のコストで
エントリーしたい方向け

Well-beingに関する活動を
一段レベルアップしたい方向け

分析～改善まで必要な作業の委託
と第三者の視点が欲しい方向け

初回エントリー費用無料キャンペーンの対象

○

-

-

(初回エントリーの場合スタンダード費用の差額が必要)

(初回エントリーの場合スタンダード費用の差額が必要)

事前カウンセリング

自社の課題にマッチした進め方をご
提案するセッション (1時間)

-

○

○

設問カスタマイズ

アンケート区分や設問の調整・追加

○

○

○

(アンケート区分の調整のみ可)

(すべて可)

(すべて可)

診断結果一覧表

全設問の回答結果がわかるPDF一枚
のレポート (概要はP.31参照)

○

○

○

(エントリー単位で一つ+任意の分け方で最大5つ)

(エントリー単位で一つ+任意の分け方で最大7つ)

(エントリー単位で一つ+任意の分け方で最大7つ)

ランキングレポート

各設問グループごとに順位がわかる
レポート (概要はP.31参照)

○

○

○

(エントリー単位で一つ)

(エントリー単位で一つ)

(エントリー単位で一つ)

結果速報レポート

自社の結果を即時確認できるレポ
ート (PDF1枚) を任意の時期に納品 (概要
はP.31参照)

-

○

○

診断結果分析報告書

P.33記載の診断結果の詳細を記載し
たレポート

-

-

○

診断結果報告会

診断結果分析報告書の内容を解説す
る報告会 (1時間)

-

-

○

対策検討ワークショップ

診断結果に基づいた対策について検
討を行うワークショップ (最大3時間)

-

-

○

※金額はすべて税込にて記載

All Rights Reserved, Copyright Proseed Corporation 2025

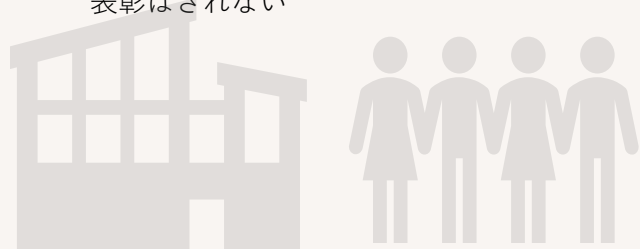
エントリー組織の人数によって部門が変更

A部門：中・小規模センター部門

- 人数が**20名～99名のセンター**がエントリーする部門
- 人数が20名を下回る場合であってもアワードに参加することは可能であるがランキングには入れない

※例：人数が10名のセンター

- └ プランに応じた全てのサービス・納品物を受けられる
- └ しかし、スコアが1位相当であっても1位として表彰はされない



B部門：大規模センター部門

- 人数が**100名～のセンター**がエントリーする部門
- 人数に上限はなく人数の大小によって費用は変動しない



基本情報を送信し、アンケートの設計・調整を行う

STEP 1 基本情報送信

必要となる情報（※）をWebフォーム或いはエクセルにて記入し送信する。

< 必要な情報 >

エントリーシート	
1.オペレーター人数	0
2.リーダー、SV人数	0
3.サポートスタッフ人数	0
4.その他管理者層人数	0
計	0
回答必要数(70%以上)	0
5.参加カテゴリ	
6.アフターサポート	
7.アンケート方法	
8.企業名	
9.センター/プログラム名	
10.住所	
11.窓口の方のお名前	
12.役職	
13.メールアドレス	
14.電話番号	

STEP 2 区分微調整

エントリーが受理されたあと、弊社事務局員が調査の方法やアンケート区分などについて、カスタマイズが必要か確認。必要であれば微調整をする。

< アンケート区分 >

性別	年齢	雇用形態	在職期間	役割
男性	20歳未満	正社員	6ヶ月	オペレーター
女性	20～30歳	派遣社員	6ヶ月～1年	SV・リーダー
その他	30～40歳	契約社員	1年～3年	サポートスタッフ
	40～50歳	パート・アルバイト	3年～5年	その他管理者層
	50～60歳		5年～10年	
	60歳以上		10年以上	

従業員アンケート + 組織体制やKPIについてのアンケートを組み合わせで実施

Well-being診断

Well-beingをテーマとした職場体験についてのアンケート（回答所要時間15分/名）

組織体制・KPI

組織のマネジメント体制やKPIについてのアンケート（回答所要時間5分/名）

オペレーター	●	
SV・リーダー	●	
管理職・マネージャー	●	●
その他	●	

把握できる
こと

【自社内比較】
従業員が組織や仕事、仲間や上司に対して抱いている感情

【他社比較】
同業他社と比べてとくに良い領域・改善機会がある領域

【他社比較】
全エントリー組織のマネジメント体制およびKPIと従業員アンケート調査結果を分析することにより『どのマネジメント要素』が『どの職場体験』に影響を与えているか把握でき、どこから抜本的改善をすべきか把握できる

Well-beingを実現・促進するために“組織として”やるべきことがわかる

	従業員向けアンケート	代表者向けアンケート
目的	マネジメントの結果を把握する： 従業員体験を把握するため	マネジメントの仕方/過程を把握する： 従業員体験を高めるための組織的活動のヒントを得るため
対象者	診断を実施する組織の全ての従業員 ※管理職～一般職まで	診断を実施する組織の代表者1名
所要時間	平均 15分/回	平均 20分/回
主要な 評価項目	全8つ コンタクトセンターにおける働きがいと関連した7つの要素を中核としたアンケート - KGI：従業員幸福度 - KPI：Well-being 7つの要素 - 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	全7つ 世界で初めてのWell-beingマネジメントスタンダードを基にした、従業員幸福度を高めるために組織が行うべき7つの主要な活動をもとにしたアンケート - 価値観主導のリーダーシップ - 就業環境と組織文化 - キャリアコントロール - チームワーク主導のスーパービジョン - 組織の有効性 - 報酬と承認 - パフォーマンスの結果と活用 - KPI（離職率と顧客満足度）
設問数（計）	51問～ ※各組織の分析したい角度によって変動します。 （例：担当単位でも分析したい⇒担当業務についての設問を追加する）	24問
実施方法	オンラインフォーム ※ツール名：Survey Monkey	エクセルシート記入

2種のアンケートを行う目的

STEP1

STEP2

STEP3

STEP4

STEP5

従業員幸福度・Well-beingを促進・実現するための組織的活動を特定しやすくするため

- アワードでエントリー組織に実施いただくのは弊社が開発した、コンタクトセンターの働きがいに特化したオリジナルアンケート「Well-being診断」です。
- Well-being診断は、以下の目的から従業員向け、および代表者向けの2種のアンケートを組み合わせで行います。

通常の従業員アンケート

従業員向けアンケート
従業員体験の把握



従業員向けアンケートを実施する



結果を分析・改善施策について検討する

何をすれば従業員アンケートの結果が改善するのかかわりにくい。

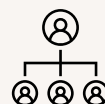
Well-being診断

従業員向けアンケート
従業員体験の把握

代表者向けアンケート
従業員幸福度を高めるための組織
的活動の実践度合いを把握



従業員向けアンケートを実施する



代表者向けアンケートを実施する



従業員体験における課題と、実践度合いの低い活動を特定し、実行する

代表者向けアンケートの設問は科学的に効果が立証された、従業員幸福度を高めるための組織的活動であり、実践度合いの低いものを高めることにより改善につながりやすい。

弊社にてWebアンケートフォームを作成、そこから回答する

STEP1

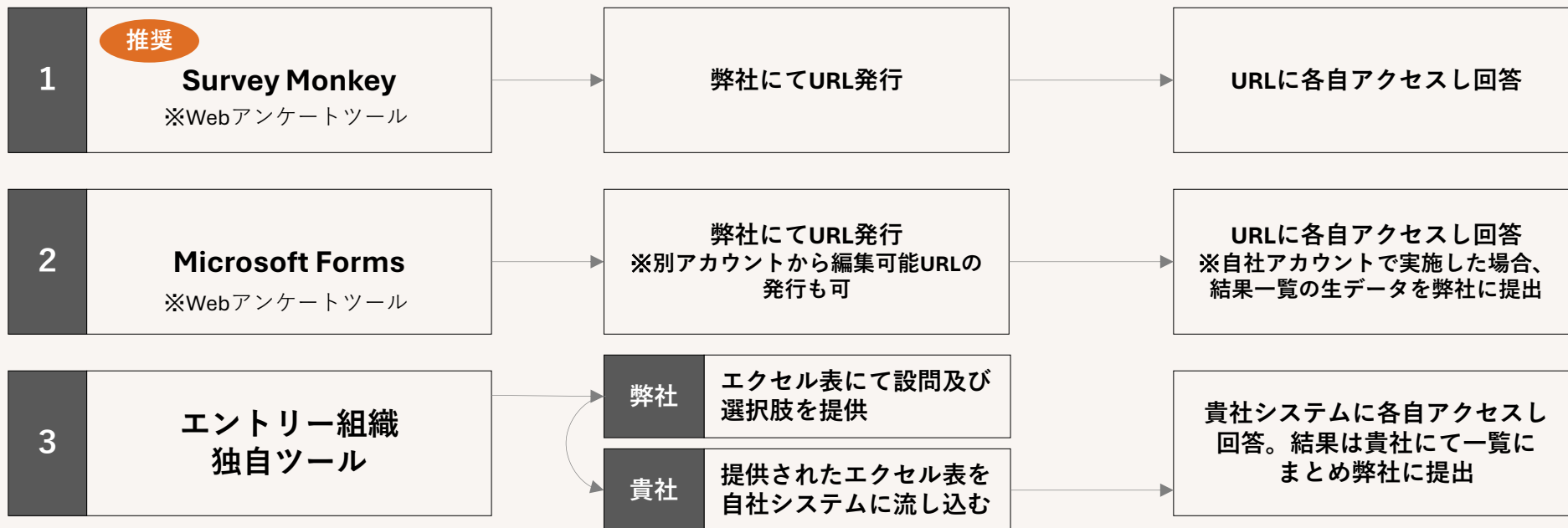
実施方法の決定（三択）

STEP2

フォーム作成

STEP3

回答・結果集計



ランキングに使用するのは全業界・業種共通で比較できる全アンケート中2項目のみ

①全従業員対象

設問グループ	回答	概要	設問数	ランキング
アンケート区分	必須	回答者へ自身の属性について問うもの（例：在職期間、役職）	5問 ※組織によって異なる	
幸福度	必須	仕事が人生の幸福度に対してポジティブな影響を与えているか問うもの	1問	●
パフォーマンス評価	必須	100点満点で自身の仕事のパフォーマンスを自己評価するもの	1問	
総合設問	必須	幸福の感じ方について問うもの	7問	
フリーコメント	任意	業務内容や職場体験について回答者に自由記載いただくもの	5問	
Well-being7つの要素	必須	幸福度に重要な7つの要素に関する設問	42問	●
追加設問	任意	毎年異なるテーマについて任意で回答を依頼するもの	5問程度	

※アンケート区分および任意回答の設問以外は変更や削減はできません。スタンダードプラン以上の場合、変更や追加が可能となります。（P.21参照）

②各組織代表者1名

設問グループ	回答	概要	設問数	ランキング
体制・マネジメント	必須	組織の体制や実施しているマネジメント施策について問うもの（P.25参照）	20問	
KPI	必須	離職率および顧客満足度の数値（P.25参照）	4問	

自社の結果だけではなく、他社との比較も可能なレポートを納品

納品物①：診断結果一覧表

縦軸が全設問、横軸が区分の回答結果（TOP3BOX）一覧表。他社平均の記載もある。

※オプションの速報版レポートもこの形式

※速報の場合、他社情報は記載無し（情報が揃っていないため）

納品物②：ランキングレポート

結果レポート：全項目の診断結果、国内平均比較、自社ランキングなどがわかるレポート。



Well-being診断結果をランキング化し、上位組織を表彰

2024年度の様子



概要

優れた組織への賞の授与と、成功事例についての講演や、本テーマに取り組むマネージャー同士の人脈形成を行う

2024年度受賞企業（再掲）

大規模センター部門

【最優秀賞】

- ・ DHLジャパン株式会社 カスタマーサービス本部
- ・ 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
- ・ 日本コンセントリクス株式会社 札幌オペレーションズ (Japan Concentrix KK Sapporo operations)

【優秀賞】

- ・ S M B C日興証券株式会社 フロントサービスセンター
- ・ 株式会社セブン銀行 バンキング統括部コンタクトセンター
- ・ Teleperformance Japan 株式会社 A1
- ・ 日本コンセントリクス株式会社 福岡オペレーションズ (Japan Concentrix KK Fukuoka operations)

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
- ・ 株式会社かんぽ生命保険 仙台カスタマーサービスセンター
- ・ 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

【優秀賞】

- ・ 株式会社AIサポート
- ・ キリンホールディングス株式会社 コーポレートコミュニケーション部 お客様相談室
- ・ 株式会社ジャルカード コンタクトセンター
- ・ 三井住友トラスト・ビジネスサービス株式会社 品川事務センター 相続受付チーム受電ユニット

※受賞組織以外のエントリー組織は非公開

エントリーのメリット

様々な課題解決・ブランド価値向上に繋がる日本でここだけの診断・評価体系

	社内実施	他社外注	当アワード（オプションを含む）
診断	スケジュール  自社の都合に合った診断の実施が可能	 双方で合意した日程で診断の実施が可能	 期間内で調査を実施する必要がある。 ただし、エントリーしない場合はいつでも実施可能
	設問精度  自社の理念や重視する価値観に合わせて自由に設計ができるが、必要な観点全てが入っているとは限らない	 専門家の意見を参考にして従業員・組織にとって必要な設問で診断が実施できる	 コンタクトセンターの働きがい・幸福度に特化した設問で診断が実施できる
分析	レポート作成  自社に必要な観点で必要なだけレポートが作成できるがマンパワーがかかる	 専門的・客観的なレポートが納品される	 専門的・客観的なレポートが納品される
	分析  客観的・必要な観点での分析が難しく 自社の中またはグループ内での比較分析しかできない	 客観的・専門的な分析は可能であるが業種（センター）の特徴を反映したものではない可能性がある	 センターに特化した客観的・専門的分析ができ、 比較対象も国内同業種かつ同業界比較もできる
改善と活用	社内活用（改善）  自社ノウハウに頼った改善になり、成功事例があれば展開は容易だが、知識や案がない場合改善が鈍化する	 専門的・客観的な改善提案をもらえるが センターへの応用・変換は必要になる場合がある	 他センターで定量的に 成果を出している活動を参考にできる
	社外活用（ブランド価値向上）  社外へ数値の報告は可能であるが高くて客観性・信頼性がないため結果を外部効果いしないことが一般的	 アワード体系が紐づいた診断もある	 スコアが高ければ国内で幸福度が高いセンターと社内外に証明することによるブランド価値向上を図れる
コスト	コスト  無料の診断ツールを使えば主要なコストは人件費のみ	 品質のよいものやカスタマイズを重ねると金額が大きくなりやすい	 カスタイズや詳細な報告書などが付いたフルパッケージでも50万円で実施可能

A photograph of a city skyline at sunset. The sky is filled with dramatic, colorful clouds in shades of orange, yellow, and blue. Several tall buildings are visible, some with lights on. A large white text overlay is centered in the lower half of the image.

その他のサービス

その他サービス①報告会

詳細な分析結果をアンケート終了から最短1週間で実施

Recommend

- ・ 自社で分析をやるまでの時間がない
- ・ 客観的な意見や、課題、原因が知りたい
- ・ 改善に取り組むメンバーに課題やWell-beingの考え方を理解してもらいたい

納品物

- ・ 報告書：自社内・他社・HPB比較による自社の強みおよび課題の分析と改善提案（右図参照）

概要

- ・ 所要時間＝1時間
- ・ アンケート区分別特徴
- ・ 設問毎他社およびHPB比較
- ・ フリーコメント分析
- ・ 改善優先順位提案・その他結果考察

金額

- ・ 196,000円/組織（税込）
※報告会とワークショップはセットにてご実施頂くことが推奨ですが、いずれか一つのみを実施することも可能です。



その他サービス②ワークショップ

成功事例や原理原則を共有しながら課題に対する理解を深め、改善アクションを検討するワークショップ

Recommend

- 効果的な改善事例が知りたい
- 従業員幸福度・Well-beingに関する社内の考え方を合わせたい

納品物

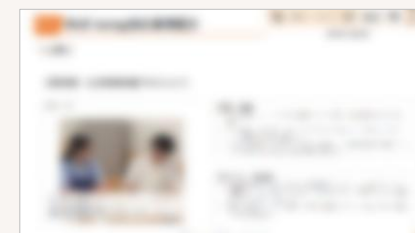
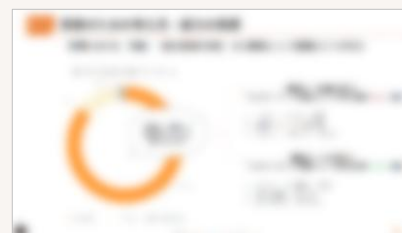
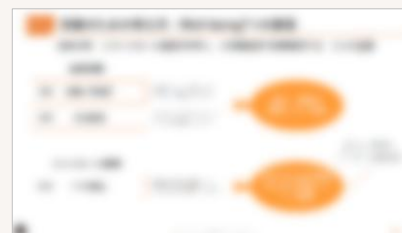
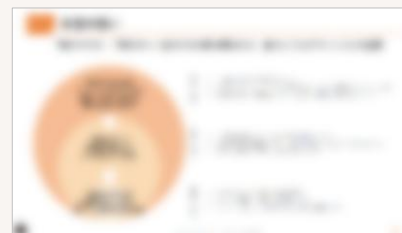
- ワークショップ資料
- 改善計画（討論の内容に準ずる）
- 貴社の課題にあった他社改善事例

概要

- 所要時間＝最大3時間
- Well-being実現のための重要な考え方を共有
- 貴社の考えるWell-beingについての意見交換
- 診断結果を踏まえた改善のための行動計画についての討論

金額

- 196,000円/組織（税込）
※報告会とワークショップはセットにてご実施頂くことが推奨ですが、
いずれか一つのみを実施することも可能です。



その他サービス③セミナー

改善に繋がる意識変容のためのセミナー

Recommend

- Well-beingに関する基本的な考え方を伝えたい
- なぜWell-beingに取り組むべきが第三者視点で社内へ伝えてほしい

納品物

- セミナーテキスト
- セミナー録画・録音データ

概要

- 所要時間＝1時間
- オペレーター・SV・マネジメント層などご希望の層に対するWell-being解説セミナー

金額

- カスタマーサービスのトレンド
- カスタマーセンターマネジメントのトレンド
- 外部環境を背景としたWell-beingの重要性
- Well-being基礎知識
- 仕事にWell-beingを活かすためのヒント



その他サービス④組織力診断

世界初の国際規格を用いた組織体制・機能の診断

Recommend

- 抜本的な改善に取り組みたい
- CXなどの他指標との相関性を意識したうえでWell-beingに取り組みたい
- ブランド価値向上に取り組みたい



効果が実証された診断項目による組織力の定量評価

Well-being実現・促進のための原理原則、またグローバルにおける優秀事例をもとにしたマネジメント規格と比較することで自社組織の体制・機能面を定量評価ができる



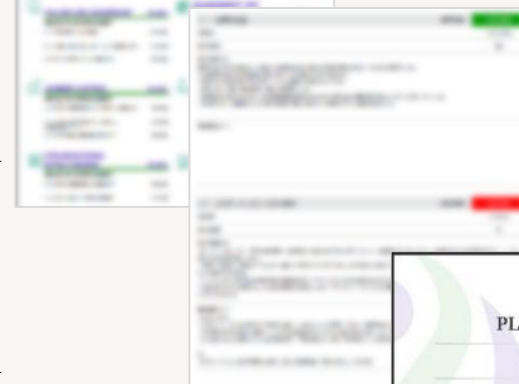
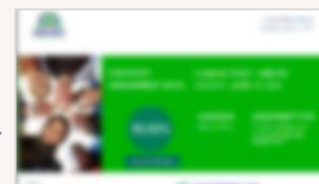
Well-being促進のための運営基盤構築

フレームワークに則った改善を進めることによりプロセスを強化することができ、外部環境などの影響を受けにくい強靱な組織体制を整備できる



社内外への証明・ブランド価値向上

診断結果が一定の値（達成率）を超えれば国際CX協会および弊社からのグローバル認定を受けることが可能



その他サービス④組織力診断

Well-beingスタンダードとは？

特徴



国際カスタマー・エクスペリエンス協会
(ICXI) が2023年に開発した



原理原則、優秀な事例に基づいた、Well-beingな組織が実施すべき・しているマネジメント要素 (VECTOR6) からなる



Well-being向上を戦略的に実現することを目的としたフレームワーク

ICXIについて



認証組織
200以上



診断組織
4,000社以上

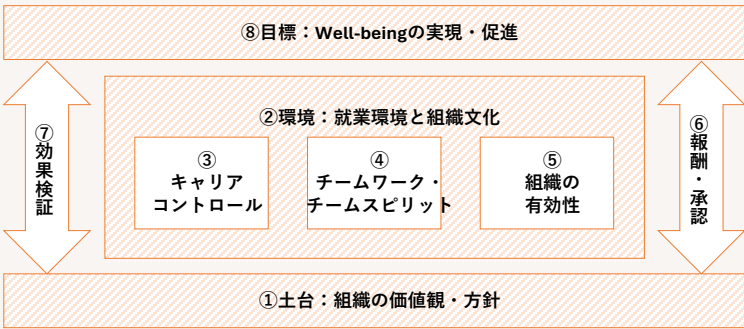


研修受講生
16,000名以上

- カスタマーエクスペリエンス管理におけるグローバルなベストプラクティスを開発および共有するための国際組織。
- デジタル化、SDGs、コンプライアンスなど、多様で絶えず変化する社会およびビジネス環境におけるサービスの世界基準を提供していくことを目的に、2005年に英国で設立された。
- 2024年現在68か国でコンサルティングの実績があり世界的に効果が実証されているCX、デジタルCX、Well-beingに関するマネジメントスタンダードを開発している。

その他サービス④組織力診断

世界初の国際規格を用いた組織体制・機能の診断

実施内容	要件定義	両社で目標を定義し、目標達成のための診断範囲を定義
	診断	Well-beingスタンダードにもとづく内容について、経営層・現場リーダー・スタッフへのヒアリング、 また数値分析を実施
	報告会	診断結果および改善に必要なアクションについて報告
納品物	報告書	診断結果および改善提案について記載されたレポート
	診断原票	全要求項目に対するヒアリング結果とコメントをまとめた調査原票
報告書内容	Well-beingスタンダード（以下要求項目群）にもとづく組織体制・能力に関する診断結果	
	 ① 価値観主導のリーダーシップ ② 就業環境と組織文化 ③ キャリアコントロール ④ チームワーク主導のスーパービジョン ⑤ 組織の有効性 ⑥ 報酬と承認 ⑦ パフォーマンスの測定 ⑧ パフォーマンス結果 VECTOR6それぞれの関わりのイメージ 	
金額	2,500,000円/組織（税込）	※1組織の診断および報告書・会の金額 ※所要時間は合計約3日（スコープにより変動）