

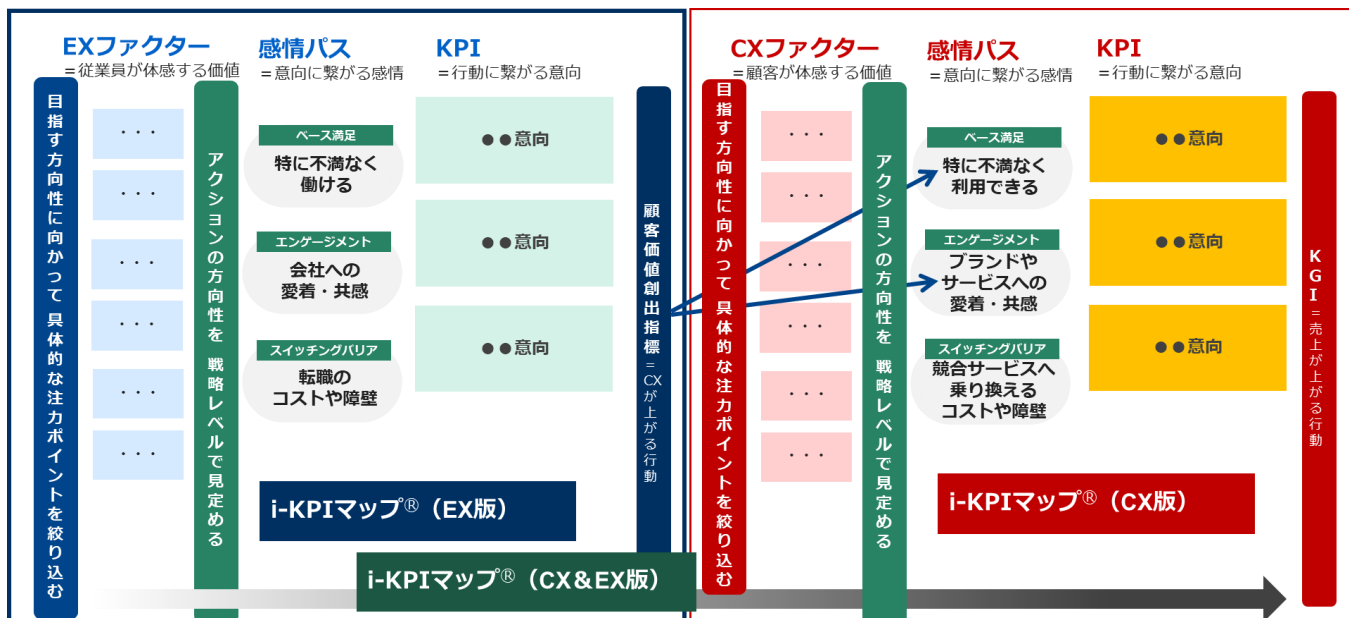
インテージ、「従業員の行動が、売上を動かす」をデータで証明・実装する新ソリューションを提供開始
～顧客体験(CX)×従業員体験(EX)を業績連動 KPI に結ぶ「i-KPI マップ®(CX&EX 版)」～

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、取締役社長:檜垣 歩、以下インテージ)は、2025年4月に提供を開始した顧客体験(CX)の成果創出メカニズムを可視化する「i-KPI マップ®(CX 版)」をベースに、従業員体験(EX)の成果構築まで統合した新ソリューション「i-KPI マップ®(CX&EX 版)」を開発し、提供を開始しました。

近年、従業員体験(EX)の向上が、顧客体験(CX)の向上をもたらすという認識は急速に広がっています。しかし、CXとEXを同一のフレームワークで統合し、業績に直結する「優先アクション」までをデータで一気通貫に導くアプローチは、これまで体系化・サービス化されていませんでした。

今回のソリューションでは、従業員体験(EX)を「人事部門が扱う職場環境・待遇の話」として切り離すのではなく、「従業員が顧客に向き合う姿勢や行動を生み出す土台」として捉えています。顧客体験(CX)と従業員体験(EX)を同じフレームワークで測定・連動させることで、「どのEXへの投資がCX向上につながり、売上に効くか」を経営・マーケ・現場が共通言語で判断できるようになります。

<i-KPI マップ®(CX&EX 版)>



【i-KPI マップ®(CX&EX 版)がもたらす価値】

- CX×EXを起点に、業績との関係性を踏まえた KPI を設計
- CX改善のために“どのEX要素に投資すべきか”が明確に
- 経営企画・CX推進・マーケ部門・営業・CSなどが部門を横断して共通言語で議論できる組織へ

- EX の変化が CX 向上・業績改善にどうつながるかを、ひとつの“地図”で可視化
- PDCA を現場まで落とし込み、組織の行動変容を支援

【開発背景: CX の向上は、EX の充実から始まる】

インテージが多様な業界で CX 支援を重ねてきた経験から、一貫して見えてきた事実があります。

- ✓ 従業員が「価値ある仕事をできている実感」を持っている組織ほど、顧客対応の質が高く、CX 指標の改善につながっている
- ✓ 顧客の声を従業員にフィードバックする仕組みを持つ企業では、従業員の誇りや貢献意欲が高まり、自発的な CX 改善行動が生まれやすい
- ✓ EX 改善を置き去りにしたまま「CX だけを高めよう」とすると、現場負荷が増大し、かえって離職や品質低下を招くリスクがある

こうした背景から、CX と EX を“別々のもの”として扱うのではなく、循環する 1 つのシステムとして構造化することが急務であると判断し、本ソリューションの開発に至りました。

なお、本フレームワークの EX 構造化には、従業員のパフォーマンスマネジメントのスペシャリストであるアジャイル HR 社との共同開発(A&I 従業員エンゲージメント標準調査)で得られた知見を活用しています。

【本ソリューションの仕組み】

本ソリューションは、昨年提供を開始した CX 版フレームワークを土台に、今回 EX 版を新たに構築し、両者を統合した構成となっています。

2025 年 4 月に公開した「i-KPI マップ®(CX 版)」は、企業の最終 KGI(売上など)と CX を結びつけ、どの顧客体験が業績向上に寄与しているかを明らかにする分析モデルです。

KPI(行動意向)、感情パス(意向を後押しする感情: ベース満足/エンゲージメント/スイッチングバリア)、CX ファクター(接客・品質・操作性など顧客が体感する価値)という 3 層構造により、“どの体験が顧客の心を動かし、行動変容を促し、売上につながるか”を可視化できます。

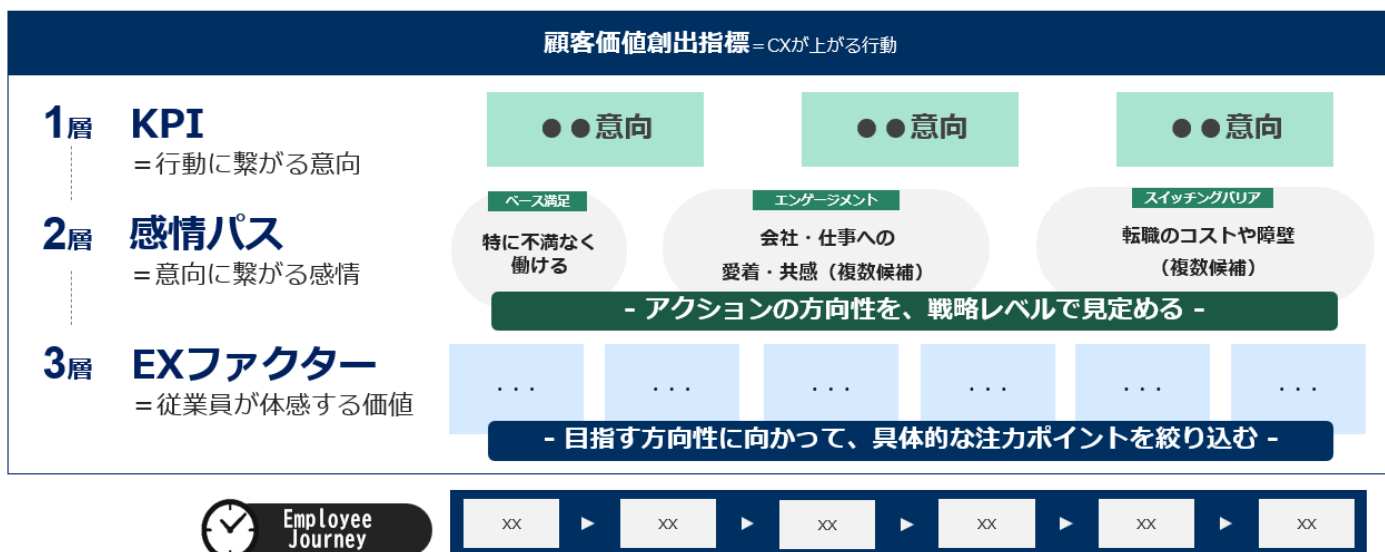
<i-KPI マップ®(CX 版)>



今回、EX 版フレームワークを新たに構築。CX 版と同じ 3 層構造を採用。KPI(従業員の意向・行動)、感情パス(働く動機づけ・誇り・愛着などのエンゲージメントとベース満足、スイッチングバリア)、EX ファクター(労働環境・上司との関係・成長実感など)を構造化することで、従業員が安心して仕事ができる環境を担保した上で、働くうえでの誇りや愛着、組織への信頼、成長実感など、「従業員が前向きに働き、顧客に価値を届けるまでの心理と体験」を体系化。これによ

り、企業は「EX のどの要素を改善すれば CX が向上するか」をより具体的に捉えられるようになります。

<i-KPI マップ®(EX 版)>



さらに、CX 版と EX 版をひとつの連動構造として統合。両者をつなぐ鍵となるのが、「顧客価値創出指標」です。これは EX の KPI の先に位置し、CX との接続点を担う指標群であり、たとえば「顧客体験を向上させるために主体的に行動したい(顧客志向)」や「業務上の問題を見つけたら自ら改善提案をしたい(改善意向)」などが想定されます。従業員の意識・行動変容が CX に直結するメカニズムを、定量的に把握できる点が本フレームワークの独自性です。

“従業員が価値を実感しながら動く → 顧客体験が向上する → その成果が従業員の誇りになる”

というポジティブな循環を、データを通して説明しやすくなり、

✓ EX 連動 CX(職場環境やマネジメントの充実が CX を向上させる)

✓ CX ドライブ EX(顧客から感謝や手ごたえを得る体験が従業員の誇りや働きがいを高める)

という、双方向の因果関係をひとつの地図に落とし込むことが可能になりました。

【今後の展開】

CX 調査・EX 調査・業績データを掛け合わせた統合分析サービスを複数企業に先行提案・提供開始しています。

インテージは、CX×EX の価値向上を見据えた分析高度化に取り組みつつ、業界別モデルや運用支援ダッシュボードの開発も視野に入れながら、CX/EX マネジメントの標準化と定着支援を目指してまいります。

【インテージの KPI マネジメント支援サービスについて】

「i-KPI マップ®」活用において、「どの指標を選ぶべきか判断できない」「データ分析リソースが不足している」「具体的な施策に落とし込めない」といった課題をお持ちの企業に、インテージでは下記のようなサポートを用意しています。

- 業界知見に基づいた各層の最適候補リストの提供
- KPI、感情パス:エンゲージメント・スイッチングバリア
- CX/EX ファクター整理手法の提供／支援
- 定量調査・データ分析の支援
- アクション仮説設計の支援
- 追加調査の支援

【株式会社インテージ】 <https://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージは1960年に創業。インテージグループとしてアジア No.1*であるマーケティングリサーチ／インサイト事業に加えてマーケティングソリューション事業を展開し、9か国の海外拠点とともに国内外の企業・団体のマーケティング活動を総合的に支援しています。事業ビジョンとして“Create Consumer-centric Values”を掲げ、深い生活者理解とデータ活用的高度化による顧客企業支援を通じ、生活者の幸せの実現を目指しています。

*「ESOMAR's Global Top-50 Insights Companies 2025」に基づく(グループ連結売上高ベース)

【インテージグループ】 <https://www.intageholdings.co.jp/> (東証プライム市場 証券コード:4326)

インテージグループは1960年の創業以来、さまざまなデータを収集・加工・分析し、当グループならではのインサイトを加えてお客さまに提供。その意思決定を支援してきました。お客さまのパートナーとして「問い」に寄り添い、生活者理解とテクノロジーを融合させて「次の一手」を導きます。

【本件に関するお問い合わせ先】

■株式会社インテージ エクスペリエンス・デザイン本部 CXコンサルティング部 柴田(しばた)／塩谷(しおや)

【報道機関からのお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当:下河原／水口

TEL: 03-5294-6000

サイト「お問い合わせフォーム」: <https://www.intage.co.jp/contact/>