



Cingulate

体験価値 × 心理学で 実現する、新時代の エンゲージメント戦略

株式会社トータル・エンゲージメント・グループ
代表取締役 池田順一

2025

5/

14

無料オンラインセミナー

水

12:00~13:00

▶ LIVE

株式会社シンギュレイト
パートナー 池永祐介



従業員エンゲージメントが 顧客体験を変える 一体価値経営によるビジネス成長モデルー



株式会社トータル・エンゲージメント・グループ
池田順一

池田順一

【略歴】

大学卒業 後7年間サラリーマン

1994年 (株) ガリレオゼストを設立

2000年 (株) PIMをYahoo JAPANに会社売却

2004年 (株) ガリレオゼストをセブテーニに会社売却

2004年 パナソニックと通信サービス会社との
ジョイントベンチャの雇われ社長

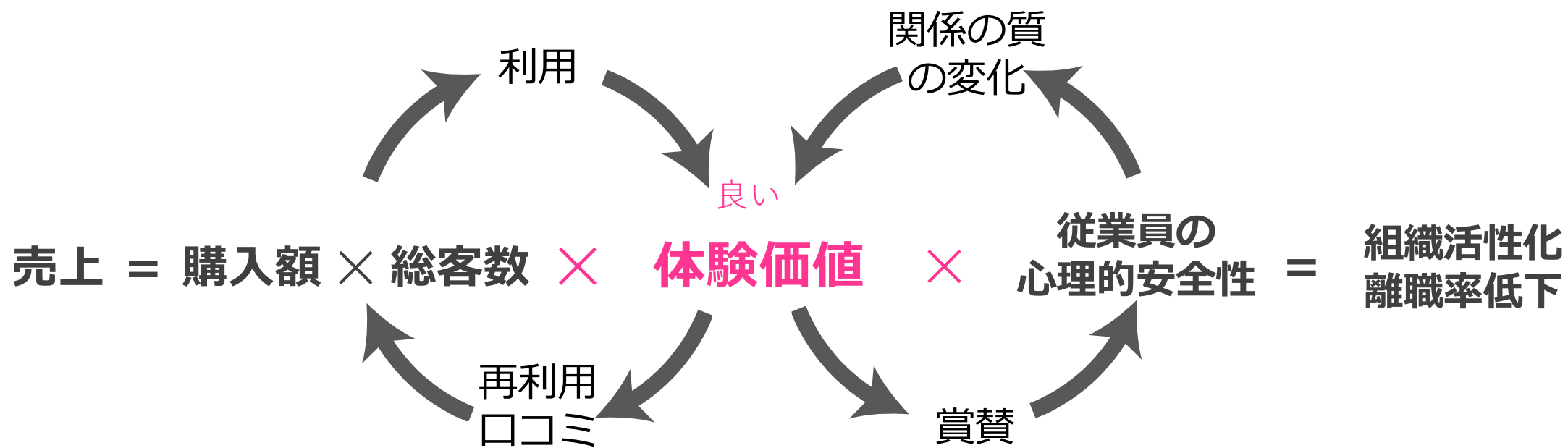
2005年 (株) シンクーを設立。代表取締役就任

2014年 社名を㈱トータル・エンゲージメント・グループに変更

【iU】情報経営イノベーション専門職大学 客員教授



お客を増やす努力をやめなさい！日経BP



アパレル企業実績 一部

LILY BROWN



FURFUR



CELFORD



PROPORTION
BODY DRESSING

Mila Owen

coen

ROSE BUD



NATURAL BEAUTY
BASIC

SHIPS

MARGARET
HOWELL



HUMAN
WOMAN



PEARLY
GATES

NEWYORKER

SNIDEL
HOME
beauty & culture

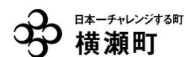
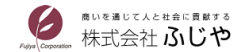


Free's Mart

Apuweiser-riche

SNIDEL

導実績企業（アパレル以外） 一部



TEGの3つのソリューション

お客様の顧客体験向上を実現する3つの革新的アプローチをご紹介します。
それぞれが異なる角度から、効果的な顧客価値創造を支援します。



Your Voice

顧客の声を収集・分析し、価値あるアクションに変換するソリューション



FACT based

データに基づいた意思決定で現場を変革するプロセス支援



CXBlueprint

顧客体験の未来図を設計し、戦略的なCX改革を実現

- ☐ システム開発
- ☐ 教育研修・プログラム開発事業
- ☐ 調査、コンサルティング事業

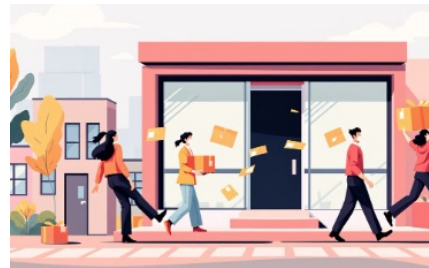
- ☐ 支援事業
 - 人材支援
 - マーケティング支援

中小企業が直面する構造的課題



利益圧迫する広告販促

販促費の50%が成果を測定できないブラックボックス状態



人材不足

戦略人材・現場スタッフなど慢性的な人材不足



膨大な人材コスト

1人あたり100万円以上の採用・育成費用



差別化出来ないビジネスモデル

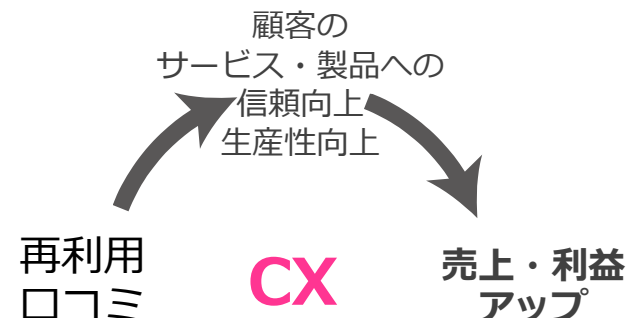
そのために低価格戦略にならざるおえない

大企業のDX事例は中小企業には適用できません。規模や予算の違いが大きく、構造的に異なるアプローチが必要です。

パーパス
理念
ミッション
ビジョン

事業計画

人材計画



事業成長

本日のアジェンダ

体験価値の可能性

成果

取り組み方

まとめ

本日のアジェンダ

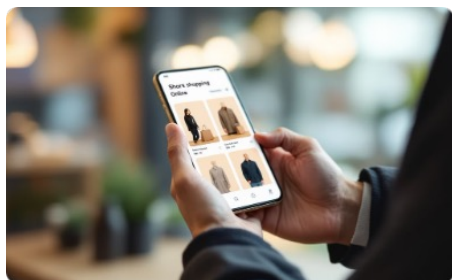
体験価値の可能性

成果

取り組み方

まとめ

顧客体験（CX）の現代的意味



デジタル接点



実店舗体験



感情的つながり



パーソナライズ

CX・EXが売上を変える仕組み



売上向上・再来店と紹介



スタッフの活性化



体験価値の創造

従業員体験（EX）の経営への影響



経営成果の向上



顧客満足度の上昇



人材定着と
エンゲージメント



心理的安全性と
創造性

従業員の体験価値向上は、モチベーションと生産性に直結します。人材獲得競争においても重要な差別化要因となります。

CX・EXの相互作用メカニズム



従業員満足

働きがいと誇りの醸成

エンパワメント

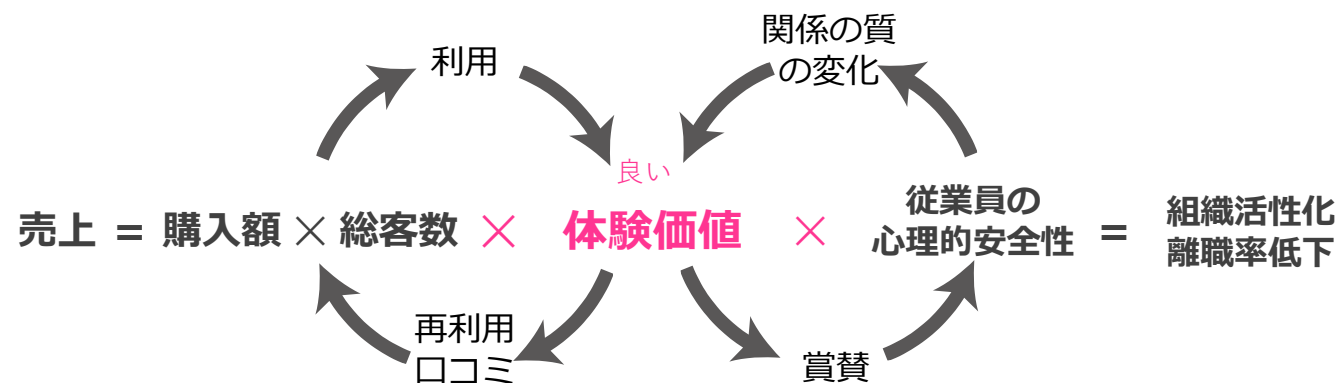
主体的な判断と行動の促進

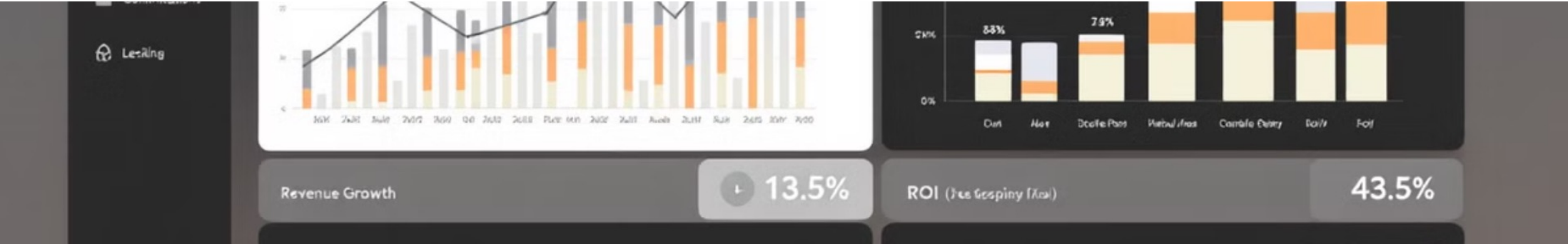
共感的サービス

顧客への心からのおもてなし

顧客感動

期待を超える体験の創出





体験価値の経済的効果

67%

ロイヤル顧客の購入額
新規顧客と比較した増加率

92%

評判による購買決定
口コミを信頼する消費者の割合

41%

収益性の向上
従業員エンゲージメント向上による効果

22%

マーケティングコスト削減
リピート顧客獲得による効率化

リピート顧客の生涯価値は新規顧客の何倍にも達します。クチコミによる集客は広告より効果的で、コスト効率も優れています。

体験価値を高める具体的戦略

顧客理解の浸透

フィードバックループの確立

共感ベースのトレーニング



本日のアジェンダ

体験価値の可能性

成果

取り組み方

まとめ



1回目
回収数 181
NPS 25.4
回収率 17.6%

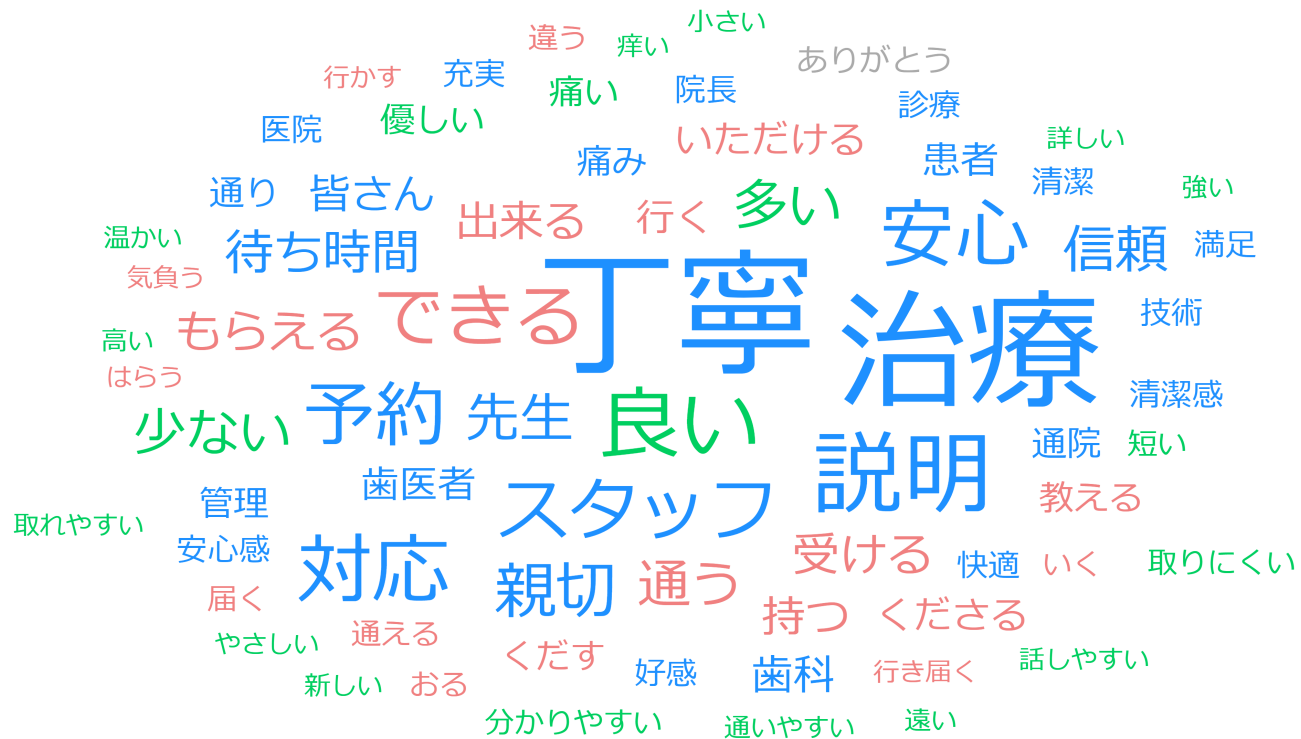
ある地方都市の 有名歯科医院での 事例

(ユニット数8席)

【総合】一回目 ワードクラウド(推奨者)

ワードクラウド

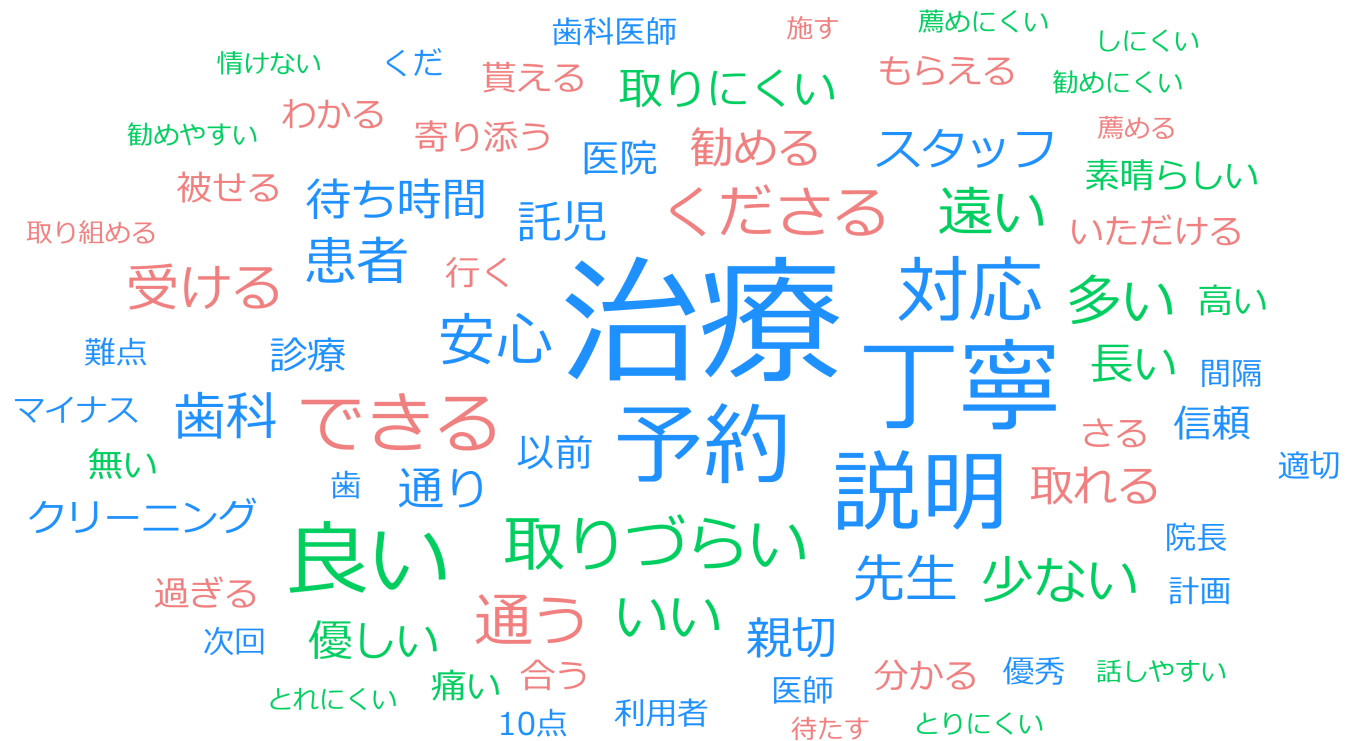
スコアが高い単語を複数選び出し、その値に応じた大きさで図示しています。単語の色は品詞の種類で異なり、青色が名詞、緑色が形容詞、灰色が感動詞を表しています。



【総合】一回目 ワードクラウド(中立者)

ワードクラウド

スコアが高い単語を複数選び出し、その値に応じた大きさで図示しています。単語の色は品詞の種類で異なり、青色が名詞、緑色が形容詞、灰色が感動詞を表しています。





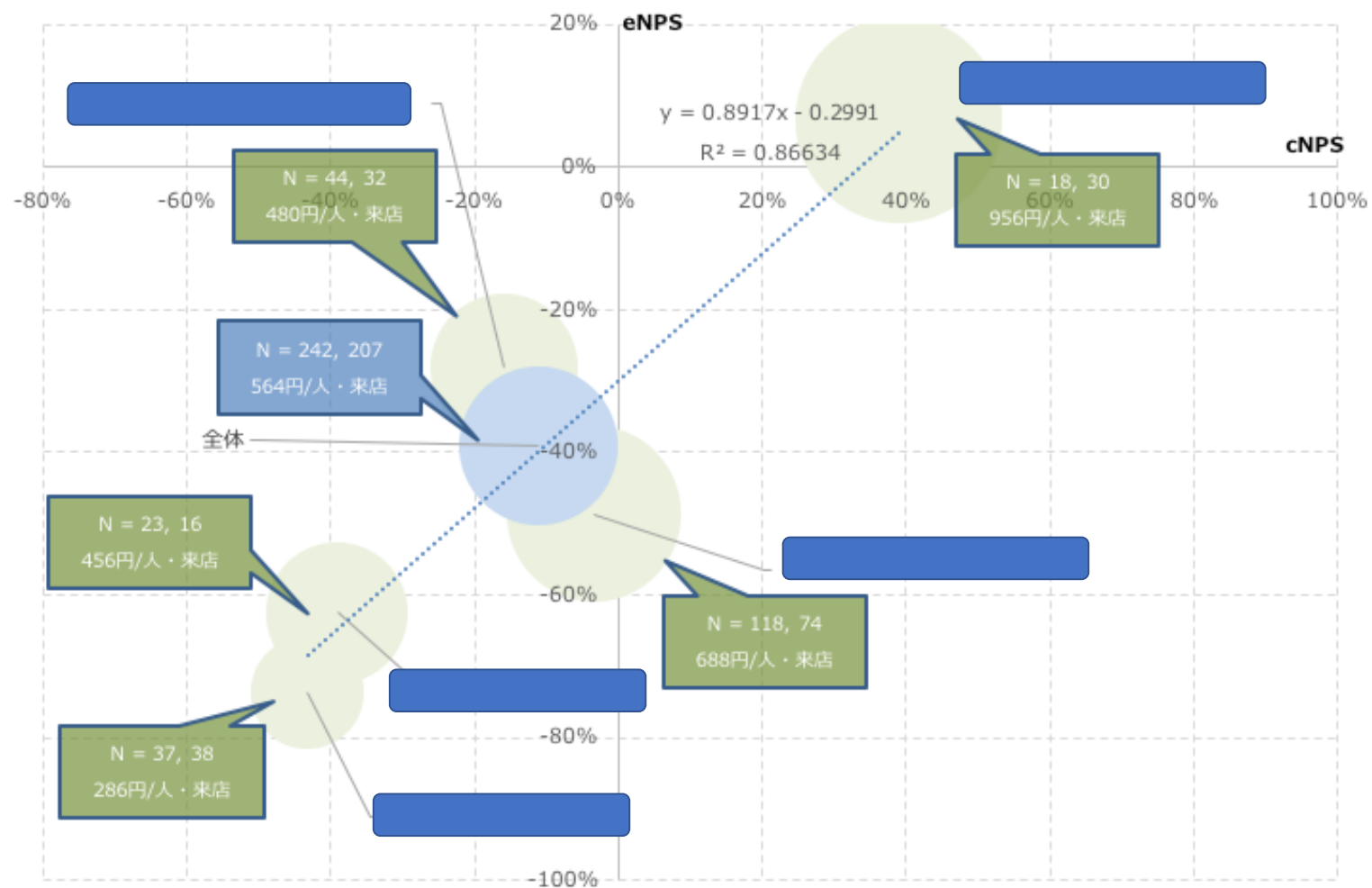
	1回目	2回目	増減率
回収数	181	214	118.2% up
NPS	25.4	32.7	128.7% up
回収率	17.6%	22.3%	4.7up

4.振返りシート

今回の取り組みで気がついたこと	患者様が 当院に丁寧な治療と対応を求めて来院 されていること。
今後に活かせる具体的な内容	待ち時間の短縮、待合室の混雑状況、予約のとりづらさの改善。
現場改善を行って感じたこと（難しかったことなど）	診療中にバタバタしていると丁寧な対応やコミュニケーションが取りにくくなる。
経営に伝えたいこと	患者様の要望に全身で耳を傾け、継続して来院されるように信頼関係を築いていくこと。

経済ベネフィット

cNPSと、eNPSの結果



大手アパレルセレクトショップ様

店舗月次売上 平均**150%**UP

月間クレーム 件数**70**件 → **3**件

中堅流通企業様

社員モチベーション

平均**25%**向上

大手流通企業様

利益 3年連続 **110%**UP

宿泊企業様

じゃらん/楽天トラベル等 オンライン評価

3.2ポイント → **4.3**ポイントへ
UP

サービス系企業様

離職率 **37%** → **15%**

飲食チェーン企業様

Google口コミ評価

平均**1.1**ポイントUP

本日のアジェンダ

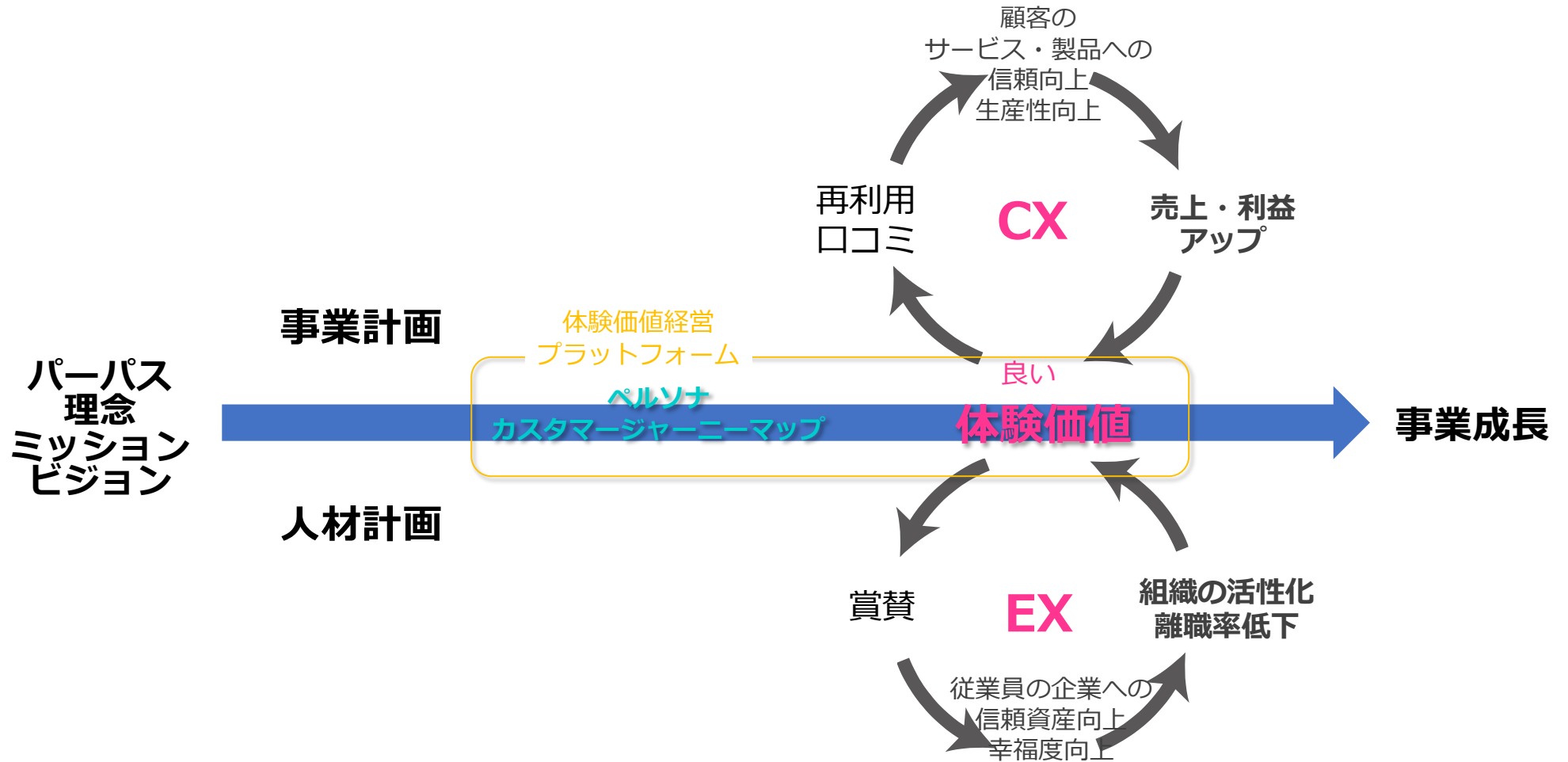
体験価値の可能性

成果

取り組み方

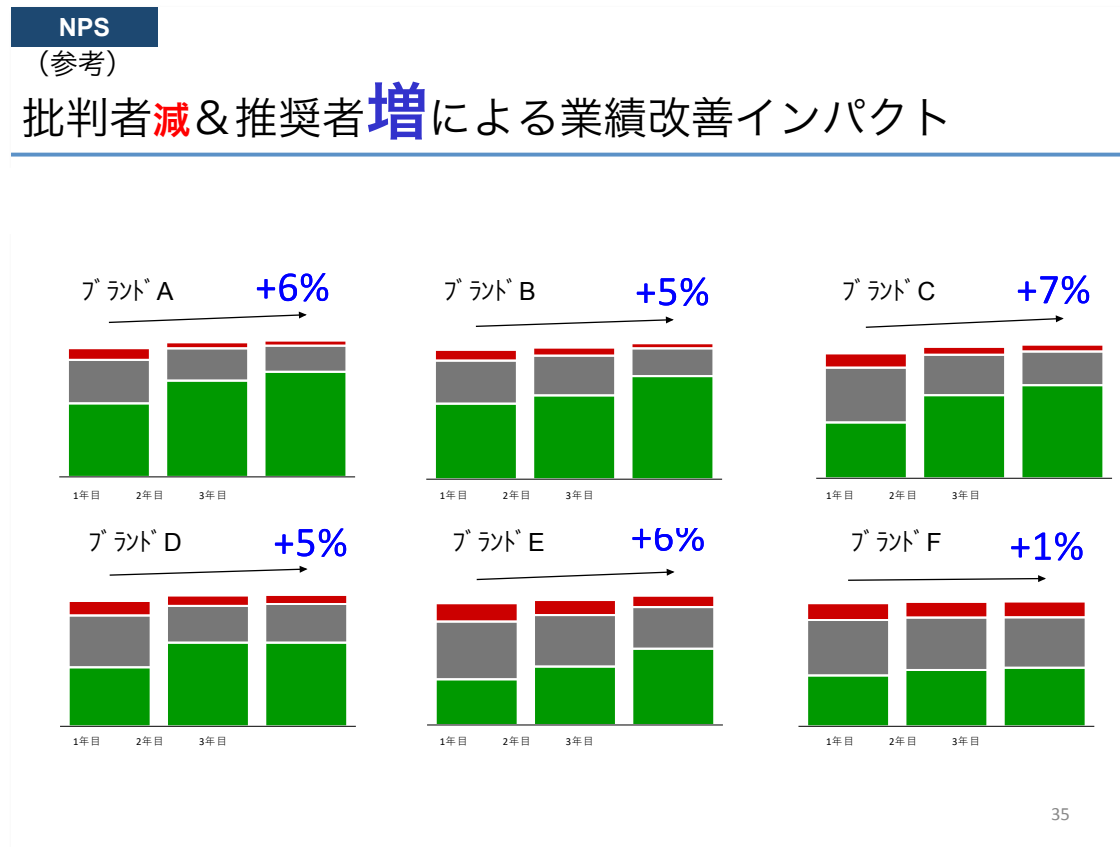
まとめ

当社が提供する体験価値経営プラットフォーム



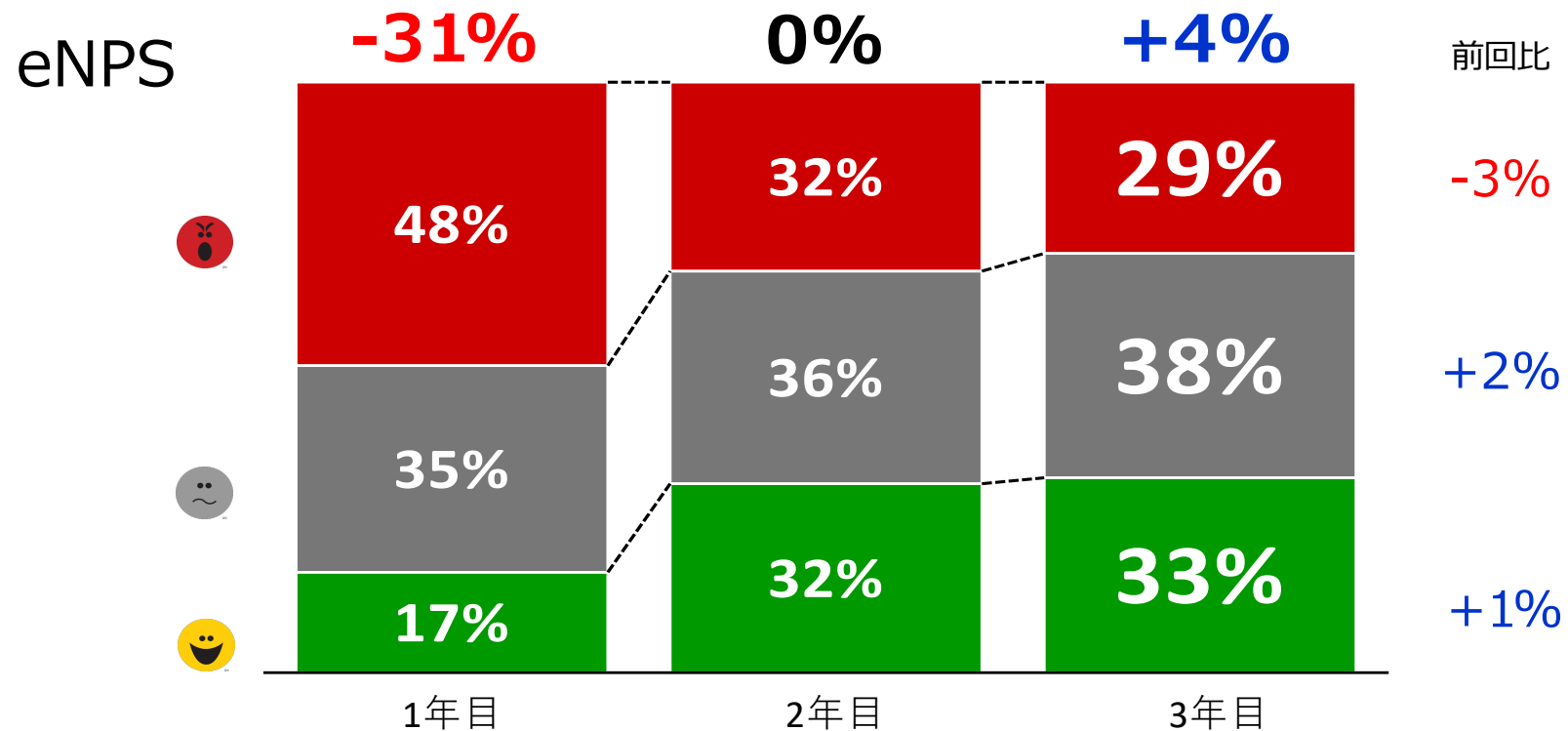
ある企業での実例

批判者が減り推奨が増える理想的な形で良化



ある企業での実例 従業員への影響

批判者が**減**り、推奨者が**増**える理想的な改善



見えないものは改善できない

まずは **「見える化」**

次に必要なことは

「組織文化に定着」 させること

なぜあなたのCXプログラムは ワークしないのか？

1 位

CXの取組のゴールイメージが全社的にできていない

2 位

NPS（リテンション）向上の戦略チェンジがない

3 位

CRMなどのシステムとの統合が乏しい

CX導入時には現場でも様々な問題が 起こるべくして起こります

直面する課題

1 位

VOC回収が進まない

2 位

社内啓蒙がうまく進まない

3 位

PDCAが回せない

なぜ企業はCX導入に 失敗するのか？

測定するだけでは改善しない

目的の共有がされていない

社内関係者の協力が得られていない

うまくいっているところの 共通点は

1 位

エグゼクティブ（役員レベル）からの協力を得る

2 位

顧客からのトランザクショナル・フィードバックを基にした現場への権限委譲

3 位

誰（どのセグメント）のNPSを上げるのか？
方向性が定まっている

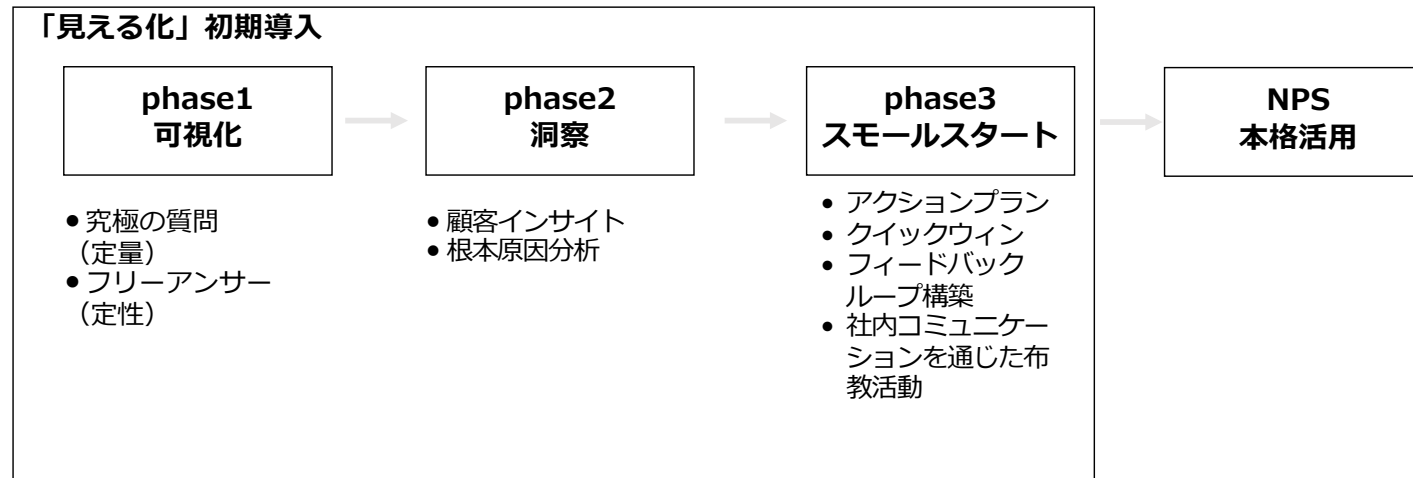
最も重要なことは

広範囲に業務を知っているミドルクラスMGRの協力

上下（役員クラス）・左右（部門間）両方に顔が効く、現場経験者が適任
（業務について理解が深い）

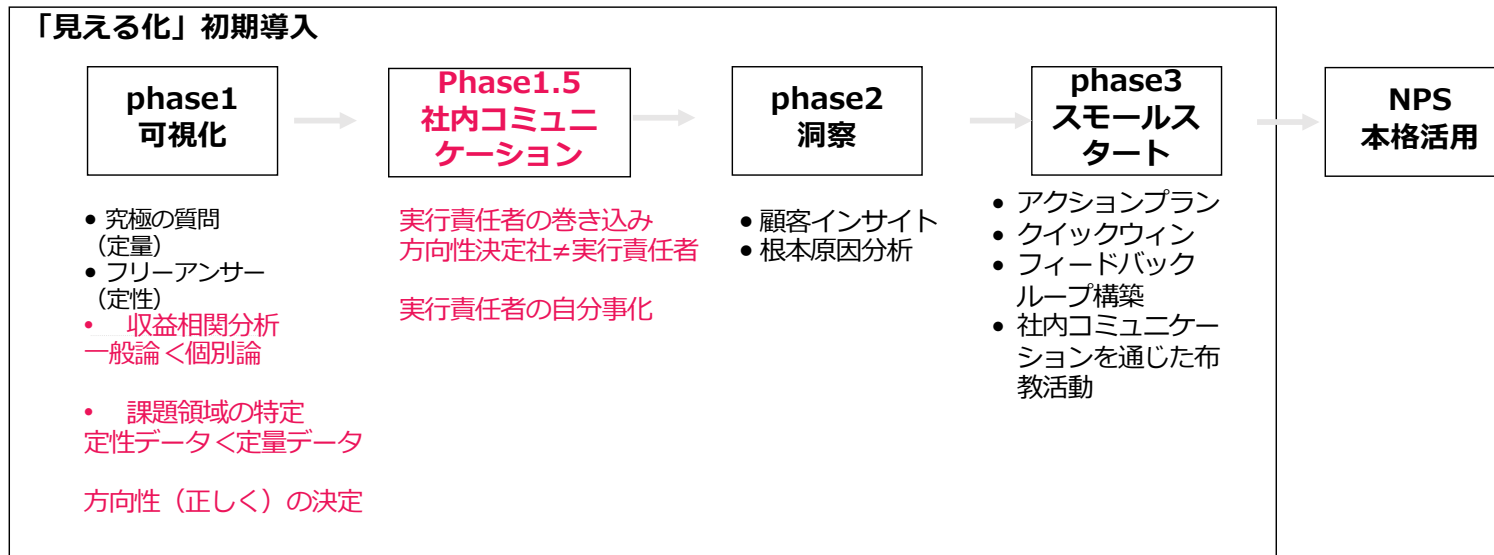
一般的なCX導入の流れ

**BIG GOAL =
顧客ロイヤルティの向上**



当社が提唱する進め方

**BIG GOAL =
顧客ロイヤルティの向上**



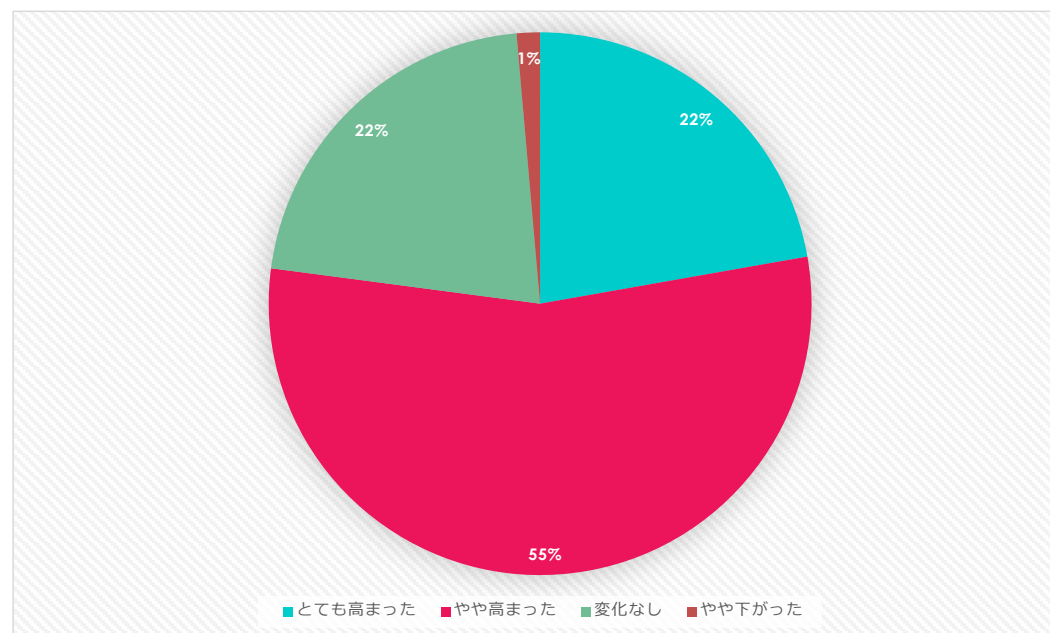
スモールスタート

・

クイックウィン

店頭スタッフからのフィードバック

お客様の声を聴く取り組みを通じて自分のモチベーションに変化がありましたか？



テストに参加した店舗スタッフの約80%が
VOC取り組みで、モチベーションがUPしたと回答。

本日のアジェンダ

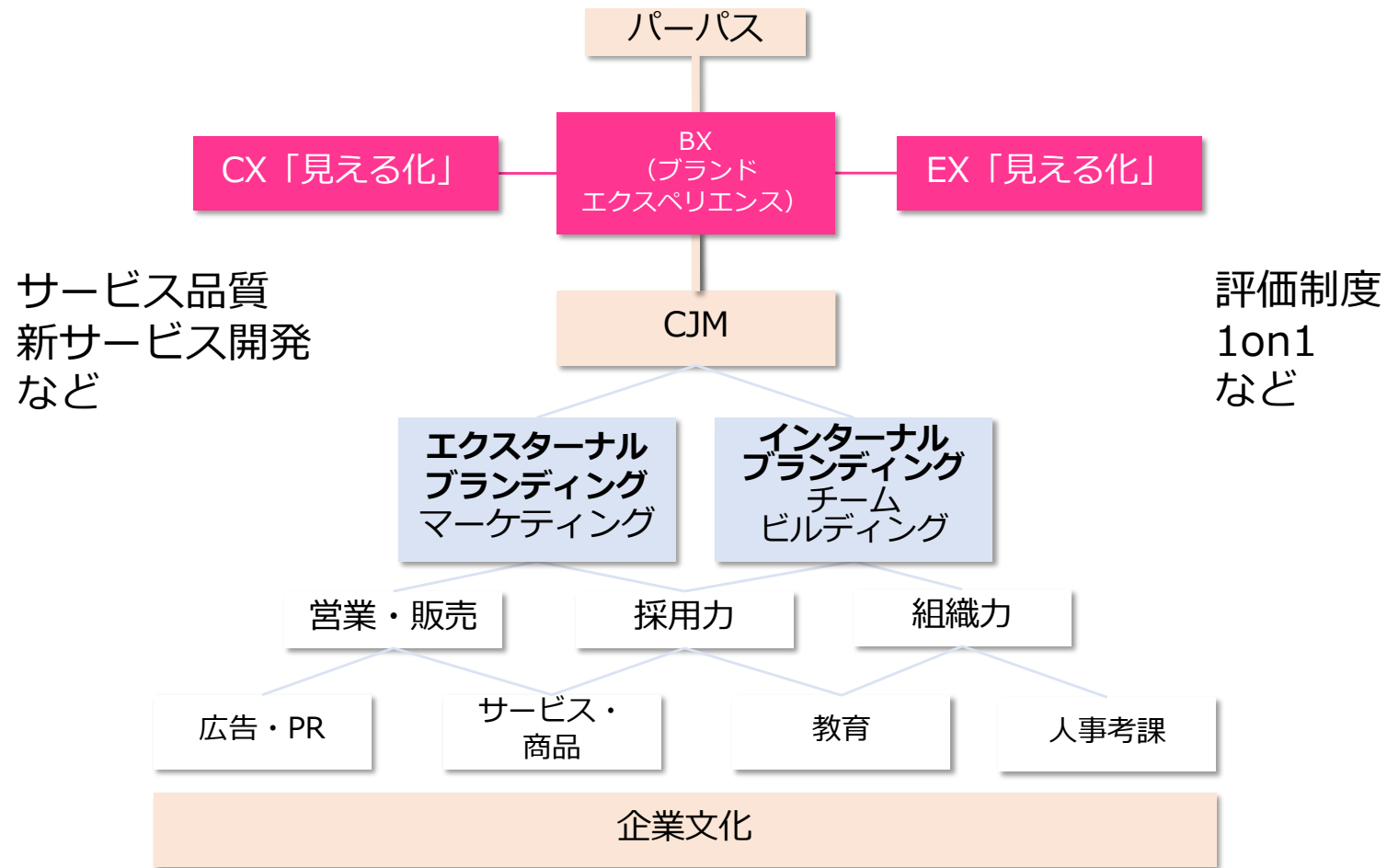
体験価値の可能性

成果

取り組み方

まとめ

顧客体験とブランディングの関係



まとめ：体験価値経営への取組





ご参加特典

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ます、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。



今すぐ、申込み

顧客の声は「ギフト」です。

