

各位

2017年11月14日
株式会社リンクアンドモチベーション

「エンゲージメントと企業業績」に関する研究結果を公開 ～売上/利益との相関、伸長率のバラつきとも関連の可能性～

株式会社リンクアンドモチベーション（東証一部 2170、以下当社）の研究機関であるモチベーションエンジニアリング研究所は、慶應義塾大学ビジネス・スクール（以下KBS）岩本研究室と共同で「エンゲージメントと企業業績」に関する研究を行いました。結果の概要は以下の通りです。

- ① エンゲージメントスコアが高い企業は、翌年の売上/利益の伸びが大きくなる。
- ② エンゲージメントスコアが低いほど利益の伸長率の「バラつき」が大きく、高まるにつれて利益の伸長率の「バラつき」が小さくなる傾向が見られた。

研究を行った背景

昨今、政府主導の働き方改革推進の流れにおいて、長時間労働の削減といった量に関するテーマだけではなく、労働生産性向上といった質に関するテーマにも注目が集まっています。そして、労働生産性向上のための最重要課題として、従業員との「エンゲージメント」が取り上げられることが増えてきています。エンゲージメントとは、「企業と従業員の相互理解・相思相愛度合い」のことです。つまり、エンゲージメントが高いほど、「従業員の欲求充足」と「会社の成果極大化」が同時実現されるということです。

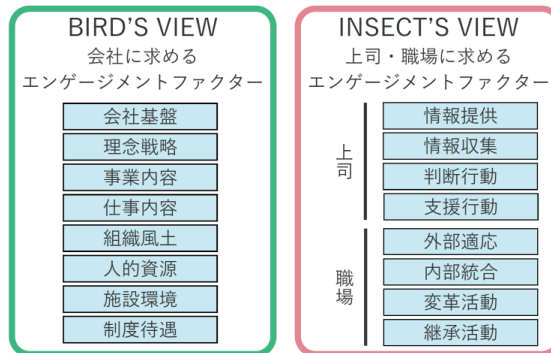
当社では、これまで約 2,700 社 660,000 名に対してエンゲージメント調査を行ってきました。労働力人口の減少・人材の流動化が進む現在、従業員に選ばれ続ける企業かどうか、従業員との相思相愛状態を維持できる企業かどうか、業績だけに留まらず、企業の存続自体に影響する環境になっています。

そこで、今回、当社の開発した組織サーベイである「エンプロイヤーエンゲージメントサーベイ」のデータを活用し、KBS 岩本研究室と共同で、エンゲージメントと企業の業績の関連性を分析しました。

エンプロイヤーエンゲージメントサーベイについて

当社のエンプロイヤーエンゲージメントサーベイは、エンゲージメントファクター（従業員のエンゲージメントに大きく影響する 16 の要素：下図参照）に基づいて網羅的に設問項目が設計されています。そして、それぞれの設問項目に対し「従業員が会社に何をどの程度期待しているのか」、また「どの程度満たされているのか」の 2 つの観点で質問を行っております。

エンゲージメントファクター

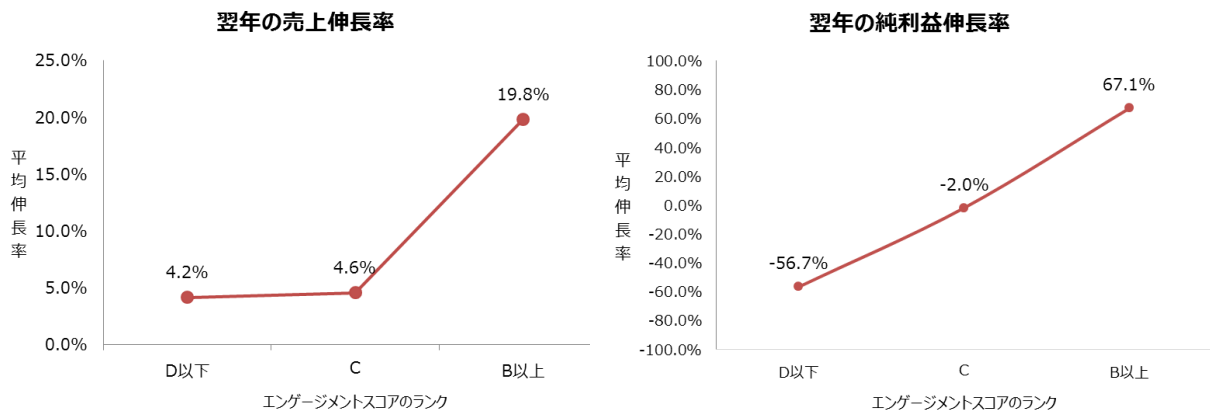


そして、その回答結果からエンゲージメントスコアという、エンゲージメントの偏差値を算出し、A～Eの5段階に分けています（Aが高くEが低い）。そのエンゲージメントスコアを用いて、「エンゲージメントが高いと、その次の年に売上や利益が伸びるのか」の分析を行いました。

研究概要

- 調査名 : 「エンゲージメントと企業業績」について
- 調査対象 : 全 194 社
- 研究期間 : 2017 年 7 月～10 月
- 調査方法 : 2013 年～2017 年にエンプロイヤーエンゲージメントサーベイを実施した企業のうち、売上・利益データを取得できた企業 194 社から算出
※今回の分析では、取得できた企業データのうち、サンプル数が多く取得できるよう「純利益額」を用いました。

結果



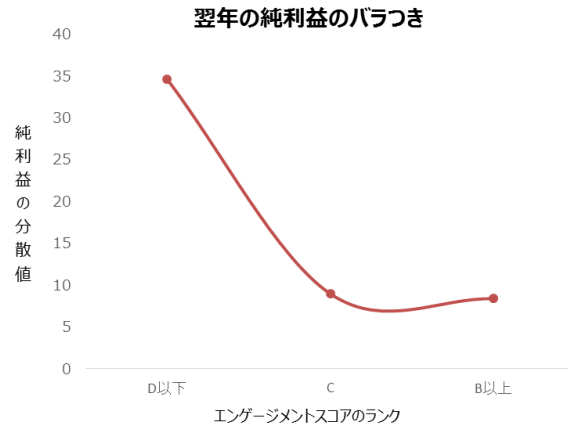
① エンゲージメントと売上/利益との関連

上グラフは、縦軸が「売上/純利益の平均伸長率」、横軸が「エンゲージメントスコアのランク」です。エンゲージメントスコアと売上伸長率の相関を分析したところ、Dランク以下の企業では、売上伸長率が4.2%だったのに対し、Bランク以上では19.8%に上りました。



Link and Motivation Group

また、エンゲージメントスコアと純利益伸長率の関係では、D ランク以下では純利益伸長率が-56.7%だったのに対し、B ランク以上では+67.1%となりました。売上/純利益いずれの伸長率とエンゲージメントスコアとの間にも、右肩上がりの関係性が見られました。



② エンゲージメントスコアと利益の伸長率の「バラつき」

上グラフは縦軸が「純利益の伸長率の分散値」、横軸が「エンゲージメントスコアのランク」です。エンゲージメントスコアがD ランク以下である企業は分散値が 34.59 であったのに対し、B ランク以上である企業の分散値は 8.38 となりました。つまり、エンゲージメントスコアが低いほど翌年の純利益の「バラつき」が大きく、高まるにつれて「バラつき」が小さくなる傾向が見られました。

まとめ

純利益には、本業である営業利益の他にも様々な要素が関連します。その中でも、エンゲージメントスコアと右肩上がりの関係性が見られるということは、営業利益等にはより強い関係性があるのではないかと推察されます。

今後、統計的に厳密な分析を行っていきますが、今回の調査では、エンゲージメントスコアが高い企業は、翌年の売上/純利益の伸びが大きくなる可能性が示されました。つまり「エンゲージメントスコア向上は売上/純利益向上に効果的である」といえます。また、エンゲージメントスコアと、翌年の売上/純利益の伸びの安定性が関連する可能性があるということも示されました。これは「エンゲージメントスコアが低い企業は業績が安定しない傾向があり、逆にエンゲージメントスコアが高い企業は、その高さが安定した業績を支えている可能性がある」といえるでしょう。

今後、分析対象企業を増やししながら統計的な手法を活用してさらに分析の精度を高め、エンゲージメントスコアが企業パフォーマンスに与える影響をさらに検証してまいります。

お問い合わせ先

■株式会社リンクアンドモチベーション グループデザイン本部 広報・秘書ユニット
TEL : 03-6779-9494 FAX : 03-6779-9408 Email : pr@lmi.ne.jp



株式会社リンクアンドモチベーション <http://www.lmi.ne.jp/>

- 代表取締役会長：小笹芳央 ■資本金：13億8,061万円 ■証券コード：2170（東証一部）
- 本社：東京都中央区銀座6-10-1 GINZA SIX 12階 ■Tel：03-6779-9494（代表） ■創業：2000年4月
- リンクアンドモチベーショングループの事業構造
 - ・組織開発 Div（コンサル・アウトソース事業、イベント・メディア事業）
 - ・個人開発 Div（キャリアスクール事業、学習塾事業）
 - ・マッチング Div（ALT 配置事業、人材紹介派遣事業）
 - ・ベンチャー・インキュベーション