

組織診断サービス

リーダーズGAP

経営と現場のズレを可視化するGAP診断



合同会社 Two rails

経営層が直面する「現場とのズレ」

組織の成長を止める4つの課題



社員が辞める理由が見えない

📈 離職率上昇

社員が**辞めていく理由**がよく分からない。
面談をしても本音を話してくれない。
組織に対する不満や本音が見えにくい。



理念や方針が現場に浸透しない

理念や方針を伝えているのに、現場に浸透している感じがしない。言葉のみで終わっている。



重要な判断が現場で止まる

🛑 停滞

育成のためにリーダーを立てても、求めるレベルでの判断や意思決定には届かず、まかせることに不安を感じている。



社長が言わないと前に進まない

最終的には社長が指摘したり決定をしないと前に進まない場面が多い。結果、いつのまにか組織が社長依存になってしまう。

問題の本質：能力不足ではなく“ズレの位置”



「言わなくてもわかっているはず」「きっと現場はこう考えているに違いない」

こうした前提が、ズレを生みやすい構造になっています。まずは以下のようなズレを見える化することが出発点です。



01

前提条件

経営と現場で前提となる情報や認識が異なる



02

優先順位

重要度の判断基準が経営と現場で異なる



03

意思決定基準

判断のための基準が明確でない



04

期待値

経営者の期待と現場の理解が食い違う



05

評価基準

成果と評価が接続・連動していない



06

役割と責任の認識

自分のポジションの責任と役割が曖昧

ズレを放置すると、成長は鈍化する

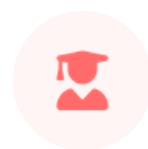


01

社長が現場から手離れできない

社長がいないと業務が回らない状態が続き、社長が全体をマネジメントしなくてはいけなくなる。

影響： **業務負担集中・業務停滞**

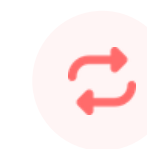


02

リーダーが育たない

若手や中堅がリーダーシップを発揮できず、定着率の低下や離職なども起こりやすくなる

影響： **人材定着率低下・後継者不在**



03

同じ話を何度も繰り返す

同じ指示や指摘を繰り返すことで、相手が委縮したり、必要以上のコミュニケーションを避けるようになる

影響： **生産性低下・時間浪費**



04

立場の違いによる平行線

経営と現場の認識差が広がり、対話が成立しなくなると経営者がダメだと思い込むようになる

影響： **意思決定停滞・対立深化**



05

権限委譲が進まない

判断や承認が集中し、社長自身の時間が事業のスピードのボトルネックになる

影響： **組織の敏捷性低下**



06

対策より対処が優先される

予防や帽子観点での対策よりも、目の前で起こる問題を火消すための対処が中心になる。

影響： **事業機会損失・成長停滞**

解決策：GAP診断の仕組みと3つの特徴

経営と現場の認識差を可視化し、構造で整理する

1 設問回答とインタビュー
社長・幹部・リーダーが同じ設問に回答



2 認識差可視化
テーマ別に認識差をスコアで可視化



3 構造整理
感覚的な違和感を設問とスコアで整理



01

構造的なズレの箇所を特定する

「誰が悪いか」を決めるものではなく、
「どこがズレているか」を見るためのものです。個人への非難やではなく、構造的な問題を特定します。



02

前提・期待値・評価などの論点を網羅

8つのズレの観点（前提条件、優先順位、意思決定基準、期待値、評価基準、役割認識）を第三者視点から網羅的に整理します。



03

経営判断に直結する示唆まで整理

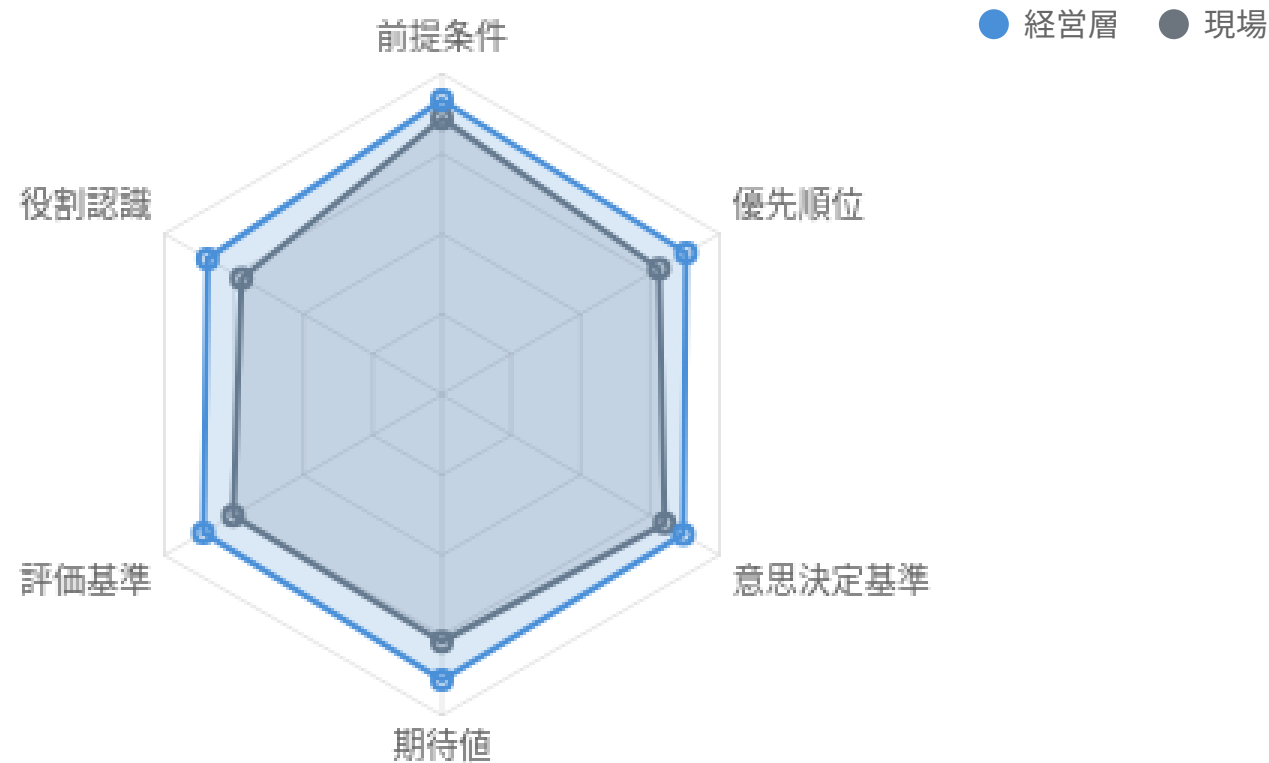
診断結果から**具体的な改善策**まで導き出し、経営判断に直結する示唆を提供します。

GAP診断結果 一部イメージ

経営と現場の認識差を可視化した診断レポート

認識差レーダーチャート

6軸での認識差を可視化



GAPの大きい項目

+0.50

当事者意識

+0.41

責任と権限

+0.28

ハラスメント

経営層 vs 現場 評価比較

各項目のスコアとGAP分析

評価項目	経営層	現場	GAP
前提条件	3.67	3.44	↑ +0.23
優先順位	3.52	3.13	↑ +0.39
意思決定基準	3.48	3.21	↑ +0.27
期待値	3.56	3.08	↑ +0.48
評価基準	3.44	3.01	↑ +0.43
役割認識	3.38	2.89	↑ +0.49

✓ 組織の強み

売上や商品の動きを把握できる状態をつくること
どの商品どの時間帯で売れているか、曜日に来店が多いのか、
常連のお客様がどれくらいいるのかを日々記録できる仕組みと
感覚ではなく実態で捉えられる状態にしていきます。

来店後の顧客接点強化なども、既に実施している持たれている
可能性があるため、発信や案内が実際に再来店や再購入に
どれだけつながっているかを見える形にしていくことで施策と
売り上げ効果的に伸ばせそうです。

⚠ 認識のGAP

商品ブランディングなどは強い一方で、SNSなどを中心としたチャ
ネルの開拓などの方向性がまだあいまいで認識が統一されていない
「どのお客様がどれくらいの頻度で購入しているか」「どう来店・リ
ピートにつなげるか」といった日々の売上を積み上げる仕組みを、現
場に作り上げていくことが、今後の課題になりそうです。

💡 示唆

需要に即した商品構成の見直しや検証へ着手。繰り返し買われる
商品構成をつくることが重要です。季節ごとの限定商品に加えて、
定期的に購入される定番商品やセットを設計、売上が安定して
積み上がる形をつくっていきます。またそのために運営側の判断
基準を整理することも重要です。
接客の考え方やおすすめの仕方、クレーム対応の基準など、
誰が対応しても一定の品質で運営できる状態をつくることが成長
のカギとなります。

実施事例：美容サロン（店舗業）

背景と課題

離職率が、年々高止まりしていることが、顕在化していた課題
特に女性比率が高い業界のため、新卒が入社後数年で退職してしまう
結婚後に復職せぬまま退職してしまうといったケースが続いていた。
社内でも社内アンケートを行い、労働環境の改善を軸に、
福利厚生や待遇面の改善を講じていたが改善効果は今一つの状態であった。

組織概要

50名

正社員

都市部

商圈

20名

調査対象

実施内容

経営陣ならびに、全国各店舗でのインタビューと診断を約20名に実施。
結果、経営陣が感じていた課題とは少し異なり、若手は業務にはやりがいを感じており、
むしろ長期的に働きたいという声が多かった。およそ3年目（主任・店長クラス）に
なると、大きくエンゲージメントが低下していることがわかった。
特に「自分がマネジメントになっても若手への見せられていない」という
長期を見越した若手育成の仕組みを整えることが優先課題であるとわかった。

結果とアクション

全員面談実施

リーダー層と経営陣の全員面談を実施し、認識差を把握

若手向けスタンス教育

3年目リーダー層の育成プログラムを設計

裁量権試験的实施

店舗への権限委譲を段階的に実施

効果計測継続中

定着率や生産性の変化を継続的にモニタリング

期待される成果

+25%

定着率向上

+30%

生産性向上

-20%

離職率低下

実施の流れ：診断からレポートまでのステップ



料金体系

料金体系（税別）

基本料金：診断設計～初期提言まで

📄 診断実施（10名まで） 100,000円

1名あたりの追加料金

👤+ 追加回答者 15,000円/人

別途：深層インタビュー・分析

💬 インタビュー実施 10,000円/人

✓ 基本料金に含まれる内容

- | | |
|---------|-----------|
| ✓ 診断設計 | ✓ サーベイ実施 |
| ✓ 集計・分析 | ✓ フィードバック |
| ✓ 初期提言 | ✓ 改善提案 |

🚀 まずは、そのズレを可視化するところから

理念を伝えているのに動かない。リーダーを立てているのに任せきれない。社長が言わないと進まない。

そうした状態の背景には、能力や意欲だけではなく、**見えていない「ズレ」**があるかもしれません。

まずは、そのズレを可視化するところから始めませんか。

担当より詳細を説明させていただきます。

📞 無料相談はこちらから

無料相談窓口

