

平成 17 年度

サービス分野人材育成プロジェクト業務報告書

「人材マップ・人材育成計画（概要版）」

— テレマーケティング —

平成 18 年 3 月

株式会社 NTT データ経営研究所

1. テレマーケティングの概要

(1) 概要

テレマーケティングとは、電話、FAX、インターネットなど双方向性のある通信メディアを使用し、顧客と直接コンタクトすることにより、顧客の保持、拡大、顧客満足の向上を目指す業種です。コールセンターやカスタマーセンター、コンタクトセンターなども、このサービスに含まれます。

テレマーケティングは、大きく「アウトバウンド」と「インバウンド」の二つに分けることができます。アウトバウンドとは、テレコミュニケーターの側から顧客へコンタクトをとる発信型業務であり、インバウンドとは、テレコミュニケーターが顧客からの電話やFAX、Eメールに対応していく受信型業務を指します。

これらの業務はさらに、一般生活者を対象とする「B2C」(Business to Customer)と、企業を対象とする「B2B」(Business to Business)とに分けることができます。最近では、企業のリストラクチャリングに伴い、営業部門や購買部門の外部化や通信化が進められていますので、それら企業の一部門の代わりに業務を行うB2Bが増加しています。

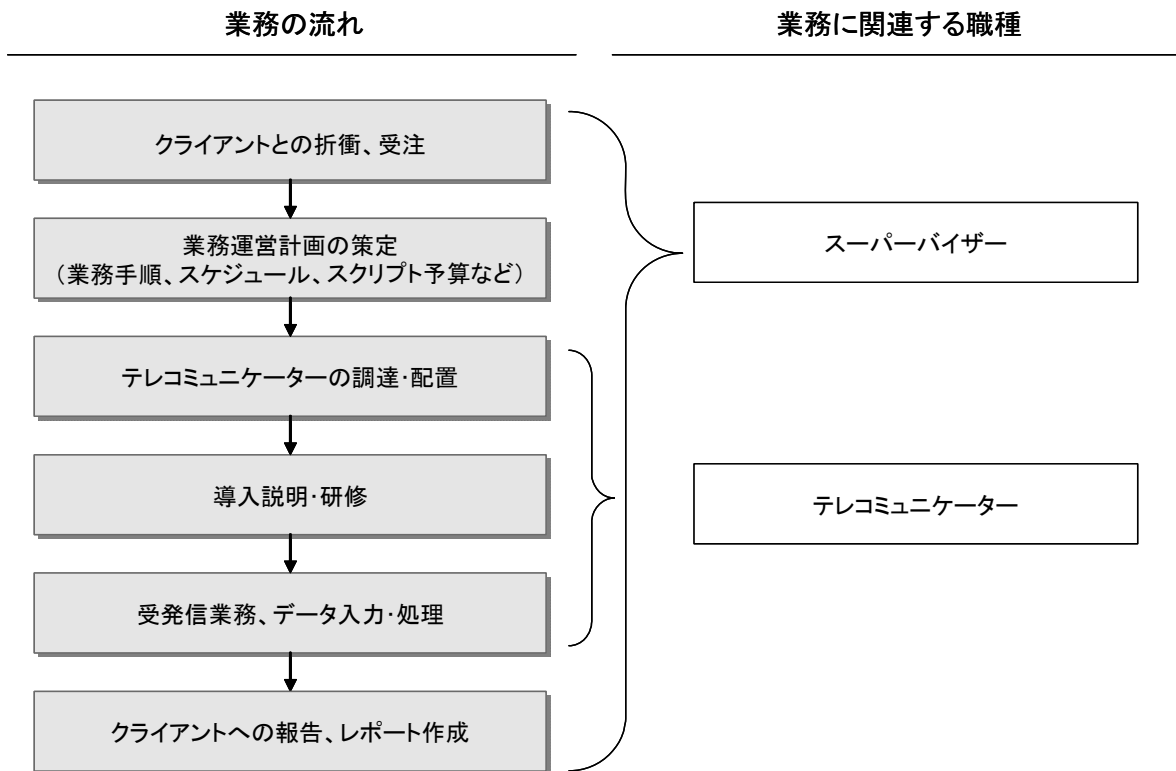
(2) 市場動向

テレマーケティングの市場規模は、経済産業省の平成15年特定サービス産業実態調査によると、平成12年度の前回調査と比較し31.7%増の1,934億円となっています。テレマーケティングの市場規模の概況としては、近年企業のテレマーケティング業務のアウトソーシング化を反映して順調に伸びており、当面の市場拡大が期待できるといえるでしょう。

一方、テレマーケティングの労働市場規模は、平成15年特定サービス産業実態調査によると、前回調査比9.5%増の5万1,967人となっています。テレマーケティングの労働市場規模の概況としては、全国30以上の自治体がコールセンター誘致を行っていることから、今後更なる人材の必要性が推察されます。

(3) テレマーケティングに関連する業務の流れと職種

テレマーケティングでは、前述のサービスを提供するため、下図に示すような流れで業務を実施しています。業務の形態によって若干の違いがありますが、顧客からテレマーケティングサービスの依頼があると、スーパーバイザーが中心となって、業務内容やスケジュールを組み立てて対応スクリプトを作成し、求められている業務内容に適したテレコミュニケーターを募集し配置します。長期のサービスでは、配送・発送、集金、データ分析などの周辺関連業務と併せて受注することもあり、テレコミュニケーターやスーパーバイザーのサービス品質を高めることでより高度なノウハウの提供や情報収集などのサービスを展開する戦略が採られます。したがって、テレマーケティングに関連する職種は、「テレコミュニケーター」「スーパーバイザー」があります。



【参考：労働省編職業分類】

「スーパーバイザー」	241	その他の管理的職業
「テレコミュニケーター」	289	その他の営業・販売関連事務の職業

2. 職種「テレコミュニケーター」

(1) 労働市場の概況

職種「テレコミュニケーター」における雇用形態としては、パート・アルバイトが8割以上であり、正社員は少ない状況です。また、年齢構成としては、20代～30代が中心です。さらに、男女構成としては、全体の8割強を女性が占めています。賃金については、パート・アルバイトの場合、学歴や年齢に関係なく時間給が大半であり、勤務地や勤務時間により異なりますが、概ね時給1,000円～1,500円が業界の一般的な給与となっています。

さらに、この職種の特徴として、顧客に対するサービス向上のため、3交代制を取る会社が増えています。特に、夜間勤務者は大学生や大学院生が多く、時給も夜間の方が高く設定されているので希望者も多いといわれています。

(2) 職務内容と職務遂行能力

職種「テレコミュニケーター」における職務内容は、アウトバウンドの場合、コミュニケーターの側から電話やEメール、FAXにより顧客へ発信します。販売促進等の営業支援を目的とするものが多いです。インバウンドでは、顧客からのコンタクトを待ち受け、応対する業務であり、各種受付や相談対応が中心となります。

職種「テレコミュニケーター」において、入職から3ヶ月～6ヶ月未満は、初級と位置づけられ、新卒や未経験者といったサポートが必要な層が該当します。主な職務内容としては、顧客とコミュニケーションを行い、結果を入力画面に沿って記入する業務を担当します。このレベルにおいて求められる職務遂行能力は、ビジネスマナー常識を持ち、丁寧な言葉遣いで明るく誠実に顧客とコミュニケーションが取れることです。パソコンやキーボードの基本操作ができることが望まれ、ある程度の文章作成能力が要求されることもあります。

そして、職務経験が9ヶ月～12ヶ月は、中級と位置づけられます。この段階では、機転を利かせて臨機応変に対応できる、より応用性のあるコミュニケーション力が求められます。このレベルにおいて求められる職務遂行能力は、顧客の話の本質を即座に理解し、顧客が迷わず回答しやすい様に会話を導くことができることや、こちら側の意思を簡潔に分かりやすく伝えられる説明力、必要な情報を顧客から正確に上手く聞き出すことができることと考えられています。

そして、職務経験が9ヶ月～12ヶ月以上になると、上級と位置づけられます。主な職務内容として、より複雑な説明や専門的な業務知識を必要とする商品・サービスを担当します。このレベルにおいて求められる職務遂行能力は、クレジットカードの様々な会員サービスを紹介する会員窓口、証券・保険商品、IT関連のテクニカルサポート業務など、幅広くかつ高度な業務知識と業界の専門知識が必要となる業務が遂行できることと考えられています。

(3) 人材要件

職種「テレコミュニケーター」において求められる人材像としては、この職種では、顔の见えない顧客と会話をするため、人と話すことや、電話を介して話すことが苦でないことが前提となります。明るくめげない性格や、電話で聞き取りやすい明瞭な声質であることが求められます。職種能力としては、常識的なビジネスマナーがあり、敬語が使えることが望まれます。顧客の話をよく聞き、理解できる能力や、顧客に分かりやすく要領よく説明できる能力も求められます。

また、技術スキル面では、パソコンの基本操作と、キーボード入力が必要です。専門的な知識やトークスキルに関しては、研修などの機会も多いので、常に新しいスキルや知識習得に意欲的に取り組むことのできる姿勢と理解力が望まれます。

他方、この職種における関連資格としては、「JTA テレコミュニケーター」検定があります。この資格は特に必須ではありませんが、自らの能力を示す強みとなります。また、業務によっては、「証券外務員」資格、「損害保険募集人」資格等の取得が必要な場合もあります。

【関連資格】

「JTA テレコミュニケーター」

社団法人テレマーケティング協会が認定する資格制度であり、2003年に始まりました。ビジネスマナーや関連法規の基礎知識、応対実務をWeb講座で1ヶ月間学び、その期間中に受験します。受験資格に制限はありません。

「証券外務員」

日本証券協会が認定する資格で、証券業務を行うのに必要な資格です。証券外務員になるには、証券会社などに入った後、その氏名等を金融庁に登録することが義務付けられています。また、証券外務員資格は、取り扱い業務等の種類に応じて6つに分かれており、それぞれ試験を受験し合格する必要があります。なお、二種外務員資格試験については、平成16年から金融庁に氏名を登録していない一般の人でも受験可能になりました。

「損害保険募集人」

社団法人日本損害保険協会が認定する資格で、保険販売業務を行うには必要な資格です。取り扱い業務等の種類に応じて5つに分かれています。所属する保険会社を通じて受験を申し込みます。

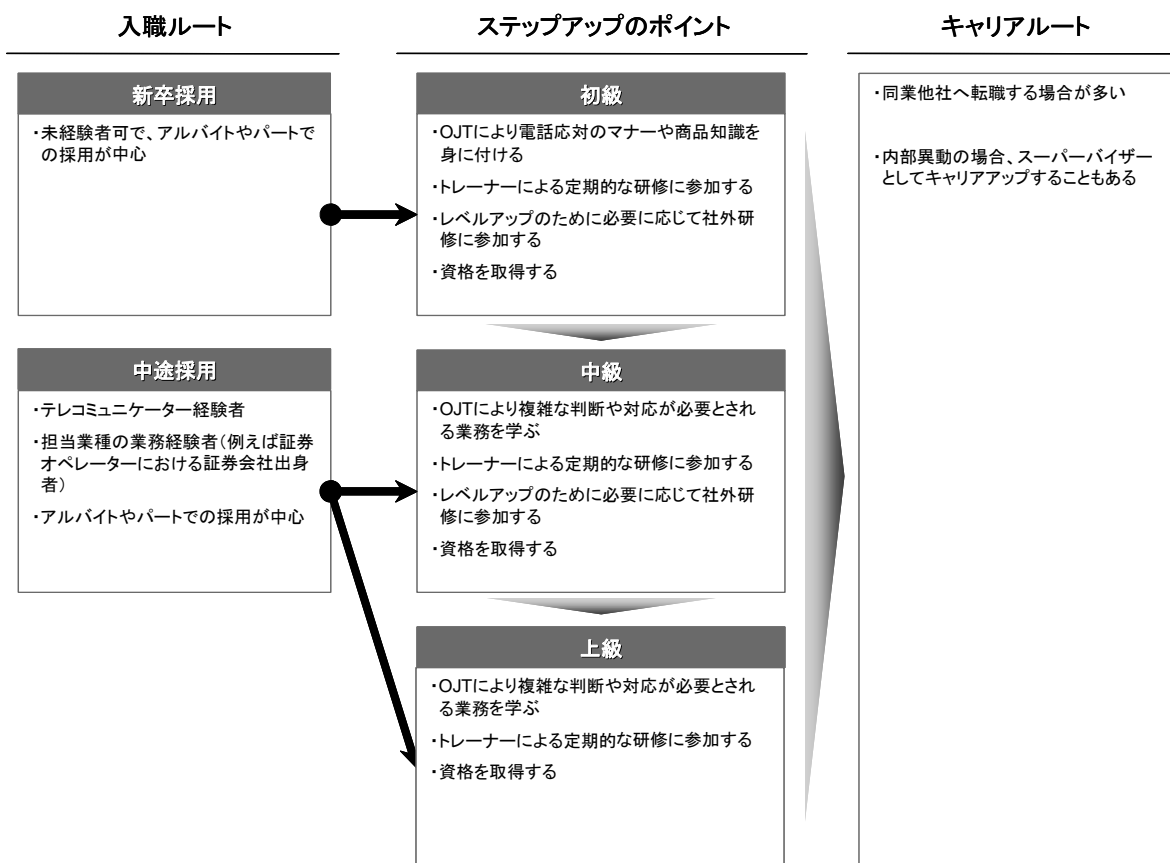
(4) 入職ルート・キャリアルートとステップアップのポイント

職種「テレコミュニケーター」の入職ルートは特に限定されておらず、一般に未経験者にも開かれた職種です。正社員での雇用は稀で、パート・アルバイトが大半であり、空いた時間を活用する学生や主婦も多いです。テレコミュニケーターの派遣を手がける大手事業者では、常に応募、採用を行っており、業務の引き合いやクライアントの派遣依頼に応じて、登録スタッフの中から勤務条件や経験の合う者と都度契約する、という仕組みも多く見られます。

他方、B2Bを中心業務とする企業では、要求される責務が比較的高度なので、中級以上の派遣社員や契約社員を活用し、採用条件でも社会経験のある中途採用を中心としています。

職についてからのキャリアルートとしては、業界の歴史がまだ浅いことや、非正社員が中心であることから、具体的なキャリアルートというよりはむしろ、経験者としてより条件の良い同業他社に移ることも多いです。テレコミュニケーターの経験を積んでいき、上位職であるスーパーバイザーに登用されるケースも稀にあります。

さらに、この職種のステップアップの方法として、社内研修やOJTのほか、業務によっては、専門的な資格の取得が必要な場合もあります。



(5) 人材の過不足状況感

職種「テレコミュニケーター」における労働市場の人材の過不足状況感としては、テレマーケティング業界が成長の途上にあり、人材の流動性が高いこともあるため、初級・中級レベルを中心に人数が不足しています。初級・中級レベルのテレコミュニケーターはほとんどがパート・アルバイトによりまかなわれており、個別の勤務期間やシフトの時間帯などの条件に合わせて勤務できる人材となると、不足してしまう場合も多いです。

一方、上級レベルのテレコミュニケーター職は、同職種か担当業界の経験者で一定以上のスキルを有し、高度な専門知識や判断力を必要とするため、人材の不足感はあるものの、社内で育成していくケースも多いです。

3. 職種「スーパーバイザー」

(1) 労働市場の概況

職種「スーパーバイザー」における雇用形態としては、正社員での採用が半分程度、残る半分が派遣や契約社員という状況です。また、年齢構成としては幅広く、20代～40代が中心です。さらに、男女構成としては、男性が3割～4割、女性が6割～7割となっています。賃金については、企業により差がありますが、大学新卒では約20万円、30代では約30万円、40代～50代では約40万円が業界の一般的な月収となっています。

(2) 職務内容と職務遂行能力

職種「スーパーバイザー」における職務内容は大きく2つに分けられます。一つはテレコミュニケーターの管理・育成・サポート役として、テレコミュニケーターとその受発信業務を統括し、担当チームの運営を行うことです。もう一つは、コールセンタープロジェクト全体の観点から、その遂行と管理運営を行うことです。クライアントとの折衝を通して、全体の業務運営計画を策定し、これに従って、スクリプトや対応マニュアルの作成、テレコミュニケーターの受発信量や進捗の把握、それらに応じた業務手順の調整、スケジュールや人員配置等の調整、予算管理、クライアントへの報告等が含まれます。

職種「スーパーバイザー」において、入職から約3年未満は、初級と位置づけられ、新卒や未経験者といったサポートが必要な層が該当します。主な職務内容としては、割り当てられたテレコミュニケーターについて、その管理、指導・育成、サポートを担当します。

このレベルにおいて求められる職務遂行能力は、受け持ったチームの範囲内で受発信業務の進捗状況を把握、管理し、計数データ（コール数、コール時間、成約・応諾率など）の稼働状況等を見ながら、テレコミュニケーターのシフト管理を調整することができることと考えられています。

次に、職務経験が3年～10年程度になると、中級と位置づけられます。主な職務内容として、初級での業務に加え、個々のテレコミュニケーターの経験や適性を見きわめながら業務の配分や適切な指導、助言を行うと同時に、業務全体の管理運営にもある程度関わりながらチーム運営を行います。業務管理面では、担当するテレコミュニケーター・チーム内の管理にとどまらず、クライアントと交渉しながらスクリプトや対応マニュアルを作成し、クライアントに対して業務報告を行うなど、業務全体の遂行と管理を担当します。このように、このレベルにおいて求められる職務遂行能力は、業務全体の遂行管理を視野に入れ、テレコミュニケーターに対する柔軟な管理、育成・指導、サポートと効果的なチームビルディングができることと考えられています。

そして、職務経験が10年以上になると、上級と位置づけられます。主な職務内容として、テレコミュニケーターのチーム内における業務と人材マネジメントに加え、一つのコール業務全体の運営責任者として、クライアントとの折衝や調整を通じて、業務計画の策定から、

予算とスケジュールの管理、報告までを担当します。このように、このレベルにおいて求められる職務遂行能力は、多数のスーパーバイザーや業務を管理、運営できるようになることと考えられています。

(3) 人材要件

職種「スーパーバイザー」において求められる人材像としては、テレコミュニケーターが顧客とスムーズにコミュニケーションができるよう、教育、指導を含めて、広くその環境づくりを行うことができる、幅広い役割を果たせる人材が求められています。さらに、そのためには、様々な立場や経験や年齢層のテレコミュニケーターの信頼と人望を得ることだけでなく、人的管理能力に基づいて、クライアントの要求に応え得るコール業務を組み立て調整していく、業務遂行管理能力も必要と考えられています。

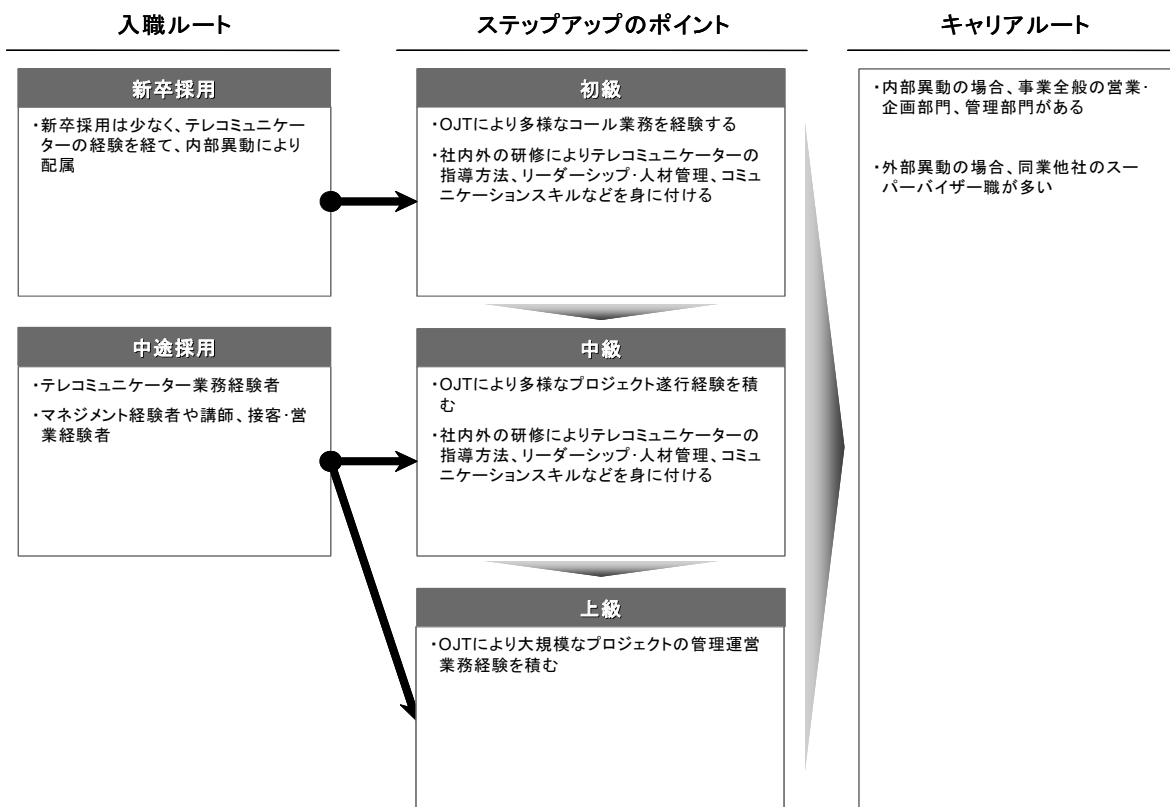
この職種における関連資格などは特にありませんが、この職種に転職する場合、店舗責任者など人材管理のほか、営業、接客、販売などの経験が活かされます。

(4) 入職ルート・キャリアルートとステップアップのポイント

職種「スーパーバイザー」の入職ルートは、大きく分けて、同社内のテレコミュニケーターから昇格するルート、または、スーパーバイザーとして新たに採用されるケースの2つのルートがあります。テレコミュニケーターからスーパーバイザーとして昇格するルートは、一部ではみられますが、テレコミュニケーターの職務能力や資質がそのままスーパーバイザーのそれに結びつくわけではなく、テレコミュニケーターそのものの定着率が低いこともあるので、それほど多くはありません。スーパーバイザーとして新たに採用されるケースでは、同職の経験者が望まれています。スーパーバイザーの絶対数自体が不足していることから、他業種からの参入も多いです。

職についてからのキャリアルートとしては、職務経験を積んで上級のスーパーバイザーになると、テレコミュニケーターの管理・指導等以外の管理職（マネージャー、ディレクター、コールセンター長など）としての役割が大きくなり、同一事業者の中でスーパーバイザーから、コールセンターや CRM 事業全般に渡る営業・企画職としての役割を果たすケースもあります。また、スーパーバイザーの経験者として、同業他社はもちろん、インハウスのコールセンターのスーパーバイザーとしてのルートもあります。

さらに、この職種のステップアップの方法として、社内研修や OJT のほか、これ以外の研修（off-JT）に力を入れている企業も多いです。たとえば、テレコミュニケーターの指導方法やコミュニケーションスキルのほか、人材マネジメントや管理者研修などの研修機会なども多くみられます。



(5) 人材の過不足状況感

職種「スーパーバイザー」における労働市場の人材の過不足状況感としては、コールセンター市場が全般に拡大基調にあることもあり、初級、中級、上級とも不足感があります。特に、コールセンター業務のなかで、スーパーバイザーを正社員以外の派遣社員や登録社員でまかなっている場合には、スーパーバイザーの流動性も高く、即戦力となるスーパーバイザーに対する不足感がとりわけ強いです。