

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）」

－ オンラインショッピング －

---

---

平成 18 年 3 月

株式会社 NTT データ経営研究所

## 1. オンラインショッピングの概要

### (1) 概要

オンラインショッピングとは、通信販売の一種で、インターネットなどの情報ネットワークを用いて商品の売買を可能にすることを目的としたサービスを提供する業種です。

オンラインショッピングサービスを提供する企業の業態は、オンライン販売専業（ポータルサイト、電子商店街を含む）、カタログ・新聞・TV通販等の他媒体との兼業、店舗販売との兼業等、様々です。また、オンラインショッピングは、小規模なオフィスで十分に対応が可能であり、低コストでビジネスが実現できること、企業と顧客の双方向のコミュニケーションが容易であり、顧客ごとのニーズに合わせたワン・ツー・ワン・マーケティングが可能とする点などが大きな特色となっています。

### (2) 市場動向

オンラインショッピングのB2C（企業—個人間）の市場規模は、平成15年版の情報通信白書によると、前年度比90%増の1兆5,870億円となっています。また、B2B（企業—企業間）の市場規模は、前年度比10.5%増の60兆円となっています。オンラインショッピングの市場規模の概況としては、近年急激に伸びており、情報技術の一層の進展、業態の広がり、顧客の広がりによって、今後も市場拡大が期待できます。

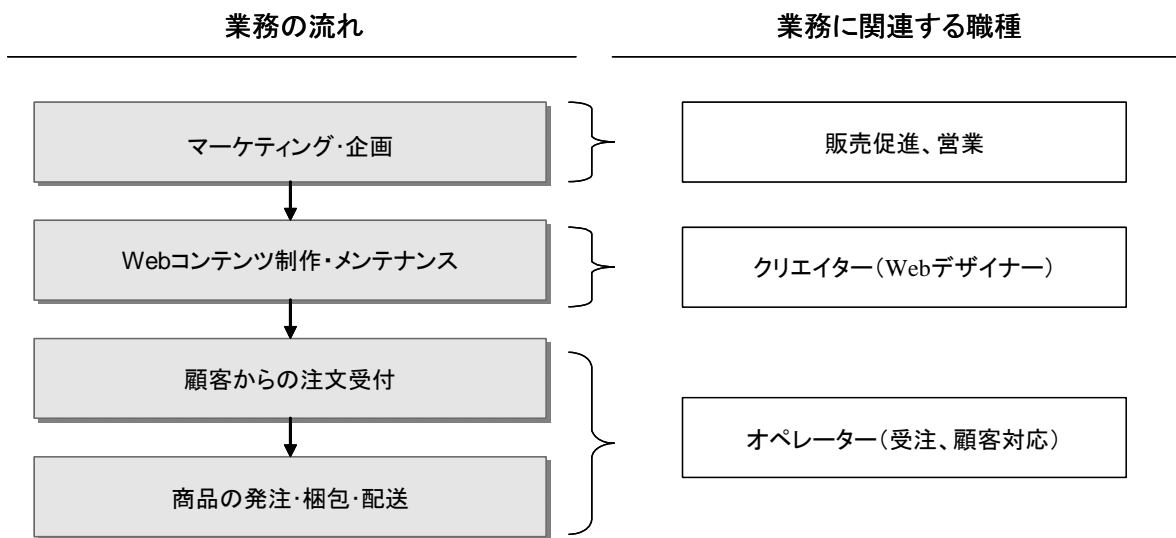
オンラインショッピングの労働市場規模については、詳細な統計はありませんが、概況としては、近年当該サービスに対するニーズが伸びてきていることから、今後更なる労働力（人材）の必要性も推察されます。しかしながら、平成15年版の情報通信白書によりますと、電子商取引の利用は着実に進展しているものの、「セキュリティ対策が十分でない」などを理由に、電子商取引を実施していない企業が多いです。また、インターネットビジネスの利益水準の低さが一般的に指摘されています。したがって、今後の業界基盤の進展や成長を見据えた上で、労働力の確保が行われることが想定されます。

### (3) オンラインショッピングに関連する業務の流れと職種

オンラインショッピングでは、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。

取り扱う商品の販促に係るマーケティング、オンラインショッピングに係る各種企画を行い、その企画に従って、Webコンテンツの制作やメンテナンスをします。それを見た顧客から電話やメールにより注文を受け、商品の発注、梱包、顧客への配送という流れで業務が行われていきます。

したがって、オンラインショッピングに関連する職種は、「クリエイター（Webデザイナー）」「販売促進、営業」「オペレーター（受注、顧客対応）」があります。



#### 【参考：労働省編職業分類】

「販売促進、営業」	339	その他の販売類似の職業
「クリエイター（Webデザイナー）」	184	デザイナー
「オペレーター（受注、顧客対応）」	289	その他の営業・販売関連事務の職業

## 2. 職種「クリエイター（Web デザイナー）」

### (1) 労働市場の概況

職種「クリエイター」における雇用形態としては、一般に管理職など上級レベルは正社員ですが、実務は契約社員や業務委託の形をとることも多く、正社員のほうが少ない場合もみられます。また、年齢構成としては、20代～30代が中心となります。さらに、男女構成としては、扱う商品のエンドユーザーに依存する傾向があります。賃金については、大学新卒では約20万円、30代では約35万円が業界の目安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「クリエイター」における職務内容は、商品PR等のホームページのコンテンツ制作と更新を行うことが主となりますが、商品のデータベース化や顧客データベース化を行う場合もあります。クリエイターは、消費者に対して購買意欲を起こさせ、商品を購入してもらうためのホームページを作成するという、売上の命運を握る重要な職種であるため専門技能者が必要とされています。

職種「クリエイター」において、入職から3年程度は、初級と位置づけられ、職務遂行に上司の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、ホームページ制作補助、具体的には、データ加工・処理、編集・校正を担当します。このレベルにおいて求められる職務遂行能力は、決められた納期までに迅速に作業ができること、こまめにコンテンツ更新ができることと考えられています。

次に、職務経験が初級から2年～5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、Webデザインや、ディレクターとしてホームページ制作に係る企画・運営・管理・評価を担当します。このレベルにおいて求められる職務遂行能力は、プライバシー保護、決済方法の安全性に関する知識を保有し、Webデザイナーとしては自立してサイトのデザインを起こし作成できること、ディレクターとしては、クライアントの要望に沿ったサイトの企画ができ、デザイナーに適切に指示が出せることと考えられています。

そして、職務経験が中級から5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、Webデザインや、ディレクターとしてホームページ制作に係る企画・運営・管理・評価を担当します。このレベルにおいて求められる職務遂行能力は、クライアントの要望を再現するだけでなく、クライアントに対して斬新な提案を行い、クライアントの期待以上のコンテンツを提供することができること、広告内容や情報セキュリティなど、通信販売やオンライン事業特有の業務知識や関連法規の専門知識や実務経験、資格を保有し、適切なサイト構築、チェックができることと考えられています。

### (3) 人材要件

職種「クリエイター」において求められる人材像としては、情報技術やトレンドに敏感で、エンドユーザーの視点に立てる人材となっています。また、「クリエイター」には、情報処理技術、通信販売や情報関連の法的知識に加え、新規性・独創性、企画・提案力、デザインセンス、レイアウト能力、情報指向性に関する事項が重視されています。

他方、この職種における関連資格としては、情報処理技術者資格や Web 関連資格、色彩検定や個人情報取扱主任者資格などがあります。業務をしていく中で取得していくこともできますが、入職する前に資格を取得しておくことは就職に有利となります。この職種に転職する場合、ホームページの制作やサイト運営の経験、インターネット、Web デザイン、コンテンツ関連業務経験、IT 関連業界での経験が活かされます。中途採用ではホームページの知識や技術があることが必須である場合が多いです。

#### 【関連資格】

「情報処理技術者」

経済産業省が認定する国家試験で、その試験は独立行政法人情報処理推進機構が実施しています。情報システムの開発・運用側 11 種と利用側 3 種の各分野での試験があり、春と秋に分けて実施しています。

「WEB クリエイター能力認定試験」

(株) サーティファイが実施する試験でホームページを作成する技術を認定します。初級・上級が設定されており、規定問題とメンテナンス問題があります。受験資格に制限はありません。

「色彩検定」

文部科学省が後援し、(社) 全国服飾教育者連合会が実施する試験です。色に関する幅広い知識や技能を問う検定試験で、3 レベルに分かれています。受験資格に制限はありません。

「個人情報取扱主任者」

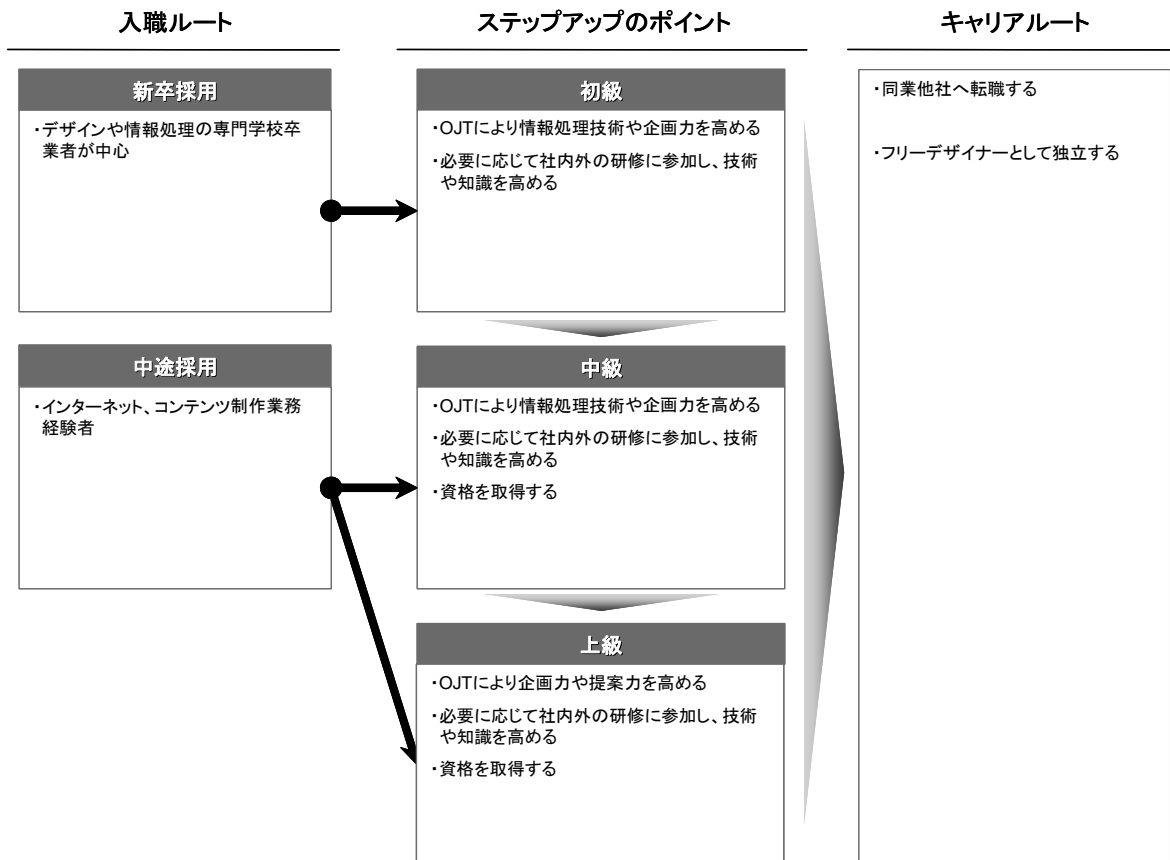
(社) 日本クレジット産業協会と (社) 全国信販協会が共同で運営する認定制度です。個人情報の管理責任者や取扱担当者が、個人情報に関する意識とスキルの向上を図ることを目的としています。協会の会員企業及び団体またはこれに関連のある企業等の社員・職員が受験できます。

#### (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「クリエイター」の入職ルートは、新卒採用では専門学校でデザイン、情報処理を学んだ人材、中途採用ではホームページの知識や技術が備わっている人材や情報、インターネット、コンテンツ制作関連の企業経験者の採用が多くなっています。

職についてからのキャリアルートとしては、実務作業を通じて職能をステップアップ（多能化）させていった後、同業他社への転職やフリーデザイナーとして独立することが多いです。

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、情報処理技術や Web 関連の資格、各種ベンダ資格などを取得することが望ましいと考えられています。



## (5) 人材の過不足状況感

職種「クリエイター」における労働市場の人材の過不足状況感としては、人気職種ということもあり、初級、中級、上級とも大きな不足感はありませんが、デザインセンスの高い人材、ビジュアルベーシックなど必要とされるプログラミング有資格者、情報セキュリティや法的知識を持った人材についてはやや不足感を感じています。

### 3. 職種「販売促進、営業」

#### (1) 労働市場の概況

職種「販売促進、営業」における雇用形態としては、正社員での採用のほか、契約社員やアルバイトから採用されることも多いです。また、年齢構成としては、30代～40代が中心です。さらに、男女構成としては、扱う商品のユーザーの性差に依存する傾向もありますが、一般に大部分は男性で占められています。賃金については、大学新卒では約20万円、30代では約30万円、50代（上級）では50～60万円かそれ以上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「販売促進、営業」における職務内容は、「マーケティング」「販売促進・企画」「営業」の3つの職務に大分され、「マーケティング」では、今後の動向の仮説を立て、最終的に事業として成り立つかの市場分析や、各サイトの売れ筋や外部状況のリサーチ、広告効果の検証を行います。「販売促進・企画」は、インターネットビジネスの全般的な運営・管理を行い、「営業」は、ネット広告関連業者、アライアンス関連業者、顧客に対しての営業を行います。

職種「販売促進、営業」において、入職から3年程度は、初級と位置づけられ、職務遂行に上司の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、マーケティング、販売促進・企画、営業・広告の業務の補助的役割を担当します。このレベルにおいて求められる職務遂行能力は、上司の指示に従って、補助の仕事をこなすことができることと考えられています。

次に、職務経験が5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、マーケティング、販売促進・企画、営業・広告の業務を自立して遂行します。このレベルにおいて求められる職務遂行能力は、課題を発見し、解決できること、思い切った奇抜な発想や新しいアイデアが出せること、どの世代で何が売れ筋かを感覚で理解していること、インターネットの特質を生かした商品や企画を提案できること、関係者と調整・交渉ができること、マスコミへの働きかけができること、社内の関連部署とも協調性をもって交渉や調整が図れることと考えられています。

そして、職務経験が5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、マーケティング、販売促進・企画、営業・広告の業務全体のマネジメントを担当します。このレベルにおいて求められる職務遂行能力は、費用対効果を計算して職務をマネジメントできる、論理的な知識に基づく科学的な判断、豊富な社会経験に基づく判断が下せる、卓越したコミュニケーション能力を保有し、関係者と調整・交渉ができる、インターネットビジネスに関する専門的法律知識を有し、新規企画等のリスクを予想し、トラブル対処方法を考えることができることと考えられています。

### (3) 人材要件

職種「販売促進、営業」において求められる人材像としては、社会経験、マーケティング知識があり、かつ現場感覚を持った人材といえるでしょう。また、「販売促進、営業」には、・新規性、想像力に富み、常に前向きであること、他サイトとの差別化が図れる企画力、好奇心があり、トレンドに敏感で売れる商品を感じて理解していること、課題発見、解決力、情報収集能力、情報整理能力、営業センス（交渉力、調整力）、コミュニケーション能力、業界や商品に関する専門知識、システム知識とパソコン操作能力に関する事項が重視されています。

他方、この職種における関連資格としては、特にはないものの、各種情報処理技術者資格やマイクロソフトオフィススペシャリストなど、特定の資格が業務上求められる場合もあります。この職種に転職する場合、小売業の経験、扱う商品に関連した業務経験、サイト運営、営業、販売促進、企画職の経験での経験が活かされます。

#### 【関連資格】

「情報処理技術者」

経済産業省が認定する国家試験で、その試験は独立行政法人情報処理推進機構が実施しています。情報システムの開発・運用側 11 種と利用側 3 種の各分野での試験があり、春と秋に分けて実施しています。

「マイクロソフト  
オフィススペシャリスト」

(株) マイクロソフト社が自社のアプリケーションの操作実務能力を認定する試験で、日本では (株) オデッセイ コミュニケーションズが実施しています。試験は実技のみで、随時行われています。

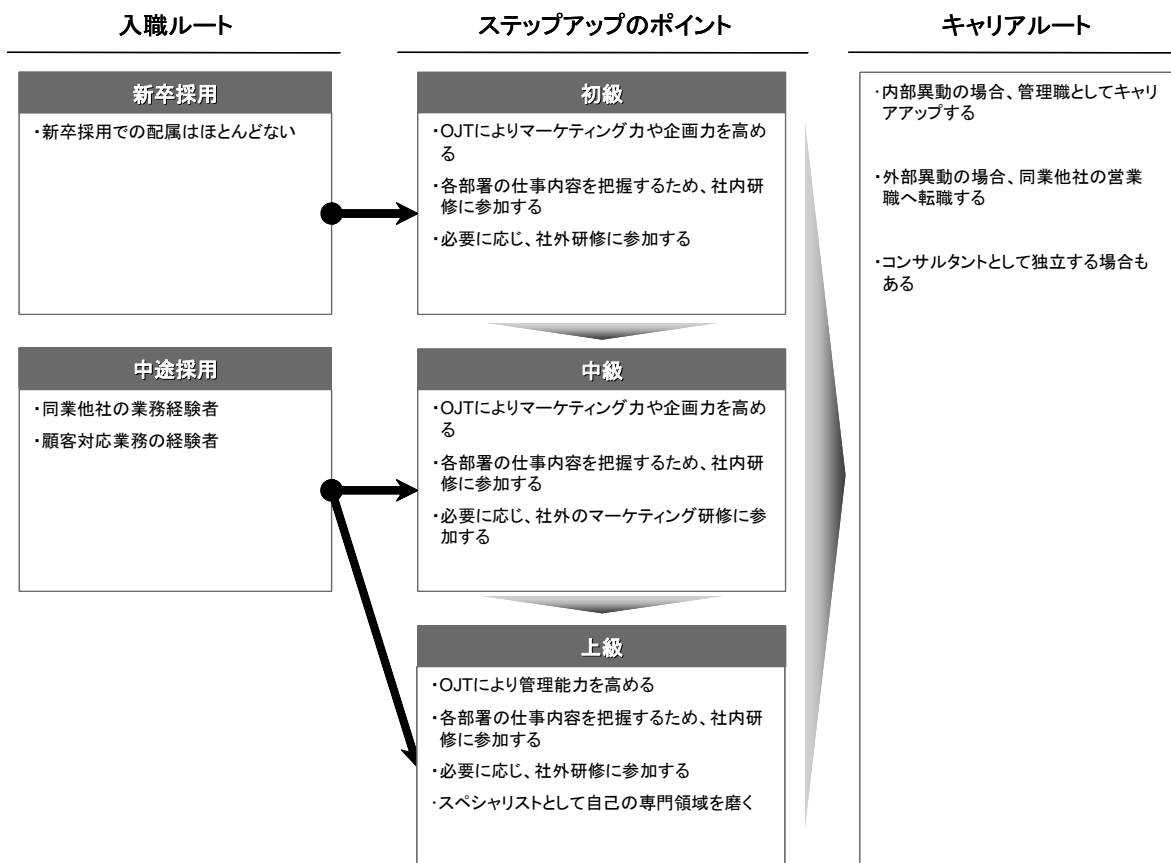
#### (4) 入職ルート・キャリアルートとステップアップのポイント

職種「販売促進、営業」の入職ルートは、新卒採用で配属されることはほとんどなく、中途採用で様々な経験を積んだ人材の採用が多くなっています。

他方、中級以上の人材は、自社内での他職種からの入職のケースとしては、即戦力として、顧客と直接係る部署に在籍した経験が入職の条件となっている企業も見られます。

職についてからのキャリアルートとしては、主に OJT で職能をステップアップ（多能化）させていった後、管理職へ昇進、または、同業他社への転職やフリーランスのコンサルタントとして独立することもあります。

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、社外のマーケティングの講座などに参加することがあります。



#### (5) 人材の過不足状況感

職種「販売促進、営業」における労働市場の人材の過不足状況感としては、人気職種ということもあり、初級、中級、上級とも大きな不足感はありませんが、マーケティング知識があり、かつ現場感覚を持った人材、企画力、想像力、新規性のある人材についてはやや不足感を感じています。

#### 4. 職種「オペレーター（受注、顧客対応）」

##### (1) 労働市場の概況

職種「オペレーター」における雇用形態としては、企業にもよりますが、一般オペレーターの大部分は契約社員やパート職員での採用となっています。また、年齢構成は幅広く、20代～40代が中心です。さらに、男女構成としては、扱う商品のユーザーの性差に依存する傾向もありますが、大部分は女性で占められています。賃金については、初級～中級のパート・アルバイトの場合、概ね時給 1,000 円弱～1,500 円、正社員は大学新卒では約 20 万円、30 代では約 30 万円、40 代～50 代では約 40 万円が業界の目安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「オペレーター」における職務内容は、顧客からの商品受注業務、配達日時の変更や注文のキャンセル等の要望受付及び各種問い合わせや苦情処理への対応することになります。

職種「オペレーター」において、入職から 6 ヶ月程度は、初級と位置づけられ、職務遂行に上司の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、インバウンド、アウトバウンドの受注、問い合わせや苦情の対応、カスタマー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、商品の受注、返品に対する返金作業、在庫確認作業、クレジットカードの照会等の定型的な業務ができること、正確でスピーディなキーボード操作ができること、電話での注文があった場合にも明るく正確な対応ができることと考えられています。

次に、職務経験が初級から 6 ヶ月～1 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、問い合わせや苦情対応とスーパーバイズを担当します。このレベルにおいて求められる職務遂行能力は、マニュアルにはない難しい問合せや一般オペレーターが対応できない苦情にもひとりで対応できること、文章表現力があること、取扱商品や資材購入から納金までの販売の流れに関する専門知識があること、外国人顧客への対応のため語学ができること、モバイルを用意するなど常にメールチェックができることと考えられています。

そして、職務経験が中級から 1 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、問い合わせや苦情対応とスーパーバイズの職務全体のマネジメントを担当します。このレベルにおいて求められる職務遂行能力は、カスタマーサービスが解決できない苦情や課題にもひとりで対応できること、オペレーターやカスタマーサポートを教育・指導する能力があること、シフト体制構築や管理ができること、管理者として業務遂行計画を作成し、計画通りに実行できることと考えられています。

### (3) 人材要件

職種「オペレーター」において求められる人材像としては、ある程度のインターネットやパソコン知識があり、エンドユーザーとしてオンラインショッピングでの買い物経験があること、また、一日中パソコンの前に座っていても苦にならない人材になります。また、「オペレーター」には、商品知識や業務知識に加え、接客・コミュニケーション能力、臨機応変に対応できる能力、几帳面さ、メール管理能力、教育・指導力、さらに海外取引が発生する場合には語学力に関する事項が重視されています。さらに、これらの能力の基礎として、一般常識、文章力、マナーが求められています。

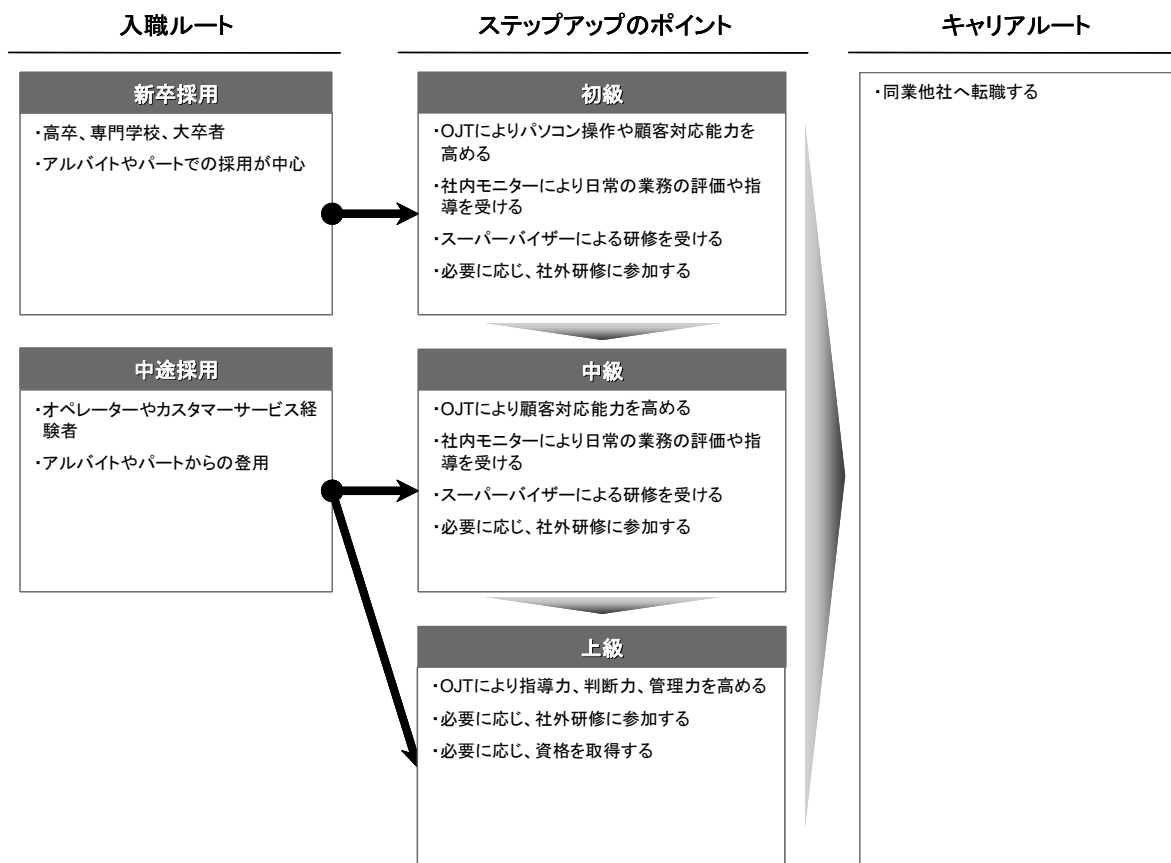
この職種に転職する場合、小売業での販売経験、顧客対応、接客経験、コールセンターでの業務、コンピューター関連の業務での経験が活かれます。また、即戦力としては、担当業種の経験やコーチングの資格取得者、カスタマーサービスの経験者であることが多いです。

#### (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「オペレーター」の入職ルートは、中途採用での契約社員やパート職員がほとんどで、上級になると、即戦力として経験者の正社員採用、または契約社員やパート職員から登用されることもあります。

職についてからのキャリアルートとしては、スーパーバイザーによる研修や実務作業を通じて職能をステップアップ（多能化）させていった後、同業他社への転職をして活躍することがあります。

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、日本通信販売協会主催の各種研修コースを受講することがあります。



#### (5) 人材の過不足状況感

職種「オペレーター」における労働市場の人材の過不足状況感としては、オンラインショッピングの需要増加に伴い、初級のオペレーターに不足感があります。また、上級レベルでは統率力、指導力を持った人材について不足感を感じています。