

## 第22回 海外テレマーケティング事情視察 報告 — 中国 (大連・北京・上海) のコンタクトセンターを訪問 —

当協会では、2010年10月17日(日)～10月23日(土)〈6泊7日〉の日程で、「第22回JTAスタディーツアー 海外テレマーケティング事情視察」を開催しました。今回のツアーでは、中華人民共和国の大連・北京・上海の3都市を訪問。特徴的な6社のコンタクトセンターを視察しました。

### 視察先レポート

#### 大連

#### 凌霄航空服务有限公司(ピーク航空)

視察日時:10月18日(月) 8:40～

##### ◆企業概要

1996年6月に創立され、主に航空機のチャーター及び航空券販売業務を行っている。社内には国際・国内航空運輸業務のコールセンターがあり、旅客に365日の航空券予約サービスを提供。

「Lingxiao商旅ネット」の開設により、国際・国内航空券、ホテルのインターネット予約業務もより迅速となり、2007年6月14日には杭州凌霄航空服务有限公司を、2007年9月26日には沈陽凌霄航空服务有限公司を設立した。毎年各航空会社から優秀代理人奨を授与されている。

##### ◆受付時間/チャネル

24時間365日 / 電話・Webにて予約受付

##### ◆コールデータ

###### ・コール数

10,000コール/日(中国全土から入電する)

有料窓口番号、無料窓口番号を用意しているが、有料電話への着信が多い。

※通話料が低額であること、フリーダイヤルは桁数が多く回避されることが多いとのこと。

###### ・AHT

国内航空券:30秒程度(リピーターが多く、顧客特定が不要なので短い)

国外航空券:3～4分程度

##### ◆運営体制

部門責任者2名/チームリーダー4名/コミュニケーター40名

##### ◆シフト形態

①8:00～17:00:日中業務(基本的に昼食以外休憩なし)

②17:00～翌朝7:30:夜間業務(仮眠時間無し。コールは少ないのでアイドル時間が休憩)

※7:00～8:00の間は、前後のシフトメンバーが交代で対応している

##### ◆ファシリティ

約30シートを利用。1席ごとに仕切りを設けており、各席に大きな鏡が設置されている。セキュリティシステム等の導入は無く、荷物も持ち込み可能。ただし、フロア内のお金を扱う部門のみ、カメラ監視を行っている。システムはすべて外部委託で管理している。

フロアは使用权を購入して運用している(中国には土地の私的所有が認められていないために、土地の権利の移転は、「土地使用



権」を売買することになる)。国からの助成金などは無し(同規模賃貸時は年間65,000元程度 ※管理費込み)。

#### ◆スタッフデータ

- 採用:航空大学で専門の教育を受けたメンバーを採用しているため、大学へ打診し新卒採用となる。すべて大卒(2年制/4年制)社員で構成されている。
- 在籍年数:短い場合は半年程度、長いメンバーだと5年程度。
- スキル:中国語、英語、韓国語に対応可能。
- 給与形態:「基本給(+夜勤手当)+ボーナス」が基本の形態となる。ボーナスは、毎月の目標達成状況(応対件数及びチケット受注件数)に応じて支払われる。管理職には役職手当も付与される。
- 月給:約2,000元(繁忙時:ボーナス額の変動で3,000~4,000元)※大連の国内企業の相場と同等レベルとのこと。  
※リーダーは+200元、部門長は+500元 ※1元=12~15円
- 通勤:通勤手段は概ねバスが多く、30~120分圏内から出勤している。

#### ◆スタッフ育成

研修は1~2回/週で実施。(お客様サービスセンター部門で研修実施)

#### ◆ES向上への取り組み

- ・午前、午後に1度音楽を流してリラックスさせる。
- ・年一回忘年会を行い、成績優秀者に表彰(プレゼント贈呈)などを行っている。
- ・総経理が社員と食事を取り、コミュニケーションを図ることもある。

#### ◆所感

日本のコールセンターと比較し、設備やセキュリティ面で劣る部分が見受けられるが、コミュニケーターの実績に応じた給与反映及びステップアップの仕組みは参考になった。実績に応じた年間評価によってコミュニケーターがチームリーダーへ昇格するだけでなく、リーダーとコミュニケーターが成績に応じて入れ替わる仕組みが導入されている。日に10,000件も着信するセンターでありながら、40名で対応を可能としている理由がその評価制度にあるように思った。また、全席に大きな鏡が設置されていることなどからも応対品質へのケアも行われていた。総経理からも自社の強みは「笑顔とアフターサービス」という応対品質に起因する言葉があり、実績へのモチベーションを評価制度で担保しながら品質への取り組みにより自社の強みを創り出している運営は参考になった。

## Neusoft情報技術サービス有限公司

視察日時:10月18日(月)13:00~

#### ◆企業概要

2003年にNeusoft Corporationの100%出資のもとで設立。従業員約1000人あまりが従事しており、BPO事業、コールセンター、BackOfficeサービス、データセンター、IT教育、トレーニング等の業務を行っている。コールセンターとしては、グローバル向けのRFPにて獲得したセキュリティソフトのインバウンドテクニカルサポートや、アフターケアのアウトバウンド等を行っており、200名程度の従業員で運営を行っている。自社で情報技術大学を運営しており、語

学スキルやIT系の専門知識を有したメンバーを採用できる強みを持っている。なお、本稿では、セキュリティソフトのサポートセンター事例を元に視察報告する。



#### ◆受付時間/チャネル

- ・9:00~21:00 365日
- ・日本向け/中国向けセキュリティソフトのテクニカルサポート  
→ インバウンド・メール・チャット・リモートアシスタント
- ・アフターケアのアウトバウンド

#### ◆コールデータ

- ・コール800~1,200件/日(新製品発売時期は1,500件程度に増加)
- ・応答率95%
- ・顧客満足度調査結果85%(他社運営時は60%だった)  
※日本向けのサポートも大連でテクニカルサポートを行っていることを公表している。
- ※広東語、台湾語はIVRで切り分け、特定の担当者が対応している。

#### ◆運営体制

SV2名/チームリーダー23名/コミュニケーター230名/品質管理担当5名。品質管理担当5名は日本人、その他メンバーはすべて中国人で構成されている。

日本向け対応コミュニケーター180名(コール120名、mail・チャット・リモートアシスタント60名)。中国向け対応コミュニケーター50名

#### ◆ファシリティ

Neusoftとして大連、瀋陽、成都にオペレーションセンターを有し、3拠点の総計100万㎡に達する建築面積を有している。セキュリティは365日24時間体制で警備員を常駐させ、入管人員を厳格に制限し、入退室もICカードの利用を行っている。都市電力を二回線にて引き込み、電源供給は99.99%の信頼性を確保している。事例のセンター内も1席ごとに仕切りを設け、1席あたり1.5㎡程度の余裕ある環境で業務を行っている。コール状況はリアルタイムの状況を電光掲示板を利用し全員が意識できるよう配備されており、充実した設備となっている(ISO27001取得)。また、パーティションの上には多くの観葉植物が設置されており、メンバーの職場環境にも気を遣っている様子が窺えた。

#### ◆スタッフデータ

- 採用:すべて大卒(2年制/4年制)社員で構成されている。(新

卒35%/中途65%)

■離職率:年間18~20%

■スキル:中国語、日本語、英語

※日本語対応者は日本への留学経験又は日本での業務経験を必須としている

■月給:・各役職に基づく給与相場

ポジション	経験	月給
オペレーター	0-1年	2500-3500円
オペレーター	1-3年	3000-6000円
SV(プロセスリーダー)	3-5年	5000-12,000円
MG	5-10年	10,000-15,000円

■通勤:バス、自動車(敷地内に寮も完備)※敷地入り口から建物までシャトルバスも運行している。

#### ◆スタッフ育成

研修は1~2回/週で実施(お客様サービスセンター部門で研修実施)。

#### ◆ES向上への取り組み

- ・心理カウンセラーの資格を持つメンバーが3ヶ月に1度面談を行っている。
- ・食堂や休憩室があり、雑誌や新聞なども置かれている
- ・会社全体のイベント(運動会等)実施やキャリアUPの仕組みを設けている

#### ◆所感

日本語が使えるメンバーを多く採用できる大連とはいえ、日本語のテクニカルサポートを行っているのには正直危機感を感じた。国際基準であるISO認証も取得し、充実した施設のなかで日本より高い実績を残している成果が証明する通り、日本より低コストで高品質を実現した成功事例となっている。IT系に強い大学を会社として持っており、人材を活用できるスキームが既に構築されているため、テクニカルサポートを運営するための、ITリテラシーの高い人材を容易に確保できる強みを有効に活用している。コールセンター運営において目新しいものは無かったが、電光掲示板による積滞呼などの着信状況の展開や心理カウンセラーによるメンバーのケアなど、既に日本と同等の手法で運営されており、コールセンターの運営品質が日本と同等レベルにあることが分かった。今後、日本のコールセンター市場において、中国企業が競合と成り得ることが今回の視察で実感できたことが収穫となった。

(株)NTTソルコ 植田 浩司

(株)オークローンマーケティング 大矢 正彦

トランスコスモス(株) 茂木 貴志

## 北京

### 中国国際旅行社総社

視察日時:10月19日(火)9:30~

#### ◆企業概要

1954年に政府主導で、国务院に属する外務接待機関として、中国国際旅行社が北京で正式に発足(現在も国が株式の80%弱を

保有している)。特に、海外からの旅行者を受け入れるインバウンドをメイン業務としている。2002年には旅行業務で1.5億ドルの外貨を獲得し、16億円の営業収入を突破。中国旅行業の国際旅行市場では一番占有率の高い旅行企業であり、経営実績が各方面で同業者を大幅にリードしている。近年「優秀企業賞」、「外貨を獲得する最高旅行企業賞」、「入国旅行者を招く最高人数の旅行企業賞」などの数多くの賞を獲得。コールセンターは、2005年9月より開設し、現在30名程度のスタッフを持ち、24時間の対応で、海外・国内旅行商品、国内線・国際線チケット、列車関係などさまざまな旅行商品を販売している。一言で表現するならば中国のJTB(日本交通公社)である。

#### ◆ミッション

##### ①全社のミッション

顕在化している顧客ニーズと潜在化している顧客ニーズの両方を満足させよう!

##### ②コールセンターのミッション

1回のお電話で顧客ニーズに応えよう!

#### ◆受付チャネル

電話・Mail・FAXにて受付を行っており、電話にはIVR(①ツアー旅行、②航空チケット、③宿泊施設、④情報提供)を導入している。電話番号は、通常番号(010-8511-8522)とフリーダイヤル(400-600-8888)を用意している。

#### ◆受付時間

24時間365日の年中無休で対応している。

#### ◆コールデータ

①コール数: 100~150コール/日

②AHT:国内旅行:3分程度・海外旅行5分程度

③あふれ呼対策:コールバックシステムを導入し、1時間ごとに担当を決めてアウトバウンドを実施している。



#### ◆運営体制

電話をはじめとする各チャネルにて顧客対応を行う第一線スタッフ(フロント)と航空チケットやホテルの手配などを行う第二線スタッフ(バックヤード)に分かれ、効率的に業務を行っている。なお、コールセンターの入り口には、販売や料金の支払窓口も併設されている。

SV1名につき10名のCSRを管理しており、合計3チームで運営している。その他にMG・QC・TR・システム担当が在籍しており、センター全体のマネジメントを行っている。

#### ◆システム

PBXやサーバーなどのハードは、すべてCisco社製を導入している。受付システム\*などのソフトはシステムベンダーへのアウトソーシングにて独自システムを構築している。

※対応履歴管理・スタッフ管理・コールデータ管理・全通話録音・統計レポート出力・オペレーションツール閲覧などの機能がある。

#### ◆スタッフ採用

大学・短大の新卒採用(正社員)を基本に一部、中途採用を行っている。お問合せ数に合わせてスタッフを増員するのではなく、スキルの高い少数精鋭のスタッフによるワンストップで質の高い顧客サービスを提供することを目標(旅行業務のプロとして、お客さまに親身になって対応し、良好なサービスを提供する)にしている(あふれ呼はコールバック対応)。採用面接時には、コミュニケーションスキルを重要視し、学生時代に文化やメディア関連を専攻した人材を中心に採用している。なお、採用率は、50人に1人(2%)程度と狭き門となっている。

#### ◆スタッフデータ

- ①平均年齢:24.5歳
- ②学歴:70%以上が大学卒
- ③平均月収:2,000~3,000元/月(日本円で30,000~45,000円/月)  
※今回視察した大連・北京・上海の各企業の大学卒の月収と同等レベル

#### ◆スタッフ育成

入社後、商品研修・対応スキル研修・標準話術・マナーの基礎を学び、OJTを行う。おおよそ1~2年で熟練社員として独り立ちし、3~5年でSVへ登用される。

#### ◆品質管理

QCを配置し、モニタリング(リアルタイムではなく、全通話録音のデータからサンプリングにて実施)を行い品質向上の取り組みを行っている。また、CSRは、日々、業務開始前にその日の目標をスーパーバイザーに提出し、終業時に達成内容を記入する。SVは、内容を確認後、QCへ提出し、評価にも反映させている。

#### ◆所感

中国のトップクラスの旅行会社ということで、インフラも整備されており、人材育成にも非常に力を入れている印象を持った。SVの方に「みなさんの目標・大変なこと・やりがいを教えてください」と質問したが、「目標は、知識・言葉遣い・マナーなど、どのCSRがお電話でお客さま対応をしても質の高いレベルで均一の対応ができること。大変なことは、新たなチャレンジや変革していくことはとても労力が必要だが、自分たちが成長できれば、それは喜びである。やりがいは、コールセンター立ち上げ時から今日に至るまで日々、成長してきたが、これからも成長できるように努力することがやりがいである」という回答であった。

非常に前向きで、一生懸命に努力していく熱い思いをスタッフの皆さんが持っていることに刺激を受けたとともに、このようなスタッフが集まれば組織も必ず成長していくであろうと感じた。

## 一汽トヨタ自動車販売有限公司

視察日時:10月19日(火) 13:30~

#### ◆企業概要

2003年11月に設立されたトヨタ自動車の特約販売店(販売ディーラー)である。トヨタが中国に導入しているCRM構想「e-CRB (evolutionally-Customer Relationship Building)」があり、その中核システムとして、顧客獲得・販売支援から、納車後のサポート、アフターサービスや買い換え支援に至るまでの顧客対応を司るのがこのコールセンターである。ここでは小売後調査、サービス点検販売、入庫予約確認、保険の継続案内といったアウトバウンドを3名のスタッフで実施している。

※「一汽」は、中国国営の自動車メーカー(中国第一汽車有限公司)であり、一汽トヨタは、トヨタ自動車と第一汽車の合弁現地企業である。

#### ◆ミッション

仕事を好きになり、お客さまの立場になって考え行動(サービス)する。

#### ◆受付チャンネル

電話・ショートメッセージ(日本でいう携帯電話のショートメール)

#### ◆アウトバウンド時間

9時~17時・年中無休で対応している。

※来店時のお客さまアンケートで17時以降のコールを希望されている場合は、柔軟に対応している。

#### ◆コールデータ

- ①コール数:30~60コール/日
- ②コンタクト率:100%(日本とは違いセールスなどの電話にも出てくれるため、お客さまとつながるまで何度でもアウトバンドを実施する)。体制は、常時2名の計3名で対応 1件5分程度 40~50台/月の成約。



#### ◆アウトバウンド内容

商談・購入・修理後にアフターフォローコールを実施している。また、買い替え時期に合わせて販促コールを実施している。

商談時にアウトバウンドの実施可否・希望時間をヒアリングし、月・シーズン・年など定期的にコンタクトをとっている。購入後の例として、納車2時間後・3日後・1ヵ月後・2ヵ月後にコンタクトをとり、車の状況やドライブの頻度・習慣・ご意見・ご要望などをヒアリング

し、データ管理のうえ社内共有を図っている。クレーム発生時には、内容を登録し、48時間以内にマネージャー以上のスタッフがお客さま対応を行うルールとなっている。

#### ◆スタッフ育成

人材教育には、非常に力を入れており、入社後、1週間でトヨタの理念・自社の企業理念・商品研修・応対スキル研修・標準話術・マナーの基礎を学び、その後、新入社員1名に対して先輩社員1名を育成担当者として配置(チューター)し、OJTを行う。その後も毎月2～3回の各種研修を定期的に行い、3ヶ月ごとにテストを実施している。

また、状況に応じて不定期の研修も実施している。マナーや身だしなみについては、「社員の態度・服装は、その会社の姿である。」という考えのもと、日々、チェックし、指導している。

#### ◆“カイゼン”活動

トヨタの“カイゼン”を実践し、「現場・現物での発見」、「会議での発見」、「誰かの指摘による発見」によって見つかった課題・問題について、PDCAサイクルを回しながら“カイゼン”活動を行っている。なお、“カイゼン”活動においては、お客さまのご意見・ご要望を最重視し、迅速な対応を目指している。

#### ◆所感

トヨタ自動車のディーラーであることと、中国では富裕層でなければ購入できない自動車ということで、接客マナーが非常に良く、好印象で、人材育成に非常に力を入れている印象を持った。

今回の中国視察は、中国の航空会社を利用しての移動であったが、日本の航空会社のCAのサービスと比べ、態度・マナーの悪さがはっきりしていた。また、各種店舗の店員の態度も良いとは言えないサービスであり、「中国のサービスレベルはこれが当たり前」と割り切っていたが、一汽トヨタ自動車販売のお客さまサービスを見て現地では非常に驚いた。

その理由を総経理(日本でいう代表取締役社長)に伺ったところ、総経理が元外資系のホテルマンであり、お客さま対応の重要性を社員に説いており、研修にも力を入れているとのことであった。

「中国人のスタッフが、レベルの高いサービスマインドを理解し、実践できるのか?」との問いに対しては、「採用基準は、知識よりもマインドを重視している。研修も頻繁に行い、マナーや態度も評価の対象にすることで、今の店舗を築いた。」との回答であった。

中国人も徐々にレベルの高いサービスを求めるようになってきており、サービスの競争が激化しつつあるのだと思われる。コールセンター事情としては、あまり参考になる視察先ではなかったが、サービスマインドを学ぶということにおいては、非常に参考となった。

(株)エヌ・ティ・ティ・ソルコ 岩田 陵  
トランスコスモス(株) 家治 桂子  
(有)キャリア・ネットワーク 後藤 啓子

## 上海

### 易方科技(昆山) 客户服务中心【昆山呼叫中心】 視察日時:10月22日(金) 9:30～

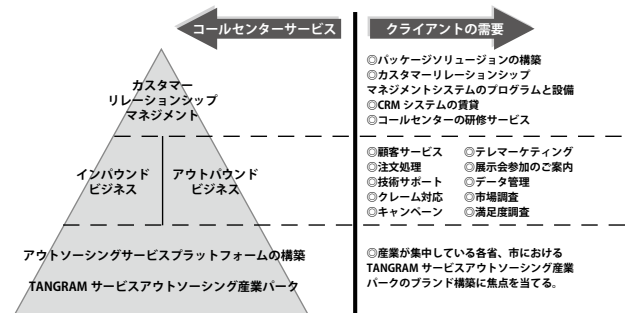
#### ◆企業概要

TANGRAMお客様サービスセンターは上海最大規模のアウトソーシングコールセンターのサービスプロバイダーであり、カスタマーリレーションシップマネジメントの専門家として、主に外部委託のコールセンター及びテレマーケティングのサービスを提供。提供先は現在まで600社に登る。

2002年より業務を開始し中央政府からの認証も受けているため、事業への国の優遇政策も受けている(中国の土地はすべて国有、土地の割当てや開発は国の許可がある。中国で事業を行う場合、中央政府や地方政府の評価や繋がりは、企業としての信頼と成長を裏付けるものであり、何よりも大事。このため、政府要人の視察や評価を大きくPRしている)。

親会社は上海にあり、業務は以下の3つ。①コールセンター、②eコマース、③商業用の不動産。日本の沖電気が協力会社。

TANGRAMコールセンターサービスは単純なコールセンタープラットフォームプロバイダーから顧客志向のサービス体制までを網羅。



#### ◆センター概要

コールセンターの場所は、上海市の北西に隣接する昆山市。(高速道路で約30分) 近年地下鉄も建設中。昆山は上海に近いが上海ほど人件費が高くないことが利点。アウトソーサーであり現在様々な企業のコールセンターを個室に区切り運営。2009年4月当初300席で運用を開始し、現在は1,000席。今後、5,000席へ拡大する計画が進行中であり現在居住地区、ショッピングセンター、を併設したコールセンタータウンを建設中。

コールセンタービジネスを始めた背景は、中国の経済発展と大きく関係がある。30年前は、中国は「世界の工場」であったが、環境面などで問題があった。コールセンタービジネスは、環境面でも優しく、また今後サービス業としてコールセンターの需要があると判断した。

#### ◆アウトソース企業(一部抜粋)

キャノン・サントリー・パナソニック・コクヨ・アスクル・ユニクロ・ミシュラン・イケア・デルなど現在200以上の世界企業を有する。また、中国国内企業のクライアントも多数ある。

#### ◆雇用・契約形態

すべて正社員で主に大卒新卒社員を採用。新卒の確保は、大学にオーダーして適任者を紹介してもらっている。給与をそれぞれに

出すと人材は確保できる。特に上海は優秀な人材が国内はもとより日本も含めて海外からも集まる。

マネージャー・SVの確保は昆山だけでなく、上海からも確保できる。今後5,000席への拡大に伴うトレーニングはすでに行っている。

#### ◆オペレーション

企業別に個室に分けて対応しているのは国内の顧客は中小規模企業が多いため。また個室はデータの安全確保ができ、マネジメントしやすい。より大規模のセンターは別拠点で運営。個室は需要の規模に合わせられる。大規模センターより、ここの個室方式の方が、新しく、清潔感がある。個室の仕様は20席規模～50席とあり様々なカスタマイズにも対応。

各ジョブ体制はMG、SV、チームリーダー、コミュニケーター。

個人のブースはパソコン端末があるのみで余計なものが一切置かれていないのはクライアント要望による。

似たような業務があるが複数企業のマルチスキルでの対応は行っていない。ただし、クライアントの理解が得られればその可能性はあるとのことであった。

◆業務時間:「5日/8時間」「7日/8時間」「7日/24時間」がある。「7日/24時間」が最も設備の効率も良く、業務獲得に力を入れている。

#### ◆メンタルヘルス

入り口のロビーに社員のための掲示板「社員天地」を掲示しコミュニケーションを促進。また様々なレクリエーションや旅行、業績に応じてプレゼントを贈る。例えば小さな人形が12個あり、それが12個たまると大きな人形を贈るなど工夫している。その他スポーツでは地元のバスケットボールチームで活躍しており、文化面ではコンサートも開催している。

#### ◆対応地域及び言語

中国全土。そして海外。中国では、北部は標準語対応だが、南部(福建省や広東省)は方言ができるコミュニケーターが対応。若い人は全員標準語ができるが、高齢者ができないため。

◆離職率:22%(上海市内は30%が平均)

◆平均賃金:新卒者は1,500元～1,800元/(基本給)+ボーナス/ある日系企業のJOBでは3,500元～4,000元

◆年齢:社員の年齢は23歳～26歳が中心



#### ◆セキュリティ対策

各部屋の出入りはセキュリティーカードを活用。また24時間ガードマンが駐在しカメラでの24時間撮影も行っている。社内の従業員用のお店は24時間開店している。

#### ◆マネジメント

マネージャーの業務範囲は、大きいプロジェクトでは専任とし、中小規模では兼任でおこなっている。

#### ◆今後の目標等

中国一のコールセンターとしてさらなる成長を遂げたい。中国のコールセンター事業は他の国と比べて特長がある。アウトソーサーのコールセンターとしては、インドの方が多い。しかし、中国の特長は、①市場が大きく世界で一番の市場となる可能性を秘めている。②人材が豊富。毎年650万人の大学の新卒がいる。また、留学生も多い。③コストが安い。これから成長に従ってコストは高くなると予測するが、日本と比べるとまだ競争力がある。

#### ◆所感

日本と同様の最新設備を使用した大規模センターであり、クライアントも国内外の大企業・有名企業。中国における企業経営の視点でコールセンター事業の説明を受けた。雇用創出など社会への貢献を通じた中央・地方政府との関係づくりが企業活動にとって重要であることを強調されていた。今の中国ではブース拡張すれば需要があるとの言葉が印象的。アウトソーサーとしての中国国内外市場の展望やコールセンタータウンの建設の目的、人材市場の状況など非常に参考になった。

また、良いコールセンターの条件として、拠点がたくさんあることを挙げていたが、国土が広く多くの民族が住んでいるため、日本でいうところの方言レベルではなく、同じ中国語でも多言語に近いことも印象的であった。

## 上海先恰信息科技有限公司

視察日時:10月22日(金) 16:00～

#### ◆企業概要

2002年に設立され、ソフト・Webの作成を行ってきた。2008年からセールス部をつくり、ソフト販売を行う。2009年よりコールセンターのアウトソーシング市場に需要があることを見出し、市場調査等のサービス提供を開始。データベースを利用したアウトバウンド業務では、ある美容センターの勧奨を行い新規顧客を開拓。また、夜間大学からの業務で、若い社会人に「もっと勉強をする気はないか」との勧誘アウトバウンド業務を行ったこともある。

#### ◆センター概要

上海では家賃が非常に高く、コストを考えマンションの一室でオペレーションを行っている(上海ではよくあること)。

受電システムは無く、『架電リスト、赤ペン、電話機』でオペレーションを行っている。

#### ◆育成

アウトバウンドのコミュニケーターの育成方法は、まず面接を行い、その後3日間のトレーニングを行う。チームリーダーはコミュニケーターを1年以上経験し昇格する。

◆年齢:社員の年齢は20~25歳が中心

◆座席数・規模

会社の人数は20数名。アウトバウンドは16席、インバウンドは3席で運営。そのほかマーケティング担当があり、データの分析をおこなっている。

◆離職率:40%~50%

◆平均賃金

平均収入は良いときで5,000元~6,000元、悪いときで2,000元~3,000元。収入の内訳は基本給+バックマージン+ボーナスで構成されている。

◆オペレーション

架電リストを業者から購入(100円で数万件分)様々な個人の嗜好や購買履歴を元に業務に適したリストを依頼する。

アウトバウンドの成功率は、約5%。

紙に印刷された架電リストを元に一人一人のペースで架電をする。架電状況は個人に任せているが通話は録音しているのでごまかすことはできない。

1日のノルマとしては17時までにはかけられる程度を割り当てている。お客様のニーズがあれば18~19時までかけることもある(中国人の労働時間は17時まで。原則、残業はやらないとのこと)。

SVは、①セールスという仕事が好き、②給料が良い、③会社全体の家族的な雰囲気の3点がモチベーションであると語っていた。

◆メンタルケア

メンタルケアとして一緒に卓球大会を催したり、食事会を開催している。

◆雇用・契約形態

すべて正社員だが学歴不問。人材募集の方法はインターネットで行っている。



◆今後の目標等

会社としては、アウトバウンドとインバウンドをより成長させたい。競争はすべてのところで激しいが、あるクライアントは大手と私たちを比べて私たちを使った。愚直に仕事をするとところが私たちの強みでもあると語っていた。

◆所感

上海市内の中層マンションの部屋を賃貸してアウトバウンド事

業を行っているITベンチャー企業。使用している機器は、録音していると言っていたものの「昆山コールセンター」とは対照的に手向けのプッシュホン。リストを見ながら電話をかけていた。視察メンバーからはコールセンターの原点を見たとの声もあった。事業メンバーはすべて若く、市場には必ずチャンスがあると頑張っている姿は、中国の経済自由の活力を見ることができた。

東京ガステレマーケティング(株) 飯田 久也

(株)ベンチャーアソシエイツ 榎 良尚

(株)NTTソルコ 田中 洋光

(社)日本テレマーケティング協会 森田 豊



## JTA スタディーツアー

### 海外テレマーケティング事情視察を振り返って

中国コールセンター事情の視察という事で、大連、北京、上海のインハウス及びアウトソーサーの視察を行いました。

初日に、旅の安全や視察での多くの収穫、及び皆で仲良くツアーを成功させることを祈って視察は始まりました。時はまさに尖閣列島問題と上海万博の最中で、中国訪問に不安と期待を抱いて大連を皮切りにスタートしました。しかし、視察先の企業はもとより、訪問した都市に於いても反日感情的なものは一切なく、どの企業も大変親切に、またとても丁寧にご説明を頂いてツアー参加者にとっては安堵するとともに、大変勉強になったと思います。

中国に於けるコールセンターの将来性やコスト、品質の維持向上及びパフォーマンスと言った情報の収集が共通の目的で、活発に質問が出されていました。中国の所得水準から思えば当たり前のことですが、日本とのコストの差に改めて驚かされました。給与面には競争による格差社会の縮図を見るような話もあり、中国の遅れさと脅威を強く感じたところもありました。今回の視察に於いては参加者の皆さんがお互いに気遣い、ルールを守って行動されたことで、事故もなくスケジュール通り視察することが出来ました。

最後に、JTA、JTBの関係者の皆様と、現地での案内及び通訳をしていただいた方々に感謝し御礼申し上げます。

視察団 団長

富士ソフトサービスビューロ(株) 宮田 康夫

# JTA NEWS TOPICS

JTA NEWS Vol.165

## Contents

第22回海外テレマーケティング事情視察報告...1

新入会員のご紹介 他..... 8

### 次号予告

「JTA NEWS」Vol.166では、2010年「年頭所感」を掲載する予定です。

※掲載内容は変更する可能性があります

## 協会日誌

### 10/20事業委員会

- ① **テレマーケティング・ガイドブックVOL.20**  
・取材及び記事作成の進捗状況を報告した。  
・20周年記念企画の掲載方法等について討議した。
- ② **JTAコンタクトセンター・セミナー2011**  
・開催日を2011年2月16日(水)～17日(木)とすることを承認した。  
・開催形式・講演の講師候補等について討議した。  
・JTAセッションにおけるモデレーター/スピーカー希望者の申込状況等を報告した。
- ③ **JTAスクール**  
・次回の委員会で、2011年度の活動計画を検討することとなった。

### 10/27人材育成委員会

- ① **コールセンター・テレマーケティング用語の統一について**  
・230の用語を解説した第一次案が完成した。  
・監修方法・完成までのスケジュールについて討議した。

### 11/9事業委員会

- ① **JTAコンタクトセンター・セミナー2011**  
・講演者およびJTAセッションの出演者を決定した。  
・初日(2月16日(水)終了後)に出演者と聴講者の交流会を開催することを決定した。
- ② **JTAスクールについて**  
・2011年2月9日(水)～10日(木)開催のセンターマネージャー講座の講師変更について討議した。  
・2011年度のJTAスクール開催方針等について討議した。
- ③ **第22回JTAスタディーツアーについて**  
・訪問企業や視察時の状況等を報告した。

### 11/10広報委員会

- ① **JTA NEWSの発行**  
・2011年1月号:会員からの年頭所感を掲載することを承認した。
- ② **会員ニュースのホームページ掲載**  
・会員ニュースの10月のホームページへの掲載状況を報告した。
- ③ **ニュースリリースの配信について**  
・関連媒体社宛に「テレマーケティング・ガイドブックVOL.20の発行」「アウトソーシング企業実態調査の集計」についてニュースリリースを配信することを承認した。

## 新入会員のご紹介 (2010年10月入会)

2010年10月現在・正会員数 193社

### 株式会社アフティーコミュニケーションズ Inhouse

代表者:代表取締役社長 河口 浩

本社所在地:北海道札幌市中央区北2条西2丁目34 ダイアビルディング札幌3階

ホームページ: <http://afty.co.jp>



株式会社  
アフティーコミュニケーションズ

### プロフィール 提供している商品・サービス紹介

当社は、NTTコミュニケーションズの代理店として平成17年より活動させて頂いております。業務内容として、法人中心にNTTコミュニケーションズの商品の提案及び申込みの取次ぎをメインとして、自社コールセンターにて、テレマーケティング営業をさせて頂いております。また、営業代行業務も請負しており、依頼された商品の販売も行っており好評を得ております。

自社コールセンターの販売品質のさらなる向上、スタッフの能力向上を目指し、この度入会させて頂きました。何卒宜しくお願い致します。

## JTAコンタクトセンター・セミナー2011 in 北海道

2010年1月14日、沖縄県に進出しているJTA会員企業の協力で「JTAコンタクトセンター・セミナー2010 in 沖縄」を開催。JTAコンタクトセンター・セミナーとしては初の地方開催ということで、多くの注目を集めました。

今年度は、沖縄県と並ぶコンタクトセンターの集積地である北海道で「JTAコンタクトセンター・セミナー2011 in 北海道」を開催します。多くの皆様のご参加をお待ちしております。

### ◎開催概要

日程:2011年1月19日(木) 13:00～17:30

会場:かでの2・7 820研修室(北海道札幌市中央区北2条西7丁目 道民活動センタービル)

主催:社団法人日本テレマーケティング協会(JTA)

後援:北海道

協力:JTA会員北海道協議会(社名50音順)

(株)アイティ・コミュニケーションズ、(株)NTT-ME、NTT北海道テレマート(株)、  
(株)オークローンマーケティング、(株)KDDIエボルバ、(株)セシールコミュニケーションズ、  
(株)テレマーケティングジャパン、トランスコスモス(株)、日本アイビーエム・ビジネスサービス(株)、  
VALWAY121ネット(株)、ビーウィズ(株)、(株)ベルシステム24、(株)もしもしホットライン、  
(株)WOWOWコミュニケーションズ

### ◎JTAセッション(3セッションセット)の参加費(税込)

JTA会員/3,150円、非会員(一般)/6,300円

※基調講演はJTA会員・非会員問わず無料です。

### ◎プログラム

#### 【基調講演】

『道内のコールセンターの状況と北海道のこれまでの取組について』

講演者/北海道経済産業部産業立地・エネルギー局

産業立地課立地推進グループ 主幹(立地助成) 岡村 明彦 氏

【JTAセッション①】『テレコミュニケーター採用～採用の実態と採用後の定着率向上施策～』

【JTAセッション②】『コールセンターにおけるモチベーション/ストレス管理

～職場における環境づくりと心の健康づくり～』

【JTAセッション③】『テレコミュニケーターの評価

～成果に繋げるための評価方法のあり方について～』

※より詳しいプログラム内容やお申込方法などの最新情報は【 [http://www.jtasite.or.jp/event/contact\\_2011hokkaido.html](http://www.jtasite.or.jp/event/contact_2011hokkaido.html) 】でご確認ください。