

平成 27 年度 沖縄におけるコールセンター現状調査 結果概要

調査の背景・目的

沖縄におけるコールセンターは、情報通信関連産業の全雇用者の約 70%に当たる約 17,049 人(76 社、2015 年1月現在)が雇用され、沖縄経済を支える重要な産業の一つとなっている。一方、有効求人倍率は、産業全体で 0.62 に対しコールセンターは 2.01 倍*と他業種に比し最も高くなっており、就職後、数ヶ月～3年程度で離職する傾向が続いていることが一因であると思われる。本調査は、求職者と求人者間のミスマッチ内容の現状分析と課題等を踏まえ、労働力の確保や定着率向上方策の検討を行い、必要な取り組みを整理し業界等関係者の効果的な対応を促すことを目的とする。

※沖縄労働局調べ。コールセンターオペレーターとテレフォンアポインターの合計値の 26 年度平均値

調査方法

調査検討委員会(委員長：名嘉座元一(沖縄国際大学経済学部教授))を設置(3 回開催)し、沖縄県内 69 事業所、県外 122 事業所にアンケート(有効回答 沖縄県内 51%、沖縄県外 12%)、県内外の主要事業者や専修学校、大学、高等学校就職支援担当者等へのヒアリング、シンポジウムを行った。

コールセンター産業の概要

※非回答、複数回答等もあるため 100%にならないことがある。

1. 立地状況等

- (1) 沖縄は全国一高い集積地(事業所)となっている。(沖縄県 88、北海道 78 福岡県 46)
- (2) 事業所の約 7 割は、支社・支店等の出先(本社は沖縄県外)で、事業形態は、約 5 割がインハウス、約 4 割がアウトソーサーとなっている。
- (3) 売上高は 10 億円未満が約 5 割で、3 年前と比較し約 5 割の事業所が増加(大幅増加(6 事業所 17%)、やや増加(同 10、29%))している。
- (4) 事業所は、那覇市とその近郊に約 7 割が立地している(那覇市 55%、浦添市 8%、宜野湾市 2%、その他 18%(沖縄市 11%、名護市 7%))。

2. 雇用形態等

- (1) 全従業員 30 人以上の事業所が、約 7 割(うち 100 人超は 11 事業所、500 人超は 5 事業所)となっている。
- (2) コミュニケーターの構成は、雇用期間が 1 年以上の非正規約 4 割、同 1 年未満が約 3 割(他は派遣、パート等)で、何れも 1 年間でみた離職率は約 4 割となっている。(図 1、2)
- (3) コミュニケーターは、約 3 割の事業所で「不足することが多い」、「常に不足している」となっている。今後、取り組みたいコミュニケーターの待遇の改善は、賃金を上げる約 6 割、正社員や地域限定社員枠を増やす約 5 割、時短勤務等働き方の自由度を高める、となっている(図 112)
- (4) 雇用に関する取り組みとして、約 7 割が子育て中の女性の再就業に取り組み、事業者の 4 割以上が、今後、リタイア後のシニアの活用、在宅勤

務(テレワーク)、外国人労働者の活用が必要になってくる、としている。(図 98～101)

(5) 約 8 割の事業所で年間を通して繁忙・閑散期がある、となっている。(図 50)

3. コールセンターに対する求職者側の評価(教育機関等へのヒアリング調査結果から)

- (1) 大学、高等学校、専門学校、就職支援機関の就職担当者(以下、「就職支援担当者」同じ)へのヒアリング結果をみると、学生の就職に対する考え方の全体的な傾向として、「安定志向」「ワークライフバランス」「企業ブランド」などを重視している。その中で、コールセンターに対する受け止め方は、「クレーム対応」「パート・アルバイトの仕事」「中途採用が多い」「就職相談は少ない」など、必ずしも良いイメージを持っていない。
- (2) 就職担当者の多くは「直接企業の現場に行ったことがない」ものの、コールセンターに対するイメージは、「雇用が不安定」「特定企業の実例から、悪いイメージがある」などの意見がある一方で、「ワークライフバランスに対応した環境がある」「キャリアパスが明確」「教育・研修の環境が整っている」「女性が働きやすい」「雇用が多い」などの評価も多い。
- (3) 今後、コールセンターに求める情報や活動等に対しては、「業務内容や働く環境の正しい情報発信」「継続した情報発信」「認知度を上げる」などと同時に「インターンシップの積極的な受け入れ」「現場を見る機会の創出」などを挙げている。
- (4) この結果から、キャリアパス、女性が働きやすい環境、研修制度、働き方の選択の幅(ワークライフバランス)など、コールセンター側の雇用環境が働き手側に伝わっていないことによるギャップ(ネガティブなイメージが先行)の存在が問題であり、コールセンター側では、業界としてそのような状況になっていることを認識して、「何をどういう方法で伝えるか」を考え、対処することが必要である。
- (5) なお、コールセンター事業所に大学生(10 名程度)を招いた「座談会」を 3 回開催した結果、ほぼ全員がコールセンターに対する印象が全く変わった旨の感想が寄せられたことから、インターンシップや企業見学等、現場を直接見せ、体験できる機会を積極的に作っていくことも有効な手段である。

当面の課題と取り組み

アンケート調査、ヒアリング調査の結果から、早期の取り組みが必要なことを以下のとおり整理した。なお、取り組みに際しては、各事業者毎にビジネスの内容・規模、抱える課題や対応の優先度等様々だと思われるが、よりよい事業環境を早期に醸成するためには、各事業者(業界)が可能な限り協調して対応することがより効果的と考えられる。

1. 認知度向上

- ① コールセンターに対する「マイナスイメージ」を払拭するため、学生、就職支援担当者等を対象に職場見学やインターンシップを積極的に進める。
- ② 求職側が求める雇用条件に関する事項、業務内容や雇用環境等について統一的にかつ積極的に情報の開示・提供に努める。

2. 雇用環境の充実(安心で働きやすい環境)

- ① 年齢、出産・子育て等ライフスタイルやライフステージに応じた雇用(限定社員等)や働きながら子育てできる託児所、保育所、学童施設、テレワーキング・サテライトオフィス※1等多様で働きやすい環境の充実に努める。
- ② 業務の繁忙・閑散期により一時的に労働力の過不足が生じ、その対応が繰り返し必要となることがある。同様な課題を抱える同業者や異業種(宿泊・飲食業等)と相互に労働力を補完し、雇用を維持できる仕組み(労働力のシェア)を検討する。

※1 情報通信機器等を活用し時間や場所の制約を受けずに働くことができる。住宅や本拠から離れた所に設置されたオフィスで勤務する。

[次ページ以降、関連図表]

調査報告報告書は、当局 HP(下記 URL)に掲載しております。(総務部の「新着情報」)

<http://www.ogb.go.jp/soumu/3094/014749.html> (ダウンロードできます。)

[お問い合わせ先]

内閣府沖縄総合事務局 総務部 振興企画官 野原、與那嶺

電話(代表)098-866-0047 内線 81480、81374

平成 27 年度沖縄振興推進調査(沖縄総合事務局)

求職者側・求人者側の雇用ミスマッチ (沖縄労働局の職業業務紹介から)

〔求人者側〕	〔求職者側〕
① 商品によっては、ある程度の専門知識が必要 ② 業務に応用の利く接客業務経験者を採用したい ③ 人件費をできるだけ低く抑えたい ④ シフト勤務可能な人材を採用したい	① マイナスイメージがある ・メンタル的にきつい仕事 (クレーム対応というイメージ、ストレスが多い職場、職場内の人間関係が悪い) ・長く働くには厳しい仕事 ・新人のフォローや研修がない ・仕事量が一定でない ・収入不安定 ② 賃金が低い ③ シフト勤務ができない ④ 正社員求人が少ない

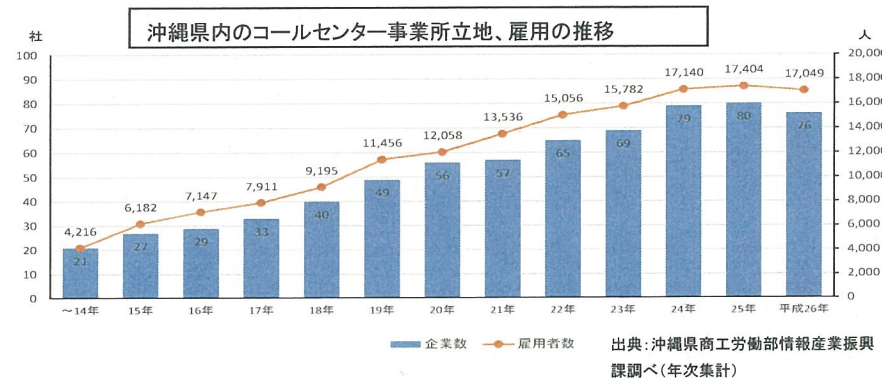


図1 コミュニケーターの雇用形態別構成

項目	現在の人数	構成比
正規雇用従業者数	394	5.0%
非正規従業者数(1年以上)	2,937	37.1%
非正規従業者数(1年未満)	2,611	33.0%
派遣労働者数	841	10.6%
パート・アルバイト数	1,130	14.3%
合計	7,913	100.0%

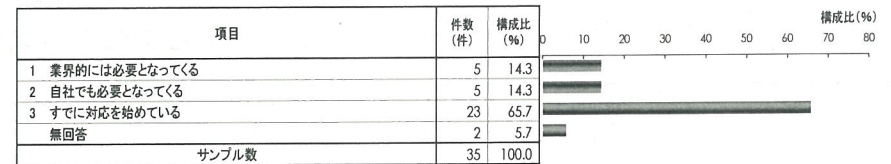
図2 コミュニケーターの離職状況

項目	① 2014年10月1日時点の 人数	② 2014年10月1日～2015年9 月30日までの 離職者数	離職率 (②÷①)
正規雇用従業者数	364	46	12.6%
非正規従業者数(1年以上)	3,072	1,310	42.6%
非正規従業者数(1年未満)	2,248	845	37.6%
合計	5,684	2,201	38.7%

112. 今後取り組みたいコミュニケーターの待遇等の改善点は次のどれですか。(MA)



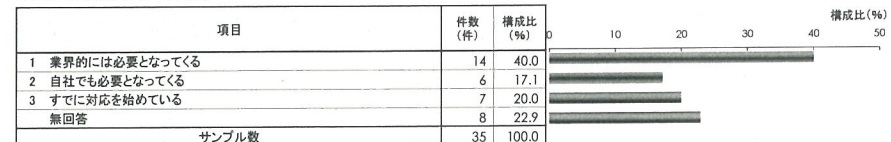
98. 子育て中の女性の再就業(SA)



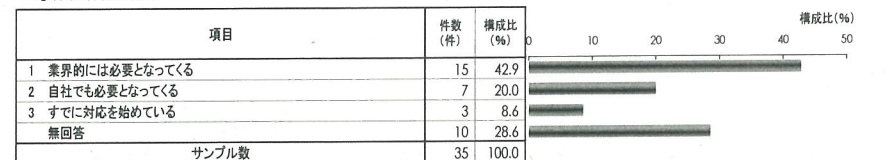
99. リタイア後のシニア(SA)



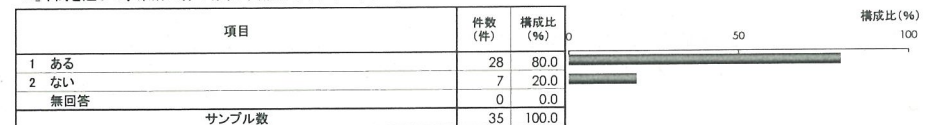
100. 在宅勤務(テレワーク)(SA)



101. 外国人労働者(SA)



50. 年間を通して事業所全体の繁忙・閑散はありますか。(SA)



学生のコールセンターへの関心

【大学】

- ・クレーム対応の仕事、ネガティブなイメージ。
- ・嫌っている感じはしないが、パートやアルバイトの仕事というイメージ。
- ・第一希望としての取扱いが少ないが、毎年数名の希望者がいる。
- ・コールセンターへの就職相談はない。

【高校】

- ・コールセンターインターシップ制度もあるが今年は応募がなかった。
- ・生徒が辞めたこともあり、印象はよくない。
- ・コールセンターへの就職相談はない。

【専門学校等】

- ・アルバイト経験をしている学生からのネガティブイメージ。
- ・中途採用が多いので、新卒は興味を示さない。
- ・テクニカルに関する業務は相談があるが、生徒から相談されることはほぼない。

【支援機関等】

- ・コミュニケーション能力が付くという評価もある。
- ・雇用形態が非正規のイメージで、常に募集が出ているので定着率が悪いイメージ。
- ・就職相談はない。

コールセンターの認知状況

【大学】

- ・社名がよく変わる、雇用が不安定、賃金が安い。
- ・結婚後の女性等のワークライフバランスを見ると働き易い職場。
- ・クレーム対応だけではなく、ステップアップできる仕事という印象。
- ・雇用を多く創出している。女性が働き易い環境を整備している。
- ・実際にコールセンターにいったことがない。(ほぼ共通)

【高校】

- ・説明会での個々の企業の印象はよいが、2015 年のニュースの印象が残っている。
- ・電話対応だけの仕事内容というのが進路相談員として進めるにあたり不安がある。
- ・実際にコールセンターにいったことがない。(ほぼ共通)

【専門学校等】

- ・きちんと教育できる環境が用意されている。
- ・就業時間が比較的きちんと守られている。
- ・キャリアパスが明確、マネジメントできる層のニーズがある。
- ・職員数が多く、親会社がしっかりしている。
- ・育休・産休等の休みが取り易い等といったよい職場環境。
- ・クレーム処理などの厳しい部分もあるが、多様な雇用形態、福利厚生は比較的整っている感はある。
- ・契約社員スタートが多い。
- ・業界に関するイメージはブラックボックスで具体的に分からない。

【支援機関等】

- ・雇用形態が非正規のイメージがあり、常に募集が出ているので定着率が悪い印象。
- ・正規雇用への道のりが遠い。
- ・2015 年の撤退等があり不安定な業界。
- ・時給がよい、待遇がよい、シフト制でライフワークバランスが取り易い環境。

コールセンター業界に求める情報や活動

【大学】

- ・継続して情報を発信する事でイメージは好転すると思う。
- ・まず、学生への認知度 UP を図ることが望ましい。
- ・学内外の説明会を実施し、見学ツアーに特典をつけるなど学生の動員に配慮する。これは卒業年次に限定せず、低年次から広く対象とした方がよい。
- ・業務の全体的なキャリアの流れを伝える。コール対応は仕事の始まりでどこに(業界や業務の中で)繋がっていくのか。責任のある仕事ということを知ってもらう。
- ・もっと大学を有効活用して欲しい。正課外活動であればできることは多い。
- ・ネット情報だけではなく、インターシップ制度を受け入れて頂く。体験が大事。

【高校】

- ・詳しい業務内容や働く環境についての情報提供。
- ・実際の勤務内容(労働者の 1 日等のワークライフバランス)、福利厚生、仕事内容(1 日中クレーム対応というイメージがあるため)を正しく伝える。
- ・会社見学が有効。
- ・情報が多すぎるのも問題。

【専門学校等】

- ・1 年目、3 年目などの就業イメージ、収入、キャリアパス、働き方の正確な情報提供。
- ・近い距離で、直接話せる機会として、実際の現場を見る機会があるとよい。
- ・インターンシップの活用。
- ・5 年後、10 年後のキャリアプランの明示。
- ・生徒により社会経験を積ませるためにも、アルバイト情報も欲しい。
- ・最近の学生には中々情報が刺さりづらいので、直接訴える工夫が必要。

【支援機関等】

- ・ワークライフバランスの明確な情報提供。
- ・平均休日取得日数(有給休暇取得率の公表)、研修の明記。
- ・継続勤務者はなぜ長期で働けているのか。コミュニケーター以外での仕事情報があれば知りたい。正社員雇用率、離職率、定着への工夫、産休等の仕組み等も知りたい。
- ・昔に比べかなり情報を開示し、発信していると思うが、小規模説明会で和やかな話し合い、社内見学などのリアルな体験を交えた発信方法が好ましい。