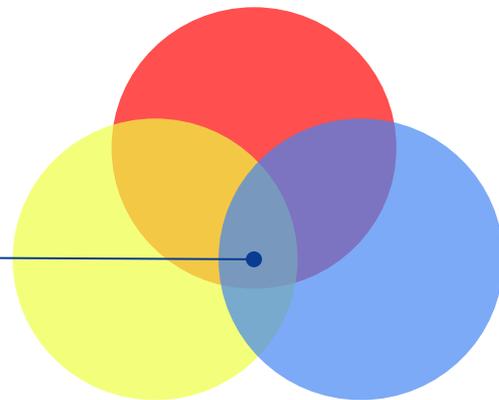


# 「質の高いテレアポリスト」

営業代行・コールセンターの離職率問題に挑む  
組織成長を助け変革を導く質の高いリスト作成手順を紹介



# index

BPO市場規模推移と予測

営業代行・コールセンターの現状と課題

テレアポリストの重要性

テレアポリストの精度が低いことによる影響

まとめ

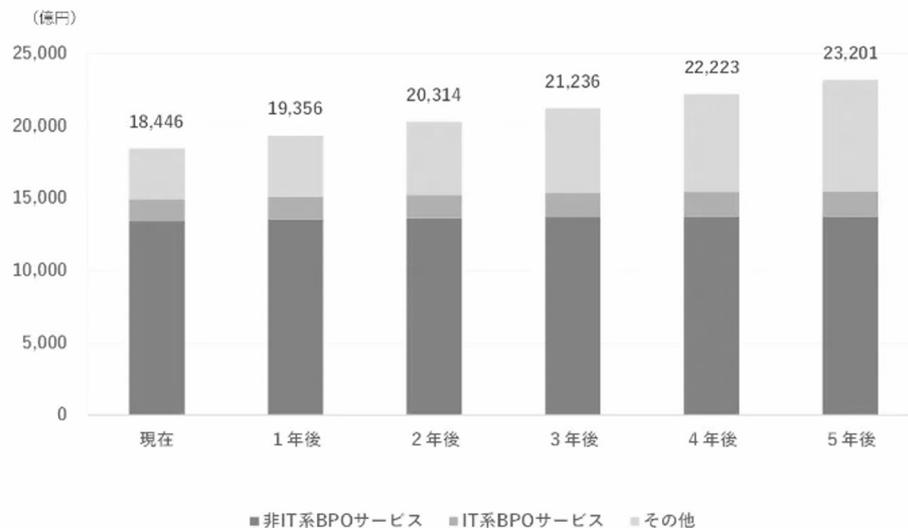
質の高いリスト作成手順

# BPOサービス業界の 国内市場規模は 2028年に2兆3,201億円 に達する見込み

企業の業務プロセスを外部企業に委託するBPO(Business Process Outsourcing)。自社のリソースをコア業務に注力させられる、コスト削減につながる、などのメリットから、BPOの市場規模は年々拡大している。

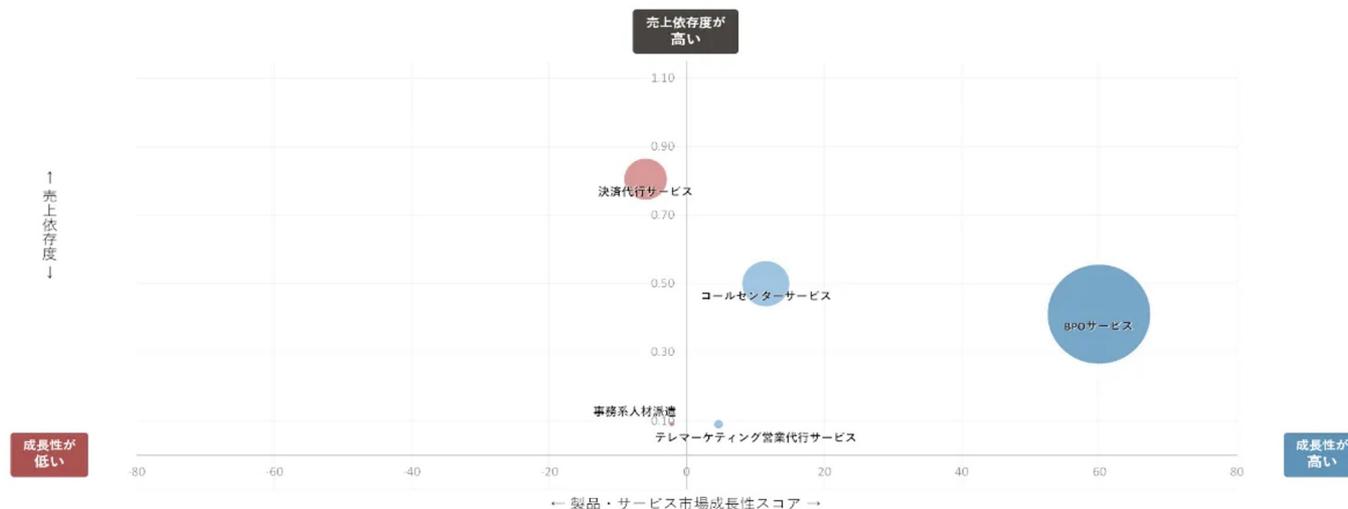
# BPOサービス業界市場規模と成長予測

BPOサービスの国内市場規模は、現在の1兆8,446億円と推計。今後5年間で25.78%成長し2兆3,201億円に達すると予測されています。成長率を内訳に見ると、非IT系BPOサービス(+2.4%)とIT系BPOサービス(+14.32%)の成長が寄与し、全体として25.78%の成長と予測する。また、時系列で見ると、4年後、5年後の成長が比較的大きいと予測になっています。



# コールセンター・営業代行へのプラスの影響

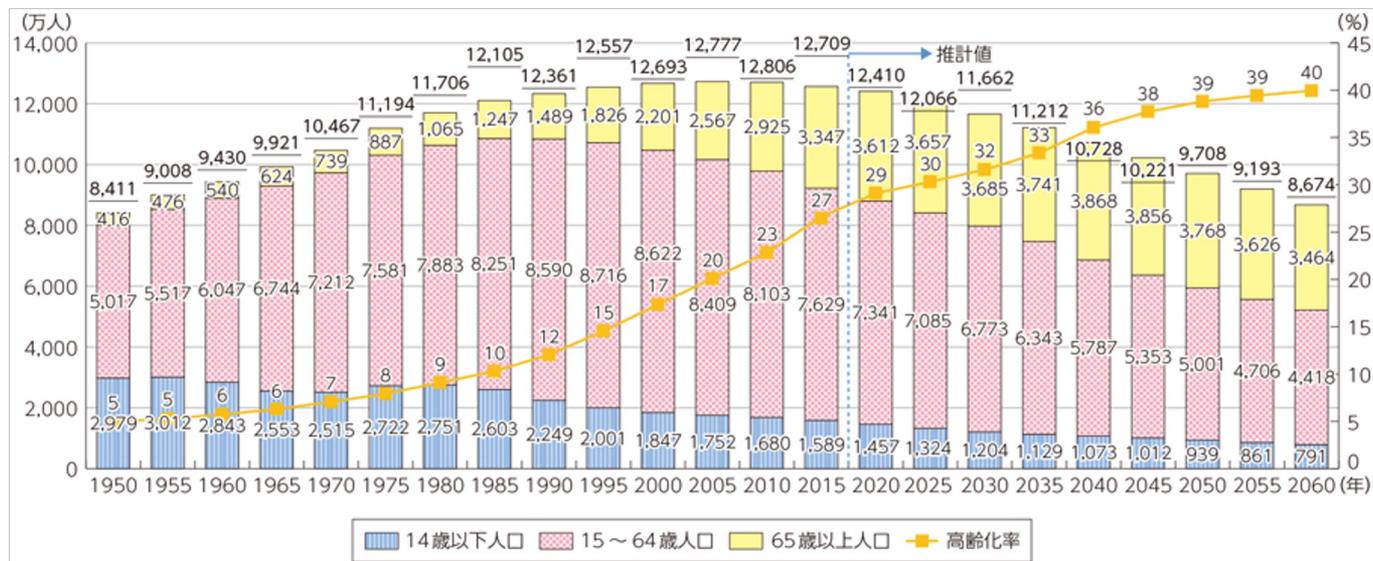
今後5年間でBPOサービスの業績に最も影響のあるサービスはBPOサービスそのものであり、中でも業績へプラスの影響がある領域はコールセンターサービスやテレマーケティング・営業代行サービスとなっています。



BPOサービス関連サービスのAIによる成長性スコア

## コールセンター・営業代行の市場規模が大きくなる理由

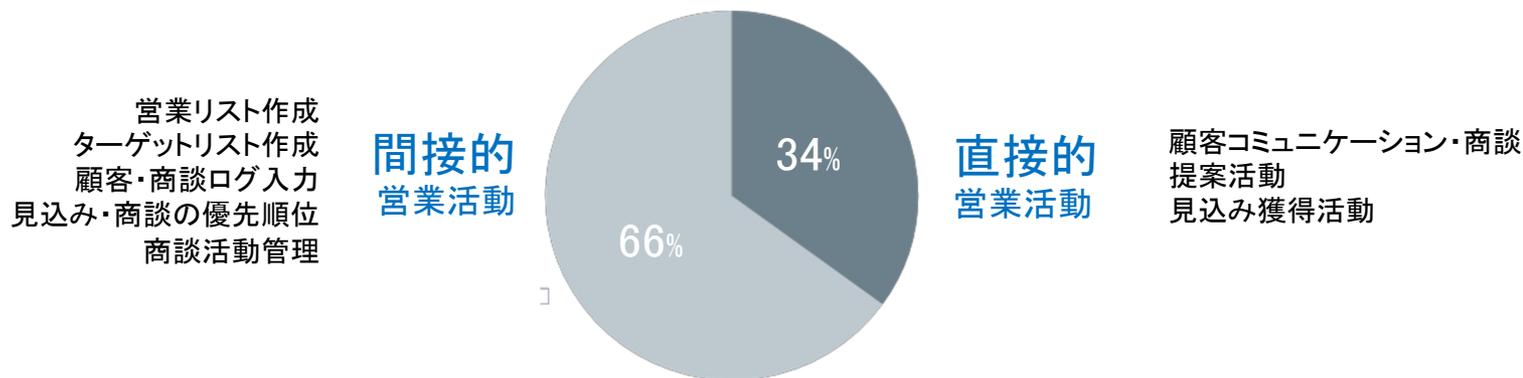
BPOの需要向上に加え、インターネットやスマートフォンの普及、営業業務効率化、コスト削減など継続する人材不足がコールセンター・営業代行の市場規模が大きくなる理由として挙げられます。



画像出典: 情報通信白書 平成29年版(総務省)

## 需要の背景にはDXも。「本質的な営業活動に割けている時間が3割程度」というデータも存在する

経済産業省は、企業の営業活動がノンコア業務に圧迫されている課題に対し、BPOの導入によりコア業務以外を外部委託で社員の負担軽減を図り、DX推進と競争力向上を促進しています。



第3回年次レポートセールス最新事情：全世界2,900人以上を対象にしたセールスの動向に関する調査結果

離職率30%以上と  
回答したコール  
センターは全体の28%

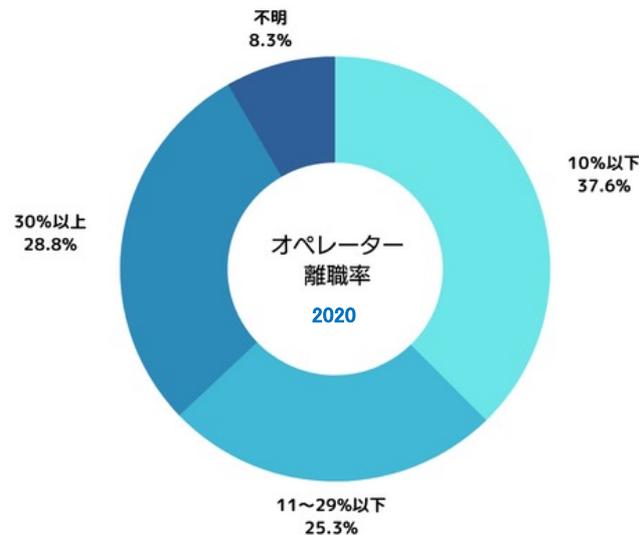
# 高離職率が常態化しているコールセンター

厚生労働省の「令和3年上半期雇用労働調査結果」によると、全業種の中で最も離職率の高い業種は「宿泊業・飲食サービス業」で15.6%、次いで「教育・学習支援業12.4%」、コールセンターが含まれている「サービス業（その他分類されないもの）」が9.7%と3番目に多い業種であることが分かりました。

また、株式会社リックテレコムが刊行している「コールセンター白書2020年」内のコールセンター向けのアンケートで「離職率30%以上」と回答したセンターが全体の28%に上ることが判明しています。

この結果は、約3割のコールセンターで3人に1人の離職者が出ていることを表しています。この数字からでもコールセンターの離職率がいかに高い数字であるかがうかがえます。

BPO需要が増える一方で、コールセンターでは、慢性的な人材不足に悩まされているといえます。



出所：コールセンター白書2020（株式会社リックテレコム）

# 離職理由の第1位は 「ストレスが多い」

# 「ストレスが多い」が 離職理由第一位

コールセンターから異職種へ転職した経験がある人に「転職理由」を聞いたところ、第1位は「ストレスが多い」とされています。

従業員一人あたりに与えられたノルマが厳しいというのも理由に挙げられてますが、例えば、コールセンターのノルマとしては以下のようなものが挙げられます。

## インバウンド(受電中心の電話営業)の場合

着信に対して応答した件数の割合(応答率)

一度の電話でお客さまの問題・要望などが解決した率(初回完結率)

## アウトバウンド(新規開拓などの電話営業)の場合

電話をかけた件数(架電数)

アポ獲得・契約した件数(アポ獲得数・成約数)

特に、営業電話をかけて売上を伸ばさなければならないアウトバウンド担当者の場合、営業ノルマのプレッシャーは増大します。ほかの従業員と自分の成績を比べてしまい、ストレスを感じる人も少なくないでしょう。

ランキング	コールセンターからの転職理由	人数
1位	ストレスが多い	52
2位	キャリアチェンジのため	18
3位	成長につながりにくい	12
4位	身体的にツライ	9
5位	収入アップのため	8
6位	人間関係への不満	7
同6位	ノルマがキツイ	7
同6位	引越しのため	7

n=150(複数回答)

出所:PR Times

株式会社Bizヒッツによるコールセンターから異職種への転職理由に関する意識調査

## 一方で、他の職場でも役立つ身についたスキルとして「コミュニケーションスキル」などの評価も

1位になったのは「コミュニケーションスキル(63人)」です。2位「言葉遣い・マナー(57人)」、3位「電話対応スキル(40人)」と続きます。

以降、4位「クレーム対応能力(24人)」などは、転職先でも高評価に繋がりやすく、コールセンター勤務で培った「クレームへの冷静な対応力」や「謝り方」、「伝わりやすさ」が役立っていると感じている方が多いようです。

やはり場数を踏んでいる人は強いということですね。

ランキング	コールセンターで身についたスキル	人数
1位	コミュニケーションスキル	63
2位	言葉遣い・マナー	57
3位	電話対応スキル	40
4位	クレーム対応能力	24
5位	伝わりやすい話し方	18
6位	OAスキル	8
同6位	メンタルが強くなった	8

n=150(複数回答)

出所:PR Times  
株式会社ビズヒッツによるコールセンターから異職種への転職理由に関する意識調査

アウトバウンド営業の  
約7割が「営業リスト」  
に課題あり。売上につ  
ながらない、リストの  
数不足の声多数

# 営業におけるボトルネックはテレアポリスト

右図は、営業プロセスごとの件数を整理したものです。各プロセス間の歩留まり率を調査すると、ターゲットリストから初回アポまでの歩留まり率が圧倒的に低いことがわかります。

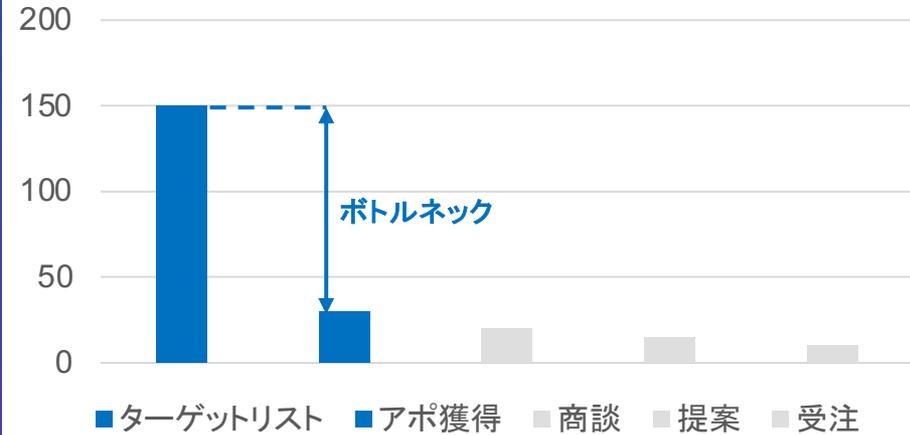
営業プロセスにおいて、ここの歩留まりを改善することは重要課題となります。

新規営業の架電リストは、テレアポなどの営業活動の不可欠要素であり、新規営業で成果を上げる人は、優れたリスト構築に力を入れています。

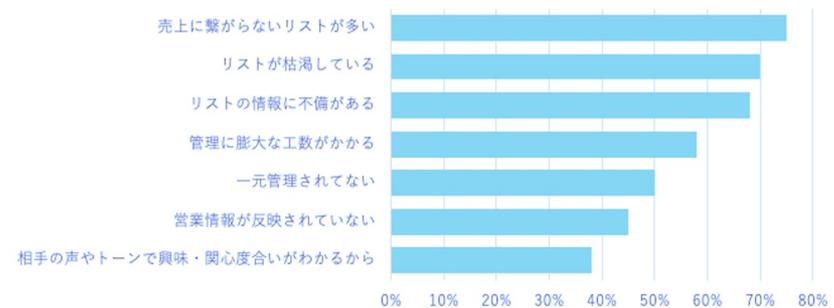
なぜなら、営業結果はリストの質、テーマ(目的)に合わせたトーク内容、オペレーターの話し方などによって左右されるからです。

当社の独自調査によれば、7割以上の営業者が新規開拓における営業リストの課題に悩んでいます。

各営業プロセスにおける件数



新規開拓における営業リストの課題



## ニーズのない顧客相手からは、優れたアポインターでもアポが取れない

 お世話になります。〇〇システムです。  
新型PCのご提案のお電話です。

 うち、工芸品製作所として、PCでの業務はしていないです…。

### テレアポリストの精度が低いことによる影響

どれだけスキルを持ったアポインターでも、架電リストそのものの精度が低いと、アポを取ることは難しいという現状があります。

その理由は、自社製品・サービスに対しニーズのない顧客へ営業アプローチを仕掛けても、アポにつながりにくいからです。

したがって、見込み顧客になりうる層をターゲットとした効果的なリストを作成する必要があります。

# ニーズがなくても、 アポを取ることは可能 しかし、 成約に繋がらない



いずれ、オンラインショップ展開をする際などにお役に立てるかと思いますので、ご挨拶だけでもさせて頂けますでしょうか？



では、説明だけ聞いてみますね。

断るのも面倒だし、  
聞くだけ聞いてみるか

## テレアポリストの精度が低いことによる影響

場合によっては、顧客にニーズがなくてもアポを取ることは可能です。

ただし、ニーズのない顧客を訪問しても、その結果としてニーズが見出されることはありません。また、アポを運良く取得しても、成約に繋がるケースは低いでしょう。

ニーズのない顧客とのアポを獲得し続けることは、時間の浪費となり、営業効率も低下してしまいます。

## 受付突破後、 会話が失敗に終わる



PCを導入することで、制作された工芸品をオンライン販売するなど、売り上げ向上に繋げることが出来ます。



いえ、うちは直接販売を大切にしているので。



あ…そうなんですね…。

### テレアポリストの精度が低いことによる影響

精度の低いリストを使用したテレアポは、受付突破ができて、望ましくない結果に終わりがちです。これは、担当者に繋がっても、トークが効果的に響かないためです。精度の低いリストでは、架電前に予期した顧客のニーズなどが、実際のターゲットの状況と大きくかけ離れていることがよくあります。

その結果、担当者との接触が成立しても、会話が効果的に進行しません。

# アポインター離れ



アポ率が低いぞ！もっと努力しろ！



頑張ります・・・(辞めたい・・・)。

## テレアポリストの精度が低いことによる影響

アポインターが抱える悩みとして、アポが取れないことや担当者とのトークが響かないことが挙げられます。

上司からの圧力によりアポ率が低いと感じ、精神的な負担がかかり、退職や定着の難しさが生じることもあります。

テレアポは厳しい仕事ではありますが、リストの精度を向上させるなど工夫をすることでアポ率を向上させることができます。

# アポインター離れ



新しい人を雇って、穴埋めすれば平気だな。



本当はテレアポ業務で色んなビジネススキルが身につくのに・・・。

## テレアポリストの精度が低いことによる影響

前述したアポインターが定着しない課題に対して、新しい人を雇って穴埋めすればいい、というのは少々もったいない話です。

なぜなら、テレアポはビジネスの一環として多くのことを学ぶことができ、テレアポを起点としたキャリア形成が可能だからです。

テレアポは単なる架電作業ではなく、真剣に取り組むことで多くのビジネススキルが身につくものです。

また、優れた質の高いリストを精査することで、オペレーターの定着だけでなく、キャリアアップの可能性も広がります。昨今の人材採用の難易度が高まるなかで、この課題に真剣に向き合うことが重要です。

# テレアポの改善が 誤った方向に進む



担当者につないでもらえないんですけど、どうしたらいいですか？



もっと粘り強くアプローチしろ、嘘ついてもいいから！



は、はあ・・・。



繋がるまで架電する仕組みないかなあ。。。

## テレアポリストの精度が低いことによる影響

電話営業の現場では、アポ率向上を目指すアプローチが極端にブラックなものになると、悪影響が生じることがよくあります。

具体的な悪影響として、アポインターのメンタルの崩れや新人アポインターの増加による素人集団の形成、専門的なトークの難しさが挙げられます。これが継続すると、「アポ率の悪化 → ブラックな改善 → 繰り返し」といった悪循環が生じる可能性があります。

アポ率が極端に低い場合、改善すべきはリストそのものであると考えられます。

# “テレアポ＝迷惑電話” と認識され、テレアポの ハードルが上がる

アポ率	コール数	人数	稼働日数	目標アポ数	実績	総コール数	無駄コール数
0.80%	100	3	20	50	48	6000	5950
1.50%	55	3	20	50	50	3300	3250



お世話になります。〇〇システムです。  
新型PCをご紹介します。



またこの会社からかかってきた。。

## テレアポリストの精度が低いことによる影響

リストの重要性について述べましたが、単に架電数を増やすだけでは十分でないという意見もあります。

例えば、「アポ率0.8%でも架電をしまくれれば、月の目標アポ程度は取れる」というケースがありますが、この背後には断られた5950コールが潜んでいると指摘されています。

数に頼りすぎると、「テレアポ＝迷惑電話」という評判が立ち、受付突破が難しくなり、悪循環に陥る可能性があります。

リストを改善することでアポ率向上だけでなく、コール数の削減にもつながるため、架電リストの見直しとアポ率向上の工夫が必要です。

# テレアポで 勝つための優先順位

ずばり、テレアポの本質はリストにあります。

## リスト(誰に営業するのか)

タイミング(いつ営業するのか)

トーク(どんな営業をするのか)



誰に



いつ



どんな

## まとめ

数に頼るアプローチも一定の成果は可能ですが、同時に「テレアポ＝迷惑電話」という認識の広まりに繋がり、受付のハードルが上がります。

テレアポの真の魅力を最大限に引き出すためには、まずは架電リストに焦点を当てることが重要です。

営業が営業すべき相手は、自身が解決できる問題・課題に対してお金を払ってでも解決したいと思っている相手です。

昨今、便利な機能が電話システムに搭載され、架電数は伸ばせます。合わせて本当に繋がるべきは誰なのかを追求したリストにより組織としての成果は最大化されるでしょう。

# 質の高いリスト作成手順

## リスト定義

商談化しやすいリストの特徴の可視化がリスト定義の目的です。



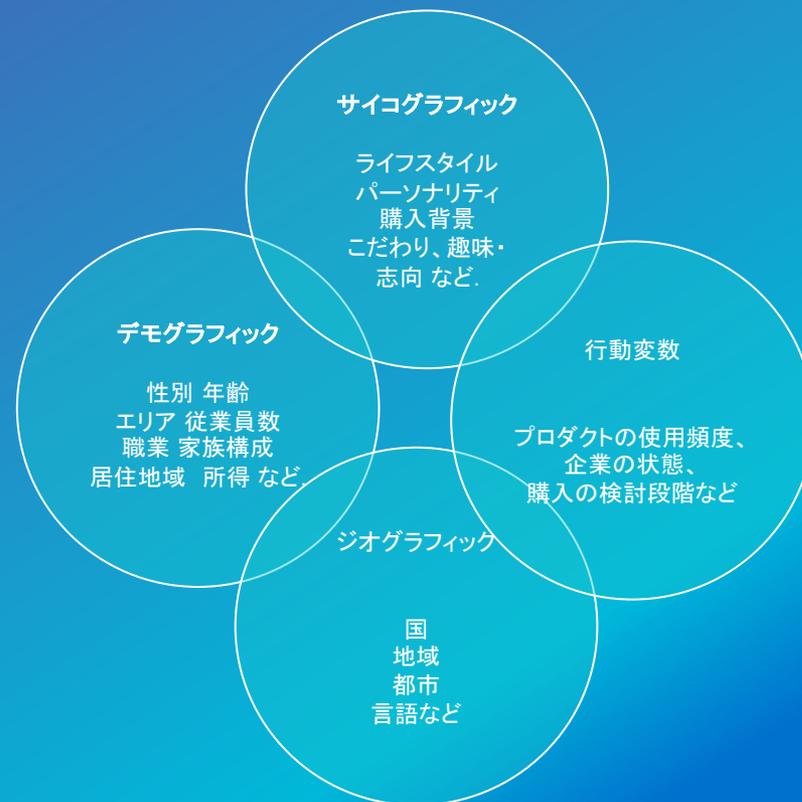
まず事前に収集した情報やヒアリング項目の条件を定義し、それを繰り返しながらリストの精度を上げていきます。

事前の収集情報: 得られた情報(メールアドレス、企業名など)  
ヒアリング項目: ヒアリングによって得られた情報(顧客課題、サービス利用見込みなど)



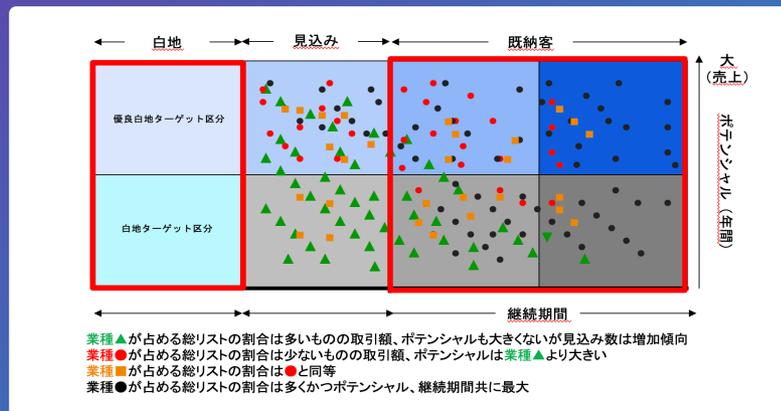
## リストを保有していない場合の 共通項の見つけ方

一般的には、「デモグラフィック」「サイコグラフィック」「ジオグラフィック」「行動変数」と4つの指標からリスト条件を導き出すことが推奨されています。





## リストを保有している場合



### 1. 高いLTVや取引規模の顧客から共通項を検出

長期契約や大規模取引を行っている顧客は、自社商材と相性が良い傾向があります。LTV(顧客生涯価値)や取引規模の高い顧客を対象に共通項を検出します。

### 2. 売上と継続期間での分析

売上および継続期間の軸で顧客を分析。各顧客を業種別に分類しプロットすることで共通項を抽出します。

### 3. セグメンテーション基準

取引額を年間50K、継続期間を3年を基準とする。これらの基準に基づきセグメンテーションを行うと、商談化しやすくLTV貢献度の高い企業の共通項が見えてきます。

基準取引額・継続期間: 自社の投資回収基準・計画によって異なります。



# ヒアリング項目設計

誰でも同じ情報をヒアリングして記録できるよう構造化することがポイントです。



リスト定義  
(事前の収集情報)

リスト収集

リスト再定義  
(ヒアリング項目)架電データ  
蓄積

リスト集計

可視化・分析

## 可視化・分析(顧客インサイト)

ヒアリングデータを統一したことで、  
 インプットからアウトプット、分析までが1つの線で繋がります。

インプット  
 定性的なヒアリングデータ

ヒアリング項目	大項目	中項目
	検討背景	検討契機
顧客課題		
検討契機	要望把握	when
		where
要望把握		顧客の期待
		承諾条件

アウトプット  
 Voc (ユーザストーリーの出力)

2024/05/09 (木) 16:15

⑤ 受付  
 ④ BDR\_受付\_Lead需要なし

✉ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨

VOC分析 ユーザストーリー  
 VOC分析 キーワード抽出

営業先ユーザーとして、電話での営業活動ができない状況において、効果的な情報提供やサポートを求めています。営業先ユーザーとして、テレアポのシステムを活用したいと考えています。なぜなら、効率的な営業活動や新規顧客獲得につなげるために、適切な情報やサポートを受け入れることが重要だからです。

分析  
 顧客インサイト

検討背景の理解

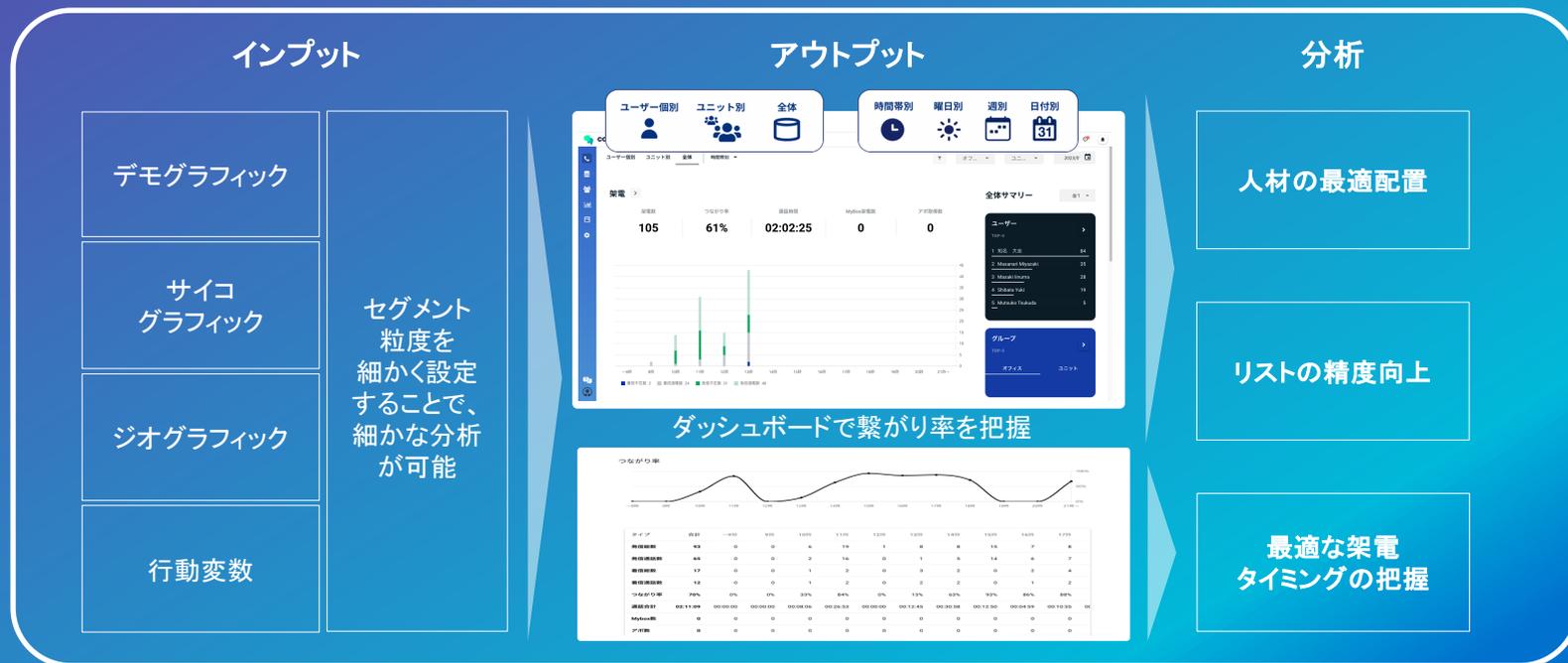
検討のきっかけの理解

顧客の要望の理解



## 可視化・分析(顧客インサイト)

セグメントごとの分析結果を可視化すると  
定量的なデータに基づき改善箇所把握が容易になります。





## 可視化・分析-人員配置の最適化

### 最適社員の発見のプロセス

#### 架電データの蓄積:

架電データが一定量蓄積されると、プロジェクトや案件単位で最適な社員を特定することが可能になります。右の表では、営業プロセスを受付突破から成約に分解し、各ステージでの個人のパフォーマンスを可視化しています。

#### バランスの取れた社員のアサイン:

状況を確認しながら、バランスよく社員をアサインし、各プロジェクトに最適な人員配置を行います。

#### データの平均化

##### 長期間のデータ平均化:

リストやアプローチ日時などの条件が変動しないようにするために、3ヶ月などの長期間のデータを平均して算出します。

#### 安定した判断:

長期間のデータを基にすることで、一時的な変動による偏りを減らし、より安定した判断が可能となります。

担当名	山田	内村	中島
受付突破率	20%	10%	5%
アポ獲得率	25%	15%	8%
成約率	5%	15%	20%

山田 受付突破と担当連絡取得をメイン  
 内村 アポ担当  
 中島 クロージング担当



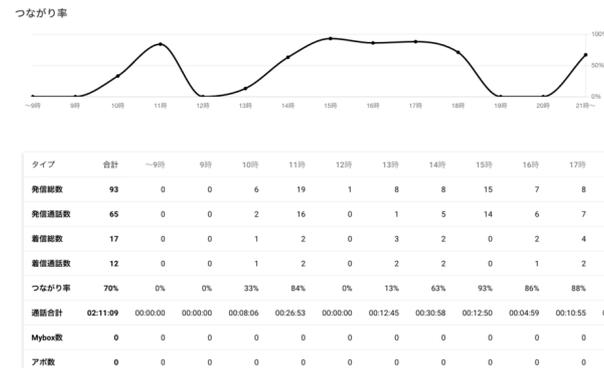
## 可視化・分析-人員配置の最適化

### 接触しやすい日時の可視化

架電分析ダッシュボードを使用することで、接触しやすい曜日や時間帯を感覚ではなく、定量的なデータとして見える化できます。

このデータに基づいて戦略を立てることで、接続率を効果的にアップさせることが可能です。

Comdesk Leadの通話分析ダッシュボードの一部



当社の場合ですと、通勤時間帯や朝礼などが組まれている午前の早い時間帯はなるべく架電先の勉強や、トークの準備にあて、午後の少し遅めの時間帯に架電するスタイルをとっています。

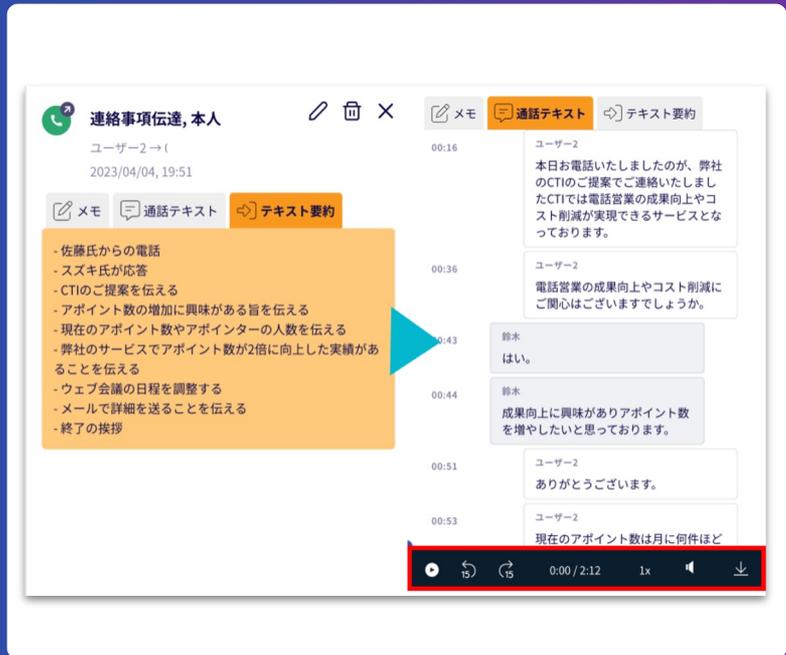
業界ごとに特徴があるので、架電リストも業界ごとに分けています。架電のタイミングは飲食店以外、お昼前も狙い目だったりしますが、休憩時間を邪魔しないように心がけています。



## 可視化・分析-「話し方」の最適化

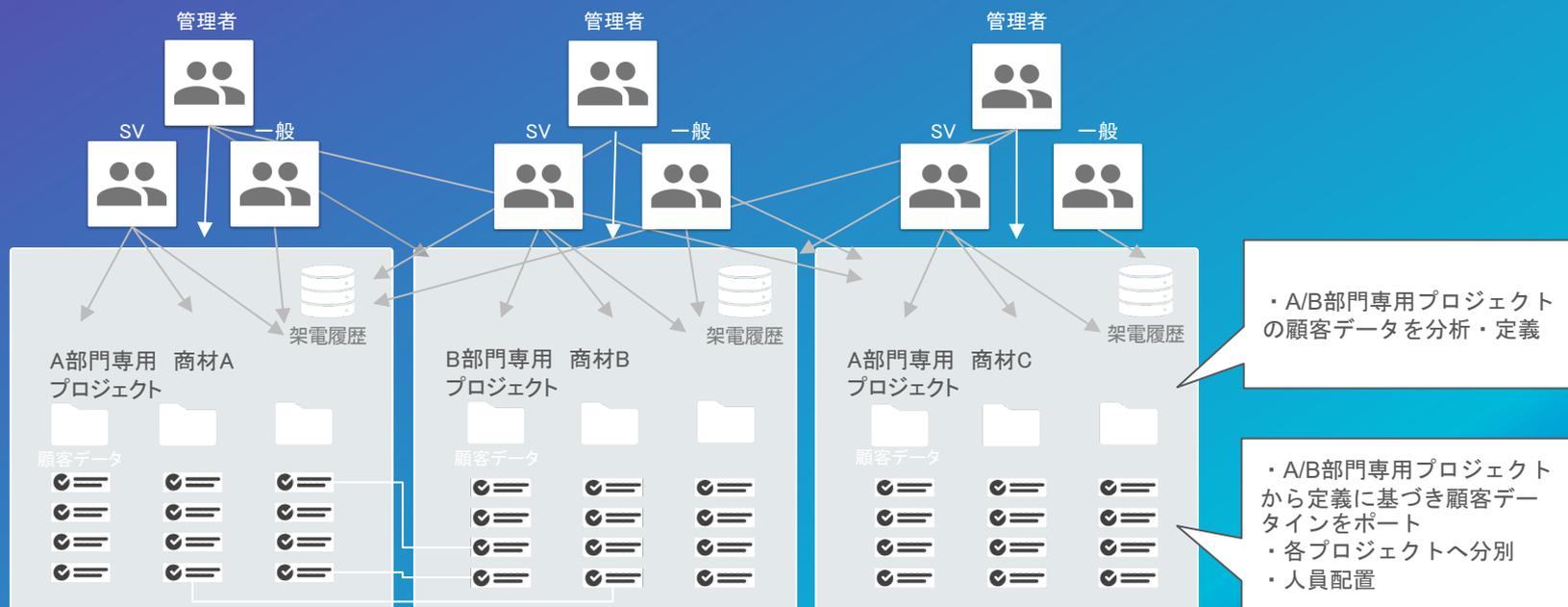
受付ブロックに対する突破率の高い話し方を解析

ハイパーフォーマーがよく使うワード・トーク構成を分析しトークスクリプトへ型化



# リストの最適化

テレアポの目的に沿ったターゲットリストと人員の最適化で、誰でも成果の出る仕組みができます。



リストが成熟し、商材の拡大や人員の増加や再配置の際も  
目的に応じたリスト・ヒアリング・人員設計が瞬時に可能です。

## Comdesk Leadのご紹介

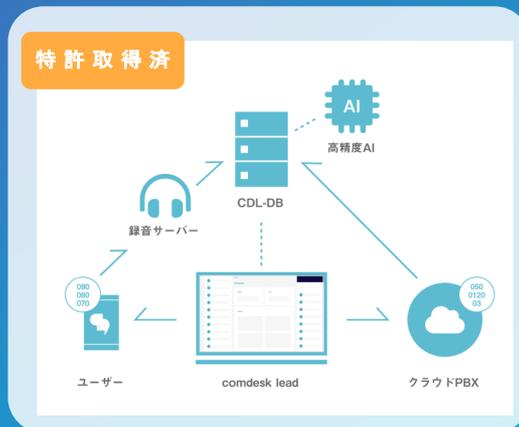
アウトバウンドに特化した架電効率の最大化をコアにしたUIと携帯回線連携の特許技術・  
業界最高品質のAIで売上の最大化とコスト削減の両方を実現できる業界唯一のコールシステムです。

click to callと独自のUX設計  
で架電効率を最大化



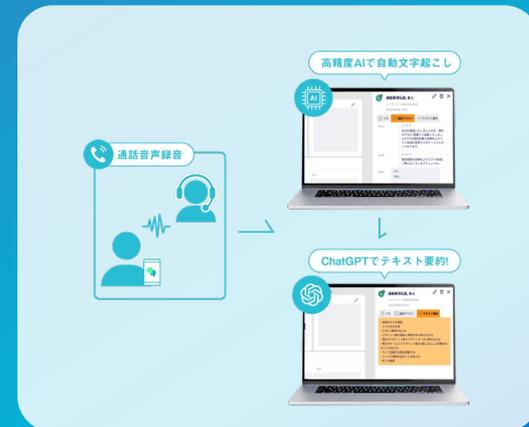
従来の電話営業ですと、顧客情報を確認した上で番号をタップし、終話後にメモを残して...という工程ですが、Comdesk Leadであればワンクリックで顧客に架電ができ、通話メモやステータス登録も簡易的です。架電効率を向上することで架電数を最大化し、トップライン向上に貢献します。

ビジネス特許を取得している  
携帯回線連携によって  
従来型のCTIのボトルネックを解消



携帯回線との連携により、  
・かけ放題の適用による通話料の定額化/最小化  
・音声品質の担保  
・090/080番号からの発信による通電率の向上を実現し、  
従来のCTIのボトルネックを完全に解消した次世代のクラウドCTIです。

Chat-GPTをはじめとした高精度AIを  
活用し、業界最高レベルの  
文字起こし・自動要約を実現



従来の録音データの確認から解放され、通話内容を瞬時に確認することができ、管理工数が最小化されます。  
文字起こし/自動要約されたデータはCRM/SFAIにも自動連携可能です。

Comdesk Lead は“初心者でも使いやすい・導入しやすい、管理の手間が省ける、音声解析の質がどこよりも高い”という点で高評価をいただいております。

### 初心者でも使いやすく すぐ成果が出せるシステムです

新人の多い当社でも使いやすく、従量課金で、架電した分だけコストがかかっていたのに対し、携帯回線の利用ができるため、架電数を増やして成果にもつなげられるだろうとイメージがすぐ湧きました。

### 面倒なスプシ作業から解放され 業務工数の削減ができました

以前のCTIシステムでは、架電リストのスプレッドシートを見て電話番号を打ち込み、架電後にステータスを反映するという、手間の多いフローでした。新しいスタッフでもすぐに使いこなせるし、社内での説明もスムーズです。

### 的確なスタッフへの指示で 架電の質が向上しました

きちんと数値化された管理画面が助かっています。さらに、ログはスタッフへのフィードバックや教材にも活用しています。架電内容の質が向上しお客様との関係構築が以前よりもできるようになり、成果にもつながっています。

### 20社と比較しても Comdesk Leadが一番でした

テレワークシステム導入後のスタッフの行動管理と高くなってしまいうインサイドセールスの通話料の対応策が必要で、要求を満たすサービスを探すため約20社のサービスを比較しCTIが携帯電話と連動し通話料が定額に押さえられるComdesk Leadの導入を決めました。

### 電話一本で対応管理できる点で Comdesk Leadはドストライク

私たちの特徴は電話による営業を“マニュアル化しすぎない”ことです。アプローチ先に応じてどんな球を投げるかは、先方からヒアリングした情報等から状況をイメージし、ご検討いただける可能性があるソリューションを創造し自分で考えることを大事にしています。

### 使用感はとてもシンプルで 新入社員もすぐに慣れていきます

使用感はとてもシンプルで、様子を見てみると、新入社員もすぐに慣れてくれています。自動要約もAI特有の機械っぽさはなく、とても自然です。



---

# comdesk lead

CTIシステム導入を検討している

導入について話を聞きたい

という方はお気軽にご相談ください

---

お電話からお問い合わせ

TEL

**03-4245-8915**

WEBからお問い合わせ

[www.comdesk.com](http://www.comdesk.com)