

# アイロン台のある コールセンター

繊維製品ECサイトに特化したコールセンターを通じて  
在宅ママの社会参加、社会復帰を支援実現する

カスタマーセンターに電話をすると、

お電話ありがとうございます。

“弊社には子育て世代の在宅プロフェッショナルが  
数多く在籍いたしております。

お電話中、呼び鈴や子供の泣き声など  
お耳に届いてしまうことがあるかもしれません。  
どうかご理解賜りますようお願い申し上げます。

では、お繋ぎいたします“

こんな会社つくります！

# 目次

1. アイロン台のあるコールセンターとは
2. 繊維のプロフェッショナル
3. 在宅プロフェッショナル
4. 社会復帰サポートセンター
5. 教育機関として～繊維製品とコミュニケーション
6. クライアントへのコンサルティング
7. 組織イメージと拡張性について
8. 立ち上げ時の売り上げと初期費用
9. 事業開始時の公的、私的資金援助について

# 1. アイロン台のあるコールセンターとは

## 中小衣料品ECサイトの顧客対応の問題点

### コールセンター

- 素材、パターンや縫製、洗淨など使用についての知識をOPは持ち合わせていない。
- クレーム品の一時対応後はクライアントのアパレルに対応依頼。

### アパレル

- 製造を商社に丸投げかつ海外生産がほとんどで、問題対応力が低いケースがほとんど。
- クリエイティブな洋服作りだけに集中したい。専門的な質問、クレームは受けたくない。

## 繊維のプロフェッショナルのいるコールセンター

- 洋服企画の経験者、繊維製品品質管理士、クリーニング師が在籍
- **アイロン台、修理道具**を設備し、商品のお直しを代行。
- お客様のお洋服についてのあらゆる質問にお応えするプロフェッショナルの接客。



1. お洋服についての疑問やクレームに的確に回答、アパレルの負担軽減
2. 商品企画上の問題点をアパレルにフィードバック、コンサルティング
3. **新規の生地、製品OEM販売先の拡大へ**

## 2. 繊維のプロフェッショナル

### 繊維業界の特異性

#### 企画者≠生産者

- 企画会社がOEM生産商社に洋服生産を依頼するのが一般的。生産地もほとんど海外。
- 生地、付属、副資材の調達も海外生産地で行われる。

#### 多岐にわたる品質管理

- 原料、糸、織編みの製法組み合わせで無限に近い生地の企画生産。
- デザイン、パターン、縫製仕様をトレンドや生地性能によって決定。
- 芯地、ボタン、ファスナーなど付属品や副資材の管理



お客様の疑問やクレームに的確かつ迅速に回答が難しい。



本プロジェクト発案者が素材開発及びアパレル企画とコールセンター経験者であり、繊維製品品質管理士とクリーニング師の資格を有しているため、多くの人件費をかけることなくコンパクトにファッションに特化したコールセンターを設立できる。  
同時にコールセンタークライアントを生地、製品OEM販売先として確保する。

### 3. 在宅プロフェッショナル～事業の社会的意義

#### コールセンターの問題点

- クレーム対応、汚れ仕事のイメージも手伝い人材確保が困難。
- 精神疲弊のみで人間的成長を実感できない。
- アルバイト、パートの雇用体系からくる、チームへの帰属意識の不足。
- 接客教育だけではなく、知識習得が実感できるOJTがない
- 幅広い業種対応を余儀なくされ、マニュアルに沿った対応で精一杯。

#### 子育て在宅ママの戦力化

- ファッション関連のお仕事をされていたママ、コールセンター経験のあるママを在宅雇用
- 通勤時間を省いて、子育てと並行で受電、メール返信
- クラウドデータベースにアクセスして、オフィスとなんら相違のないシステムサポート
- モニターチャットで受電中にもアドバイスを
- 定期的に本部で専門教育を行い、プロ化を促進



1. 日本全国の在宅ママを戦力化、プロフェッショナルを育てる。
2. 繊維と接客の深い知識を得ることでチームの一員の自覚、一体感の共有

## 4. 社会復帰サポートセンターとして

### コールセンターの弊害

- アルバイト使い捨て文化
- コールセンター経験者はコールセンターへ再就職
- マニュアル対応に追われて創意工夫の余地がすくなく、やりがいを感じられない
- 下請け意識の蔓延。

### 継続勤務もしくはファッション業界へ復帰など、多くの働き方の選択肢を

- ファッション業界復帰を後押し。
- 復帰前提での雇用制度。社内専門教育で繊維の専門知識をしっかり授ける。
- 在宅勤務から本部勤務
- 定期的に本部で専門教育を行い、プロ化を促進。チームリーダーへ。



1. 育児で仕事を諦めているママをフル活用
2. 本格社会復帰をサポート
3. 公器として企業の存在意義アップ

## 5. 教育機関として～繊維の知識とコミュニケーション能力の向上

### ファッション、繊維製品に特化した研修

- 素材から最終衣料品までの知識を体系的に教える
- 実践を通じて電話、メールを通じたコミュニケーションスキルの向上

### 社外にも開放

- クライアントのアパレルのデザイナーや営業、FA
- 社会復帰を目指す子育てママさん
- 百貨店、専門店の営業



1. 社員のプロフェッショナル化
2. クライアントとの関係強化
3. 社外のファン作り。将来の社員創生。
4. 繊維総合商社として独特の地位を築きつつ人材の確保も。



## 6. クライアントへのコンサルティング

### ECサイトや専門店に特化した中小アパレルの問題点

- デザイン、企画は好きだが営業、クレーム処理は嫌い。
- 素材の知識やパターンや縫製仕様についての知識不足
- デザイン重視、雰囲気重視の服作り。性能二の次。
- お客様の苦情が届かない。

### 製品の品質向上のコンサルティング

- お客様のご意見要望を原因別の報告。
- 素材選択、デザインやパターンの不備を具体的に指摘、改善案を提示
- 場合によって海外生産受託をしているOEM商社に技術指導



1. 非価格競争力のあるコールセンター
2. 競合他社との圧倒的な差別化
3. 営業不要のコールセンターへ。クライアントが押し寄せる
4. **新たな生地、製品OEM販売先を獲得**



## 8. 立ち上げ時の売り上げと初期費用

1. 売り上げ  
下記人員でまずは2社、150万/月
2. 人件費  
SV1名:55万/月(社会保障費込み)  
op2名:70万/月(社会保障費込み)
3. システム費 アマゾンクラウド、セールスフォース、端末、他  
10万/月
4. 事務所  
10万/月
5. その他諸経費  
10万/月