

## アルティウスリンク社長「管理部門の社員を顧客支援の専門人材に」 Leader's Voice

2026/2/19 5:00 | 日本経済新聞 電子版



アルティウスリンクの那谷雅敏社長

コールセンター大手のアルティウスリンク（東京・渋谷）が電話応対中心の事業ポートフォリオを組み替えようとしている。管理部門の従業員などを顧客の業務改革を支援する専門人材にリスキリングし、マーケティング支援や間接業務の受注などの成長領域に振り向ける。那谷雅敏社長に戦略を聞いた。

——電話応対以外の間接業務を請け負う事業に力を入れるのはなぜですか。

「電話やチャットでの問い合わせ対応だけでなく、企業と消費者のつながり全てを最適化できる会社になる必要がある。（電話やチャットで顧客対応する）コンタクトセンターは顧客企業にとって利益を生まないコストセンターだ。消費者の満足度は上げられても、売り上げにはつながらない」

「顧客対応を事業成長の機会につなげられるような提案を企業にしたい。そのために顧客開拓や通話データを分析したマーケティング支援など企業の利益拡大につながる事業を強化したい」

——将来はどのようなポートフォリオを描いていますか。

「今は売上高の半分をコンタクトセンターが占める。同センター以外の売上高を2031年3月期までに足元（約1000億円）の2倍規模に伸ばす。いずれコンタクトセンター、マーケティング支援などのカスタマーサクセス、事務やIT（情報技術）業務の受託で、3分の1ずつ稼ぐ構成にしたい。どこかが落ち込んでも経営を続けられるようにする」

「企業の業務改革を専門的に手掛けるプロフェッショナル人材を増やす。管理部門の従業員をバックオフィスやマーケティング支援などの成長領域に振り分け始めている。社内の管理部門での経験やスキルを生かせるはずだ。3年ほどかけて顧客の業務改革に携われるようリスキリングし、提案力や分析力を高める」

——間接業務の受託領域はコンサルティング会社などと競合します。

「我々はコンサルティング会社にはないオペレーションを持っている。当社にはシステムインテグレーター（SI）のような部門もあり、提案した戦略を実行に移せる人材が豊富にいる。とてもチャンスがある領域だ」

（聞き手は丸山景子）

#### 【関連記事】

- ・ [KDDI系、生成AIが顧客との対話データ分析 サービス改善材料に](#)
- ・ [コールセンター、電話だけじゃない KDDI系はマーケティング支援](#)

許諾番号NK002149 日本経済新聞社が記事利用を許諾しています。

本サービスに関する知的財産権その他一切の権利は、日本経済新聞社またはその情報提供者に帰属します。また、本サービスに掲載の記事・写真等の無断複製・転載を禁じます。