

# インターネットのハローワーク

ネットを利用したサービスの多様化と共に、職種も増えている。ユニークな職業につき、働く人にスポットを当ててみた。



話を伺ったシニアエアーマネージャーの荒井永二さん。扱うセクションが膨大なため、今回は書籍に絞って話を聞かせて頂いた。



倉庫は端がよく見えないほど広い。コンピュータがロスの少ないリートを設定するといえカートを押すのも一苦労だ。

## 商品ピッキング係(ピッカー)

アマゾンジャパン・ロジスティクス株式会社 荒井永二さん

Time Schedule			これはタイムスケジュールの一例です	
9:00	12:00	13:00		18:00
実務(間に15分の小休憩有り)		休憩	実務(間に15分の小休憩有り)	
出社			退社	

### 巨大市場を支える経験技

ネット通販において、どんなに発注技術が発達しても、注文を受けた品物のピッキングアップは、人間の手作業で行うことが多い。ネット通販企業の雄・アマゾンでは、ピッキング係(ピッカー)と呼ばれる人たちがその作業を行っている。

荒井永二さんは、アマゾンの数百万を数えるセクションの中から、膨大な注文をこなすピッカーたちの統括責任者。「働いているのは、社員からアルバイトやパートの方まで様々ですね」というとおり、現場では色々な人たちが働いている。

ピッキングアップ作業の流れは、まず出力

された商品のピックリストを受け取り、自分のIDと1回の作業セットでピックアップする数を登録する。本を運ぶカートを押して棚に向かい、ピッキング作業を開始する。倉庫内はかなりの広さがあるが、誰もが機敏に動いている。アメリカ資本の企業らしく、合理的なシステムを使い、商品もジャンル別に50音順で管理しているのだらうと思うと、「倉庫にある商品はまったくバラバラに置かれています」とのこと。ピッカーは、あらかじめコンピューターによってソートされたリストに従い、倉庫の棚に記された番地と、書籍の裏側にある記載されているISBNコードを元に商品を探す。これらで確認するのは、タイトルで

は似た商品と取り間違えてしまうためだ。「コツは常にリストの2、3冊先を考えて作業すること。経験者と初心者では2~3倍のスピード差が出てきます」

そう、この仕事は若さでも筋力でもなく経験がものをいう。そして、「在庫商品を注文から24時間以内に発送するために、作業効率を向上させること、商品を確実にお客様へお届けすることなどにやりがいがあると思います」というピッカーは、アマゾンの巨大マーケットを支える重要な戦力だ。

アマゾン ジャパン  
QR http://www.amazon.co.jp/

# 「楽天大学」講師

楽天株式会社 岩崎幸恵さん

## Time Schedule

9:30	10:30	14:00 15:00	18:30	21:00
メールチェック、ミーティングなど	講座(18:30までの講座もあり)		講座作成	メールチェック、ミーティングほか
入社	授業開始	授業終了		退社



岩崎さん曰く「やっぱり黙って聞いているだけという方よりは、周りに話しかけるくらい熱心な方のほうが成功されているように感じます。」



講座はパワーポイント、ホワイトボードも使って進行する。パワーポイントのデータや配付資料も自分で制作する。



## 楽天市場出店者を成功へ導く「案内係」

インターネットショッピングモール「楽天市場」は、出店数9000店以上と日本最大級の規模を誇る。その鍵は、単にショップスペースを提供するだけでなく、手厚いサポート体制を整えているところにある。専任コンサルタントによるサポート、ノウハウ提供の場である「楽天大学」などだ。「楽天大学」は店舗出店者を対象とした講座で、楽天市場が今まで蓄積してきたネットショップ運営の成功の秘訣やノウハウを惜しげもなく伝授してしまうというものだ。内容はページの作り方やメール活用などビジネスに直結するさまざまなテーマの講座が用意されており、東京と大阪の教室に加えて全国各地での出張講座も実施されている。ここで紹介する岩崎幸恵さん

は、その楽天大学の講師だ。

「いちおう講師と呼ばれていますが、一方的に教える形式ではありません。主題はご商売ですので、答えは1つではないですし。ディスカッションなどを通して皆さんに考えて頂き、各々の状況にあった答えを見つけて頂いています。私はそのための案内係。ディスカッションをすることで出店者さん同士の情報交換や交流も生まれますし」

現在、専任講師は5人。講師だけでなく、講座作成や講師養成も大きな仕事だ。また、講座終了後にも相談や質問のメールが山のように届く。それらに返信してフォローすることも欠かせない。

「月の半分ぐらいは出張講座があるので、情報漏洩の問題もあり、会社宛のメールは社内でないとい読めない。だから返信

が遅くなってしまうのが申し訳なくて」

楽天に入社する前は小売業や営業の仕事をしていたという岩崎さん。実際の講座ではテキパキとポイントを説明し、受講者の意見を次々と引きだしていく。

「この仕事で大事なのは分析力とコミュニケーション能力。講座作成や事前準備では成功の裏が読めないといけませんし、講座中はディスカッションしやすいように雰囲気作りやテンションの高さを維持するように心がけています」

ネットショップは成功すると、拡大のスピードはリアル店舗の比ではない。その様子を目の前で見られるのが非常に面白いと言う。1軒でも多く成功してほしい、それが岩崎さんの願いだ。

楽天株式会社

URL <http://www.rakuten.co.jp/>

# OCN在宅サポート

NTTコム チェオ株式会社 CAVA スタッフ 佐藤恵子さん

Time Schedule		8:30		9:00		10:30		10:45		13:00		13:30		15:00		15:15		17:30	
回線状況や周知情報をチェック		休憩、家事		休憩、家事		昼休み、家事		休憩、家事		休憩、家事		休憩、家事		休憩、家事		休憩、家事		休憩、家事	
		受付開始		受付再開						受付再開				受付再開				受付終了	



ヘッドセットと専用電話機は必須の仕事道具。最近はより耳あたりの良いものを物色中だとか。

CAVAスタッフ専用のサポートシステムを使い、ユーザーからの問い合わせに対処する。



休憩の合間に家事もこなせるのは在宅ワークならでは。少しでも時間を節約するために、お買い物は生協と食材宅配サービスを活用している

## 育児中心の暮らしでスキルアップ

今や小学生からお年寄りまで、誰もが使えるようになったインターネットだが、その接続やセットアップ作業には、初心者にとってわかり辛い部分も多い。そんなユーザーのさまざまな疑問に対応するのが、いわゆるサポートセンター業務だ。しかし、大手プロバイダーであるOCNのサポートは、その大部分を、専門の資格を取得した『CAVA(キャバ)』と呼ばれる在宅スタッフたちが担っている。

「本当は外で働いていたかったけど、私の人生で何が一番大切かと考えたときに、やっぱり家族だと思ったんです」。

CAVAの仕事を始めて2年になる佐藤さんは、結婚前までは汎用機のシステム開発をしていたキャリアウーマンだ。出

産を機に退職した後も、なんらかの形でスキルを磨き続けたいという熱意を持ち続け、CAVAの必須資格である『.com Master (ドットコムマスター シングルスター)』を取得する。現在、育児・家事・CAVAの3つの仕事をこなす佐藤さんの毎日はサラリーマン顔負けの多忙さだ。朝5時に起床し、ご主人と子供たちを送り出しながら、9時のサポート受付開始にあわせて仕事をはじめ。夕方までに数10件もの問い合わせに対応しながら、休憩時間の合間を縫って、掃除や洗濯などをテキパキと終わらせていく。週5日の勤務で月におよそ400件のサポートを行う佐藤さんは、いまやCAVA全体でもトップグループに入る“達人”だという。

最後に、家庭と仕事に忙殺されて、自

分の時間など無いのではないかと質問すると、意外な答えが返ってきた。

「仕事中に分からないことがあったらCAVA仲間に聞いたり、研修で知り合った同期たちとは、メーリングリストで世間話をしたり、飲み会の予定を組んだりしています。在宅の仕事って、一人で部屋にこもっているイメージですけど、ちっとも孤独じゃないんですよ(笑)」

時間や勤務地に縛られることのないネットワーク型の在宅ワークは、ライフスタイルを優先したい人にとって、新しい社会との関わり方となってきているようだ。

NTTコム チェオ株式会社  
<http://www.nttcheo.com/>

## ウイルス解析エンジニア

トレンドマイクロ株式会社 岡本勝之さん

お話を伺ったトレンドマイクロ株式会社 トレンドラボ・ジャパン アンチ・ウイルスセンター ウィルスエキスパートの岡本勝之さん。



認証ドアや二重扉など、扱うものだけにセキュリティも厳しい。



## Time Schedule

これはタイムスケジュールの一例です

9:30	12:00	13:00	22:00
実務	休憩	実務	
出社			退社

## 胸に秘めたるはサポートマインド

今やパソコンとは切り離せないウイルス。その手口は巧妙になるばかりだが、その予防や治療でお世話になるのがセキュリティソフト。

『ウイルスバスター』で有名なトレンドマイクロは、約10万種ものウイルス検体を保有する業界トップクラスの企業だ。その中にウイルスを専門に扱うウイルスエキスパートと呼ばれる人たちがいる。

彼らの仕事は主に3つ。1つはウイルスに関する問い合わせへの回答。次にウイルスの解析作業。最後にウイルスのデータベース公開だ。彼らのいるアンチウイルスセンターには週に100件前後の問い合わせがサポートセンターから上がってくる。その内の約半分が疑わしいファ

イルの解析依頼だ。それら解析上で必要なことは、

「正常プログラムと異常プログラムの見極めと、仕組みを読み解く考察力ですね。1件あたりの解析時間は、種類にもよりますが、だいたい2～3時間で解析できます」

思ったより短い印象だが、決して楽な仕事ではない。岡本さんは9時30分出社で22時退社というタイムスケジュールを教えてくれたがこれは早く帰れた場合。2001年に猛威を奮ったNIMDA(ニムダ)発生時には会社に一週間泊まり込んだ。さらに、ウイルスはワールドワイドで発生するため、深夜に呼び出しがかかることも多い。そんな時でもすぐ会社に向かえるのは使命感があるからだ。そしてこの仕事で最も大事なものはスキルではない。

「一番大切なのは、ユーザーの側に立って考えられるサポートマインドです。全てのユーザーにわかりやすい説明は、ユーザーの身になって初めてできることですから」

ウイルスの監視や解析をビジネスにする企業は日本では珍しく、また、日本人は求める情報がより詳細なのだという。だからこそ岡本さんは仕事に誇りとやりがいを感じている。取材を行った9月は休み明けでウイルスが増えやすい時期だ。NIMDAも9月に発生した。また夜中に呼び出されるかもしれないが「まあ、来たら来たです」と岡本さんは少し笑って答えた。サポートマインドと使命感を胸に、彼らは今日もウイルスと戦っている。

トレンドマイクロ株式会社

URL <http://www.trendmicro.co.jp/>

# 光ファイバー導入の交渉係

東京電力株式会社 井ノ口洋輔さん、小玉恵理子さん



Time Schedule					
9:00	10:00	13:00	16:00	17:00	20:00
朝礼	社内処理	営業	打合せ	社内処理またはお客様へのメール返信	
出社			業務終了		



管理人窓口での営業は意外にもほんの数分間。ポイントだけ説明して、しつこく食い下がることはない。そのぶん足繁く通って、何度も顔を出すのが秘訣だ。

「先方も乗り気でない物件なのに、物理的、構造的にNGのときが一番悔しいですね」と言う井ノ口洋輔さん(右)。左は同営業部の後藤友一さん。手にしたカタログは大事な営業ツールだ。



小玉恵理子さん。「本当は総務希望だったのですが(笑)、今はいろいろな人と出会える営業が楽しいです。」

## 足繁く通い説明を続ける地道な営業活動

爆発的なインターネットの普及の陰には、通信事業者やプロバイダー各社の熾烈な競争がある。いかに多くの顧客を確保していくか? 東京電力の光ファイバー通信「テプコひかり」の場合、その第一歩は、光ファイバーを引き込んでもらうことから始まる。同社のソリューション営業部はマンション、ディベロッパー、マンション管理会社などへの光ファイバー導入を担当する部署であり、現在約200名以上が所属。ユーザーターゲットごとにチームが組まれている。個人の自宅とは異なり、マンションなどの集合住宅で光ファイバーを引き込むには壁がある。共有部分を使用するために住民の総意がなければ導入できないのだ。住民の全員がすぐに理解してくれるもので

もないし、もちろん競合他社も存在する。住民の疑問に答え、総意を得られるよう交渉する大事な役目を担っている。

既存マンション担当の井ノ口洋輔さんは「まず管理人や管理組合と接触するのに苦労します」と言う。まだまだ不審の目で見られたり門前払いを受けることもあり、最近はセキュリティが厳しい建物が増えているのも苦労する点。

「アプローチができれば、協議を行う理事会や総会で説明をさせていただきます。最近はお客様の方でもかなり勉強されていて、光ファイバーが何かというよりは、将来性や今後のサービスなどについての質問が増えていきます」

総意を得るにはとにかく時間がかかる。理事会は月に1、2回、総会となると年に1回……。営業に行ったら総会が終わった

ばかりで、1年待つこともざらだそうだ。

小玉恵理子さんは、光ファイバーを直接引き込めない集合住宅向けの5GHz無線タイプ担当。無線とはいえ管理組合の了承は必要であり、基地局を作るにはまとまったユーザー数が必要なため、住民への営業も行なわなければならない。

「需要アンケートや無線のデモンストレーションを行うことがあります。管理人さんによくしていただいたり、お客様のご協力があって初めて導入ができたことも多いです。営業には、人と人との関わりが大切ですね」

営業で大事なのはまさに誠意と根気と体力。インフラ事業であるテプコひかりを支えているのは、地道な営業活動なのだ。

東京電力 光ファイバー通信テプコひかり  
 <http://www.tepco.ne.jp/>

## ゲームマスター

株式会社スクウェア・エニックス

Time Schedule		これはタイムスケジュールの一例です		
6:30	7:00	11:00	12:00	15:30
前シフトからの引き継ぎ作業	実務	休憩	実務	
出社				退社



お話を伺ったGMのAbhatazhiさん、Pammiraさん、Quartemisさん 写真左から右へ)



9月16日にファン待望の「ファイナルファンタジー「XI」プロモシアの呪縛TM」が発売された。  
©2001-2004 SQUARE ENIX CO., LTD. All Rights Reserved.  
IMAGE ILLUSTRATION: ©2004 Yoshitaka Amano



## 根底にあるさまざまな愛情

ゲームマスター(以下GM)とは、オンラインゲームのサポートスタッフのこと。ゲーム内の治安を守り、各プレイヤーに快適なゲーム環境を提供することを主たる目的としている。全世界で50万ユーザーを超える「ファイナルファンタジーXI(以下FFXI)」では、色々な相談が寄せられる。最も多いのがゲーム中に起こるプレイヤー同士のいざこざだ。GMコールのうち、約半分がこれにあたるという。トラブルが発生すると、GMはプレイヤーがルール違反をしていないかを確認後、まずはチャット機能を使った話し合いで解決できるようアドバイスしていく。

「他プレイヤーとの交流がゲームの魅力なので、話し合いで解決してそれがき

かけに仲良くなってくると、とてもうれしいですね( Abhatazhiさん )

これ以外に、ルール違反の取り締まりもあるが、難しいのはグレーゾーンの扱い。「全ての事例が画的ではないので、基本的な作業ルールがあり、そこからズレないよう判断します( Pammiraさん )

ある程度裁量は、GM個々の判断に任されている。

勤務形態は6時30分～15時30分、14時～23時、22時～翌7時の3シフト制。時間帯が極端なため、友だちの誘いにつき合えない、終業後にお店が開いていないなどの悩みはある。しかし、仕事自体でストレスを感じることはあまりないという。

「会話をチャットで行うので、GM同士で相談しながら対応するため、あまりストレスが溜まることはないですね( Quartemis

さん )

加えて職場も明るい。具体的なコール内容の中で、『画面に知らない男の顔が映った...』という怪談めいた話になると、3人が笑う姿がそれを物語っていた。

GMのやりがいは『『ありがとう』と言われること』と口を揃える3人は、仕事を離れると1ユーザーとして「FFXI」に参加している。そんな彼女たちにGMに必要なことを尋ねてみた。

「意志の強さ( Pammiraさん )

「プレイヤーの方々への愛( Quartemisさん )

「言うべきこと言う勇氣( Abhatazhiさん )

GMとは厳しくもあたたかい親のような存在なのかもしれない。

株式会社スクウェア・エニックス  
URL <http://www.playonline.com/>



## [インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

**株式会社インプレスR&D**

All-in-One INTERNET magazine 編集部

[im-info@impress.co.jp](mailto:im-info@impress.co.jp)