NTTマーケティング アクトProCX

# We Are ProCX!

会社紹介

NTT Marketing Act ProCX


CEO MESSAGE
CEOメッセージ 04

PURPOSE
パーパス 06

INTERVIEW
対談 11

VALUES
バリュー 17

OUR BUSINESS
事業紹介 23

ABOUT US
会社概要 33



# CEO MESSAGE






# CXのプロとして ― 新化×進化×深化 ―

この10年大切に守り続けてきた言葉があります。
「人こそ、かけがえのない財産」

私たちはこの想いから事業をスタートしました。
人のチカラにテクノロジーと知恵、工夫を組み合わせて、クライアントとそのお客さまの期待を超えるカスタマーエクスペリエンス（CX）をご提供してまいります。
AI・デジタル化がいかに進もうと、人にしかできないこと、人だからこそ提供できる価値があります。社員一人ひとりがそれぞれの価値を身に着け、CXのプロとして「新化×進化×深化」を続けることで、お客さまに「Wow!（感動や安心）」を提供するエッセンシャルな存在になることができるはずです。
NTT マーケティングアクトProCXがそれを実現する「CXのパイオニア」に、そしてサービスを軸に社会共創の牽引役として、社会全体がもっと心地よくなるよう支えていきたい。

それが、私たちが考える未来への貢献です。

We Are ProCX!

株式会社NTT マーケティングアクトProCX
代表取締役社長

室林 明子

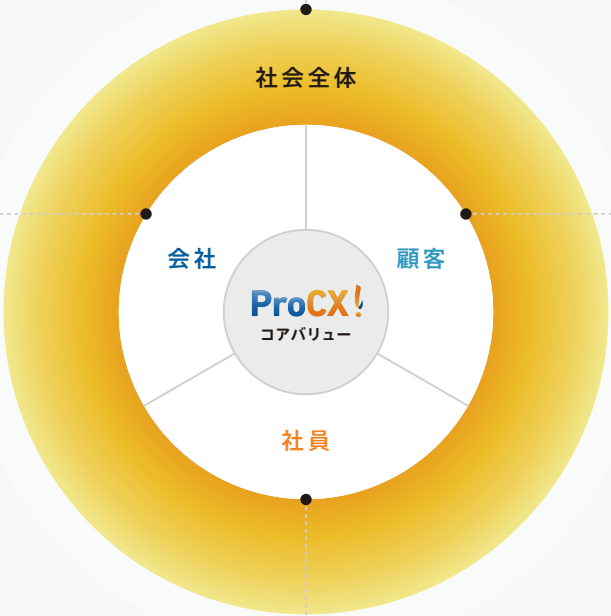


# PURPOSE

## ProCXが実現する
# 四方よし

### 社会の「よし」
Wow! for Society

よりよい顧客体験
安心と信頼
喜びと感動




### 会社の「よし」
Wow! for Company

競争力向上
マーケット拡大
収益性向上
顧客満足度向上

### 顧客の「よし」
Wow! for Customer

顧客応対の安定運用
高い費用対効果
事業拡大 / 収益性改善
BCP対策 / 企業価値向上

### 社員の「よし」
Wow! for Employee

誇り / やりがい / 安定性 / ワークインライフ / 待遇向上

# パーパス

私たちが日々の業務で大切にすべきこと
そしてともに働く目的＜パーパス＞

# and Wow!

安心と信頼を紡ぎ
喜びと感動を生み続ける。

# OUR STORY

私たちの歴史はコールセンターの受付から始まりました。
今や、チャット導入やWEB運用、フィールド営業支援、顧客データの利活用、
バックオフィス支援など、多角的に事業が拡大してきています。

時代が変わり、テクノロジーが進化しても、
私たちが変わらず提供するのは「カスタマーサービス」と「顧客体験」です。

創立時のフィロソフィーで掲げた「**人こそ、かけがえのない財産**」という想いのもと、
顧客や社員に寄り添い、その声を大切に活かして、
組織やコミュニティにおけるエッセンシャルな役割として支え続けたい。

**プロとして「より良い顧客体験」を生み出すだけではなく、コミュニケーションを通じて、
社会をもっと心地よく、喜びと充実をもたらすもの（Wow!）にしたい。**

安心と信頼をつなぎ、幸せをもたらす"Pro"のバリューパートナーとして
みなさまとともに新たなあたりまえの価値を共創することをめざします。

We Are ProCX!


Company
Project


奏色
KANAIRO













# INTERVIEW



代表取締役社長室林とNTT西日本副社長上原が語る

# パーパスに込めた想いと ソーシャルICTパイオニアとしての 事業変革の展望

2022年7月1日、株式会社NTTマーケティングアクトProCXはBPOの枠を超えたCXのプロとして、クライアントとそのお客さまへ新たな感動体験を提供できる会社としての存在意義を明文化したパーパス「and Wow!」を策定しました。パーパスを掲げた背景や込められた想いについて、NTT西日本代表取締役副社長上原一郎氏とNTTマーケティングアクトProCX代表取締役社長室林明子氏の2名が語りました。パーパスを通じた社会との向き合い方やグループ全体の事業変革の展望をお伝えします。



NTT西日本
代表取締役副社長
上原 一郎

×

NTTマーケティングアクトProCX
代表取締役社長
室林 明子



## ProCX設立の背景と<br>パーパスに込めた想い

**室林**　2022年4月、株式会社NTTマーケティングアクトProCX（以下、ProCX）は株式会社NTTマーケティングアクトProCXから事業譲渡されるかたちで顧客対応業務のアウトソーシング受託にとどまらない「CX向上のための提案」を標榜し、クライアントだけでなく、そのお客さまや、社員、そして社会に貢献するBPOバリューパートナーとして新たに出発しました。急速に変化していく社会環境のなかで、企業が社会とともに成長するためにも組織やチーム、そして個人が改めてその存在意義を見直すフェーズにあると考えています。そういった流れの中で、ProCXはBPOを中心とした事業を通じて市民と企業をつなぎ、社会を支える役目として、社会をもっと心地よく、喜びと充実をもたらし、感動を与えたいという想いから「**and Wow! 安心と信頼を紡ぎ 喜びと感動を生み続ける。**」というパーパスを策定しました。

「and Wow!」というパーパスには、企業や社会だけではなく、社員一人ひとりがそれぞれ自分の目標を持ち、そこに加えて「Wow!」つまりプラスαの感動や安心の創造を実現してほしいという想いも込められています。

創立時に掲げたフィロソフィーである「人こそ、かけがえのない財産」という想いのもと、人だからこそできることを磨き上げていくことで顧客や社員、社会に感動を与えられる企業でありたいと思っています。

**上原**　NTT西日本としては、ProCXにはフィールドやリモート、デジタル問わず幅広い顧客接点ノウハウや最新テクノロジーを活用した、CX向上をはじめとするさらなる価値提供を期待しています。

クライアントには生産性向上だけではなく、ICT、デジタルの強みを活かして、事業拡大のためのご提案をすること。社員に対しては、自身が成長し、豊かな人生を送っていただく環境や機会を提供すること。ProCXに関わる全ての方だけではなく、取り巻く社会全体に対しても新たな価値を提供していっていただきたいです。





## NTT西日本のスピリッツ再定義とグループ全体での事業変革の展望

**上原**　ProCXを含むNTT西日本グループは1999年の設立以来、「西日本スピリッツ」をもとに事業活動を展開してきました。NTT西日本としても企業・組織・社員として不変／普遍の志を表し、その判断・行動の道標となるようにスピリッツを再定義し、新たな企業の存在意義として『**「つなぐ」その先に「ひらく」あたらしい世界のトビラを」**』というパーパスを設定しています。
社会環境の変化はさらに加速することが予想される中、私たちにはICTを活用しながら社会の課題を解決していく力、あるいは社会とともに発展し、成長し続けていく力が必要とされています。さらに、働くことにおける価値観やライフスタイルも多様化し、個人の生き方をどうするのか、企業のあり方をどうしていくのかが、非常に問われる時代になってきていると感じています。NTT西日本グループとしても初の増収を達成した今だからこそ、社会のみなさまと一緒に持続的な成長を考えるタイミングにあるのだと感じています。

事業変革という観点では、通信事業で培った「つなぐ」という強みを強化し、人・モノ・社会、ひいては過去と未来、リアルとデジタルなど高度で多様なつながりを実現し、あたらしい世界のトビラをひらくような価値を共創していく必要があります。それがパーパスに込めた想いであり、これから事業として注力していくべきポイントだと考えています。

**室林**　ProCXとしても持続的な成長のための事業変革を推進してきました。例えば、私たちはもともとコールセンターの受付事業からスタートしましたが、現在はクライアントから声をかけていただくだけでなく、お客さまの潜在的なニーズを引き出しクライアントの事業拡大に対するご提案までさせていただいております。
コンタクトセンター以外にもバックオフィス業務などのBPOソリューション提案やNTT西日本グループの連携などProCXの強みを活かし、総合的なご提案につなげることで、「CXのことはNTTマーケティングアクトProCXにお願いすれば、すべてなんとかしてくれる」とクライアントから認識していただけるように進化し続けています。



# 社会課題の解決に向けて

**室林**　クライアントの課題を解決するとともに、社会課題への価値貢献に向けた取組みの最初のポイントが「雇用機会の創出」です。
次世代のニーズに適合した採用・育成のための取り組みに注力しており、勤務地や服務形態の多様化に合わせた採用を進めることで、育児や介護で時間に制限がある方、通勤できない遠隔地の生活者やハンディキャップのある生活者、シニア層といった、従来ならば働くことが難しかった求職者も対象とすることができる仕組みを整えています。
また、さまざまな事情により、従来の雇用形態のなかでパフォーマンスを発揮することが難しかった方も、働く仲間とともに不足を補い合って自分らしく活躍していただければと思っています。
一方で、自治体やクライアントのコンタクトセンターでコロナ禍においても、問い合わせ対応やお困りごとを解決してきた働きは、エッセンシャルワーカーとして認知されたものの、社会的評価は大きく変わらなかったという現状もあります。新たな雇用形態からさまざまな才能が遺憾なく発揮されることで、私たちの事業で働く人が「よりよい体験を生み出すCXの職人」のように胸を張って誇れるきっかけになることでコミュニケーターの社会的地位も向上させていきたいです。



# 価値創造・課題解決への具体的な取り組み

**上原**　社会を下支えするという観点でさまざまな社会課題を解決していくのがNTT西日本の使命ではありますが、その中でも自治体DXという切り口が非常に重要になっています。現状として多くの自治体が人員・予算ともに減少していく反面、市民の課題解決のためにDXの推進をしなければならない状況にあります。そのため自治体からは「単なる業務委託」だけでなく「統合的なコンサルティング」をご要望される声を数多くいただいております。
そのようなご要望にお応えするために、各自治体の業務をデジタル化して生産性を向上させるだけでなく、クラウド化によるシェアリングを行うことで各自治体に散在していた業務を効率的・一元的に集約していくことを試行しています。このサイクルを実現するために、NTT西日本の地域通信事業ならではの30府県への支店のパイプと、グループ全体で入口となるコンサルティングから具体的なサービスやBPOにつながる出口まで、一気通貫した価値提供をグループ全体でできることを強みとして、ProCXの力を借りながら自治体DXを推進しています。

**室林**　ProCXが運用しているコンタクトセンターには、民間・自治体問わず、膨大かつ熱量の高い期待や要望など貴重な顧客の声のデータが蓄積されています。その中から民間・自治体の共通点、または異なる点を分析しデータに基づく最適なご提案をすることができるのも、私たちが地域共創に貢献できる重要なポイントだと思います。また、公民連携が地域でも加速するなかで、市民の声を正確に捉えることに課題を感じている自治体もあります。ここでも民間企業で培った「顧客視点」を応用することで、住民目線に寄り添うことができ、「住民のみなさまが生活でどういうところに困っているのか」「どういったサービスがあったらいいか」など住民の声を的確に吸い上げることで、自治体と住民の接点における体験の価値を高めることができます。

**上原**　話を少し補足すると地域やまちづくりには市民参画もおさえておく必要があります。NTT西日本は市民参画への連携のスタンスとして「利他」と「共感」が非常に重要だと考えています。言い換えれば、どれだけまっすぐ地域に向き合い、地域と同じ目線で取り組めるかということです。支店のある30府県にはそれぞれの地域の課題があります。それを自分の目で体感したことで市民に共感し、地域の仲間として利他の精神で汗をかいていくこと。ソリューションありきの事業のご提案でなく、利他と共感をベースにした働きで、地域の方に認めていただき、周囲を巻き込むことで仲間を増やしていく。そういったスタンスが地域の活性化に欠かせないと考えています。これらの実践の場として、QUINTBRIDGEでは地域の中だけでなくさらに外部も巻き込んだオープンイノベーションを進めています。NTT西日本が企業・スタートアップ・自治体・大学などとの架け橋となり、地域における新規事業の共創や課題の解決をめざす活動をしています。

**室林**　グループシナジーによる価値創出という観点で2020年4月1日より、NTTグループの統一ビジネスブランドとして「ONECONTACT」の展開を開始しています。グループ間の協力によってコンタクトセンターを軸としたCX革新や顧客接点に関わるあらゆる業務のBPO、さらに顧客接点を含むマーケティング、サービス開発などバリューチェーン全体のBPRのサポートをご提供することが可能になり、地域に根ざした運営で数多くの実績をあげております。
「and Wow!」というパーパスのもと、社員一人ひとりがイキイキと働きがいを持ってチャレンジできる環境を整えることでEXからCXを創造していきます。また顧客体験デザインのプロ集団として、グループ内外問わず多くのパートナーと共創することで最高の顧客体験を実現し、安心と信頼を紡ぎ、喜びと感動を生み続けたいと考えております。

# VALUES



“

一つひとつの顧客の声から
より良い社会をともに創る。
生活を心地よく、ビジネスに活気を。

”

# “すべては人から生まれます”

私たちは、事業を支えていただける周りの人へ、これからも感謝の気持ちを忘れず、
今まで以上に寄り添い、話し合い、改善による向上を積み重ねてまいります。
クライアントとそのお客さま、地域社会、そして働く仲間。みなさまの期待を超え、感動を提供していけるよう、徹底した顧客目線で信頼を積み重ねます。

体系的な育成や制度・環境の整備などにより、エンプロイーエクスペリエンス（EX）を向上し、働く喜びと誇りをCX向上に繋げることで、次の10年、20年と、選ばれ続ける会社になります。

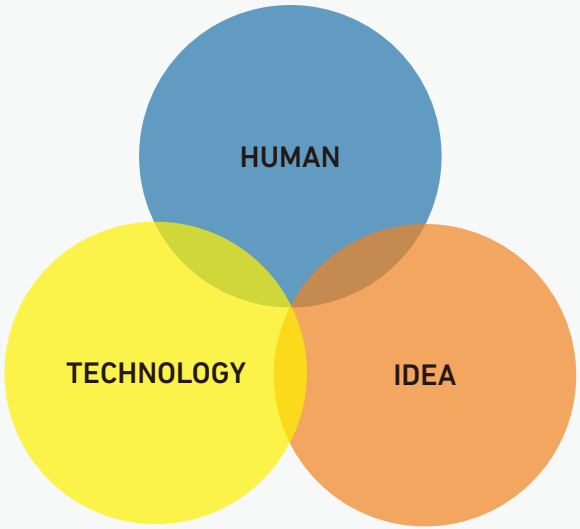
取締役 CXソリューション部
マネジメント部門長

元木 広幸



# PRIDE×EMOTION

# 私たちが提供すべきコアバリュー




HUMAN

## 人のチカラ

1. EX向上で社員の魅力を引き出す人財育成
2. ニューノーマルなワークインライフをサポートする服務と制度
3. 多様性を活かしたワンチームマネジメント

TECHNOLOGY

## 技術のチカラ

1. グローバルスタンダードのテクノロジー活用 (ONE CONTACT)
2. DX / データ活用を前提とした運用設計
3. 人とデジタルを融合した心地よい顧客体験の提供

IDEA

## 工夫のチカラ

1. CXデザインによる顧客接点全体の最適化
2. 統合VOCの利活用による改善フィードバック
3. グループ内外の多様なパートナー連携による価値共創

# ProCX 5STEPS

コアバリューを提供し続けるために、私たちが意識している5つのステップ

ProCX!

1

## Be Proud.

プロとしての誇りをもとう

2

## Respect ourselves.

さまざまな働き方や生き方を尊重しよう

3

## Orchestrate with Passion.

想いをもって、チームワークを発揮しよう

4

## Communication more with you.

互いに寄り添い、話し合おう

5

## eXceed the expectation.

期待を超えよう

# 業界課題から社会課題の解決へ

コンタクトセンター業界共通の課題解決だけでなく、Well-beingの最大化によって社会課題の解決に取り組んでいきます。この取り組みを通して、顧客接点に関わる社員がエッセンシャルワーカーとして不可欠な役割を担い、組織全体がCXパイオニアとして社会全体のサービス共創を牽引していきます。

## 業界課題解決

柔軟な服務制度および
適切な評価制度による人財の確保

×

オムニチャネル対応および
体系的な育成による
品質の維持向上

×

BCP対策による
顧客サポートの継続

## 社会課題解決

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS




- ダイバーシティ採用による社会の就労促進に貢献
- 多様な働き方の推進による豊かな暮らしづくりに貢献




- コミュニケーションインフラ基盤の構築による豊かな社会づくりに貢献
- 社員育成の環境充実による働きがいと経済成長に貢献




- 事業継続に向けて、各地域へセンター拠点を設置および地域活性化に貢献
- 災害備蓄品のローリングストックによる食品ロス縮減で環境保全に貢献

×




- 関連パートナー連携による社会課題の解決に貢献



# OUR BUSINESS

# “BPOの革新に挑む”

私たちは、顧客とともにエンゲージメントを高める、
提案型バリューパートナーに進化します。

蓄積されたノウハウに基づくコミュニケーション戦略や、リアルとデジタルを横断するチャネル整備、顧客の声を活かすビジネスプロセスの改善など、運用・基盤整備・データ活用に跨って、バリューチェーン全体の最適なCXをデザインします。




**成長戦略「3D戦略」**

取締役
CXソリューション部長

今倉 健一

# INNOVATION



# “コンタクトセンターを事業戦略の主軸に”

コンタクトセンタービジネスは40年の経過とともに多角的に発展してきました。

NTTグループは、1980年代当初からさまざまなコールセンターを運営しており、積極的なテクノロジーの導入に加え、運営ノウハウの蓄積をDNAとして大切に引き継いできました。それは、いつの時代にも誰かと誰かをつなぎ、幸せになっていただきたいと想う「親切心(kindness)」

私たちは、さまざまなクライアントの事業を支える最高の黒子役「提案型バリューパートナー」として貢献していきます。

取締役 CXソリューション部
BPOマネジメント担当部長

前田 慎吾



FEEL KINDNESS

# コンタクトセンター

Contact Center

BtoB、BtoCの業態問わず、多様な業界の民間企業や中央省庁に地方自治体、公共団体など、幅広いクライアントのカスタマーサービス事業を運営しています。受付サポートのみならず、カスタマーサクセスやインサイドセールスなどご要望に応じて、オムニチャネルでの顧客対応や顧客理解をご支援しています。

NTTグループ内外の多様なパートナーのテクノロジーやサービスを組み合わせて、ワンストップで提供します。VOC分析を強みとし、AIを活用した応対品質管理や採用マッチングにより、提案型のセンター運営をめざします。

顧客視点が重要視される今、コンタクトセンターはお客さまとの重要な接点であり、サービス全体の一部です。
だからこそ私たちはこれからも進化を止めることなく、顧客に選ばれ続ける最高の顧客体験を提供し続けていきます。





# “ビジネスの起点は常に顧客理解から”

BPOの事業ドメインは、フィールド営業/技術サポートを始めとする顧客接点ビジネスやバックオフィス業務、DX支援など、多岐に渡ります。

私たちのBPOは、業務の一部を切り出してお任せいただくだけの役割ではございません。
クライントの大切な業務を信頼して任せて頂くため、クライアント以上にその先にいるお客さまを理解すること、そして顧客視点でさまざまな改善をプロアクティブに実行することを徹底します。

常に顧客視点で伴走し、売上/販路拡大、業務効率化などビジネスの発展に寄与します。

CXソリューション部 第二営業部門
リテールマーケティング担当 統括担当部長

藤林望

PASSION

# BPO

Business Process Outsourcing

クライアントから委託されたBPO業務については、結果のみでなくその業務プロセスを可視化し、KPIに対する進捗状況と改善ポイントをクライアントに共有いたします。その改善ポイントに対して、アクションプランを提案をさせいただくことにより、クライアントとともに伴走し、業務品質を練り上げていきます。



自社グループ内での業務経験・ノウハウを活かして、BPOソリューションとして提供しています。特にセールスやバックオフィスの分野においては、多くのノウハウを蓄積しています。個人や法人への販売はもちろん、サービスのマイグレーションやカスタマーエンゲージメント、事務処理、経理・厚生業務の支援など、豊富な経験をもとにさまざまなご要望にお応えします。

クライアントごとの課題をヒアリングして、その課題に対する改善プランについては人財やナレッジ、多様なソリューションを組み合わせ、最適なBPOをご提案いたします。



# “顧客体験に変革を”

昨今、顧客接点を取り巻くテクノロジーは急速に発展しています。その反面、エッセンシャルワーカーとして人にしか提供できない価値が再認識されています。
デジタルは確実かつ迅速に業務を遂行し、人は人にしかできない仕事に責任感と誇りをもって取り組んでいく。
デジタルを前提とした業務設計とマネジメントで、再現性のある高品質なオペレーションを遂行します。

私たちは、人とデジタルの融合で顧客接点を最適化し、心地よい体験をデザインすることでロイヤルティを向上し、クライアントの事業拡大に繋げます。

CXソリューション部
西日本営業部長

新谷 宜彦



# CX / DX

Customer Experience / Digtal Transformation

顧客接点におけるDX化は単純に応対の自動化をすすめるものではありません。目的は、あくまでCX創出です。人とデジタルが役割を分担し、セルフサービス化とともに、人は人にしかできない仕事に特化するなど、顧客接点全体をデザインします。

人の経験・知見・志によって形成されたノウハウと、AIをはじめとするデジタル技術を融合することで、CX創出のプロセスを進化させます。
顧客の声を分析し、コンタクトリーズン別にチャネルを再設計することで、最適な誘導を図ります。
応対のリアルタイム把握や適切なレコメンド、オムニチャネルでの顧客理解など豊富な運営ノウハウに基づくDX推進により、継続性の担保や効率性の追求とともに、カスタマーサービスの新たな付加価値を創出します。

顧客接点をデザインし、人とテクノロジーが融合する業務オペレーションにより、プロアクティブなCXを提供するバリューパートナーでありたいと考えております。














# “個の強みを活かす組織力で事業基盤を強固に”

さまざまな働き方の社員やパートナーとともに、一つのチームを創り出すのが私たちの仕事です。異なる強みを魅力に変えて、時には補い合い、時には高め合う、互いを尊重する強いエンゲージメントの形成をめざします。

顧客の期待を超える成果を発揮できるよう、強固な事業環境を整備し、一人ひとりの熱い想いをビジョンとして結実させ、新たなビジネス領域へ果敢にチャレンジしてまいります。

取締役 事業推進部長

梁川 和彦

TEAMWORK

# 成長戦略「3D戦略」

顧客接点において、リアルとデジタルを横断するオムニチャネルが世の中に浸透する中、応対フロント領域だけの個別最適ではなく、バックオフィス領域も含む組織全体で最適化を図っていくことがクライアントやその先のお客さまの課題解決と付加価値創出に欠かせません。

主力のコンタクトセンター事業は、チャネルを最適化し、オールインワンでご要望に応えられるよう、顧客理解を深めることで量・質ともに事業の進化を図ります。

また、リモートワークの加速でセールスやバックオフィスへの期待が変容する状況を捉えて、組織全体でカスタマーサクセスを実現するために、クライアントが本来業務や主力事業に注力できるよう、統合BPOとして支援の幅をさらに拡げてまいります。

さらには各事業領域において、顧客データ分析やデジタル活用、コンサルティングやオペレーションノウハウの融合を通じて、社会の課題を深堀し、サービスや事業の高度化を図ることで、顧客とともに新たな価値を共創し続けます。




**データやICT活用によるCXデザイン**

・履歴に基づく顧客エンゲージメント
・行動を捉えたデジタルマーケティング
・顧客満足を促進する統合VOC分析

**統合BPOとしてのワンストップ支援**

・フィールド営業 / 技術サポート
・バックオフィス業務・DX
・人事・給与・経理などの共通業務

**新たなコンタクトニーズへの対応**

・オムニチャネル
・カスタマーサクセス
・BCP対策(在宅含む)
・24時間365日運営




# ABOUT US



# 会社概要

**商号**

株式会社NTTマーケティングアクトProCX

**本社所在地**

〒534-0024 大阪市都島区東野田町4丁目15番82号

**事業内容**

コンタクトセンタービジネスなどBPO業務運営事業

**設立年月日**

2021年7月1日

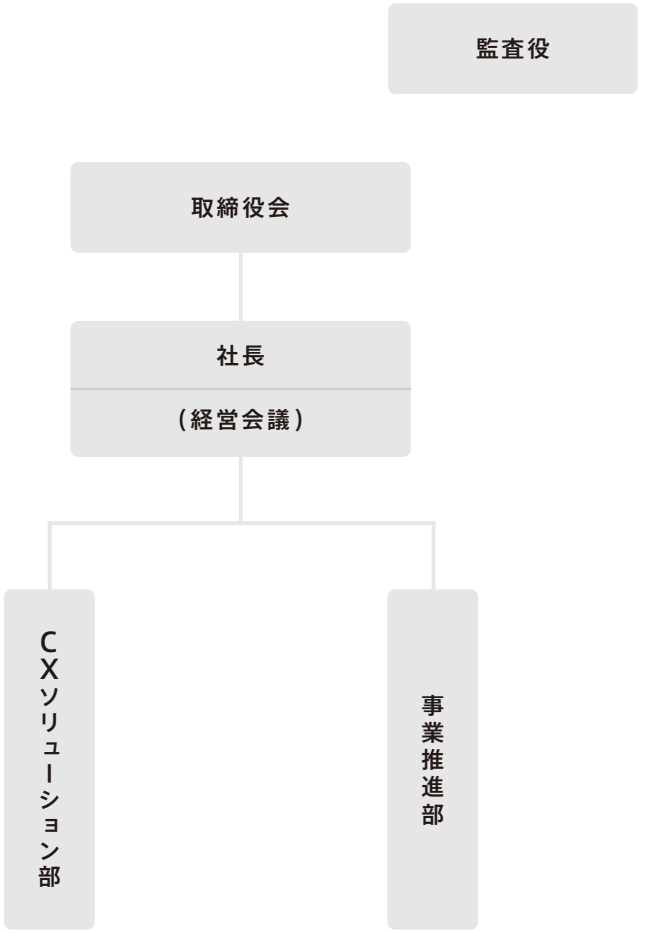
**資本金**

20億円

**株主**

西日本電信電話株式会社 100％

**組織図**

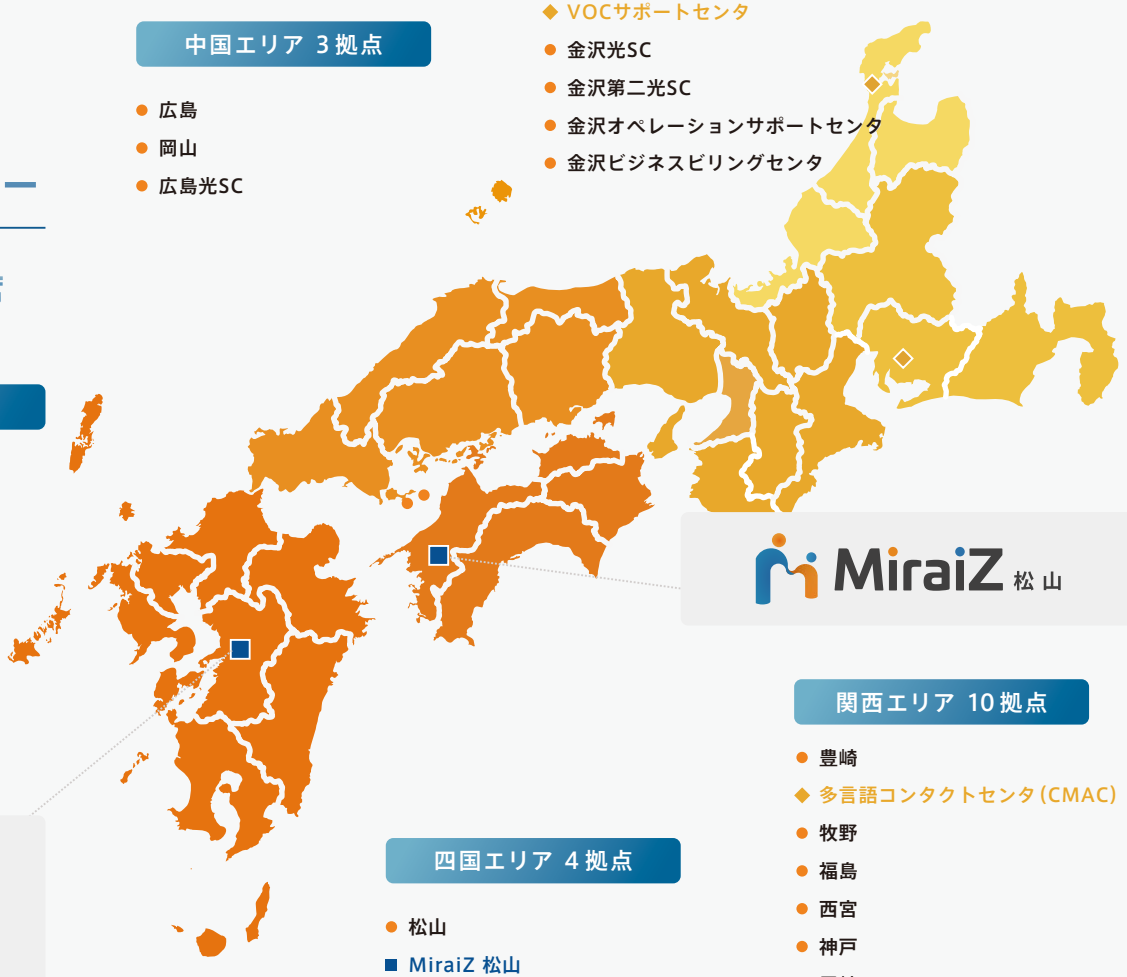


# 全国に広がるコンタクトセンター拠点

- コンタクトセンター
- 大規模センター
- ◆ 機能特化センター

**40** センター

**8,500** 席



## 北陸エリア 6拠点

- 金沢
- ◆ VOCサポートセンタ
- 金沢光SC
- 金沢第二光SC
- 金沢オペレーションサポートセンタ
- 金沢ビジネスビリングセンタ

## 中国エリア 3拠点

- 広島
- 岡山
- 広島光SC

## 首都圏 1拠点

- AiLE 池袋

AiLE エール池袋

## 九州エリア 8拠点

- 福岡
- 北九州
- 鹿児島
- Monolith 熊本
- 福岡光SC
- 北九州光SC
- 長崎
- 沖縄

Monolith 熊本

MiraiZ 松山

## 四国エリア 4拠点

- 松山
- MiraiZ 松山
- 松山光SC
- 松山ビリングサポートセンタ

## 関西エリア 10拠点

- 豊崎
- ◆ 多言語コンタクトセンタ（CMAC）
- 牧野
- 福島
- 西宮
- 神戸
- 尼崎
- 尼崎（第二）
- 大阪光SC
- 大阪第二光SC

## 東海エリア 8拠点

- 名古屋
- ◆ 名古屋FAQサポートセンタ
- 豊橋
- 高蔵寺
- 静岡
- 浜松
- 松阪
- 名古屋光SC

※ 2022年4月現在

# コンタクトセンター実績

長年コンタクトセンターを提供してきたNTTグループは、事業規模2,700億円超と国内最大規模を誇ります。全国各地200拠点以上のコンタクトセンターを構え、地域に根差した運営をおこなってきました。また、30,000席を超えるあらゆる問合せの窓口を提供し続けています。





ONE CONTACT

国内事業規模・拠点数・席数

業界No.1

年間売上 2,700億円超

全国 200拠点超

30,000席超

※ 各数値は2020年3月時点のもの。日本電信電話株式会社調べ



NTTマーケティング アクトProCX