



マイスター-60

Quarterly Letter

挨拶

トピックス

- 柴田社長「新春を迎えるに当たって」～高齢者活用が日本の課題～
- 平野会長「年頭所感」「高齢者は国の宝」
- 人材情報センター長「シニア向けのホームページに改訂」
- Pマーク取得
- 十年勤続表彰
- Quarterly Letter編集後記

企業理念

雇用機会を創出し、
人々の生きがいを弘め、
生涯現役文化をひらきます。

新春を迎えるに当たって

～高齢者活用が日本の課題～



取締役社長
柴田 一郎

リーマンショックの余波

少子高齢化が叫ばれる中、高齢者と女性の活用こそが、労働力不足の解決策といわれてきました。しかし、一昨年のリーマンショック以降、派遣切り、社内失業、新卒採用難など雇用をめぐる環境は未曾有の困難に直面しています。

一時は、人出不足を補うため、高齢者の活用が伸びましたが、昨今、若手ですら人あまり現象が続く、高齢者の雇用は難しくなってきました。

しかし、長期的に見るならば、日本経済もいつかは景気を持ち直し、やがては人手不足の時代に再突入するのは、火を見るより明らかです。

日本の高齢化は人類初の経験

日本の労働人口は現在6600万人。10年後には約500万人減少すると見込まれています。あるアンケートでは65歳以上の75%が健康である限り70歳以上でも働きたいとの意欲を持っています。

世界的にみても日本の高齢化進捗率は群を抜いて高いものであり、日本の高齢化は規模と速度で人類初の経験であり、

他国からは、日本がこの問題にどう対処していくのか注目を浴びています。（当社ではフランス・韓国のTV取材、シンガポールのラジオ取材も受けました）

高齢者に焦点をあてた社会保障制度と高齢者の知恵と経験を埋もれさせずに働ける仕組みの確立が期待されています。しかしながら、仕事をつくり、働き手を生かし、価値を生むのは企業です。

高齢化社会はコスト増大と捉えられがちですが、高齢者が活力をもって社会に貢献できるモデルを確立すれば、それは世界に通用するノウハウになります。

このようなモデルが確立されなければ医療・年金・介護などの負のコストだけが増大し、日本の財政に大きな負担をかけるだけで、将来我々の子供・孫の代にまで莫大な負担を強いることとなります。

世代間の不平等、あるいは高齢者切捨てなどの社会不安を増大することが危惧されています。団塊の世代（1947年～1949年生れ）だけをとりても約600万の塊があり、この塊を早々と引退生活に送り込むのは日本にとって大きな損失です。

シニアビジネスのパイオニアとしてさらに邁進します

当社は、「シニアの方に雇用機会を創出し生涯現役文化を弘めていく」という企業理念のもとに活動して参りました。

折からの少子高齢化の中、各企業とも人手不足もあり、シニアへの要望が右肩上がりに増加してきました。しかし、この1年、100年に一度と言われる経済不況の中、シニアより若手、派遣より正社

員の流れの中で苦戦していますが、当社が掲げる企業理念は、今後益々意味が深まると考えています。

各企業は今をどう乗り切るかが、最大の課題ではありませんが、高齢者を有効活用するための体制、考え方、制度を確立し、再び来るであろう人出不足の時代に向け、しっかりと準備しておくことが肝要ではないでしょうか！

幸いにして当社には、シニアビジネス20年の歴史があり、シニア人材活用事例が数多く蓄積されています。是非、当社の事例を参考にさせていただければと思う次第です。

政府推計では、日本の全人口に占める65歳以上の高齢者の割合は2010年で22.6%、30年には30%台になり、50年には37.8%に達します。この高齢化社会の到来は、何も現在の問題だけでなく、今25歳の若者が40年後、65歳以上になった時の問題と、とらえることができます。

政府は昨年末成長戦略の一つとして若者・女性・高齢者に対し、470万の雇用創出を掲げましたが、どのような予算措置が講じられるか、注目しています。

高齢者自身がより働きたいという気持ちを前に出し、自分たちが日本を支えるのだという気概も必要です。企業側も単に目先の利益にとらわれず、長期的な視点から少子化の中で雇用をどうしていくか検討しておくことが必要です。

マイスター60はシニアと企業との架け橋としてその存在価値を発揮し、日本の高齢者活用モデルとなるべく社員一同邁進する所存です。

高齢者は国の宝



取締役会長
平野 茂夫

世界も注目、始動する長寿社会

「高齢者は国の宝」、絶えて久しいこの言葉が再び登場し、高齢者を尊敬して、高齢者の持てる力を引き出せる社会の構築が叫ばれ始めました。

2030年には三人に一人が高齢者となる人口構成の見通しですが、そうなる和国家経営に対する将来計画の立案や、企業の永続的存続、さらには日本民族のアイデンティティの確立など、高齢者の社会参画と意見なくしてグランドデザインを描くことが不可能になるうとしています。

折しも米国発のリーマンショックは、世界経済に激変をもたらしたばかりか、国際社会の多くの人々の人生設計や人生を生き抜く目標・価値観を根底から揺さぶることになりました。

また、戦後の高度経済成長により、テレビに映し出されたアメリカンドリームを国民の誰しもが手中にした結果、物質や財貨の充足が必ずしも幸福の証ではないと気づきつつあります。

この度の経済変動は、これまで繰り返し経験してきた周期的景気の波動とは異

なり、先進各国の国内的問題として解決可能なテーマにとどまらず、途上国、新興国を含めた国際社会全体の金融や産業構造、企業利潤や個人の所得分配のあり方等に対し見直しを迫っています。

そんな中で、日本が世界で初めて体験する高齢化社会において我々が取り組むべき課題は、年金収支の悪化や医療・介護費用の増大など茶の間を賑わす負の側面ではなく、高齢者を再び社会に参画させ、持てる力を引き出してどのようにして活力ある社会を創出するかにあります。この壮大な社会実験を世界は注目しているのです。

高齢化社会をリードし続けて今年創業二十周年

1990年2月に創業した当社は早くも20年の歴史を刻むことができました。

「年齢は背番号、人生に定年なし」の経営スローガンと60歳新入社員、70歳選抜定年の雇用システムを掲げて、定年退職後の高齢者の皆さんの職場の創出に努めてまいりました。

働くことが生きがいで、健康な限り働いて人生を全うしたいと念願する人々に、働く場を提供し、高齢者が生涯現役を自負できる新しい社会と文化を構築することをこの会社の役割としたのです。

「高齢化社会に向かって社会的に意義ある事業」として、中小企業投資育成株式会社法人的設立投資第一号に選ばれて当社は創業いたしました。最初は一過性のアイデア事業として、線香花火のようにいずれは消滅するのではとの恐れはあったものの、強い社会のニーズに後押しさ

れ支えられ、高齢化社会をリードする高齢者企業の先進的モデルとして今日に至っているのです。

社員数は一時600名を数え、現状では約400名の社員を擁し、これまでに累計4,000名の人々に職場の提供が実現できました。高齢者諸氏の創業理念への熱い共感とその努力が今日の当社の社会的評価を形づくっています。

閉塞した経済の現状は予断を許さぬものがありますが、構造改革に目処が立ったときは、企業の成長戦力は人材の充たであり、中短期的には技術と経験を有する高齢者の活用こそが業績の成否を決定するものと思います。

少子高齢化社会における企業経営に共通する課題は、高齢者に対する整備された雇用システム（職業再訓練、職能評価基準、賃金等）に裏打ちされた能力を活用する戦略の立案にあります。

眠れる人材を掘り起こし、再び経営資源として甦らせるこの戦略は今後の企業経営の新たな重点施策となるものと思えます。

理想的長寿社会は「一人独立」の精神

子や孫が父や母、祖父や祖母を慕い敬う善良な家庭環境、「老壮青」が入り交じり経営活動に取り組む企業組織、それらの形成を尊ぶ社会こそが新しく構築する社会であります。しかしそれを誰がづくり上げると言うのでしょうか。

想い起こせば、かつて農林水産業が国家経済を支えた時代には、一家に「老壮青」の存在があり、同居する人間模様が

織り成す家族と互いに支えあう近隣関係がありました。

何も昔のノスタルジーに浸るわけではなく、去りし日の家族や地域環境が醸し出していた風土の良さを改めて社会に復活させる、意志と制度整備があつてよいのではないかと思うのです。

健全な長寿社会の実現には政府の力に期待するところ大ではありますが、いざ具体論になると百家争鳴、各自が置かれた政治的背景によって際限のない議論が展開されるのが今日の実情です。

舞台を演ずる主役の不在、権威者なしの傍観者ばかりが跋扈する無責任な社会が広がってしまったではありません。

そこで「年齢は背番号、人生に定年なし」に共感し、企業ブランドを離れてパーソナルブランドで自ら自立する意志を備えた高齢者諸氏の出番です。

人の世の春秋を越えたものしか論せない人生のあるべき王道や、社会生活の規範を自ら示し、新しい社会づくりのリーダーになって欲しいのです。理想的長寿社会の実現は「一人独立」の精神に立ち、高齢者自身が拓く勇気が今各所で期待されているのです。



シニア向けの ホームページに改訂

人材情報センター長

伊藤 公夫

当社は昨年暮れにホームページをリニューアルしました。そこで改訂の背景、改訂内容、今後の予定などについて述べようと思います。

求人機能の充実が課題

ホームページは、簡便で迅速（リアルタイムで伝達）かつ低コストであるため、企業情報（経営理念・会社概要・商品やサービス等々）を広く社会に向けて発信し、事業の成果を高めるための戦略的ツールとして急速に普及してきました。小売業者は商品をホームページ上に陳列し、店舗への来場を促進し、あるいは注文をページ上で取って無店舗販売もしています。

当社では、仕事をホームページ上に提示して、求職者の応募や登録を促し、人材の確保につなげていますが、これまで満足できる結果が出ているとは言えません。また昨今の労働市場の動向や行政の対応、家庭でのパソコンの普及などをみると、ホームページを充実させ、求人機能を強化していくことが重要かつ、緊急の課題になっています。

事業領域見直しを反映

先般、事業領域の見直しをして「ウーマン並びにキャリアは機会到来まで活動

停止」することを決定しました（本紙第4号 昨年10月発行）。これに伴いホームページの内容変更が必要となったわけです。

これまでの構成は総合トップページの下に「ウーマン」、「キャリア」、「シニア」を展開しており、いわば「総合人材サービス方式」でしたが、今回の改訂で「シニア」だけのすっきりしたものになりました。

会社の持ち味を鮮明に

さてホームページのフレームは固まりました。どのようなページを作ったらいいか、全社から意見・アイデアを集め、「シニアの方に雇用機会を創出し、生涯現役文化を弘めていく」との企業理念を踏まえ、当社の特徴がよくわかり、シニアに親しまれるものにしよということになりました。

そこで当社の特徴やサービス内容（派遣・紹介）を紹介するページを充実させ、

技術者に強みを持つ当社のカラーをアピールしました。

以前のトップページは、ミドルエイジのサラリーマンが高層ビルを背景に立っている写真でしたが、リニューアルした今回のトップページでは清潔なユニフォーム姿のシニア技術者に変更しました。当社らしさを演出できたのではないかと思います。

次に年金のページを作りました。今回の目玉です。シニアにとつて、年金は切っても切れぬ大事なことです。

他社のホームページではほとんど取り上げていませんが、シニアを対象に事業を行う以上、取り上げなければならぬ項目であると考えました。

当社の独自性でもあり、こだわりですが、しかし、いざやってみると、これがなかなか手強く、社内の実務者が額を寄せ、社労士の先生の細かいチェックも受ける労作になりました。

求職者の方から「マイスター60のホームページは役に立つ」と評判が立つようになり、意図したわけです。

検索されやすいキーワード

さて、いかに良いホームページを作っても、当社の名前を知らない求職者の方が検索できないことには何なりません。よく使うだろうと思われるキーワードをホームページ上に載せておき、ヒット率を高くする工夫が大切です。

これまで「シニアの仕事」で検索しても当社ホームページは50社目にも出てきませんでした。しかし、改訂後は「シニアの仕事」では人材企業の7社目に登場

し、「シニアの求人」で検索すると、クリエイトに次ぐ2社目に登場するようになりました。今後は応募・登録者が増えることを期待しています。

求人システムの見直し

ホームページに埋め込んで、求人情報を提示し、求職者の応募・登録を受け付ける、いわばシステムの心臓部についても見直しを行いました。

これまで25のIDを利用していたものを、5つのIDで複数の人が同時に入出力できるようにすることで、機能と操作性を維持しながら利用料金を7割削減できました。

今後の課題とアクション

ホームページを求人のための武器として育てていくことが当面の課題です。そのためには求職者の方がホームページにどうコンタクトし、どのように反応し、どのページを読んでいるかなどを知ることが重要です。

現状では当社はこれを測定し、分析する仕組みがありません。まずは管理状態におきます。定期的にあまたな事実データを集め、ホームページの長所・短所を知り、改善につなげる手順を確立していこうと考えています。

無論、そのための投資が必要です。また改善のためのアイデアを社内から広く吸い上げる体制作りも欠かせません。

今、ホームページの改訂の第一歩を踏み出しました。これから着実にステップアップしていきたいと考えています。皆様のご協力を宜しくお願い致します。

年齢は背番号
人生に定年なし



「Pマーク」取得

個人情報管理責任者

永岡 伸治

インターネットを代表とする通信ネットワーク技術の普及により、プライバシーへの社会的な関心が急速に高まった結果、企業の健全経営のためには、個人情報についての「内部管理体制の確立」が不可欠な要素となりました。

当社も人材ビジネスを展開するうえで、重要な経営資源としての個人情報をお預かりしています。

そこで、個人情報の内部管理体制の確立のために、「Pマーク（プライバシーマーク）取得」が不可欠ということになり、全社員で活動を行ってきた結果、昨年の11月に取得することができました。

これにより、適切な個人情報保護マネジメントシステム（PMS）を確立している企業として証明される、公的な認証マークの「Pマーク」を使用し、「登録者」や「取引先様」に対して、個人情報適切に扱っていることをアピールできるようにしました。

一方、Pマークを取得したからといって、個人情報保護体制が完成したわけではありません。というのも、個人情報に關しては、昨年相変わらず他社事業での個人情報漏洩の不祥事報道が後を絶ちません。しかも、その報道の中には、Pマーク取得企業も含まれている状況です。

こういう時勢の中で、当社が事業活動を行うためには、社会から信頼を獲得することが極めて重要です。そのためには、「約束」とその「実行」です。そこで、

十年勤続表彰

平成二十一年十二月に、十年勤続表彰が行われました。

今年度表彰を受けた皆様は、

榎本 英雄 (鹿島建物 所属)

石井 夏彦 (関西明装 所属)

小笠原健吉 (ソニーFM所属)

松尾 勝二 (東京支店 所属)

以上の四名の方々です。

当社は平成二十二年二月で創業二十周年を迎えます。会社の歴史の半分にあたる十年もの長い間、皆様方の豊富なご経験を遺憾なく発揮され、会社の発展のためにご尽力いただいた受彰者の皆様に、心から厚く御礼申し上げます。あわせて、皆様の今後ますますのご活躍を祈念いたします。

また、永年にわたり受彰者の方々を支持してこられたご家族の皆様にも、深く感謝申し上げます。

なお、表彰式では表彰状及び金一封が授与されました。



榎本英雄さん (左)
小笠原健吉さん (右)



石井夏彦さん (左)



松尾勝二さん



編集後記

天候に恵まれたお正月も終わり、日本中が来年に向けて早くも動き出したようです。

自分の子供の頃を思い起こすと、日本の伝統的な慣習や風景など、少しずつではありますが変化してきているのを感じます。例えば、お正月を迎えると子供たちが羽根つきをする音がしたり、風揚げをする光景を目にしたりのが、ほとんどなくなつたような気がします。伝統的なことが変化していくのは不安で寂しいのですが、成人式の日の新成人の華やかな着物や髪形、クリスマスの素敵なイルミネーションなど、自分の子供の頃と違つた光景を見ていると、現在の方が生活を楽しんでいる感じもします。

伝統的なことだけではなく、仕事や人間関係などの変化についても、人は「変化」を受け入れることに不安を持ち、新しい物事に否定的だったりすることが度々あります。でも、受け入れてみると馴染みまでは苦労があつても、後に「よかった」と思つた事はみなさんご経験があるのではないのでしょうか？

「古きよきものは残し、新しいものや変化も受け入れていく」この精神が進歩に繋がっていくと思います。

寅年の寅とは「身を慎む」「戒める」「油断しない」などの意味があるそうです。今年からは自らを省みて、よき「変化」をしていくようではありませんか。

Quarterly Letter

〈編集・発行〉

ME マイスター-60

〒141-0031

東京都品川区西五反田7-19-1

株式会社マイスター-60

事業本部 山口

TEL.(03)6431-9360

FAX.(03)5487-8219

e-mail:quarterly@mystar60.co.jp