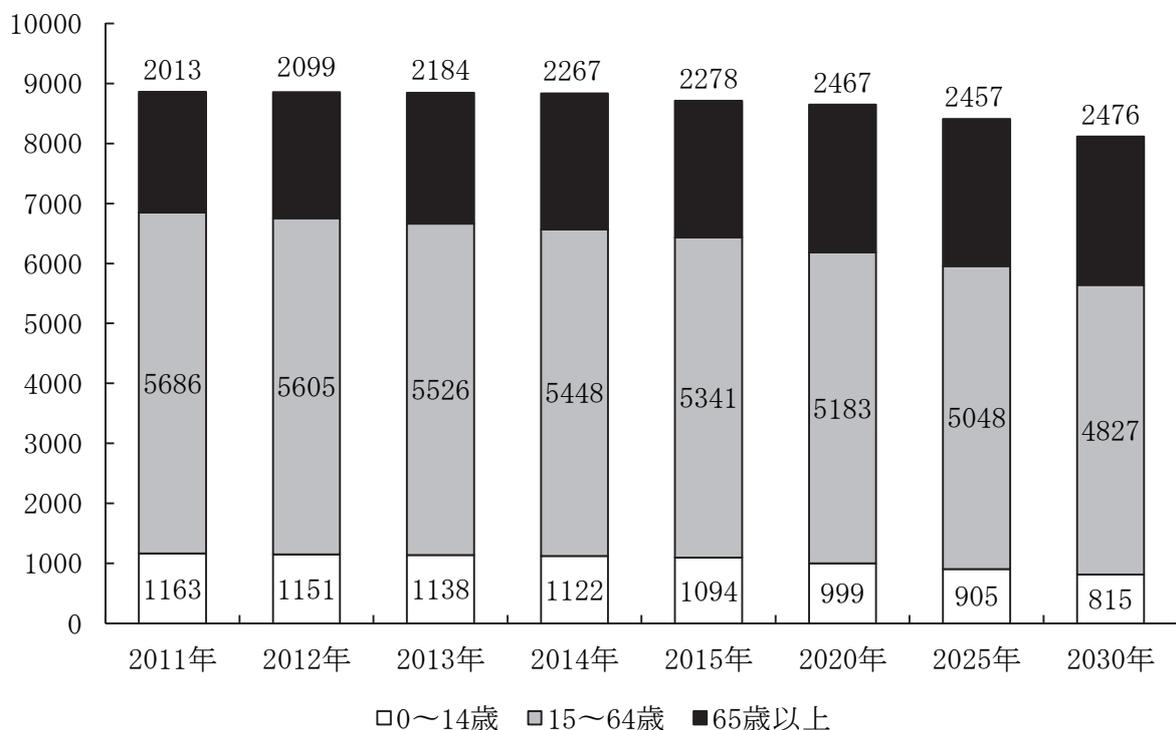


第 8 章 大阪府の事例－民間企業との連携、高齢者ならではの強みを啓発－

第 1 節 地域のすがた

本章では、大阪府の事例を紹介する¹。大阪府の人口の推移は図表 8-1 に示すとおりだが、2015 年時点の人口推計では、後期高齢者数が 2010 年の 83 万人から 2025 年に 153 万人に達する見込みとなっていて、これは全国平均を上回る増加率となっている。

図表 8-1 大阪府の人口推移（2020 年以降は 2010 年時点での人口推計）（千人）

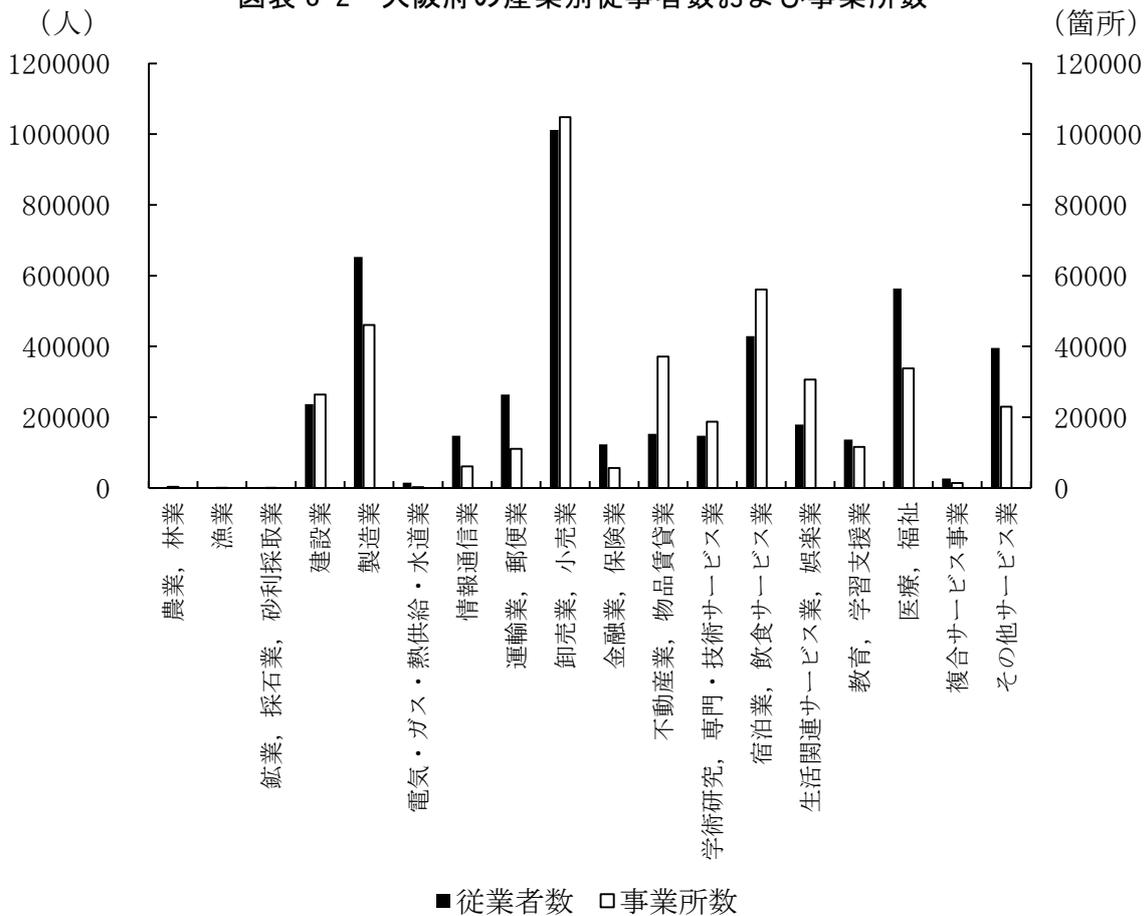


出所：大阪府「平成 28 年度大阪府統計年鑑」、大阪府「大阪府高齢者計画 2015」より筆者作成。2015 年までのデータは「平成 28 年度大阪府統計年鑑」のもの、2020 年以降の人口推計データは「大阪府高齢者計画 2015」のものを使用。

また、大阪府の産業は図表 8-2 に示すとおりで、卸売・小売業を筆頭に製造業や医療・福祉が中心になっている。

¹ 大阪府でのヒアリング調査では、大阪府商工労働部雇用推進室就業促進課の山本恭一氏・植木友紀子氏、大阪府高年齢者就業機会確保地域連携協議会シニア就業促進センターの田中千世子氏、大阪労働局職業安定部職業対策課の渡邊和江氏・野村卓史氏、一般財団法人大阪労働協会の小林祐子氏・橋詰泰幸氏・北野優子氏にご協力いただいた。調査に応じてくださった皆様には記して謝意を表したい。また、本調査は 2017 年 7 月 13 日・14 日に実施されたものであり、本報告は調査時点の内容であることに留意されたい。

図表 8-2 大阪府の産業別従事者数および事業所数



出所：大阪府「平成 28 年度大阪府統計年鑑」より筆者作成。

第 2 節 生涯現役促進地域連携事業の概要

大阪府高年齢者就業機会確保地域連携協議会（以下、「協議会」と表記）は 2016 年 6 月に設置され、職域にかかわらず高齢者が働けるところを拡大するために、生涯現役促進地域連携事業（以下、「連携事業」と表記）を実施するに至っている。その背景として、高齢者は今後増加し、健康寿命の延伸等の課題が出てくる一方で、企業は人手不足に悩んでおり、これらを高齢者の雇用で解決でき、また、そのことによって地域も活性化できるのではないかと、という考えがある。府単位で連携事業を行うメリットは、単に大きな規模で事業を展開できるというものの以外にも、協議会メンバーの 1 つである大阪府の公民連携（民間の力を借りて社会の課題を解決する）の資源を用いることができるという点がある。具体的には、大阪府はセブン-イレブン等のいくつかの企業と包括連携協定を結んでおり、この協定を活かす形で事業を進めていることがあげられる。

協議会は、既に大阪労働局が実施してきた「高年齢者就労促進連絡会議」がそのまま協議会となり、そこに労働局がオブザーバーとして加わっているものになっている（図表 8-3）。

図表 8-3 協議会の構成メンバー

協議会構成員	大阪府
	(公社) 関西経済連合会
	大阪商工会議所
	(公財) 産業雇用安定センター大阪事務所
	(公社) 大阪府シルバー人材センター協議会
	(独法) 高齢・障害・求職者雇用支援機構大阪支部
	(一社) 大阪府雇用開発協会
オブザーバー	大阪労働局

出所：ヒアリング調査より筆者作成。

1 仕事説明会

協議会は現在職業紹介を行っておらず、仕事説明会を中心に事業を実施している。これは、協議会が、高齢者がワンクッションにおいて考えることができることを重視しているためである（説明会に参加した高齢者は求人情報を持ち帰ることができ、一度考えてから申し込むことができる）。例えば、セブン・イレブンやガソリンスタンドの仕事説明会は一般財団法人大阪労働協会（以下、「労働協会」と表記）が運営を受託しており、その流れは、労働協会による10分程度の説明→企業による仕事説明・（セブン・イレブンの場合は）レジ体験→求人情報の持ち帰り、となっている。労働協会による説明は、高齢者ならではの強みがあることを説明し、若い人に対する劣等感を払拭することや、経験豊富だからといって高慢になってはいけないこと等が内容になっている。また、レジ打ちは高齢者に難しい業務と思われがちのため、実際に機材を持ち込んでなされるレジ体験は人気を博しているようだ。セブン・イレブンの仕事説明会の実施状況は図表 8-4 に示すとおりである。

図表 8-4 セブン - イレブン仕事説明会実施状況

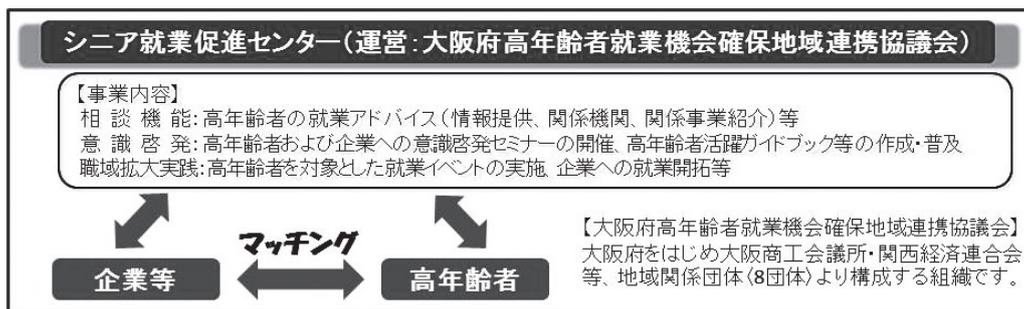
北摂・高槻エリア	2017年1月9日	14:00	豊中商工会議所
		～15:00	茨木市市民総合センター
東大阪・枚方エリア	2017年1月23日	14:00	布施駅前市民プラザ
		～15:00	メセナ枚方
和泉・河内エリア	2017年2月6日	14:00 ～15:00	岸和田浪切ホール
	2017年2月10日	14:00 ～15:00	八尾市文化会館プリズムホール
大阪南・堺エリア	2017年2月13日	10:30 ～11:30	コミュニティプラザ平野
		14:00 ～15:00	堺市産業振興センター
大阪中央・阿倍野エリア	2017年3月6日	14:00 ～15:00	大阪産業創造館
梅田・大阪北・淀川 エリア	2017年3月13日	10:00 ～11:00	大阪市立住まい情報センター
		10:30 ～11:30	城東区民センター
		14:00 ～15:00	弁天町ORC200生涯学習センター

出所：セブン - イレブン仕事説明会チラシ（ヒアリング当日配布資料）より筆者作成。

2 ワンストップ窓口の設置

前述のとおり、協議会はワンストップ窓口「シニア就業促進センター」を設置している（図表 8-5）。これは、ハローワークやシルバー人材センターに行っても仕事が見つからない高齢者や、そうしたサービスを知らない高齢者を就業につなげるためのものである。このシニア就業促進センターは、協議会メンバーの 1 つである大阪府の単独事業によって設置された「OSAKA しごとフィールド」（ここには、求人情報を提供する大阪東ハローワークコーナーも設置されている）の中にあり、速やかな連携が可能となっている。

図表 8-5 シニア就業促進センター概念図



出所:「大阪府ホームページ「シニア就業促進センター」」(http://www.pref.osaka.lg.jp/koyotai/saku/senior_center/index.html) より。

また、この事業による 2016 年度の実績は、セブン・イレブン、ガソリンスタンド、飲食店等を合わせた 37 人となっている。

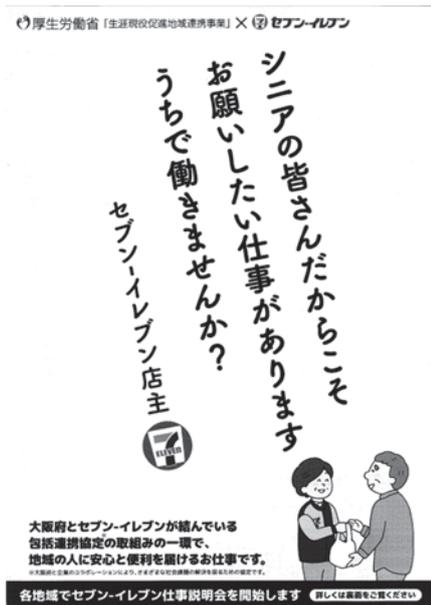
3 高齢者への周知

連携事業の柱の 1 つである仕事説明会を充実したものにするには、高齢者への周知が欠かせない。

説明会の周知は、主にハローワークや区役所、図書館等の公共施設にチラシ(図表 8-6～8-8)を置いたり、新聞折込の求人広告紙に掲載したり(図表 8-9)することでなされている。特に求人広告紙への掲載は、高齢者はよく新聞を読むため、効果的だという。また、こうした広告を読んだ家族による紹介によって周知されることもある。

図表 8-6 セブン - イレブン仕事説明会チラシ (左)

図表 8-7 ガソリンスタンド仕事説明会チラシ (右)



出所：ヒアリング当日配布資料より。

図表 8-8 企業面接会チラシ (左)

図表 8-9 求人広告紙に掲載されている広告 (右)



出所：ヒアリング当日配布資料より。

また、チラシ (図表 8-6~8-8) には、仕事説明会を通して実際に働いている高齢者の写真を載せており (図表 8-10、11)、高齢者の説明会への参加意欲を向上させるよう工夫されている。

図表 8-10 セブン - イレブン仕事説明会チラシ (左)

図表 8-11 ガソリンスタンド仕事説明会チラシ (右)



出所：ヒアリング当日配布資料より。

4 企業の啓発とセブン - イレブンの事例

上で紹介した高齢者向けの仕事説明会の広告を企業が見ることで、企業からの説明会への参加の打診につながることもある。これは、単なる企業の人手不足に加え、「シニア就業促進センター」の高齢者の定義が55歳からになっている点も障壁を下げていると考えられる。とはいえ、60～70歳の就業事例もあるため、比較的若い高齢者ばかりが採用されるわけではない。

連携事業において、仕事説明会を通じた高齢者の就業が最も成果を出しているのは、セブン - イレブンの事例であろう（数だけを見ても、2016年では、セブン - イレブンだけで19人の実績が上っている）。セブン - イレブンでは、主に弁当の宅配サービス（セブンミール）に高齢者を活用している。セブン - イレブンは、今後コンビニエンスストアが地域の見守りの役割を果たしていくと考えている。そして、セブンミールに高齢者を起用することで、消費者としての高齢者に雇用された高齢者が弁当を宅配し、そこで最近の様子等を尋ねるなどの会話が発生することをねらう。それによって、見守りの機能が果たされるということだ。ここには、高齢者に対する接客は、高齢者が行った方がサービス向上につながるという考えがある。また、そうした会話をする中で追加の注文を受けることもあるため、売上向上にもつながっていく。

こうしたセブン - イレブンの事例は、協議会にとって理想的な高齢者の就労のあり方であると言える。というのは、協議会は高齢者を単に人手不足の解消のための人材として考えてはおらず、むしろ、高齢者には高齢者ならではの強みがあると考えているからである。セブン - イレブンの事例では、高齢者への接客は若い人よりも高齢者が行った方が良いという点で、高齢者ならではの強みが発揮されていると考えられる。これに加え、協議会が考え啓発している高齢者の強みは、時間をしっかり守ることや、わからないことをきく習慣があること、報告・連絡・相談の遵守がある。また、比較的柔軟な時間帯で働くことができるということもある。このように、高齢者は高齢者であるがゆえに労働者としての強みを持っていることをPRすることは、企業の高齢者の積極的な登用を促しうると考えられる。また、高齢者ならではの強みがあることを強調することは、高齢者にとっても就労に向けた自信につながる。つまり、高齢者は若い労働者の代替ではなく、独自の強みを

持った貴重な人材として働けるという考えをもつことができる。このことは、単に人手不足の解消のための高齢者雇用という発想からさらに進み、より企業にとっても高齢者自身にとってもよりメリットがある高齢者雇用像を提示しているという意味で、連携事業にとって極めて重要な考え方であると言える。

5 今後の見通し

前述のように、連携事業は、大阪府の事業である OSAKA しごとフィールドの一環として位置づけられているため、連携事業終了後も、大阪府をはじめとする高齢者雇用の促進に資する事業の中で継続していくことが予定されている。

また、協議会は企業への意識啓発を一層強化することを考えている。連携事業がターゲットとして想定している高齢者は、仕事をしたいと考えてはいるものの、ハローワークに行く等の具体的に行動を起こしていない人であり、収入は1月当たり10万円以下でもよく、特に短時間勤務を希望しているという特徴がある。協議会は、雇用された高齢者の定着のために、短時間勤務で給料をさほどもらわずとも、そうした高齢者が気持ちよく働けるような職場づくりが重要であると考えている。今後は高齢者の定着の側面も含んだ企業への啓発がなされていくことが予想される。

6 まとめ

本章では、協議会の事務局である大阪府での連携事業について、ワンストップ窓口の設置と仕事説明会という2つの取り組みに注目してきた。この事例で特に注目すべきことは、仕事説明会における取組である。説明会のチラシには実際に働いている高齢者の写真を載せ、就労を考えている高齢者の参加意欲の向上が図られていた。そして、新聞折込の求人情報紙に説明会の広告を載せることも、事業の周知に大きく貢献していた。また、協議会は、企業や高齢者に対し、消費者としての高齢者へのサービス向上、時間を守ること、報告・連絡・相談の習慣があること等の、高齢者ならではの労働者としての強みをアピールしている。そこには、単に人手不足の解消のための高齢者の雇用ではなく、独自の貴重さを持った人材としての高齢者の雇用という理念が示されている。それが生かされた事例として、セブン-イレブンの弁当の宅配サービス（セブンミール）をあげることができる。こうした理念は、高齢者雇用をより促進し、充実したものとする可能性を持っていると考えられる。