



## ■ 著者と30分 ■

# 『煌くミドルと諦めミドル ミドルエイジ女性の 転職・再就職必勝法』の 橋田 佳音利 氏

と再就職活動を開始した。

ところが、「年齢差別を受けて落ち込み、疲れ果て、一時は飛び降り自殺まで考えたこともありました」と話す。当時、橋田氏は42歳。就職活動を始めたものの、35歳を超えているというだけで企業はほとんど門前払いの状態。正社員に見切りをつけ、派遣会社に登録するも連絡はなし。自殺さえ考えたが、死ねなかった。「死ねもしないくせに何て馬鹿なんだろうと思ったことをきっかけに、何とか考え方を変えなくてはと思ったのです。考え方ひとつで、物事は全く変わる。そのことに気づく前、私には友達や仲間がいて、泣き叫んでいる私の話を聞いてくれたり、励ましたりしてくれた。そういう人達がいてこそ、気づき、立ち直ることができたのです」。就職活動を始めて7ヵ月後、派遣会社から1件の紹介があった。

橋田氏は徐々に自信を取り戻していった。一方、人材ビジネスをやりたいと考えたきっかけは講演を依頼されたことだったという。「共同経営者をしていた関係で、女性の自立をテーマに講演をしてほしいという依頼があり、その準備をしているうちに私がやりたいことはこれだと分かったのです」。こうして、橋田氏は03年、女性・ミドルエ

イジの就業支援のため、雇用・創出のトータルサポートを行うフラジュテリーを設立した。

**煌くミドル**とは諦めないミドルであり、「ミドルエイジが持っている宝物＝『経験』を活かしている女性」のことを言うという。橋田氏は煌くミドルの強みとして「経験知」「常識」「粘り強い忍耐力」「高いコミュニケーション能力」などを挙げる。実際、ミドルエイジ女性を採用してよかったと思う点を企業側に聞いてみると、「相手のことを考えたきめ細やかな対応で、常にプラスアルファの仕事ができる」「培った経験を活かした臨機応変な対応ができる」などの回答があるという。

一方、ミドルエイジ女性の悪い面は「柔軟性がない（雑用や細かい仕事は他の人がすることだと思っている）」、「過去の経験に固執して新しい職場に対応できない」「恥じらいがなく、行き過ぎたマイペースを改善できない」など。本書では全6章立てのPart3以降、こうした課題を解決し、転職・再就職に成功するための方法が述べられているが、これはフラジュテリーが開催する研修講座「ウィメンズセールスアッププログラム」のエッセンスをまとめたものと言っていい。同プログラムは

**仕事は年齢**ではありません、と著者は言う。「その人その人の能力と経験、そして前向きな努力です」と。『煌くミドルと諦めミドル』はミドルエイジ女性に特化した人材紹介会社、(株)フラジュテリーの代表取締役でエグゼクティブマチュアバイザーの橋田佳音利氏が、企業に歓迎される人と敬遠される人の違いを紹介し、自身をステップアップさせ、より早く、よりよい転職・再就職に成功する方法を解説した本だ。

橋田氏は大学卒業後、大手電気メーカーに就職。その後、結婚のため退社。半年後、兄が経営する会社でのアルバイトを皮切りに仕事に復帰。また離婚を経験し、以降、派遣会社に登録し、営業事務・経理・販売など様々な職種を経験。さらに、ある会社の共同経営者として実績を上げた。01年、いずれ起業するつもりでいたが、その前に人材紹介に関わる会社に就職し、ノウハウや経験を身につけよう

### ●きつだ かおり

1958年東京都生まれ。株式会社フラジュテリー代表取締役・エグゼクティブマチュアパイザー。大学卒業後、住友電気工業(株)に入社。結婚のため退社。結婚後半年で仕事に復帰し、営業・営業事務・CAD請負業をはじめ、経理・販売・人事・新聞社営業/記者・モデルなどを経て、共同経営者としての実務経験を重ねる。03年、株式会社フラジュテリー設立。「ウィメンズセールスアッププログラム」など研修・講演も多数こなす。

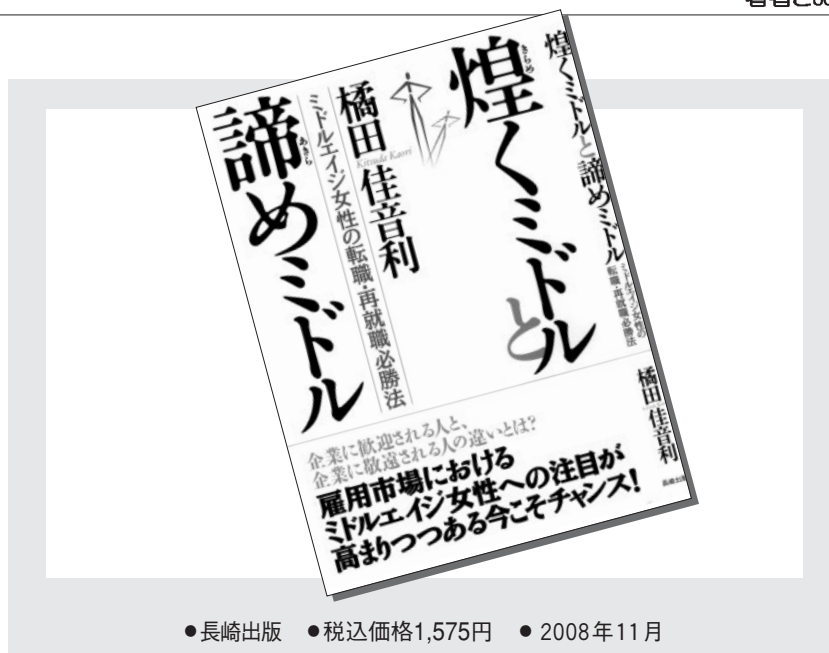
著者のHP

<http://frajouterie.cside.com/>

「年齢にとらわれずに高く売れる自分を創る講座」であり、その内容は橋田氏がかつて死さえ考えるほど落ち込んだ状態から立ち直った際に行った「考え方を変えること」がベースになっているという。つまり、スキルよりもメンタル面を重視している。当然、それには理由がある。「人材紹介ビジネスで、一度紹介した人が残念ながら定着せず、戻ってきてしまう要因の70パーセントは、スキルではなく、その人の特性、物事の考え方や姿勢なのです」

また同じ女性の立場から受講生に“喝”を入れる内容で、効果が高いという。「男性社員は『ミドルエイジの女性は……』などと言ったら、即、差別・セクハラ問題になりかねないので、本音は話さないし、話せないのです。ですから、彼女達に“喝”を入れたり、同時に共感して励ましてあげたりするのも、女性にしかできないと思います」

**売りの10カ条**をつくるのが研修での課題になっている。本書でもそれを勧めている。「ご自身のセールスポイントを無理やりにでも10個探し出し



て、研修でそれをみんなの前で発表していただきます。すると、自分自身を見つめ、他人と違うところ、自分のよいところを認めることができます。自分自身を認めることが煌きの第一歩。認めた自分の“売り”にこだわるようになり、さらにステップアップしていきます」

考え方や姿勢を改め、悪い面を解決すれば、35歳以上でも人材ニーズはあると橋田氏は言う。「私は企業に売り込むときに、まずミドルエイジ女性の悪い点をこちらから挙げます。そうしてから『その悪い点がない方だったら、御社にとって利用価値がありますか?』と尋ねるのです。また『御社の営業は、なぜ男性でなくてはいけないのですか? 若くないといけないのですか? ミドルエイジ女性のほうが合っていますよ』とお話させていただきます」

こうしてミドルエイジ女性のよい面がアピールできると、「中高年女性なんて要らない」

と言っていた採用担当者が、次第に「そうかもしれないなあ」と思い直してくれるという。事実、大手セキュリティ・サービス会社に「家のセキュリティを一番気にかけているのは主婦です。御社の営業にはミドルエイジ女性が絶対にいい」と勧めたところ、同社で初となる40歳以上の中途採用が実現した。しかも、同社はその後、ミドルエイジ女性のための営業部隊を組織、業績アップに貢献しているという。

女性営業が少ない業界ほどチャンスがある。「女性営業が少ないところは得なのです。かつて私は女性ということで差別されていた。けれども、それが得であると考え方をえればいいのです。女性というだけで相手が勝手に差別してくれる。そして『めずらしいね、女性営業マン?』というところから営業が始められるわけですよ」

このように考え方をえる方法を研修、そして本書から学ぶことができる。(佐久間)