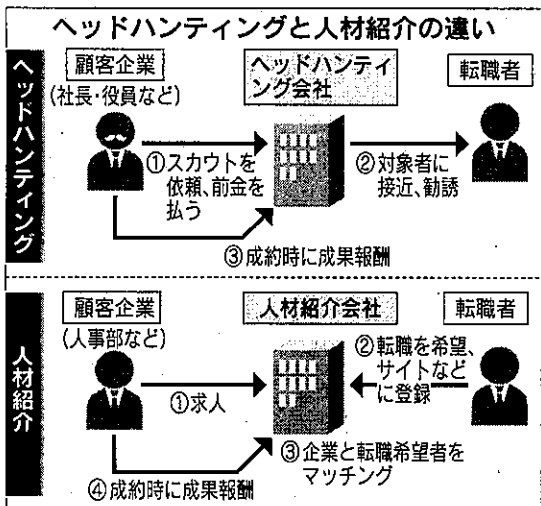


# プロフェッショナルバンク 環境特化のスカウト事業

ヘッドハンティングのプロフェッショナルバンク(PB、東京・千代田、児玉彰社長)は環境関連業界に特化したスカウト事業を始める。12月から専門チームを新設し、来春までに自社サイトに専門コンテンツを立ち上げる。人材紹介会社などがカバーしにくいニッチ分野でも人材を探せることを売り物に、環境ビジネスに参入したい企業などの需要を取り込む。

## 専門チーム 個別の要望に対応

1日に環境関連の専門スカウト担当者を配置し、チームを発足し、3人の。将来的には環境関連のスカウト事業を分社化することも検討する。



専門チームは顧客企業の要望に応じてスカウト対象者に接近し、国内の化学メーカーなどから人材を引き抜く。年齢は40歳代半ば〜50歳代前半、年収は700万〜1300万円程度の層が中心。職種は開発設計、生産技術、技術営業などを想定している。「自社製品にかかわる環境規制が強化されるので対応できる人材がほしい」「水ビジネスに詳しい」

## 積水化学 共同購買に参画

住友林業など3社の枠組み コスト削減ねらう

積水化学工業は旭化成、住友ホームズ、住友林業、三井ホームが3社で取り組んでいる住宅用部材の共同購買の枠組みに加わった。対象品目はエアコンや造用部材やエクステリアに範囲を広げ、海外部材の共同調達なども検討している。

旭化成ホームズでは「3社の枠組みで5%程度のコスト削減効果が出ている」といふ。

ヤマト「宅急便」11月5.4%増 4ヵ月連続プラス

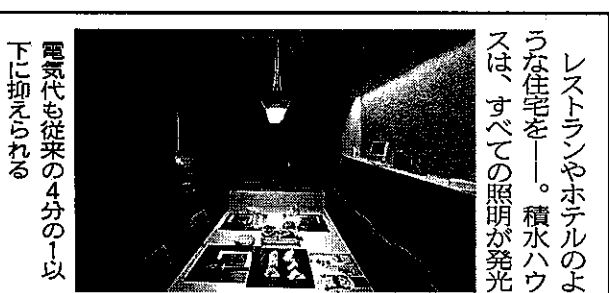
く語学も堪能な人材がほしい」など、顧客企業の役員から個別の要望を聞き取ったうえで、条件に合った人材を探す。競合する会社の特定の社員を引き抜きたいという要望にも応じる。

## 海外旅行者数4.1%減

年設立した。09年3月期の売上高は約4億円で、売上構成はスカウト事業が7割程度、人材紹介事業が3割程度。環境関連のスカウト事業で、11年3月期に1億円強の売上高を目指す。2%減と苦戦している。中国、マレーシア、ニュージーランドはいずれも横ばいで健闘している。

環境問題に対する意識の高まりを受け、新たに環境ビジネスに参入する企業や、関連技術の海外展開を目指す企業は増えているとみられる。特定の分野に明るい技術者は通常の中途採用の募集や人材紹介で獲得しにくい

JTBが発表した年末一付加運賃(燃油サーチャージ)の大幅低下や旅行日数の短縮もあり、平均費用は19万3千円と同15%下がるとみている。国・地域別にみると旅行者数は韓国行きで同4%増えるが、他の国・地域はすべて横ばいか悪く、長期休暇をとりやすいのが主因。燃油特別減少。米本土が同15%減。米国内旅行が対象で、以上の旅行が対象で、消費



## 住宅、レストラン風に 照明すべてLEDに

ダイオード(LED)の住宅を発売した。超小型のLEDを多用し間接照明を基本とする。モダンな雰囲気、小型のLEDを並べ、光の演出ができるという。省エネ性にも優れ、白熱灯、蛍光灯併用の照明に比べ電気代も従来の4分の1以下に抑えられる。積水ハウスは「関東・住まいの夢工場」(茨城県古河市)にモデル住宅をオープンした。照明はパナソニック電工やローム、コズミ照明(大阪)と共同開発した。壁調とすることで、モダンな上下や階段下のすき間にLEDを多用し間接照明を基本とする。モダンな雰囲気、小型のLEDを並べ、光の演出ができるという。省エネ性にも優れ、白熱灯、蛍光灯併用の照明に比べ電気代も従来の4分の1以下に抑えられる。また、白と黄色の2色の照明を並べることで、季節や時間帯に応じて色調を調整することも可能にした。白熱灯や蛍光灯からすべ