

「次世代のリーダーを発掘するヘッドハンティング」

人材の需要増 追い風に

昨年 対比 140%

景況感の上向きによって、多くの企業が飛躍のために即戦力となる優秀な人材を求めている。そして人材業界も、この背景を受けて競争を激化させている。そんななか、さまざまな分野のプロフェッショナルと企業をヘッドハンティングでマッチングさせるのが、プロフェッショナル・バンクだ。そこで、同社の児玉彰社長に企業の強みとヘッドハンティングの今後について語ってもらう。



プロフェッショナルバンク 児玉 彰



す。しかし、現在職についている人を採用しようとなると、企業は選ばれる側になります。ヘッドハントされる当事者は、必ずしも転職したいと考えているわけではないので、企業が選ぶという感覚では良いマッチングは生まれません。

その後、クライアントの求人像をヒアリングします。たとえば、上場準備に入る企業が管理部門の人材募集時に、必要なのはCFOとして上場経験のある人物なのか、それとも上場企業でIR担当や経理部長クラスだった人物が良いのかなど具体的に挙げていきます。クライアントはそれを見ながら、自分たちの求める人物像を固めていきます。それから工程管理表を開示し、

実際に移っていきます。ヘッドハンティングしたい当事者へのPRはどのように行いますか。児玉 おもに当社のコンサルタントの人脈を活用したり、HPで検索するなどして人材を探していきます。人からの紹介の場合もあります。そこから当事者へ連絡していくのですが、本人にすると知らない企業からいきなり「あなたをヘッドハンティングしたい」と電話されても警戒するだけです。そこで最初はあまり強引に話をせず、当社のホームページを見てもらうところからお話しします。ホームページには過去の実績も多く掲載しているため、当社への安心感を持ってもらえると思います。その後、折り返しの連絡があれば、話を聞いてもらえる可能性もあるということですから、比較的話が通りやすいです。

当事者とはどのように話を進めるのですか。児玉 まず、当事者を求めているのどんな企業であり、事業内容やポジションなどを話します。ヘッドハントされる優秀な人材は、勤務中の企業でも高待遇のことも多い。そのため給与以上に、たとえばプロジェクトに対する予算や決裁権など、クライアント企業でどれだけ自分の力を存分に発揮できるかに注目しているケースもありません。そこで当社のコンサルタントが、当事者とクライアントとの条件面でのすり合わせを行い、直接面談、内定という順序となります。

御社への料金はどの時点で発生しているのですか。御社への料金はどの時点で発生しているのですか。

ヘッドハンティング事業に強みを持つていることですが、特徴は何ですか。児玉 30歳後半〜40歳代の、次世代のリーダー。層を中心に企業とマッチングさせている点です。その層の中でも、技術や研究・開発、人事など特定の業界や領域に精通し、企業内の核となる人材をヘッドハントできるところが最大の強みです。

どういった企業が御社のサービスを利用するのですか。児玉 業界や職種を問わず、さまざまな企業からお問合せいただいています。もともと、人材業界大手のパソナ出身者で立ち上げた2004年当初、ベンチャー企業といった大手ではない企業の成長・転換のために、即戦力かつ核となる人材を迎え入れられるようにと考えていましたが、今では大手企業からの依頼も多いです。

クライアントとなる企業が、御社を選ぶ理由にはどんなものがありますか。児玉 当社が「フルサーチ型」のヘッドハンティングによって、企業が求める本心に欲しい人材とマッチングさせる確率が高いという実績だと思っています。一般的に人材採用支援には「登録型」と「サーチ型」の2つの形態があります。前者は求人側がサイトに登録して求職者の応募を待つというもので、後者は求職者から登録し、求人側がマッチングするというものです。そして当社は後者を進化させた「フルサーチ型」により、さらに質の良い人材に出会えるようにしています。

ヘッドハンティングのプロジェクトを開始し、工程管理表を開示した時点で、クライアントが提示した人材への年収の15〜25%を着手金としていただきます。加えて、実働への経費は毎月ご請求するという形態です。そして最終的に内定が決まった際に、年収の35〜40%をお支払いただいています。

現在、一番ニーズの高い人材はどんな業界ですか。児玉 国土強じん化政策や復興、2020年の東京オリンピック開催決定から、建設業界が人手不足です。またビッグデータがビジネス領域でキーワードとなる中、データサイエンティストと呼ばれるデータ分析のスペシャリストやエンジニアも求められています。しかし、全体の特徴として新しい分野からの依頼だけでなく、建設業や製造業のように不況のあおりを受け、一時期に人材が少なくなった業界からのもが増えているという点でしょう。

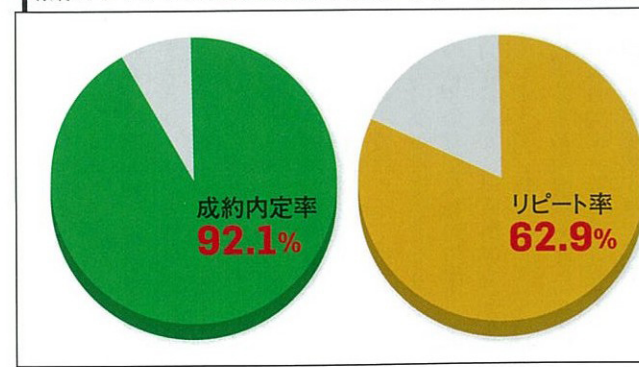
年間、どのくらい依頼があるのですか。児玉 問合せだけでいけば、リーマンショックの後と比較して300%増となっています。そこから成約するのは、年間累計で約100社です。その約9割がマッチング成功で、6割のクライアントがリピーターとなっています。

設立して10年目を迎えました。設立当初と現在で変わった点などはありますか。児玉 現在では各部門長をはじめ、経営トップからの直接の依頼が増えています。それにより、本心に欲しい人材の資質や経験を深い部分まで見え、難

この「フルサーチ型」によって何が変わるのでしょうか。児玉 登録型もサーチ型も、求職者と出会うという点では同じです。しかし、企業が求める人材が常に求職しているとは限りません。むしろ、そのような人材は就業している場合が多い。そこで当社ではクライアント企業が求める人材を求職者以外から見つけ、交渉してマッチングさせています。

企業からの依頼があった場合、工程はどんなものですか。児玉 まずクライアントにヘッドハンティングが本来どのようなものなのか理解していただくことから始まります。というのも一般的な採用の場合、企業が選べ側で求職者は選ばれる側で

業界でトップクラスを誇る成功率と高いリピート率がうかがえる



しさが増える一方、内定後のミスマッチ解消となりやすいです。また根本的に、企業の商品やサービスではなく人材によって経営が大きく変わるということが浸透してきたように感じます。

今後の抱負を教えてください。児玉 日本は長い間、終身雇用制度に守られてきました。それが崩壊した今、国内外の多くの企業との戦いの中で生き抜かなくてはなりません。そのために、優秀な人材に自身の力を発揮しやすい環境を提供し、企業の成長力を高めるお手伝いをしたいと思っています。また他方では、国際競争力の高い企業で離職防衛策を徹底し、人材を流出させないようにしています。当社では今後、その分野でのコンサルティング事業も展開していく予定です。

Enterprise Data: 所在地: 東京都千代田区内幸町, 設立: 2004年10月, 事業内容: ヘッドハンティングや人材紹介等の人材の企業のマッチング事業、コンサルティング事業. Profile: 児玉彰, 1964年兵庫県生まれ, 株式会社パソナ入社, 株式会社パソナ営業部に昇任, 1993年、株式会社パソナ営業統括常務執行役員, 東日本営業統括常務執行役員を退任, 2004年8月常務執行役員を退任, 2007年4月より同社代表取締役社長に就任.