

ヘッドハンティングで国内産業発展

優秀な人材を他社に移らせるヘッドハンティング。かつては、主に外資系企業が用いた人材獲得手段だったが、最近は技術革新やグローバル化の進展による企業の人事戦略の変化や働く側の転職志向の高まりにより、日本企業全体に浸透しつつある。ヘッドハンティングなど人材紹介サービスを行う、プロフェッショナルバンクの兒玉彰社長は「人材を流動化させて市場の変化に対応し、国内産業の発展につなげる」と話す。

——ヘッドハントの対象となる人材は

「30～40代の高い専門性を持つ人を主なターゲットとしている。約7割がITエンジニア、設計、建築、機械などの技術職だ。ほかに海外進出や法人営業で大きな実績のある人など、幅広いニーズがある。年間で約200社と契約を結び、うち9割が日本企業だ。顧客企業からの依頼の9割は成約に至っている」



——どのように有望な人材を見つけ出すのか

「インターネット情報のほか、業界紙や特許情報などの公開情報を解析している。ほかに業界有識者との人脈など、あらゆる情報網から依頼主の企業にとって最適な人材を見つけ出す。しかし、ほとんどの人には転職の意志はない。実際に候補者に声を掛けると最初は警戒される。そういう人材は会社の中でも出世頭なので断られることも多い。一方、今の会社に一

こだま・あきら 獨協大外国語学部卒。1987年パソナ入社。オーストラリア現地法人代表、首都圏営業統括執行役員、東日本営業統括常務執行役員を歴任。2004年プロフェッショナルバンク設立に参画し、副社長。07年から現職。53歳。兵庫県出身。

生いると決めている人も少ない。このため『私、実際どうなんでしょう』と自分の評価を知るため、話だけは聞く人が多い」

——企業にとっての利点は

「技術革新とグローバル競争の激化により、市場の変化が年々速くなっている。このため自社での開発だけでは間に合わなくなってしまう。そこで新規分野への進出、海外に市場を求めるといった場合に、即戦力として優秀な人材をヘッドハンティ

プロフェッショナルバンク 兒玉 彰社長

ングで得ている。採用した企業への効果としては、刺激となり社内が活気づくことが多い。M&A（企業の合併・買収）と違い、対立も起きにくい」

——これから増えそうな依頼は

「自動車産業ではITが導入され、家電化が進んでいる。このため自動車の技術スキルだけでは対応できず、外部に人材を求めなければならない。中小企業経営者の後継者を探すこともあれば、海外法人のトップを現地で探すこともあるだろう」

——市場開拓をどう進めてい

くのか

「人材紹介業ではなく、経営コンサルティング会社が競合になっていくだろう。コンサルティング会社の場合、海外進出に向けた依頼などは机上の空論に陥りがちだ。しかし、当社ではノウハウを持った人材をヘッドハンティングすることで、顧客企業は現実的な事業計画を立てられる。市場の変化とともに企業のニーズにきめ細かく対応し、多様にサービス展開していく。より即戦力となる人材を紹介できる市場をつくるのが目標だ」

■会社概要

- ▷本社—東京都千代田区内幸町2-2-2 富国生命ビル24階
- ▷設立—2004年10月
- ▷資本金—1億円
- ▷従業員—84人
- ▷売上高—9億7325万円（16年3月期）
- ▷事業内容—ヘッドハンティング、人材紹介、再就職支援など