

シリーズ 我が社の維新

新規事業へメーカー編

第2回

完成品メーカーにとつて必要不可欠で、商品の“要”となる部品が必ずあります。企業によつては、その部品を専業メーカーから外部発注して仕入れている場合もあります。

今回は技術移転をスムーズに行いたいという大手完成品メーカーの事例になります。

「できることなら内製化したい」。ある大手完成品メーカーの役員は頭を悩ませていました。自分たちの商品に欠かせない部品。アウトソーシングに頼っているこの部品を自分たちの中でコントロールしたいと考え始めていたのです。

なぜならこの完成品メー

カーの業界は、典型的なピラミッド構造になっており、肝となる部品も下請け企業から集めていたからです。

常にグローバル化の波にさらされる中で、完成品メーカーにとつては、価格交渉で足元をすくわれる可能性も捨てきれず、他メーカーに同様の部品を提供されれば技術的優位性が損なわれることになります。

だからといって、高度な技術を擁するその部品の製造をゼロから自力で立ち上げるのも時間やコストの面から考えても不可能。技術者の募集広告を出稿しても反応はほとんどありませんでした。そこでその完成品メーカーが選択肢と挙げた

のが、ヘッドハンティングでした。

この場合注目されるのは、ヘッドハンティングされる技術者側の意識の変化が起こっていたということです。というのも、これまで技術者は「転職」とは無縁で、年功序列の世界が当たり前でした。技術者自身にとつても自らの技術に磨きをかけ、匠の技に昇華していくことが技術者冥利に尽きるとい

うのが一般的でした。ところが一気に時代は変わりました。部品メーカー業界の再編・合併が激しく行われるようになり、業界再編が進むことで技術者の予算や権限も縮小。「一つの会社に定年まで働けるの

か?」。こんな不安が技術部門の方々の頭をよぎるようになったのです。

このとき某部品メーカーから依頼元である完成品メーカーに移った方は、開発部門で長きにわたり陣頭指揮を執って、新製品の開発を手掛けた方でした。自ら特許を取得し、高度な技術を有していたのですが、かねてから前述のような問題意識を持っており、「自分の力を發揮できる計画があるなら移りたい」と志願されました。

この技術者の獲得で、大手完成品メーカーは技術を補完し、競争優位性を保持することが可能になりました。これまでは既存の経営体制で右肩上がりが続けてきた大手企業も生き残りに必死。新たな「革命」を起すための手法として、大企業の間でもヘッドハンティングに対するニーズは高まっているのです。

Profile



プロフェッショナルバンク

児玉 彰 代表取締役社長

Kodama Akira

1964年兵庫県生まれ。大学卒業後、パナソニック入社。パナソニック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後、2004年プロフェッショナルバンクを設立。2007年より代表取締役社長。

プロフェッショナルバンクは—

2004年の会社設立以来、幅広い業種・職種を対象に人材紹介とヘッドハンティングでプロの人材を企業に紹介。グローバル事業の責任者をはじめ、プロジェクトマネジメントができるエンジニアやR&D分野の専門人材等、業界内で難しい求人紹介でも強みを發揮、ヘッドハンティングの成功率は9割を超える。