



成長戦略を推進する新たな選択肢

# ミドルクラスの ヘッドハンティング とは何か

新規事業への挑戦、あるいはマーケットを拡大するために……。さまざまなM & Aのニュースがメディアを賑わせている。が、ニュースにはならないものの、成長戦略を推進するための新しい選択肢が浸透しつつある。ミドルクラスを対象としたヘッドハンティングだ。すでに、豊富なノウハウや高いスキル、ネットワーク力を持つプロフェッショナル人材を採用することで、業績向上につなげている企業も少なくないという。しかも、対象となる欲しい人材は転職活動をしていない場合が多い。では、どのようにして既存の職場で活躍し、会社からも評価されているプロフェッショナル人材に転職を決断させるのか。ケーススタディをもとにストーリーを紡いでみた。

物語は、一通の封書から始まる。

制作・東洋経済企画広告制作チーム

Business  
**ASPECT**

プロフェッショナルバンク



あるメーカーの開発部長を務める40代のAさんのもとに1通の封書が届いたのは、3年半ほど前のことだ。差出人は「株式会社プロフェッショナルバンク」。聞き覚えのない社名に「何かの案内だろう」と、Aさんは封を開けた。

「この度は突然ご連絡を差し上げまして大変恐縮でござります。恐らく現時点では転職の意思もお持ちでない貴殿に対し、何故このようなコンタクトをさせていただいたのか…」

そんな一文で始まる手紙が同封されていた。読み進めていくうちに、Aさんはどうやら自分がヘッドハンティングの対象になっているらしいと気がついた。

どこかの会社が自分を必要としているらしいと気がついた。Aさんは、悪い気はしなかった。しかしAさんは今の会社で評価をされて仕事にやりがいを感じており、転職サイトに登録したこともない。「いつたいどこで私のことを知ったのだろう」。そう考えながらAさんは手紙をしまった。



この時、プロフェッショナルバンクにヘッドハンティングを依頼したのは、新規事業を構想していたB社だ。そこで、新規事業への挑戦を模索していたのだが、狙った事業領域の知見や経験を持つ人材が社内に不足している。何よりも、スピードが事業の成否を左右する中にあって、社内の人材が育つのを待つではない。ならば、新規事業の核となる専門的な知見を持つ開発責任者を外部から獲得するほかはない。B社では従来から付き合いのある複数の登録型人材紹介会社に依頼したが、求められる技術がニッチすぎるのか、半年かけても求める人材とは会えなかつた。そこでB社の経営陣は、ヘッドハンティングでの採用を決断した。

プロフェッショナルバンクのリサーチャーたちは、B社が求める人材が在職していると思われる企業をピックアップ。企業のホームページや特許情報、業界誌や専門誌などの記事といつた公開情報はもとより、対象業界の外部協力者からの評判などを引き抜くというイメージを想

起しがちだ。しかしプロフェッショナルバンクは、不特定多数の中からクライアントの要望に適した人物をピンポイントで探し出している。ターゲットは30代後半から40代のミドルクラスがいる。何よりも、スピードが事務の中から徹底的に探し出すフルサーチ型は手間も時間もかかる。が、企業が求めるスペックに近い人材を選び出せる可能性も大きい。

プロフェッショナルバンクのリサーチャーたちは、B社が求める人材が在職していると思われる企業をピックアップ。企業のホームページや特許情報、業界誌や専門誌などの記事といつた公開情報はもとより、対象業界の外部協力者からの評判などを引き抜くというイメージを想

社名の由来を聞かせてください。

児玉 当時はビジネスパーソン

に対し、プロフェッショナルと

いう言い方はあまりしていませんでした。しかし事業の成長戦

略を推進するようなプロフェッ

ショナル人材（＝インパクトプレーヤー）の不足に企業が困つ

ていることは、長年人才にかかわる仕事をしてきて実感してい

ました。今の時代、必要な人材がそろうままでに時間がかかると、商機を逸してしまいます。そ

ういう観点であらためて見ると、日本のビジネス界にはプロ

フェッショナル人材の活躍の場を広げるインフラが欠けている

ことに気がつき、『インパクト

プレーヤー』に特化した紹介会社を立ち上げたのです。

——フルサーチ型という手法を取っているのはなぜですか。

児玉 企業が求める有能な人材は、今いる会社でも高く評価されているよう工一級のプロフェッショナル人材です。そうであるなら、転職を希望して転職ポータルや登録型人材紹介会社に登録している人材ではなく、現在活躍している人材の中からこそ選ぶべきだと考

えています。

——御社の優位性はどこにありますか。

児玉 二つ挙げることができるでしょう。まずは、サーチ力。エグゼクティブ層と比較し、ミドルクラスの情報量は多くはありません。しかも、転職市場に顕在化していない人材の中から、有能な人を見つけるのですから、

ここが大きなノウハウと自負しています。そして、転職希望がない方を転籍に結び付ける独自

のノウハウです。確実なコンタクトで候補者に振り向いていた

だく。候補者ご自身でさえ自覚していない願望などを、コンサルタントから気づきを与え、ま

とめ・調整していくといった真のコンサル力が強みになっています。実際、お客様からのご依頼に対する成功率が90・1%、リピート率が62・9%であるこ

とが何よりもよく物語っていると思います。プロフェッショナル人材の必要性についての認識の広がりとともに、当社に対するご依頼は5年で3・5倍のペースで伸び続けています。

——どのようないーズが多いですか。

児玉 現在の中途採用の市場においては、ポテンシャル採用ではなく、即戦力人材が強く求められています。ゆえに、転職サー

代表取締役社長 児玉 彰

## インパクト・プレーヤーのヘッドハンティングで企業の事業推進をサポートする



ビスなどに登録されていない幅広い層から欲しい人材を採用したいというご要望が多くなっています。また、ターゲットとする領域がニッチすぎる場合など、

フルサーチ型に対する期待が大きとも感じています。

職種としては技術者が最も多く、その次は特定分野の業界でフルサーチ型に対する期待が大きとも感じています。

そこで、経営者の方は、M&Aと同じような考え方で当社のサービスをご利用されています。M&Aは、自社にない経営資源、必要な経営資源を外部に求めて企業や事業部門を買うわけですが、『インパクト・プレーヤー』のヘッドハンティングも同じように自社になかつたり不足していたりする人的資源を外部に求めるということです。

その意味で言えば、経営戦略上の重要な施策ということになります。経営の根幹にかかるケー

スが多いため人事部ではなく、経営者や事業部門の責任者、経営企画部門などから直接ご依頼

お問い合わせ

株式会社プロフェッショナルバンク

東京都千代田区内幸町2-2-2 富国生命ビル22階

TEL : 03-5501-7855

TOP INTERVIEW