

デジタル分野向けマーケティング人材紹介 ヘッドハントのSFJが獲得支援強化

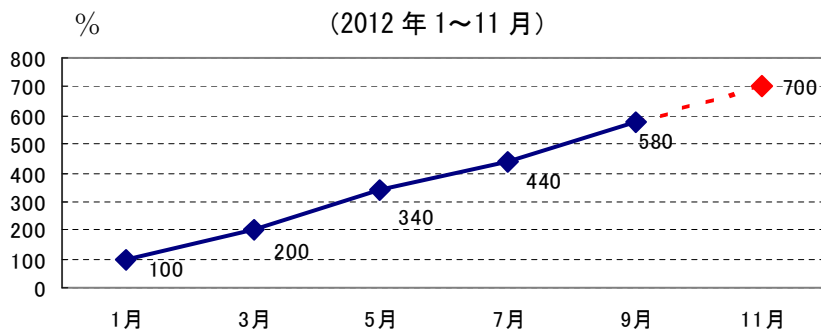
～ネット通販、EC事業参入、ビッグデータ分析、新規事業企画など～

サーチファーム・ジャパン株式会社（エグゼクティブサーチ事業、東京都千代田区 社長 武元康明）では、2012年1月以降、マーケティング人材獲得の依頼が急増。

2012年1月末に比べ7月末には4.4倍に増加、同年11月末には約7倍になる見通しです。

これを受け、SFJでは『デジタル分野向け マーケティング人材紹介事業』を強化します。卸売・小売・サービス業だけでなく製造業や情報通信業など多岐に渡る業界からの依頼が広がる中、専任チームを発足し、業界の垣根を越えたマーケティング人材の獲得依頼にスピーディーに対応いたします。

SFJ マーケティング専門人材案件の増加率の推移



現在、企業が求めるデジタル分野のマーケティング人材には、3つの傾向があります。

- ① 従来型のパソコンやフィーチャーフォンに加えスマートフォンやタブレットなどデバイスが多様化する中、全てのデバイスをフル活用しサービスを展開させ、新しいビジネススキームを作り出せる人材が求められています。
- ② 地方企業からの依頼が増加。店舗販売に加え、ネット通販などEC事業（エレクトロニックコマース＝電子商取引）の参入を考えているが、適任者が居ないため事業が進まないなどの相談もあり、マーケティングの専門知識に加え、事業を企画から運営まで任せられる人材が求められています。
- ③ 「ビッグデータ」の活用などデータ分析の専門家が求められています。顧客の属性や消費行動などの膨大なデータが集積可能になり、情報の価値を多くの企業が認知する一方で、実際にそれを活用出来ている企業は少ないのが実情です。特に小売業では、店舗販売で得た顧客とWEB内での顧客を融合させる総合的な顧客管理が出来る人材、データを分析し販促などビジネスに役立つ技術として活用できる人材が求められています。

急速な変化を遂げるデジタル分野向けのマーケティング人材は、最新の分野であればあるほど母数も少なく企業が求める需要に対し、該当する人材は限られ首都圏に偏在しています。また、他業界からスカウトするケースも多く、企業が、希望する人材を獲得するのはかなり困難な状況です。さらに、外資系企業のマーケティング人材（マーケッター）を招聘するなどの安易な採用は、企業文化の違いなどから定着しにくい例もあります。企業文化の違いを理解した上で人材のスクリーニングが出来るヘッドハンティングに依頼が増加している背景のひとつです。

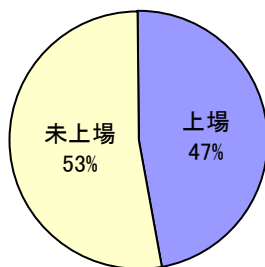
依頼ポジションを職位別のグラフで見ると、課長・マネージャー～部長・役員クラスが8割以上を占め、マーケティングの専門知識と同時に、部門を統括するマネジメント経験が求められています。

『マーケティング』とひとことで言っても、依頼企業により課題や目的、求める人材像などニーズは多種多様です。特にデジタル分野のマーケティングについては、取組み状況の企業差が激しく、各企業の現状や課題を正確に把握することがポイントです。業界トレンドや他社状況などの観点から、組織作りや運用の提案などアドバイスを行い、その上で最適な人材をご提案します。

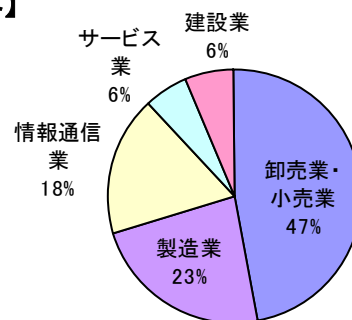
2013年3月までに100社の契約を目指します。

2012年1月以降 マーケティング専門人材案件で弊社に依頼のあった企業のうち、7割が日本企業、3割が外資系企業でした。今回は、その7割の日本企業について分析いたしました。

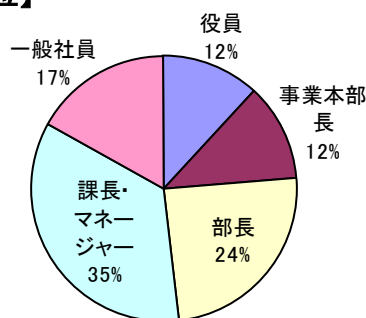
【上場企業と未上場企業の割合】



【業界】



【職位】



【サーチファーム・ジャパン株式会社】

東京都千代田区麴町1-7 相互半蔵門ビル 2F

事業内容：エグゼクティブサーチ全般

URL：<http://www.search-firm.co.jp>

【本件に関する問合せ先】

SFJグループ広報室

サーチファーム・ジャパン株式会社

宗像 久野(ムナカタ ヒサノ)

TEL：03-3221-3481 FAX：03-3221-3482