

採用担当者の役割変化

長期雇用、新卒採用を基本としてきた日本の雇用慣行が変わりつつあるなか、採用担当者に求められる役割や能力も変わりつつある。

企業内での位置づけは、経営戦略と市場動向に合わせて採用戦略を立案する戦略化、より現場との連携を深めた専門化に向かう。企業外での活動においては、企業を取りまく潜在社員をいつどのような形態で顕在化させるか、というリレーション管理というべきブランディング、マーケティングのマネジメントする役割が求められる。

「採用」という業務を、人事部内の一グループとして位置づける日本企業と、職種を確立させて別組織（採用センター）とする外資系企業の位置づけを対比してみると、採用担当者のプロフェッショナリズムを、戦略化、専門化として考える上で非常に参考になり、これまで季節労働的であった採用担当者の業務を、企業の入り口管理から、出入り口管理・リテンション管理へと移行させることは、企業の人的資源管理の高度化に大きく寄与するものである。