

ITの知識や技術を持つ社員がいなくてもデジタルトランスフォーメーションを実現できる！

「提案しているのは、文鎮型の組織」。安定の中でアジャイルな情報基盤を提供したい

ヒエラルキー(階層)がしっかりした日本企業のマイナスイメージをどう克服するか――。「ITの知識や技術がなくても推進できる」という考え方で企業のデジタルトランスフォーメーション(DX)を後押しするシステムを提供しているのがリックソフト代表取締役の大貫浩氏だ。システム会社側の押し付けでなく、常に改善して環境変化に対応できるアジャイル(俊敏)型のソフトウェアを開発・販売する。大貫氏が提案するアジャイル型の仕組みづくりとは。

早期の在宅ワーク定着が奏功

―― コロナ危機から2年が経ちますが、システム業界ではどのような変化がありましたか。

大貫 大きく2点あります。

1つ目は当社が属するシステム業界では高い在宅ワーク率が定着しました。当社もコロナが始まった2020年2月から在宅ワーク率は90%以上を続けており、仕事をする上での困り事はありません。

2つ目がコロナ禍でのお客様とのやりとりが全てリモートに

なりました。リモートになって、ありがたいことに離れるお客様はほとんど無く、業績面でも計画値を達成することができました。早めに在宅ワークに切り替えたことで、当初はお客様

とのやり取りがスムーズにいかなかったこともあったのですが、お互いに慣れてくると、問題もなくなりました。

―― リモートでビジネスが成り立っているわけですね。

大貫 そうですね。弊社の営業担当者によれば、この2年間

でお客様のオフィスにお伺いし

たのは1回だけと言っていました。お客様の方でも理解が広がっているでしょう。感染を拡大させないという点で、現場でなければできない仕事の方もい

らっしゃるとは思いますが、現場に行かなくてもできるのであれば、在宅ワークといった感染を広げないやり方をとるのも1つの貢献だと思っています。

―― 業績の面では2021年2月期は増収増益ですね。

大貫 ええ。ただ、利益ばかりを追っている生き残れませ

るので、22年2月期では新たな

サービスや製品の研究開発に資金を投じていきます。利益を削って次の成長を目指します。

―― やはり業務系パッケージソフトが中心ですか。

大貫 おっしゃる通り、主力

商品である業務系パッケージソフトに今後も注力していきます。当社がパートナーを組んでいるソフトウェア会社の豪アトラシアン製のポイント「アジャイル」、つまり「俊敏」という意味です。このアジャイルはビジネスの世界でのトレンドにもなっています。

リックソフト代表取締役
大貫 浩
Ohnuki Hiroshi



おおぬき・ひろし

1970年茨城県生まれ。明治大学工学部在学中にプログラミングと出会う。NECでの勤務、フリーのプログラマーを経て、2005年リックソフト創業。オープンソースのソフトウェアを日本語に翻訳するプロジェクトに参画。09年日本初のアトlassian製品販売パートナーに。19年2月26日東証マザーズ上場。

業界問わず、どの企業も時代の変化に俊敏に動かないといけないという流れが世界から始まり、日本にも入って来ています。特にコロナによって業種転換や稼ぎ頭の組み換えを目指すお客様が増えました。これも実はアジャイルなのです。外部環

境に合わせて自分たちの作る製品やビジネスモデルを変えないといけないというわけです。

豪社製の業務ソフトの魅力は？

——そこをサポートするのがアトlassianの製品だと。

大貫 ええ。コロナに後押し

されてデジタルトランスフォーメーション（DX）が進んでいます。DXは正解のない世界です。実際にやってみないと分かりません。今までは業種の壁があり、ある程度決まった業種の境があったのですが、DXではこの業界・業種の壁が取り除かれていくことになります。その原動力がソフトウェアやITになります。

アトlassian製品はアジャイル開発によるアプリケーション開発やサービスマネジメントを行うチームに対して、生産性向上を支援するためのソフトウェア群です。タスク管理や情報共有、自動化、運用管理といった各ツールの連携することによって、アプリのライフサイクルの全てをカバーすることができます。

——導入企業の生産性を向上させることができますね。

大貫 そうです。特に日本の企業はヒエラルキー（階層）がしっかりしており、安定性という面ではとても機能してきました。しかし、世の中の変化の速

スピードが速くなると、このしっかりしたヒエラルキーが逆に足かせになってしまいかねません。都合の悪い情報ほど上層部に上がっていかず、インプットが間違っていたら、その対応策も間違えてしまいますからね。

そこで私が提案しているのが、もう少し柔軟な組織やネットワーク型のような組織です。例えて言えば「文鎮型の組織」になります。1人のトップがいると、その下に100人の部下がいるといったイメージです。そういった組織にするためには情報基盤が必要になります。それがアジャイル型をサポートするアトlassian製品なのです。

——アトlassianのソフトは顧客の組織改革にも力を発揮しているのですか。

大貫 はい。当社が製品を販売するときも、「この製品を導入したから御社の業務成果が上がるわけはありません。この製品を導入したことをきっかけにして、組織や働き方が変わり、成果が上がります」と説明



営業やマーケティング、人事部、購買部などのビジネスチームのDXを可能にする「ぼちっとDX」

用できます。シアンは手頃な価格で利用できます。

積み重ねるアジャイル型で仕事をすると、これを柱に据えています。

シアンと出会った経緯とは。大貫 私はソフトウェア開発者としてNECでの勤務を経て

05年に当社を創業したのですが、それまでソフト開発などはエクセルでの管理が当たり前でした。「もっと使い勝手の良い製品があれば」と思い、ポランティアとしてオープンソースソフトウェアの翻訳活動に携わっていたのです。そのときに出会ったのがアトラシアンでした。

な 常にお客様の意向やニーズを聞き取りながら改善していく。それは押しつけではありません。また、お客様の言いなりになるわけでもない。現在、同社が販売している主力製品にソフトウェア開発のためのプロジェクト管理ツール「JIRA Software」という製品があります。これは創業当初に作った製品になります。

通常、ソフトウェアの会社では5〜6年に1回、製品のブランド名を変えて、価格を上げたりすることがあります。しかしアトラシアンはこの世に誕生してから十数年の間、ブランド名を変え、中身の改善を続けています。また、毎年、ライセンスの更新料をとるのですが、その間は最新版を使える状態を提供しています。

「ぼちっとDX」でDXを推進 大貫さんがこのアトラシアンと出会った経緯とは。大貫 私はソフトウェア開発者としてNECでの勤務を経て

日常の業務の進捗管理や情報の共有を支援するアトラシアン
のビジネスチーム向けのマネー
ジメントツール「Jira Work
Management」とコラボレーシ
ョンツール「Confluence」をベ
ースにし、当社が日本企業のビ
ジネスチーム向けに素早く、簡
単に活用できるようにカスタマ
イズしたものになります。

—— どのような機能をもっ
ているのですか。
大貫 「ぼちつとDX」を使
えば、IT知識や技術を持った
社員がいなくても使うことがで
きます。各チームメンバーの業
務を可視化して情報共有を促進
することによって、マネージャ
ーと現場をつなぐことができま
す。直感的な操作性と業務に即
したテンプレートを用意してお
り、希望のテンプレートを選択
し利用申し込みをいただくと、
すぐに利用を開始できます。

さらに今年1月には新機能を
リリースしました。新たに追加
したユーザー用ホーム画面、管
理用ダッシュボード、タスク管

理画面の新機能によって画面遷
移などの導線が改善され、ユー
ザー権限などの設定が一目で確
認できるようになったことで、
直感的により安心してご利用い
ただけるようになっていきます。
DXへの対応は大企業では進
んでいるのですが、中堅企業や
中小企業においては、まだまだ
これからです。資金がない、D
Xを推進する人材がいなとい
ったことが主な理由です。そこ
で少しでも安く、簡単にできる
ツールがあれば広められると考
え、この「ぼちつとDX」をリ
リースしました。

—— ユニークな名前です
ね。
大貫 実はこの製品名は当社
のマーケティングの女性が考え
出しました。やはり中小企業で
は親しみがないと使ってもらえ
ないのではないかと思います。

—— その女性活用について
はどのように考えていますか。
大貫 当社は女性の活躍に支
えられています。ソフトウエア
会社では一般的に女性比率が高

くないのですが、当社では重要
なポジションについてもらって
います。また、英語能力が高い
女性社員も多く、海外ベンダー
との取引でも活躍しています。

グローバルでサポート体制構築

—— 今後の社員採用につい
ては、どのような計画ですか。
大貫 毎年20人から30人ぐら
いの採用を進めていきたいと考
えています。それでも足元のエ
ンジニア不足は本当に厳しい状
況です。当社では海外の協力会
社を通じて対応しています。ベ
トナムに住んでいる技術者にオ
フショアで仕事を依頼するほ
か、米国には子会社があり、同
社からグローバルに製品を販売
しています。

—— サポート体制もグロ
バルなのですか。
大貫 ええ。当社の自社ソフ
ト製品の顧客は3分の2が海外
になります。ですから、24時間
サポート体制も整備していま
す。日本とブラジルにサポート
要員を置き、日本時間でできる

ところは日本人が対応し、逆側
の時間帯はブラジルの協力会社
からサポートを提供していま
す。それからマーケティングな
どはマレーシアのクアラルンプ
ールにある協力会社をお願いし
たりしています。

—— 国内と海外の事業展開
の方向性を聞かせてください。
大貫 まずは国内に力を入れ
たいと思っています。いま日本
のIT市場は大きな転換点を迎
えています。コロナもありまし
たし、デジタル庁の発足など、
デジタル化は大きな転換点で
す。今までアトラシアンを使う
人は開発現場の人が多かったの
ですが、最近は経営レベルから
一般ビジネスパーソンへ広がっ
ています。

—— やはり経営レベルでも俊敏に
変わろうとしているのでしょ
う。そういった意味において
も、ピンチをチャンスに変える
転換点だと。ですから日本にも
う一度力を入れてリックソフト
自体を再成長させたいと思っ
ています。

要員を置き、日本時間でできる

います。