

2023 June

# Skyスタイル Magazine

採用情報誌

スカイスタイル マガジン

Vol. **12**

Sky株式会社



## Focus

クライアント・システム開発事業部 躍進の背景  
実を結んだ、逆境のなかでの変革

## Pick Up

市場に新しい価値を提案するために  
ALL Skyで商品づくりに取り組む  
営業支援 名刺管理サービス「SKYPCE」が目指す“名刺DX”とは

## Topics

Skyスタイル部のおシゴト  
社内の「困った…」を解消するため  
DXを実現！

## Talk Session

クライアント・システム開発事業部  
5つのグループの連携強化により  
エンジニアが実感した現場の変化とは？



## Contents

---

- 02 Close Up  
2022年度の事業結果および  
今後の取り組みについて
- 
- 06 Focus  
クライアント・システム開発事業部 躍進の背景  
実を結んだ、逆境のなかでの変革
- 
- 10 Pick Up  
市場に新しい価値を提案するために  
ALL Skyで商品づくりに取り組む  
営業支援 名刺管理サービス「SKYPCE」が目指す“名刺DX”とは
- 
- 16 Topics  
Skyスタイル部のおシゴト  
社内の「困った…」を解消するためDXを実現!
- 
- 22 Talk Session  
クライアント・システム開発事業部  
5つのグループの連携強化により  
エンジニアが実感した現場の変化とは?
- 
- 28 Data  
データで見るSky株式会社
- 
- 34 企業ブランディングの取り組み
- 
- 35 社会貢献活動
- 
- 36 Check  
SNSを通じて、  
Sky株式会社の“今”を発信
-

# 2022年度の事業結果および今後の取り組みについて

「Hybrid1300↑」のスローガンを掲げたSky株式会社の2022年度を振り返り、事業結果やプロモーションなどの各種取り組みについてご報告します。

## クライアント・システム開発事業部が躍進、利益が大幅増に

Sky株式会社では毎年、その年度のキーワードと会社の売上目標を組み合わせたスローガンを掲げています。2022年度は売上目標1,300億円以上を目指し、スローガンを「Hybrid1300↑」と設定。「SKYPCE拡販」「拠点活用」「リアルとオンラインの使い分け」を基本方針とし、目標達成に向けて取り組みました。

結果はグループ全体で売上929.7億円となり、残念ながら目標は達成できませんでしたが、利益は56.7億円となり、2021年度（利益20.1億円）から大きく業績を伸ばすことができました。

各事業部に目を向けると、クライアント・システム開発事業部では、各自動車メーカー様や部品サプライヤー様にて次世代開発プロジェクトが急速に立ち上がり、多くの案件をご相談いただくことができました。また、一部の開発グループを統合してグループ間の垣根をなくし、開発アサインの検討などがよりスムーズに行える体制へと再編したほか、お客

様（アカウント）ごとに営業担当者と技術者が部門を越えてより戦略的に連動できる体制を整備。これら取り組みもあり、前年度から売上・利益を大きく伸ばし、過去最高の実績を残すことができました。

ICTソリューション事業部では、競合他社の低価格攻勢などで文教市場の構造が変化してきたことや、注力分野を公共から民需市場へとシフトするなかで、苦戦を強いられました。そのようななか、全国6か所でエンドユーザー様向けに「Sky株式会社ソリューションフェア」を開催。「SKYSEA Client View」のクラウド（SaaS）版「M1 Cloud Edition」や、テレワークなどでオフィスのPCを手軽かつ安全にリモート操作できる「Remote Access Services」などの新サービスを中心にご紹介しました。同会はオンラインでも同時配信し、各会場ともに多くのお客様にご参加いただきました。

売上高・従業員数の推移

年度	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
売上高（億円）	534.3	688.2	743.8	1,303.5	829.3	929.7	—
従業員数（名）	2,345	2,632	2,899	3,148	3,339	3,492	3,642 (6月1日現在)

## 積極的なプロモーションとオウンドメディア活用

2022年度もブランディングの強化に向けて、さまざまな施策を実施しました。

プロモーションにおいては、クライアント・システム開発事業部の取り組みを紹介した、藤原竜也さん出演の新企業CM「開発者の想い」篇を放映。「SKYSEA Client View」では、オンプレミスとクラウドが柔軟に選べる商品の特長をアピールした新CM「選べるスカイシー」篇を展開しました。営業支援 名刺管理サービス「SKYPCE」に関しては、新たに商品キャラクターとして俳優の吉田鋼太郎さん、大貫勇輔さんを起用した新CMを複数放映し、サービスのさらなる認知度向上に取り組みました。

今後に向けて、コストパフォーマンスが高く効果的な広告を探るために、実験的なプロモーションも数多く展開。コストの高い提供CMを取りやめ、サッカーの世界カップや野球のWBCなど、注目度が高くリアルタイムで視聴してもらえる番組でCMを放映しました。また、動画配信サービスでのCM展開も含め、幅広い層にアプローチできるよう取り組んでいます。

弊社では、これまでもSNSによる情報発信に力を入れてきました。2022年度はさらに、TwitterやInstagram、YouTubeなど自社のオウンドメディアによる発信力の強化や、各コンテンツの改善に注力しました。その一環として、東

大クイズ王・伊沢拓司さん率いるQuizKnockがSky株式会社のアンバサダーに就任。Instagramにて就活相談ライブを開催していただいたほか、SNS連動型のラジオ番組「Sky presents こちらQuizKnock放送部」もスタートするなど、新たな取り組みを進めています。また、社内の広報部で独自に制作するコンテンツの企画や、チャンネル運営についてコンサルティングも実施いただき、各部署の社員が出演するYouTubeのショート動画なども実験的に投稿。

TikTokでは就職活動中の学生向けのコンテンツの公開も進めています。

コロナ禍となって以降、注力してきたオンラインイベントについては、「Sky Technology Fair Virtual 2022」を6週間にわたり開催。毎週テーマを変えながら、各分野の専門家を迎えたライブ講演やパネルディスカッションなどを実施。イベント最終週には「宇宙」をテーマにしたスペシャル企画を展開し、宇宙ビジネスに関するコンテンツなどを幅広く公開しました。

### 社員が働きやすい「ホワイト企業」を目指して

Sky株式会社では、社員が働きやすい「ホワイト企業」を目指して、引き続き長時間残業の撲滅や、定時退社率、有給休暇取得率の向上に努めています。厚生労働省が安全衛生優良企業を認定する「ホワイトマーク」取得に向けて、今後も取り組みを続けてまいります。

また、女性社員の活躍推進については、女性開発職の人数も年々増加しており、今後も採用強化とともに女性管理職の登用も積極的に行っていきたくと考えています。社員の仕事と育児の両立支援にも力を入れており、多くの社員が産前産後の休暇制度や、復帰後の時短勤務制度などを活用しています。弊社では「子育てサポート企業」とし

て厚生労働省より「くるみん認定」を取得していますが、今後も取り組みを強化し、さらに「プラチナくるみん」や、女性活躍推進に関する「えるぼし認定」の取得も目指してまいります。

また評価制度については、「360度評価」制度の活用をさらに積極的に推進。多角的な視点から人事評価が行えるように、業務で関わりのある他部署社員や同部署の後輩など、直属の上司以外の社員からの評価を査定の参考にしています。また、日常の働きぶりから評価に値する社員を都度推薦し、当月給与に報奨を加える「インセンティブ」制度も引き続き実施しています。

### 大学ネーミングライツなど、認知度向上への取り組みも

採用強化の一環として取り組む大学の学内施設に対するネーミングライツについては、2022年には東京大学、東京工業大学、お茶の水女子大学、大阪大学、大阪工業大学、神戸大学、九州大学に新たに協賛。各大学の施設

にSky株式会社の社名を掲示いただいています。

学生への認知度も着実に上がってきており、「2024入社希望者対象 就職活動[早期]就職ブランドランキング調査【業種別】」（文化放送キャリアパートナーズ）において

「通信・IT・ソフトウェア業界」部門1位に選出。また、書籍『1300万件のクチコミでわかった超優良企業』（東洋経済新報社）では、「未上場の日系企業から選ぶ超優良企業」部門12位、ほか2部門に選出されました。

キャリア採用ではさらに多くの人材獲得に向けて、弊社社員が出演するデジタルサイネージ広告やポスター広告を

掲出。「頑張る人にとってここちよい職場」を目指す社風をアピールしました。マネージャー候補、管理職候補の採用活動も強化し、役職つきでの採用も行っています。以前から実施している社員紹介採用も好調で、弊社にマッチした人材の採用も増えています。

## 社会貢献に向けた各種取り組みを積極的に実施

弊社では、さまざまな活動を通じて、人と社会に貢献できる企業を目指しており、2022年度も各種取り組みを実施しました。

「公益財団法人 Sky大浦ICT奨学財団」では、ICT業界への就職を目標とする大学生や大学院生に対して、奨学金による修学支援を行っています。また、2023年2月に発生したトルコ・シリア地震など、国内外を問わず、自然災害で被災された方々の救済と復興に向けた義援金の寄付も行っています。

そのほか、日本の宇宙事業への貢献に向けて、民間月面探査プログラム「HAKUTO-R」のコーポレートパートナー契約を締結。エンターテインメント業界への支援として、

舞台「ハリー・ポッターと呪いの子」にも特別協賛しました。

2023年度、弊社は「ALL Sky1000億↑（利益30億↑）」をスローガンに掲げ、売上1,000億円以上、利益30億円以上を目指してチャレンジしていきます。コロナ禍が収束に向かうなかで、目標達成に向けてさらなるブランディングの強化や、ホワイト企業を目指した取り組みを積極的に行ってまいります。

採用活動においても、積極的な採用を今後も継続し、「好働力!」という考えに共感いただける多くの方と共に、2023年度を乗り越えていきたいと考えています。そして、人材紹介会社の皆さま、求職者の方々、そして弊社が「Win-Win-Win」となるよう取り組んでまいります。

# 実を結んだ、 逆境のなかでの変革

2022年度(第39期)、売上・利益共に過去最高となったクライアント・システム開発事業部。その達成の背景には、幅広い技術領域をカバーする開発体制や、Sky株式会社に根づく現場営業の文化、そして度重なる逆境のなかで積み重ねてきた変革の歴史がありました。

## 組込みから業務系まで — 幅広い領域をカバーする開発体制とその強み

Sky株式会社のクライアント・システム開発事業部は、組込みシステムの開発と業務系システムの開発、評価 / 検証業務を請け負っており、その幅広い領域をカバーする開発体制が強みと言えます。1985年創業当時の4bit / 8bitマイコンの組込み開発から始まり、その後MFPやカーナビゲーション、モバイル機

器など開発領域を徐々に広げていきながら一つの製品に依存しないよう業績を上げてきました。2008年のリーマンショック直後は、多大な影響を受けて業績が悪化しましたが、その逆境を機に、本格的に業務系システムの開発にも進出。各業界の知見を蓄えながら成長させていきました。昨今はAIや画像認識、データ分

析やクラウドなど旬のテクノロジーを活用したIoT関連の開発にも着手しており、これらはそれまで培ってきた組込み開発の経験が生きています。

もう一つの強みは、お客様の信頼を獲得するための取り組みです。私どもは「三本の矢」と呼んでいるのですが、幹部などの上位層、部長・課長などを中心とする中位層、現場を中心に働く層のそれぞれがお客様と結びつき、関係性を構築しています。現場の社員においては、上位層の人たちのつながりからお客様の事業全体の流れを理解した上で、日々の業務のなかでお客様のさらなるニーズを発掘し提案するなど現場営業を意識している社員も多く、開発案件の拡大につながっています。

クライアント・システム開発事業部  
営業部 次長

### 塚本 祐司

2000年にアルバイトとして入社。パートナー企業開拓などの営業を担当した後、法人向けソフトウェア開発プロジェクトの受注営業を担当する現部署へ異動。現在は営業担当兼マネージャーとして従事。



# コロナ禍の影響を受け業績ダウン、 打開策として講じたアカウントベースの戦略

このように、試行錯誤しながらも着実に業績を伸ばしてきたクライアント・システム開発事業部ですが、2020年始めにコロナ禍に直面。世界的に先行きが見通せない状況が続いたなか、製造業のお客様では半導体不足による工場の稼働停止など業務をストップせざるを得ないトラブルも発生し、システム開発への投資意欲は大きく低下しました。おのずと私たちの事業部も影響を受け、2020年度の業績は売上こそ前年度から微減だったものの、利益は約56%減という非常に悪い結果となりました。とはいえ、赤字に転落せず踏みとどまることができたのは、前述のとおり組込み開発の対応領域を広げていたことや、業務系システムの開発実績を積み重ねてきたことの賜物だと思っています。

業績ダウンの状況下で講じた打開策としてはターゲットのシフトです。EC関連や物流などコロナ禍の影響によって逆に業績が伸びている業界もあり、そちらを中心に企業をリストアップし、ローラー営業を行いました。また、当時は組織のDXが目ざされ始めた時期でもあり、そのニーズを掘り起こすことで案件獲得につながりました。ターゲットをスムーズにシフトできたのも、DX案件の獲得に注力できたのも、業務系システム開発の基盤ができていたおかげだと感じます。リーマンショックを機に発足した業務系システムの開発グループですが、約10年の間地道に実績を積み重ね、売上100億円の

規模にまで成長させてきたことが、コロナ禍のなかで生き残りました。加えて、業務系システム開発の提案では無縁だと思いついてきた組込み開発の知見を、評価してもらえるケースがありました。例えば保険会社様において、自動車のCANデータや各種センサーで得たデータを、自動車保険のサービスにつなげていくなどです。車載ECUなど組込み系の開発から、通信、クラウド、各種システムといった、サービスを実現するためのソリューション開発をトータルで携われるのは、これまで培ってきた経験と実績によるものと言えます。

コロナ禍によって講じたもう1つの打開策は、「アカウントベースマーケティング」です。これはお客様（アカウント）ごとに最適な戦略を検討し、アプローチしていく営業活動です。きっかけは弊社代表が実際に現場で働く係長以下の社員

に行ったヒアリングで、同じお客様に対してあるグループは十分なリソースを割り振っているのに、ほかのグループはどうしてもリソースを割り振れないというケースが起きていることがわかりました。現場においてはグループの視点で考えざるを得ない状況もありますが、それによってお客様の要求に応えられない場合もあります。まずはお客様を第一に考えていかなければいけないという発想から、この取り組みを中心に据えるようになりました。

具体的には、これまで存在していた技術領域ごとのグループを横串とし、アカウントごとに縦串を入れることで、各グループの技術者と営業担当者が1つのチームになって業務に注力していくことです。図1 この取り組みを実施するにあたり、アカウントごとに「アカウント

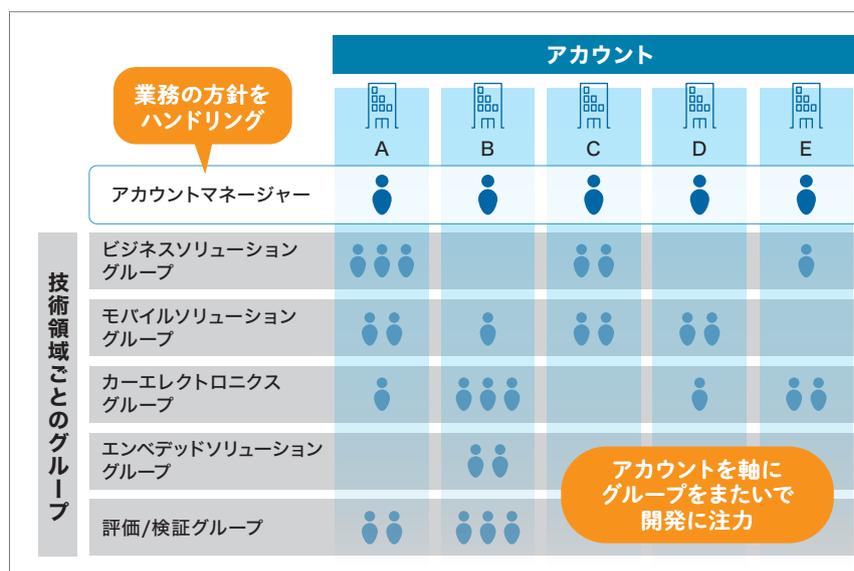


図1 アカウント主体の開発体制

マネージャー”という役割を新たに設け、技術者が担うようにしました。そしてアカウントごとの定例会を行ったり、社内SNSにトークルームを作るなどして状況を密に共有できるように。その上でアカウントマネージャーがすべての情報を集約し、業務の方針を判断するようにしました。

アカウントマネージャーを立てていなかった頃は、グループごとに考えや状況が異なる場合に、定例会などの話し合いの場でどうしても意見が割れることがありました。しかし、アカウントマネージャーを立てて責任所在を明確にさせたことで、業務方針のハンドリングはマネージャーを中心にスムーズに行われるようになりました。アカウントマネージャー自身も、担当アカウン

トの業務を拡大させていくというモチベーションを高めて、責任を持って真剣に意志決定しており、この取り組みは有用に働いていると感じます。

弊社は元々グループ間の隔たりはそれほどなく、どちらかという風通しの良い職場でしたが、アカウントマネージャーを立てたことでグループ間の人の流動性がアップしました。よりフレキシブルかつスピーディーに動ける体制が整ったと感じています。さらに、この流動性の増加は人事評価の面でもメリットを生みました。弊社では人事評価の一環として、いわゆる“360度評価”を行っています。直属の上司だけでなく、同僚や部下、他部署の社員から多面的に評価を受けられるようにすることで偏った内

容になることを減らし、一人ひとりを正當に評価するために実施しています。グループ間の流動性が増したことで、それまで関わりがなかった人からも業務を通じて評価を受けるケースが増え、評価の具体性が増しました。また、良かった点や改善点などの評価コメントをいろいろな立場の人からもらうことで新しい気づきがあり、モチベーションアップにもつながっています。

これらの打開策を通じて、2022年度のクライアント・システム開発事業部の業績は、コロナ禍の影響による落ち込みから回復を果たしたどころか、過去最高の売上・利益を達成することができました。

## これまで作り上げてきた土壌があったからこそ、アカウントベースの戦略が生きたかたちに

今期過去最高の売上・利益を達成した主な要因は、やはり市況の変化が大きかったと思います。製造業のお客様を中心に、控えていたシステム開発を加速していこうとされるお客様が増えたことを実感しています。加えて、DXのニーズもまだまだたくさん存在しており、日々の業務効率化に始まり、「2025年の崖」を見据えて企業としての在り方を抜本的に変えたり、競争力を強化させたいとお考えの方も多くいらっしゃいます。

弊社の成長要因を挙げるとすれば、やはり多種多様なご要望にお応えできる幅広い技術領域を持っていることでしょうか。また、上流工程から評価 / 検証までを一気通貫で対応していたり、あるいはフェーズごとの開発業務を請け負ったりと、お客様にとって「使いやすい存在」なのも1つの要因だと思います。加えて、冒頭でも話しましたが現場営業の意識の高さも欠かせません。一人ひとりが商売を意識し、チームの売上・利益を常

に考えながら業務に取り組んでいる社員が多いです。一つひとつの取り組みは小さいかもしれませんが、事業部全体になると相当な額になっているかと思っています。

このように、幅広い領域をカバーする開発体制や、ソフトウェアハウスとしての使いやすさ、現場営業の高い意識という土壌ができているからこそ、コロナ禍を機に行ったアカウントごとの戦略も生きてい

るのだと思います。ちなみにこの戦略では、アカウント単位の業績をリアルタイム

で詳細に把握できるよう見える化を実施。これによりリソースをどこにけるかな

ど、選択と集中がしやすくなったのも業績アップにつながっていると思います。

## 先行き不透明な時代でも、乗り越えられる自信がある

現在の勢いを継続できるかどうかは、世界情勢などさまざまな要因もあり、何とも言えません。しかし、今後苦境に陥ったとしても、これまで逆境を乗り越えてきた経験があるからこそ、前に進んでいけると思っています。リーマンショックの頃は開発案件が減少したことにより、当時50人や100人に収まらないほどの待機人員が

発生し、非常に苦労しました。それでも、おそらくほかの企業と比べてインパクトは小さかったのではと思います。繰り返になりますが、その要因はそれまでに勝ち得てきたお客様の信頼があったから。現在はそれに加えて、組込み系のさまざまな製品や業務系システムの開発実績、そこで蓄えたスキルや知見など、クライアント・シ



ステム開発事業部の武器となる要素が豊富にそろっています。事業部全体で積み重ねてきた変革の歴史が、今後も必ず生きてくると思っています。

## Sky株式会社で働いているとおのずと養われる“商売力”

Sky株式会社で働く魅力は、これまでの開発経験が生かしやすいことです。クライアント・システム開発事業部では、幅広い技術領域の業務を請け負っているので、皆さんの活躍の場をご提供することが可能です。また、開発職向けのさまざまな研修を実施するなど、社員のスキルアップも会社全体でサポートしていますので、成長意欲のある方に最適な環境だと思います。

弊社で働くために必要な要素を挙げるとすれば、「巻き込み力」「コミュニケーション力」、そして「商売力」でしょうか。弊社はチームで業務を進めていく会社なので、周りのメンバーを巻き込む力は欠かせません。そのためには、周りの声を聴く傾聴力と自身の意見を発信する力などコミュニケーション力が求められます。その上で、弊社に根づく商売への意識を常に持っていることが大切です。エンジニア



として「商売力」を求められることに自信がないと感じる方もいらっしゃるかもしれませんが、弊社では周りのメンバーが常にその意識を持って動いているので、業務を通じておのずと「商売力」は養われていくと思います。安心して弊社への入社を検討いただけたら幸いです。



Pick Up

## 市場に新しい価値を提案するために ALL Skyで商品づくりに取り組む

### 営業支援 名刺管理サービス 「SKYPCE」が目指す“名刺DX”とは

2022年1月の発売より1年半が経過した営業支援 名刺管理サービス「SKYPCE」。名刺を有機的に活用し、新たな営業活動を支援する「名刺DX」ともいえる本サービスは、どのように進化しているのか。その背景にある「ALL Sky」の商品づくりとはどんなものなのか。商品企画を統括するキーパーソンが解説します。

#### 本稿のPoint

- ✓ 営業支援 名刺管理サービスに注力する理由
- ✓ 名刺を活用した営業支援のかたちとそのメリット
- ✓ SKYPCEはどのように開発されているのか



執行役員  
ICTソリューション事業部

### 金井 孝三

ソフトウェアの企画・開発・販売促進までを統括する責任者として「SKYSEA Client View」をはじめ「SKYPCE」などの各種自社商品を手掛ける。

## リモートビジネスの定着で、名刺はなくなる？

結論から申し上げますと「今後、名刺はなくなるのでは」という意見に、私は否定的です。元来、日本は世界でも有数の名刺文化の国です。確かに3年以上続くコロナ禍の環境においては、Web会議システムを活用したオンライン商談が増えました。また、かつては考えられなかったほどテレワークが定着しています。

しかし、すでに連絡先の交換を済ませている取引先の担当者であっても、初めて対面したときに真っ先に行うのは名刺交換です。ごく自然な流れで「先日は、オンラインで失礼しました」などと言葉を交わしながら名刺交換する様子は、コロナ禍においても何ら変わりありませんでした。

さらに2022年後半になると、欧米の大手ITメーカーでもフルテレワークの勤務形態を見直し、出社勤務の比率を上げる企業が相次ぎました。この背景には、単なる「生産性」の低下という言葉では表しきれない弊害があったのだらうと感じています。例えば近年、ビジネスの世界で「セレンディピティ(Serendipity)」という言葉が話題になっています。これは「素敵な偶然の出会いにより、予想外のものを見出す力」を意味するそうです。取引先を訪問した際に、受付でのあいさつや通路を歩きながらの会話という、ちょっとした場面

に重要なビジネスチャンスが隠れていた、という経験をされた方も少なくないと思います。合理性を求めるあまりオンライン商談やテレワークばかりになることで、「創造性」が失われてしまうことは、ビジネスにとって大きな損失だといえるでしょう。

今後は、これまで以上にリアルとオンラインを上手に使い分けることがビジネスの要諦となっていくと考えられます。そのなかで日本の商文化の象徴である名刺がなくなることはないと考えており、むしろ今こそ名刺の価値を再定義すべきだと思います。

これまでのように紙の名刺をそのままファイリングしておくだけでは、担当者個人による「連絡先の保管」以上の価値は生まれません。中には、すべての名刺を会社の共用ファイルにとじるというルールを設けている企業もあるそうですが、これも「連絡先の保管」の域を出る運用ではありません。

まずは名刺をデータ化し、社内の関係者なら誰でも、いつでも、どこでも、手軽に閲覧できる環境が必要です。さらに取引先に対して、誰が、いつ、どんなアクションを起こし、どのような角度でアプローチしているのかが共有できると、どうでしょうか。詳しくは後述しますが、それがSKYPCEを「営業支援名刺管理サービス」と位置づけている理由です。

## 名刺をデータ化すると 個人情報データベースとして扱われる

名刺をデータ化すると、検索性の向上と持ち運びの自由度が増します。数百枚もの名刺を毎日持ち歩くことはできませんが、データ化してスマートフォンで検索・閲覧できれば、必要な情報がすぐに取り出せるようになります。この利便性は、すでに多くのビジネスパーソンが実感しており、個人向けの

名刺管理サービスの利用者は300万人を超えているという調査もあります。

しかし、注意しなければならないことがあります。データ化されて検索できるよう管理された名刺情報は、個人情報保護に関する法律で「個人情報データベース」として扱われます。



つまり、会社業務を通じて得た名刺をシステムに登録すると、その時点で会社が管理しなければならない個人情報になります。しかし、それを知らない社員が、自分が利用している個人向け名刺管理サービスに登録してしまう事例が多発し、問題視されています。

実は、こうした個人向けサービスの利用規約を見ると、会社業務を通じて取得した名刺を登録することは想定されていません。しかし、利用者の多くが規約を理解しないまま、サービスを利用しているのが実情ではないでしょうか。これらは個人情報保護という観点はもちろん、会社に無断で外部サービス等を利用するシャドーITという側面でも見過ごすことができない問題となっています。

また、別の問題も存在しています。無料で提供されているものが多い個人向け名刺管理サービスですが、クラウドサービスを提供するには相応の原価がかかります。ですからサービス事業者は、何らかの手段で収益化(マネタイズ)しなければなら

ず、その利益の大部分を広告収入から得ているといいます。

サービス事業者が、ユーザーが登録した名刺を分析すると、どんな業界で活動している人なのか、どのような立場の人と交流があるのかが浮き彫りになります。その分析に基づいて、ターゲティングされた広告をピンポイントで表示するという仕組みです。これが一般的なユーザー行動を基にしたターゲティング広告であればいいのですが、それが名刺情報の分析に基づいて最適化された求人情報だとすれば、ユーザーが働く企業としては看過できないのではないのでしょうか。

利用者の多くが利用規約を理解せず、会社業務で得た名刺を無料サービスに登録している実態があり、その名刺情報が分析されて同業他社への転職機会が提供される。そして転職が実現すると、サービスに登録されている名刺情報が持ち出されてしまう可能性が高い。こうした問題点に企業側も気づき始めており、社内規定で個人向け名刺管理サービスの利用を禁止するなどして対策に動き出しています。

## 個人向け名刺管理サービスの利用における主なリスク

- ✓ 名刺をデータ化して管理すると個人情報データベースとして扱われる
- ✓ 業務を通じて入手した名刺を登録することが想定されていない
- ✓ 無料サービスの場合、サービス事業者が収益化を図る必要がある
- ✓ 最適化された求人情報を含むターゲティング広告が提供される
- ✓ 転職時にユーザーがデータを削除しない限り、容易に持ち出せる
- ✓ 登録したデータは名刺画像も含めてエクスポートできない



## 会社として顧客の名刺を管理し、さらに有益に活用する

転職する社員が名刺情報を勝手に持ち出せば、不正競争防止法違反になるのでは？というご質問をいただくことがあります。しかし、持ち出した情報が同法で定める「営業秘密」に当たる情報だとするには、①秘密管理性 ②有用性 ③非公知性という3要件を満たさなくてはなりません。平たく言えば、①営業上の秘密として情報へのアクセスが制限されていること ②事業活動や経営改善などに利用されている情報であること ③一般には知られていない、または簡単には入手できない情報であることです。

しかし、社員が会社の許可を得ず外部の名刺管理サービスに登録している時点で、秘密管理性を主張するのは難しくなります。また、名刺に記載されている情報だけなら調べれば入手できる可能性がありますから、非公知性にも当てはまりません。

では、どうすれば良いのか。例えば、①会社が管理するシステムに登録し、IDとパスワードでアクセスを制限する。②事業活動等でその情報を活用する。③事業活動を通じて知り得た情報を名刺情報に付与していく。これならば重要な顧客名簿として「営業秘密」と位置づけることが可能です。

社員が持つ名刺を管理するために、そこまでするのはと思

われる方もいらっしゃるでしょうが、それは違います。先ほども触れたとおり、紙の名刺であれば会社が一括管理をしても、検索性・閲覧性に乏しいため「連絡先の保管」の域を出ません。しかし、システム化し関係者が共有できる情報であれば、その活用の幅は大きく広がります。私もこれを「名刺DX」と呼んでいます。まさに、ITによって名刺の持つ価値を再定義し、営業活動の変革につなげるための「営業DX」です。

一般的に営業活動を支援するツールと言えばSFA（営業支援システム）やCRM（顧客管理システム）をイメージされたいと思います。これらは営業案件ベースに進捗管理したり、顧客情報を管理したりする仕組みです。しかし、見込み顧客の担当者や名刺交換した際、すでに案件が具体化しているケースは非常にまれではないでしょうか。

新規の見込み顧客から面会の機会をいただいたものの、設備を入れ替えたばかりで次回は数年先だった、といったことが多いのが現実です。ですから優秀な営業担当者は、次の設備投資ではファーストコールパートナーとなれるよう継続して関係を築いていくわけです。このような、まだ案件化していない段階の関係づくりの活動を、個人の名刺にひもづけて管理できるのがSKYPCEの特長です。

### 不正競争防止法が定める「営業秘密」の3要件

	秘密管理性	有用性	非公知性
内容	当該情報が秘密として管理されている状態。情報へのアクセスが制限されていたり、従業員に営業秘密だと認識されている必要がある。	当該情報が客観的に見て企業の事業活動に有用で、経費の節約、経営効率の改善等に役立つものであること。	当該営業秘密が一般的に知られていない、または容易に知ることができない状態。
対応例	会社のシステム上で管理し、IDとパスワードでアクセスを制限する。	登録された名刺情報などを、事業活動や経営改善のなかで活用する。	事業活動を通じて知り得た情報を、名刺情報にひもづけて登録する。

## SKYPCEは弊社自身の営業DXに活用することが前提

SKYPCEの運用において必要なルールは「いただいた名刺はその日のうちに登録する」「登録した取引先に対するアクションを記録する(活動記録)」という2つだけです。この「活動記録」は、2023年1月にリリースしたVer.2で追加した機能です。名刺が登録されている取引先の担当者に対して、訪問や電話、メールなどでアクションを起こしたときに、その内容を記録します。記録には複数のタグをつけることができ、タグを使って絞り込むと案件ごとのアクションが時系列で追えるようになります。また、3か月間使用されていないタグはグレー表示されるので、アプローチが継続できていない案件がひと

目で見つけられます。

これを、自身の営業活動の振り返りに活用することはもちろん、社員名で検索すればチームの一人ひとりの動きが把握できるようになります。そこから適切なアプローチができていないかを確認し、上司がフォローに入るきっかけにしたり、適正な人事評価の材料にすることもできます。となく個人の素養に依存しがちな営業ノウハウや、活動状況の共有にこの機能を生かし、チーム営業の実現につなげていただきたいと思います。実はこれまで、見込み案件を含めたビジネスの進捗情報を管理できるシステムは、ほぼありませんでした。私たちはSKYPCE独自の機能で



動いていない案件がすぐわかる

3か月以上使われていないタグはグレー表示。停滞している営業案件がないかを確認できます。

三ヶ月以前  
G株式会社  
N株式会社

社員で検索するとチームメンバーの状況も把握できる

社内関係者: 青雲 太郎 <営業部\_大阪> 登録日: 2022/12/01 ~

タイトル:  どれかを選ぶ

詳細:  どれかを選ぶ

カテゴリ:  選択

手段:  選択

SKYPCE 名刺/会社情報 営業活動 工藤 愛

活動記録 メール配信予約 メール配信状況

自分の活動 会社全体の活動

会社名:  部分一致 完全一致 活動日: 2022/10/01 ~

顧客名:  苗字のみ (完全一致)

活動タグ:  追加

検索 詳細検索

検索結果: 77件

すべての活動(77)

株式会社秋空サービス

青雲エンタープライズ株式会社

SKYSEA 提案中

株式会社冬空舎

株式会社SORANATSU

A株式会社

株式会社秋空サービス 商品B 案件 活動日: 2022/12/22

カテゴリ: 新規営業

顧客: 株式会社秋空サービス 総務部 松本 由美, 株式会社秋空サービス 総務部 佐藤 翔平

手段: 訪問

社内関係者: 青雲 太郎 <営業部\_大阪>

詳細: 商品Fと比較したが、商品Bのセキュリティに特化した機能を入っていただけ、導入いただけるとのこと。追加オプションなどについて資料にてご検討いただけます。

活動タグ: 株式会社秋空サービス SKYSEA提案中

複数のタグが設定できる



「商談になる前の関係づくりを管理・共有する」という新しい価値を提供したいと考えています。

今、この「活動記録」機能に、取引先企業に関するニュースの配信機能を追加する開発を進めています。SKYPCEに登録されている企業名を手掛かりに企業のプレスリリースと関連するWebニュースを表示するという機能です。会話の引き出しを提供することで、継続した関係づくりに取り組む営業担当者の一助となればと考えています。

また既存機能の改善では、弊社自身がSKYPCEを徹底的に活用して営業活動の変革に取り組むなかで、機能をブラッシュアップしています。例えば「One to Oneメール送信」機能は、差出人名を名刺所有者(社員)にしてメールマガジンを

送信できる機能なのですが、この機能を2023年の新年のごあいさつ(年賀メール)の送信に活用しました。

まず機能を拡張したプロトタイプを作り、社員一人ひとりがメールのメインビジュアルや文面を選択できるようにした上で、個別にひと言コメントを添えられるようにするなど、営業担当者から要望を集めて実装。1月1日に配信を実行しました。そして配信時の記録から負荷や遅延などの状況を確認し、社員からも改善に向けた意見を募りました。現在、この実施結果に基づいてメール配信機能の強化に取り組んでいます。

ここで紹介した以外にも営業支援機能の充実に取り組んでいます。また外部のSFA・CRMとの連携も進めていく予定です。

## ALL Skyで商品を作り、ALL Skyで育てる

Sky株式会社には「ALL Sky」という、社員全員が主体的に参加する企業文化を表したキーワードがあります。このSKYPCEは、まさに「ALL Sky」を象徴する商品だと言えます。先ほど営業担当者から要望や意見を募って機能に反映させたと説明しましたが、SKYPCEは発売以前から社内でも活用し、複数回にわたって全社員から改善意見を募りました。営業部門だけではなく、開発も事務スタッフも含めて全員が実際に商品を利用し、そこで挙げた改善点を集約して商品に反映しています。その取り組みは、発売から1年半が経過した今も不定期に実施しています。

また、SKYSEA Client Viewなど従来の自社商品の開発は、基本的にICTソリューション事業部の開発課が一手に担っていましたが、SKYPCEはWebアプリケーション、データベース、クラウドインフラ、AI・画像解析、スマートフォンアプリなど、関連する技術領域が多岐にわたることもあり、受託開発が中心のクライアント・システム開発事業部の技術部も開発に参加。さらに社内のOA化、DX推進を担っている「Skyスタイル部」も加わって、まさに「ALL Sky」で開発しています。

SKYPCEの市場は、すでに情報セキュリティ対策に対するニーズが顕在化しているSKYSEA Client ViewやICT活用教育の充実が求められているSKYMENU Cloudなどの市場とは異なります。商品市場自体が「導入期」に当たるため、名刺活用による営業支援という潜在的なニーズを自ら掘り起こしながら市場を拡大していく必要があります。

だからこそ、Sky株式会社自身がSKYPCEを最も活用するユーザーとなり「名刺DX」を実現していきながら、新しい価値を提案していく。そして、その過程でさらに商品をブラッシュアップさせ、お客様にご満足いただける商品に育てていく。今はまさにその真ただ中にあるといえます。

キャリア採用でSky株式会社への応募を検討されている方で、営業職の方にはSKYPCEを活用した「名刺DX」の体現者となっていただきたいと思っています。また、開発職の方がSKYPCEの開発に携わるときには、これまでの経験から得た知見を新しい価値を創り出すために生かしていただき、力を発揮していただければと思っていますので、ぜひよろしくお願ひします。

## Skyスタイル部のおシゴト

社内の「困った…」を  
解消するため

DXを実現!

Sky株式会社では、社内のさまざまな課題の解決や業務効率化のためにDX（デジタルトランスフォーメーション）を推進しており、その役割を担うのが「Skyスタイル部」です。

Skyスタイル部の仕事について、開発・運用するシステムの事例を通じてご紹介します。

## 「Skyスタイル部」とは？

弊社では、情報共有しながらチームで働く「Skyスタイル」という独自の働き方を追求しています。Skyスタイル部では、社内コミュニケーションツールをはじめとするさまざまなシステムの開発・運用をとおして、その働き方を後押ししています。2022年に組織編成により体制が強化され、現在は約90名が在籍。社内の各部署から要望を受けながら、社内DXを推進するとともに、自社商品の開発にも携わっています。



# 各種手続きのDXを推進!

## 社員の困りごと



## 申請のフローがもっと楽にならないかなあ……

弊社では、名刺作成や社用携帯電話の利用、社宅の手配など、仕事をする上で、申請が必要になる場面がたびたびあります。申請の承認を得るためには、上司の認可を受けた上で、さらに申請者が担当部署を調べて連絡する必要もありました。一連のやりとりはメールで行っており、複雑なフローを簡略化したいという思いがありました。

## 各種申請に社内SNS「Skyなう」を活用! 申請・認可・担当部署への連絡を自動化してフローを効率化

弊社では、日々の業務に社内SNS「Skyなう」を活用しています。社内に根づくツールを活用することで、手軽に申請作業が行えるようにしました。「Skyなう」上で、必要事項を入力して「申請」ボタンをクリックするだけで、上司や担当者へ自動で連絡されるため、担当部署を調べる必要がなくなり、申請者の負担軽減につながられました。



### 「Skyなう」とは?

全社員が「つぶやき」を投稿できる社内SNSです。業務について情報共有したり、技術に関する疑問をつぶやくとほかの社員が回答してくれたり、社員同士がリアルタイムにつながることができます。チャット機能やスケジュール機能、社内施設の予約ができる機能なども搭載されています。

### 例えば……名刺の作成を申請するとき

#### 「Skyなう」の申請画面に沿って必要事項を入力

**名刺申請**

1. 申請書を記入してください

社員ID  名前

枚数  枚 受け取り希望日

ふりがなをいれる場合は以下から選択してください  
 なし  名字のみ  名前のみ  名字 + 名前

2. 認可者を選択してください

認可者: 秋空 二郎

3. 投稿欄に内容をご記入の上、申請ボタンをクリックしてください

【認可願】名刺申請について、ご認可をお願いいたします。@秋空 二郎  
名刺申請書 [社員ID]: XXXXX [名前]: 青空 一郎 [枚数]: 50  
【受け取り希望日】: 2023-04-03 [ふりがな]: 名字 + 名前

上記で入力した  
内容が投稿内容に  
反映される

### 上司や担当部署への連絡が自動で進む

Skyなう

**申請者** 青空 一郎 13:00  
【認可願】名刺申請について、ご認可をお願いいたします。@秋空 二郎  
名刺申請書 [社員ID]: XXXXX [名前]: 青空 一郎 [枚数]: 50  
【受け取り希望日】: 2023-04-03 [ふりがな]: 名字 + 名前

**認可者** 秋空 二郎 13:15  
【認可】了解しました。@青空 一郎

**申請者** 青空 一郎 13:15  
【依頼】名刺申請について、ご対応をお願いいたします。  
名刺申請書 [社員ID]: XXXXX [名前]: 青空 一郎 [枚数]: 50  
【受け取り希望日】: 2023-04-03 [ふりがな]: 名字 + 名前

**総務** 冬空 華子 9:30  
【依頼対応完了】名刺申請について、対応を完了しました。@青空 一郎

上司もSkyなうで確認し、  
承認できる

認可が下りると  
自動で対応依頼が進む

## 人財部の困りごと



## 頑張る社員を日頃からたたえたいなあ……

弊社では、年齢や学歴などにとらわれず、社員一人ひとりの実力を評価しています。半年に1度、直属の上司と面談の場を設けて査定を行っていますが、社員を適正に評価する仕組みをさらに充実させ、社員のモチベーションアップにつなげたいという思いがありました。

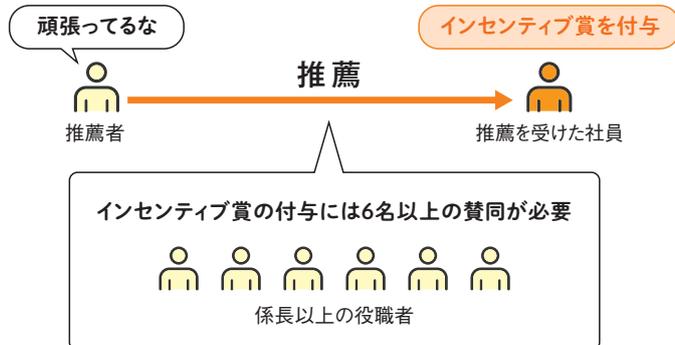
## 「インセンティブ」制度の導入に合わせ、スムーズな制度運用に向けたシステムを開発! 頑張る社員への適正な評価をサポート

活躍する社員を、査定期間だけでなく日常的に評価する「インセンティブ」制度が導入されました。制度のルールが複雑なため、スムーズな制度運用には、システムの開発が不可欠でした。まずは推薦された社員や賛同者の人数などが管理できる、必要最小限の形でリリースし、随時ブラッシュアップしています。例えば1人に対して、複数の役職者から同じ理由で推薦されるケースが発生した際には、推薦時の画面を改善しました。またこの制度は、社員のモチベーションアップも目的の一つです。そこで、「自分も頑張ろう」とチームメンバー同士で高め合えるように、インセンティブ賞の受賞者だけでなく、同じチームのメンバーにも「Skyなう」で、受賞のお知らせが届く機能を追加。お祝いコメントも贈れるようにしました。



### 「インセンティブ」制度とは?

役職者（係長以上）が成果を挙げた社員を推薦。広い視点で公正に評価するため、推薦者以外の役職者から一定の賛同が得られれば、インセンティブ賞が付与されます。業務で関わった他部署の社員を推薦することもでき、多角的な人事評価につながっています。また、定期的に頑張る社員を評価できるように、役職者には推薦のノルマも設けられています。



### 1 推薦された人を一覧で表示

一覧で表示することで、推薦された人を把握しやすくしています。  
対象者をクリックすると、推薦理由も確認できます。

### 2 賛同者の数などのステータスを随時更新

賛同者の数をリアルタイムで反映。また、賛同を募る期間はルールで定められており、「集計中」「集計済」などの状況も確認できます。

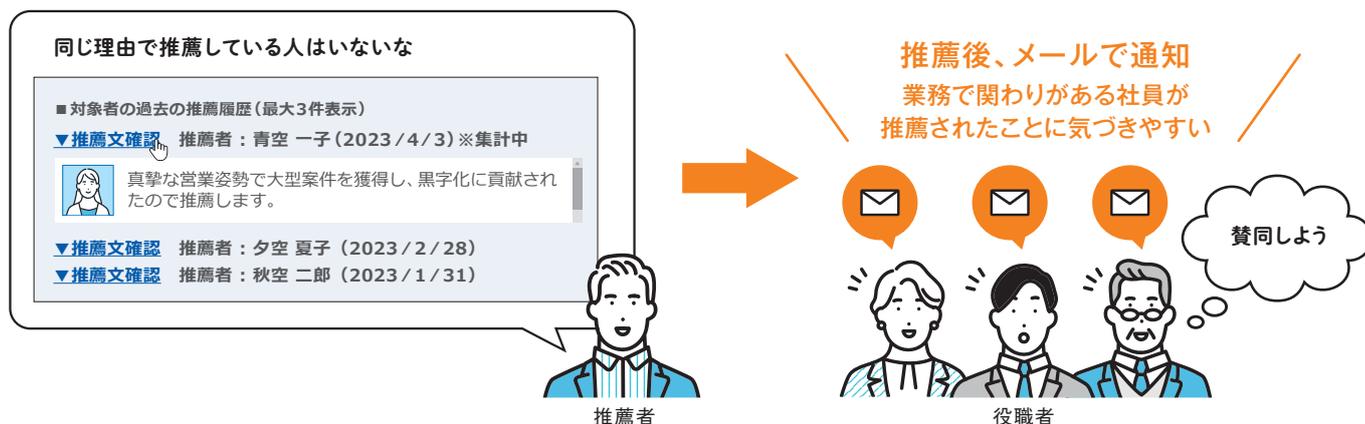
対象者	事業部 / 所属 / チーム	種類	OK / 質問	達成状況	集計状況	推薦者
1  青空 一郎 リーダー	ICT ICT営業部	生産性向上に貢献	6件 / 0件	達成	集計済	2 夕空 夏子 係長
 秋空 華子 チーフ	CSD CSD営業部	メンバーの育成に貢献	1件 / 0件	未達成	集計中	秋空 二郎 係長

推薦文

 メンバーの育成に貢献  
指導している新人が〇〇案件にて今期最高の売り上げを獲得しました。的確な指導とフォローが素晴らしかったので推薦します。

### 3 推薦する際の画面に推薦履歴を表示

役職者が推薦する際に、推薦履歴や理由を確認できます。1人に対して同じ理由での選出を防ぐために、システムを改善しました。



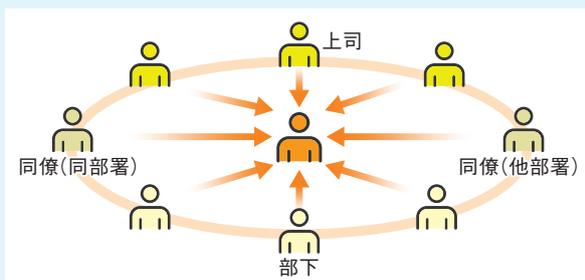
#### POINT

奮起のきっかけになるよう、インセンティブ賞の確定後には、すべての社員が推薦理由や賛同者のコメントを確認できます。

そのほか・・・

#### 「360度評価」もシステムで!

さらなる多角的な人事評価に向け「360度評価」制度が導入されました。そこで、半年に1度の査定に活用している既存の人事考課システムを改善し、業務で関わる上司、部下、同僚が、良かった点と改善点を入力できるようにしました。査定の際はその内容を踏まえて評価されます。



## 勤怠申請の **DX** を推進!

### 社員の困りごと



### 勤務表の確認作業がもっと楽にならないかなあ……

弊社は、社内勤務だけでなく、お客様の拠点への常駐など、働き方が多様なため一律で勤怠を管理するのは難しい環境です。社内勤務の社員はタイムカードの打刻と月締めの勤務表（勤怠管理表）の記載に差異がないかを手作業で確認していました。

## 出退勤時間の打刻アプリを開発！ 勤怠管理表との連携で勤怠管理を効率化

社用iPhoneから出退勤時間を打刻できるようにしました。社内のWi-Fiに接続されていればアプリで打刻でき、ICカードリーダーなどの機器がなくても、社内にいることが確認できる仕組みです。お客様先での勤務や出張先などでも、上司の認可が下りれば打刻が可能。また、自動で勤怠管理表に反映されるので、確認作業を短縮することができました。



### 社内にいる場合

社内のWi-Fiに  
接続中



タップで  
完了



### お客様先や出張先にいる場合

認可します

上司の認可が必要



#### POINT

現場社員はもちろん、勤務時間の集計作業を行う総務部門の負荷軽減にもつながりました。

※ 掲載している操作画面はすべてイメージです。

そのほかにも、労務管理や営業、開発、お客様へのサポート業務において、品質向上や業務を効率化するために独自開発した

大小さまざまな **100** 以上のシステムを運用しています



## Talk Session

### クライアント・システム開発事業部

# 5つのグループの連携強化により エンジニアが実感した現場の変化とは？

2022年度、売上・利益ともに過去最高の業績を残したクライアント・システム開発事業部。車載システム開発に携わる3つのグループのキーパーソンに、好調な業績の背景や求める人材などについて語り合っていました。

クライアント・システム開発事業部内には、5つのグループがあり、それぞれに業務系システムの開発、組込みシステムの開発、評価 / 検証の案件に携わっています。

コロナ禍などで市場の先行きが不透明なかでも、お客様のご要望にお応えするため、2022年度から新たに配置した「アカウントマネージャー」に、各グループが持つお客様の情報を集約。これまで以上に、知見の共有や日常レベルの情報交換が進み、各グループの垣根を越えた連携が可能になりました。

ビジネス  
ソリューション  
グループ

カーエレクトロニクス  
グループ

エンベデッド  
ソリューション  
グループ

モバイル  
ソリューション  
グループ

評価 / 検証  
グループ

—それぞれの立場や業務の内容について教えてください。

**田中** AD(自動運転) / ADAS(先進運転支援システム)の開発に携わるチームでプロジェクトマネージャー(以下、PM)をしています。現在は10チームほどを担当しており、チームによってはプロジェクトリーダー(以下、PL)の役割を担っているものもあります。

**青木** 私は、業務系システムの開発などを請け負うビジネスソリューショングループ(以下、BSグループ)で、自動車におけるクラウドサービスを開発するチームのPLやPMをしています。例えば、自動車の各デバイスからクラウドにアップロードされたデータを見える化したり、解析したりするデータ基盤の開発です。10~15のプロジェクトを担当しています。

**吉田** 私には2つ役割があり、一つは評価 / 検証グループの中部エリアの統括です。メンバーのアサインをはじめ、お客様の拠点ごとに別々に働いているメンバーの結束を促すなど、働きやすい環境づくりに取り組んでいます。もう一つは、PMとしてお客様と自社の窓口になる役割で、現在は5つのお客様を担当しています。実際に手を動かす評価 / 検証



## クライアント・システム開発事業部 技術部

### カーエレクトロニクスグループ

課長

### 田中 毅 *Tanaka Takeshi*

2003年にキャリア採用で入社。2018年に名古屋支社へ異動し、現在はAD / ADASの開発業務などに携わる。

### ビジネスソリューショングループ

課長代理

### 青木 太志 *Aoki Taishi*

2012年にキャリア採用で入社。2016年に名古屋支社へ異動し、車載関連のクラウドサービスの開発業務などに携わる。

### 評価 / 検証グループ

課長

### 吉田 直樹 *Yoshida Naoki*

2016年にキャリア採用で入社。名古屋支社で、車載関連の評価 / 検証業務に携わり、現在はマネジメントを担う。

業務以外の部分を担っているイメージです。

**青木** お二人は、マネジメントが中心となる役割を担われていますが、私は一部、設計や実装を行っているものもあります。できるだけ絞った部分を担当し、周りのメンバーに引き継いでいるところです。

権限委譲が必要だと感じているのですが、BSグループの体制はこの10年で大きくなり、名古屋支社を含めグループ全体として若いメンバーが多いです。私が名古屋支社に異動してきた2016年にはメンバーは50名ほどでしたが、現在は約130名にまで増えました。またBSグループで対応できる業務の幅も大きく広がりました。

——グループが急成長しているのですね。事業部としても売上・利益ともに過去最高となりました。その背景にはどういったことがあるのでしょうか。

**青木** 1社のお客様の中に存在するさまざまなプロジェクトを、各グループがそれぞれの領域で担っています。一つのグループの業務が評価されることで、ほかのグループでの仕事につながっていることが大きいと思います。

例えばカーエレクトロニクスグループ（以下、カーエレグループ）の開発業務に携わる技術者が、Sky株式会社ではクラウドサービスの開発や評価 / 検証業務のコンサルにも対応できることをお

客様にお伝えすることで、新たな業務をお任せいただくことがあります。こうした現場営業が実を結んでいるのだと思います。

**田中** おっしゃるとおりですね。現場営業で案件の情報を収集して共有してもらっています。各グループが横の連携を取りながら営業をしていくことで、仕事広がっていくパターンが多いです。また、お客様のパートナー企業評価制度で、弊社はトップクラスの評価をいただいており、お客様の中でも「Sky株式会社を使っていこう」という雰囲気があることも大きいです。

**吉田** それはありがたいことですね。弊社の一番の強みは柔軟性だと感じ



ています。お客様のお困りごとに対して、細かなところまで先回りして配慮する。かゆいところに手を届かせる対応を積み重ね、信頼関係を築くことができているからこそ、お客様と話がしやすく、提案もしやすくなっているのだと思います。

—各グループはどのように連携されているのでしょうか。「アカウントマネージャー」が置かれたことで変化はありましたか。

**田中** われわれが開発した車載ECU（電子制御ユニット）などを、評価/検証グループが検証するケースが多いので、

アカウントマネージャーが置かれる以前から、評価/検証グループとは綿密なやりとりがありました。弊社には、お互いに助け合い、チームで業務に取り組む「ALL Sky」という企業文化が定着していて、常に横の連携は大事にしてきました。

**吉田** とはいえ以前は、案件について自分たちの領域の中で検討を済ませてから、結論をほかのグループと共有していました。アカウントマネージャーが置かれ、現在は検討段階から各グループで連携する横軸ができたことが大きな変化だと感じています。

**青木** 情報共有の質も高まったと思

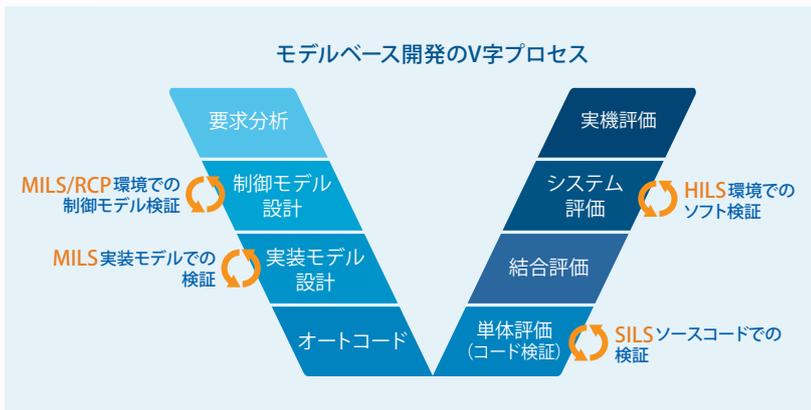
います。社内SNSのトークルームを使って、売上や利益などの数字も日常的に共有されるようになりました。また、ほかのグループの成功事例やノウハウを教えていただくことで、BSグループでももっと数字を積み上げていこうという気運が高まっているように感じます。

さらに、それぞれのグループが現場で得た細かな情報も共有されるので、物事を多角的に、立体的に捉えられるようになったと思います。

**田中** アカウントマネージャーが設けられたのは、良いタイミングだったと思います。というのも近年、自動車をはじめ、あらゆる製品でソフトウェアの重要度が増えています。お客様の要望が広がっており、自分たちのグループが持つ技術だけではまかなえない部分が出てきたからです。そういったときには案件に合わせて、青木さんのBSグループや、画像認識についての知見があるエンベデッドソリューショングループと連携しています。

**青木** 確かにそうですね。カーエレクトロニクスグループから、クラウドの知見がある人材がほしいといった相談を受けることも多いです。いわゆる「自動車のスマホ化」が進むことで、これからはさらにソフトウェアの更新が容易になっていくため、開発のサイクルが短くなり、アジャイル開発

アカウントマネージャーが置かれ、  
案件について検討段階から各グループで連携する横軸ができた



をはじめ、「CI / CD (継続的インテグレーション / 続的デリバリー)」といわれる一連の工程に自動化を導入することが必要になっています。そういった領域は、BSグループが担当する部分なので、ほかのグループから相談を受けて対応したり、われわれが環境を作って実際の作業は評価/検証グループが担ったり、という連携も行っています。

また、業務系のシステムは、スマートフォンでも使えるようにアプリ開発することも多いので、モバイルソリューショングループとの関わりも深いです。

**田中** 各グループが「どう動くのか」を共有し、話し合い、知見を借り合うことができますよね。そのほかにも、モデルベース開発のV字プロセスにおいて、V字の右下の「単体評価」はわれわれ開発者が担う部分ですが、メンバーのアサインが難しくなってくると、評価/検証グループのメンバーに加わってもらうこともあります。

**吉田** 確かに現場のメンバー同士でも、以前より横の連携を意識するようになってきていると思います。また、これまでは各グループのトップが決裁権を持って

いましたが、アカウントマネージャーというお客様に関わる全体を見通せるトップが決まったことで、動きやすくなったと実感しています。

**田中** アカウントマネージャーに相談すれば、各グループに声を掛けてもらえるので、効率的に横連携ができるようになり、全体を見通したアドバイスももらえるようになりました。

**青木** 何よりもお客様の要望にお応えし、お客様の利益に向け、全体最適に

していこうと、グループの垣根なく取り組んでいくスタンスになっていますよね。そこがアカウントマネージャーが置かれた一番大きな変化かもしれません。

**田中** そのとおりです。新しいプロジェクトのメンバーのアサインについて、われわれのグループで案件をいただいたけれど、技術領域的にBSグループの協力が必要になるときは、一緒にお客様へ提案することもあります。提案の厚みが増し、これまで以上にお客様の要望にお応えできるようになりました。

当初は、お客様の開発プロジェクトや評価/検証業務に、派遣や出向という形で、ピンポイントで入っていくところからスタートしました。徐々に携わる範囲が広がり、各グループの連携が高まったことで、特定の領域だけでなく、一つの機種の開発を一括して請け負うといった案件にも挑戦していけるようになったと思います。



——事業部が発展してきているのですね。そのなかで、エンジニアとしてSky株式会社で働く魅力はどういったことでしょうか。

**吉田** ここまでお話してきたとおり、弊社には「ALL Sky」の文化があります。縦割りではないので、風通しが良く、働きやすい環境です。メンバー同士で積極的にコミュニケーションをとりながら業務に取り組んでいます。

**青木** 社内にいるメンバー同士だけでなく、お客様先で作業するメンバーとの連携も密です。弊社は、社内SNSをはじめとするコミュニケーションツールが充実していることに加えて、コロナ禍でWeb会議システムも活用するようになりました。こうしたツールを使って気軽にコミュニケーションが取れるので、お客様先に常駐するメンバーと社内勤務のメンバーの間に垣根はなくなっていると思います。

**吉田** あとは、技術領域が広く、成長できるチャンスがあることも魅力だと思います。

**青木** そうですね。先ほどから現場営業という言葉が出てきていますが、技術だけでなく、弊社では若手のうちから現場営業に取り組むので、自然と「商売」に関わるジェネラリストとして成長していけることも魅力だと思います。

あとは、昔の開発現場では、残業して稼働を上げて……という働き方だったと思うのですが、「SOS制度」があり、負荷が高まるとアラートを上げて助け合うことができます。

**田中** それは弊社の改善文化のためですね。青木さんが入社される以前、SOS制度の導入当初は、そうまわは回っていませんでした。改善を重ねて、早めにアラートを上げることが根づいた結果、初動が早くなり対応がスムーズになっています。

**青木** そうだったんですね。確かに、日々業務を改善していくことは弊社の文化の一つです。

また、手を上げたらチャンスをもらえる会社でもあります。以前会社で人型ロボットの「Pepper」を購入したことがありました。興味があったので、社内で勉強会を開いたら、展示会でPepperを使うので協力してほしいと、声を掛けていただいたんです。発信していると、チャンスがもらえるというのはやりがいになります。

**吉田** そういった前向きな挑戦をきちんと評価してくれる人事評価制度も充実していると思います。実力主義で、実績を残せば半期に一度の査定で昇格のチャンスがあります。活躍する社員や部署の表彰、査定以外でも頑張る社員を日常的に評価する「インセンティブ」制度もあります。

**青木** そうですね。半期に一度、目標の設定や結果についてフィードバックしていただける面談があり、成長するためのフォローもしっかりしています。評価の軸がオープンなので、どのような成果を残せば評価されるのか明確で目標を立てやすいです。

**田中** 情報は常にオープンにされる環境ですね。社長が社員に向けて、日々ブログなどを通じて情報発信されています。みんなが同じ方向に向かって進むことができているのも特長です。

——では最後に求める人材について教えてください。

**青木** 冒頭でお話しましたが、BSグループは急速に組織が大きくなり、若



## 共に挑戦し、変化していくことを楽しめる方と一緒に働きたい

手の多いグループです。お客様の窓口やチームマネジメントを行う層が不足しているという課題があります。そういった層を担える方に来ていただきたいですね。

**吉田** われわれのグループでも中間層が不足していることに苦労しています。マネジメント経験のある方は弊社で活躍できる場面があります。

**田中** どのグループも同じような課題があるんですね。われわれも、新卒入社メンバーをマネージャーの役割を担える人材へ育成することが課題です。この解決には、キャリア採用がキーポイント

になると思います。ぜひ、その育成を担っていただきたい。ですが、育成経験が豊富な方に限らず、若い方でも、マネージャーに上がっていききたいという気概のある方はぜひ、一緒に働きたいとも思っています。

**吉田** 確かに、上昇志向があることは大切ですね。常に挑戦する姿勢で業務に取り組んでいける方がいいです。

**田中** 挑戦しようとする意欲は本当に重要です。新しい技術は次々に出てきます。わからなくても、挑戦しようという思いで臆することなく周りとコミュニケーションを取っていかなければなりません。前

向きに挑戦し続ければ、必然的に上に上がっていけるといえますよ。

**青木** そうですね。技術の幅はさらに広がっていきます。BSグループでいうと、DXの分野や、「CASE\*」の進化によるエネルギーマネジメント、スマートシティなどさまざまなニーズが出てきています。そういった社会の変化にもしっかりとアンテナを張っておくことが求められると思います。

これからさらに、クライアント・システム開発事業部そしてSky株式会社が大きくなるために、共に挑戦し、変化していくことを楽しめる方と一緒に働きたいです。

\*C (Connected):自動車のIoT、A (Autonomous):自動運転、S (Shared & Services):所有から共有へ、E (Electric):電気自動車の頭文字を取った造語です。

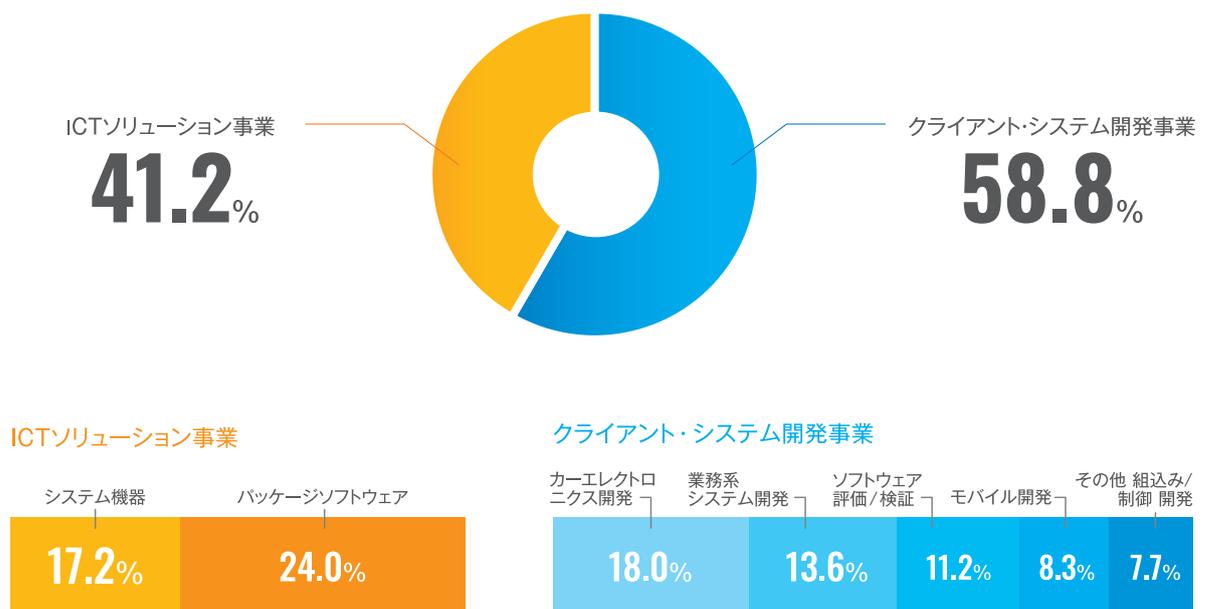


# データで見るSky株式会社

## 01 売上高・従業員数の推移

年度	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
売上高(億円)	534.3	688.2	743.8	1,303.5	829.3	929.7	-
従業員数(名)	2,345	2,632	2,899	3,148	3,339	3,492	3,642 <small>(6月1日現在)</small>

## 02 売上高構成比



(2022年度実績)

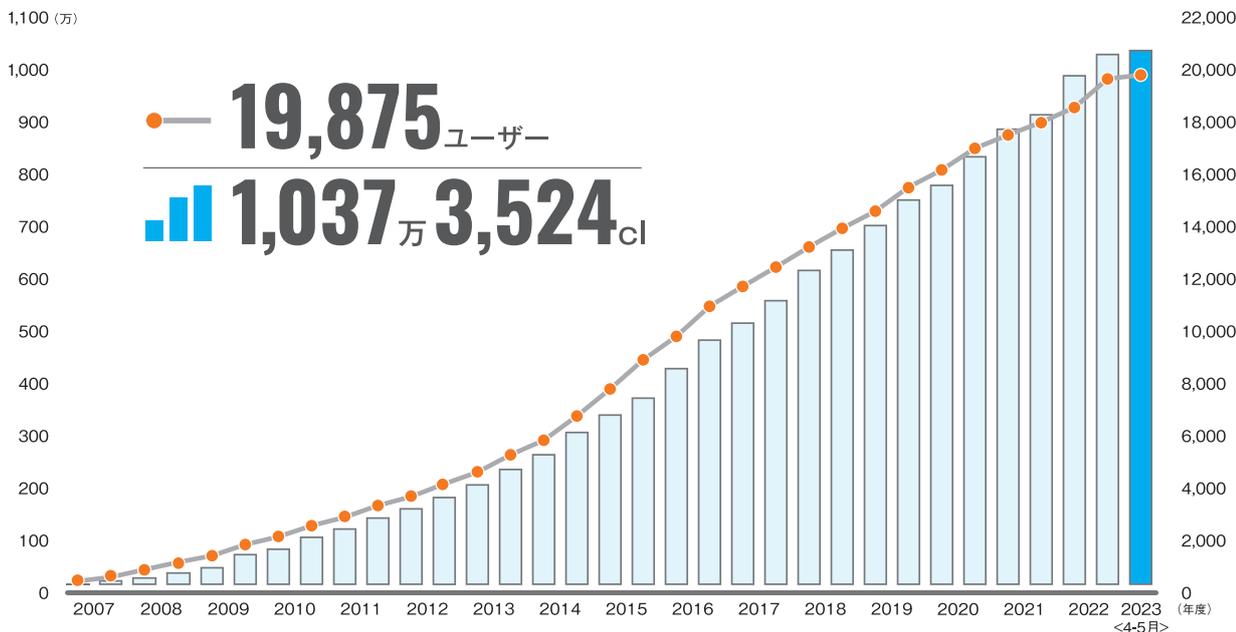
売上高・従業員数の推移や役職者の内訳など、Sky株式会社のことわかるデータを集めました。  
キャリア採用サイトにもデータを掲載しています。



### 03 SKYSEA Client View 導入実績

クライアント(c)数

ユーザー数



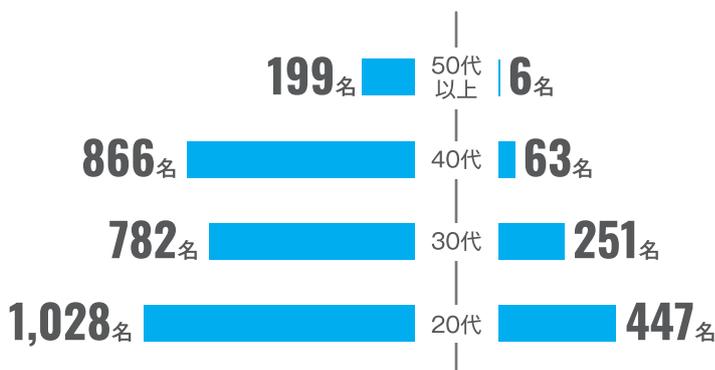
(2023年5月末時点)

### 04 年代別男女内訳

2,875名



男性



767名



女性

(2023年6月現在)



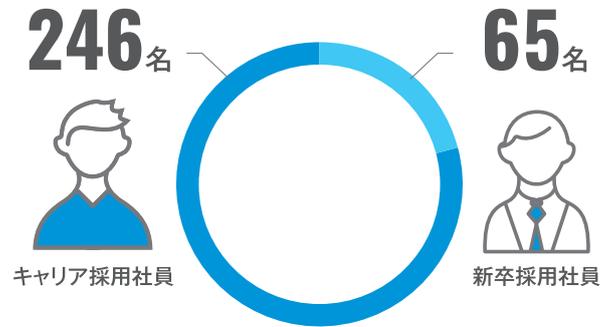
### 05 一般、役職、管理職、役員の内訳



(2023年6月現在)

\*役職は、管理職ではない(係長クラス以下)役職者です

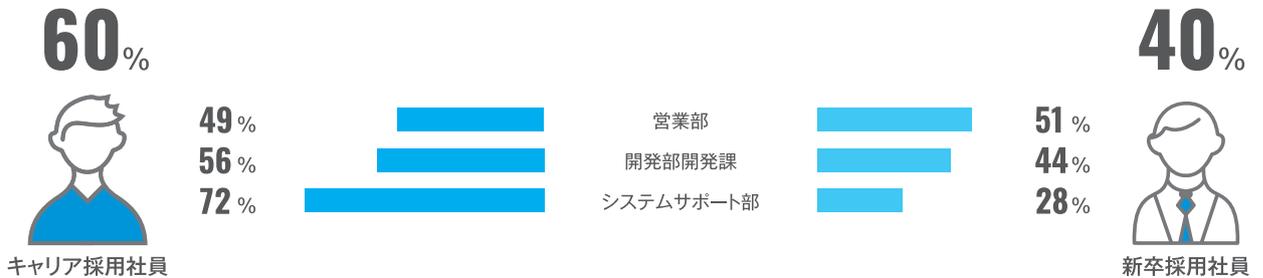
### 06 役員、管理職のキャリア採用・新卒採用内訳



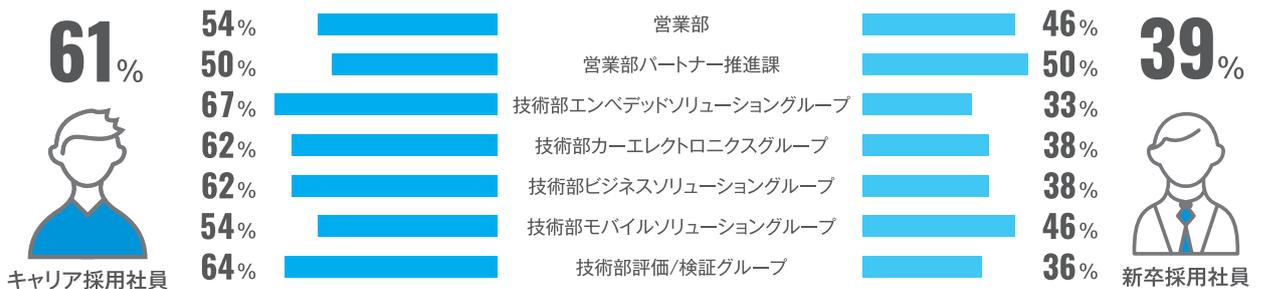
(2023年6月現在)

### 07 部署別キャリア採用・新卒採用社員比率

#### ICTソリューション事業部



#### クライアント・システム開発事業部



(2023年6月現在)

## 08 仕事と育児の両立を支援

Sky株式会社では部門や職種、役職を問わず、多くの社員が産前産後の休暇制度を利用しています。産休・育休後に復帰する割合も高く、時短勤務制度なども活用しながら仕事と育児の両立を図り、継続してキャリアを積んでいます。

男性育児休業 取得率	育児休業等	育児休業等及び 育児目的休暇
	<b>35%</b>	<b>86%</b>
女性育児休業 取得率	<b>105%</b>	

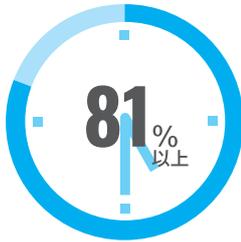
(2022年度実績：社員全体)



### くるみん認定

Sky株式会社は、次世代育成支援対策推進法に基づく「子育てサポート企業」として、厚生労働省より「くるみん認定」を取得しました。

## 09 定時退社日実施率



毎週水曜日および第1、第3金曜日に実施

※お客様拠点常駐勤務の社員は、現場状況に応じて実施

(2022年度実績)

## 10 長時間労働の抑制

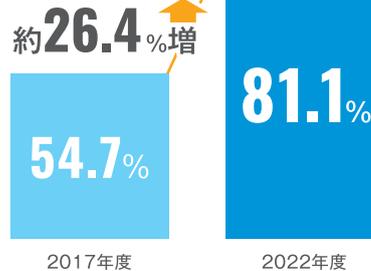
平均残業時間 **18.2** 時間



(2022年度実績)

## 11 休日・有給休暇取得率の推移

年間休日 ▶ **125**日  
(有給休暇は除く)



※管理職以上の役職者を除く社員の月間残業時間の集計  
※付与日数平均=16.0日 / 年(最大付与日数=20日 / 年)

$$\text{有給休暇取得率(\%)} = \frac{\text{年度の取得数}}{\text{年度の付与日数}} \times 100$$



## 12

## 自社内勤務が可能なプロジェクト比率 (CSD事業部グループ別)

ES: エンベデッドソリューショングループ    カーエレ: カーエレクトロニクスグループ    BS: ビジネスソリューショングループ  
 MS: モバイルソリューショングループ    評価/検証: 評価/検証グループ

## 関東



	社内	社外
ES	48%	52%
カーエレ	42%	58%
BS	48%	53%
MS	46%	54%
評価/検証	38%	62%

## 関西



	社内	社外
ES	88%	12%
カーエレ	82%	18%
BS	88%	13%
MS	100%	-
評価/検証	74%	26%

## 広島

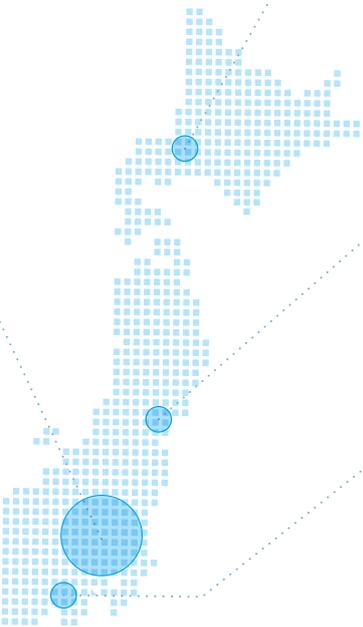


	社内	社外
カーエレ	72%	28%
BS	100%	-

## 福岡



	社内	社外
カーエレ	100%	-
BS	100%	-



### 札幌



	社内	社外
ES	100%	-
カーエレ	90%	10%
BS	100%	-
評価/検証	100%	-

### 仙台



	社内	社外
BS	100%	-

### 三島



	社内	社外
ES	50%	50%
カーエレ	-	100%

### 名古屋



	社内	社外
ES	-	100%
カーエレ	53%	47%
BS	88%	12%
MS	100%	-
評価/検証	32%	68%

### 沖縄



	社内	社外
カーエレ	100%	-
BS	100%	-

(2023年6月現在)

# 企業ブランディングの取り組み

## 企業広告 / プロダクトプロモーション

Sky株式会社のイメージキャラクターである藤原 竜也さんは、主力商品である「SKYSEA Client View」のキャラクターとしてもご出演いただいています。さらに、吉田 鋼太郎さん、山崎 育三郎さんも各商品のキャラクターとして広告に登場。これらは、テレビCMをはじめ、交通広告、カタログ、Webサイトなどさまざまなメディアに出稿しており、幅広い層へアピールしています。

## コーポレートプロモーション

伊沢 拓司さんが率いるQuizKnockとアンバサダー契約を締結。SNSを中心にクイズや学びを通じた広報活動にご協力いただいています。また、テレビ番組の企画・提供スポンサーや各種ラジオ番組の冠スポンサーを務めるほか、演劇やスポーツイベントなどにも協賛し、文化・芸術の分野でのアピールも行うなど、多角的なプロモーションを実施することで企業価値の向上を図っています。

## HAKUTO-Rコーポレートパートナー

株式会社ispaceが取り組む民間月面探査プログラム「HAKUTO-R」。Sky株式会社は、株式会社ispaceとHAKUTO-Rのコーポレートパートナー契約を締結しています。

# 社会貢献活動

## 公益財団法人 Sky大浦ICT奨学財団

「人」「社会」「技術」をつなぎ、豊かな情報社会の実現を目指すという理念の下、情報社会の発展を担う人財の育成を支援するため、ICT業界への就職を目標とする学生に対し、奨学金による修学支援を行う奨学財団を設立。さらに国内外のICT技術の発展と豊かな社会の形成に寄与していきます。



## 寄付・支援活動

### 被災地支援

Sky株式会社では国内外を問わず、自然災害などで被災された方々の救済および被災地の復興にお役立ていただくために、義援金の寄付を行っています。

実施日	災害名	支援先
2023年2月20日	2023年トルコ・シリア地震に関する支援	日本赤十字社
2020年3月12日	世界遺産・首里城の復旧に関する支援	首里城基金（一般財団法人 沖縄美ら島財団）
2019年10月21日	「令和元年台風第19号」に関する支援	日本赤十字社
2019年9月26日	「令和元年台風第15号」に関する支援	千葉県
2018年10月9日	平成30年北海道胆振東部地震に関する支援	日本赤十字社

### 地域医療・教育分野への支援

Sky株式会社では、医療機関や教育機関などへの支援も積極的に行っています。

#### 医療

支援先	内容
社会福祉法人 日本肢体不自由児協会	医療福祉支援
社会福祉法人 日本身体障害者団体連合会	医療福祉支援
公益財団法人 日本心臓財団	医療福祉支援
認定特定非営利活動法人 日本IDDMネットワーク	医療福祉支援
地方独立行政法人 大阪市民病院機構	医療従事者支援
京都大学医学部附属病院	京大病院基金、高度先端医療支援

#### 教育・文化

支援先	内容
放送大学学園	奨学寄付金
国立大学法人 京都工芸繊維大学	奨学寄付金
公益財団法人 京都伝統伎芸振興財団	文化活動支援
国立大学法人 東海国立大学機構 名古屋大学 名古屋大学基金	奨学寄付金
三笠宮記念財団	文化活動支援

## ネーミングライツ

国内のICT業界の発展を願い、各大学に対する支援と学生への認知度向上を目的として、学内施設へのネーミングライツを行っています。2022年は7大学へ新たに協賛し、今後も順次拡大していく予定です。

東京大学ネーミングプラン 駒場図書館・総合文化研究科図書館1階ラウンジ「Sky Lounge」▶



Check

# SNSを通じて、 Sky株式会社の“今”を発信

Sky株式会社は「Instagram」「TikTok」「YouTube」「Twitter」の各SNSに公式アカウント・チャンネルを開設。これらを通じた情報発信に注力しています。会社や商品に関する情報だけでなく、社員の日常が垣間見えるものも投稿しています。ぜひ、Sky株式会社の「今」に触れてみてください！

## Instagram

Instagramの各公式アカウントでは、職場の様子やイベント・キャンペーンの告知、自社商品に関する情報などを毎日投稿。インスタライブでは、さまざまな部署の社員が皆さまからの質問にもお答えします。

### 企業アカウント

自社商品や最新技術の紹介をはじめ、働き方改革など、企業として注力している取り組みを発信。



sky\_it\_corporate

### 学生・社会人向け情報 アカウント

社内の様子や先輩社員の紹介のほか、採用担当者が答えるQ&Aなど、採用に関する情報を発信。



sky\_recruit

### SKYPCEアカウント

2022年1月に発売した新商品、営業支援 名刺管理サービス「SKYPCE」について、さまざまな情報を発信。



skypce\_\_sky

## 質問にその場で答えるインスタライブを開催！

学生・社会人向け情報アカウントでは、参加者からの質問に採用担当や現場で活躍する社員が答えるインスタライブを定期開催。現在は弊社に興味をお持ちの方に向けた内容が中心ですが、今後はさまざまな企画を検討していきます。

視聴できなかった方、もう一度見たい方のために  
見逃し配信も行っていますので、ぜひご覧ください！



ライブ見逃配信



ハイライトのアイコンから  
ご視聴いただけます

## TikTok

TikTokの公式アカウントでは、Sky株式会社で働く社員がTikTokerとなって商品や技術、社内の様子などをご紹介。短い動画の中に情報をギュッと詰め込んで、楽しくわかりやすくお伝えしています。

### 企業アカウント



@sky\_it\_corporate



## YouTube™

YouTubeの公式チャンネルでは、自社商品や最新技術の情報、社員インタビューなどのほかクイズ企画なども配信。社員が出演するショート動画やライブ配信も行なうなど、バラエティに富んだコンテンツを発信しています。

### Sky株式会社 公式チャンネル



## Twitter

Twitterでは4つの公式アカウントを開設。自社商品やイベントのご案内のほか、インターンシップの開催やキャリア採用に関する情報など、ご覧いただく方に合わせて、きめ細やかな情報を発信しています。

### 企業アカウント



@Sky\_corporate

### キャリア採用 アカウント



@Sky\_career\_

### 学生向け情報 アカウント



@Sky\_recruiting

### SKYPCE アカウント



@skypce\_\_sky



まだ見ぬテクノロジーの空へ。

## Sky株式会社

<https://www.skygroup.jp/>

- 東京本社 〒108-0075 東京都港区港南2丁目18番1号 JR品川イーストビル9F
- 大阪本社 〒532-0003 大阪市淀川区宮原3丁目4番30号 ニッセイ新大阪ビル 20F
- 名古屋支社 〒450-6339 名古屋市中村区名駅一丁目1番1号 JPタワー名古屋 39F

札幌支社 札幌分室 仙台支社 大宮支社 品川分室 品川第二分室 品川第三分室 品川第四分室 八王子サイト  
横浜支社 静岡支社 三島支社 大阪分室 大阪第二分室 大阪第三分室 神戸支社 広島支社 松山支社  
福岡支社 福岡分室 沖縄支社

●ALL Sky、好働力、SKYSEA、SKYSEA Client View、SKYPCE、SKYMENU、SKYMENU Cloud、SKYDIV、SKYDIV Desktop Client および スカイディ部長 は、Sky株式会社の登録商標または商標です。  
●Instagram は、Instagram, LLCの登録商標または商標です。●TikTok は、Bytedance Ltd.の登録商標または商標です。●Twitter は、Twitter, Inc.の登録商標または商標です。●YouTube™ は、Google LLCの登録商標または商標です。●その他記載されている会社名、商品名は、各社の登録商標または商標です。●本文中に記載されている事項の一部または全部を複写、改変、転載することは、いかなる理由、形態を問わず禁じます。●本文中に記載されている事項は予告なく変更することがあります。

※ 本誌に記載の名刺情報は架空のものであり、実在の人物や団体などとは関係ありません。

