

Close Up

2017年度事業説明会より

特集

魅力ある企業をめざして—

Skyの各種プロモーション施策のご紹介

Key Person Interview

自社パッケージ商品の 開発・販売について

ICTソリューション事業部 販促企画部

Data

入社5年以内の社員に聞きました

キャリア採用開発職の 給与について

好きだから働く。

女子働力!

「仕事が好き」と言えることは、それだけで大きな力になる。

Sky株式会社 キャリア採用情報

<https://www.sky-career.jp/>

Sky キャリア

検索



自社パッケージ商品開発 / 販売

ソフトウェア開発・評価/検証

Sky株式会社  in the Sky

Contents

02 Close Up

2017年度事業説明会より

06 特集

魅力ある企業をめざして――

Skyの各種プロモーション施策のご紹介

10 Key Person Interview

自社パッケージ商品の開発・販売について

ICTソリューション事業部 販促企画部

22 Voice

Skyで働くエンジニアの声

クライアント・システム開発事業部 MFPグループ

クライアント・システム開発事業部 モバイルソリューショングループ

28 Data

入社5年以内の社員に聞きました

キャリア採用開発職の給与について

29 Information

| 2017年度事業説明会より |

前年度の事業結果および 本年度の取り組みについて

大阪は6月、東京は7月に、人材紹介会社のご担当者様をご招待し「2017年度 Sky株式会社 事業説明会」を開催。前年度までの業績推移のほか、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における実績の報告に加え、採用活動に向けての今後の取り組みなどを発表しました。



2016年度（前年度）までの業績推移

Sky株式会社（以下、Sky）は、これまで毎年の売上目標を発表し、それを達成してきました。2014年度は、売上目標300億円に対して実績は約302億円。2015年度は、目標365億円に対して実績約402億円。そして、2016年度は440億円以上と設定した目標を、36億円上回る約476億円となりました。これもひとえに人材紹介会社の皆さまからのご支援の賜物です。本当にありがとうございます。Skyはこれからも、有言実行にこだわって目標達成に取り組んでまいりますので、引き続きご協力のほどお願いいたします。

2016年度の売上は、前年度の約402億円から約74億円伸びました。その要因についてご説明します。まず、自社パッケージ商品の開発・販売を主な事業内容としているICT

ソリューション事業部では、前年度売上約157億円から2016年度は約188億円、前年度対比120%となりました。この要因には、現在テレビCMをはじめとする各種プロモーションを積極的に展開している「SKYSEA Client View」の売上増加が挙げられます。自治体における情報セキュリティ強化に関して、大型の補正予算が組まれたことに加え、民間企業においても、相次ぐサイバー攻撃への対策として本商品の導入が進みました。また、導入数が増えたことに伴って年間保守料による売上も増加しています。さらに、ICTソリューション事業部では現在、自社パッケージ商品だけではなく、ハードウェアや他社製ソフトウェアの販売も含めたSI事業にも力を入れており、その売上も伸びています。

次に、ソフトウェアの設計、開発、評価/検証を主な事業としているクライアント・システム開発事業部では、前年度

売上約245億円に対して、2016年度は約288億円を達成し、前年度対比118%となりました。以前から注力していた「業務系システム開発」「カーエレクトロニクス開発」「評価/検証」の3事業が、特に売上を伸ばしています。また、26社の新規ユーザー様との取引を開始し、さらに既存ユーザー様内での横展開によって、多くの部門との取引が開始できました。

人材紹介会社の皆さまに、各職種において多くの優秀な方をご紹介いただいたおかげで、両事業部ともに売上を伸ばすことができました。

時間管理を意識し「働き方改革」を推進

Skyは、2016年度「SHOBAI 440↑（商売440以上）」のスローガンを掲げ、商売力の向上を目指して取り組んできました。このスローガンは、今後もSkyのDNAとして残していきたいと考えています。

そして、2017年度のスローガンを「Time Management 550↑（タイムマネジメント550以上）」と定め、売上目標を550億円以上としました。現在、政府主導で「働き方改革」が本格的に実施されようとしています。そこで重要になるのが時間意識です。Skyでは、2017年度は「時間管理」をテーマに、これまで以上に時間を意識して、戦略的に時間を使っていきます。そして、業務の効率化、長時間残業の撲滅

などを実行していきたいと考えています。

採用活動における取り組み

Skyは現在、テレビCMや新聞、雑誌、Webサイトなどへの広告出稿をはじめ、人材採用力の強化に向けてプロモーションに力を入れています。現在、社員数は2,251名（2017年7月時点）となっており、2018年には3,000名体制を目指しています。今後の採用活動においても、引き続き「好働力!（こうどうりょく）」というキーワードを前面に押し出して展開していきたいと考えています。これは、「働くのが好きな方」に来てほしいというメッセージです。

Skyは競合会社にはない成長力とチャレンジ力を持っています。「好働力!」というキーワードに共感していただける方、そしてSkyと一緒に成長し、チャレンジしていきたいという方をぜひご紹介いただきたいと思います。そうした方なら、必ずSkyで活躍していただくと確信しています。また、人材紹介会社の皆さまの利益につながるキャンペーンや取り組みについても、引き続き実施していきます。

Skyは今後も、有言実行で成長していきたいと思えます。人材紹介会社の皆さま、これからキャリア採用・新卒採用される社員の皆さま、そしてSkyが「Win-Win-Win」の関係となるように取り組んでいきたいと思えますので、何とぞよろしくお願いいたします。



2017年度のスローガン「Time Management 550↑（タイムマネジメント550以上）」



引き続き「好働力!（こうどうりょく）」というキーワードを前面に押し出し採用活動を展開

ICTソリューション事業の 実績と今後の取り組み

私からは、ICTソリューション事業についてご説明します。Skyの主なパッケージ商品としては、「SKYSEA Client View」「SKYMEC IT Manager」「SKYMENU Pro」「SKYMENU Class」の4商品があります。

「SKYSEA Client View」は、IT資産管理や情報漏洩対策を支援する機能を搭載したソフトウェアで、民間企業や官公庁などに幅広く導入いただいています。2016年度は、自治体における情報セキュリティ強靱化対策として大型補正予算が組まれたことやマイナンバー対策のほか、標的型攻撃や情報漏洩事件の発生などが追い風となり、前年度対比122%と販売実績を伸ばし、累計10,000ユーザーを突破することができました。医療現場に直接ヒアリングを行い、医療機関のIT機器管理に機能特化した「SKYMEC IT Manager」も継続して開発を進めており、「SKYSEA Client View」と「SKYMEC IT Manager」を合わせると439の医療機関に導入いただいています。(2017年7月時点)

文教市場向けの商品として、コンピューター教室での学習活動をサポートする「SKYMENU Pro」の累計導入数は34,804校となり、全国約39,000の公立小・中・高等学校に対するシェア率は約89%となっています。さらに現在は、2020年までに普通教室において児童生徒1人1台のタブレット端末を整備するという政府方針に合わせ、「SKYMENU Class」に注力しており、売上が伸びています。

ICTソリューション事業では、前年度売上約188億円から、2017年度には220億円を目指します。標的型攻撃対策や医療市場の開拓、SI事業の拡大、文教市場におけるICT利活用支援などに取り組み、市場環境の変化に対応し



取締役
多田 昌弘

ながら、伸びる市場に向けて商品を提供していきます。そのため今後も採用強化を継続していきます。特に商品開発は、大阪本社が開発の中心になりますので、大阪で仕事をしたいという方がいらっしゃいましたら、ぜひご紹介ください。

キャリア採用を経てSkyに入社された方の感想を、いくつかご紹介いたします。

Skyに入社された方の声

※発表資料より一部抜粋

開発

「メーカーとして、商品企画から設計、製造、評価、運用サポートまでの一連の経験が積める」

「携わった商品がプロモーションを通じてメジャー商品になっていくことで、本当にモチベーションが上がっていく」

インストラクター

「現場にデビューするまでの教育体制が整っていて、安心してお客様先に行けるのが本当にありがたい」

Skyは創業期からメーカー事業にこだわり続け、現在2つのマーケットでNo.1の商品を持っています。それが他社にはないSkyの大きな強みだと考えています。これらの商品は、毎年着実にバージョンアップを重ね、会社とともに成長しています。また、ターゲットとする市場は、情報セキュリティや医療、教育ICTなど、まだまだ伸びていく「夢のある分野」です。「Time Management」を意識して有言実行を果たせるように頑張っていきますので、一緒にお仕事をしていただける「好働力」のある「仲間」をご紹介ください。



執行役員

西川 光雄

クライアント・システム開発事業の 実績と今後の取り組み

クライアント・システム開発事業は、2016年度の売上計画270億円に対し、実績は約288億円となりました。また、1,325名の人員計画についても実績が1,329名となり、売上・人員ともに計画を達成することができました。

幅広い分野の大手メーカー様とお取り引きできるのは、Skyが独立系ソフトウェア企業のマルチベンダーだからだと思います。こうした幅広い分野において、さまざまな仕事に携われることは、技術者がSkyを志望される理由の一つとなっています。

Skyの魅力は「着実に伸びている成長性・成長力」があること。そして、何事にも「全員参加(ALL Sky)で課題解決に取り組む強い組織力」があります。さらにこの先、IoTや自動運転技術、AIといった技術革新のなかで、Skyは「新しい技術・分野へのチャレンジ」を惜しみません。ぜひ、こうした強みをご紹介いただければ幸いです。

今後、注力していく分野として、1つ目は「医療分野」です。国内では高齢化が進み、どの地域であっても質の高い医療サービスが得られるようにするため、ICTの活用が加速しています。2つ目は「メディア分野」です。放送関連では、2020年東京オリンピック開催に向けて4K/8Kなど各放送局でのシステム対応が加速。出版業界でもさまざまな媒体が電子化されています。

3つ目は「金融分野」です。国内IT投資による効率化が加速していくなか、インフラの充実、ビッグデータやAI技術を駆使した金融サービスのフィンテック、スマートフォンによる決済、仮想通貨や資金調達のクラウドファンディングなど応用分野は多岐にわたります。4つ目は「自動車分野」。自動運転開発の主流は、自立型システムのADAS(先進運転支援システム)から、車車間、路車間など通信ネット

ワークを活用した協調型システムであるITS(高度道路交通システム)に移っていきます。さらに、環境改善に向けた次世代パワートレインや、電気自動車も大きな変革期を迎え、ソフトウェアの需要が高まりそうです。

最後に「IoT分野」です。あらゆるモノがつながるIoTは、状況や環境を見える化し、分析・改善の実現を加速します。多くの情報機器から得た情報を新サービスに結びつけるなど、IoTは社会・生活を大きく変化させる可能性があり、ソフトウェアとしても大いに期待が持てる分野です。

この5つの注力分野において、「業務系」「組込み系」「モバイル系」「評価/検証系」の4領域に営業・事務を含め合計170名の増員を計画しています。Skyのクライアント・システム開発事業は、カーエレクトロニクスをはじめ、OA機器や医療機器など幅広いジャンルで開発に携わっており、さらに航空・宇宙やロボット業界へと幅を広げています。

「好働力」のある人と一緒に、Skyは成長していきたいと思っています。人材紹介会社の皆さまも、技術者獲得には大変苦勞されていると思いますが、ぜひ一人でも多くの優秀な技術者をご紹介いただけますようお願いいたします。

2017年度 募集人員

	大阪	名古屋	東京	合計
業務系	7名	14名	35名	56名
組込み系	11名	20名	20名	51名
モバイル系	3名	—	12名	15名
評価/検証系	5名	5名	26名	36名
エンジニア合計	26名	39名	93名	158名
営業・事務		12名		
				合計 170名

魅力ある企業をめざして

Skyの各種プロモーション施策のご紹介

Sky株式会社は、優秀な人材にとって魅力ある企業となれるように、多方面にわたってプロモーション施策を展開し、幅広い層に向けてアピールしています。引き続きコーポレートとプロダクトの両面から、認知度、評価を高めていくため、各種プロモーション施策を継続してまいります。

Skyは多方面へのプロモーション施策を展開しています

コーポレート ブランディング

テレビ番組提供スポンサーやスポーツイベントの特別協賛(冠スポンサー)となることで、企業としての認知度向上を図っています。

リクルーティング プロモーション

人材紹介会社様との信頼関係構築を目指しながら、キャリア採用・新卒採用の両面から採用力強化に取り組んでいます。

プロダクト プロモーション

主力商品である「SKYSEA Client View」を中心に、さまざまなメディアへの露出を強化。幅広い層への浸透を目指しています。

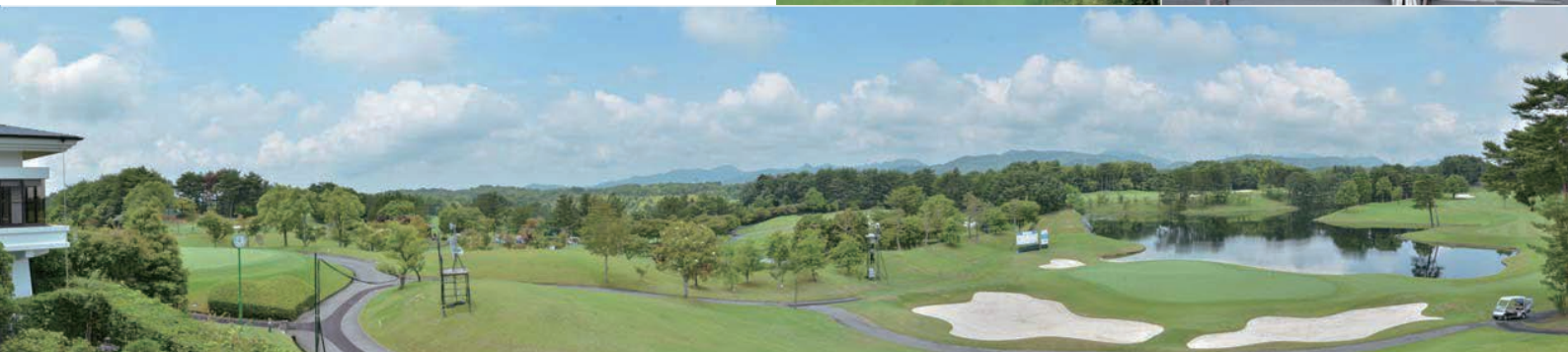
コーポレートブランディング

Skyレディース ABC杯



Sky株式会社が特別協賛いたしましたLPGAステップ・アップ・ツアー「Skyレディース ABC杯」が、2017年6月29日(木)、30日(金)の2日間、ABCゴルフ倶楽部にて開催されました。108名の女子プロゴルフ選手が出場した本大会は、盛況のうちに初開催を終えることができました。

関係者各位のご尽力と温かいご声援を賜り、無事に大会を終了できましたことに、心より御礼申し上げます。また、2018年の第2回大会を目指し、さらに規模を拡大して開催できるよう準備を進めています。



番組提供スポンサー

プライムタイム(19:00~23:00)に放映されている「報道ステーション」の番組提供スポンサーとしてCMを放映中。

特別協賛(冠スポンサー)

阪神タイガースホーム開幕戦のスポンサーとなり「Sky Presents ナマ虎スタジアム」として放送。

※2017年4月4日テレビ大阪(関西地区限定)

リクルーティングプロモーション

キャリア採用

事業説明会を開催

キャリア採用の要となる人材紹介会社のご担当者様にご参加いただき「Sky株式会社 事業説明会」を開催。各事業の現状および今後の方針をご紹介しますとともに、懇親会での情報交換を通じて、求める人材像を直接お伝えする機会とさせていただきます。



各求人サイトにSkyの特設サイトを開設

人材紹介会社様にご協力いただき、各社求人サイトにてSkyの特設サイトを開設。人材紹介会社様の営業、アドバイザー、コンサルタントの皆さまの視点で「リアルなSky」を伝えてくださっています。



△ DODA



△ マイナビ転職



△ type転職エージェント

新卒採用

新卒採用にも注力しており、2017年3月のマイナビ様主催の就職イベントにおいては、通常の4~8倍規模のブースを出展することで、1日の着席数が1,000名を超える会場もありました。



ソフトウェア・ゲームソフト・ネット関連	
第1位	Sky
第2位	NTTデータ
第3位	SCSK
第4位	NECソリューションイノベータ
第5位	DMM.comグループ
第6位	楽天
第7位	レベルファイブ
第8位	富士ソフト
第9位	グーグル
第10位	日本アイ・ビー・エム

マイナビ・日経 2018年卒 大学生 就職企業人気ランキング

積極的な採用活動の結果、各社の18卒採用の人気企業ランキングで上位にランクインすることができました。

Instagram

新たな採用活動の一環として、Instagramの公式採用アカウントを開設しました。



プロダクトプロモーション

各メディア

主力商品の一つである「SKYSEA Client View」を中心に、幅広いメディアへの露出を増やしています。俳優の藤原竜也さんを起用した各種広告の効果によって「Sky株式会社」という企業ブランドの認知度の向上、ブランドイメージの向上を図っています。

このたび、新たに第4弾の広告イメージが完成。テレビCMや新聞、雑誌、交通広告などを一新し、2017年11月より順次出稿していくことで、幅広い層にアピールしていきます。

△ 第4弾広告

△ 第1弾広告

△ 第2弾広告

△ 第3弾広告

LINEスタンプ

新たなプロモーション施策の試みとして、藤原竜也さんとコラボしたボイス付きLINEスタンプの無料ダウンロード配信を期間限定で実施しています。新たなターゲットにリーチする施策として、大きな反響が寄せられています。

ダウンロード期間

2017年12月21日(木)まで

スタンプ利用期限

ダウンロードから180日間

自社パッケージ商品の 開発・販売について

Skyでは現在、自社パッケージ商品として、学校、企業・団体、医療機関向けに3種類のソフトウェアの開発・販売を行っています。これら商品の企画・開発を手掛けるICTソリューション事業部の金井孝三 副本部長に、商品の成り立ちや、お客様にサービスをご提供する上での心構えなどについて伺いました。

[2017年2月6日取材]

商品の「できること」と「できないこと」を 背伸びせずにお客様にご説明しています

—— Skyで自社パッケージ商品が開発されてきた経緯について、聞かせてください

弊社が自社パッケージ商品として最初に手掛けたのは、学校向けの授業支援ソフトウェア「SKYMENU Pro」でした。その「SKYMENU Pro」の開発を進めていくなかで、企業向けに役立てられないか、という声が社内からあがってきました。ちょうど個人情報保護法が2005年に施行され、コンピューターへの情報セキュリティ対策の必要性や、それに伴うISO/IEC 27001(情報セキュリティマネジメントシステム)の必要性が叫ばれていたころでした。

そこで、企業に要求される情報セキュリティ対策につい

て調べてみると、「SKYMENU Pro」の機能の多くで対応できることがわかりました。ただ、「SKYMENU Pro」は学校に特化したソフトウェアなので、そのまま一般企業で利用いただくことはできなかったため、試行錯誤して開発したのがクライアント運用管理ソフトウェア「SKYSEA Client View」でした。

そして、「SKYSEA Client View」を提供していくなかで、弊社としては想定していなかった病院様にもご購入いただき、活用いただいていることがわかってきました。そこで病院向けの機能も搭載した「SKYMEC IT Manager」の開発・販売を進めることになりました。



自分たちの商品の
「ありのままの姿」を
お客様にお伝えする

Key Person

ICTソリューション事業部 販促企画部
副本部長

金井 孝三

1992年6月入社

—— Skyが提供する「情報セキュリティ対策」とは、どのようなものなのでしょうか？

例えば防犯対策として、自宅と言えば玄関の鍵が1つだと心もとないから2つにすることや、会社で言えばデスクの引き出しに入っている物品を守るというのは物理的な「セキュリティ対策」です。これに対して、引き出しの鍵を掛けて、出力紙やUSBメモリに保存された顧客名簿を守るのが「情報セキュリティ対策」になります。

情報セキュリティ対策は非常に範囲が広いものです。メールやWebで外部とやりとりをするなかで、ウイルス対策ソフトウェアなどを活用してPCを守ることや、データを暗号化することも情報セキュリティ対策。PCの利用時に指紋やICカードで認証することも情報セキュリティ対策です。

弊社の「SKYSEA Client View」は、組織のPCにプログラムをインストールして、社員・職員の方々がそれらPCを使って情報のやりとりをする際に、このような情報セキュリティ対策を支援するソフトウェアです。

—— 自社パッケージ商品を開発・販売していく上で、意識していることはありますか？

IT業界では自分たちの商品を説明する上で、「横文字」を使ってごまかそうとすることが多いと感じています。横文字を使うと「カッコいい」であるとか、先進的な取り組みをしているというイメージを植えつけやすいためです。弊社では、それらは一切していません。お客様に対しては、自分たちの商品で「できること」と「できないこと」を、理解できる言葉できちんとご説明するようにしています。商品をご購入いただく前の期待値と、実際に購入いただいた後の満足度にギャップが発生すると、お客様を落胆させることになります。ですので、弊社ではお客様に対して「ありのままの商品の姿」をきちんとお見せし、ご説明するように意識しています。

例えば弊社の商品カタログでは、「制限事項」が数ページにわたって記載されています。購入を検討されているお客様にお見せするカタログに、これだけしっかりと制限事項を掲載することはあまりないかもしれませんが、私たちはあえて掲

社員同士の情報共有を密にすることで無駄を省き、商機を逃さないように

載しています。書かれていなければ、お客様はご自身で「動くかどうか」を確認しなければならなくなるからです。実際、お客様からは「Skyのカタログには、できないことはできないと書かれているので、できない部分は自分たちでどう対応しているのかを検討しやすい」という評価をいただいています。背伸びはしない、というのが弊社の方針です。

—— お客様に商品を導入いただいた後のサービスについてはいかがでしょうか？

お客様に対しては、「商品をご導入いただいてからがサービスのスタートである」というスタンスで対応しています。

弊社で自社パッケージ商品の開発・販売を担っているICTソリューション事業部には、営業、技術、サポート、販促企画などの部門があり、商品を購入されたお客様のサポートにはすべての部門がかかわっています。商品の購入前は営業がお客様と接し、購入後のシステム構築はエンジニアが対応する。その後はサポート部門が対応している。そのため、お客様からのご要望やご意見などは、いただいたその日のうちに部門間で共有することになっており、それが社内のもっとも基本的なルールとなっています。展示会などに足を運んでいただいたお客様から相談を受けた場合にも、営業とサポート部門に情報を共有してすぐに対応できるようにしています。

—— こういった情報共有を重視する社風は、どのように培われたのでしょうか？

弊社では、今でこそ札幌から沖縄まで全国に拠点がありますが、自社パッケージ商品の開発・販売をスタートさせたころは大阪にしか拠点がありませんでした。拠点が1か所でも、商品は全国で売っていくわけですから、例えば北

海道から問い合わせがあれば、大阪から飛んでいくことになり、時間がかかってしまいます。

お問い合わせのあったお客様の近くに拠点がなかったとしても、営業やサポートの社員がそのエリアのどこかで別のお客様先を訪問していれば、対応できる可能性があります。常に社員の業務状況を共有しておき、連絡を取ってすばやく対応できれば、無駄が省け、拠点不足を補うことができます。パッケージ事業を展開するにあたって、「人と人がコミュニケーションを密にすることで全国をカバーしよう」という発想が生まれたのは自然なことでした。

今でも「SKYMENU Pro」などの文教向け商品の営業を担当する社員は、月曜日に社内の会議に出席し、そのまま出張に出掛け、金曜日に帰社することも珍しくありません。そのため、ある地域を営業で回っている社員に連絡をして、「近くのA社のところも訪問してきてください」とお願いするようなことは日常的に行われています。連絡が遅れたことで、社員が飛行機に乗って別のエリアに移動してしまった、といったことがないように、社員一人ひとりが今どこで何をしているのかを把握し、すぐに連絡、対応できるように情報共有を図っています。

—— コミュニケーションを密に行うことで、ほかにどのような効果生まれているのでしょうか？

開発部門と営業部門の連携がしっかり取れているのは大きな利点だと思います。営業がお客様先を訪問する際にも、開発部門のエンジニアが同行して直接要望をヒアリングすることがよくあります。営業だけでは細かい要件を詰め切れないこともあるので、直接開発部門の人間が話す方がいい場合もあります。

ほかに、大規模な展示会に出展することが年に数回

あるのですが、商品の説明員は開発部門が担当しています。話すのが苦手というエンジニアも多いですが、自分たちのソフトウェアについて一番熟知しているのは開発した人間です。営業を介さず、お客様から直接ご意見を伺えるのはとても貴重です。「使いにくい」とお客様から言われて落ち込むこともあります。開発にとっては勉強にも、励みにもなります。

——導入後のサービスの一つとして提供されている、インストラクターの講習についてお聞かせください

「SKYMENU Pro」が学校向けに提供されていることが、取り組みに力を入れるきっかけになりました。

「SKYSEA Client View」は、企業の情報システム部門で使われるソフトウェアのため、使用される方々は専門家であり、少なくとも情報セキュリティに関する教育を大学、専門学校などで受けられていることが多いです。しかし、「SKYMENU Pro」を使用される学校の先生方は違います。学生時代にコンピューターについて指導することは想定されておらず、学校にソフトウェアを導入したが、どう扱えばいいかわからないという方もいらっしゃいます。コンピューター自体の使い方は、納品した販売会社のインストラクターが対応しますが、授業の中でソフトウェアをどう活用していくかまでは教えられない。そこで、私どもの方に講習の依頼が来るようになりました。

そこでインストラクターの人数を増やすとともに、「学校で先生が子どもたちにコンピューターを教えるにはどうすればいいか」をお伝えできる専門知識を持ったインストラクターを育成する必要性に迫られました。また、教育現場でのコンピューターの使い方は、学習指導要領の改訂などで変化するため、それにあわせて弊社のインストラクターも常に勉強する必要があります。そのような経緯もあって、インストラクターの人数は増え、成長

していきました。

学校のコンピューター教室は夏休みに構築されるのが一般的なため、講習会の希望も夏休み直後に集中します。講習会がそれほど集中していない時期には、専門知識を生かして、営業の代わりにお客様に商品のプレゼンテーションをすることもあります。また、学校から「研修授業があるから手伝ってほしい」といった依頼が来て、インストラクターを派遣することもあります。研修授業では、先生をはじめ児童生徒や保護者の方も参加されますし、ほかの学校の先生が見学されることも。学校の先生のお手伝いをしながら、教育現場ならではのさまざまな知識が習得できることは、とても貴重な経験です。弊社の財産にもなっています。

——最後に、金井さんにとっての自社パッケージ開発事業のやりがいとは？

パッケージソフトウェアには多くの競合商品が存在します。その中から、お客様が自分たちの開発した商品に対して「良いよ」と言っていたら、ご購入いただけることは、自分たちが今まで考えてきたこと、やってきたことが評価された証ですから、やりがいになります。もちろん満点ではないかもしれませんが、方向性は間違っていなかったということになると思います。今後もさらにお客様に喜ばれる商品を提供していきたいと思っています。



Skyで働く エンジニアの声

Skyの技術の中核を担う開発エンジニア。
キャリア採用入社の方の2名の方に、転職を志した経緯や、
日々の業務で感じるSkyの特色などを伺いました。



01

クライアント・システム開発事業部 MFPグループ
チーフ

前田 秀子

2005年9月入社

温かく迎えられた入社時の経験があるから、 新人の方には積極的に声掛けをしています

— 転職を決めた理由は何だったのでしょうか？

前職では、通信機器メーカーでセキュリティシステムなどの組込みエンジニアとして働いていました。開発拠点が移転することになり、通勤が難しくなったことが転職を考えるきっかけだったのですが、もう一つは社員同士の「横のつながり」をもっと感じられる職場

で働きたい、と思ったことも理由でした。以前の職場では、1つの製品を1人の担当者がずっと開発するような体制で、チームとして働くことも少なく、もっと多くの仲間とともに仕事がしたい、と感じていました。そこで人材紹介会社に相談したところ、紹介いただいたのがSkyでした。

—— 実際にSkyに入社されて「横のつながり」は感じられるようになりましたか？

それまでは一人で仕事をすることが多かったのですが、仲間に入れなかったらどうしよう、と不安に感じる部分もありましたが、Skyでは社員同士のコミュニケーションが活発で、話し好き、世話好きな方がとても多く、周りが積極的に話しかけてくれたため、すぐになじむことができました。最初は「こんなことまで相談していいのかな」と尻込みすることもあったのですが、そんなときも社員の皆さんが声を掛けてくれて相談にのってもらえたのはありがたかったです。そういった当時の良い経験があって、今は私自身も新しいメンバーを迎え入れる際にはどんどん話しかけるようにしています。

入社して特に印象的だったのは、社長が毎朝、朝礼でお話をされることでした。前職では社長のお話を聞く機会はほとんどなく、どこにいるかわからない雲の上の存在でした。Skyでは、社長との距離が近く、社長ご自身の考えが社員に浸透している、という印象を受けました。

—— 入社されてから今までに担当されてきた業務について教えてください

入社後の3年間はデジタル複合機の業務に携わり、画像処理の組込みソフトウェアの開発をしていました。その後、品川のカーナビゲーション開発の部門で、30名くらいのチームのプロジェクトに半年ほどかかわった後、そこから現在までの8年間は、横浜支社で再びデジタル複合機の受託開発に従事しています。

ひと言で「デジタル複合機」と言っても、メーカー様によって搭載されている機能もUIもまったく異なるので、いろいろな新しい発見をすることも多く、新鮮ですね。同じ製品を開発していても、メーカー様によって開発思想や仕様が違ってくるのは、本当に面白いです。

—— ご自身で成長や変化を実感されている点は、どのようなところですか？

技術の面では、開発言語に関する知識はもちろんですが、設計書やドキュメント類を書くスキルは向上したと感じています。

あと、変わったことは、お客様やチームメンバーとコミュニケーションをとる機会が、以前に比べて飛躍的に増えたことでしょうか。

入社当時は一人の作業者でしたが、今は10～12名のメンバーを見ており、去年からは新入社員の育成担当として、人を指導する立場になりました。何も知らない人に開発の知識を教えることはこんなに大変なんだな、と感じています。自分自身がしっかりと理解していなければ、相手に伝わるような説明はできませんし、逆に人にちゃんと教えられるということは、自分自身がしっかりと理解できているんだと再認識させられます。

お客様とのやりとりにしても、要望されている内容についての要求分析や仕様調整、実際の作業工数を見積もる際に必要となる仕様調整など、いろいろな経験を積ませてもらっています。また、お客様からいただいた業務の内容をチームに落とし込む際には、メンバーからいろいろな疑問が出てきます。その疑問や懸念をすくい上げて、仕様調整を行うためにお客様とのやりとりが頻繁に発生するため、コミュニケーションは必然的に増えてきますね。

もともとは、自分が開発したものが実際に動くのを見ることが、私にとってこの仕事のやりがいでした。それが、1機能の担当リーダー、チームリーダー、というふうチームをまとめる役割を担うことが多くなるにつれて、メンバーの要望を吸い上げて改善し、みんなから「仕事がしやすくなった」という声を聞くことがモチベーションになるようになっていきました。12年というキャリアのなかで、モチベーションを持続させて今までやってこられたのは、こういった変化が大きかったのかもしれない。

「仕事がしやすくなった」という周りの声が リーダーを担う上でのモチベーションに

—— 新人育成の話がありました。具体的にはどのような体制で取り組んでいるのでしょうか？

私たちのグループでは、新人1名につき、基本的にチューター、サブチューターがそれぞれ1名ずつつくかたちで、多いときには4名で新人1名を指導することもあります。指導を始めて1か月くらいは、チューター同士で集まって指導方針や悩み事について話し合ったり、情報交換をしたりします。その後は3か月ごとに経過確認のためのミーティングを開催して

います。この体制で、入社してから1年間、面倒を見ている。

新人の方が途中で異動する場合には、同じ支社内の異動であれば、引き続き同じチューターが指導にあたるようになっています。異動先のグループ（チーム）のメンバーにサポート役として入ってもらうこともあります。このように、メンバーの育成という面でも、Skyではチームとして取り組む姿勢が色濃く出ていると思います。

—— 今後の目標、目指しているキャリアパスなどについて教えてください

現在自分が所属しているチームには、30名のメンバーのうち女性は2名です。会社として、女性エンジニアの採用は積極的に進めています。まだまだ開発職には女性の管理職が少ない状況ですので、今後は自分自身が女性社員のキャリアにおけるロールモデルとなるように、頑張っていかなければと感じています。

女性が少ない職種ですので、入社してなじめなかったらどうしよう、と不安に思われる方もいらっしゃるかもしれませんが、でも、Skyでは気に掛けてくれる仲間が周りに多くいますし、サポートもしっかりしてもらえるので、決して一人になることはありません。ですので、ぜひたくさんの女性の方にSkyに入社してもらい、一緒に働いていきたいですね。

[2017年7月28日取材]





02

クライアント・システム開発事業部 モバイルソリューショングループ
係長

田村 健一

2014年5月入社

新しい技術に積極的なのは、 良い意味で危機感が共有されているから

—— Sky株式会社を志望された理由を教えてください

私は、前職でもモバイル関連のソフトウェア開発に携わっていたのですが、Skyの社員と一緒に仕事をしたこともありました。そのころから、Skyはお客様からの評価も高く、チームで仕事をするという社風のなかで、社員一人ひとりが高いレベルでスキルを発揮しているのを見ていて、私もこんな技術者になりたいと感じていました。

また、技術力もさることながら、横のつながりが強い社風にも魅力を感じました。例えば、あるプロジェクトに問題が起きたときも、プロジェクトの垣根を越えて全体でなんとか解決しようとしていて「困ってることがあれば、みんなで助けようよ」という雰囲気を感じました。一般的に、いったんプロジェクトに入ると、ある種閉じた世界の中で作業を進めるという感覚になりやすく、何か問題が起きても基本的にはプロジェクトメンバーで対処しようとするのが普通だと思います。

でもSkyのチームは、別プロジェクトから応援メンバーを増員するなどして、解決に向けて一気に動い

ていました。その様子を目の当たりにして「すごい会社だな」と感じたのを覚えています。ですから転職を決断したとき、ほかの会社もいくつか検討したものの、初めからSkyが本命だと考えていました。

—— 入社前と入社後で、会社の印象に違いはありますか？

外から見ている以上に「Skyなう」や「社内ブログ」などのコミュニケーションツールが活用されていることに驚きました。これらのツールを使えば、社員は会社のさまざまな情報を知ることができます。もちろん、機密情報や人事考課などの情報は見られませんが、現時点の業績に関する数字なども、役職に関係なくオープンになっています。

技術的な面からも、情報共有が進んでいることが重要だと感じています。ソフトウェア業界は、求められる技術のトレンドも日々変わっていくので、たとえ今はうまく回っていたとしても、この先も同じように安泰だとは言えません。

その危機感を、社員一人ひとりがしっかりと感じていて、全体でもちゃんと共有できていることが、Sky



の強みの一つになっていると思います。新しい技術に対するアンテナを張っていて、すぐに取り入れて試してみようとする動きが、すごく活発です。また、そうした新しい技術を試した際の事例や調査内容が、社内ブログなどを通じて全体に情報展開され、ナレッジとして蓄積されており、普段から知識・技術の共有が図られています。

例えば、お客様から新しい案件のご相談をいただいたときに、知らないキーワードがあったとします。そんなときは、社内ブログを検索すると何らかの情報がヒットすることが多いです。新しい開発ツールであれば、その使い方だけではなく、どんな場面で役立ったのか、使いこなすための注意点なども紹介されていることが多いので、自分もすぐに取り入れることができます。

役職に関係なく勉強熱心な人が多く、 技術的な相談ができるので心強いです

——社内ブログなど情報共有の仕組みが、技術力を支えているということでしょうか？

確かにそうです。でも、それは社内の情報共有インフラが整っているだけでは成り立ちません。やはりSkyの社員には勉強熱心な人が多いということが背景にあるんだと思います。

ある上司の話ですが、その方は技術もマネジメントも含めて総合的なスキルがとて高く、私もすごく尊敬していました。あるとき自宅に伺うと、ちょっとした本屋さんが開店できそうなぐらいの書籍があったんです。1,000冊以上あったんじゃないでしょうか。普段は、勉強している姿を少しも見せない方でした

ので、すごく驚きました。上位役職になったとしても、常に新しい技術などを追いかけて勉強している方が多くて、マネジメントしかやらないといったタイプの人はいません。

技術力を持った上司がいてくれるおかげで、自分が行き詰まってしまうような場面でも、技術的な側面からの相談ができてすごく心強いです。仕様や設計をレビューしてもらおうといったテクニカルなことはもちろん、必要となる技術や難易度に応じてメンバーのアサインを調整してもらいたいといった場面でも相談しやすいので、本当に助かります。

—— Skyでは「商売」というキーワードを大切にしていますが、それを技術者としてはどう捉えていますか？

はい、Skyでは近年は特に「商売」という言葉を大切にしています。私も、最初は技術力を求めて入社しましたが、お客様とやりとりするなかで、ビジネスとして進めていく視点が加わったことが、すごく大きな変化だと感じています。

やはり、これからは、ソフトウェア開発者も技術一本で生きていくのは難しいところもあると思います。もちろん、Skyには技術のスペシャリストを目指すキャリアパスもありますが、一人で仕事をするわけではないので、ある程度マネジメント力も必要になってきます。そういう意味で、Skyは総合的にスキルアップしやすい会社だと思います。

一般的に技術者は、技術一本で寡黙な人か、プリセールス寄りでもとても上手に話す人か、どちらかにタイプが分けられる印象があります。しかし、Skyの社員は技術的なバックグラウンドをしっかり持ちつつ、商売に対する意識もしっかり持っている人が多いと実感しています。ただ、最初からそういうタイプの人ばかり入社しているのかと言えば、そういうわけではないと思います。何かしらSkyに興味を持って入社した後、経験を積みながら、商売の視点を身につけた人が多いのではないのでしょうか。

やはり商売の視点が身につくと、お客様に満足していただくことを大前提にして、そのなかでどうやって自分たちの利益を生み出すかを考えるようになります。私たちのように、社外に出ている人間であれば「自分たちのチームを、どうやって大きくしていくのか」といったアプローチが必要になります。それは、お客様とWin-Winの関係でなければ破綻してしまうので、良好な関係を保ちつつ主体的な提案を行うことでチームを大きくしていくことに、仕事としての面白みがあるんじゃないかと思います。

—— お客様とのWin-Winの関係を保ちながら、技術者だからできる提案があるということでしょうか？

自分たちがセールスして回るということではなく、一番大切なのは、やはりお客様との関係づくりだと思います。まず、日々のコミュニケーションでしっかりと人間関係を築くこと。そして、信頼してもらえるようになって「こいつに任せてみよう」と感じていただかないと始まりません。そのためには、要求される品質とスケジュールに応えられる技術が必要になります。しっかりとした人間関係、信頼関係が構築されてこそ、初めて次のステップに行けるんだと思います。

これからは、iOSもAndroidも成熟期に差し掛かってくると思います。現在のクラウドとの連携が発展して、家電との連携などが活発になればIoTに関する技術・知識が必要になります。常に新しい技術を吸収しながら、商売の視点で提案を行っていかれたらと思っています。

その結果として、自分たちがかかわれる範囲が広がってチームが大きくなるのが、現在の私の目標でもあります。そして自分のチームだけではなく、私が所属しているモバイルソリューショングループ全体が大きくなり、今以上に会社全体の業績に貢献できるようになっていけたらいいなと思っています。

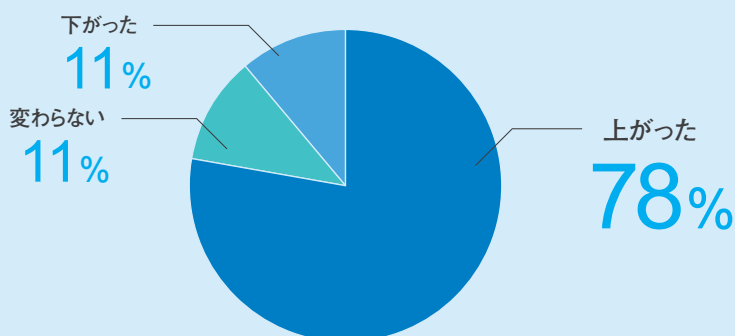
[2017年2月16日取材]



キャリア採用開発職の 給与について

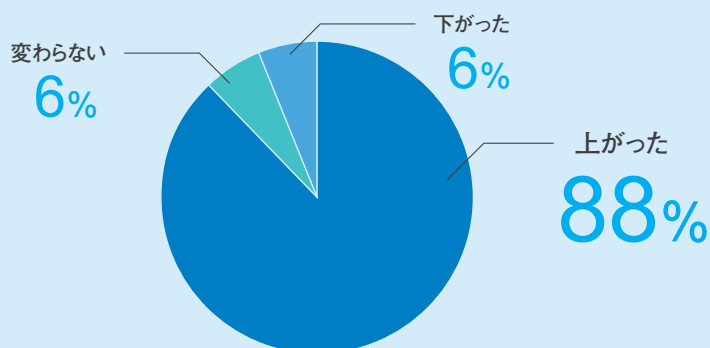
Q1 Skyへの採用決定時、提示された年収は前職と比べて上がった？

転職活動を経て、Skyへの入社を決めた時点で決定した給与条件について、前職との比較して回答してもらいました。



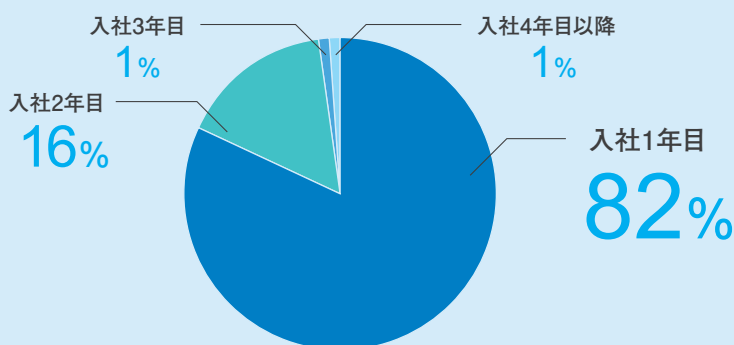
Q2 前職の年収と、現在の年収とを比較すると？

Sky入社から数年が経ち、現在の年収と前職における年収とを比較して回答してもらいました。



Q3 Q2で、「上がった」と回答された方へ。年収が前職より上がった時期は？

前職と比較して年収が上がったと回答した社員が、どの時点で前職を上回ったのかを回答してもらいました。





Sky株式会社 <https://www.skygroup.jp/>

- 東京本社 〒108-0075 東京都港区港南二丁目16番1号 品川イーストワンタワー15F
- 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 仙台支社 品川オフィス 品川分室 品川第二分室 横浜支社 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

●Sky Style, in the Sky, SKYSEA, SKYSEA Client View, SKYMEC, SKYMENU, SKYMENU Class, SKYMENU Pro, All Sky および 好働力 は、Sky株式会社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。

KO-1000-21 / 18-04-03

