

# 請負・受託にこだわった半世紀に及ぶ開発実績を背景に ビッツブランド、未来事業の新機軸を打ち出す

ミニコンのソフトウェア開発を起点に、創業から47年目を迎えた株式会社ビッツ(本社・東京都品川区)。独立系ソフトウェアベンダとして歩んできた歴史には、ヒット商品となったRS-232Cモニタ『みえちゃん』を送り出すなど多数のトピックスが刻まれているが、このほどビッツブランドを含む新規事業の展開に向け動き出した。そんな同社の現状を執行役員 営業本部長・片桐博文氏に伺った。

執行役員 営業本部長 片桐 博文氏



## 事業所、事業部の壁をなくした組織に

ビッツは1971年に独立系ソフトウェアベンダとして創業、半世紀に届こうかという歴史を持つ企業だ。社名には、コンピュータの最小単位であるビット(bit)の集まり(bits)として、全員で力を合わせて進んで行こうという意味が込められている。その出発点はミニコンのソフトウェア開発で、日本で初めて販売された当時の日本語化プログラムを開発している。

JASAとの関わりも長く協会設立当初からメンバーで、代表取締役社長の加賀谷龍一氏は現JASA副会長。「私も積極的に関わろうということで、新たに協業推進委員会のメンバーとしてお世話になっています」と執行役員 営業本部長の片桐博文氏は挨拶してくれた。

その長い歴史のなかには、ヒット商品となったRS-232Cモニタ『みえちゃん』を送り出すなど多数のトピックスがあるが、一貫しているのは「請負・受託」ビジネスのこだわり。組込みとエンタープライズ市場に向け、得意とする7つの分野でビジネスを展開する。

組込み系は通信インフラ／車載・情報機器／モバイルネットワークの3分野。エンタープライズ系は社会インフラ／衛星・航空／金融インフラ／ITソリューションの4分野。

昨今のニーズは、IoTをキーワードに組込み、エンタープライズとも明確な区別なく対応する必要のある業務が多い。同社は、東京、大阪、仙台の3カ所に事業所があるが、7年前に事業所制を廃止、その後の組込み系とエンタープライズ系で分けした事業別の体制を敷いたが、今年度より全員が交流しやすくワンストップで多分野の業務を遂行可能な組織体制に変更している。

片桐氏は「分けると壁ができて、ヨコの連携が難しくなります。事業別に分けしていた体制では一定の成果を得ましたが、事業間の壁もなくし交流を図りやすくするため体制を見直しました」とその経緯を話す。

## キーワードは“原点回帰”、 部員「0」人の部署も新設

今年、12次となる中期経営計画の初

年度にあたる。元々の計画としてあるのが、「2020年に売上30億円、社員数300人を目指す」という“2030計画”。片桐氏は「社員数は達成できそうですが、売上はまだ足りません」と苦笑するが、その目標に向けての計画は練っている。キーワードは“原点回帰”だ。

今回、営業本部として掲げた3つの計画を次のように説明する。「1つ目は、受託開発事業の拡大に向け新規顧客を獲得すること。2つ目は、そのための営業力を強化すること。昔ながらの御用聞きでもソリューション営業でもなく、コンサルティング営業といえる次世代営業の展開を営業本部というシンプルな名称のもとに目指します。3つ目は、ビッツブランドを確立すること。ET・IoT展などに出席すると、かつての『みえちゃん』を思い出してくれる人がたくさんいました。そうした自社製品やサービスを種まきしながら育てて、3年後には売上につながるブランドを実現したいというのが営業本部の一番の想いです」

もうひとつ、2030計画達成に向けて動き出したのが「未来事業推進室」。新規に設置した部署ながら、現在所属する社員



ビットブランドとして展開する製品群。ロゴも印象的。



ビットブランドは同社のノウハウを注ぎ込んだ製品群。ワイヤレスセンシングシステムもそのひとつで、新たな市場の開拓にも期待が大きい。

## ET・IoT展では新製品のデモを実施

ブース(C-63)ではワイヤレスセンシングシステム、屋内の位置情報検知システムといった新製品のデモが体験できる。



は「0」人。なんともユニークなスタートだが、その意図するところを伺うと、「いままでにないスキームやサービスのアイデアを、未来事業として発展させるための受け皿として設置したものです。アイデアがあっけりした事業計画が立てられるなら、会社として予算を組んで進めて行こうと。そのときは社員には未来事業推進室として動いてもらいます。極端な話、居酒屋を立ち上げたいといって大儀が通るなら、別法人の会社を用意して、そこで頑張りなさいと送り出す。弊社はホールディングス制なので、ホールディングス全体として売上につながるよう進めていくことを含めた部門です」と説明してくれた。

## 社会貢献、遊び心… 芽吹き始めたビットブランド

「種まきはいろいろと進めている」という、これからビットブランドとして期待される製品、サービスに目を向けてみよう。なかには話題性があり、ニュースサイトなどメディアが着目し紹介した製品もある。

そのひとつが、視覚障害者にとりも上半身のリスクをアラームで知らせる『eye 棒(あいぼう)』。「足元は白杖で確認できますが、出っ張ったものがあると頭をぶつけてしまうといった上半身のリスクを回避するために、センサー技術を応用した製品です。昨年のET・IoT展で展示紹介し非常に興味を持っていただきました。いま盲導犬の協会からオファーをもらい実用化の

一步手前まで来ています」。計測間隔20Hz(50ms)の超音波距離センサーと、BLE(Bluetooth Low Energy)で連動するスマートフォンがアラーム音、バイブレーションで危険を知らせる。検知領域はスマートフォンから設定・調整が可能だ。

出展する今回のET・IoT展にはバージョン3を実用展示する予定だが、ビジネスにはこだわらず社会貢献事業の一環と位置付ける。「お困り事のあるところに弊社の技術が生かされれば良いと考えています。また、これまでまったく出会えなかった異業種の方々のご縁ができることも嬉しく思います」(片桐氏)。

売れ始めてきた製品もある。『みえぞう』という在庫見える化する在庫管理システムで、クラウド対応で複数拠点の在庫情報がリアルタイムに一元管理できる。

## ET・IoT展では初披露の 新製品も展示

“相棒”に引っ掛けて『eye 棒』、在庫(蔵)の見える化で『みえぞう』。ユニークで印象に残るネーミングは、すべて社員のアイデア。「いろいろなところで『eye 棒』のビット、『みえぞう』のビットと覚えてもらえるように、社員が遊び心も持ちながらノリで考えています」と片桐氏は話す。

スマートフォン用のアプリもあり、東京メトロのオープンデータ活用コンテストで入賞した、利用者の意見が共有できる『ねえ、東京メトロさんこれ見てよ!』、日本酒好き

のキラコンテンツになりそうな日本酒レビュー・投稿・記録アプリ『ささ一献(いっこん)』なども、まさに遊び心なくしては生まれないネーミングだろう。『ささ一献』は1万ユーザーほどいますが、使っていますよといただいたりすると、とても嬉しいですね。営業的にも話題にして活かしています」。

新たに販売を展開する製品もある。加速度やひずみなどのアナログ計測データを無線でデジタル送信するワイヤレスセンシングシステムや、屋内における位置情報の検知システムといったもので「仕事で得たノウハウを注ぎ込んでいる」という製品になる。これらは正式な発表前で、この誌面で詳しく紹介できないのは残念だが、ローコストな価格帯ながら目を見張る高精度が特徴といえるようで、高価格になりがちなマーケットに今までにない低価格でアプローチするといった新たな展開が期待される。いずれも今回のET・IoT展で初披露されるので、ぜひ立ち寄って同社の技術力を体験していただきたい。

最後にJASAについては、「私自身はまだいろいろ教わっている立場ですが、皆さんのお役に立つにはどうしたらいいかと考える中で、協会に向けた要望などもごつづらんにお伝えさせていただければと思っています。関わっている団体の会員企業からもJASAのメリットを聞かれることも割と多くありますから、紹介できる側にも回りたくないと思います」と語っていただいた。