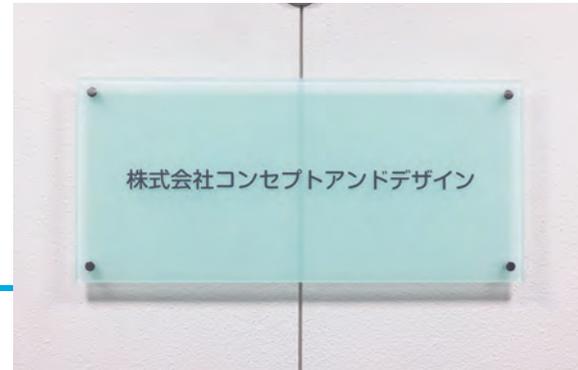


## 大手企業から厚い信頼を得続ける技術力が特徴 ソフトウェア+ITインフラ領域の開発体制を武器に更なる飛躍を目指す

コンセプトアンドデザイン(東京都千代田区)は、通信系制御ソフトウェア開発、ネットワークシステムの運用構築、組込みソフトウェア開発を3本柱に事業展開している。堅実に成長を続けるなか、オリジナル製品の開発も着手した。例年新卒者を積極採用、平均35歳と若さも特徴だ。そんな同社の近況をうかがった。



### 約80名の技術者が 幅広い分野で活躍

1983年から40年を超える歩みのなか、着実に技術力と信頼性を向上させてきた。誰もが知るところの大手電機メーカーやSIerといった、多数の企業と長きにわたり取引関係を続けていることは何よりの証明だろう。

株主は食品メーカーの日本精麦。明治28年創業の老舗企業だが、事業拡大に向け新分野に取り組む異業種の会社とのグループ化を模索していたころに縁が生まれたそうだ。代表取締役社長の廣瀬達也氏は「これからはソフトの時代という先見性があったのだと思います。弊社も創業者である室井(春実氏、取締役会長)が事業開始後で苦勞していた時期でもあり、資本提携というかたちで加わっていただきました」と経緯を教えてくださいました。

堅調に成長してきた同社は、現在約80名の技術者が幅広いアプリケーション分野でのシステム開発事業に従事している。業務モデルは、客先での常駐開発がメイン。特徴のひとつとなるのが、ソフトウェア開発とITインフラのシステム運用構築の2領域への対応。「両分野に対応している会社は、弊社のように

な中小クラスではなかなか見当たらないと聞きます」(廣瀬氏)ということで同社の強みとなっている。技術者のバランスはソフトウェア開発7割、ITインフラ3割。ソフトウェア開発では金融やキャリア、通信系といったオープン系組込み系のシステム、ITインフラでは金融系や通信系などのシステム設計・構築・運用で実績を重ねている。

「特に伸び率が高いのはITインフラ事業」というのは業務部営業グループ課長代理の杉本竜之介氏。「市場はインフラ系のエンジニアが不足気味で、弊社のように設計部隊を確保しているところは限られます。人材も貴重な戦力に成長していますし、その技術力の高さに報酬がともなっていくことで伸び率の高さにつながっています」と分析する。

組込み系の案件も安定して継続できているようだ。自身も技術者であった業務部長の熊川強志氏は「主に無線制御のソフト開発が中心で、設立から関係が続くお客様先に多くの技術者が常駐しています。レガシーから新しい技術でも対応していますし、上流から下流工程に関わるなかで新たに試したいという開発にはメンバーが調査から参加することもあります」という。

### トレンドに流されず業務に必須の 技術ニーズに対応

40年も経過すると以前とは開発要件も様変わりしている。クラウドネイティブな設計、技術が当たり前になり、新たに生成AIというキーワードも出てきた。当然同社でも意識はするものの“流されない”スタンスを取り、あくまで業務に必須となるスキルに対応していくという。熊川氏は「流行に乗って多くの人を割いても、それが過ぎたときのリスクが大きいので。堅実さを取ってきたことでお客様の信頼も厚くなっているのかなと思います」。

続けて廣瀬氏は「組込み分野ではハード寄りのレイヤーの上位層にあるアプリケーションを得意としていますが、クラウド対応も人材を増やしてきました。ニーズが強くなっているところには入っていかないと技術が陳腐化してしまいます」と話す。

また同様に偏りをなくするため、業界には特化しないという体制も意識している。根底にあるのは技術軸でニーズに応じていくという発想だ。技術ニーズのキャッチアップには、大手の主要取引先との接点が活かされてくる。杉本氏は営業視点から次のように話す。「新規の製品開発やサービス開発の実際を間近で多種多様に経験させていただいてい



代表取締役社長  
廣瀬 達也氏

業務部 部長  
熊川 強志氏

業務部 営業グループ 課長代理  
杉本 竜之介氏

ます。それぞれの会社での特色もありいろいろな情報収集ができていますから、情報を整理することで需要やトレンドが見えてきます。そうした背景もあり、「この先どういった技術が出てくるかわかりませんが適応していけるという自負はあります」という廣瀬氏の言葉にも頷ける。

### オリジナル製品開発も 事業化に向け推進

業務においては、事業の両輪となるソフトウェア開発とITインフラの横連携は目指すところだ。システム開発からインフラまで一貫通貫に対応していくことで、他社をしのぐ大きな強みになるだろう。いまはまだ模索段階ということだが、規模の大きな案件が多いことから期待も膨らむ。「客先では縦割りの組織が多いなか、部門を超えた橋渡し役という立ち位置になることも含めたアプローチを意識しています」と廣瀬氏はいう。

一方で、オリジナル製品開発の事業化を目指している。すでに日本大学工学部との連携で垂直跳び測定器を開発し、販売も始まっている(22~23ページに関連記事)。「主力事業が成熟してきた側面もあり、型にはまらず出会いときっかけで始めました」(廣瀬氏)。そのきっかけを掴んだのは杉本氏。生前JASAとも縁の深かった平山雅之教授の研究室で学んだOBだ。

「入社後も研究室に何度かお邪魔した流

れで、垂直跳び測定器を研究している学生を知り一緒に進めましょうという話になりました」(杉本氏)。センサーを仕込んだ測定器の前に立って、ジャンプすることで生じる滞空時間から跳んだ高さを測る仕組みだ。水泳の飛び込みやバレーボール、バスケットボール、ウェイトリフティングなど瞬発力が求められるアスリートの需要に手応えを感じつつも、売り方など手探り状態で進んでいる様子。「素人発想で苦労が続きますが、今後も王道ではなくニッチな分野を狙って展開を図っていく考えです」(廣瀬氏)。

### 新卒者を積極採用し しっかり育成

現状の動向からいくつか特徴を取り上げてきたが、会員からするとある意味もっとも関心あるのが新卒採用かもしれない。例年6名~8名の新卒者を採用している。文系出身の学生の採用も積極的だ。就活生に最前線でアピールしているという杉本氏は「研修期間を3カ月間ちゃんと設けていること、安定性や将来性をしっかり伝えて口説きます」という。

また、文系出身から技術者になった一人である熊川氏は「客先からの評価も高く、他社の新入社員と比べて動きが良いと自負しています」と評価する。平均35歳という若さ、2.5%の低い離職率も学生には魅力に感じられることだろう。「若手も後輩の面倒をしっかり見てくれているし、管理職が適時ヒアリ



▲センサーを用いた測定器は、他製品とはまったく異なる発想から製品化されたものだ。今後も技術力を発想源としたユニークな製品化が期待される。

ングして意思の疎通を図ることも予防になっているでしょう」(熊川氏)。

そうした採用活動も鑑みて、会社のブランド構築にも取り組んでいる。廣瀬氏は「いまできることとして健康企業宣言をおこないました。自社製品以外でも会社のブランド力をつくり上げて、知名度がなくても学生に選んでもらえるように条件を整えていきたいと思っています」と意図を語る。

業務拡大にはJASA会員としての利点を活かしていく考えだ。会員間の交流に参加している杉本氏は「ビジネスにつながるきっかけになりますし、技術課題に対して一緒にクリアしていけるようになればと思っています。そのためにも交流は増やしていきたいし、いまは廣瀬と二人の参加ですが会社として広げていければと考えています」と思いを語ってくれた。

●「会社訪問」のコーナーでは、掲載を希望される会員企業を募集しています。お気軽にJASAまでお問い合わせください。