

お客様のニーズに真摯に向き合い、  
「創造と挑戦」を繰り返し実践する  
**株式会社 日本オープンシステムズ**

調査研究部 主任研究員 米屋 信弘

概要

所在地 富山県富山市牛島町9番5号 Dタワー富山7階  
 代表者 代表取締役会長 大蔵 政明 代表取締役社長 園 博昭  
 設立 1990（平成2）年7月  
 従業員数 448人（2026年4月1日現在）  
 事業内容 システム構築・運用・検証事業、ITインフラ構築・運用事業、  
 セキュリティ事業、クラウド構築・導入事業、  
 各種ソリューションシステム導入事業、その他関連事業  
 U R L <https://www.jops.co.jp/>



IT業界の好景気は長期にわたって続いている。DX、AI、クラウド、セキュリティなど、多様な成長分野に携わる人材は引く手あまたの状況だが、その一方で、「2025年の崖」<sup>※1</sup>や「SaaSの死」<sup>※2</sup>といった業界動向を不安視するようなワードがちらついているのもまた事実である。


今回は、富山県に本社を構え、独立系のIT企業として東京や名古屋にも営業拠点をもつ株式会社日本オープンシステムズ（「JOPS」）を訪ねた。同社は近年、自社サービスの拡充やクラウド対応、産学連携など新たな展開を加速している。同社の設立経緯から今後の方向性<sup>その</sup>などについて、社長就任から間もなく丸4年となる園博昭氏に話をうかがった。

社名の由来は時代の潮流を反映 

同社は1990年に、現会長の大蔵政明氏が株式会社CSK（現SCSK／住友商事グループ）の地域子会社としてCSK北陸システム株式会社を立ち上げたことに始まる。しかし、地域子会社という立場では、どうしても営業エリアが制限されてしまう。「独自の営業戦略を自らの手で展開したい」という強い思

いを抱いていた大蔵氏は、巨大市場である東京への進出と広域案件の獲得を見据え、CSKからの独立を決断した。

社名を現在の「日本オープンシステムズ」に変更したのは1994年のことである。当時のシステム業界は、大手IT企業が自社専用のハードウェアやOSでユーザーを囲い込む「クローズド」な体制から、WindowsやUNIXなどを利用する「オープン」系プラットフォームへの転換期にあった。社名に冠した「オープン」は、「メーカー側からの制約に縛られず、常にお客様のニーズに真摯に向き合う」という誠実な経営姿勢を表現しており、それは独立から30年以上を経た今日においても、揺るぎないDNAとして脈々と受け継がれている。

「説明できない」という体験が   
変革を生んだ

現社長の園氏は北陸電力出身で、2020年に同社に入社。顧問を経て2022年6月に社長に就任した。入社以降、営業マンとともに北陸電力本体やグループ会社を訪問し、会社紹介を兼ねたセールス活動

※1 老朽化したシステムの利用によりDXの実現が遅れ、多額の経済損失が生じる問題。経済産業省では「損失額が毎年最大12兆円となり2025年をめどに早急な対応が必要」としていた。  
 ※2 生成AIやAIエージェントの進化により、従来の定額制ソフトウェアビジネスが衰退し、AI主導の業務へ転換する構造的変化を指す言葉。AIエージェントの導入により、これまで人間が行っていた業務が自動化されるため、人員削減・再編が進む可能性がある。

を行った。そこで直面したのが「自社の強みを説明できない」という、きわめて基本的な問題であった。

IT業界では守秘義務が特に厳格である。その結果、訪問先で「具体的にどんな実績がありますか」と問われても、導入実績のある顧客名や具体的な案件内容を開示することができず、「情報システムに関することなら何でも対応します」という曖昧な回答しかできなかった。また、開発を担当するエンジニアと営業マンとの意思疎通が足りず、自社商品の細部まではうまく説明できないという課題も発生していた。

こうした体験を踏まえ、園氏は社長就任後から打開策に着手した。顧客の協力・了解を得ながら、社名など固有名詞入りの導入事例をWebサイトに掲載し始めたのである。「建設業の基幹システムリニューアル」「製造業の生産管理システム導入」など、課題解決策に加え、利用者の声も含めた具体的なケースを、コツコツと積み上げた。現在30件を超える実績を公開しており、営業現場での説明力は大幅に向上した。

### 三本柱の事業構造で会社をけん引

園社長は就任以降、「自社の強みを外部に積極的に伝えること」「独立系として機動的に動くこと」「エンドユーザー案件の拡大」を意識してきた。それを念頭に同社の主要業務を見ていくと、「常駐型支援」「受託開発」「自社プロダクト」の三本柱で構成されていることがわかる。

#### (1) 常駐型支援

会社を設立した当初からの主力形態であり、顧客の情報システム部門に技術者が常駐して日常的な運用・保守や開発を担う。「お客さまの近くで要件を聞きながらシステムを作り上げる」やり方はCSK時代から受け継いだものであり、安定収益の柱となっている。

#### (2) 受託開発

「スクラッチ開発」とも呼ばれ、システムの企画・設計から開発・実装までを一から受注するプロジェクト型の業務である。現在は大手SIer（システムインテグレーター）からの二次請けと直接受注がほぼ半々で、近年では5億円規模のプロジェクト実績も出てきている。得意分野は生産管理システムを中心とした製造業向け事業で全体の約4分の1を占める。これに続くのが、M&Aで獲得した建設業向け事業で1割前後を占めている。

#### (3) 自社プロダクト

##### ～「内なる声」から生まれたサービス～

自社プロダクトが生まれたきっかけは、シンプルだった。「“JOBS”とはどんな会社ですか？」と尋ねられたときに、自社をうまく説明できるように「自分たちの名前で語れる製品をもちたい」という社員の「内なる声」である。そこで、「自分たちが使って便利だと感じたものを、自社のブランドで商品化する」という取り組みをスタートさせた。

フリーアドレス席予約システム「OFFTICKET」はその代表例である。コロナ禍でリモートワークが定着する中、「今日誰が出勤して、誰が在宅勤務中なのか」をオフィスの平面図上でリアルタイムに把握したいというニーズが社内に生まれた。同社はそのシステムを自社開発し、社内ですべて運用した上で外販を開始した。



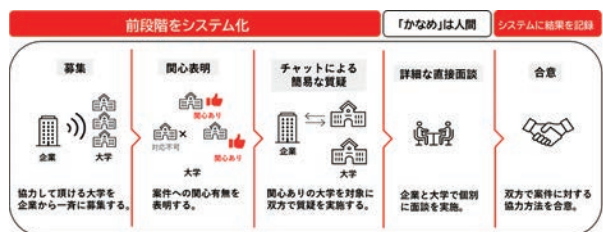
OFFTICKETの会議室機能（フロアマップ）



OFFTICKETの紹介動画は左のQRコード、または以下のリンクから  
<https://www.youtube.com/watch?v=NLq-w4sHt4o&t=41s>

クラウド型資産管理サービス「Birdeye」は、「従業員の入社、退社に伴う社員証やPC・制服などの貸与物の管理負担増加」という課題から生まれたものだ。「鳥の目で管理する」というコンセプトのもと、クラウド人事労務ソフト「SmartHR」との連携も実現しており、人事・労務担当者の負担軽減に寄与している。

産学連携クロスオーバーシステム「Ocket」は、企業の開発ニーズと教育・研究機関の研究シーズをつなぐプラットフォームだ。最大の特徴は、企業側



「Ocket」の流れ

から複数の大学などに対し、開発テーマを一斉に発信できる点にある。広範な研究フィールドの中から、企業の課題解決に直結する最適なパートナーを効率的に見つけ出し、スピーディーで円滑な産学連携の構築に貢献しようとしている。

このほかにも、建築・設備見積積算パッケージなど、複数の自社プロダクトを展開している。

園社長は名刺一枚さえも「動くカタログ」へと進化させている。名刺の裏面に配したQRコードから製品の動画へと誘導することで、対面したその場で自社のプロダクトの価値をダイレクトに伝える。そこには「自分たちの名前で語れる製品をもちたい」という社員の内なる思いが、形となって現れている。



同社の名刺裏面

## 独立系としての機動性を活かした経営

同社の大きな強みの一つが「独立系」であることだ。一般に、大手企業の傘下のほうが安定していると捉えられがちだが、親会社の多層的な承認プロセスに縛られる系列企業とは異なり、経営判断を迅速に行える利点がある。グループ会社管理の経験を持つ園社長は、親子会社間の意思決定における組織上の制約を実感してきた。オーナーである会長との間で「必要な相談はすぐ隣でできる」ため、好機を逸しない意思決定が可能となっている。

この機動性は、DX認定取得にも発揮された。2020年11月から始まった同制度で、同社は富山県内企業で初の認定事業者となった。大手企業では機関決定を経る煩雑さから取得が遅れがちとも言われる中、認定までの期間はわずか半年。独立系ならではのスピード感が生きた事例である。

継続的な情報発信によって、新規顧客の獲得経路も多様化した。かつては大手SIerの傘下に入って「リピート」を重ねることで関係を構築していくことが主流だったが、現在は展示会での接点やWeb広告からの問い合わせが多くなっている。また、「当社

顧客の担当者が転職したあと、転職先で当社を紹介してくれる」というケースも増えているようである。顧客側の人材が流動化する中で、同社の評判が広がるという好循環が生まれている。

## 働き方改革・女性活躍は、 社長就任後の象徴的な変革の一つ

園社長は、社員の働き方にも着目してさまざまな変革を進めた。

例えば、フルタイム勤務と時短勤務といった勤務時間の差を考慮した公正な評価制度の定着や、育休取得後のキャリア継続支援など、女性の勤務実態に即した運用改善を実施した。

こうした「トップのメッセージ」をきっかけに女性社員の意識・行動が変わり、社内にはボトムアップ型での議論が広がりつつある。現在の女性比率は約4分の1であるが、今後は50：50を目指す方針を掲げている。ちなみに男女賃金格差の指標（男性を1とした場合の女性の賃金水準）では、全産業平均を大きく上回る水準が確保されており、「女性が活躍できる職場」となっている。

## IT企業ならではの課題

### (1) 業務の“属人化”とローテーション

常駐型支援は安定収益の柱である一方、自社のエンジニアを発注企業に長期間固定化してしまうため、新規事業や突発的な人材不足に対して柔軟に対応できなくなるおそれがある。また、社員が特定の顧客の業務を何年も継続すると、業務が“属人化”することも懸念の一つとなる。

一方、受託開発の場合は、比較的短期間で多数の業務をこなすケースが多く、結果として「ジョブローテーション」が図られている。

園社長は、中長期的な人材育成を考えるにあたって、2つの主要業務でこうした正反対ともいえる状況にあることを危惧し、「常駐型でも5年をめどにローテーション」という方針を立て、顧客側の理解を得ながら実践していくこととした。また、「作る側（エンジニア）と売る側（営業マン）の意思疎通ができてい



ない」という課題に対してお互いの理解力・説明力の底上げを図るためにも、ローテーションの定着を図っていく考えだ。

## (2) クラウド戦略の深化と差別化

同社におけるクラウドへの本格対応は、この6年で急速に加速した。現在はAWS(アマゾン・ウェブ・サービス)、Microsoft Azure、Google Cloudの3大クラウドのパートナー認定を取得しており、多様な顧客ニーズに応える体制はすでに整っている。

現状はAWSの比重が高くなっているが、同領域は競合するSierも多く、今後はクラウドの種類や業種、機能領域を問わず、独自の付加価値をいかに提示できるかという「戦略的な深化」が求められる。同時に、市場のシェアが拡大傾向にあるMicrosoft Azureの取り扱いシェアを拡大させ、ポートフォリオの最適化を図ることも重要な経営課題の一つとなっている。

## (3) AI活用と人材育成とのバランス

近年、「生成AIの急速な普及に伴い、現場の管理職が疲弊している」という声が上がっている。

生成AIは、コーディング補助や文書整理において劇的な効率化をもたらす一方で、業務の本質的な理解が不足したままAIを利用することで発生するリスクが存在するのも実情だ。成果物に紛れ込む誤り(ハルシネーション)を見抜く力がない場合は、それをフォローする管理職の負担がかえって増大するという「負の側面」も顕在化してきた。

「まずAIを活用することなく基礎から全部学ばせるべきか」、それとも「AI活用を前提として、学び方そのものを変えるべきか」という本質的な問いについては、現在も社内でも議論が続いている。

進化し続ける生成AIにどう向き合い、それを使いこなせる人材をどう育てていくか。この答え次第で、今後の採用方針や社員教育にも大きく影響してくる。

## 今後の方向性

### (1) エンドユーザー取引の拡大



現在は大手Sier経由とエンドユーザーとの直接受注がほぼ半々だが、今後はエンドユーザー向け案件の比率を引き上げていく方針だ。背景には、大手Sier側のオフショア活用(開発業務の海外企業への委託)が進んでいることがある。オフショア活用は、単なるコスト削減の手段から、深刻化する国内IT人材不足の解消、アジャイル開発への対応、開発スピー

ドの向上などを目的としており、ベトナムやインドとの戦略的なパートナーシップへと変化しているようである。



こうした流れを受け、Sierからの二次請け案件に変化が生じる可能性がある。一方で、エンドユーザーとの直接取引は、信頼の積み重ねによって安定するため提案の幅も広い。生産管理・建設など得意領域を軸に中堅以上の企業を主なターゲットとしつつ、直接受注を拡大していく考えである。

## (2) 自社プロダクトの段階的育成

同社では、「自分たちの名前で語れる製品をもちたい」という内発的な動機から始まった自社プロダクトを、全社売上の1割規模に育てるという中長期的な目標を掲げている。「OFFTICKET」をはじめとする既存プロダクトの導入社数拡大と、セキュリティ診断サービスなど新サービスの展開を並行して進め、受託開発・常駐で積み上げてきた信頼と技術力を土台に、プロダクト事業を堅実に育てていく方針だ。

社内では、「システムに業務を合わせる(パッケージ導入による業務の標準化)」という理想論と、「企業文化を反映する業務プロセスにシステムを合わせる(個別最適・スクラッチ型)」という現実論との乖離に日々直面している。SaaSやERPの普及によって「仕組みの標準化」は進んでも、現場での細やかな対応や独自の文化まで標準化させるのは困難であり現実的ではないというのが、同社の偽らざる実感である。

北陸では数多くの製造業が展開しているが、同じ業種・業態であっても企業ごとの業務内容が全く違うため、「生産管理システムは特にスクラッチ型の比率が高い」という。スクラッチ型案件を通じた多様な経験の蓄積、自社プロダクトを通じた独自技術の構築が同社の長期的な競争力の礎となる。AI時代において、「現場の最適解を導き出す力」をいかに実装していくか。受託開発で培った現場対応力と自社プロダクトの独自性を掛け合わせる同社の挑戦は、地域産業のDXをけん引する試金石となるだろう。