

ITでニッポンを 元気にする ベンチャーが 海外進出を 決断した理由

RAKUS Co., Ltd.

ビジネス向けにクラウド型サービスを展開する「ラクス」が、急成長を遂げている。自社で開発するシステムのように莫大な金額と時間を費やすことなく、仕事の効率化と生産性の向上を実現できるとあって、顧客数が拡大。高品質なのに低価格という魅力で、市場シェアを伸ばしてきた。そして、現在、国内で存在感を強めているラクスが、シリコンバレーへの進出を決断した。なぜか。米国土陸の狙い、決断の背景に迫るべく、中村崇則社長をラクス本社に訪ねた。

制作／東洋経済メディア制作部

エンジニア育成からクラウドへの展開

「クラウドシステム」が普及のスピードを加速させている。一台一台のパソコンにシステムをインストールするのではなく、インターネットを介してどこからでも多彩なITサービスを利用できるのがクラウドの真髄。このクラウドを基盤にビジネスに特化したサービスを提供しているラクスもまた、急激な成長カーブを描いている。では、なぜ時代の波をとらえることができたのか。その理由を解き明かすには、中村崇則社長のパーソナルヒストリーをひもとく必要がある。

NTTに入社して2年目。電子メールをグループ内で一斉に送受信できるメーリングリストの便利さに目を見張った中村社長は「多くの人に使ってもらいたい」と動き出す。1997年、同僚と資金を出し合って合資会社DNSを設立。「副業」としてのスタートだったため、会社員としての仕事を終え、睡眠時間を削りながらプログラミングの入門書を読みあさり、仲間たちとともに無料メーリングリストサービスの開発にこぎ着く。転機は2年目にやってきた。それまで売上高ゼロが続いていたDNSに初めて売上が計上されたのである。金額は9万円ほどであったが、中村

社長には先が見えていた。そこで、ITを退職し、本格的な起業を果すと、そこにインターネットのブームがやってくる。DNSの会員数も急拡大し、2000年には40万人に。しかし、変化の予兆を感じた中村社長は、短期間で成功を収めた無料メーリングリスト事業をあつさり売却。「ライバル企業が米国資本の大手IT企業に買収されることがきつかけ」と当時を振り返るが、大きな資本をバックに攻めてくる新しいライバルの姿に、潮目の変化を読み取ったとも理解できる。

が、挑戦への手綱を緩めることはしなかった。2000年の11月には売却資金を元手にラクスの前身であるアイティーブリストを設立。IT化によって社会を効率化したいという理念を掲げ、需給が逼迫していたITエンジニアの教育事業に照準を合わせる。自らの理念を具現化するにあたり、開発のカギとなるエンジニア不足に悩まされていた中村社長自身の「いないのなら自分たちで育てよう」という発想から生まれた新規事業だった。しかも、ここにも追い風が吹く。景気後退の影響もあり、自己啓発ブームに。ちょうど、ビジネスパーソンを対象としたさまざまなスキルアップ本が書店の棚を覆い始める時期と重なる。アイティーブリストも設立初年度から年商三億円

を達成するなど、大きな成功を収める。

しかし、教育事業にも決別を告げる。中村社長が「やがて自己啓発ブームは終了する」と予見していたためだ。と同時に、その次に見えてくる「クラウドの時代」に専念する体制を整えたいという意図もあった。そこで、教育事業で接していた優秀な受講生をスカウトし、クラウド型サービスへと舵を切っていく。

ラクスだからできること

クラウドの浸透によって、サービスを提供する企業も増え、群雄割拠の様相を呈している。そうした中で、ラクスは「顧客満足度の徹底」「品質の高い製品を低価格で提供」することによってシェアを拡大してきた。確かに、クラウド型サービスは、顧客企業がインストールやバージョンアップをすることなく、ユーザーはウェブサイトを閲覧する要領でつねに最新の機能を活用できる仕組みなのだが、顧客の期待どおりの効果を

導くためには

さまざまなハードルを

超えなくてはならないことも事実だ。いわば、ラクスの本当の魅力は、泥臭ささえ感じさせるような徹底した顧客本位のIT企業という点にあるのではないだろうか。賃料を抑えるために、高級なオフィスビルに構えるのではなく、相応なビルに拠点を構えるなど、徹底的に無駄なコストを削減。一方、すべてを顧客の目線に合わせて、顧客が使いやすいと感じる技術開発やサポートにはコストを投下する。顧客に近いからこそ、人間がやらなくてもいいような単純作業をなくすために、あるいは人間が介在することによってミスが発生してしまう作業をITで効率化したいと、汗をかく。

「たとえば、経理業務を効率化する



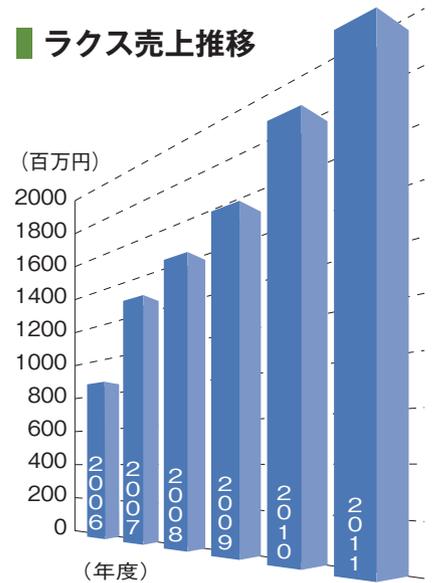
ラクス代表取締役
中村崇則

ITでニッポンを元気にする ベンチャーが海外進出を決断した理由

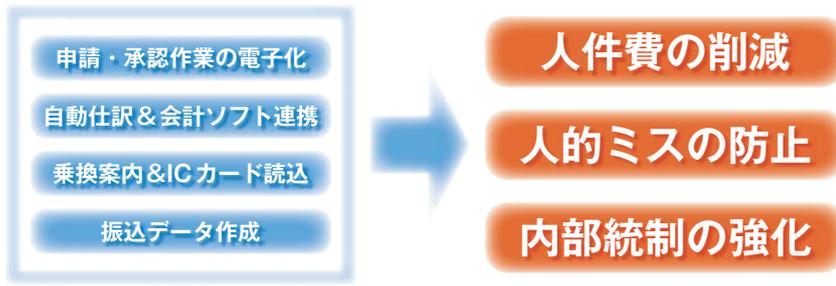
「楽楽精算」というシステムがあるのですが、利用することによって交通費や経費の申請・承認作業が電子化され、一般社員の申請作業も、経理部門のチェック作業も大幅に削減できるのです。クラウド型サービスの提供によってムダをなくし、効率化をサポートすることで、企業の競争力向上に寄与したい。空いた時間を、会社のため、そして自分や家族のために使えば、企業活動も社員の生活も、より充実するのではないのでしょうか」と中村社長は語る。何よりも、コンピュータが得意ではない人でも、説明書を読まずに直感的に扱えるソフトがラックスの理想だ。特に、導入初期の慣れるまでの段階で負担を感じる人が多いITのハードルをできるだけ下げたため、ソフトの設定や操作をわかりやすくするとともに、専門のサポートスタッフが顧客の質問に丁寧に答える体制を整えている。

中村社長は続ける。「大事にしていることは『顧客の声を聞く』こと。お客様にとって本当に使いやすい商品を提供することにこそ、私どもの存在価値があるからです。ラックスの

■ ラクス売上推移



交通費・経費精算システム「楽楽精算」を利用した業務効率化



製品は、月額料金制のためお客様に未永く使っていただく必要があります。買い切りではないからこそ、顧客満足度を高めなくてはなりません。顧客の声を聞き、使い勝手の改善や機能追加などのバージョンアップを繰り返し、サポートに注力する理由も、すべては顧客満足度を高めるためなのです。こうしたサイクルを繰り返すことで、顧客満足度のさらなる向上だけでなく、商品力のアップや新規販売数の向上にもつながっていくのだろう。

顧客本意の開発力を武器に米国へ進出

しかも、ラックスのサービスは、ある特定の作業を、より便利にすることに集中しているため、その機能は「かゆいところに手が届く」繊細さを持ち合わせている。導入する企業にとっても、ある目的に特化したソフトはメリットが把握しやすい。月額利用料も機能と価格のバランスを検討すれば、コストパフォーマンスに優れたリーズナブルな設定とわかる。そのラックスが昨年、新たな一歩を踏み出した。「米国に子会社Rignite Inc.を設立しました。たとえば海外のファストファッションの攻勢が強まるアパレルのように、グローバル化時代では日本にいても世界との戦いに巻き込まれます。しかし、私は、

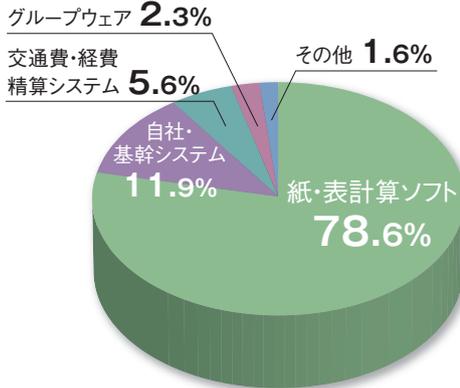
攻められるばかりではなく、日本から攻め入り、日本のクラウドシステムの品質のよさをもっと世界にアピールしたいと考えています。もっと、世界に日本の企業力を示したい。もちろん、企業として成長していくためには国内でシェアを拡大しながら、海外市場を視野に入れることで、より多くの利益を狙うことが必要です」と中村社長。しかし、あのシリアルに挑むには、意気込みだけでは勝負できない。ラックスはどのような戦略を描いているのか。中村社長が応じる。「これまで、ラックスが培ってきた顧客目線を大切にしたいシステムで勝負します。日本で使いやすいにこだわって作ってきたシステムで、米国でも挑戦したい。製品ニーズを探るマーケティング活動や、販売戦略はアメリカ現地スタッフが担いますが、システム開発はこれまでどおり日本の優秀なエンジニアが日本で行います。まさにものづくりニッポンの競争力を示そうというチャレンジが始まっている。

社内の悩みから生まれた「楽楽精算」

実際、ラックスの顧客目線に立ったものづくり競争力が最も発揮されたソフトの一つが、前述した交通費・経費精算システム「楽楽精算」だろう。開発のきっかけは、ラックスが抱

ITでニッポンを元気にする ベンチャーが海外進出を決断した理由

現在どのように 交通費・経費精算を行っているか



※2012年9月 企業の経理担当者(管理職)800名に
ネットリサーチを利用して調査



導入コンサルタントリーダー
大塚智史

えていた、ある「悩み」だ。ベンチャーからスタートしたラクスも今や200人超の社員を抱える企業に成長した。それに伴って手間となっていたのが経費精算の作業。多くの会社と同じようにラクスも現場の営業社員らが、表計算ソフトなどを使って紙の申請書を作成し、管理職が印鑑を押して承認後、経理に回され、システムに入力するという手順に入力したデータをプリントアウトして、

経理で再入力するのはいかにもムダで経理部門の負担も重い。そうした課題認識が、同じ悩みを抱える会社の役に立つ新サービス開発に結びついた。

企業の約8割がムダな 作業に追われている

ラクスが企業の経理担当者(管理職以上)800人に調査した結果によると、企業の約8割が経費精算を紙や表計算ソフトで管理しているという。実際に楽集精算の企業への導入をサポートしている、大塚智史コソナルタクトリーダーに聞くと「少人数なら、面倒でも頑張れ、で済むかもしれません。しかし、ある程度の人数になれば、頑張るよりシステムを導入したほうが、時間、コストをはるかに効率化できます」と話す。

申請時間が 3分の1に短縮

そこで、「楽集精算」を利用すれば企業のお金に関する処理を大幅に削減することが可能だ。たとえば、SuicaやPASMOといったICカードの利用履歴を読み込んでそのまま交通費を精算する、あるいは、経理担当が行う金額チェック

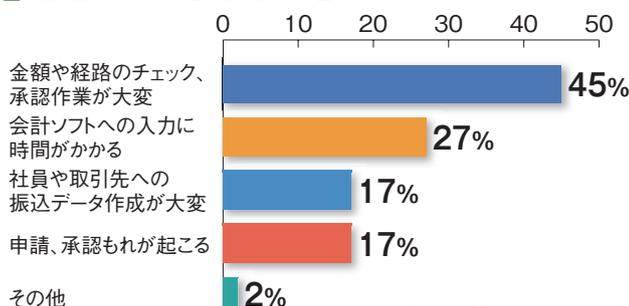
や仕訳作業などを自動化することで業務時間を大幅に短縮し、人的ミスも防止するなど。さらに、過去のデータをいつでも取り出せるため、監査対策等の内部統制にも役立つだろう。「実際にMS&ADインシユアランスグループホールディングス様、資生堂プロフェッショナル様などが導入され、ご好評をいただいています」と大塚氏。サポート満足度も94%と高く、「小口現金を廃止することができた」(スポーツ施設運営企業)、「申請にかかる時間が3分の1ほどに短縮できた。経理の効率化はそれ以上」(大和不動産鑑定)など、劇的な効果を喜ぶ声も多い。

しかも、システム導入に合わせて申請のやり方や経理作業を変更する必要もない。そこまで充実したシステムが、月額3万円から(税抜き)とリーズナブルな価格で使えるのは魅力だ。経費精算の手段に苦労している経理担当や、営業社員が意外に多くの時間をかける交通費精算に問題意識を持った経営者からの反響も大きく、販売数は昨年2倍に達している。

企業の業務効率化に貢献

しかし、中村社長は「まだまだ」と考えている。アンケートによると、紙や表計算ソフトで経費精算を行っている企業の多くは何らかの課題を感じているはずなのに、導入が進ん

「紙・表計算ソフトで管理」している企業が 経理業務に感じる課題 (複数回答あり)



※従業員数50人以上の企業のデータ

でいない。「それは、導入すれば劇的に業務が改善されるシステムがあることを知らないからではないでしょうか。ぜひ、もっとたくさんの方々に「楽集精算」をご利用いただき、業務の効率化に寄与したい。もちろん、海外でもムダな業務を行っている企業はたくさんあるでしょう。海外でも、顧客満足度を追求した私どものサービスで業務効率化をお助けしたいですね」。

まさに、ものづくりニッポンのIT版。顧客視点に立ったシステムを国内で開発しノウハウを磨いた日本企業の力を海外でどのように発揮していくのか。ラクスから目が離せない。