

株式会社九州ソフトクス 30期（2030年）ビジョン



- I. 経営ビジョンと事業目的**
- II. 経営目標**
- III. 経営戦略**
- IV. マーケティング戦略（現状と未来予測）**
- V. 実動プラン**

I. 経営ビジョンと事業目的

I. 経営ビジョンと事業目的

経営ビジョン

「社員の可能性を最大限に引き出し、地域の未来を創造する」

自社社員およびお客様企業、協業他社の社員が持つポテンシャルを最大限に引き出し、それぞれの持つ技術やリソースを活用、協力し地域社会に貢献することで、持続可能な発展を達成する

事業目的

「社員の生活基盤安定と地域社会への貢献」

企業利益のみを追求するのではなく、広い視野で地域社会や他者と共に成長し、持続可能な社会の実現に貢献していく

「地方創生のためのDX推進」

先端技術、トレンド技術、大規模システムで利用されている技術など、さまざまな技術をニーズ、リソースや文化に合わせてローカライズし、技術進化による恩恵を地域へ提供する

I. 経営ビジョンと事業目的

30期ビジョン

「ITとデジタルとモノ・コトでコア事業と成長事業の両輪で成長」

九州ソフトアジアおよびソフトアジアグループ全体のシステム運用、システム開発、基盤開発及びコンサルティング力を活かしIT・デジタルにより顧客事業及びユーザへの新たな価値提供を実現し既存事業の拡大、拡張と収益拡大をおこなう。

システム運用、ソリューション開発、新規事業へのデジタルツインおよびVX（Virtual Transformation）の導入に向けて動き出し次世代サービスを実現する。加えてIT・デジタル技術を武器にモノ・コトサービスへ挑戦、異業種企業とのアライアンスを視野に入れイノベーションを起こす仕組み作りをおこない、持続可能な成長事業の創出と収益化を目指す。強み（武器）を獲得するために新たな技術への挑戦と継続的な技術向上機会を作り社員技術力向上を推進し、スペシャリスト集団としてIT・デジタル恩恵を顧客・ユーザ・アライアンス企業へ最大限提供する。

九州ソフトাস 30期ビジョン



「ITとデジタルとモノ・コトでコア事業と成長事業の両輪で成長」

コア事業

システム運用、基盤開発は我々の得意分野（強み）であり、市場に対して競争力やブランド力の基盤となる事業となるためコア事業と位置づけ、30期ビジョン実現にむけた中心となる事業となります。

強みを活用し、技術力、人材育成、収益などを最大化するために3つの重点戦略を策定しています。

	重点戦略	成長シナリオ	目標値
コア事業	組織横断プロジェクト	システム運用、基盤開発へシステム開発・先端技術の知見を取り入れ強みを高める <ul style="list-style-type: none">・オンプレ、クラウド、SaaS（API）、AI、コンテナ技術を活用し、コンサルティング、システム運用、基盤開発、システム開発の強み連携させコア事業を強化し売上拡大をおこなう・システム保守（SS部）、インフラ保守（基盤）をシステム運用による一元運用、保守をおこない運用水準の向上とセキュリティ等インシデント対策の水平展開	24期 ↓ 30期 売上2.2倍
	グループ連携によるエリア拡大	グループ各社との顧客、人材、技術共有による新規案件への挑戦 <ul style="list-style-type: none">・ソフトাস、北陸ソフトাস、SVCにかかわるステークホルダ、リソースを組み合わせ高スキルが求められる案件、規模の大きい案件を受託し、知見と実績を拡大・グループ全体の機会損失をなくし、高い収益を目指す	
	規模拡大・部門設立	基盤開発、開発派遣、新規事業グループの部設立、マネジメント強化による拡大 <ul style="list-style-type: none">・各事業の性質に合わせマネジメント（業務管理、育成）し事業を拡大	

九州ソフトাস 30期ビジョン



「ITとデジタルとモノ・コトでコア事業と成長事業の両輪で成長」

成長事業

顧客とのイノベーションの共創、新たなニーズやシーズから市場・顧客を創造し新しい事業へチャレンジするビジネスイノベーション部と新規事業への取り組みを成長事業としています。会社、社員の持続的な成長を実現し、競争力を強化していくために2つの重点戦略を策定しています。

技術革新（AI、IoT、API連携、ブロックチェーン等）や市場の変化に対応し、九州ソフトাসの将来的な成長を牽引し、新たな収益源をつくりだす事業となります。

	重点戦略	成長シナリオ	目標値
成長事業	市場開発	新事業領域への挑戦と顧客獲得、シェア拡大 <ul style="list-style-type: none">顧客ニーズ、シーズの発見と実現による新事業創出IT、デジタル技術を武器にモノ（リアル）・コト（バーチャル）サービスへの挑戦	24期 ↓ 30期 売上5倍
	事業開発	顧客のDX、VXを実現しイノベーション事業の共創 <ul style="list-style-type: none">産業、業種を横断したエコシステムを形成し顧客のDX、VXを実現データドリブン経営を自社で実践し、顧客提案へフィードバックする。実戦に基づいたコンサルティングをおこない、顧客事業イノベーションを実現	

九州ソフトাস 30期ビジョン



「ITとデジタルとモノ・コトでコア事業と成長事業の両輪で成長」

組織

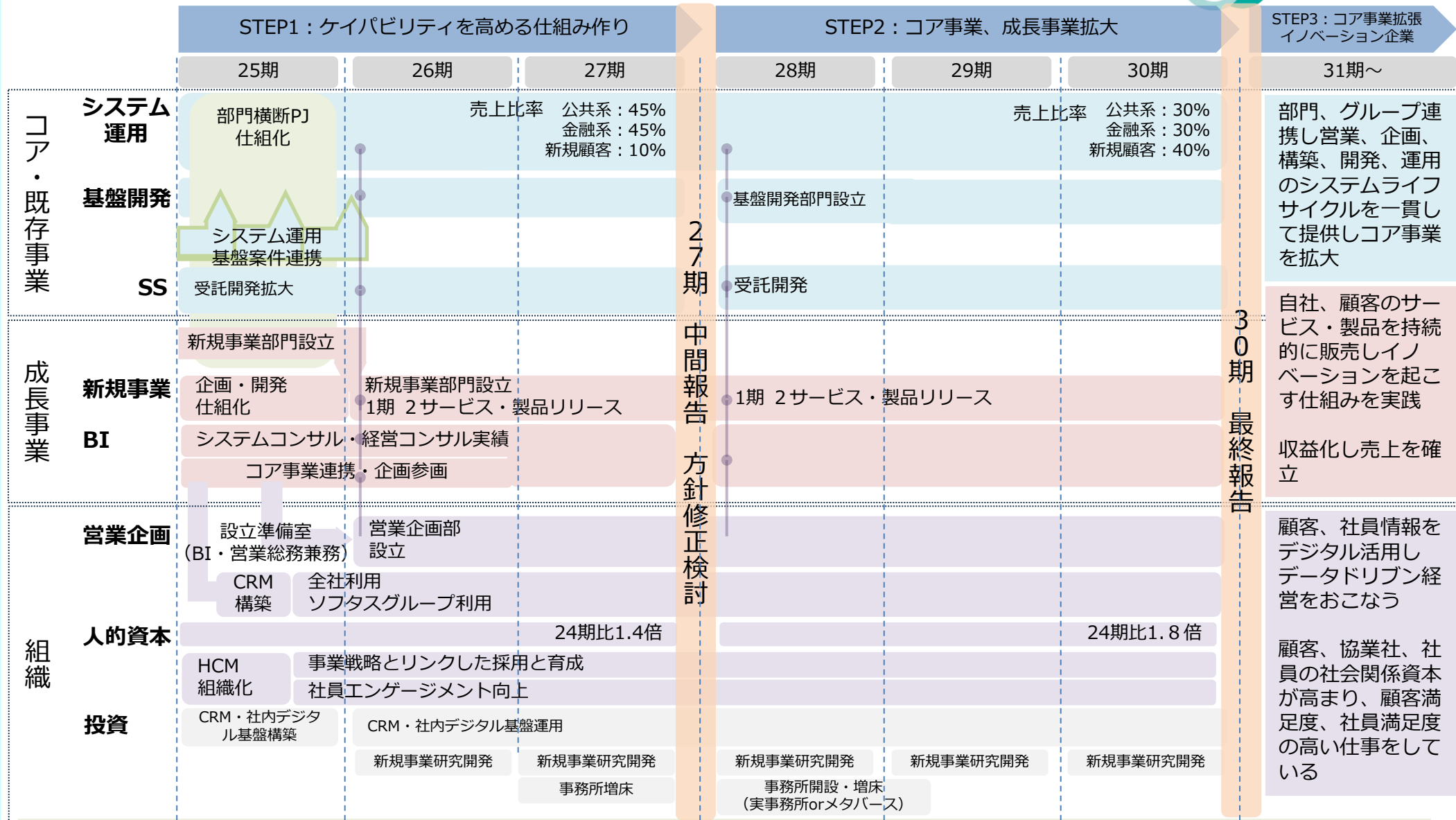
IT・デジタル恩恵を顧客・ユーザ・アライアンス企業へ最大限提供できる「強い組織」を目指して2つの重点戦略を策定しています。

部ごとに持つ顧客情報、営業・技術ノウハウ、社員特性情報（専門技術、得意分野）を共有し、顧客や市場のニーズ・シーズへの対応力を最大化するため、社員・顧客のリレーションマネジメントにより、コア事業、新規事業の実現へ向けたデータドリブン経営を実現します。

社員や顧客との社会関係資本を向上させることで、社員間や顧客との信頼関係を強化し、人脈形成、他社との協働促進、キャリア機会を増やしコア事業、成長事業のビジョン実現をできる持続可能な成長がおこなえる組織となっていくます。

	重点戦略	成長シナリオ	目標値
組織	情報・ノウハウの共有と活用	自社にてデータドリブン経営を実践しDX、イノベーションを実現する ・自社、グループ各社、顧客、協業社をシームレスにつなぎ、コア事業、成長事業の実現させる ・データを活用しBI部、営業企画部門、組織横断PJによる顧客提案をおこなう	-
	社会関係資本向上	ヒューマンキャピタルマネジメントチームによる強い組織作り ・採用、育成、タレントマネジメントにて社員エンゲージメントを向上 ・社員と社員、顧客と社員の社会関係資本向上を目指す	24期→30期 社員数1.8倍

九州ソフトাস 30期ビジョン ロードマップ



経営ビジョン

「社員の可能性を最大限に引き出し、地域の未来を創造する」

事業目的

「社員の生活基盤安定と地域社会への貢献」 「地方創生のためのDX推進」

I. 経営ビジョンと事業目的

30期ビジョン

- ・ システム運用

売上高比率 公共系30%、金融系30%、新規顧客40%の売上比率を目指し運用事業を拡大、拡張。

常駐型システム運用事業の拡大と合わせ、基盤開発で構築したSaaSサービスを利用したシステムの運用を非常駐型システム運用サービスとして提供し、スケールメリットのある事業を展開する。

また、ソリューションサービスで開発したシステムの運用フェーズを担い、多様化するシステムの効率的な運用をおこなう。

AI技術を活用したシステム運用設計、導入をおこない、システム運用自体の自動化、省力化を推進し、新たなシステム運用のビジネスモデルを創り出す。

I. 経営ビジョンと事業目的

30期ビジョン

・ 基盤開発

九州ソフトクスでの事業拡大・拡張、グループ会社と連携による全国展開をおこない、売上拡大を目指す。

システム運用業務で協業している各社と営業・人材連携をおこない多様で多数の案件獲得を行い熊本、福岡での事業を拡大する。

ソリューションサービス部と連携しSaaSサービスを利用したシステム構築や、グループ会社との連携により営業範囲を全国に拡大する。

構築したシステムはグループ会社による常駐型運用、非常駐型システム運用を組み合わせシステム運用事業の拡大へつなげる。

常駐型、非常駐型のシステム運用事業、AI技術によるシステム運用自動化をパッケージ化することで、基盤開発から新しいシステム運用までを一貫して提供し、すべての顧客へ「基盤開発」 + 「新しいシステム運用」を提供する。

I. 経営ビジョンと事業目的

30期ビジョン

・ソリューションサービス

受託型開発において開発技術を醸成する環境をつくり、ソフトウェア開発にかかわる様々な技術力向上を図り、高単価人材の輩出を進める。

受託開発パッケージを基にした自社サービス企画開発、SaaS型システム企画開発から運用保守へつながる案件へ取り組む。運用フェーズは、システム運用部へ引継ぎ、運用と開発視点をMIXした改善案をソリューション企画、開発へフィードバックできる体制を作る。

また、システム運用、基盤開発においてAI・API・コンテナ技術など開発スキルが必要となってきた、システム運用、基盤開発との技術連携により、コア事業のサービス向上と売上拡大をおこなう。

新規事業への取り組みとして研究開発部門をソリューションサービス部の中に設けているが、事業企画力が低くミッションが事業へ進展するのが難しい。新規事業（研究開発）部門を設立し、事業創出に特化した活動ができる組織を作り新たなビジネスの創出、イノベーションへの挑戦をおこなう。

I. 経営ビジョンと事業目的

30期ビジョン

・ ビジネスイノベーション

デジタイゼーション、デジタルイノベーションは、システム運用部、ソリューションサービス部、新規事業部門と連携しサービスを提供。ITを通じて経営コンサルティング領域へ踏み込み、コンサルティングサービスによる収益化を目指す。各産業、業種の経営と密接な分野（人事、経理、会計、総務、庶務、営業、マーケティング等）に対してシステムコンサルティング事業を展開し顧客との信頼関係を築く。「ゼネラリスト」として知識、経験、ノウハウ、実績を蓄積し顧客事業へ深く踏み込む。

経営情報を基に顧客事業に特化したシステムコンサルティングをおこなうことでDXやイノベーションを効果的、効率的な提案ができる「スペシャリスト」となり顧客との信頼関係を盤石なものとする。

自社にてCRM、ヒューマンキャピタルデータをデジタル化し、IT/AI/アナリティクスを活用したデータドリブン経営を実現することで、成功事例を顧客に提供し、具体的なメリットを示し経営コンサルティングへ踏み込む。

Ⅲ.Ⅰ 経緯戦略ビジョンと事業目的

30期ビジョン

・新規事業

各部門が持つ情報や技術、マーケティング経験など様々な知見を水平展開、共有、組み合わせることで効率的かつ創造的な事業企画を実現するために新規事業部門を設立し、マーケット獲得、収益化を目指す。

新規事業を創出し収益化させるためには、次の3つの要素が必要不可欠となるが、これを高いレベルで行える人材を各部より輩出、もしくは雇用し組織化する。

- 1) 顧客・市場需要の理解と予測
- 2) 革新的なアイデアと実現させる技術
- 3) 持続可能なビジネスモデルと収益構造

システム運用、基盤開発、ソリューションサービス、ビジネスイノベーションで発生するニーズや市場情報から事業企画を検討し実現する。各部門の案件に技術的にフォローし、新規事業の企画、展開をスムーズに行う。

IT・デジタル技術を武器にモノ・コトサービスへの挑戦と実現をおこない、自分たちで挑戦し知見を得ていく、もしくはモノ・コトサービス知見のある企業とアライアンスを組み、イノベーションを起こす仕組み作りをおこなう。

I. 経営ビジョンと事業目的

30期ビジョン

・ 営業、企画部門

全部門が緊密に連携し組織横断した営業体制を確立する。全社のスキル・ソリューション・案件状況を把握し、協力会社や顧客が持つ事業資源までを視野にいれ、顧客や市場のニーズ・シーズに対応するためにステークホルダ全体を事業リソースとして捉え、営業企画を実現する。

当初は、ビジネスイノベーション部、営業総務部、経営本部会が主体となるが事業部門を設立し組織化する。

CRMとマーケティングの連動

組織やシステムが静的ではなく、必要に応じて変化し、適応する能力を身に着け部門間をシームレスにつなぎ、顧客・協業他社とシームレスにつながる。情報の円滑な流れとコラボレーション促進、効率の向上を実現しイノベーションを起こす。

I. 経営ビジョンと事業目的

30期ビジョン

CRMとマーケティングの連動

プロセスの最適化:

部門の壁を取り除き、情報やリソースに流動性をもたせ、変化する要件や市場の需要に迅速に対応することが可能な組織柔軟性を獲得する。

デジタル化と自動化:

業務プロセスやタスクの効率化を実現し、情報やデータの円滑な共有をおこない 顧客・市場の変化に対応する。

ケイパビリティを高める:

新たなケイパビリティを獲得し、顧客と社会に対してより高い価値の提供を継続的に行える組織となる。

★CRMはソフトクスグループ全体で活用できる基盤としていくため、グループ各社と連携し、整備を進める。

I. 経営ビジョンと事業目的

30期ビジョン

・ 人的資本（ヒューマンキャピタル）

各部門の戦略（事業戦略、マーケティング）に応じた採用、育成企画・実行、タレントマネジメントをおこない事業戦略に必要な「強い組織」を作る。
また社員エンゲージメント向上を図り、社員モチベーション向上による顧客満足度を向上させる。

当初は、営業総務部、経営本部会を主体とするが、ヒューマンキャピタルマネジメントを企画、実行、評価するための専門チームを組織化し、次の観点にて社員に対する投資戦略を遂行します。

- ・ 人材採用：新卒、中途、キャリア採用
- ・ 人材育成：技術者育成、役職者育成、成長機会の創出
- ・ 社員リレーションシップ：エンゲージメント向上、社員の実績評価、
キャリアプラン、CRMとの連動
- ・ 人事考課：実績と給与（評価）の連動を強化

I. 経営ビジョンと事業目的

30期ビジョン

・投資

30期ビジョン達成のために、次の分野への投資をおこない新たな経営基盤を作り、社員が挑戦できる環境を整備する。

CRM・社内デジタル基盤構築

CRM、社員RM、ヒューマンキャピタルマネジメントのデジタル化しデータドリブン経営をおこない、顧客中心の戦略と社員成長機会作りの両立を目指すデジタル基盤構築、運用に対し投資をおこなう。

新規事業へのチャレンジ

新規事業へのチャレンジには、新技術活用アイデア、顧客事業への深い知識、社会課題の把握、市場動向の予測など多岐にわたる情報と知見、経験が必要となるため、研究開発に対し投資をおこなう。

事務所開設、増床（実事務所、メタバース）

社員増加、新事業の遂行、働き方の多様性を実現するために投資をおこなう。事務所の開設や増床を27期より開始する。

Ⅱ. 経営目標

Ⅱ. 経営目標

リーダシップチームにて、30期ビジョンを設定しました
実現に向けて次期中期事業計画（25期～27期）の経営
目標を設定、30期を目指したマイルストーンとします。

27期目標値

収益目標：売上 24期比 1.8倍
（粗利 30%、営業利益 5%）

組織目標：社員数 24期比 1.4倍

上記目標値達成のために必要な、事業拡張拡大、組織力強化などの方策を立てています。

II. 経営目標（27期）

収益に関する目標（27期）

売上

24期比1.8倍



粗利

30%

営業利益率

5%

II. 経営目標（27期）

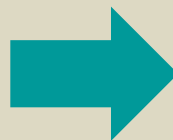
組織や人事に関する目標（27期）

社員数

24期比1.4倍

平均年収
(支給額)

每期平均5%アップを目指す



部横断組織

営業・企画部門設立
教育・採用部門設立

採用の範囲

熊本・福岡

組織構造

5部構成 → 8部+1チーム構成

Ⅱ. 経営目標（30期）

収益に関する目標（30期）

売上

24期比2.9倍



粗利

38%

営業利益率

11%

II. 経営目標（30期）

組織や人事に関する目標（30期）

社員数

24期比1.8倍

平均年収
(支給額)

每期平均5%アップを目指す



部横断組織

営業・企画部門 成果を出す
教育・採用部門 成果を出す

採用の範囲

全国

組織構造

5部構成 → 8部+1チーム構成

Ⅲ. 経営戦略

Ⅲ. 経営戦略

27期経営目標に向け、各部門の強みを連携させ新しい収益構造の実現します。あわせて部横断組織を設立し事業変化に対応できる「強い組織」の礎を構築します。

・システム運用

第1システム運用部

SaaS型システムへの移行、クライアント端末環境の変化が顕著に顧客運用環境へ現れてきており常駐業務の変化（減員、現場の消滅）がある3か年となることが予測されている。また、AI・API・コンテナ技術などを運用に必要な技術要件が変化してきている。

この変化に対応できるよう、SI/SE派遣事業の拡大、第2システム運用部、ソリューションサービス部と連動し、運用企画提案、配置計画、非常駐型運用サービスの開発と提供開始をおこなう。

Ⅲ. 経営戦略

・ システム運用

第2システム運用部

現在協業している企業との規模は維持したまま、同等の請負、派遣型顧客を獲得していく。これまで要員提案し受注できなかった要件にたいしても第1システム運用部、ソリューションサービス部の人員まで含めた提案を行えるよう連携し、受注可能な要件を拡張する。

アライアンス企業と協業しAI技術を活用したシステム運用設計、導入への対応強化し高スキル人材の提案を推進する。

福岡における基盤開発案件受注を拡大するにあたり、キャリア希望者の配置転換をおこない、第2システム運用部においても基盤開発へのキャリアパスを作る。

Ⅲ. 経営戦略

・ 基盤開発

現在取引のある企業及び新たな企業への人材提案をおこない、請負型、派遣型双方で拡大をおこなう。

福岡の基盤開発案件は、基盤開発グループが主として対応をおこなうが、第2システム運用部要員の配置転換をおこない、規模拡大、増員を合わせておこなう。

グループ会社との連携により、営業範囲を全国へ広げ案件を獲得し新規顧客との取引を拡大する。25期より案件参画を開始し提案、設計フェーズから構築、運用導入までの対応をおこない、グループ連携による基盤開発案件のモデルケースを作り上げる

Ⅲ. 経営戦略

・ソリューションサービス

受託型開発、保守を積極的に拡大し、売上向上と開発技術を醸成する環境を獲得する。コア事業への開発技術者の投入、新規顧客のデジタル化推進への参画については、システム運用部、ビジネスイノベーション部、営業総務部の顧客のニーズやシーズに対しても対応を検討し、人材の育成・配置転換、雇用をおこなない案件獲得をおこなう。

受託案件での開発資産を基にした自社サービス企画開発を常態化し、自社サービスの拡充をおこなう体制をつくる。

研究開発部門をソリューションサービス部の中に設けているが、事業企画力が低く、受託案件等への参画もありミッションを明確にすることができていない。26期に新規事業（研究開発）専属部門として独立させる。

Ⅲ. 経営戦略

・ ビジネスイノベーション

新設する営業・企画部門の前身として、営業活動へ注力し、多くの企業、人との関わりを増やし、信頼関係を築く。

業種、業界、業態に縛られないが経営と密接な分野（バックオフィス関連、人事、経理、会計、総務、庶務、営業、マーケティング等）に対して商材を活用したシステムコンサルティングをおこない、関係性を築きながら顧客の産業や業種に対する造詣を深める。

バックオフィス系に特化したコンサルティング（ゼネラリスト）と業種、業界、業態に特化したコンサルティング（スペシャリスト）の双方の人材を育成、獲得し両輪でコンサルティングサービスを提供できる体制を構築する。

27期ではゼネラリスト2名、スペシャリスト1名の体制とする。

育成の一環として、自社へのバックオフィス系DXの導入と運用、データドリブン経営の導入とチューニングを実践し、実経験に基づいたコンサルティングを顧客へ提供し、コンサルティングサービスの受注をおこなう。

システム運用部、ソリューションサービス部の既存事業、新規事業にて派生する業種、業界、業態特化した提案や企画においてもB I 部が参画しコンサルティングへの入り口を常に意識した活動をおこなう。

Ⅲ. 経営戦略

・ 営業、企画部門

当初は、ビジネスイノベーション部、営業総務部、経営本部会が主体となるが26期に事業部門を設立し組織化する。

社内全部門とのコミュニケーションをおこない、会社として最大のパフォーマンスが発揮できる企画（配置・採用計画、部門連携、協業他社連携、商材提案、事業企画等）を作り、顧客と社内へ提案する。

CRMとマーケティングの連動

ビジネスイノベーション部、営業総務部、経営本部会が主体となり共有すべき情報、共有方法、運用方法を検討し実現する。25期に経営本部会、営業にて活用可能な状態として、実際の運用をおこない要件や共有情報、活用方法をフィードバックしCRMとしての精度を向上させ、26期に全社運用を開始する。

Ⅲ. 経営戦略

・ 人的資本

当初は、営業総務部、経営本部会が主体となるが26期にヒューマンキャピタルマネジメント専門チームを組織化する。

各部門の戦略（事業戦略、マーケティング）を理解し、必要なスキルや人材育成プランを企画、遂行するために必要な、部門間のコミュニケーションプランを立案し26期に専門チーム設立準備をおこない、設立後は経営本部会で運営をフォローし、27期においては独立して活動できる組織をつくる。

社員エンゲージメントサーベイを開始、定期実施しエンゲージメント向上を継続的に図り、組織課題、事業課題を明確にし、課題対応を立案する。

人事考課については、経営評価、技能評価、貢献度評価の記録と集計、考課結果出力までを自動化するための仕組み作りをソリューションサービス部と経営本部会にて開発する。

社員RMとCRMの連携

スキル情報、キャリアプラン、人事考課、育成計画、エンゲージメント指標などの情報をCRMと連携し顧客提案と社員キャリア形成と適材適所な要員配置をおこなえる仕組み作りをおこなう。

Ⅲ. 経営戦略 (CSF、KGIとKPI)

Ⅲ. 経営戦略（CSF、KGIとKPI）



経営戦略遂行のためのCSFを次の4点とし、事業、収益、組織、人事に関する27期における目標値をKGIとし、それぞれにKPIを設定しています

このKGI、KPIを指標としたアクションプランを中期事業計画、単年度事業計画として策定していきます

・デジタル化一貫提供

システム運用部、ソリューションサービス部、ビジネスイノベーション部、営業総務部が連携し既存事業を企画、開発、運用し提供する仕組みを確立し既存事業を拡大、拡張する

・新規事業、サービス開発の連続した取り組みと収益化

システム運用部、ソリューションサービス部、ビジネスイノベーション部、営業総務部が連携、またアライアンス企業とも連携し新たな事業で売上を確立

Ⅲ. 経営戦略（CSF、KGIとKPI）



- 人材の考課、採用、育成

ヒューマンキャピタルマネジメントチームを設立、採用、育成管理を体系的、戦略的におこなう。

社員エンゲージメントを向上させ「強く明るい会社」をつくる。

- リレーションマネジメントの構築

リレーションマネジメント、人材考課、社員キャリアプラン、スキル把握と育成状況管理、エンゲージメントなど社内の情報を集約し閲覧可能な情報基盤を構築し、社内リソース活用および顧客アプローチ効果を最大限にしていく。

Ⅲ. 経営戦略（CSF、KGIとKPI）



・デジタル化一貫提供

我々の強みである、システム運用、ソフトウェア開発、基盤開発が独立している現状の事業体制を変革させ、部門横断した営業企画をおこない、現事業の拡大、拡張をおこなう

KGI		KGIを実行するための 実行項目・達成時期	KPI		KPIを実行するための 実行項目・達成時期	担当部門
指標	目標値		指標	目標値		
売上高	24期比 1.4倍 (27期)	企画・開発・運用と トータルパッケージ営 業を開始する (26期)	トータルパッケージ 企画、営業、販売	2 案件/年	顧客のニーズを分 析し、企画・提案 をする (25期)	営業・企画 部
			プロジェクトごとの 部門横断したチーム 作成	2 案件/年		
		請負・派遣事業の拡大 (27期)	運用部、SS部 売上高	10%UP/年	顧客のニーズを分 析し、企画・提案 をする (25期)	運用部 SS部 BI部
			新規顧客 売上構成比率	30%/27期		運用部 SS部 BI部

Ⅲ. 経営戦略（CSF、KGIとKPI）



- 新規事業、サービス開発の連続した取り組みと収益化**
 部門横断した営業企画部門を組織し、新サービスの検討、開発、提供を継続的におこない、新事業収益化をおこなう
 部門横断する組織として営業企画を位置づけ、顧客ニーズ、市場シーズ、開発コスト、マーケティング手法などの知見を集約し、効率的な事業開始、展開を目指す

KGI		KGIを実行するための 実行項目・達成時期	KPI		KPIを実行するための 実行項目・達成時期	担当部門
指標	目標値		指標	目標値		
売上高	売上実現 収益化 (27期)	新サービス収益化開始 (26期)	新サービス売上	28期収益化 以降前年比+250%	サービスイン（27期）、以降継続的にサービスインさせる	営業・企画部
			マーケティング人材の確保	専門職1名/27期 以降1名/年	マーケティング人材の採用または育成	HCMチーム
			新サービス企画数	事業企画6件/年	企画・検証を行える仕組みを構築 100件/年程度の案出しをおこなう	営業・企画部
						37

Ⅲ. 経営戦略（CSF、KGIとKPI）



・人材の考課、採用、育成

現在 各部が主導で行っている採用、育成（共通項目）を司る組織としてヒューマンキャピタルマネジメントチーム（HCMチーム）を組織する。

人事考課の精度と即時性の向上、計画的な採用とキャリアパスに合わせた育成をおこなう。また、社員エンゲージメント向上を目指した継続的な活動をおこなう。

KGI		KGIを実行するための 実行項目・達成時期	KPI		KPIを実行するための 実行項目・達成時期	担当部門
指標	目標値		指標	目標値		
社員数	173名 (27期)	人事部門を設立、運用 (26期)	社員数の採用数	15人以上 / 年	各部事業計画に 則った計画的な採用 を実施する	HCMチーム
			育成プラン実施	全社員キャリアパス 確定と育成プラン 実施率 100%	キャリアパスに応 じた教育計画を確 立し運用する	HCMチーム
			社員エンゲージメン トスコア	70%以上維持	エンゲージメント サーベイを実施し 対策をおこなう	HCMチーム
			人事考課結果反映期 間（翌月）	運用開始 (26期 4月)	人事考課、人事評 価がデジタル化さ れ運用している	経営本部会 38

Ⅲ. 経営戦略（CSF、KGIとKPI）



・リレーションマネジメントの構築

CRMにより顧客情報を共有し、部門横断的なソリューション提供とシーズの掘り起こしをおこなう

案件情報、状況などはもちろん、カウンターパートの特性、営業先・各現場での話題などを集約し、多角的な営業、企画ができる情報を集約

社員RMによりキャリアプラン、スキルレベル、育成計画やモチベーションを管理し、エンゲージメント向上による顧客満足度向上をおこなう

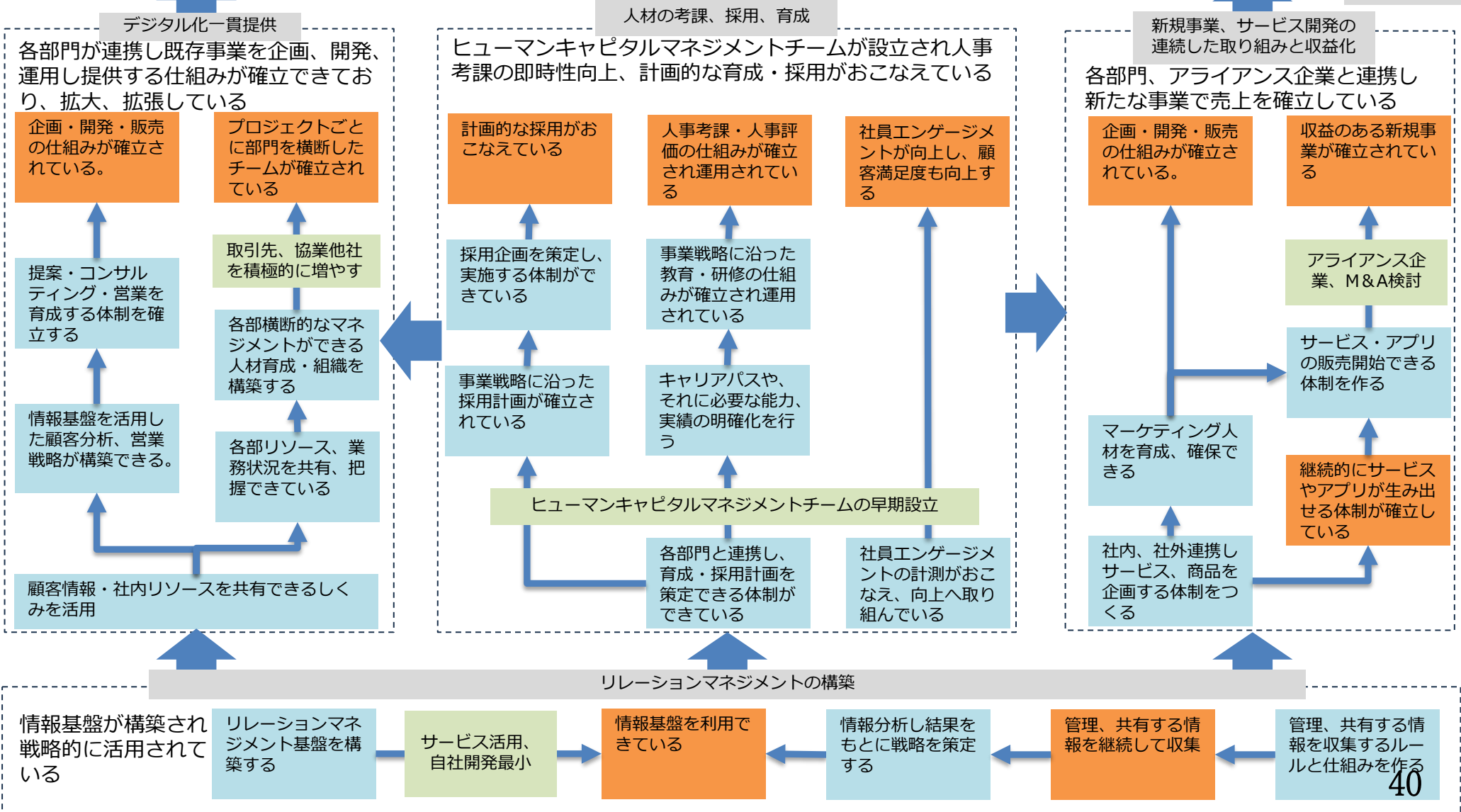
CRMと社員RMは連動しデータドリブンなアプローチを取ることで、よりの確な意思決定や効果的な戦略立案を可能にする

KGI		KGIを実行するための 実行項目・達成時期	KPI		KPIを実行するための 実行項目・達成時期	担当部門
指標	目標値		指標	目標値		
情報基盤 の利活用 度	100%	全社員利用開始 (26期後半)	経営層での利用開始	25期	システム要件定義	経営本部会議
			基盤運用の整備	100% (25期)	運用ルールや共有 データなどの整備	WG 39

Ⅲ. 経営戦略

27期 売上1.8倍 社員数 1.4倍 (24期比)

経営課題
リスク対策
CSF



IV. マーケティング戦略 (現状と未来予測)

IV. マーケティング戦略（現状と未来予測）



・システム運用

すべての産業においてIT利用とビジネスが密接に関連しており、システム運用事業市場は拡大する予測となっている。（2026年予測で2兆円）クラウド化が推進され、システム運用の業務変革（単純オペの減少）は進んだが、システム運用の重要性は増している。クラウド化は進んだが、パッケージ、オンプレ型は現状維持したまま推移する予測となっている。市場としての成長はSaaS（クラウド）サービスの運用領域となっているため、SaaS（クラウド）サービスをターゲットとした基盤開発、システム運用のサービス企画が重要となる。

またSaaS（クラウド）サービスのシステム運用は、非常駐型で実現することができ、営業エリアが全国へと拡大することが可能となる。スケールメリットを生かしたサービス戦略もおこなえ、グループ会社との連携を推進することができる。常駐型の既存事業を維持、拡大しながら、非常駐型システム運用を早期に実現（企画、営業、受注し収益化）することが重要となる。

※ITR Market View：運用管理市場2023（ITR）

<https://www.itr.co.jp/report-library/M-23001400>

※国内ITインフラサービス市場予測、DXで需要継続、運用保守人材は不足傾向（IDC Japanの調査）

<https://news.mynavi.jp/techplus/article/20220613-2367085/>

IV. マーケティング戦略（現状と未来予測）

・ソリューションサービス

企業や自治体、金融機関など業務処理を合理化するIT（情報技術）サービス、ソフトウェア分野は、成長分野となる。（2027年予測で7兆円）

COVID-19の感染拡大によりデジタルトランスフォーメーション（DX）が進む中、企業や自治体、金融機関の基幹系システムは、クラウド化やローコード/ノーコード開発ツールの活用が広がってる。クラウドサービスの需要が特に高まっているが、基幹システム周辺のアプリケーションではパッケージ製品の一定の導入は継続していく。

市場や制度の変化に対応していくために業種、業界、業態への深い知識と生成AI等とクラウドサービス（SaaS）を組み合わせカスタマイズしたシステム開発、ローコード/ノーコード開発ツールの顧客IT環境への組み込み、パッケージ製品の組み合わせなどによるスピード感のあるシステム開発が求められている。

※システム受注・ソフト開発（一般）（IDC Japanの調査）

https://www.nikkei.com/compass/industry_s/0866

※システム受注・ソフト開発（データ解析）（IDC Japanの調査）

https://www.nikkei.com/compass/industry_s/0877

※ITR Market View：ローコード/ノーコード開発市場2023

<https://www.itr.co.jp/report-library/m-23000400>

IV. マーケティング戦略（現状と未来予測）

・ ビジネスイノベーション

IT領域を中心にシステム導入ををおこなう「ITコンサルティング」と、組織改革や経営戦略の策定などの「ビジネスコンサルティング」の明確な区別はなくなってきており、ITコンサルティングは経営と切り離せないものとなっている。

ITコンサルティング市場は成長市場（2026年予測で1兆4500億円）であり、今後とも需要拡大が予想される。

特にITの恩恵を享受しきれていない中小零細企業も多く、現在市場が大企業から中小企業へ降りてくるタイミングとなっていると思われる。

IT領域としての知見、技術は保有しており強みとなるが、コンサルティングとしての実績がないのが現状の課題となっている。成長市場ではあるが強みを活かせていない。業種、業界、業態に縛られないが経営と密接な分野（バックオフィス関連、人事、経理、会計、総務、庶務、営業、マーケティング等）に対してIT商材を活用したシステムコンサルティングをおこない、関係性を築きながら顧客の産業や業種に対する造詣を深めていく。

IV. マーケティング戦略（現状と未来予測）



・新規事業

2021年から続いた新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の感染拡大によってデジタルシフトが急速に進み、国内企業のデジタルトランスフォーメーション（DX）進展のためのソフトウェア投資が伸びている。

主に成長市場とされているのが、次の4分野となっている。

「データドリブン経営推進のためのAI/アナリティクス」「CRM市場およびコンテンツワークフロー」「サイバーセキュリティ対策/デジタルトラスト向上に向けたセキュリティソフトウェア」「クラウド型ITシステム管理」

我々の知見を活用できるセキュリティ分野、クラウド型ITシステム分野、AI/アナリティクス関連分野を中心に、新規事業の検討を進める。

V. 実動プラン

V. 実動プラン

30期ビジョン、中長期計画（25期～27期）の基本方針にある次の活動方針について、25期より活動を開始します。

それぞれの活動を推進役を管理職に担ってもらい、会社の変革を経営本部会一丸となって進めます。

推進する活動は次の5つがありますが、特徴、関連性により3つのグループに分類し進めていきたいと思えます。

①営業企画部門の設立

②CRMの構築と活用顧客獲得

③自社DX推進

④新規事業部門設立と成長事業として確立

⑤人的資本経営体制の確立と運営

(1) 全社連動型営業の実施

(2) 成長事業の創造と収益化

(3) 人的資本戦略の策定と実行

V. 実動プラン

(1) 全社連動型営業の実施

全部門が緊密に連携し組織横断した営業体制を確立する。全社のスキル・ソリューション・案件状況を把握し、協力会社や顧客が持つ事業資源までを視野にいれ、顧客や市場のニーズ・シーズに対応するためにステークホルダ全体を事業リソースとして捉えた営業を実現していく。

【ミッション】

①戦略・アクションプランの明確化と共有

営業、マーケティング、その他各部門の戦略とアクションプランの共有

②分業体制と役割分担の明確化

各部門の役割と活動領域を可視化、業務の「ムリ・ムダ・ムラ」を防ぎ、部門間の連携を強化する

③顧客情報の集約とプラットフォームの改善

CRMを導入・活用し、社内に散在する顧客情報を集約。より精度の高い提案やコンテンツを創出

④定期的なミーティングとコミュニケーション

PDCAミーティングのあり方を検討し、実施

⑤営業プロセスの可視化と標準化

リードの獲得から契約、アフターフォローまでの一連の営業活動の可視化と標準化し属人化を無くす

⑥ケイパビリティの向上と組織能力開発

顧客ニーズ、マーケティングより得た情報をフィードバックし組織ケイパビリティ高度化を支援

V. 実動プラン

(1) 全社連動型営業の実施

【マイルストーン】

25期：営業（営業総務部）BI部を中心とした営業体制を確立
CRM構築と運用開始し、全社営業情報の集約と活用方法を検討

26期：2026年10月 営業新体制の運営開始
26期事業計画において営業推進方針を全社展開

【体制と経営本部会担当者】

・ 経営本部会、営業部、ビジネスイノベーション部

ビジネスイノベーション部、営業総務部、経営本部会が主体となるが
営業部門を独立させ組織化する

V. 実動プラン

(2) 成長事業の創造と収益化

持続的な成長と競争力強化のために、以下の2つの重点戦略を策定しています

「顧客との共創によるイノベーション」「新規事業へのチャレンジ」

これらの戦略を実現するため、新たなニーズやシーズから市場・顧客を創造し、新しい事業へのチャレンジを成長事業として位置づけ、収益化のための仕組みづくりをおこない、継続的な取り組みとし新たな収益構造を作ります。

【ミッション】

①新たな技術、トレンドへの対応

AI、IoT、API連携、ブロックチェーンなどの最新技術を活用し、将来的な成長を牽引する新たな収益源の創出、実現可能な技術者の育成

②営業、マーケティング情報からのニーズ、シーズの発掘

部門間、顧客・協業他社とのシームレスに連携するための仕組みを作り、情報の円滑な流れとコラボレーション促進し、イノベーションを起こすための環境を構築する

③事業企画の実現プロセスを明確化

自社の持つリソース（技術、人材）、ニーズや市場情報を基に、新規事業の企画・展開へのプロセスを明確にし標準化する

④必要な人材の育成や雇用

マーケティング、データアナリスト、事業企画等 新規事業へチャレンジするために必要な人材（技術者ではない）を洗い出し育成・雇用を計画

⑤言行一致（自社DX）

可能な限り 新規事業、顧客への提案を自社実現し、企画や提案の信頼性や厚みを向上させる
働き方、セキュリティ、営業・開発などの業務支援、ツール活用（AI、SaaS等）、バックオフィス等

V. 実動プラン

(2) 成長事業の創造と収益化

【マイルストーン】

25期：成長事業、新規事業を実現させていくための体制、仕組み作り
社内DXをモデルケースとしたDX事例の蓄積

26期：新規事業専門チームを構成、年間2事業以上のサービス開始を実現
26期事業計画において新規事業への取り組み具体案を全社展開
》事業企画の承認プロセス（標準化）
》必要となる人材の提示（新たなキャリアパスを作る）

27期：成長事業の収益化

【体制と経営本部会担当者】

- ・ 経営本部会、技術職、ビジネスイノベーション部

V. 実動プラン

(3) 人的資本戦略の策定と実行

各部門の戦略（事業戦略、マーケティング）に応じた採用、育成企画・実行、タレントマネジメントをおこない事業戦略に必要な「強い組織」を作り、事業計画遂行を支援する。

また社員エンゲージメント向上を図り、社員モチベーション向上による顧客満足度を向上させる。

【ミッション】

①人材採用戦略と実行

新卒、中途、キャリア採用等、各部事業戦略、営業戦略、成長事業に必要な人材を確保する
そのために必要な採用戦略を策定し実行

②人材育成計画と実行

社内の各種戦略に応じた育成計画を策定し実行、基礎力・専門技術・先端技術の育成を推進する
ライマネジメント育成を計画、推進し組織力の向上と、業務管理水準を向上させる
事業計画、経営戦略の遂行を支援する

③ヒューマンキャピタルマネジメントの企画、実行、評価

エンゲージメントの向上、キャリアプランの多様化等、社員リレーションシップを向上させ
人的資本戦略を推進するために必要な「社員」と「会社」「社会」のつながりを強化し、価値を高める

④人事考課制度の進化

実績と評価（給与、賞与）の連動を進化させ、社員の実績をさっそく評価へつなげる仕組みを検討
実績により上がり下がりする評価文化を醸成する

V. 実動プラン

(2) 成長事業の創造と収益化

【マイルストーン】

25期：人材採用と育成の専任チームを構成、採用育成計画を策定・実行
ヒューマンキャピタルマネジメントの企画立案
人事考課制度の見直し開始

26期：26期事業計画においてヒューマンキャピタルマネジメント導入を全社展開

27期：新 人事考課制度 運用開始

【体制と経営本部会担当者】

- ・ 経営本部会、総務部



It creates with you.

