



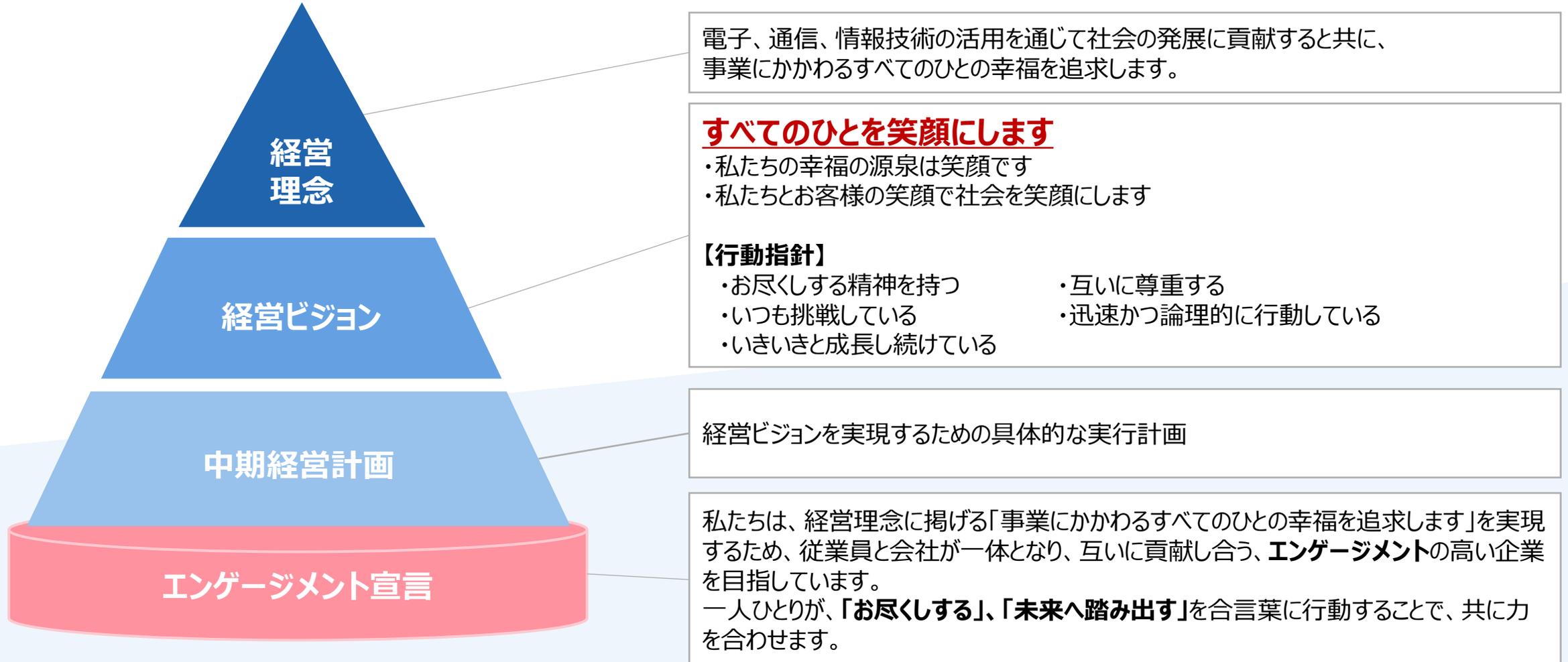
すべてのひとを笑顔にします



アイテック阪急阪神 株式会社

中期経営計画 2025～2030年度

最上位に掲げている経営理念のもと、2023年度に経営ビジョン「すべてのひとを笑顔にします」を制定した。今回策定した中期経営計画は、この経営ビジョンを実現するための具体的な実行計画に当たる。



今回の中期経営計画策定のポイント

昨今の環境変化は大きいものの、事業機会は豊富に存在するため、それらの**好機を逃さず確実に捉える**ことができれば、**市場を上回る成長を目指すことも可能**である。

一方で、成長には**人員不足**が大きな障壁となっており、人材確保に取り組むだけでなく、「**いかにして生産性を向上させるか**」が今後のポイントとなる。

また、2030年度に向けては、既存の領域以外に、**新規市場×新規事業でのビジネス展開**も視野に入れる必要がある。

社会環境の変化

- インバウンド向けソリューションの需要増
- 省エネ・省資源ソリューションの需要増
- 技術革新の加速
- ライフスタイルの変化に伴うeコマース等のニーズ増
- **人材確保が更に困難に**
- コスト高騰（原価・人件費等）

目標達成に向けた 重点戦略の実行

事業環境の変化

- **ITサービス市場の成長**
（年間平均成長率**4.8%**（2024年4月時点））
- 企業のDX進展
- 既存システムの刷新・クラウド移行
- 新規ビジネス展開を目的としたIT支出が拡大
- 市場の成長領域の移り変わり

● : 機会 ● : 脅威

市場を超える成長を目指す

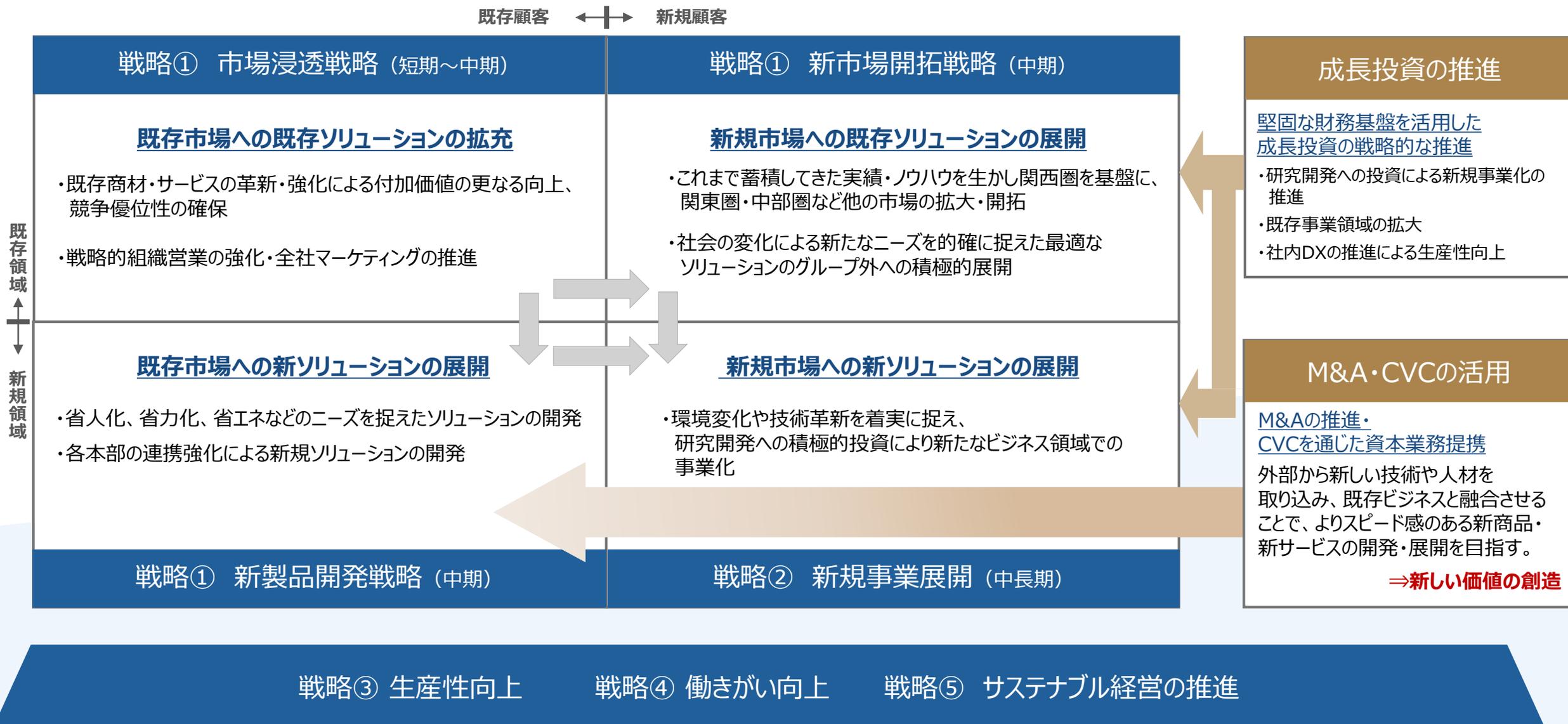
中期経営計画目標

今回の計画では、長期ビジョンの成長の方向性や社会・事業環境の変化、経営課題を踏まえた中期経営計画を策定し、以下の5つを重点戦略に定めて取り組む。

基本方針	すべてのひとを笑顔にします		
	・社会の変化による新たなニーズを的確に捉え、DXにより社会的課題を解決することで、事業にかかわる「すべてのひとを笑顔にします」を実現する。 ・2030年度にかけて、国内ITサービス市場の年間平均成長率予測4.8%を上回る成長を目指す。		
2030年度 目標	売上高	営業利益	一人当たり売上高
	530億円	36.5億円	33百万円
目標達成 に向けた 重点戦略	①既存事業の深堀・拡充	・市場浸透戦略 ・新市場開拓戦略 ・新製品開発戦略	
	②新たな成長分野の確立	・新規事業展開	
	③生産性向上	・生成AIの活用 ・社内DXの推進 ・業務効率化	
	④「働きがい」向上	・健康推進・エンゲージメント向上 ・多様な働き方の実現 ・処遇改善・能力開発	
	⑤サステナブル経営の推進	・ESGへの取組み ・SDGs達成に向けた取組み	

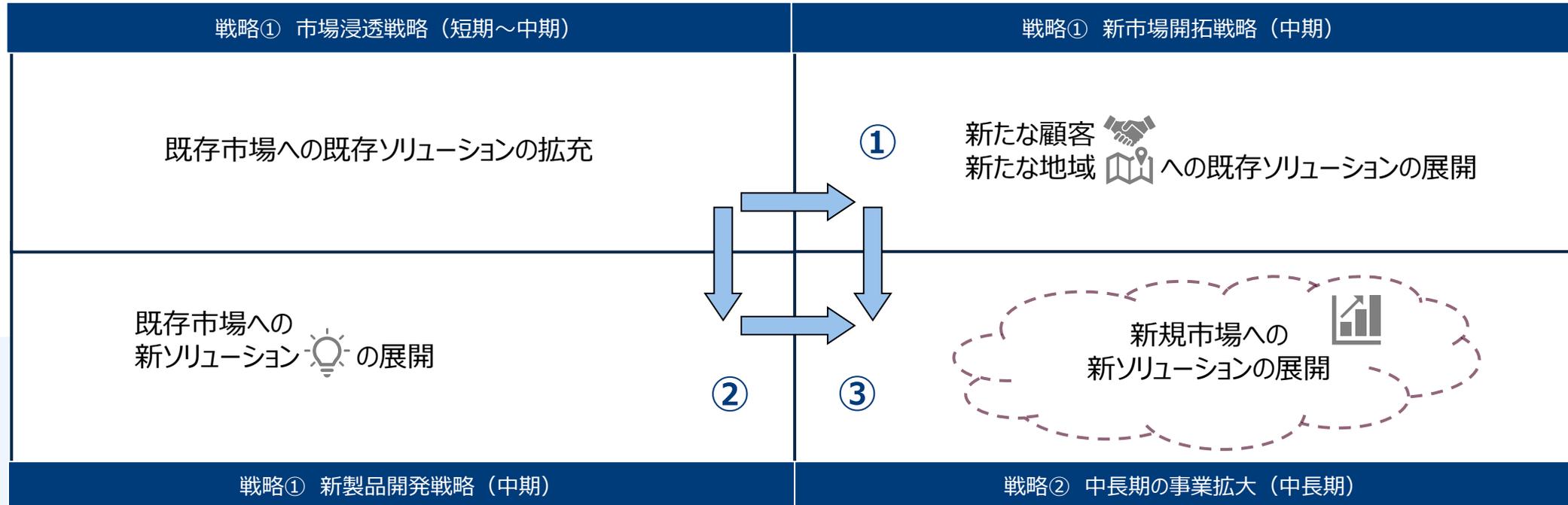
2023年度比
+15%

目標達成に向けた重点戦略



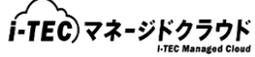
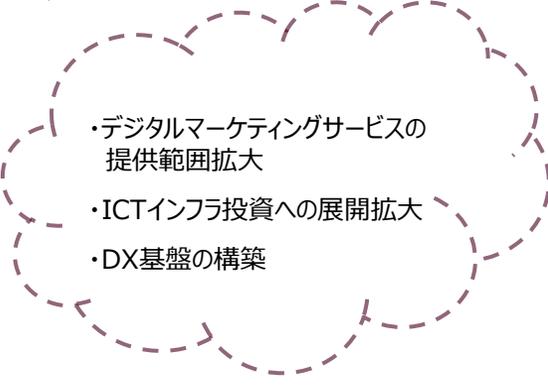
「アンゾフの成長マトリクス(※)」のフレームワークを採り入れ、当社の事業をSBU（もしくは重点施策）毎に4つの領域に分類し、成長戦略を再整理した。同マトリクスに時間軸の概念も取り入れ、①②を中期的な新市場開拓、新製品開発戦略、③を中長期的な事業拡大戦略と位置付けている。

※“市場”と“製品”で縦横軸を取り、さらにそれらを“新規”と“既存”に分けた、経営戦略のフレームワークのひとつ

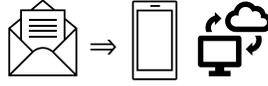
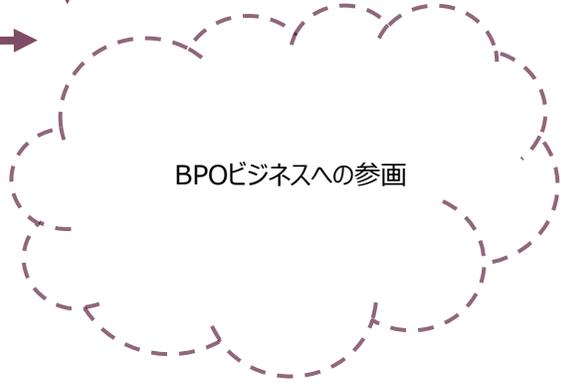


主な事業の市場拡大戦略 SBU（もしくは重点施策）毎の戦略を成長マトリクスで示す。

インターネットソリューション

戦略① 市場浸透戦略（短期～中期）	戦略① 新市場開拓戦略（中期）
<ul style="list-style-type: none"> Web事業における特定業界（鉄道/百貨店/スポーツエンタメ/不動産）への注力  <ul style="list-style-type: none"> iDC事業における既存サービスの改善  <ul style="list-style-type: none"> コールセンター事業における積極的なプロモーション活動 	<ul style="list-style-type: none"> EC/エンタメ事業者向けファンクラブ会員管理システムの横展開 政府や、阪急阪神ホールディングスのDX戦略への追随 自治体（入札）案件への積極的参加
<ul style="list-style-type: none"> EC周辺サービス（商品検索/レコメンデーション）の自社開発 取り扱い商材の範囲拡大/セキュリティ商材の拡充 「クリックダイレクト」による新規顧客獲得 	 <ul style="list-style-type: none"> デジタルマーケティングサービスの提供範囲拡大 ICTインフラ投資への展開拡大 DX基盤の構築
戦略① 新製品開発戦略（中期）	戦略② 中長期の事業拡大（中長期）

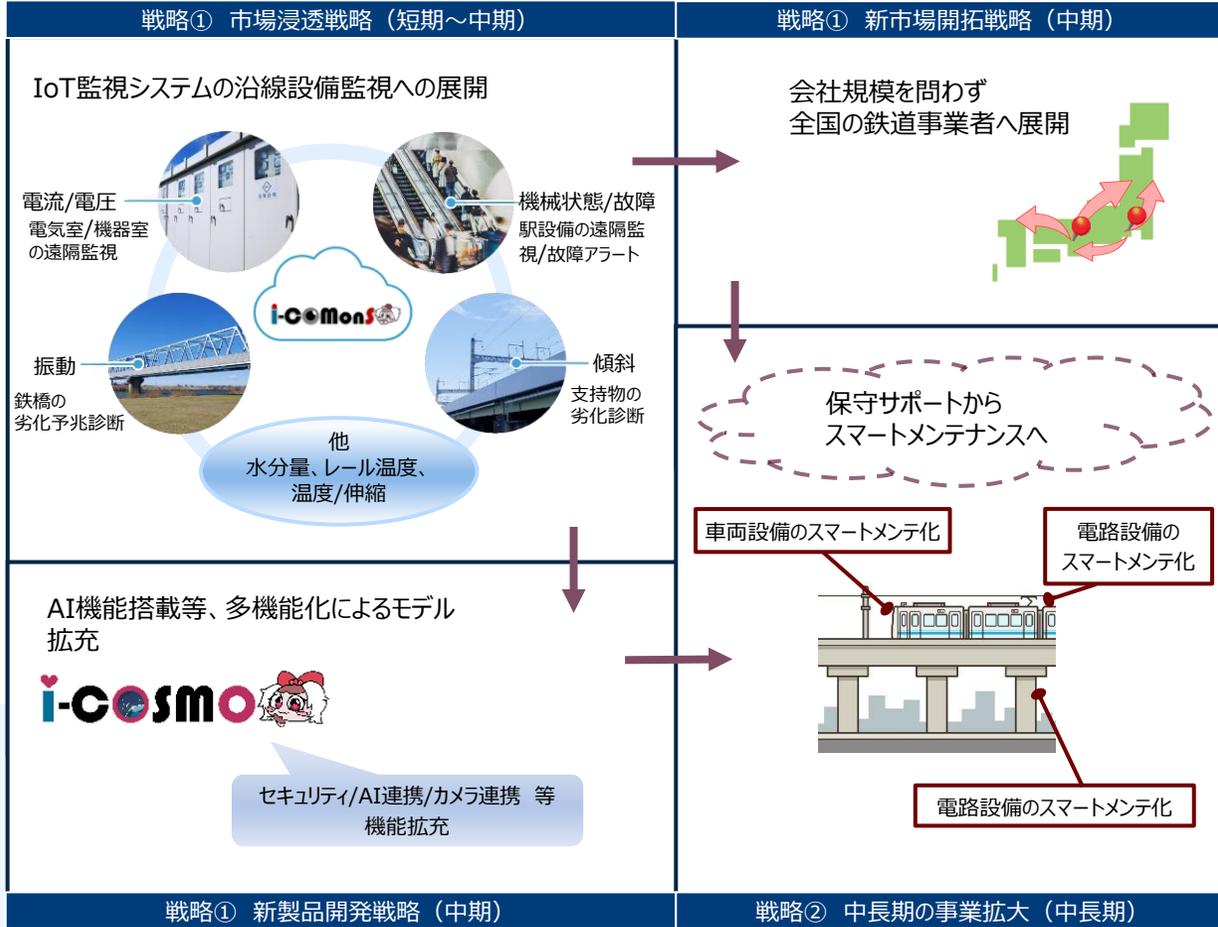
健診ソリューション

戦略① 市場浸透戦略（短期～中期）	戦略① 新市場開拓戦略（中期）
<ul style="list-style-type: none"> 主要3団体（（公財）結核予防会/（公財）日本対がん協会/（公財）予防医学事業中央会）にてシェアNo.1獲得 <p>結核予防会/日本対がん協会/予防医学事業中央会</p>  <ul style="list-style-type: none"> 健診DXツール Confyの集中オフライン <p>健診予約/結果のDX化</p> 	<p>クラウド型健診システム Smart TOHMASによる小規模市場の開拓</p> 
<p>健診システム TOHMAS-i 新パッケージ投入</p> <p>パッケージ魅力度UP （新技術を活用した新機能投入） + 開発生産性向上</p> 	 <p>BPOビジネスへの参画</p>
戦略① 新製品開発戦略（中期）	戦略② 中長期の事業拡大（中長期）

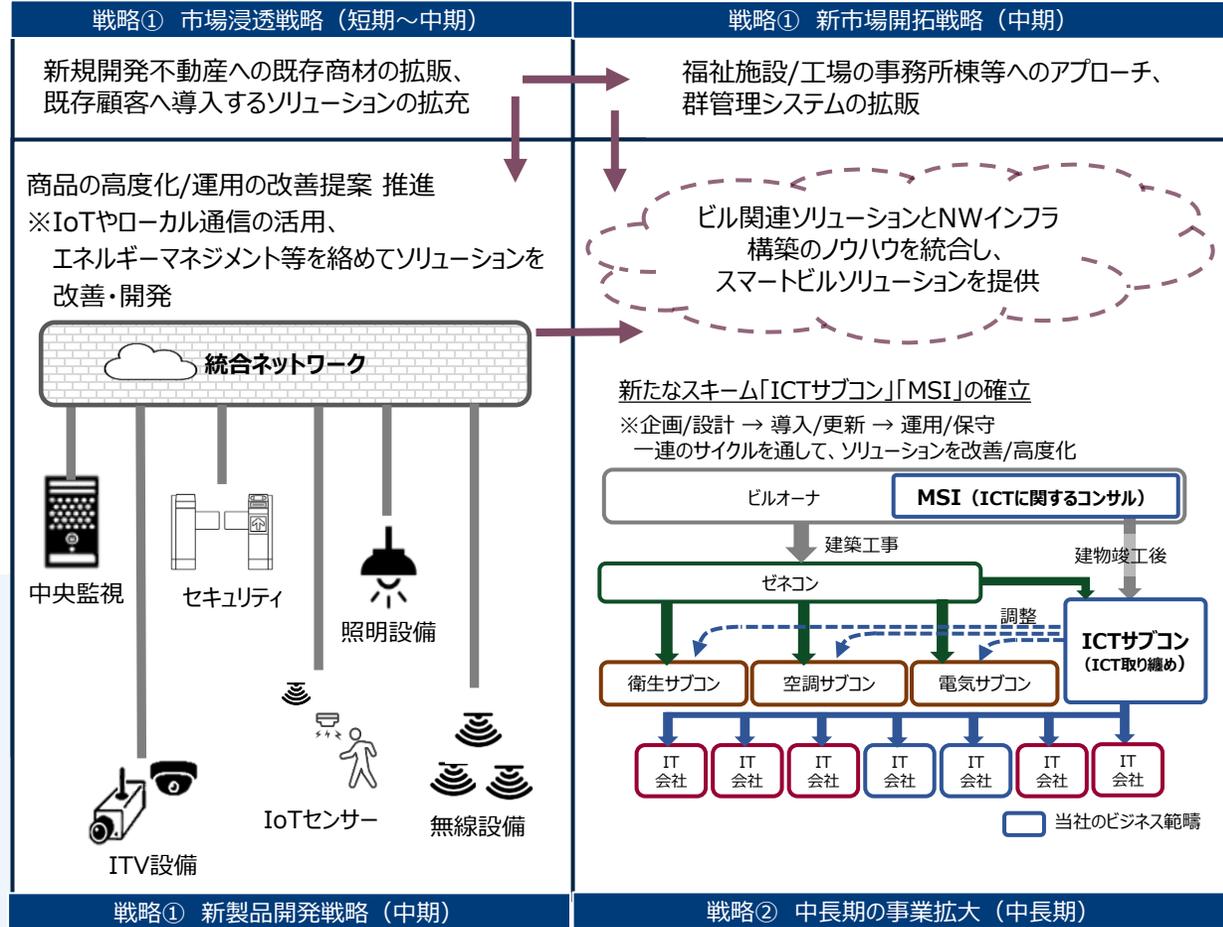
戦略① 既存事業の深堀・拡充

戦略② 新たな成長分野の確立

鉄道監視ソリューション



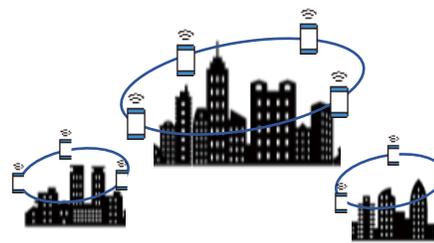
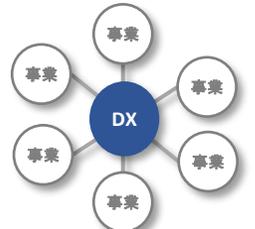
ビルソリューション



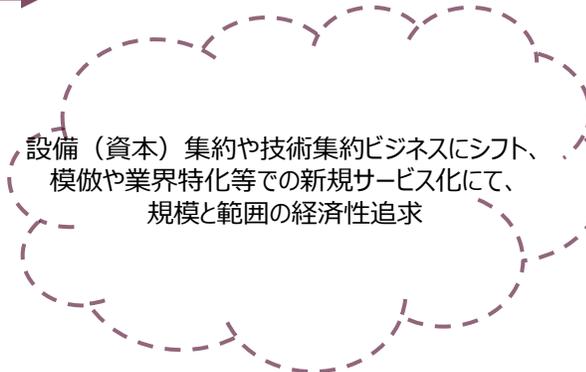
戦略① 既存事業の深堀・拡充

戦略② 新たな成長分野の確立

DXソリューション

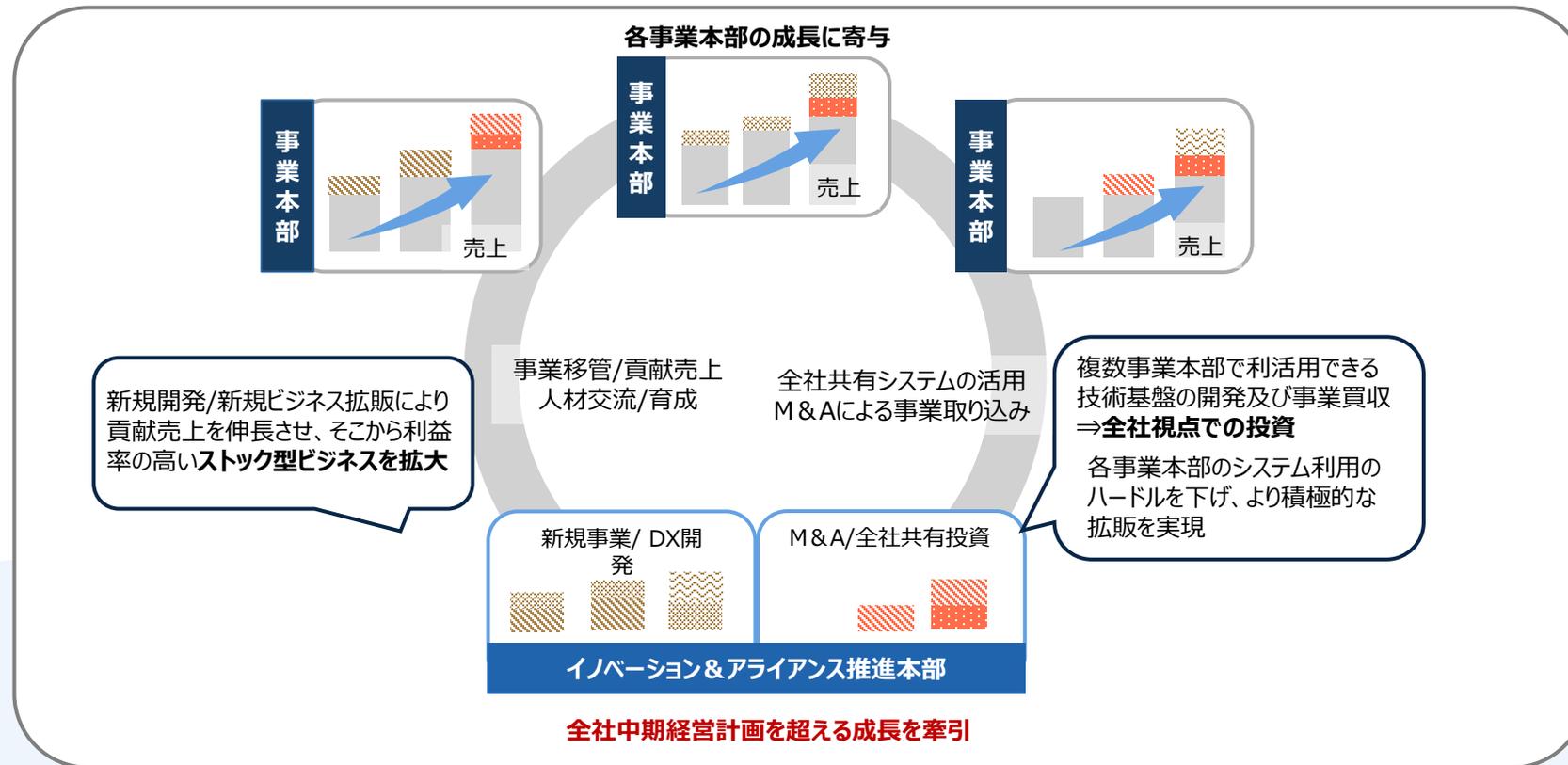
戦略① 市場浸透戦略 (短期～中期)	戦略① 新市場開拓戦略 (中期)
<p>グループ共通ID基盤 (認証基盤/分析基盤) 連携範囲拡大</p>  <p>共通ログイン、アプリ、WEBサービス、会員サービス</p>	<p>グループ共通ID基盤および関連基盤の横展開</p> 
<p>グループ全体で活用できる共通DX基盤の構築、 関連アプリやサービス提供による顧客接点の拡充</p>  <p>DX基盤、グループ全体に展開</p>	<p>コンサルを含むDX基盤×各事業の トータルソリューション展開</p> 
戦略① 新製品開発戦略 (中期)	戦略② 中長期の事業拡大 (中長期)

クラウドソリューション

戦略① 市場浸透戦略 (短期～中期)	戦略① 新市場開拓戦略 (中期)
<p>パブリック/自社クラウドの拡販、 セキュリティ商材 (脆弱性対策等) の強化、 保有インフラ資源の活用、本部を跨いでの協業推進</p> 	<p>DC基盤活用等商材幅を広げての首都圏拡販、 特定業界向けにカスタマイズしての需要対応</p> 
<p>外部クラウドの活用や模倣での商材開発 SV : VDI/DaaSやコンテナ、分析基盤等 NW : NaaSやSASE等 他 : 運用自動化/高度化等</p> 	<p>設備 (資本) 集約や技術集約ビジネスにシフト、 模倣や業界特化等での新規サービス化にて、 規模と範囲の経済性追求</p> 
戦略① 新製品開発戦略 (中期)	戦略② 中長期の事業拡大 (中長期)

イノベーション&アライアンス推進本部の役割

事業本部ごとではなく、全社視点での積極的な新ビジネス/システム開発と、システムの全社利用促進により会社の成長を実現する。



戦略③ 生産性向上

従業員数は着実に増加させることができたが、特需等を除くと、**一人当たり売上高はほぼ横ばいで推移**。

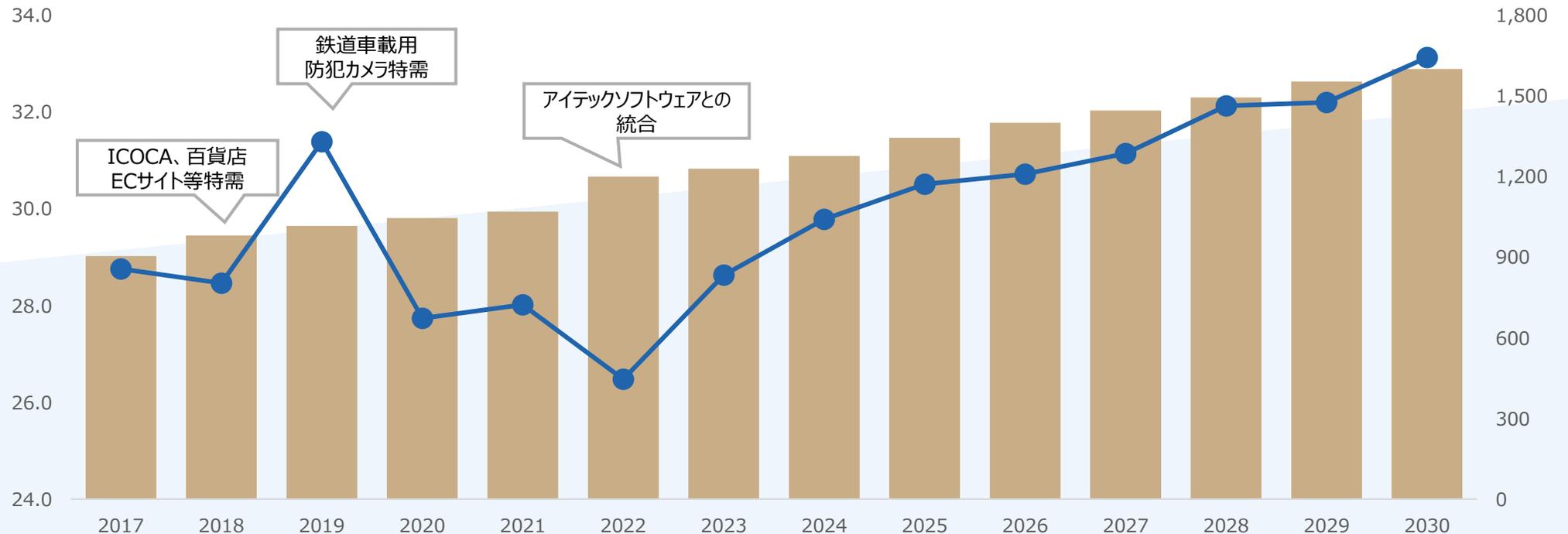
現時点の生産性で2030年度に売上高530億円を達成するには、約1.5倍の従業員数が必要となるが、労働市場の見通しを踏まえるとその確保は難しく、**生産性向上が必要不可欠**である。

一人当たり売上高を15%向上（2023年度比）させることで、2030年度目標の達成を目指していく。

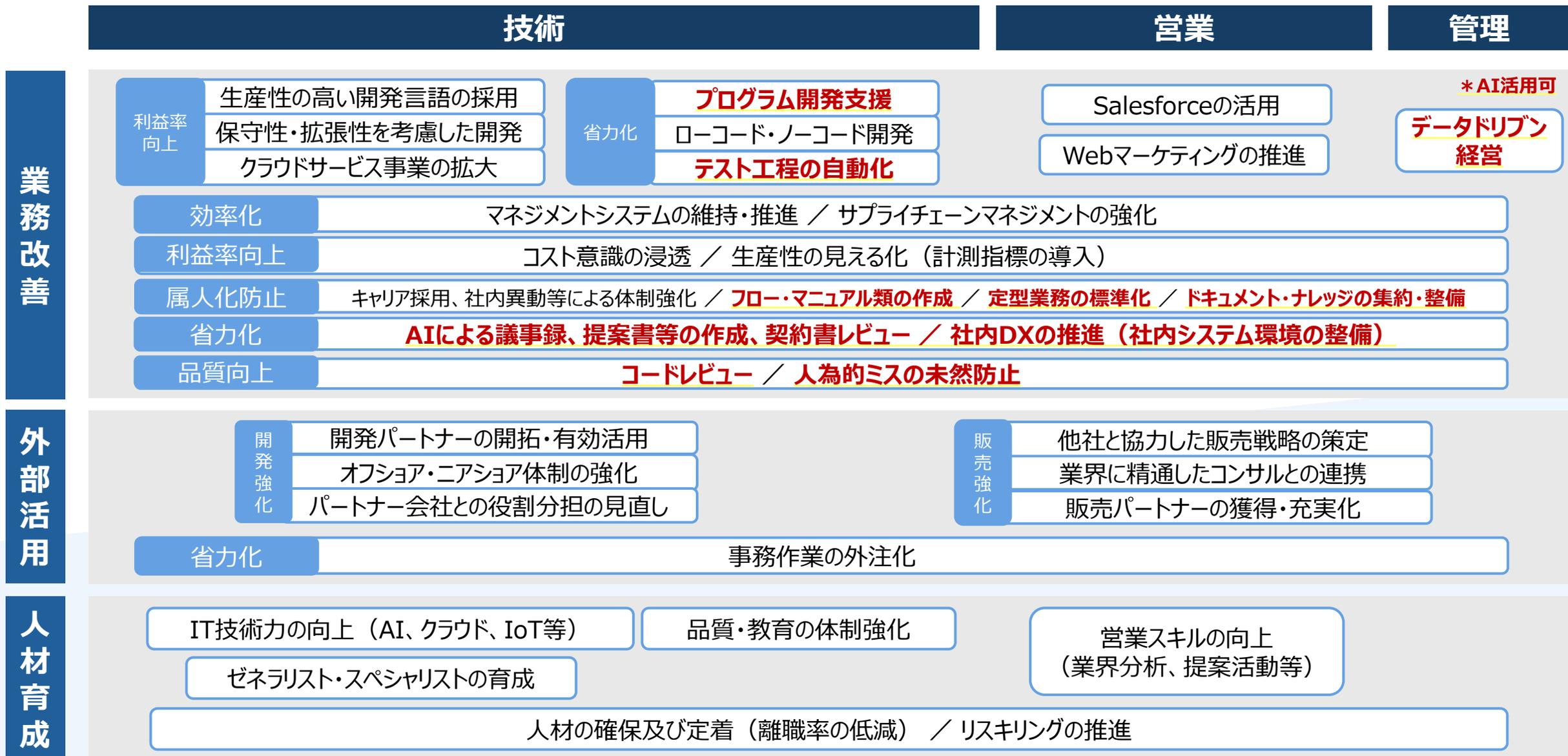
一人当たり売上高

一人当たり売上高（百万円）

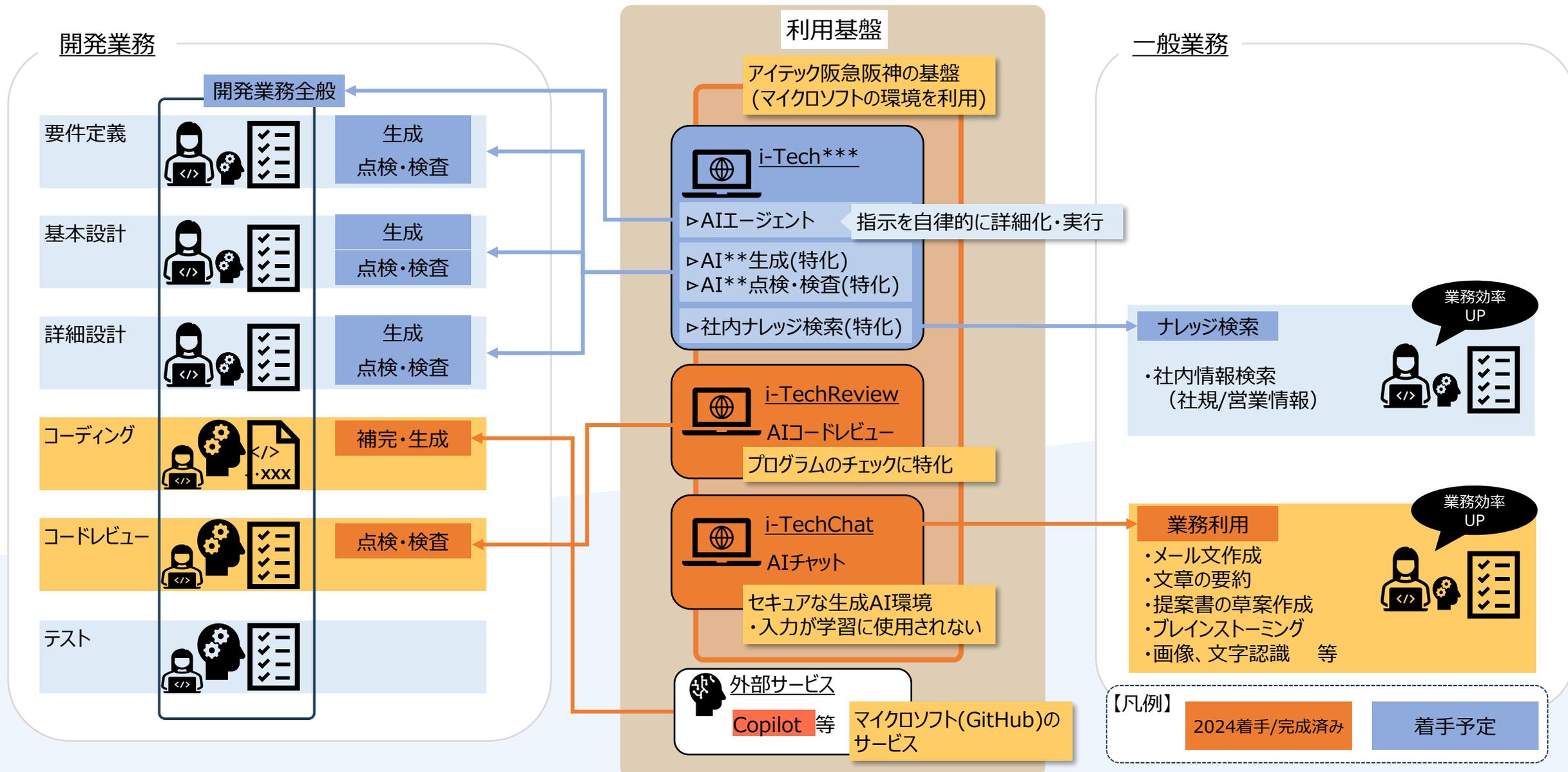
■ 一人当たり売上高 ■ 従業員数



戦略③ 生産性向上（具体的な取組み）



戦略③ 生産性向上（生成AI利活用の構想）



戦略④ 「働きがい」向上

会社が成長するためには、それを支える従業員の幸せが必要不可欠であるため、全ての従業員が最大限能力を発揮して活躍できるよう、従業員の健康推進、多様な働き方の実現、待遇改善など各種制度の整備を進め、エンゲージメントの向上を目指す。

	健康推進・エンゲージメント向上	多様な働き方の支援	処遇改善・能力開発
	健康推進やエンゲージメント向上のための施策の実施により、安心していきいきと働ける環境をつくる	柔軟な働き方を可能にする制度や子育て支援の拡充により、仕事と家庭の両立を支援する	適切な処遇制度の整備や能力開発により、従業員一人ひとりの活躍を推進する
実施済み施策	健康経営方針の制定	子育て手当(家族給)の拡大・扶養要件の撤廃	ジョブローテーションの制度化
	健康経営システム「HealthCare iris」の導入	慣らし保育休の導入	人事評価のフィードバック
	健康経営優良法人認定の取得	スーパーフレックス制度の導入(コアタイム廃止)、適用拡大	職階・評価制度の整備
	年次有給休暇の取得促進	企業主導型保育事業の活用	期末賞与の月例支給化
	ヘルスケア休暇取得要件の拡大(不妊治療)	在宅勤務制度の拡充	中堅社員の処遇見直し
	働きがいアンケートに基づく対策実施	育児目的休暇の整備	65歳までの定年延長
	各種検診の費用補助の導入(歯科検診ほか)	子育てサポート企業「くるみん認定」の取得	56歳以降の管理職の賃金見直し

戦略④「働きがい」向上（健康経営の推進）

経営理念に掲げる「事業にかかわるすべてのひとの幸福」の実現には、会社の発展・成長が必要であり、そのためには何より従業員が幸せでなければならないことから、当社では、健康経営を経営上の重要課題と位置付け、従業員の健康の維持・増進に取り組んでいる。

○健康経営推進体制

総務人事部健康推進担当が産業医と連携しながら全社の健康経営を統括。
毎月産業医・労働組合を交えた協議を行うほか、健康保険組合とも適宜連携



○主な健康経営施策、解決を期待する経営課題

- ・働きがい調査実施及び調査結果に基づく継続的なエンゲージメント向上による健康推進
- ・在宅勤務制度及びスーパーフレックスタイム制度の全社導入、子育て支援制度の拡充などによる家庭と仕事の両立の実現
- ・歯科検診、肝炎ウイルス検査及び麻疹・風疹検査及びSAS検査の費用補助並びに40歳未満に対する保健指導の独自実施などを通じた疾病の早期発見と予防

○健康経営優良法人・ホワイト500の認定取得

2019年から7年連続で「健康経営優良法人」に認定され、このうち上位法人である「ホワイト500」には 5年連続（6回目）認定。健康経営への社会的関心は高まっており、採用活動においても制度・施策や認定取得は注目されている。制度活用促進や新たな施策検討による健康経営推進を継続し、今後もより一層健康で働きやすい会社を目指す。



戦略⑤ サステナブル経営の推進

「阪急阪神ホールディングスグループ サステナビリティ宣言」に沿って、ESG（環境・社会・企業統治）に関する取組みを加速させ、SDGsの達成に貢献し、当社の持続的な成長につなげる。

Environment 環境

環境保全の推進

環境負荷低減のためのシステムの提供・取組みの推進




Social 社会

安全・安心の追求

交通機関や施設の安全・安心に資するソリューションの展開

豊かなまちづくり

まちなかの安全・安心に資するソリューションの展開
健康寿命の延伸に資するソリューションの展開

未来へつながる暮らしの提案

新規ビジネスの継続的な創出







▲Wi-Fi HaLowやカメラ映像のAI解析を活用した獣害被害対策

▲リアルタイムで映像の確認が可能な鉄道車載用防犯カメラ

Governance 企業統治

ガバナンスの充実

内部統制の強化



一人ひとりの活躍

健康経営の推進、多様な働き方の実現に資する施策の実施、エンゲージメントの向上



2030年度までの年間平均成長率6.2%と、国内ITサービス市場の平均（4.8%）を上回る計画の下、過去最高業績を目指す。

2030年度目標

全社

売上高 **530億円**

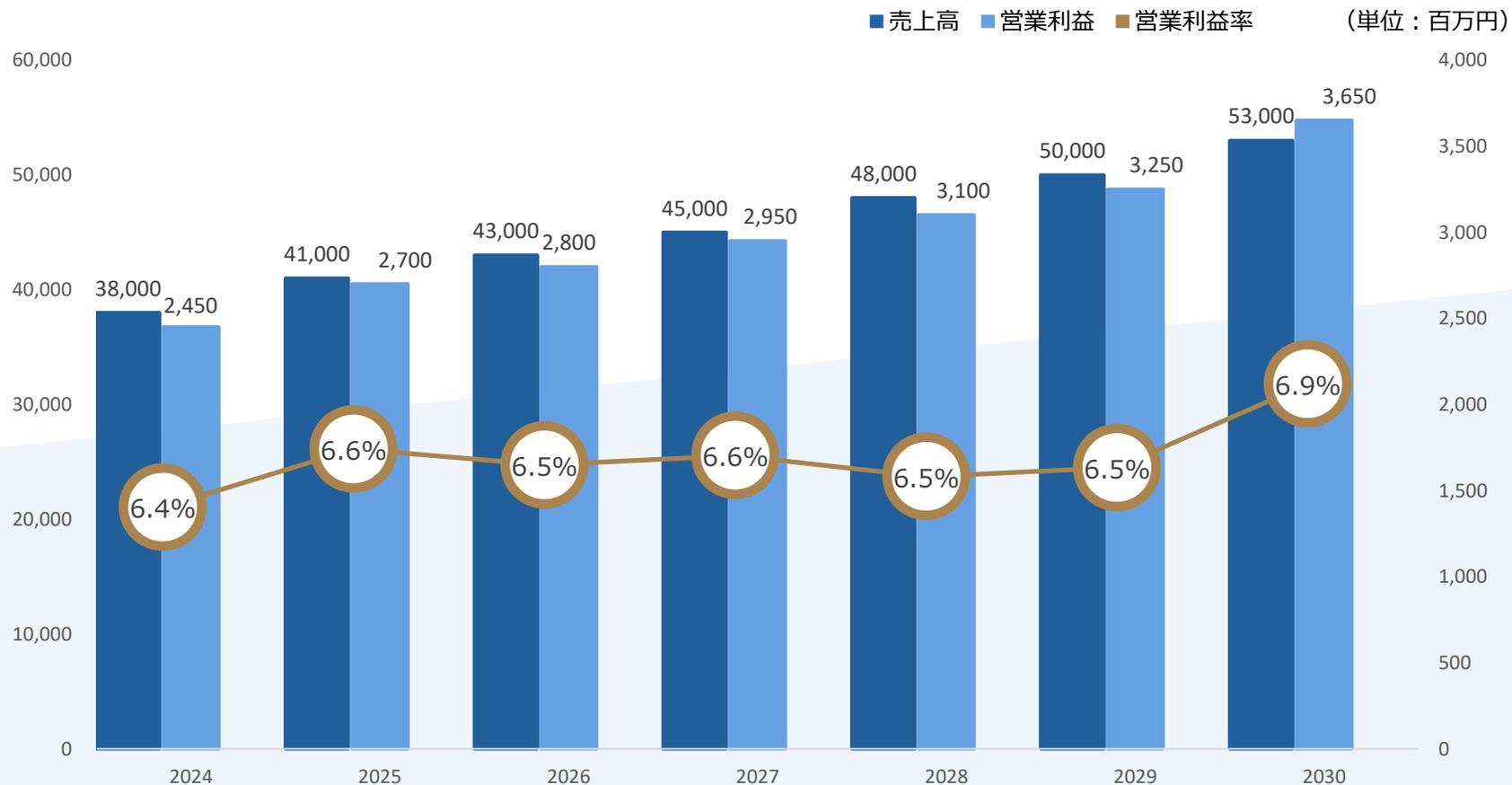
営業利益 **36.5億円**

一人当たり

売上高 **33百万円**

営業利益 **2.3百万円**

売上高・営業利益（M&Aを含む）



DX実現に向けての体制（2025年度）

- **デジタル推進本部**：テクノロジーを通して、社内のデジタル化を牽引
- **イノベーション&アライアンス推進本部 DX事業推進部**：DX事業の推進及び開発に関する業務を担当
- **エンタープライズ事業本部 デジタルソリューション部**：DX事業等に関するソリューションの提案・開発・導入・保守に関する業務を担当

