

ナレッジでつなく、未来をつくる
Unite Knowledge, Ignite the Future.

三井情報グループ 第七次中期経営計画

[2024年3月期 ~ 2026年3月期]



第七次中期経営計画の位置付け

想創期

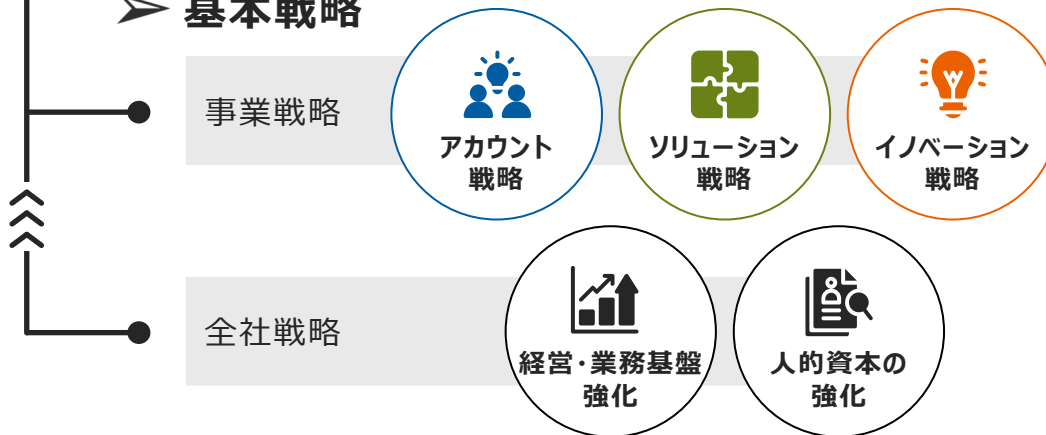
Imagination & Creativity

➤ 未来を**想像**し、価値を**創造**する

➤ 基本方針

- 1 既存事業の更なる成長に向けた事業戦略の確立
- 2 価値を創造し、中長期の柱となる成長事業の創出
- 3 事業規模の拡大と収益モデルの変革

➤ 基本戦略



1

既存事業の更なる成長に向けた事業戦略の確立

“アカウント戦略”、“ソリューション戦略”の2つの事業戦略を軸に6つの施策を通じて、既存事業の規模を更に拡大させ収益基盤を強靱化。成長事業を支えるための土台をより盤石なものとする。



アカウント戦略

アカウント
深耕施策

コンサル
機能強化

パートナー
施策

事業戦略パートナーとして覚悟を持って寄り添う対象の顧客を「戦略アカウント」と定義。各種施策を通じて顧客にとって欠かすことのできない事業戦略パートナーとしての地位を築き、確立する。



ソリューション戦略

システム
開発事業強化

情報通信基盤
高度化

CX領域
拡大

顧客の真のニーズを炙り出し最適解を導き出して実行できる存在を目指す。この目標に向かってソリューション戦略の各施策を具現化していく。

相互連携

2

価値を創造し、中長期の柱となる成長事業の創出

既存事業の強みを活かし、自らが事業主体者となるべく、三井物産の事業資産の有効活用や顧客・パートナーとの共創により、成長事業を創出する

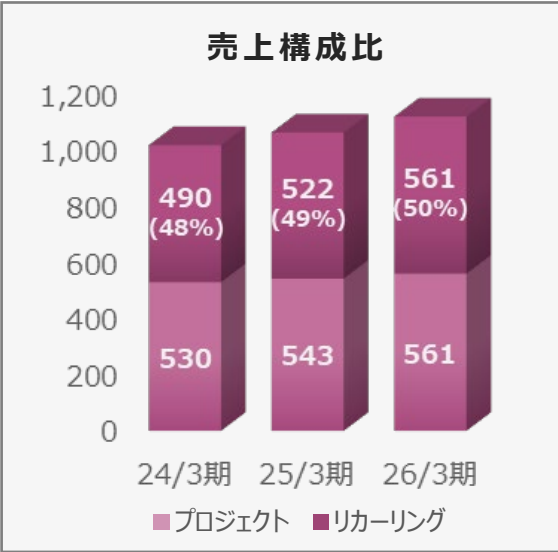
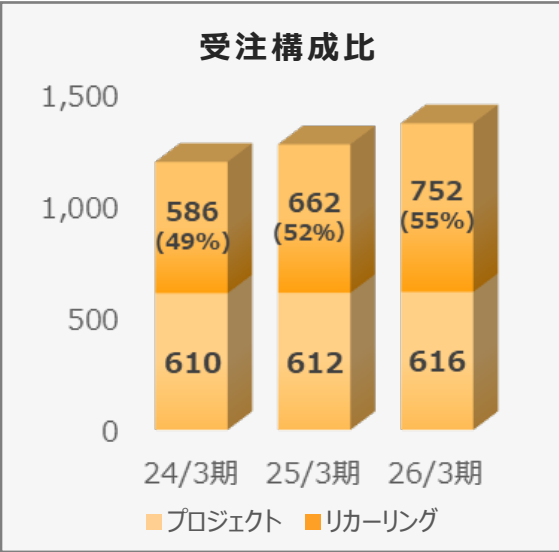
三井情報グループオリジナルの価値提供

強みの発揮



3 事業規模の拡大と収益モデルの変革

- 中長期的に安定した収益モデル（リカーリング）へ変革することで事業の基礎収益力を継続拡大し、更なる成長に向け利益の一部を再投資する。



(単位：億円)

	24/3期 目標	25/3期 目標	26/3期 目標
受注	1,196	1,274	1,368
リカーリング比率	49%	52%	55%
売上	1,020	1,065	1,122
リカーリング比率	48%	49%	50%

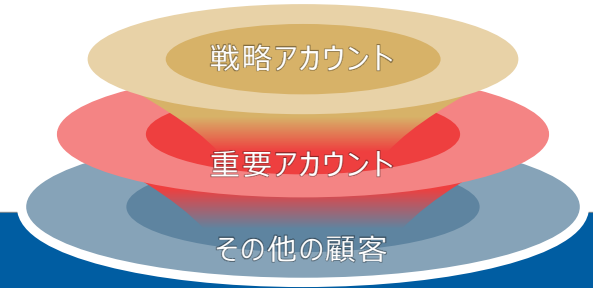
➤ 先行投資

第七次中期経営計画の3年間では売上高合計の約3%を将来の成長に向け、先行投資を行う。

- ✓ イノベーション関連（R&Dなど）
- ✓ パートナーとの体制構築
- ✓ 人的資本への投資（採用・教育など）

基本戦略1. アカウント戦略

- ✓ 三井情報グループが顧客の事業戦略パートナーとなり、戦略的なリソース提供を含め、全方位のサービスを提供する顧客を戦略アカウントとして選定
- ✓ コーポレートITのコア業務を担い、更にビジネスIT領域に踏み出すことで事業戦略パートナーとしての地位を確立させ、収益基盤安定化・最大化を目指す



目指すこと ①

● コーポレートIT領域を全方位で提供

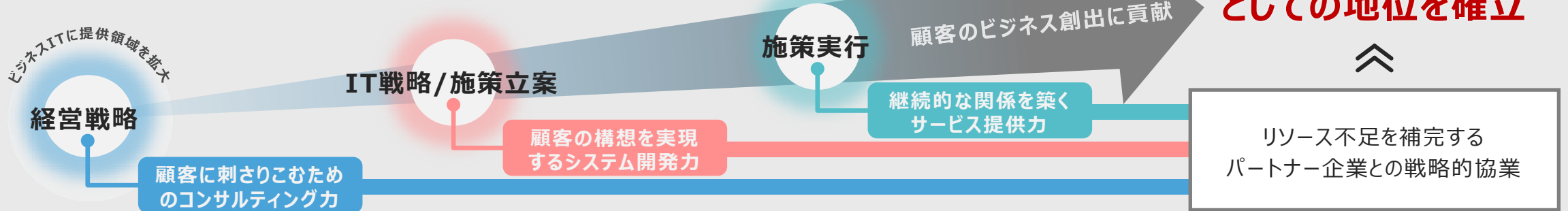
- ✓ 現行提供サービスの範囲にとどまらず新領域にチャレンジ。全方位でサービスを提供し顧客のコーポレートITのコア業務を担う。

目指すこと ②

● 事業戦略パートナーとしての地位確立

- ✓ コーポレートITからビジネスITに提供領域を拡大。顧客のビジネス創出に貢献することで事業戦略パートナーとしての地位を確立。

目指すこと② 事業戦略パートナーまでのプロセスイメージ



✓ 以下の3つを重点施策として既存事業の収益力を引き上げるとともに、成長事業を支えるための基盤を盤石なものとする。

目指すこと ①

● システム開発事業の強化

- ✓ パッケージやSaaSのラインナップにローコード/ノーコードを追加しシステム開発力を強化。個社固有要件への対応力を高めてアカウント深耕の武器にする。

目指すこと ②

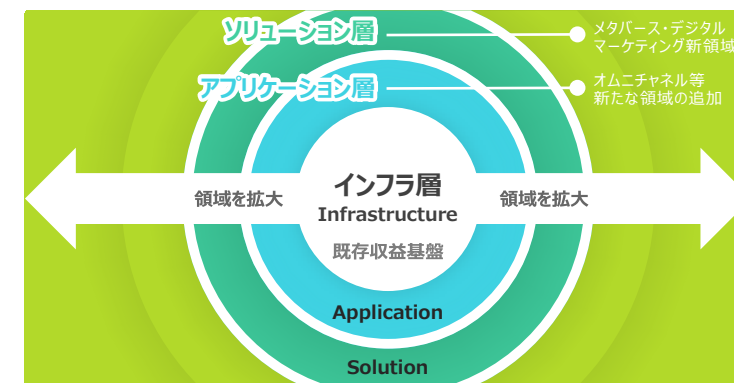
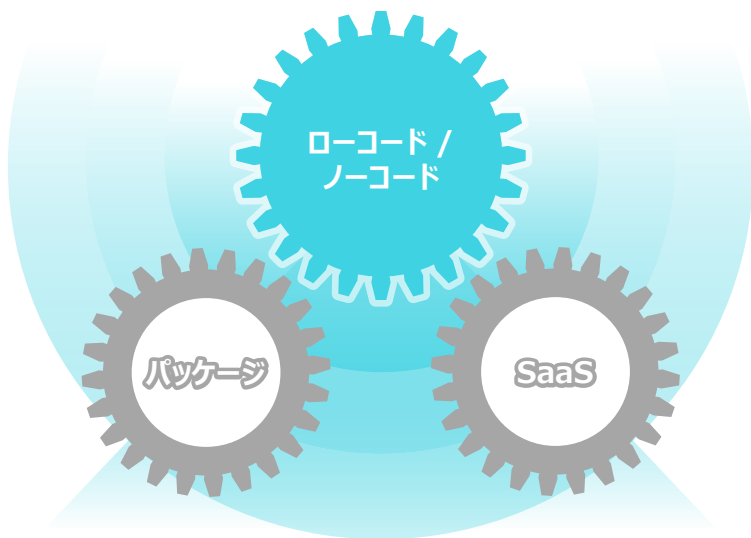
● 情報通信基盤の高度化

- ✓ ネットワーク基盤に続く収益の柱とすべく、プラットフォームやセキュリティ分野の領域を拡大、三井情報グループならではの付加価値を加え次世代の情報通信基盤を提供する。

目指すこと ③

● CX領域の拡大

- ✓ 既存収益基盤であるインフラ層から、アプリケーション層(オムニチャネル等新たな領域の追加)、ソリューション層(メタバース・デジタルマーケティング新領域)へ領域を拡大、顧客が満足感を得られる体験を提供する。

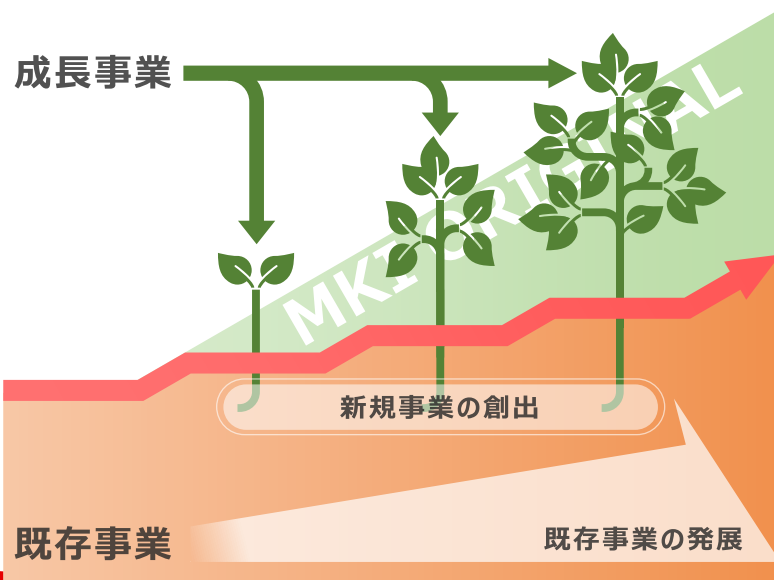


- ✓ 時代の潮流を捉えてシーズを発掘、既存事業の強みを活かし“MKIオリジナル”な新商品を創出。将来の成長事業に育てるべく研究開発を推進する。
- ✓ 既存事業についても市場ニーズを見極め、発掘した商材に“MKIらしさ”を加え、新たなサービスやソリューションに仕立てあげていく。

目指すこと ①

● MKIオリジナル

- ✓ 既存事業の強みをベースにして“MKIオリジナル”にこだわったサービス/ソリューションを創出する。



目指すこと ②

● 中長期/短期目線の商品開発

- ✓ [中長期] 将来の成長事業に育てあげるべく未来を想像してシーズを探し出し、3年を目途に新商品を創出する。

シーズ起点の中長期施策



- ✓ [短期] 市場のニーズを見極め、発掘した商材に“MKIらしさ”を加え、1年程度で新商品に仕立てあげる。

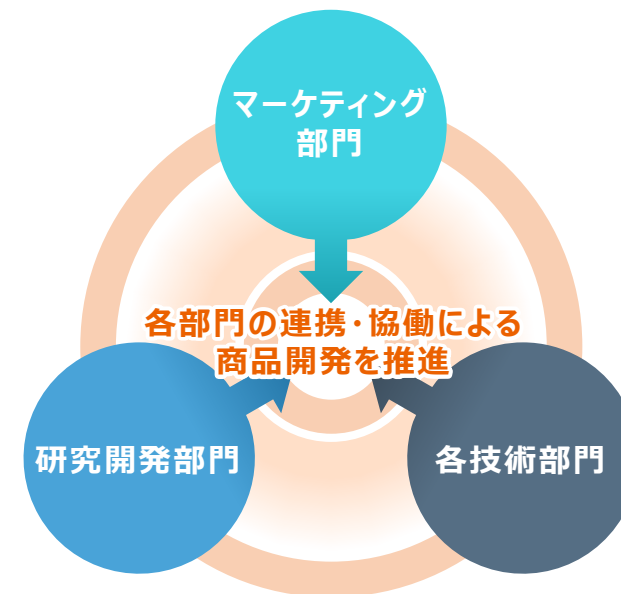
ニーズ発の短期施策



目指すこと ③

● 協働による活動推進

- ✓ マーケティング部門、研究開発部門、および各技術部門が連携、協働して商品開発活動を推進



✓ 事業規模の拡大に向けて経営および業務基盤の強化を図り、グループとしての価値向上、経営の意思決定の迅速化によりビジネスの加速・拡大を促進する。

目指すこと ①

● 三井情報グループ一体経営の深化



- ✓ グループ内管理体制の一体化による筋肉質化
- ✓ グループ内アセットの共有による、各社“強み”の最大発揮
- ✓ グループでのコンプライアンス・インテグリティ意識の浸透によるガバナンス強化とリスクの低減

目指すこと ②

● データドリブン経営の進化



- ✓ データドリブン経営に資するデータ精度の向上
- ✓ 計数関連業務の効率化と高度化
- ✓ 全社KPIの定着と意思決定におけるデータ利活用の促進

目指すこと ③

● 業務プロセスの破壊と創造



- ✓ 現行プロセスの抜本的見直し、及びプロセスの再構築による標準化と最適化
- ✓ 業務プロセス全体のスリム化により生み出される経営資源の有効活用

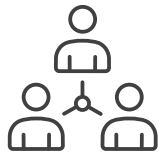
- ✓ 個人と会社の持続的な成長の実現に向け、社員のエンプロイアビリティと会社のエンプロイメンタビリティを高め、全社員が活躍する会社を目指す。

目指すこと

- 自ら主体的に「キャリア」を描き、自らの「キャリア」の実現に向けて成長する人材の育成

施策①

「働きやすさ」の促進
(多様な人材が活躍できる“場”をつくる)



- ✓ 次世代の働き方、次期オフィス、健康経営、DE&I推進

施策②

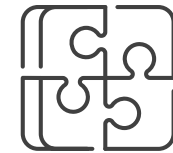
「働きがい」の醸成
(キャリアオーナーシップの推進)



- ✓ オンボーディング、次世代リーダー育成、シニア活躍

施策③

適材適所の人材配置
(人材ポートフォリオの最適化)



- ✓ 人事制度のアップデート (等級・評価・報酬制度、職群制度など)
- ✓ エリア人事制度の整備