CEOメッセージ

代表取締役社長
CEO
齊藤 昇

コア事業と成長事業の両輪で社会的価値と経済的価値を創出し、デジタルコモンズを推進していきます。

社長就任にあたって

2024年4月に代表取締役社長CEOに就任した齊藤昇でございます。

私は入社後、まず営業部門に配属され、営業畑を歩んできました。流通業のお客様にDXの実現をご提案する中で、お客様の情報システムの担当だけでなく、経営者や経営企画部門など、多くの方々とたくさん話をさせていただく機会に恵まれました。そうしてマーケットの動向や競合関係などに対する理解を深めることができ、今では当社の主力ソリューションとなっているマーチャンダイジング（MD）基幹システムのCoreCenterを企画し、リリースすることができました。この経験があったからこそ、事業開発への思い入れは強いものがあります。

これまでの経歴の中で転機の一つとなったのが、ギフトカードのビジネスを手掛けたことです。これは、コンビニエンスストアなど多様な小売店にギフトカードを置かせていただき、販売時に当社のゲートウェイシステムを利用いただくビジネスモデルです。それまでの仕事が、ITシステムの提供だったのに対し、商材を提供するようになったことで、関わるプレーヤーが全く変わったのです。同じ顧客企業でも担当者が違いますし、Amazon等、海外のギフトカード発行元との交渉も行うなど、多くの点で学ばせていただきました。

もう一つの転機が、2017年にCVC（コーポレート・ベンチャー・キャピタル）としてキャナルベンチャーズ（株）を立ち上げたことです。同社はこれまで1号ファンド、2号ファンドを組成しており、40社ほどのスタートアップに投資していますが、最初の1社から携われたのは貴重な経験です。通常は一定の意思決定プロセスを経る投資案件も、時には即時に決定しなければならないケースもありました。短期間で、さまざまな判断を下してビジネスを進めることは、責任を感じた一方で、わくわくする仕事でした。その縁もあって、日本経済団体連合会のスタートアップ委員会企画部会長に就任させていただき、2019年から現在に至るまで活動を続けています。数多くのスタートアップ企業の経営者や、ベンチャーキャピタルの方たちと出会うことができ、貴重な財産となっています。

BIPROGYグループが目指しているのは、2030年に向けて進むべき方向性として「Vision2030」に掲げる「わたしたちは、デジタルコモンズ※1を誰もが幸せに暮らせる社会づくりを推進するしくみに育てていきます」の実現です。その第1ステップである「経営方針（2021-2023）」では、私はCMO（チーフ・マーケティング・オフィサー）として、マーケティング・営業部門をリードしていました。そして今回、第2ステップとなる「経営方針（2024-2026）」では、CEOとして責任ある立場に立たせていただくことに感謝するとともに、すべてのステークホルダーの皆様の期待に応え、さらにはそれを超えていけるよう、しっかり歩みを進めていきます。「社会に対してどのような価値を提供できるか」という問いに真摯に応え続けることで、社会に必要とされる存在になりたいと思っています。

※1 デジタルコモンズ：持続可能な社会づくりのため、社会に存在する有形無形の財をデジタルの力で追加コストの少ない共有財として広く利活用可能とし、共創による価値を継続的に創出するコミュニティや仕組み。

齊藤 昇

プロフィール

1986年、バロース（株）（現・BIPROGY（株））入社。アパレル営業所長や流通事業部長、ビジネスサービス事業部長などを歴任し、異業種企業との協働により数々の新規事業を立ち上げ、2013年に執行役員に就任。2016年から取締役常務執行役員CMOを務める。キャナルベンチャーズ（株）設立に際し、2017年から2020年まで同社代表取締役CEOを兼務。2019年より日本経済団体連合会スタートアップ委員会企画部会長、2020年には東京大学特定研究成果活用支援事業外部評価委員会 外部評価委員に就任。2022年6月にセイコーグループ（株）社外取締役に就任。2024年4月に、BIPROGY（株）代表取締役社長CEOに就任。

「経営方針（2021-2023）」を振り返って

「経営方針（2021-2023）」の最終年度である2023年度は、十分な実績を出せたと思っています。売上収益は3,701億円と、目標の3,400億円を大幅に上回り、営業利益は333億円となり、いずれも過去最高を達成しました。この3年間で大きく成長したことはグループ全体の自信につながっており、これを共に実現した社員を私は誇りに思います。

売上収益が伸びたのは、社会DXの取り組み拡大もありますが、主には顧客DXが大幅に伸長したためです。DXを加速し、事業を発展させ企業価値を高めたいというお客様の要望に応えるべく、当社グループはDXパートナーとして、その対応を優先し、今後の成長につながる多くのアセットを手に入れることができました。一方で、社会課題を解決する新しいサービス型ビジネスの創出や拡充については、PoC（実証実験）などでマーケットへの評価・検証を進めたものの、お客様のDX推進を優先したことにより、緩やかな成長となりました。ステークホルダーを巻き込んで、一つひとつのビジネスを成長させていく過渡期にある中、そのスピードが課題として残りました。

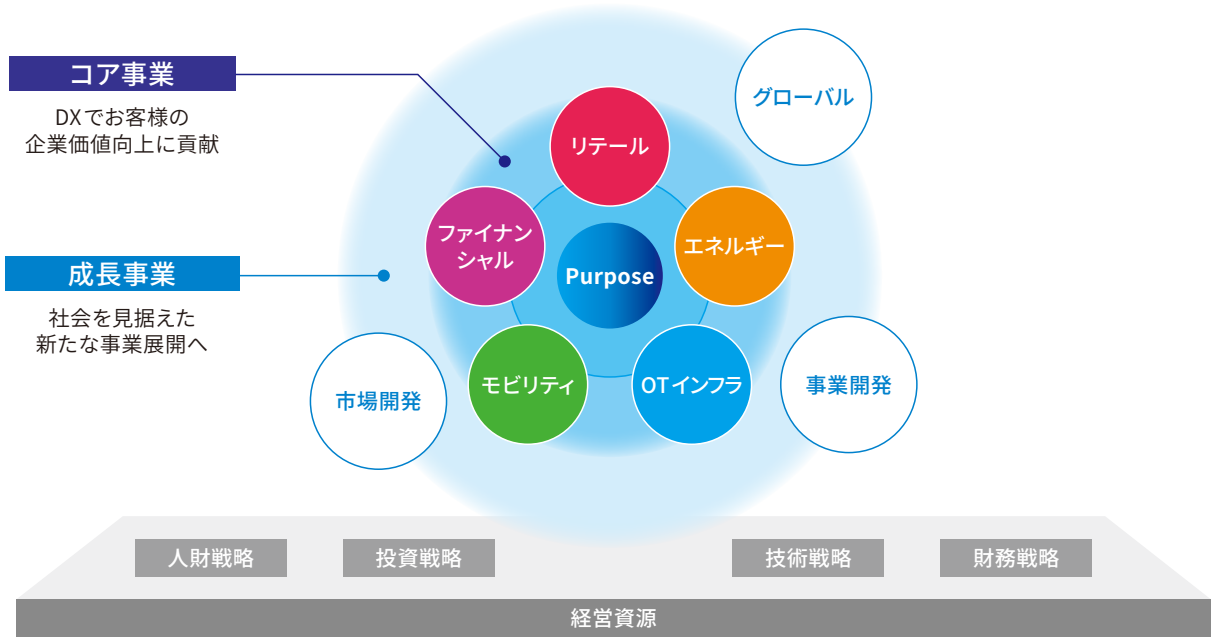
幅広い業界にわたるお客様との深い信頼関係とネットワークは、当社グループの大切なアセットです。1社単独では太刀打ちできない社会課題が山積する今日だからこそ、その真価を発揮します。これからの時代は、N対Nのコミュニティ型で価値を生み出していく時代であり、ベンダーフリーで時代のニーズに対してベストな組み合わせを提案し、実装してきた当社グループだからこそ、多種多様なプレーヤーとの組み合わせをコーディネートして、社会課題を解決する力があると考えています。

「経営方針（2024-2026）」で実現したいこと

新たな「経営方針（2024-2026）」では、事業活動を通じて「社会的価値」と「経済的価値」の創出を加速し、市場・顧客から「共に社会課題を解決したい企業」として想起される存在となることを目指します。具体的には、現在の収益源である「コア事業」で強みのある領域に注力し、提供価値と収益性を高め、新たな収益の柱である「成長事業」で持続性のある新たな事業ポートフォリオを生み出していきます。

コア事業戦略においては、優良な顧客基盤と徹底した

コア事業と成長事業のスパイラルアップで共に社会的価値創出を



業務・顧客知見をもとにしたアセットを軸に、ファイナンシャル、リテール、エネルギー、モビリティ、OT※2インフラを注力領域として設定しています。例えばリテールでは人手不足の課題がありますが、その解消のためにはDXが有効でしょう。金融機関では、営業店舗を縮小していく流れにありますが、お客様とのタッチポイントをこれまで以上に増やし、より付加価値の高いサービスを提供していくことが求められます。ここでもDXが重要な鍵となり、そうしたビジネスにも、しっかり取り組んでいきます。

「経営方針（2024-2026）」のキーワードは、データ活用、AIと考えています。各企業には山のようにデータがありながら、それをうまく活用しきれていないケースも散見されます。そこで、成長事業戦略の重点戦略に「市場開発」を掲げ、お客様の経営判断を支援する、データサイエンスとAIによるデータ利活用サービスを展開していきます。また、世界的に問題となっている情報セキュリティにも向き合わねばなりません。これも市場開発の戦略として、お客様がコア業務に集中できるよう、デジタルワークプレイス、セキュリティ、クラウドマネジメントなどのマネージドサービスを展開します。

また、「経営方針（2024-2026）」の目標である、調整後営業利益率11.0%を達成するためには、自身の生産性も上げていかなければなりません。そのために当社グループ内においても生成AIなどの新技術を導入していきます。

当社グループの技術面の強みとして、「徹底した顧客・業界理解」「プロジェクトマネジメントのノウハウとその言語化」が挙げられます。お客様の業務、マーケットをよく理解し、そこにあるデータをどう活用するか、提案していくことを得意としています。ITの力は「見える化」できることです。最近の例で言えば、あるお客様の設備関連のデータが、今後故障しやすい場所と、メンテナンスすべきことを教えてくれ、そこから新しいサービスに展開することができました。お客様が保有する膨大なデータを、ただ分析してお返しするだけでなく、お客様と共にサービスをつくるチャンスがあるのです。

そうしたビジネスをつくることのできるエンジニアの育成にも注力しており、実際、当社が投資しているAI関連の会社に、当社のエンジニアが出向し、データの扱い方を学んでいます。そこで得た知識を、お客様へのサービスにつなげています。

※2 OT：Operational Technologyの略。製造業の工場のハードウェアを制御・運用するための技術。

インオーガニックな成長にチャレンジしていく

「経営方針（2024-2026）」の目標を達成するためには、インオーガニックな成長も必要であると考えており、成長事業戦略にも掲げている「グローバル展開」を進めます。具体的には、ASEAN主要国におけるビジネスの展開に取り組み、M&Aも視野に入れた戦略的投資により、サービス提供エリアや顧客群を獲得していきます。

ただし、M&A自体を目的としているわけではなく、当社のビジョンに賛同し、共に社会を変えていきたいと思っていただける会社とのパートナーシップを重視しています。

当社グループが何十年と培ってきた技術や高品質なサービスを提供するノウハウを、アジアで十分に活かすことができると考えています。

また国内でも、当社のコア事業注力領域や成長領域において、魅力ある企業があれば、戦略的にパートナーシップ締結を進めていきます。

多様性を重視した人的資本の強化

私たちが目指す姿の実現のために、何より重要なのは社員だと考えています。私は、社員には今以上に輝いた存在になってほしいと強く願っています。そのためにはトライ・アンド・エラーを数多く経験し、さまざまなことにチャレンジして、多くを吸収してほしい。失敗も含めて、すべての経験がアセットになります。失敗を恐れずにチャレンジできるよう背中を押し、幅広いスキルを持った魅力ある人財を育てていきたいと考えています。社員一人ひとりが輝くことで、当社グループが「共に社会課題を解決したい企業」として想起される存在に近づくことができるのではないかと思います。

また、当社グループがお客様やパートナーにとって魅力ある企業グループとなるためには、さらなる多様性の推進が必要であると考えています。「経営方針（2024-2026）」の成長事業戦略の一つである「グローバル展開」を推進するにあたっては、グローバル人財の育成が大きな課題です。日本の社員には、グローバルな視野を持ってほしいと思います。当社は、BIPROGYに社名変更する前は「日本ユニシス」として、文字通り、主に日本でビジネスを行ってきました。しかし、デジタルコモンズを通じて、社会課題を解決していこうというときに、日本でしか事業を展開していない企業では対応できません。今後、海外企業と共にビジネスを進める機会を増やすことで、社員にもグローバルな視点を身に付けてほしいと考えています。

コーポレート・ガバナンスの観点では、経営層における多角的な視点の強化のため、先んじて多様性を意識した取締役会構成となるよう、推進してきました。社外取締役には外国人1名と女性1名、そして2024年6月には、社内取締役で女性が1名選任されました。さらにダイバーシティに富んだ取締役会を目指し、引き続き取り組んでいきます。

新卒採用を拡大させる一方で、定年後の再雇用も積極的に行っています。毎年、その年に活躍した社員を表彰するアワードイベントを開催しているのですが、今年の受賞者のうちの1人が再雇用の社員で、多くの仲間から祝福されている姿を見て、とても嬉しく思いました。あらゆる年代の社員が、職場の中心で活躍し輝けるような会社でありたいと思っています。

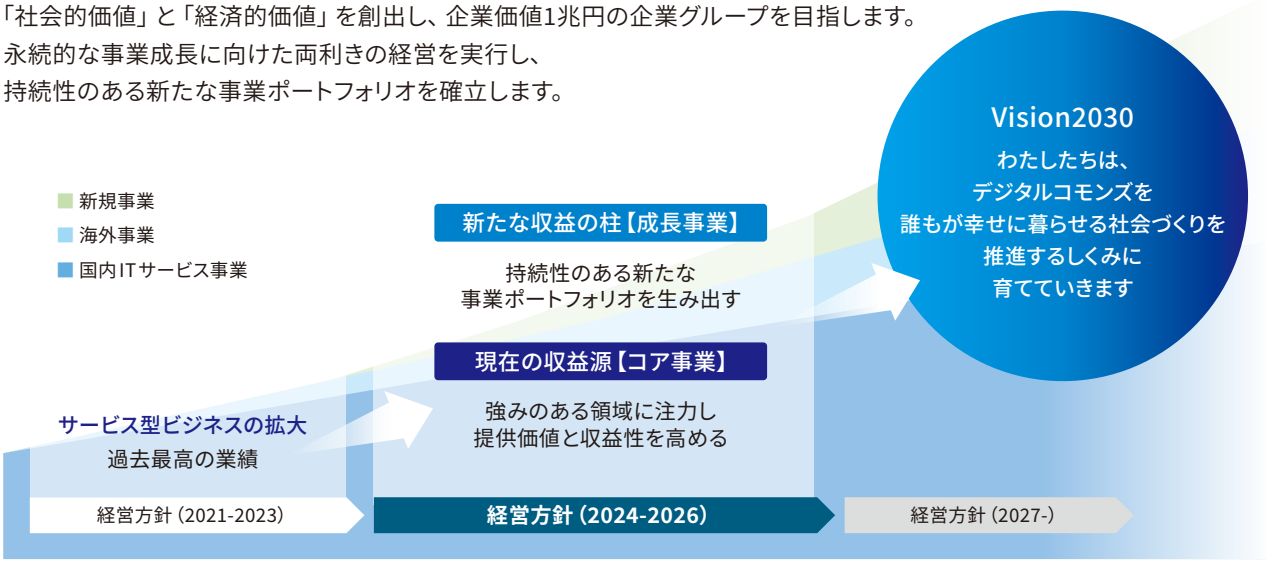
また、当社にないノウハウや知識を獲得するため、中途採用も積極的に進めており、そこで重要となるのはエンゲージメントです。当社グループに魅力があれば、新しいメンバーでも、このグループでがんばろうと思ってもらえます。そのためにも、新たな技術やアイデアを積極的に取り入れ、さまざまな新事業にトライしていく会社の姿勢を見せていきます。

企業価値1兆円の企業グループを目指す

「経営方針（2024-2026）」の目標は、2026年度に売上収益4,200億円、調整後営業利益率11.0%を達成することですが、さらに目指す先は、企業価値1兆円の企業グループであり、2030年の時点ではそれが視野に入っているポジションでいたいと思っています。1兆円は時価総額で言えば現在の約2倍にあたり、その実現は容易ではありません。ただ、私たちが本気で社会課題解決に向けたイニシアチブをとっていくためには、そのくらいの企業価値を持つ、魅力

経営方針（2024-2026）の位置付け

市場・顧客から「共に社会課題を解決したい企業」として想起される存在となり、
「社会的価値」と「経済的価値」を創出し、企業価値1兆円の企業グループを目指します。
永続的な事業成長に向けた両利きの経営を実行し、
持続性のある新たな事業ポートフォリオを確立します。



ある存在になっていかなくてはなりません。事業ポートフォリオの拡充・将来的な転換を見据え、M&Aなども踏まえた積極的な事業関連の投資を推進していく考えです。

そのためにまず、先ほど述べたファイナンシャル、リテール、エネルギー、モビリティ、OTインフラという5つの注力領域、つまり当社グループの得意分野を加速させていきます。お客様の課題解決を推し進める中で生まれる各種アセットを活用し、次のビジネス創出と提供価値拡大につなげる循環サイクルを作り出していきます。そして、その過程でさらに新しい注力領域も増やしていきたいと思っています。

グローバルビジネスについては、「経営方針（2024-2026）」では、通過点として150億円という売上の目標を掲げていますが、将来的には数百億円にとどまらず、全体売上の中の数十%を狙っていきたいと考えています。

もちろん、時価総額を意識した経営をしていきますが、そのために単純に業績を上げればよいというものではなく、無形資産を増やすことで企業価値を向上させ、バリュエーションを高めていきます。無形資産は評価されにくいものですが、当社グループの技術や取り組みが社会にインパクトを与え、ベネフィットを生み出すことで、未来の期待値を高めるような新ビジネスを創出し、積極的にお伝えしていきたいと思います。

企業価値1兆円に向けた歩みの中で、どのような企業をベンチマークとするかについては、日本企業の中には私がイメージしているような企業はないのかもしれません。有名な同業他社の、ある部分を切り取ると何社かそれにあたる企業はありますが、私たちがありたい姿を実践する企業は、そこにはないように思います。私は多くのスタートアップ企業と仕事をしてきたので、余計にそうした気持ちになるのでしょう。彼らは、例えば貧しい子どもたちの栄養失調を防ぐ栄養食品の開発に投資したり、さらには、気候変動にブレーキをかけるために化石燃料に代わる新たな燃料の開発に本気で取り組んだりというように、社会課題解決を軸に事業活動を展開しています。志においては、こうした企業もベンチマーク企業となるかもしれません。

唯一無二の企業を目指すために、私も自身を絶えず磨いていく所存です。例えば、私は米国のシリコンバレーに定期的に出向くことにしており、パートナー企業各社や投資先VCのキャピタリスト等と意見交換をしています。また、国内でもお客様やパートナーはもちろんのこと、経団連会員企業や出資先スタートアップの方々と対話をして、インプットを増やすよう努めています。インプットとアウトプットを繰り返し、魅力ある社長を目指していきます。

同様に、グループ社員一人ひとりが自らを磨き、成長していってほしいと思っています。社員がやりがいと誇り、わくわく感を持って光り輝くことが何よりも大切であり、多くのきらきらとしたアイデアが生まれてくるよう、環境を整えていきます。

その上で、あらゆるステークホルダーの皆様とビジネスエコシステムを創出し、ICTで社会課題を解決していく企業グループとして、未来を切り拓いていきます。光が屈折・反射した時に見える7色の頭文字からなる「BIPROGY」グループの多彩な輝きが織りなす総合力に、ぜひ期待していただければと思います。

価値創造ストーリー

価値創造プロセス

BIPROGYグループは、これまでに培ってきた強みを活かしながら、業種や業界の垣根を越えて連携するビジネスエコシステムを拡大し、社会的価値と経済的価値を創出していくことにより、持続可能な社会の実現を目指していきます。

Purpose
● P.1

先見性と洞察力でテク
持続可能な社会を創出

先見性・洞察力 × テクノロジー ×

競争優位の源泉

INPUT

2023年度または2024年3月末時点のデータ

社会・関係資本

- 幅広い業種・業界にわたる顧客基盤
- 顧客・パートナーとのリレーションシップ
  - 顧客数 5,000社以上
  - ユーザー会「BIPROGY研究会」約550会員
  - エンジニアベンダー 500社以上

人的資本

- 社会課題を自らの課題と捉え、行動できる人財
- 多様性があり、チャレンジを推奨する企業風土
  - 従業員数 8,218人
  - 女性管理職比率 10.1% マテリアリティKPI
  - エンジニア数 5,044人

財務資本

- 新たなサービス創出や事業環境の変化に対応する財務基盤
  - 親会社の所有者に帰属する持分 1,664億円
  - フリー・キャッシュ・フロー 331億円

知的資本

- 60年以上の歴史で培ったさまざまな業界の業務知識、技術力
- ベンチャー、スタートアップとの連携によるオープンイノベーション
- ビジネスエコシステムを推進するサービス群
- 新たなサービス創出のための投資
  - 「DX認定」取得
  - 投資額※1 209億円

自然資本

- 事業活動の低炭素化
  - エネルギー使用量 7,189kl
  - グループの事業所における再生可能エネルギー調達率 27.2% マテリアリティKPI

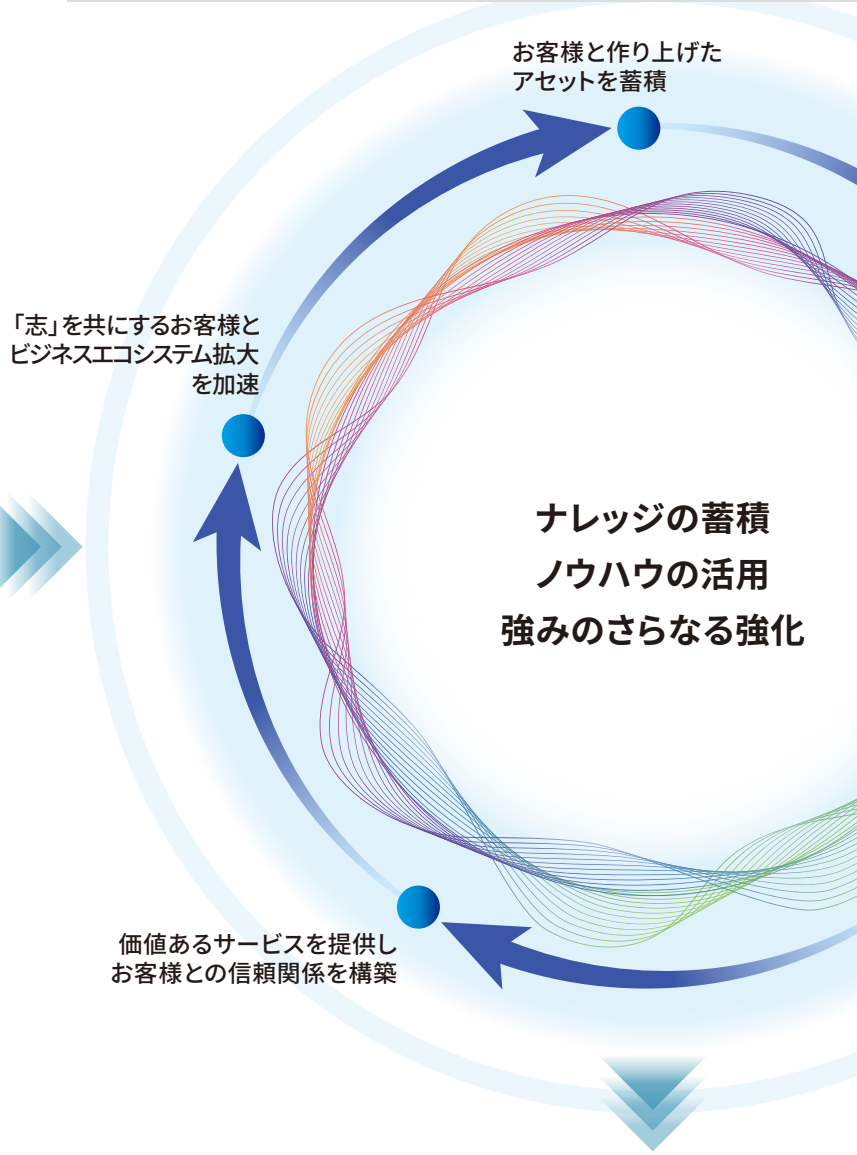
製造資本

- 製品・サービスの品質保証
- 透明・公正なプロセス
- 日本全国、海外8カ国に広がるサービス拠点
  - ISBP※2による品質管理
  - グループコンプライアンス意識調査 回答率96.6%／98.0%

当社グループの強み
● P.5

※1 研究開発費、設備投資額、戦略投資額の合計
※2 ISBP（Information Services Business Process）：高品質なシステムを提供するためにシステム開発で必要な作業をまとめた、当社グループの標準業務プロセス

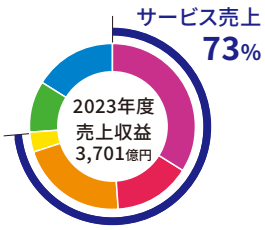
価値創出サイクル



サービスの創出

OUTPUT

For Customer	For Society
お客様の 持続的成長に貢献する 顧客DXの推進	各業種・業界のお客様、 パートナーと共に 社会課題解決を進める 社会DXの推進



Vision2030

● P.16-19

わたしたちは、デジタルコモンズを
誰もが幸せに暮らせる社会づくりを
推進するしくみに育てていきます

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

マテリアリティ

● P.17-19

ノロジーの持つ可能性を引き出し、します

ビジネスエコシステム ═ 社会的価値創出

● P.21

● P.22-31

システムサービス	34%
サポートサービス	15%
アウトソーシング	21%
その他	4%
ソフトウェア	10%
ハードウェア	16%

（負荷としてのアウトプット）GHG排出量
（Scope1+Scope2（マーケットベース））
8,980t-CO_2e

創出する社会的価値と経済的価値

OUTCOME

2023年度または2024年3月末時点のデータ

社会・関係資本

- 社会課題解決型ビジネスの提供を通じ、社会のサステナビリティに貢献
- 「志」を共にするお客様・パートナーとのビジネスエコシステム形成
- 安心・安全な製品・サービス提供
  - 社会や地球を全体最適で捉えた社会課題解決型ビジネスの案件数 2020年度比 137.2% マテリアリティKPI

人的資本

- 社会課題の解決に貢献するイノベーション人財の輩出
- 労働生産性の向上
  - ビジネスプロデュース人財 57人 マテリアリティKPI
  - エンゲージメントスコア（働き方関連）3.43 マテリアリティKPI
  - 従業員1人当たり営業利益 405万円

財務資本

- 高い資本効率／強固な財務基盤
  - ROE 16.5%
  - 発行体格付※3 A−
  - 親会社所有者帰属持分比率 53.0%

知的資本

- 新しいサービスの創出
  - スタートアップ/事業投資 79件
  - 国内外/多領域へのファンド投資 31件

自然資本

- 環境貢献型サービスの提供
- バリューチェーンの環境負荷低減
  - 環境貢献型製品・サービスの提供を通じたゼロエミッション達成率 232.8% マテリアリティKPI
  - GHG排出量（Scope1＋Scope2（マーケットベース））削減率 2019年度比 37.5% マテリアリティKPI

製造資本

- サービスの安定稼働
  - オンライン稼働率 99.999%

※3（株）格付投資情報センター（R&I）

社会インパクト

レジリエンス
自律分散した
生存力・復元力の
ある環境

リジェネラティブ
再生型
ネットポジティブ
社会へ

ゼロエミッション
デジタルを活用した
環境貢献、
環境負荷の軽減

Vision2030 ～目指す姿～

「Purpose」のもと、2030年に向けて進むべき方向性を定めたものが「Vision2030」です。「Vision2030」では、「レジリエンス」「リジェネラティブ」「ゼロエミッション」という相互に関連する3つの社会インパクトを創出するため、さまざまなサービス、プロダクト、企業、利用者をマッチングできるビジネスエコシステムやプラットフォームを、社会の共有財であるデジタルコモンズとして創造し、提供したいと考えています。

マテリアリティ

当社グループは、「Vision2030」の実現に向けて、サステナビリティへの取り組みを経営に統合していくために戦略的に取り組むべき重要項目を、マテリアリティとして定めています。社会的価値と経済的価値双方の創出を通じた企業価値の向上を図るべく、各々のマテリアリティに対しKPIと目標を設定し、取り組みを推進しています。

マテリアリティ

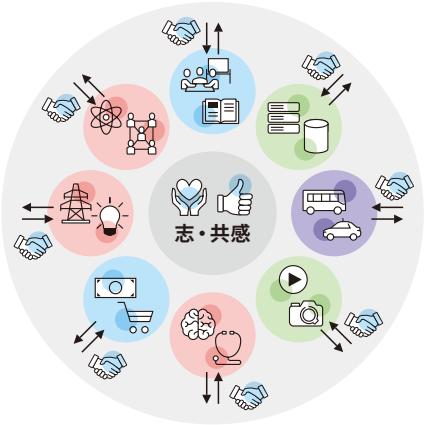
分類	マテリアリティ	目指す姿
事業成長におけるマテリアリティ	デジタルの力とビジネスエコシステムを活用した課題解決の仕組みづくり	多様な業界の顧客およびパートナーと志を共有するコミュニティの形成を通して、「リジェネラティブ」「ゼロエミッション」「レジリエンス」な社会を実現する
事業成長を支える基盤となるマテリアリティ	ゼロエミッション社会の実現に向けた、デジタルを活用した環境貢献と事業活動にともなう環境負荷の低減	カーボンニュートラルやサーキュラー・エコノミーを促進するサービスの提供や脱炭素社会実現に向けた連携・協働を進めるとともに、事業活動にともなう環境負荷を低減することで、温室効果ガス（GHG）排出量削減への貢献を目指す
	バリューチェーン全体で取り組む、安心・安全な製品・サービスの持続可能な調達と提供	人権の尊重や環境負荷低減を図ったバリューチェーンを構築・維持し、安心・安全な製品・サービスを調達・提供する
	新たな未来を創る人財の創出・強化とダイバーシティ＆インクルージョンの進化	未来に向けたイノベーションを創出することができる個の多様性、専門性、価値観を認め合い受容する人財・組織・企業風土を醸成する
	コーポレート・ガバナンスの強化とインテグリティの向上	透明・公正かつ迅速・果断な意思決定を可能にするコーポレート・ガバナンス体制を構築し、運用する また、信頼性、持続性のある社会インフラとしてのICTサービス、社会的価値を提供できる企業として、国内外の法令を遵守するとともに、高い倫理観のもと、社会規範に則り行動し、もって健全かつ透明なビジネス活動を行う

※ P.18-19 マテリアリティのKPIと目標／P.87 マテリアリティ（2023年度実績）／P.78 マテリアリティ策定と見直しのプロセス

BIPROGYグループが考えるデジタルコモンズとは

「デジタルコモンズ」とは、社会にすでに存在する私有財（企業・団体・個人の持つ財）や余剰財（稼働率の低い財）を、デジタルの力で追加コストの少ない共有財として広く利活用可能とすることによって、社会課題解決における社会的価値と経済的価値の両立を可能とするコミュニティです。

当社グループは、社会課題解決の実績・知見と、志を共にする人々とのネットワーク、長年の経験にもとづくデジタル技術を組み合わせて、「デジタルコモンズ」の社会実装を推進していきます。



マテリアリティのKPIと目標

	マテリアリティ項目	創出する社会的価値	創出する経済的価値	関連するSDGs
事業成長におけるマテリアリティ	デジタルの力とビジネスエコシステムを活用した課題解決の仕組みづくり	●社会課題解決型ビジネスの提供を通じ、社会のサステナビリティに貢献	●社会課題解決に資するビジネス機会の創出ならびに創出された市場での収益獲得	3 すべての人に健康と福祉を 7 エネルギーをみんなに そしてクリーンに 8 働きがいも経済成長も 9 産業と技術革新の基盤をつくろう 12 つくる責任 つかう責任 13 気候変動に具体的な対策を × 17 パートナーシップで目標を達成しよう
	ゼロエミッション社会の実現に向けた、デジタルを活用した環境貢献と事業活動にともなう環境負荷の低減	●環境貢献型サービスの提供を通じ、脱炭素社会の早期実現をはじめとする環境課題の解決に貢献 ●再生可能エネルギーの調達等、事業活動の低炭素化への取り組み強化による環境負荷の低減に貢献	●環境貢献に資するサービス収益の拡大 ●気候変動に起因する事業リスクの低減によるコストの抑制	7 エネルギーをみんなに そしてクリーンに 9 産業と技術革新の基盤をつくろう 11 住み続けられるまちづくりを 12 つくる責任 つかう責任 13 気候変動に具体的な対策を 14 海の豊かさを守ろう 15 陸の豊かさも守ろう × 17 パートナーシップで目標を達成しよう
事業成長を支える基盤となるマテリアリティ	バリューチェーン全体で取り組む、安心・安全な製品・サービスの持続可能な調達と提供	●各種法令、社会規範を遵守した、安心・安全な製品・サービス提供により、社会活動を支えるITインフラの安定化・維持に貢献 ●環境・社会に配慮した製品・サービスの提供により、エシカル消費の普及に寄与し、持続可能な社会の実現に貢献	●お客様・取引先との信頼関係強化や優良パートナーの獲得による関係資本の強化による収益機会の拡大 ●バリューチェーン全体における人権、環境負荷等に関する事業リスクの低減	12 つくる責任 つかう責任 13 気候変動に具体的な対策を × 17 パートナーシップで目標を達成しよう
	新たな未来を創る人財の創出・強化とダイバーシティ&インクルージョンの進化	●イノベーション人財の輩出により、社会課題の解決に貢献 ●多様な人財の雇用機会の創出に貢献 ●心身ともに健康で、個々の多様性が受容され活かされた、働きがいのある社会の実現に貢献	●イノベーションの創出によるビジネスの拡大 ●労働生産性の向上による収益性の改善	3 すべての人に健康と福祉を 5 ジェンダー平等を実現しよう 8 働きがいも経済成長も 9 産業と技術革新の基盤をつくろう × 17 パートナーシップで目標を達成しよう
	コーポレート・ガバナンスの強化とインテグリティの向上	●透明・公正なプロセスを通じて社会課題の解決に資するとともに、社会の経済成長に貢献 ●年齢、性別、障害、人種、民族、出自、宗教、あるいは経済的地位その他の状況に関わりない、すべての人々のエンパワーメントに貢献 ●差別的な慣行の撤廃、適切な関連規程の設定・運用や行動の促進などを通じ、機会均等を確保することで、働きがいのある社会の実現に貢献	●多様なステークホルダーとの信頼関係構築によるビジネスエコシステムの創出およびビジネス機会の拡大 ●企業価値の持続的向上 ●不祥事等の事業リスクの低減	5 ジェンダー平等を実現しよう 8 働きがいも経済成長も 10 人や国の不平等をなくそう 12 つくる責任 つかう責任 16 平和と公正をすべての人に × 17 パートナーシップで目標を達成しよう

※1 ゼロエミッション達成率＝（環境貢献型製品・サービスの売上×GHG削減貢献係数）÷（BIPROGYグループのScope1+2GHG排出量）
※2 2024年6月に実施した調査のうち、「働きがい」と「働きやすさ」に関する7つの設問の肯定的回答率の平均を基準値として設定
※3 自らのキャリアについて能力発揮と成長を通じて充実感と幸福感を高めること

KPI（■＝2024年度に新たに設定した項目）	目標	達成年度	参照ページ
社会課題の解決を目的とした事業による売上（■）	2023年度比6倍以上	2030年度	● P.20-21 目指す姿に向けたビジネスエコシステムの拡大 ● P.22-31 経営方針（2024-2026）他
マネージドサービス事業の売上成長率（■）	2023年度比3倍以上	2026年度	
環境貢献型製品・サービスの提供を通じたゼロエミッションへの貢献として、ゼロエミッション達成率※1	100%以上	2030年度	● P.52-55 環境
気候変動シナリオ分析によるビジネス機会とリスク抽出（インパクト評価）およびリスク対応率	100%	2030年度	
BIPROGYグループの事業所における再生可能エネルギー調達率	50%以上	2030年度	
GHG排出量（Scope1+2）削減率（2019年度比）	50%以上	2030年度	
購入した製品・サービス（Scope3 カテゴリ1）の調達金額の40%を占めるサプライヤーがSBT(Science Based Targets)相当の目標を設定する	40%以上	2027年度	● P.52-55 環境 ● P.56 サプライチェーン ● P.57 人権
販売した製品・サービス（Scope3 カテゴリ11）の使用に伴うGHG排出量削減率（2021年度比）（■）	25%以上	2030年度	
人権方針の見直しおよび社員への理解浸透活動（■）	毎年実施	2026年度まで毎年実施	
全グループ会社への人権リスクアセスメント再実施および課題への対応着手率（■）	100%	2026年度	
サプライヤーに対するESGリスク調査実施率（■）	100%	2026年度	
BIPROGYグループが定めるサプライヤーに対する重要なESGリスク項目を遵守できている、または改善着手しているサプライヤーの割合（■）	100%	2030年度	
女性管理職比率	18%以上（2026年4月1日時点）	2025年度	● P.42-47 人的資本戦略
新規事業開発を推進する人財数（■）	100名以上	2026年度	
エンゲージメントサーベイにおける働きがいと働きやすさに関連する要素の平均スコア（■）	基準値※2 51% +10ポイント以上	2026年度	
中長期キャリア目標を設定し、組織長と合意した社員の割合（■）	100%	2026年度	
キャリア・ウェルビーイング※3を推進する仕組みの整備と改善率（実施数／計画数）（■）	100%	2026年度	
配偶者が出産した男性社員のうち、育児のための休業・休暇を取得できた社員の割合（■）	100%	2025年度	
男性育児休業取得検討・意思決定において、自身の意向を踏まえて、家族や組織とすり合わせできた社員の割合（■）	100%	2026年度	
障害者雇用率	法定雇用率+0.1%	2026年度	
2026年度までの健保特定保健指導における積極的支援対象者へのフォロー率（■）	各年度で対象者フォロー100% ・2024年度：リスク因子4つを持つ社員 ・2025年度：リスク因子3つ以上を持つ社員 ・2026年度：リスク因子2つ以上を持つ社員		
2026年度のメンタル面の不調を理由とする新規休職者数（■）	新規休職者数102人（2023年度実績）以下	2026年度	
取締役会の実効性評価において設定される各年度の対応方針の達成		年次	● P.62-71 コーポレート・ガバナンス ● P.74-75 インテグリティの向上
コンプライアンス・プログラムの改善と高度化		年次	
グループ役職員へのインテグリティ意識浸透		年次	
コンプライアンス事案発生動向		年次	
重大なセキュリティインシデント発生数	0件	年次	
ハイブリッドワークにおけるデータ保護セキュリティの仕組みの強化／拡大―仕組みのグループ適用※4（■）	100%	2027年3月末時点	
特例運用管理の網羅率※5（■）	100%	2027年3月末時点	

※4 仕組みのグループ適用：対象は国内グループ会社とする

※5 特例運用管理の適用対象となる運用において適用漏れがない状態（特例運用管理とは機密性が高い顧客情報資産へアクセスするプロジェクトの安全管理措置の妥当性をセキュリティ専門組織が客観的に審査・承認し網羅的に管理・モニタリングする仕組み・体制のこと）

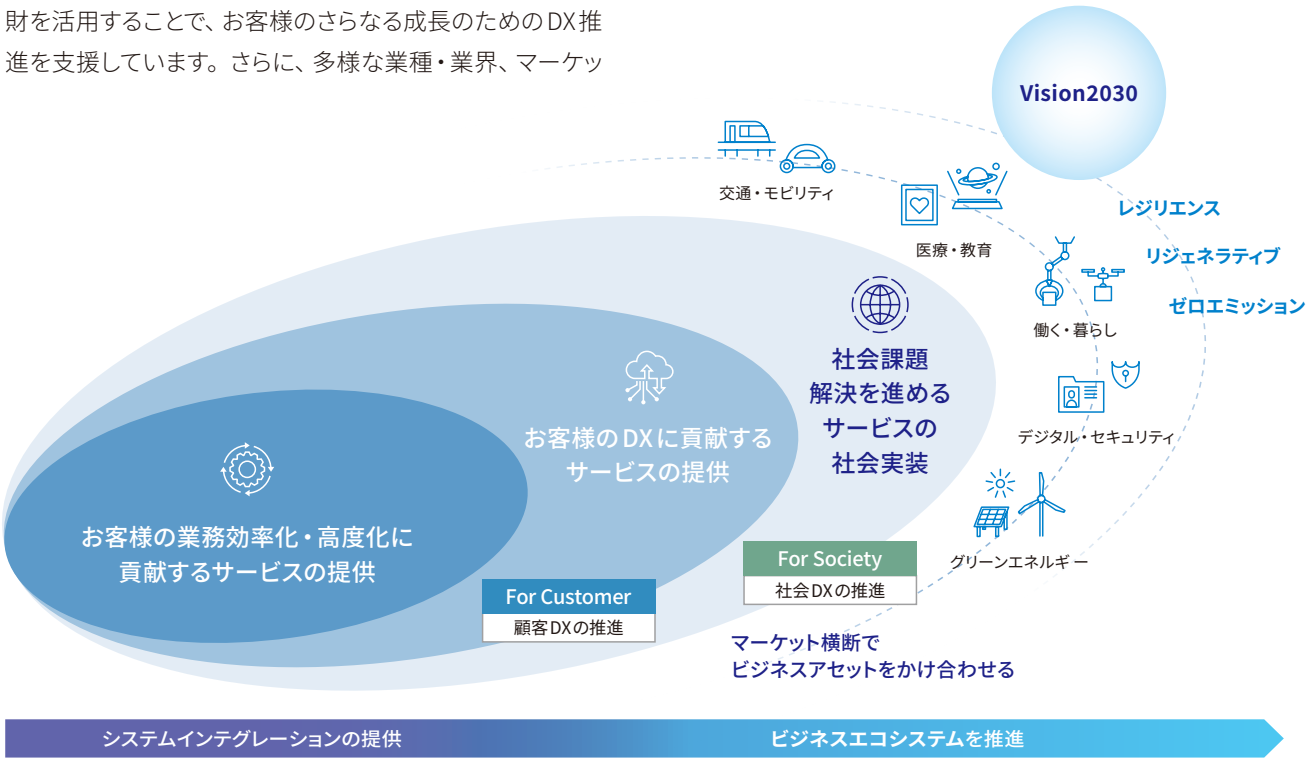
目指す姿に向けたビジネスエコシステムの拡大

マテリアリティ　デジタルの力とビジネスエコシステムを活用した課題解決の仕組みづくり

当社グループは、さまざまなお客様にシステムインテグレーションサービスを提供してきた経験・知財を活かし、お客様のDX推進を支援しています。さらに、社会課題を解決するビジネスエコシステムを形成することで、「Vision2030」の実現を目指します。お客様とつくり上げたアセットを蓄積・活用し、価値あるサービスを生み出し続ける価値創出サイクルにより、ビジネスエコシステムのさらなる拡大を加速していきます。

ビジネスモデルの変革

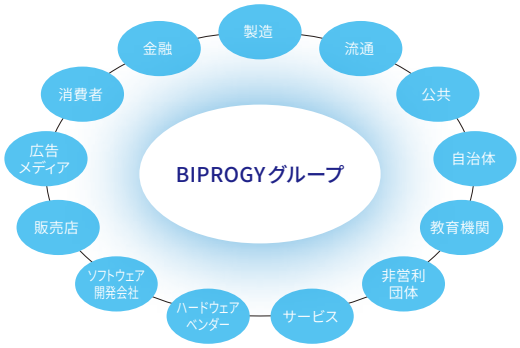
当社グループは、長年にわたるICTインフラやシステムサービスの提供を通じ、お客様からの信頼を獲得してきました。お客様の業務効率化や高度化に貢献するシステムインテグレーションサービスを提供し、そこで培った経験や知財を活用することで、お客様のさらなる成長のためのDX推進を支援しています。さらに、多様な業種・業界、マーケットで生み出されるサービスや価値を横断的に組み合わせることで、顧客・パートナーと連携したビジネスエコシステムの拡大に取り組み、社会課題の解決に貢献していきます。



● P.24　コア事業戦略と成長事業戦略

業種・業界の垣根を越えた連携「ビジネスエコシステム」

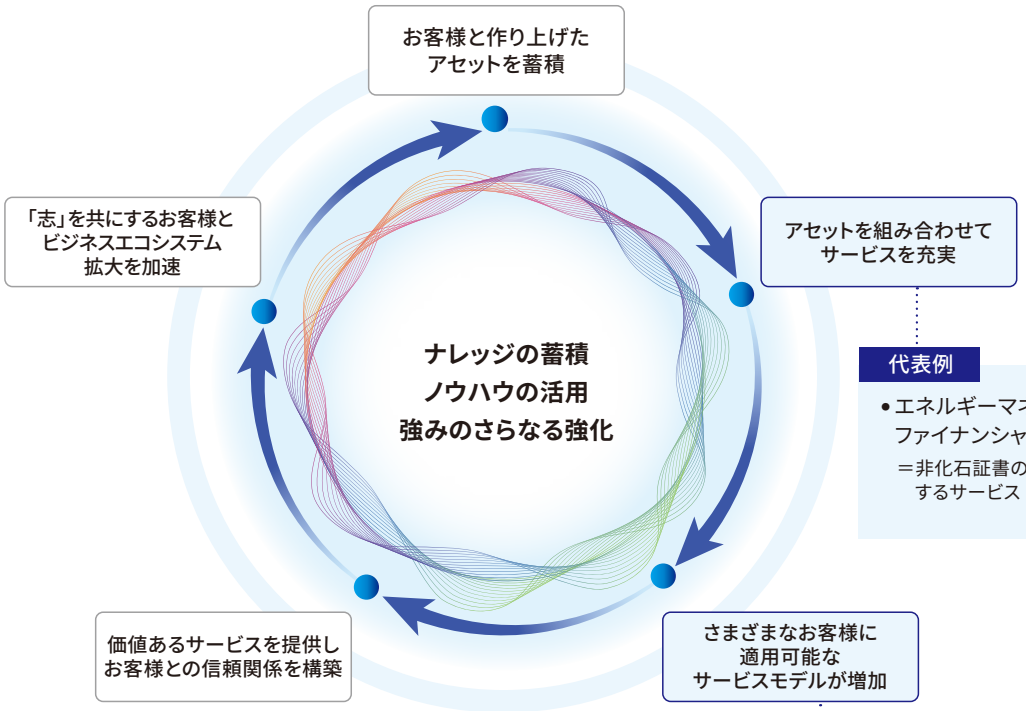
ICTによる業務効率化が行きわたり、ICTを活用して新しいビジネスや生活スタイルを創造する時代となり、テクノロジーがビジネスモデルを変え、業界の垣根が崩壊しつつあります。これまで想定していなかった新たなサービスが法規制さえ変える時代では、先見性と洞察力で社会課題に着目し、新たなビジネス機会を予見することが求められます。そして、社会課題を解決するビジネス創造のためには、業種・業界の垣根を越えた連携が不可欠です。当社グループは、ビジネスエコシステムの中核となって、革新的なサービスをつくっています。



ビジネスエコシステム拡大を加速する「価値創出サイクル」

当社グループは、あらゆる業界のお客様の課題解決に真摯に取り組み、伴走し、その中でお客様の業務を知ることで経験を積み、知見を蓄積してきました。お客様との関わりの中で得た知見のほか、これまで自社で開発したソリューションや、オープンイノベーション、知の探索活動、他社製品等で入手したさまざまなアセットをパッチワークのようにつなぎ合わせ、さらにお客様から知恵をいただきながら最適な形に再整理することで、唯一無二かつフレキシブルなサービスモデルの充実を図ります。同時に、個別案件の経験や知見を複数のお客様へ適用可能となるように一般化・ライブラリ化することで、長期間にわたり、お客様にとって魅力のあるサービスを増加させていきたいと考えています。お客様から信頼を得ることでビジネスエコシステムも加速し、新たな業種のお客様間で新たなプラクティスが生まれます。これにより、社会からの信頼と同時に、ビジネスエコシステムにおけるネットワーク効果が高まり、「志」を共にするお客様が増加することで、より多くの社会課題の解決につながります。当社グループの持つ「先見性・洞察力」と、強みとして根底にある「真摯さに裏付けられた実践力（やり抜く力）」を活かし、価値創出サイクルを回してビジネスエコシステム拡大を加速することで、社会的価値創出企業への変革を目指します。

価値創出サイクル



代表例

- エネルギーマネジメントシステム×ファイナンシャルテクノロジー
  ＝非化石証書の調達と管理業務を支援するサービス

代表例

- パブリッククラウドでのフルバンキングシステム「BankVision on Azure」
- 地域金融機関向け共同利用型勘定系サービス「OptBAE」
- AI需要予測自動発注サービス「AI-Order Foresight」
- 電力小売クラウドソリューション「Enability CIS」
- テレワーク関連等のクラウドサービス
- EC SaaSプラットフォーム「Omni-Base for DIGITAL' ATELIER（デジタラトリエ）」
- 通信型ドライブレコーダー「無事故プログラムDR」
- 電子バリューカード、デジタルコード事業
- モビリティサービスプラットフォーム「smart oasis」
- 収納サービスプラットフォーム
- クロノロジー型 危機管理情報共有システム「災害ネット」

経営方針（2024-2026）

Vision2030

わたしたちは、

前経営方針振り返り

経営方針（2021-2023）

2021年度–2023年度

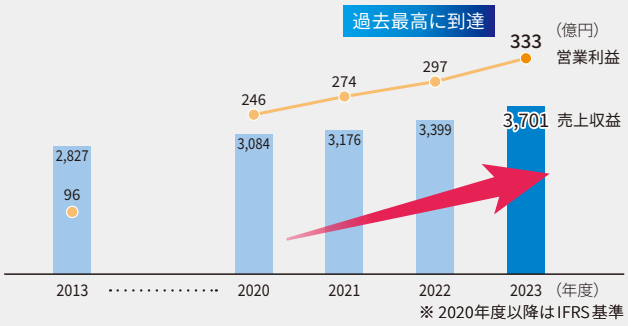
	2023年度目標	2023年度実績	
売上収益	3,400億円	3,701億円	達成
うち、アウトソーシング※1	（1,000億円）	（766億円）	
調整後営業利益率※2	10%以上	9.1%	
ROE	15%目途	16.5%	達成
配当性向	40%目途	39.8%	達成

※1 システムの運用受託だけでなく、当社が事業主体として提供するサービス型ビジネスを含む
※2 調整後営業利益＝売上収益－売上原価－販売費及び一般管理費

振り返り

アウトソーシングビジネスの業績貢献は限定的となるも、お客様のDXへの旺盛な需要に応えることで業績は過去最高となり、BIPROGYグループが飛躍する絶好の機会となった

「Vision2030」の実現に向け、お客様と共に社会課題解決に取り組む企業グループとしての基盤を、この3年間で着実に築いてきました。お客様のDX需要に応え、最終年度の2023年度は、売上収益、営業利益ともに過去最高となりました。システムサービスの提供を優先したことにより、調整後営業利益率および成長ドライバーと位置づけたアウトソーシング売上は計画未達成となりましたが、今後の成長に繋がる多くのアセットを手にいれることができました。さらに、For CustomerからFor Societyへとビジネスが広がっています。



基本方針

顧客DXと社会DXを両面から推進し、社会全体を捉えたより大きな枠組みで事業育成を図り、パートナーやコミュニティと共にビジネスエコシステムを拡大させ、「Vision2030」実現に繋げる

For Customer（顧客DX）	価値創出力の強化を図り、社会的価値の創出を通じて顧客の持続的成長に繋がるDXを推進する
For Society（社会DX）	多様な業界の顧客・パートナーとのリレーションシップやベストプラクティスを活かし、社会や地球全体最適で捉えたビジネス構想を実現する
風土改革	「Vision2030」の実現に向けて、価値創出力を強化するため、風土改革を推進する
投資戦略	先端テクノロジー活用とイノベーションの持続的な創出を目指しつつ、戦略投資を加速する

達成できたこと	さらなる成長に向けて
DX領域を中心としたシステムサービスが大幅に伸長	当社グループの強みとなる注力領域を定め、深化・拡大
社会課題解決に繋がる、さまざまな分野での社会DXの取り組みが拡大	重点テーマを特定し、社会的価値の提供を加速・拡大
ビジネスプロデュース人財の計画的育成やDE&I推進により、社員の意識・行動変容が進む	事業戦略と連動した人財の育成・獲得と組織開発の促進
スタートアップ投資や社内DXの構造改革投資	事業戦略の加速に繋がる積極的な投資

デジタルコモンズを誰もが幸せに暮らせる社会づくりを推進するしくみに育てていきます

経営方針（2024-2026）

2024年度–2026年度

	2026年度目標
売上収益	4,200億円
調整後営業利益率※1	11.0%
ROE	15.0%目途
配当性向	40.0%以上 ＋株価水準を考慮した機動的な自己株式取得を実施

基本方針

「3つの基本方針」を掲げ、Vision2030の実現に取り組みます

1. **持続性のある事業ポートフォリオ確立による企業価値の向上**
   - コア事業戦略：強みのある領域の確立と提供価値の向上
   - 成長事業戦略：新たな収益基盤の確立
2. **経営資源配分の最適化**
   - 投資戦略：注力領域への積極的な投資
   - 人財戦略：事業戦略と連動した人的資本配置
   - 技術戦略：事業戦略を加速する技術強化
   - 財務戦略：キャピタル・アロケーションの最適化
3. **グループ経営基盤の強化**

環境認識

- As a Serviceの台頭、人口減少等により、受託開発（SI／NI※）は中長期的には縮小する可能性がある
- ASEANを中心とした海外IT市場は継続的に成長する見込み
- AI、IoT等のテクノロジー進化に伴う顧客企業のDX領域への投資拡大、GXなど社会課題解決に向けた取り組みの強化

課題認識

- 営業利益率向上により財務基盤が安定した今、新たな事業ポートフォリオを確立し、企業価値を高めていくことが求められる
- 顧客企業における新たなビジネスモデルの模索やDXへの取り組み、GXなど社会課題解決に向けて、新たなケイパビリティを獲得し、さらなる顧客価値と社会的価値の向上を図っていくことが求められる
- 唯一無二のBIPROGYブランドを確立させるためにもボーダレスな事業展開が求められる
- 経営資源配分や人的資本投資、成長投資による新しい経営資源の獲得により、中長期視点での取り組みが求められる

※SI：システムインテグレーション／NI：ネットワークインテグレーション

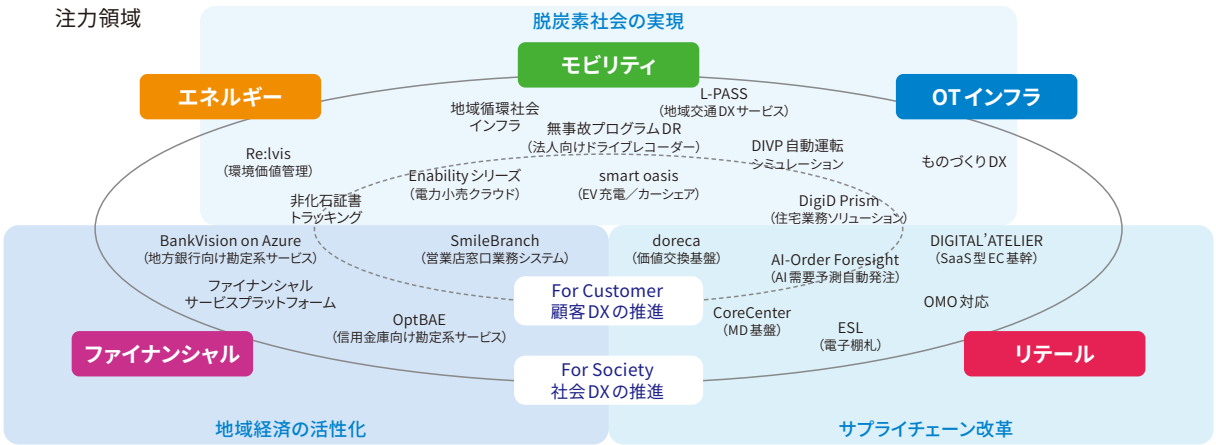
コア事業戦略と成長事業戦略

これまで積み上げてきた経営資本をもとに、積極的な成長投資を行い、コア事業と成長事業の両利きの経営を推し進め、新たな事業の柱を生み出します。

この事業の柱を、持続可能な事業ポートフォリオとして確立し、企業価値1兆円を目指し、チャレンジしていきます。

コア事業　集中と選択により、強みのある領域を確立し、提供価値と収益性を高める

重点戦略	成長シナリオ
注力領域／顧客への経営資本配分	**注力領域への積極的な開発投資と人的資本の適切な配分を実行** • 優良な顧客基盤と徹底した業務・顧客知見をもとにしたアセットを軸に、ファイナンシャル、リテール、エネルギー、モビリティ、OTインフラを注力領域として設定 • 顧客価値を向上させる開発に積極投資
開発生産性向上の促進	**ビジネス規模拡大を支える開発生産量拡大／新技術・知財活用による開発生産性・安定性の向上** • プロジェクトマネジメント・エンジニアリングの標準化を進め、内工を上流工程へシフト • M&Aや業務提携を含む国内外パートナーとの連携強化と経験者採用等による人的資本強化 • 生成AIをはじめとした新技術活用による開発の自動化
サービス型ビジネスの拡大	**注力領域への優先的な開発投資によるサービス型ビジネスの提供価値向上** • サービスのクラウド化を進め提供スピードを向上し、シェアを拡大 • アウトソーシングサービスの運用プロセス・体制を整理し、効率化



成長事業　積極的な投資により、提供価値を高め、新たな収益基盤を確立する

重点戦略	成長シナリオ	売上目標（億円）
市場開発 新たなサービス領域・シェアの獲得／拡大	**新たなサービス領域の獲得と成長市場への深耕による新たなシェアの獲得／拡大** • お客様の経営判断を支援する、データサイエンティストとAIによるデータ利活用サービスの展開 • お客様がコア業務に集中できるよう、デジタルワークプレイス／セキュリティ／クラウドマネジメント等のマネージドサービスの展開	34（2023）→ 100（2026）
事業開発 社会DX事業の共創と展開の加速	**社会課題を解決する社会DX事業の開発／共創／展開の加速** • SX/GX、スマートライフ、地域創生を注力テーマに置き、「志」を共にするお客様・パートナーと産業分野を横断したビジネスエコシステムを形成し、社会DX事業を共創し、展開を加速 SX：サステナビリティ・トランスフォーメーション／GX：グリーン・トランスフォーメーション	35（2023）→ 100（2026）
グローバル ASEAN主要国でのビジネス展開と北米等マーケットへアプローチ強化	**ASEAN主要国におけるビジネスの展開と北米等マーケットへの参入を見据えたアプローチの強化** • M&A等による戦略的投資によりサービス提供エリア／顧客群を獲得 • 国内でのサービスや知見をもとに、海外での顧客DX事業を推進 • 各国の顧客・パートナーとビジネスエコシステムを形成し、社会課題を起点とした社会DX事業の推進	24（2023）→ 150（2026）

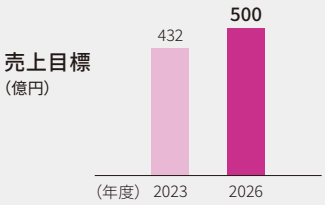
特集1

コア事業戦略における注力領域の取り組み

ファイナンシャル

2030年に目指す姿

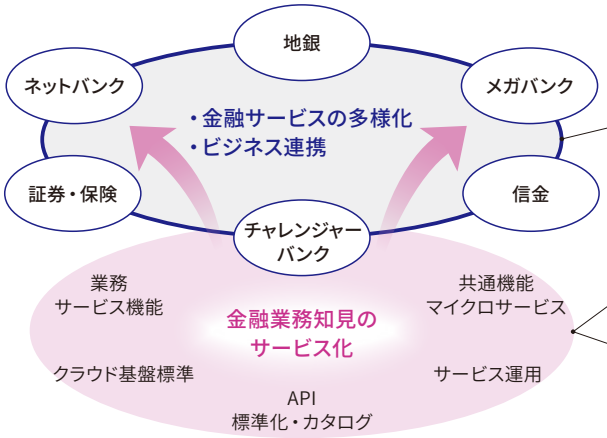
金融サービスの統合を図り、ビジネスパートナー間のエンゲージメントを進化させ、デジタル経済圏の変革を担う



当社グループは過去50年にわたり、金融機関の業務をパッケージシステムとして開発し、金融領域に投入してきました。時代に合ったITの最新技術を取り入れ、日本初となるパブリッククラウド上での勘定系システムの稼働を実現しています。そのような進化しつづけるIT技術と、金融業界の知見を活かして、多様化する金融サービスをマイクロサービス化して再構成し、メガバンクやネットバンク、地方銀行や信用金庫、証券・保険など、多様な金融のビジネスパートナーを通して、その先のお客様に提供していくことを目指します。当社グループは、従来のSIerではなくプラットフォーマーとして存在し、お客様やステークホルダーと共に、同じ目線で成長していくトラステッドパートナーとなることを目指します。

事業戦略

戦略1	• 地域金融機関向け勘定系システム「BankVision」により差別化を図り、第三極としてのポジションを確立し、金融マーケットにおけるゲームチェンジを狙う
	• 対面・非対面チャネルを融合して顧客に寄り添うCustomer Engagement Platformにより顧客体験価値を向上させ、長期的な信頼関係を実現する
	• 金融業務に特化したソリューション群のサービス化を図り、EOSをなくし、システム間の連携強化や機能拡充、外部連携により継続的に提供価値の最大化を行う
戦略2	• マーケットインパクトをもたらす新領域のサービス化を構想 • ビジネス要求の再定義（次期コアバンキング、ウェルスマネジメント、銀行業務BPO、地域商圏開発等）を行い、新たな市場を創出する
戦略3	• 上述の戦略を支えるアーキテクチャーの統合と実装 • プロダクト開発の標準化と相互利用による生産性向上と高品質確保（Financial Service Platform構想）



強み

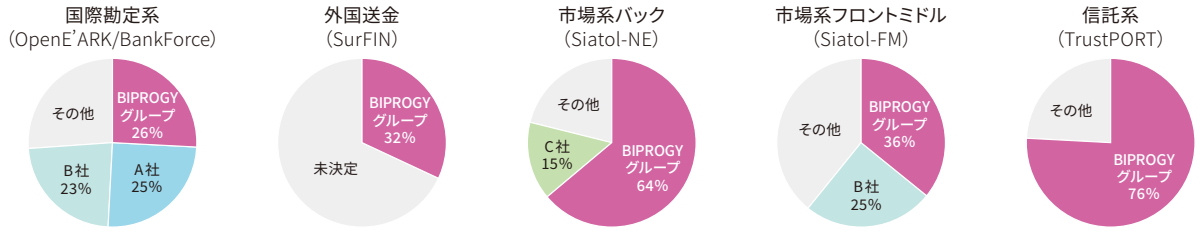
信頼の蓄積（多様なビジネスパートナー）
- 地銀／信金／ネットバンク／保険／証券など幅広いビジネスパートナーを保有し、さまざまなビジネスを実現 ＝ 顧客基盤&シェア
- 長い年月をかけ、金融機関と醸成してきた信頼関係

開発力と完遂力
- 金融機関が求めるシステムの開発～保守～運用能力
- 要件定義～設計、テスト戦略、プロジェクト管理、品質管理などのケイパビリティを過去から蓄積

先駆的な取り組み
- 業界に先駆けてクラウド上で勘定系を安定稼働させるなど、最新技術を活用。業務の深化、進化に合わせてリファレンスとなる金融機関と共にパッケージ化&サービス化を推進

Pick Up

主要セグメントにおける市場シェア状況（預金量3兆円以上の地銀・第二地銀・信金におけるシェア、2023年度）

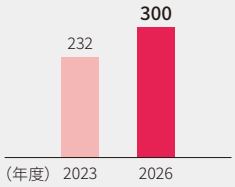


リテール

2030年に目指す姿

小売事業者が直面する社会課題をテクノロジーで解決し、事業環境変化／生活者の購買行動変化にも対応した未来型リテールを実現する

売上目標
（億円）

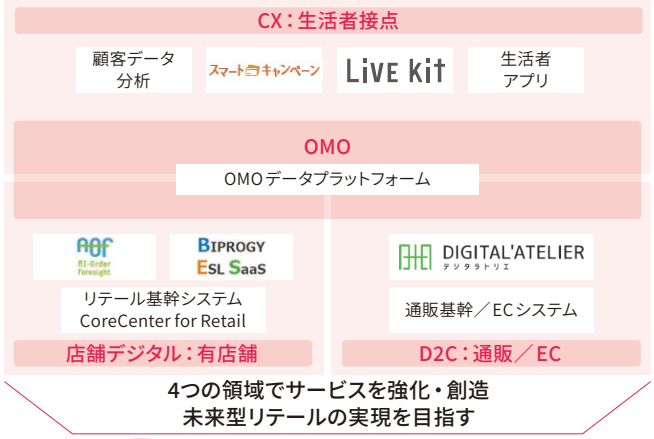


当社グループは約40年にわたりリテール業界向けの基幹系システム構築に基づく業界知見、業務知識を培ってきました。その知財に基づく効果的なIT実装が可能なこと、また強固な顧客基盤があることが強みです。これまで、店舗デジタル、D2C※1、CX※2、OMO※3の4つの領域でさまざまなサービスを創出してきており、すでに実装されているアセットについては、さらなる拡大に向けてサービスの強化を行うとともに、各領域でサービスの創造を行っていきます。その取り組みを通じて、人材不足や生活者ニーズの多様化といった課題を解決し、持続可能な社会に貢献する未来型リテールの実現を目指します。

※1 D2C：Direct to Consumer　企業がECサイト上で、直接自社製品を販売する販売方式
※2 CX：Customer Experience　顧客体験、顧客が商品やサービスの購入を通じて体験する一連のプロセス
※3 OMO：Online Merges with Offline　顧客がチャネルの違いを意識せずにサービスを受けられるよう、オンラインとオフラインを分けずに統合して考えること

事業戦略

戦略1	• 店舗デジタル領域におけるビジネスの拡大 • 小売業向け基幹システムパッケージ「CoreCenter for Retail」のサービス化、汎用化 • 人手不足に効く店舗業務改革サービスの提供価値向上、新サービス創出（AI-Order Foresight／BIPROGY ESL SaaS等）
戦略2	• D2C領域におけるビジネスの拡大 • カタログ通販・EC事業全般のDX、SEサービス＆サービスビジネス拡大 • OMO事業をオールインワンで実現するSaaSプラットフォーム「デジタラトリエ」の展開 • 「デジタラトリエ」のカバー領域（業界）拡大と派生ビジネスの獲得
戦略3	• 「CX」「OMO」による新規ビジネスモデルの創出 • リテールメディアを実現する基盤となる「スマートキャンペーン」の展開 • OMOを支えるデータ基盤「OMOデータプラットフォーム」のローンチ • 生活者接点における顧客データ分析を軸とした新たなサービスの創出



強み

約40年にわたる基幹系システム構築経験に培われた業界知見・業務知識による効果的なIT実装の実現

- 今まで行ってきた店舗デジタル／D2C領域に「CX」「OMO」をキーワードに加えて拡大を目指す
- 人材不足や生活者ニーズの多様化といった市場課題を解決し、持続可能な社会に貢献する

Pick Up

（2024年3月末時点）

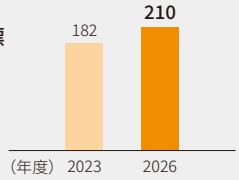
小売業向け基幹システムパッケージ「CoreCenter for Retail」ほか	AI需要予測自動発注サービス「AI-Order Foresight」	電子棚札サービス「BIPROGY ESL SaaS」	EC SaaSプラットフォーム「Omni-Base for DIGITAL'ATELIER」ほか
導入累計 23社	導入累計 8社／900店舗超	導入累計 3社／1,000店舗超	導入累計 5社／5サイト

エネルギー

2030年に目指す姿

お客様・パートナーとの共創により、社会課題の一つである“脱炭素社会”実現に向け、ITを活用した再エネ拡大に資する新たな事業創出を実現する

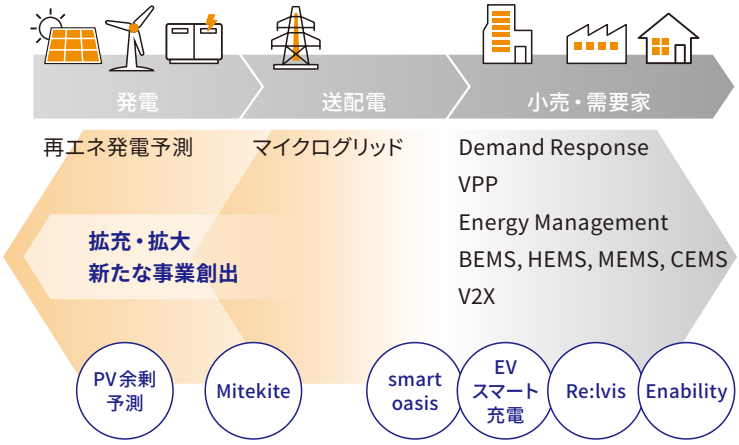
売上目標
（億円）



当社グループは、これまで小売・需要家向けのサービスを中心に、「Enability CIS」や「Enability EMS」、需要予測／発電予測システム、分散電源マネジメントシステム等のVPP関連サービスを提供してきました。また、EV関連サービスや、環境価値領域では非化石証書の調達・管理の効率化を図る「Re:lvis（リルビス）」等のサービスも提供しています。これらのサービス機能の拡充や関連する他サービスの拡大に加え、これまで提供してきたサービスソリューションを組み合わせることで差別化を図り、新たな事業の創出に取り組みます。エネルギー関連のバリューチェーン上の各ステークホルダーに向けたサービスを提供することで、社会課題の一つである「脱炭素社会の実現」に貢献することを目指します。

事業戦略

戦略1	• 顧客DX：顧客提供価値の深化 • エネルギー関連企業のDX推進に向けたサービス拡大 • Enability等サービスソリューション拡充
戦略2	• 社会DX：カーボンニュートラル関連事業の拡大 • エネルギーマネジメント、環境価値、カーボンニュートラル関連サービスソリューション開発／提供
戦略3	• 社会DX：外部資源の取り込みによる成長 • カーボンニュートラル関連企業との提携・資本参加等 • 既存事業とのシナジーによる競争力強化



強み

エネルギー関連企業向けシステム開発およびEnability、Re:lvisなどのサービス開発により培った業務知見

- バリューチェーン上の当社“サービスアセット”の拡充・拡大を図り、収益を拡大
- 脱炭素社会実現に貢献する

Pick Up

（2024年3月末時点）

電力小売ビジネスに必要な機能をワンストップで提供 小売電気事業者向けサービス「Enability CIS」

旧一般電気事業者、大手新電力・都市ガス事業者・高圧一括受電事業者を含む

25社で採用実績

さまざまなビジネスモデルに対応 エネルギー管理のクラウドサービス「Enability EMS」

BEMS（ビル/テナント向け）サービス管理物件数実績：約1,000棟

MEMS（マンション向け）サービス導入実績：約338,000戸

調達プロセスを一元化し、非化石証書管理業務を効率化 環境価値管理サービス「Re:lvis（リルビス）」

利用企業の増加率：300%

唯一無二のサービス

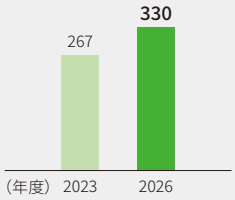
Re:lvis

モビリティ

2030年に目指す姿

モビリティ×デジタルがつながるデジタルツイン等の取り組みで、顧客DX・社会DXにつながる新たな価値提供を実現する

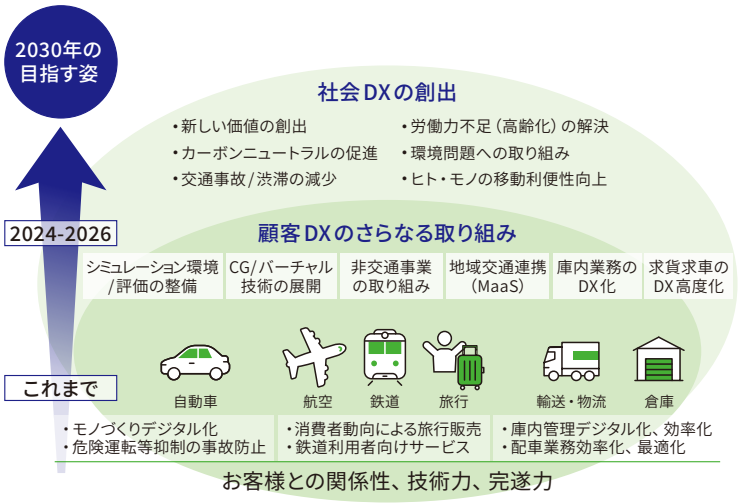
売上目標
（億円）



注力領域として定めた「モビリティ」は、ヒト・モノを運ぶ移動体を扱う事業者や産業と、その移動体を使って新たな価値提供を行う事業者や産業を指しています。当社グループは人口減少に伴う労働力不足、環境問題、交通事故などに起因する社会課題をモビリティとデジタルの力で解決することを目指します。これまでの長い間、自動車・航空・鉄道各事業者のDXパートナーとして、さまざまな業務改善・効率化の支援を行ってきました。そこで得たものづくりのための業務知見や、CG・バーチャルなどの技術力、また旅客システムを代表とするミッションクリティカル性や開発実装力を強みに、顧客DXをさらに拡充・拡大させることで、新しい価値提供を目指します。また社会DXの観点では、モビリティがこれまでの「ヒト・モノを運ぶ単なる移動体・移動手段」から変化していくことを捉え、新たな価値提供を目指します。

事業戦略

戦略1	●V-Drive Technologies（株）の事業成長とその保有技術の横断展開 ・自動車関連産業だけでなく他業種への実用化を目指す ・モビリティが取り巻く交通環境に対する利便性や安全性の向上を目指す
戦略2	●航空/鉄道事業における非交通事業への事業創出 ・これまでの顧客関係性をさらに強化し、お客様の非航空事業・非鉄道事業への取り組みに寄り添い、お客様の提供価値を共に創造する
戦略3	●物流/輸送領域における労働力不足への取り組み ・物流/輸送事業者など既存顧客で経験した知財ならびに、最新技術を使った物流効率化の検討・開発 ・物流や倉庫業務の効率化を目指す他企業やベンチャーとの協調・出資等の検討



強み

これまで、お客様のシステム開発を通して培った高い技術力（CG／バーチャル技術等）と豊富な業務知見（自動車・航空・鉄道・物流）を基礎にした実行力

- 顧客DXとして、ヒト・モノの移動事業を担うお客様へ積極的なデジタル活用を提案し、新たな価値提供を実践
- 社会DXとして、モビリティが単なる移動手段から多様な価値提供を生み出し進化するなか、BIPROGYグループとして、その進化の実現に向けチャレンジ

Pick Up

自動運転サービスの社会実装に向けて

自動運転の仮想空間検証プラットフォームを提供する「V-Drive Technologies（株）」設立

2022年事業開始

2024年8月
全国初の自治体が主導し、仮想空間で自動運転の安全性を検証する事業として、千葉市でデジタルツインを活用した安全性検証の取り組みを開始

交通事故のない社会を目指して

法人向けドライブレコーダー「無事故プログラムDR」

販売実績 1,400社、70,000台
（2024年3月末時点）

通信型

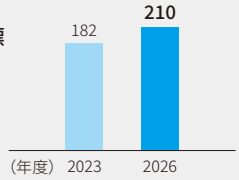
2024年6月より、行動予測AIを搭載した衝突警告機能を提供。最先端のAI技術を初期費用がかからない、サブスクリプションサービスで提供中

OTインフラ

2030年に目指す姿

マネージドサービスプロバイダーとして特に製造業へ注力。OTネットワークとセキュリティのビジネスを足掛かりに、IT/OTの両面から製造業のデジタル化を推進する

売上目標
（億円）



OT※インフラ領域では、当社グループのユニアデックス（株）に機能集約したマネージドサービスを軸に、特に製造業へ注力します。製造業では、設計・製造プロセスなどのOT領域において、デジタル化ニーズが高まっています。当社グループは、製造業においては従来のIT領域のビジネスで構築した強固な顧客基盤と顧客関係性があります。大日本印刷（株）とは工場向けのセキュリティ対策に関する事業の拡大、サービスの開発・提供に向けた協業など、資本関係だけでなくビジネスの面での関係性が強まっています。自動車メーカーからはOTインフラ領域における引き合いが非常に強く、そこで得た知見やノウハウを非自動車製造業に展開することで、さらなるビジネス拡大に取り組みます。

※ OT: Operational Technology　製造業の工場のハードウエアを制御・運用するための技術

事業戦略

戦略1	• 製造市場におけるビジネス全体を拡大する • OTビジネス領域におけるビジネス創出～確立を通じて、製造市場のビジネス全体を拡大させる
戦略2	• OTビジネス領域でのブランド確立 • 顧客課題に適用できるサービス・ソリューションのベストプラクティスをいち早く形づくり、IT×OTを統合したブランドを確立させる
戦略3	• オファリングモデル（標準化された価値提案）／水平展開ビジネスモデルの確立 • OTビジネス領域におけるオファリングモデルと水平展開ビジネスモデルを確立させる
戦略4	• 製造データ活用プラットフォーム サービス化 • 設計／製造などのさまざまなデータをセキュアに収集／集約し、AIを活用した生産性向上など、業務課題解決を支援するマネージドサービスを提供する

・設計／製造プロセスでのデジタル化ニーズ
・IT/OT統合とセキュリティなど喫緊の課題

大日本印刷（株）　自動車製造業　非自動車製造業

製造市場全体のビジネス伸長

IT領域の従来知見　保守・サービス体制　パートナー

強み

IT領域における顧客関係性
- 従来のIT領域でのインフラ技術提供で獲得してきたBIPROGYグループの製造業顧客基盤

ネットワークとセキュリティの技術力
- OT領域で喫緊の課題となっているネットワークやセキュリティに対応できる技術力や知見

パートナーとの連携・協業
- OTビジネス領域を得意とするOT商社・OTベンダーやシスコシステムズ（同）（以下、Cisco）、TXOne Networks Japan（同）（以下、TXOne）などのメーカーとの連携・協業体制

全国の保守・サービス対応網
- 全国各地にある工場に対応できるユニアデックス（株）のサービス対応網およびそれに準ずる体制

Pick Up

ものづくりの高度化

デジタル中心の製造を
支えるインフラを
自動車メーカーへ導入

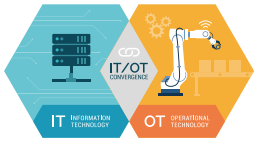
ネットワーク&セキュリティ

Cisco、TXOneと協業
OTインフラとセキュリティを
トータルで提供

UNIADEX
cisco Partner
txOne networks

OTパートナーと共に

OTベンダーと共同で
未来の工場づくりを支援



特集2

価値創造を実現するグループカンパニー＆共創パートナー

BIPROGYグループのICTインフラビジネスを支えるユニアデックス（株）（以下、ユニアデックス）の取り組みと、2012年に業務資本提携した大日本印刷（株）（以下、大日本印刷）との協業ビジネスについてご紹介します。

ユニアデックス
BIPROGYグループ
（設立：1997年3月）

マルチクラウドサービス、次世代ネットワーク、DX、ITアウトソーシングなどに強みを持ち、BIPROGYグループのICTインフラトータルサービスを提供。

ICTインフラのプロフェッショナル集団

事業領域

ベンダーニュートラルな立場で提供するマルチベンダーサービスという強みと、お客様のオンプレミス環境の構築、運用、保守に長年携わってきた経験を活かし、お客様のクラウド活用やクラウド運用の最適化の実現を提案。

また、ICTインフラトータルサービス企業として、クラウド環境への移行から運用、保守までワンストップ対応が可能であり、自社でのクラウドサービス運用の経験から、お客様の良き相談相手としてクラウド運用に関する課題解決に貢献。

ユニアデックス × マネージドサービス

カスタマーサクセスを実現するマネージドサービスの提供

ユニアデックスが提供するマネージドサービスは、お客様のネットワーク、インフラ、セキュリティ、アプリケーションなどにおける業務を、お客様に成り代わって支援するサービスです。これまで個別に提供していたサービスや商材を組み合わせてソリューションとして建て付け直し、お客様に提供します。

マネージドサービスの価値提供

カスタマーサクセスの実現

ソリューション ＝ マネージドサービス ＋ インテグレーション ＋ サポートサービス ＋ 商材

より包括的で統合的なマネージドサービスの提供

エンドツーエンドのサービス提供
デバイス、ネットワーク、サーバー、ストレージ、アプリケーションなどIT環境全体を横断的に管理

プロアクティブな問題解決
サービスを通じて得られるデータを活用し、予防的な監視、トラブルシューティング、パフォーマンス最適化を実施

ビジネス目標に対してITによる下支え
お客様の経営課題、ビジネスニーズに必要となる、IT環境の最適化や効率化を通じて、ビジネス成果の最大化をサポート

ユニアデックス × パートナー　主な受賞（2023年4月～2024年8月）

- Fortinet, Inc.から「Advanced Partner of the Year」および「OT Partner of the Year」を受賞
- Domo, Inc.から「Domopalooza Japan カスタマーアワード」の「データアンバサダー賞」を受賞
- トレンドマイクロ（株）から「TREND MICRO Partner Award 2022」および「TREND MICRO Partner Engineer Award 2022」を受賞
- シスコシステムズ（同）から「Customer Experience Partner of the Year」を受賞
- Okta, Inc.から「APJ Workforce Identity Cloud パートナー オブ ザ イヤー」を受賞
- Netskope, Inc.から「Rookie of the Year」を受賞
- （株）Box Japanから「Gold Partner」および「個人賞」を受賞
- 日本ヒューレット・パッカード（同）から「HPE GreenLake Partner of the Year 2024」を受賞
- シスコシステムズ（同）から「Cisco Best Contributed Partner Engineer Award 2023」を受賞
- AWS認定資格である「2024 Japan AWS All Certifications Engineers」および「2024 Japan AWS Jr. Champion Program」を受賞
- 日本マイクロソフト（株）から「Microsoft Top Partner Engineer Award」を受賞

BIPROGY Group People

ユニアデックス（株）代表取締役社長
田中 建

マネージドサービスに重点機を捉え戦略的アプローチを推進

「経営方針（2024-2026）」で掲げる成長事業において、マネージドサービスはグループ全体が成長するための重点戦略の一つであり、当社の新たな利益の源泉としたい重要なサービスです。2024年度よりマネージドサービスはユニアデックスに機能が集約されることになり、当社の強みである技術力がますます厚みを増すことになります。IT市場を取り巻く環境は、急激な為替変動、人手不足や人件費高騰、環境・エネルギー問題など、課題が山積しています。しかし、景気回復に伴う旺盛なDX投資やAI技術の急速な台頭など、すでにゲームチェンジは始まっています。機を捉えて戦略的に取り組めば、当社の成長余地は十分にあります。ユニアデックスは、この戦略的なアプローチを一層推進していく考えです。

大日本印刷
業務提携パートナー

（業務資本提携：2012年8月）

12年間の協業のなかで、販売連携、新市場開拓、サービス事業基盤拡大が進展。引き続き新事業の立ち上げのほか、両社グループのお客様のDX支援、当社グループが持つ品質管理プロセスやIT人財育成プログラムなどのノウハウを大日本印刷グループに提供し、両社のシナジー効果を高めていく。

協業が生み出すシナジー

協業事例	取り組み
・電子図書館・電子教科書配信サービスの展開 ・工場向けのセキュリティ対策に関する事業の拡大、サービスの開発・提供（ユニアデックス・TXOne Networks Japan（同））	・共同での研究活動 ・合宿や勉強会の実施（異業種合同研修「【DXBコラボ】同期と出会う2024」：2023年度に続き2024年度も実施。両社で計113名が参加）

大日本印刷 × BIPROGY

総務省「テレワークを活用した地域課題解決事例の創出に関する実証事業」に採択

地方自治体などとの共同による実証事業「テレワークによる自治体連携協働就労地域モデル」（2023年7月～2024年3月実施）の取り組みが、2023年7月、総務省の「テレワークを活用した地域課題解決事例の創出に関する実証事業」に係る実証地域の公募に採択されました。

■主な実証項目

（1）テレワークを行う地域住民が従事する業務案件の獲得および円滑な実施（情報セキュリティや個人情報保護を担保したICT環境等の検討）
（2）業務推進・マネジメント機能
（3）人材育成

NEDOが公募した「量子・AIハイブリッド技術のサイバー・フィジカル開発事業」に採択

2024年1月、国立研究開発法人新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）の「量子・AIハイブリッド技術のサイバー・フィジカル開発事業」における「量子・AIアプリケーション開発・実証」委託事業の公募に対し、「量子＋古典AIによる物流業務効率化のアプリケーション開発」（2023年12月～2026年8月実施）を共同提案し、採択されました。

■両社の役割

大日本印刷	ピッキング計画最適化アプリケーションの開発、グループ内の製造・物流現場での導入実証など
BIPROGY	配送計画最適化アプリケーションの開発、メタ解法モジュールの開発など

BIPROGY Group People

BIPROGY（株）執行役員
福田 祐一郎

ユニークな成功事例を創出し競争優位確立に貢献

2012年の大日本印刷との業務資本提携以降、事業連携を着実に進めています。当社では両社名の頭文字を掛け合わせた「DXBインキュベーション部」を創設し、同部が業務連携の中心となって取り組みを推進しています。連携によるビジネスは拡大基調にあり、「Vision2030」実現に向けてさらなる拡大を目指します。そのために、大日本印刷と共に蓄えたアセットを活用し、お客様やパートナーを巻き込んだ相互作用やマッチングのネットワークを構築していくことで、新たな市場価値の創生を目指していきます。加えて、提携によるユニークな成功事例をより多く生み出すことで、当社グループの競争優位の確立に貢献したいと考えています。

CFOメッセージ

「経営方針（2021-2023）」の分析・評価

売上収益の最終年度目標は、2022年度に1年前倒しでほぼ達成しており、2023年度はさらに伸長し、メインフレームビジネスが中心であった1991年度の売上高（3,568億円）を超え、史上最高額を達成しました。そのうち、アウトソーシング売上収益については、直近の2年間は、お客様の旺盛なDX需要に対応するため、システムサービスにリソースを割いたことで、1,000億円まで伸ばす目標は未達となりましたが、3年間で20％超の伸びを達成しており、一定の成果を出せたと評価しています。また、DXの開発案件に集中したことにより、将来のサービス型ビジネスにつながるアセットを獲得することができたと考えています。KPIとして重要視している調整後営業利益率については、新サービス創出を加速化するという将来に向けての投資などもあり、目標としていた2桁には未達となりましたが、調整後営業利益の額としては、前経営方針期間では30％超伸長しており、利益創出力は着実に高まっていると考えています。

一方で、さらなる成長に向けて、課題は2つあると考えています。1つは、アウトソーシングサービスのうち、サービス型（事業創出型）、いわゆるSaaS型のビジネスが期待していたほどには伸長しなかったことです。売上収益は着実に増加しているものの、80億円レベルにとどまっています。サービス型は売上総利益率が40％にも達する高収益が期待できるビジネスモデルであり、ここが伸びてくれば、調整後営業利益率にも寄与すると考えられますので、この領域での成長が課題となります。

もう1つは、戦略投資です。前経営方針の3年間の投資額は約110億円でした。インオーガニックな成長を考えると、海外のM&Aも含めた投資強化が不可欠ですが、オープ

ンイノベーションのためのスタートアップ投資は相応に進捗したものの、想定していたほどには投資は進まなかったと評価しています。成長を加速させるには、もう少し規模感のある投資を、スピード感をもって実施することが必要だと考えています。

「経営方針（2024-2026）」の財務・投資戦略

新経営方針では、コア事業と成長事業という2つの事業戦略を打ち出しています。コア事業は、これまで行ってきた事業の延長線上にあるものです。その中でも、優良な顧客基盤や各種アセットで強みを持つ領域を5つ定め、ここに集中的・選択的にリソースを投下して、成長を図ることとしています。 ● P.22-24 経営方針（2024-2026）

成長事業については、成長市場でありながら当社グループとして十分にシェアを獲得できていなかった分野である、データ/AI利活用や、ITインフラの総合的なサポートを提供するマネージドサービスなどでビジネスを展開する市場開発を進めるとともに、SX（サステナビリティ・トランスフォーメーション）やGX（グリーン・トランスフォーメーション）、スマートライフや地域創生などの領域で、事業開発を進めていきます。さらに、伸びゆくASEAN地域での成長を取り込むべく、グローバル展開を推進していくこと。この3つに注力することを計画しています。

2026年度の売上収益目標は4,200億円、CAGR（年平均成長率）は4.3%であり、これらの成長戦略をしっかりと進めていけば、目標はおのずと達成できると考えています。一方、調整後営業利益率11%の達成については、築き上げてきたアセットをリユース化して有効活用し、生産性を上げていくことが方策の一つです。加えて、パートナー企業との連携強化を図っていきます。例えば、現在は当社のエンジニア1に対して、3というパートナー企業の比率を、さらに上げていくことを考えています。また、生成AIをはじめとしたテクノロジーを活用して、コストの削減・圧縮を図っていきます。併せて、先に課題として挙げたサービス型ビジネスを拡大することなどで、粗利率を上げていきます。

投資戦略

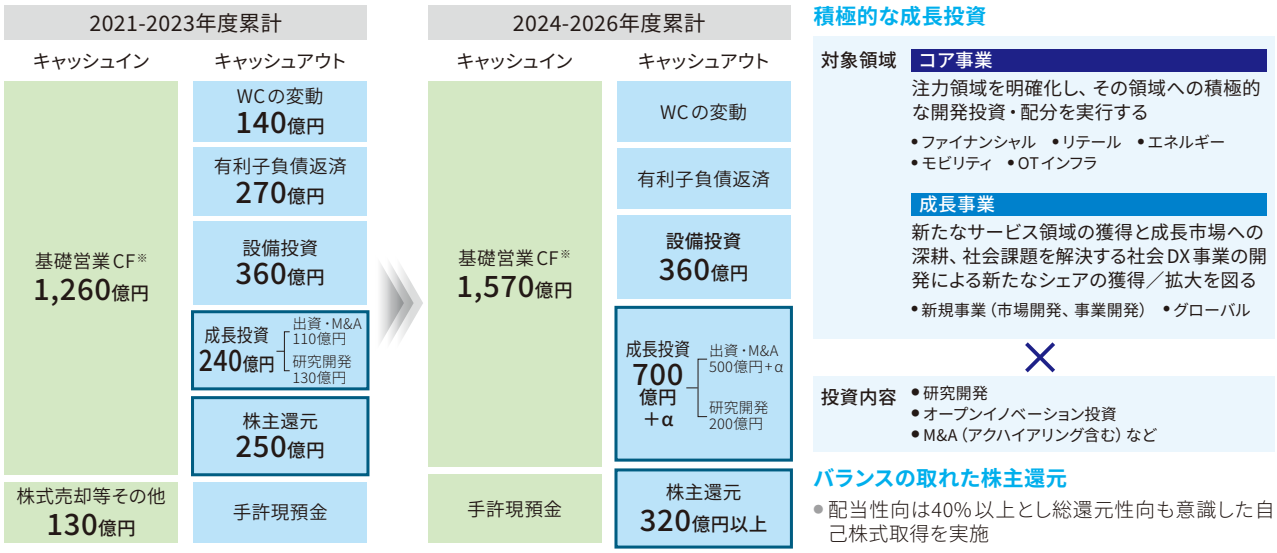
成長投資は、コア事業の注力領域および成長事業の分野が中心となりますが、戦略性や市場の状況も勘案しながら、厳選して行っていく考えです。グローバル展開については、M&Aによる事業拡大を行っていきます。ASEANにおいて、まずはERPソリューションを提供する企業を買収していますが、これらに加え、当社と親和性がある事業を手掛ける企業、例えば、金融や流通分野でシステム開発を行っている企業の買収も進めていきます。海外展開にあたっては、いかにガバナンスを効かせられるかがポイントであり、しっかりとこの能力を磨きながら、取り組んでいきます。

業績推移

（億円）		経営方針（2021-2023）					経営方針（2024-2026）
	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	（3カ年CAGR）	2023年度目標	2026年度目標
売上収益	3,084	3,176	3,399	3,701	6.3%	**3,400**	**4,200**
うち、アウトソーシング売上収益※	595	634	667	766	8.7%	**1,000**	
運用受託型	497	498	490	498	0.1%	—	
企業DX型	49	74	108	188	56.4%	—	
サービス型（事業創出型）	49	62	69	80	17.5%	—	
調整後営業利益率	8.2%	8.4%	8.6%	9.1%		**10%以上**	**11.0%**
ROE	15.5%	17.0%	15.0%	16.5%		**15%目途**	**15.0%目途**
配当性向	42.2%	41.7%	39.8%	39.8%		**40%目途**	**40.0%以上** ＋株価水準を考慮した機動的な自己株式取得を実施

※ P.81 アウトソーシングの状況

「経営方針（2024-2026）」財務戦略（キャピタル・アロケーション）・投資戦略



※ WC（Working Capital：運転資本）の変動、研究開発費を除く営業キャッシュフロー

人財に対する投資は、人財の採用に係るコスト、育成に係るコストなどがありますが、リターンについては、効果発現までのタイムラグ、測定の困難さがありますので、事業の状況に応じて柔軟に実施していくことが肝要と考えます。

これら投資に必要なキャッシュについては、基本は、今後、稼得する営業キャッシュ・フローおよび手許現預金で賄う考えです。

積極的な投資を通じて、営業利益を今以上にストレッチさせ、KPIである調整後営業利益率を高めていきます。

資本政策／株主還元

株主資本コストについては、7～8%程度と考えていますが、より解像度を高めて把握していくつもりです。エクイティ・スプレッドを高めることにより、企業価値の向上を図るとの方針は不変です。「経営方針（2024-2026）」では、ROEの目標を15.0%目途に据え置きましたが、資本効率の一層の向上に継続して取り組んでいきます。「目途」については、最低限という意味合いで捉えていただきたいと思います。ただし、無理に純資産を削減し、ROE改善のみを追求していくという考えはありません。

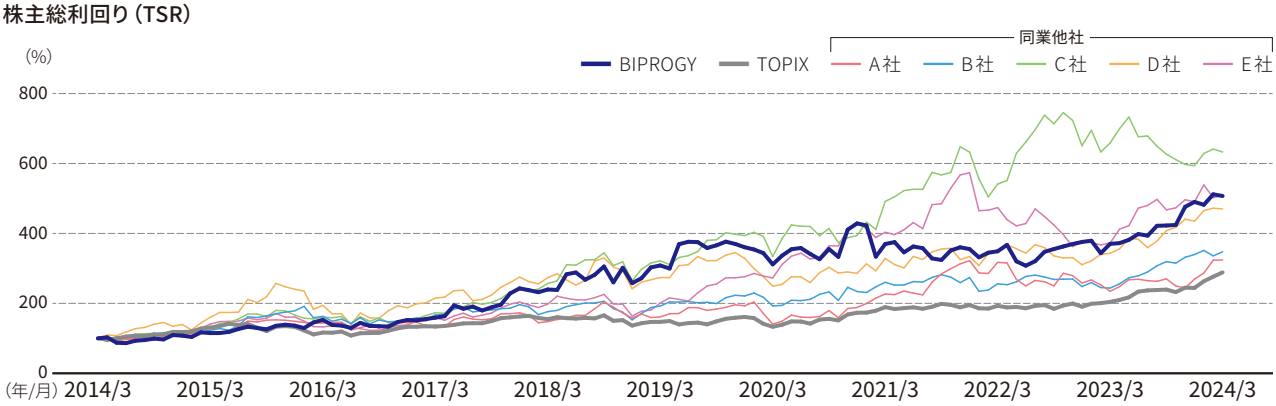
新経営方針では、配当性向は「40.0%以上」としており、40%を下限であると明確にしたうえで、株主還元率を従来よりも増やしていく考えです。加えて、キャピタル・アロケーションでは、成長投資に優先配分する方針ですが、状況に応じて自己株式の取得も機動的に行っていきます。

さらなる企業価値向上に向けて

TSRは、配当込みTOPIX対比では大きく上回っていますが、同業他社対比では直近5年間でみると劣後しているため、業績を堅調に伸長させ、資本市場において当社グループに対する将来期待を高めることで改善を図っていきます。

私は、CFOという役職はアナリストでありアドバイザーであること、すなわち「守り」の管理と、「攻め」の意思決定サポートという、2つの役割のバランスを取っていくということが重要だと考えています。従前より「守り」の部分は相応に意識してきましたが、今後は「攻め」に焦点を当てていきます。「Vision2030」を踏まえると、企業価値1兆円の達成時期については、少なくとも約6年後には、それが視野に入ってくる状況を目指すということだと考えています。そのためには、しっかりとオーガニックな成長も追求しながら、インオーガニック戦略も併せて進めていくことが重要になります。重要な投資などにおいて、最善な意思決定がなされるようCFOとしての役割を果たすことで、企業価値の向上に寄与していきたいと考えています。

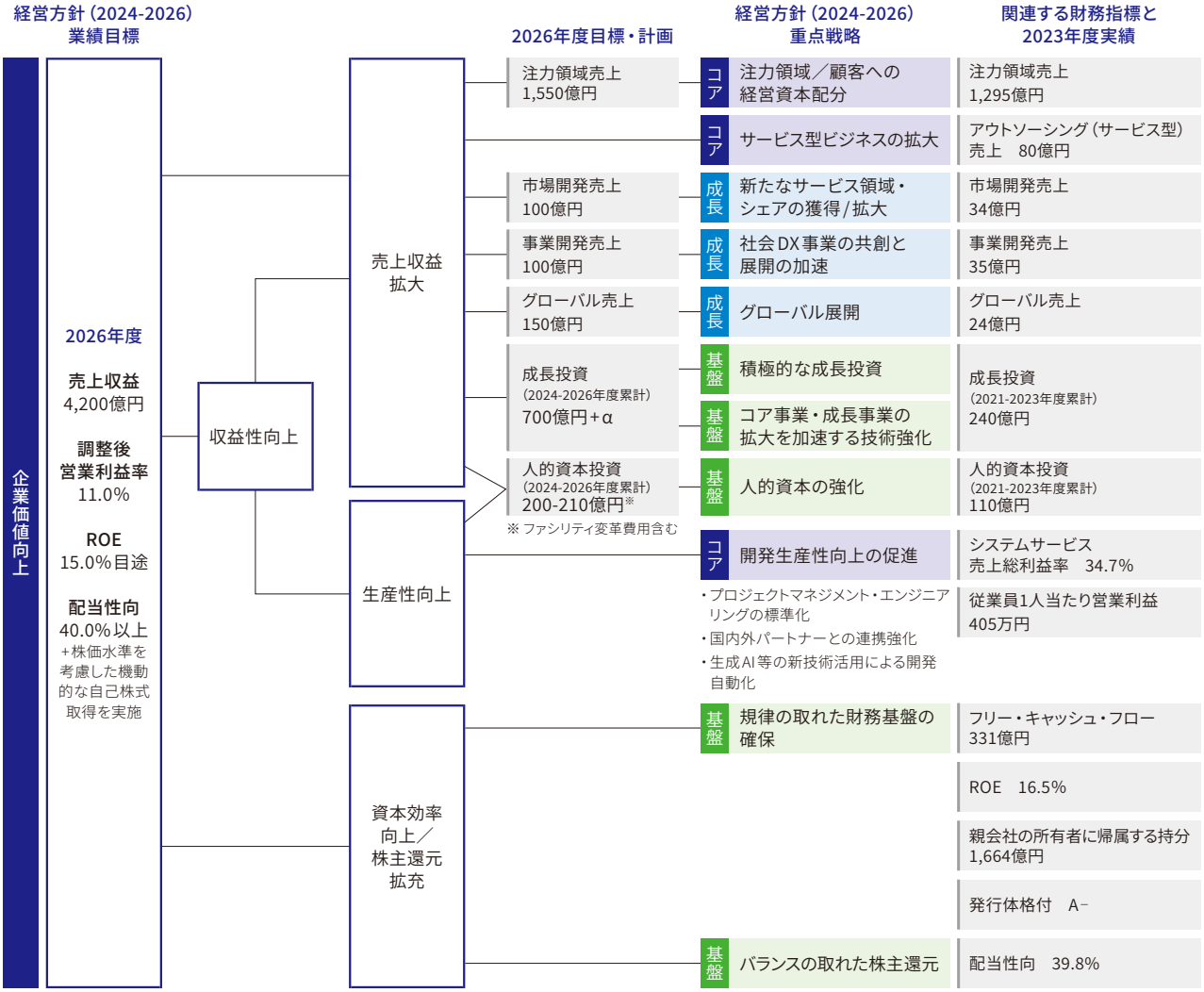
株主総利回り（TSR）



	1年	3年		5年		10年	
		累積	年率	累積	年率	累積	年率
BIPROGY	42.5%	40.6%	12.0%	68.3%	11.0%	407.0%	17.6%
TOPIX	41.3%	52.5%	15.1%	96.2%	14.4%	188.6%	11.2%

※Total Shareholders' Return（TSR）：株主総利回り。キャピタルゲインと配当をあわせた総合投資収益率
※TSRの計算は、BIPROGYは累積配当額と株価変動により、TOPIXは配当込の株価指数により算出（Bloombergデータ等により当社作成）
※グラフの値は、2014年3月末日の終値データを100としてTSRによる時価を指数化したもの（保有期間は2024年3月末まで）

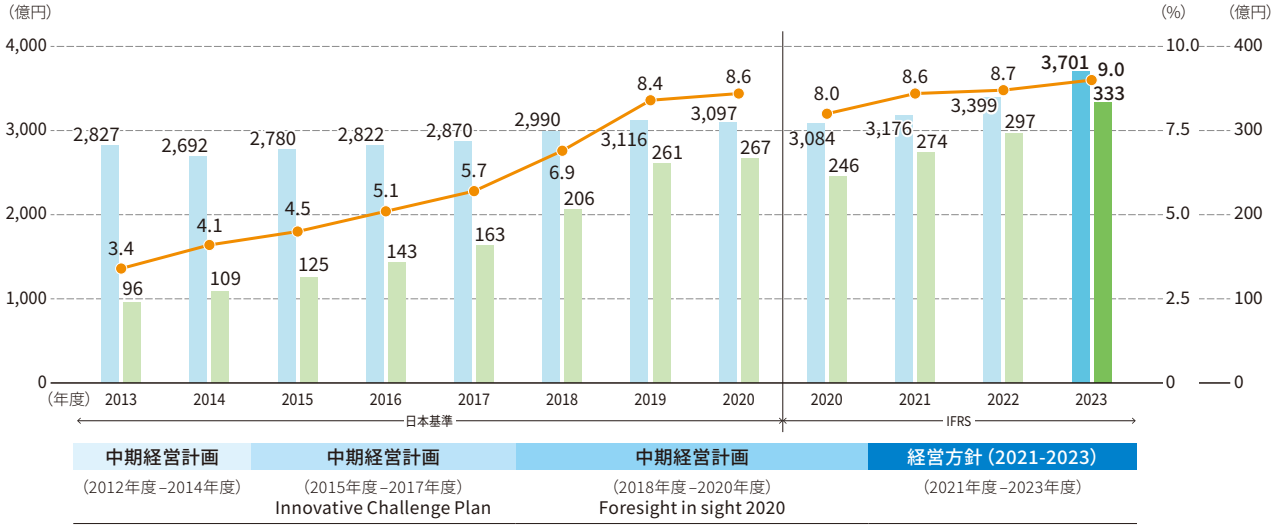
「経営方針（2024-2026）」ロジックツリー



財務ハイライト
（BIPROGYおよび連結子会社）

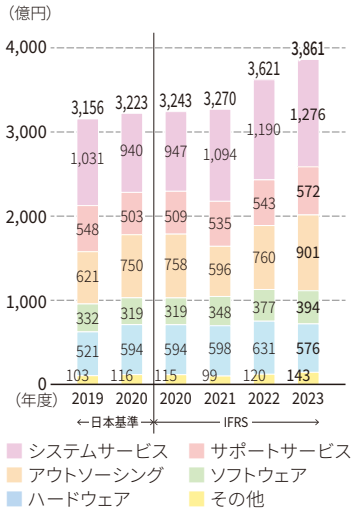
※ 2021年度から国際財務報告基準（IFRS）を適用しています。
2020年度の財務数値については、従来の日本基準に加えIFRSに準拠した数値も併記しています。

売上収益（売上高）／営業利益／営業利益率



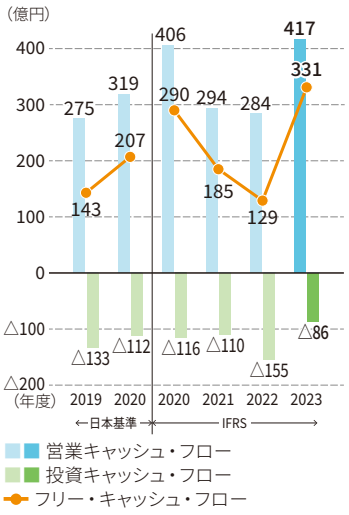
「経営方針（2021-2023）」では、限界利益率が高く、安定した収益基盤の確立に貢献するアウトソーシングビジネスを当社グループの成長ドライバーと位置づけました。最終年度の2023年度の売上収益は、お客様からのDX投資に対する旺盛な需要を背景に、アウトソーシングやシステムサービスを中心にすべてのセグメントで増加し、増収となりました。営業利益については、投資強化などによる販売費及び一般管理費の増加を、増収による売上総利益の増益分でカバーして増益となり、利益率も向上しました。

セグメント別受注高



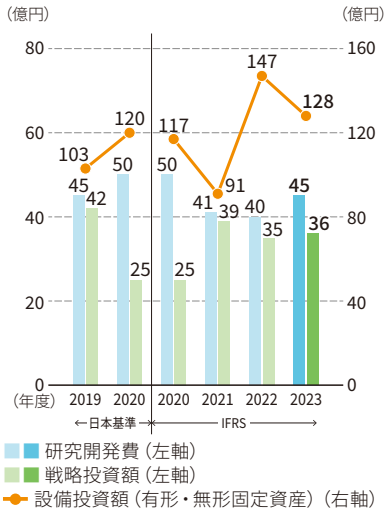
2023年度の受注高は、お客様のDXへの旺盛な需要に対応しシステムサービスが好調に推移したことや、アウトソーシングで長期大型案件の計上があったことなどにより増加しています。

営業キャッシュ・フロー／投資キャッシュ・フロー／フリー・キャッシュ・フロー



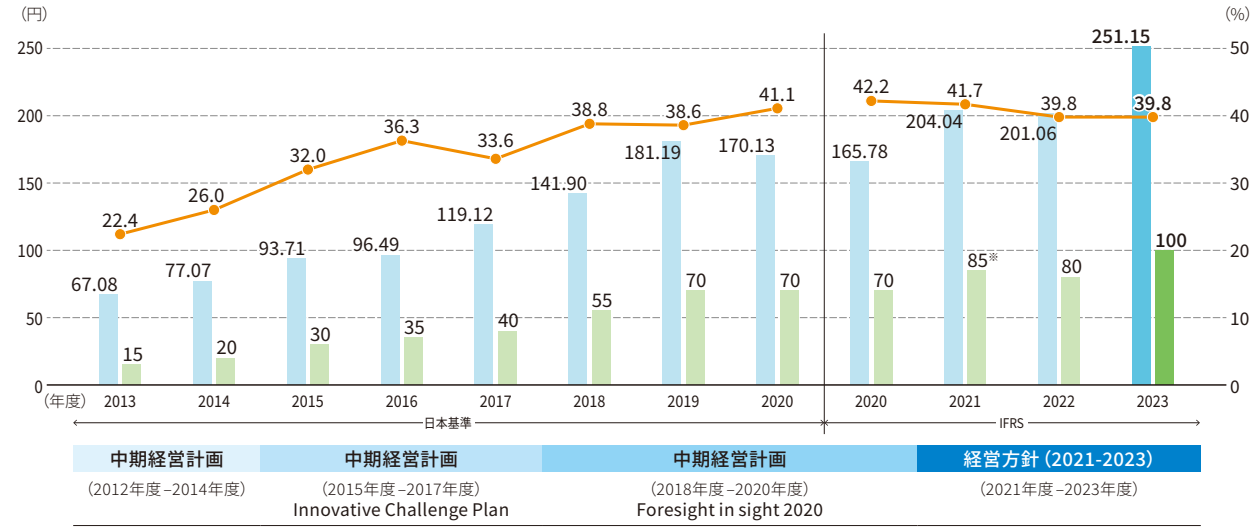
収益性向上によりキャッシュ・フローを安定的に創出しています。アウトソーシング用ソフトウェアに対する投資を中心とした無形資産の取得による投資を行う一方、2023年度は政策保有株式を中心とした投資有価証券の売却による収入が増加しています。

研究開発費／設備投資額／戦略投資額



「経営方針（2021-2023）」では、投資戦略を重要な施策の一つとしており、2023年度までの3カ年累計で研究開発費、設備投資額、戦略投資額合わせて601億円となりました。「経営方針（2024-2026）」では、先端テクノロジー活用やイノベーションの持続的な創出、注力領域を中心とした国内外でのM&A等の実行を目指し、戦略投資を加速させていく計画です。

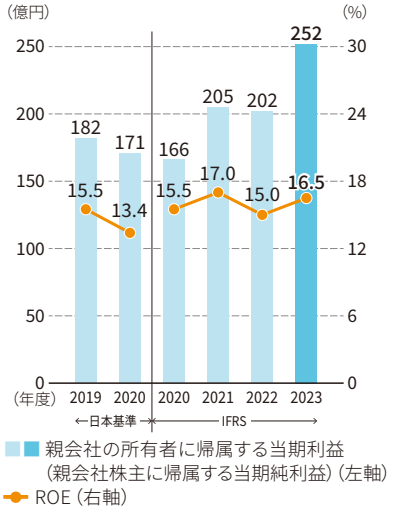
1株当たり当期利益（純利益）／1株当たり配当金／配当性向



当社は業績に応じた配当を基本方針として、安定的、継続的な利益配分に努めています。具体的な配当額については、事業発展のための内部資金の確保に留意しつつ、経営環境等を総合的に勘案し決定しており、「経営方針（2021-2023）」においては、連結配当性向40%を目途としていました。この基本方針および連結業績を踏まえ、2023年度の年間配当金は、1株当たり100円（中間期45円、期末55円）、連結配当性向は39.8%となりました。

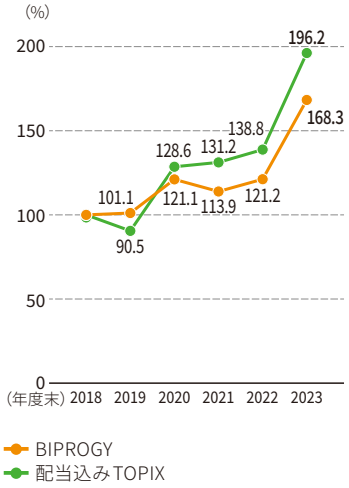
※ 社名変更に伴う記念配当10円が含まれています。

親会社の所有者に帰属する当期利益（親会社株主に帰属する当期純利益）／ROE



2023年度の親会社の所有者に帰属する当期利益は、営業増益に加え、賃上げ促進税制適用を含む法人税減少により増益となりました。ROEは2023年度の目標15%目途に対して、16.5%となりました。

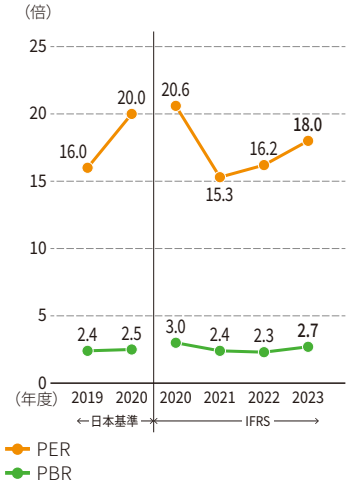
株主総利回り（TSR）



2023年度の株主総利回り（TSR）は、堅調な業績に伴い、株価は過去5年間を通して安定したものの、配当込みTOPIX対比で下回りました。

※ 2019年3月末日の終値データを100としてTSRによる時価を指数化

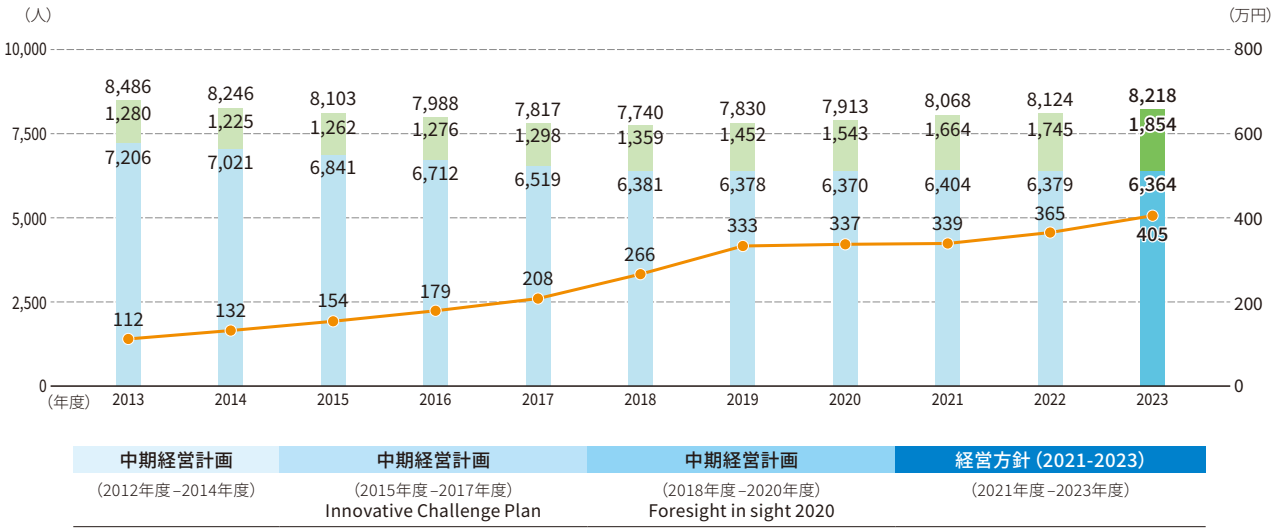
PER／PBR



「経営方針（2024-2026）」では企業価値向上を掲げており、事業成長と合わせて株価も重視しています。株主・投資家との対話を積み重ねるとともに、目標の達成によって結果を出すことにより、株式市場からの評価向上につなげていきたいと考えています。

非財務ハイライト
（BIPROGYおよび連結子会社）

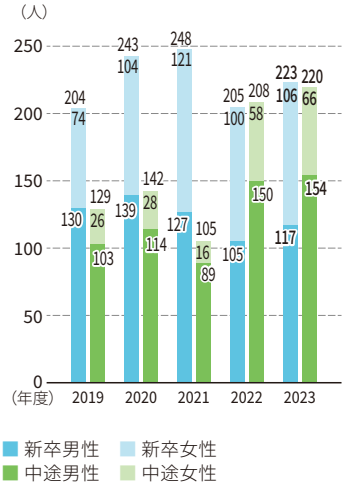
従業員数（男女別）／従業員1人当たり営業利益



当社グループは、従前より人財は企業における重要なアセット（資産）であると捉えており、「新たな未来を創る人財の創出・強化とダイバーシティ&インクルージョンの進化」をマテリアリティに掲げ、競争優位の源泉である「人的資本」の強化に取り組んでいます。団塊世代の定年退職などによる従業員減少が続きましたが、2019年度から増加に転じ、従業員1人当たり営業利益も確実に増加しています。

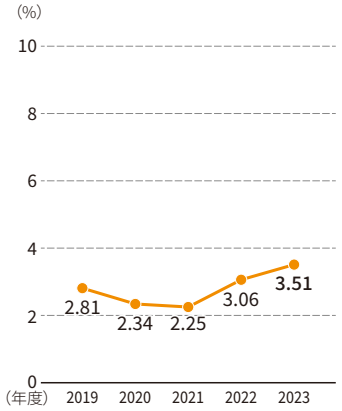
（注）2020年度までは日本基準に準拠し、2021年度からは国際財務報告基準（IFRS）を適用しています。

採用人数※1



積極的な採用活動を継続しており、採用人数のうち、即戦力となる中途採用者数は、2022年度、2023年度ともに約半数となっています。また、新卒における女性の割合を5割とするなど、多様な価値観を受け入れる風土の醸成を目指しています。

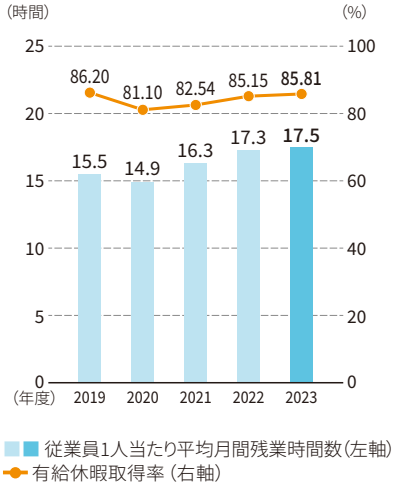
離職率※2



近年の雇用情勢の変化に伴い、2022年度に引き続き2023年度も上昇しましたが、業界平均（12.4%*）を大きく下回る水準を維持しています。今後も人財の継続的な獲得と合わせて、定着率向上に向けた取り組みを行います。

＊出典：厚生労働省「令和5年雇用動向調査」
情報通信業離職率（一般労働者）

従業員1人当たり平均月間残業時間数※2／有給休暇取得率※2



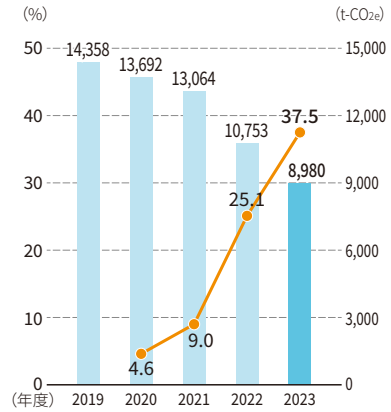
残業時間については、2021年度以降増加していますが、「残業メリハリ活動」や過残業者への産業医面談などの施策をさらに推進し、健康経営を実践していきます。有給休暇取得率については、高水準を維持しており、目標としている取得率80%以上を継続して達成しています。

〈各集計範囲〉
※1 2020年度以前はBIPROGY（株）、国内連結子会社およびCambridge Technology Partners Inc.。2021年度以降はBIPROGY（株）、ほか8社
※2 BIPROGY（株）、ユニアデックス（株）

マテリアリティに関連する主なKPI

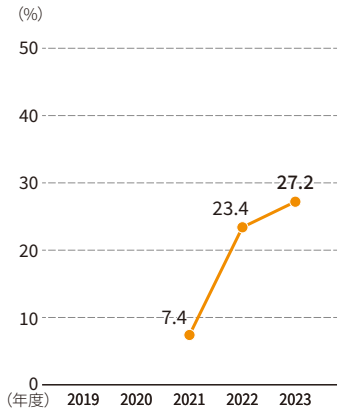
● P.18-19 マテリアリティのKPIと目標、P.87 マテリアリティ（2023年度実績）

GHG排出量削減率／Scope1＋Scope2（マーケットベース）GHG排出量合計※3



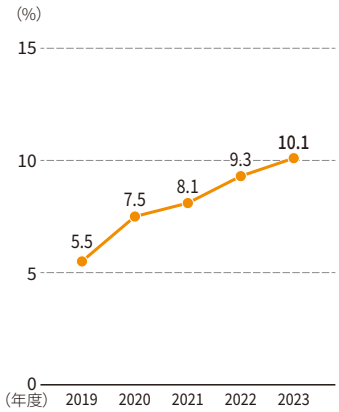
調達電力の再生可能エネルギーへの転換を進めるとともに、テレワークの推進やオフィス・機器の効率利用等による省エネルギー施策を推進しており、2023年度は2019年度比で37.5%のGHG排出量削減を実現しました。

グループ事業所における再生可能エネルギー調達率※3



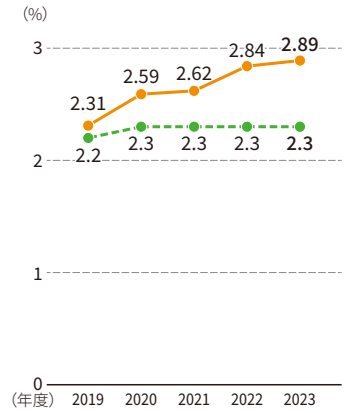
2021年度より再生可能エネルギーの調達を開始しています。2023年度の調達率は27.2%となりました。今後も、調達手段の多様化等を考慮し、再生可能エネルギー調達を推進していきます。

女性管理職比率※4



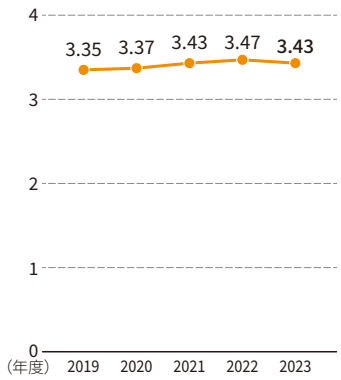
ダイバーシティ推進の重要施策として、女性活躍を推進しています。2023年度の女性管理職比率は10.1%となりました。今後は、さらに取り組みを加速させるため、管理職登用計画の継続的な運用と女性社員の個々の課題の状況把握および育成、登用支援を実施していきます。

障害者雇用率※5



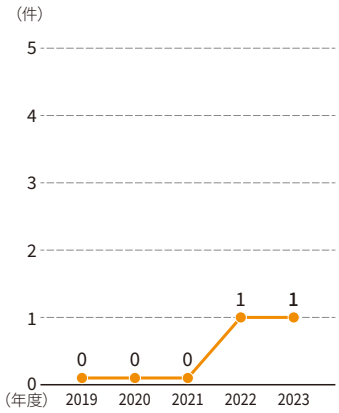
障害のある社員が安心して働き活躍できるよう、一貫したサポート体制を構築しています。2023年度は本社内にマッサージルームを開設し、新たな雇用機会を創出するなどの取り組みを行っており、目標としている法定雇用率+0.1%以上を継続して達成しています。

エンゲージメント調査における働き方関連項目の加重平均スコア



2023年度は社員の働きやすさ向上への取り組みに加え、サーベイ結果から見えた課題への取り組みとして、Purpose浸透施策などによる組織力強化に注力し、マテリアリティKPIの基準スコア3.36（2019年度、2020年度の平均値）を上回っています。

重大なセキュリティインシデント発生数※6



2023年度は当社が受託した業務において管理するサーバーが不正アクセスを受け、お客様情報漏洩および漏洩のおそれがある事案が発生しました。本件に関する再発防止措置は実施済みですが、さらなる改善策を継続的に検討、実施していきます。

● P.74 情報セキュリティ

※3 2019年度はBIPROGY（株）、ほか10社2団体（国内主要拠点、BIPROGYグループ総人員数の85%）。2020年度はBIPROGY（株）、ほか12社2団体（国内主要拠点、BIPROGYグループ総人員数の85%）。2021年度はBIPROGY（株）、ほか投資事業有限責任組合を除く連結対象の24社（国内外主要拠点、BIPROGYグループ総人員数の100%）。2022年度はBIPROGY（株）、ほか投資事業有限責任組合を除く連結対象の25社（国内外主要拠点、BIPROGYグループ総人員数の100%）。2023年度はBIPROGY（株）、ほか連結対象の28社（国内外主要拠点、BIPROGYグループ総人員数の100%）

※4 2020年度以前はBIPROGY（株）、ユニアデックス（株）。2021年度以降はBIPROGY（株）、ほか6社

※5 2019年度はBIPROGY（株）、ユニアデックス（株）。2020年度以降はBIPROGY（株）、ほか6社

※6 2020年度以前はBIPROGY（株）およびBIPROGY（株）出資比率100%の国内連結子会社。2021年度以降は、BIPROGY（株）および連結子会社