

(株)シーエーシー中期経営戦略

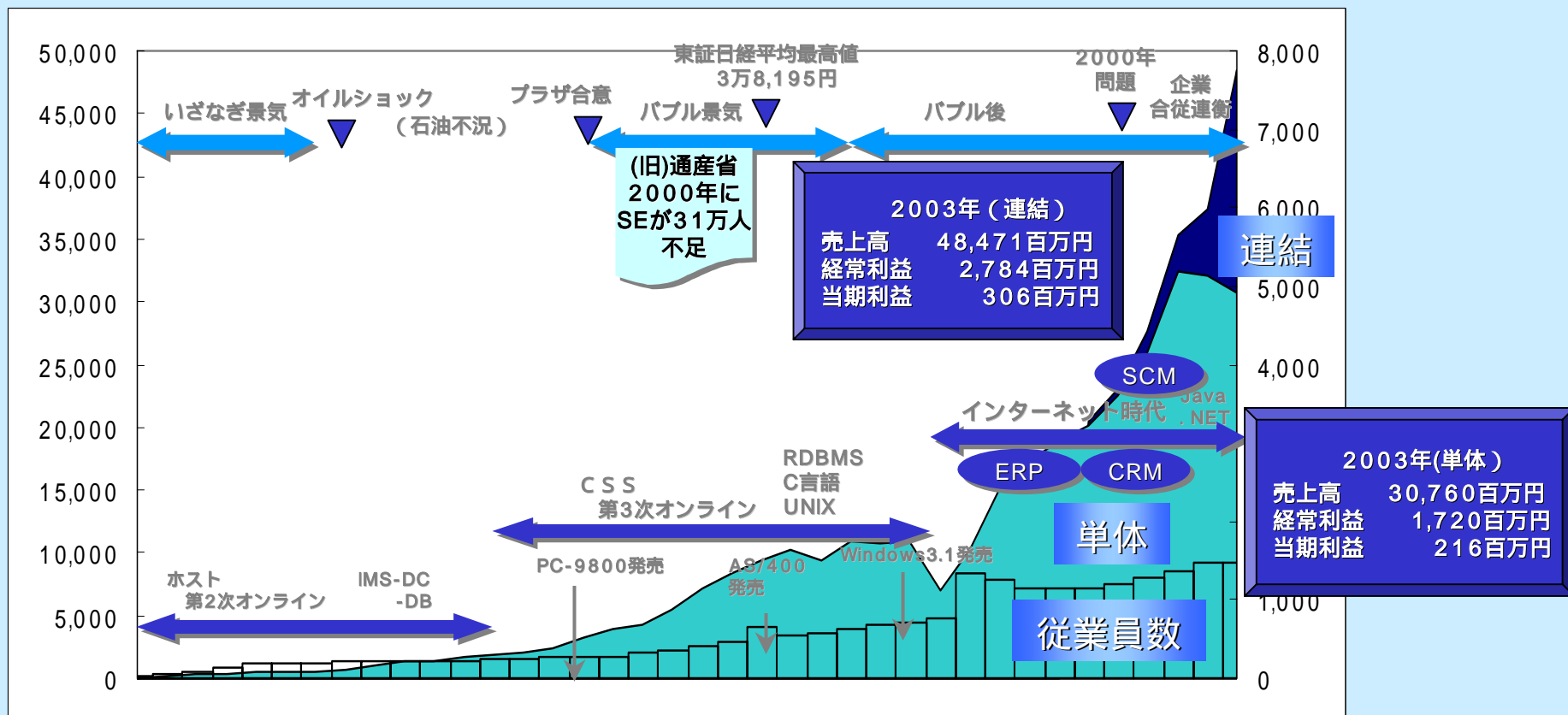
Stretch & Renewal 2007

CAC 株式会社 **シーエーシー**

- 当社の歩み
- 当社を取り巻く環境
- ユーザーのIT支出予測
- 中期経営戦略のビジョン
- 中期経営戦略2005 - 2007のポイント
- 中期経営戦略ポイント概要と主な施策の概要
 - 「既存特化分野の深化」
 - 「マーケティング主導への転成」
- 人的資源強化について
- コーポレートガバナンスについて
- 経営数値目標
- 2010年に向けて

当社の歩み

創業以来、他のベンダーからの独立/中立を保ち、エンド・ユーザー指向で、顧客の事業の発展、業務革新に資するシステムを開発・運用する会社として成長。



● 1966
創業

● '84 ユーザー会発足

● '88 S I 認定
● '89 C A C A 開設
● '90 C A C E 開設

● '94 3 社合併
● '95 S O 認定
● '96 戦略設計図発行
● N S M センター開設

● '99 店頭公開
● '00 東証一部上場
(現ジャスタック)

● 2004年

当社を取り巻く環境

顧客のシステムに対する意識の変化、情報技術の著しい進歩および当社を含む情報サービス産業自体が抱える問題点など、当社を取り巻く環境は大きく変貌している。

当社顧客群

金融機関（銀行、証券、保険等）

製薬・医療業界

食品業界

製造業・メディア系・その他

顧客

合従連衡による巨大化
 戦略分野（直接ベネフィット）への投資を優先
 定常系・基幹系業務のアウトソーシング加速
 ITは作るものではなく使うもの（意識の変化）

ベンチャー系

情報子会社系

ソフトベンダー系

CAC

独立系

コンサル系

メーカー系

外資系

情報サービス産業

プレーヤーの増加と大型化
 制作・運用業務の大半はコストゾーンとなり競争激化
 ユーザー/技術変化への追従度により「二極分化」へ

グローバルコンペティターの脅威

【ユビキタス関連技術が中心に】

インターネットの進化

FTTH
 高速無線アクセス
 IPv6
 ストリーミング

サービス提供技術の変革

SOA
 XML
 Web Service
 BTO

Non PCデバイスの台頭

RFID、アクチュエーター
 Tron/Windows CE
 IP携帯

Secure Computing Infrastructure

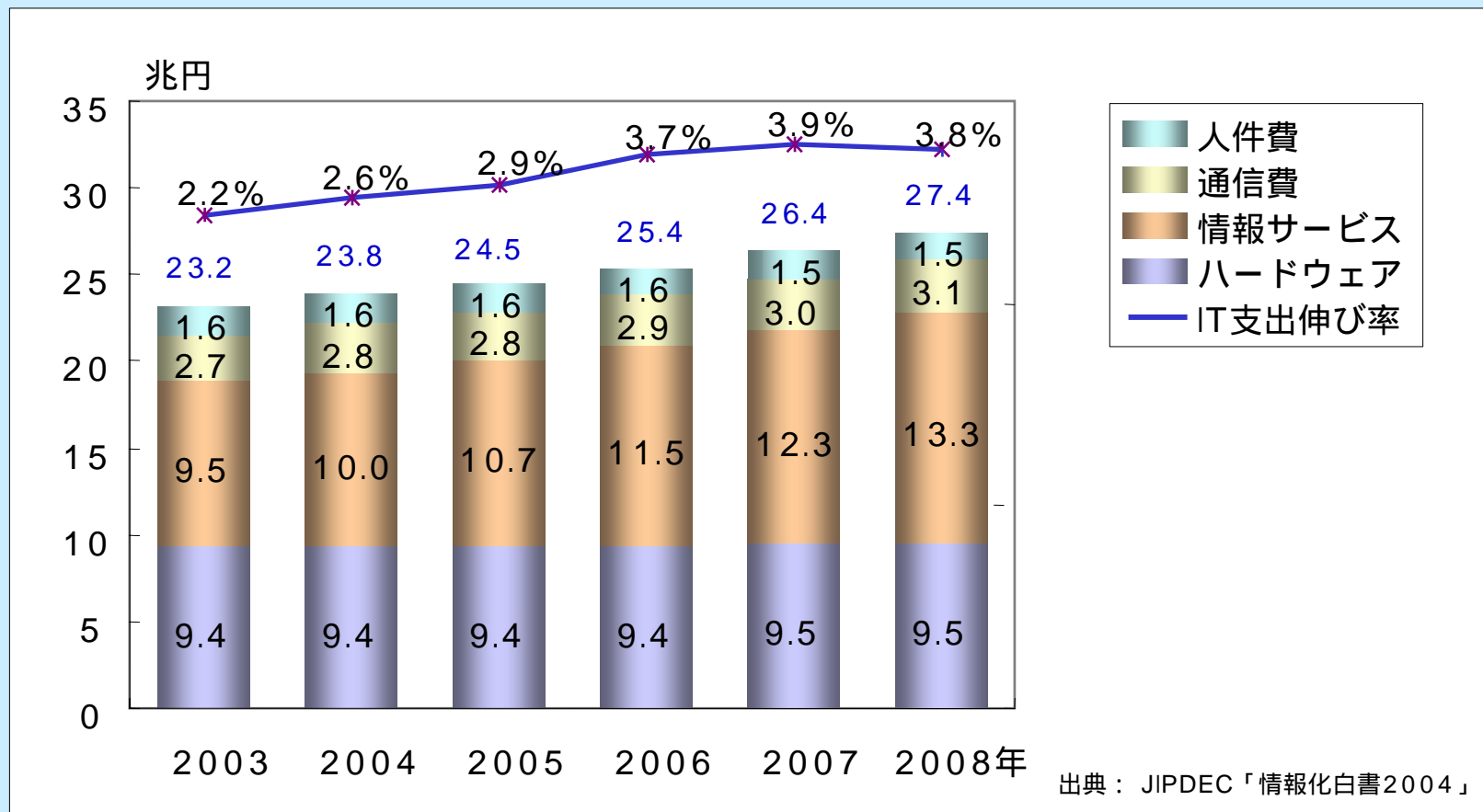
本人認証・暗号化技術
 Privacy保護系としての
 高い信頼性

情報技術

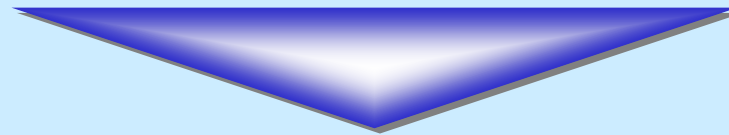
ユーザーのIT支出予測

- 03-08年の企業IT関連支出額は、年平均3.5%で推移する見通し -

「情報化白書2004」によると、日本企業のIT関連支出は、03年の23.3兆円から08年には27.4兆円に拡大する見込みである。IT支出に占める情報サービスの比率は徐々に上昇しており、03年の約40%から08年には約50%に拡大すると見ている。



引き合いに対し手段を提供する姿勢だけでは
継続的な利益成長が困難な時代へ



ニーズ開拓型への変革と
特化分野集中の推進が必須に

「お客様の持続的な成長に なくてはならないITサービス会社を目指す」

- ◇ お客様に卓越したサービスを提供する
- ◇ ITを通じて、お客様の収益向上に資するサービスを提供する
- ◇ お客様の声、評価を継続的にモニタリングし、ビジョンの永続的追求を図る

【中期経営戦略】

「既存特化分野の深化」

「マーケティング主導への転成」

実現に向けて

【主な施策】

特化分野に対応した
グループ総合力の強化

戦略的M & Aの継続

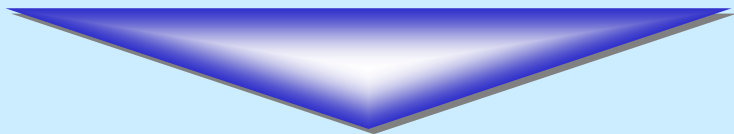
中国マーケットへの対応強化

顧客価値創造ラボトリーの設立

「既存特化分野の深化」

【戦略】

- 当社最大の資産である既存特化分野・既存顧客とのビジネスを極大化する -
 - 重点業種カテゴリーは「金融」「信託（年金）」「医薬」「食品」
 - 重点ソリューション（業種横断型）はBPO等を含む「運用アウトソーシング」
 - リード（コンサル）から構築・運用までの一貫サービスを徹底し、既存主要顧客群からの売上増大を目指す
 - ◆ 金融系顧客への運用サービス展開、R&Dでの製薬企業横断的獲得
 - ◆ 中国を中心とした顧客のグローバル展開の支援強化



【施策】

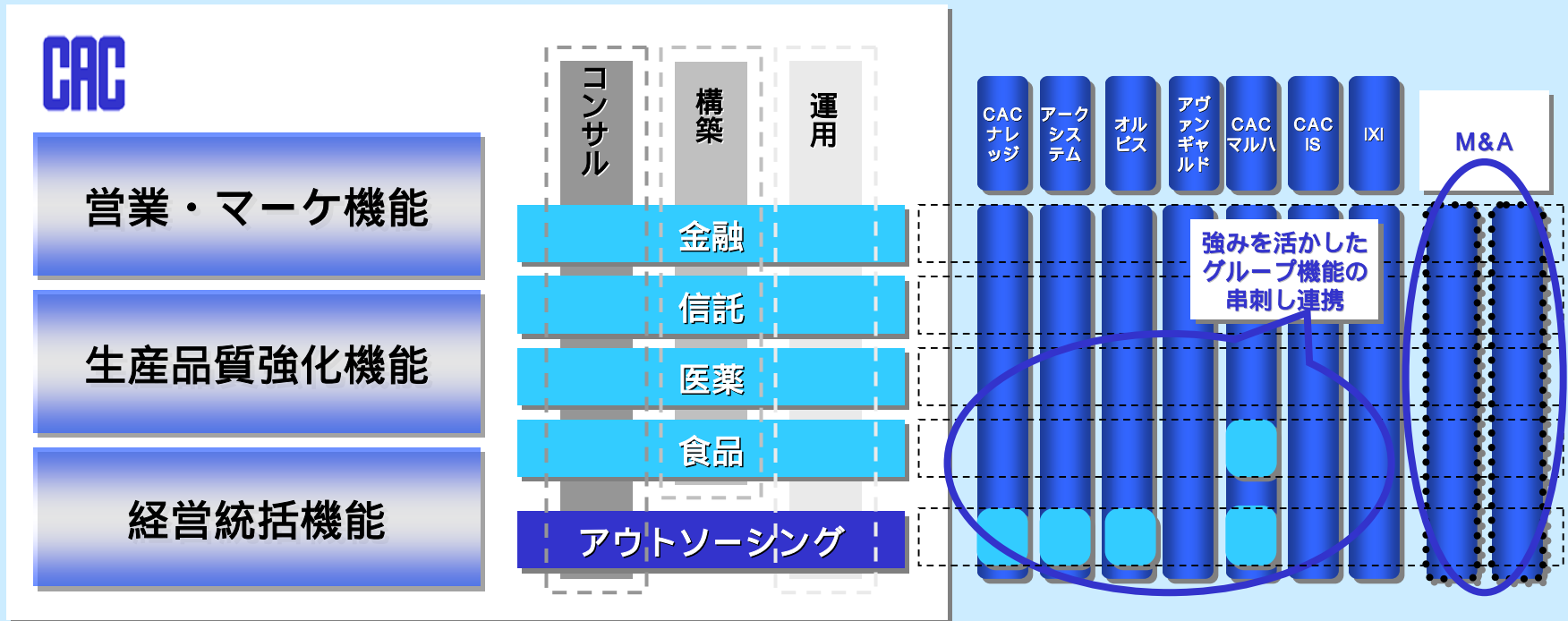
- グループ各社の機能を連携したサービス力の強化
- 顧客のバーチャルCIOを目指した戦略的M&Aを継続し、顧客基盤を拡充
- 中国子会社の陣容拡充による、主要顧客へのITビジネスサポート機能の強化

特化分野に対応したグループ総合力の強化

グループ各社独自の成長を促進しつつ、「特化分野の深化」を強化するために、単体およびグループ内の機能の明確化を行い、重点カテゴリ毎の串刺し連携を強化する。当面のターゲットは、

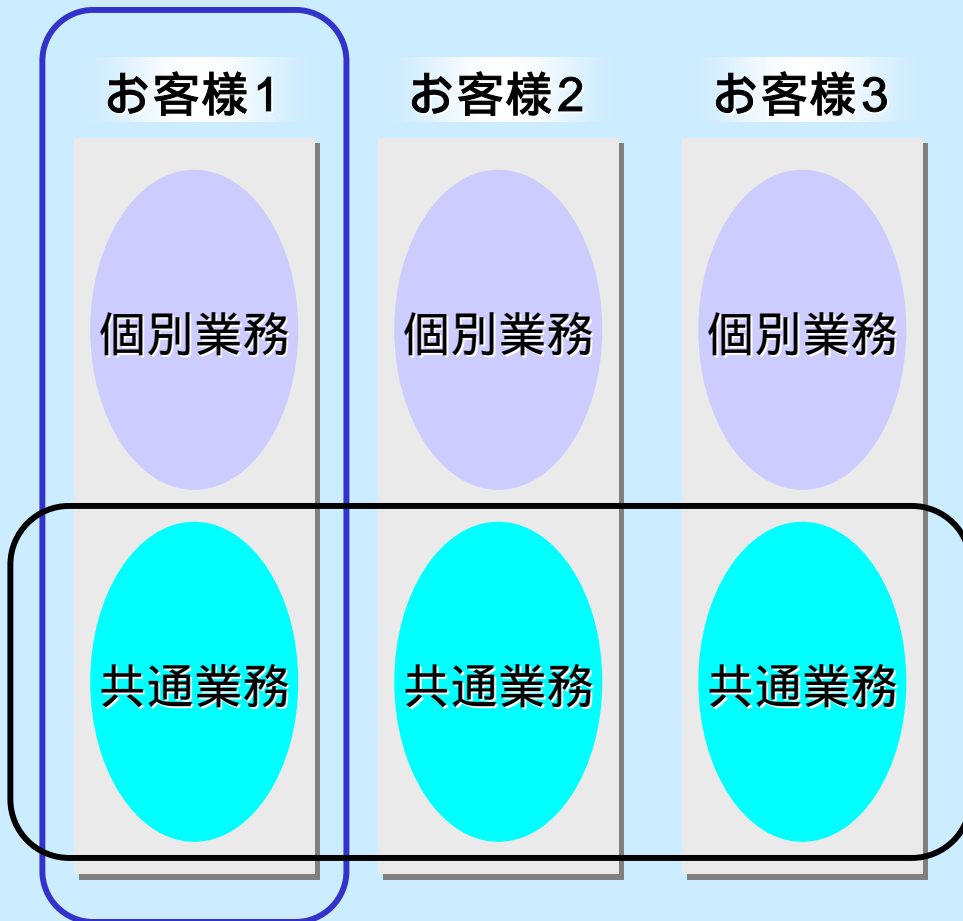
- ▶ 多様化に備えたアウトソーシングサービスの強化
- ▶ 重点業種の伸張に資するM&Aの推進

とする。



業種業務特化に基づく共通化の考え方

業界の共通業務（必要条件領域）のワンソースとASPの推進により、効率的に顧客の戦略部分（個別業務）を重点的に開発することが可能となる。これにより、単純なカスタムメイド開発、あるいは汎用的パッケージ・インテグレーションでは充足し切れなかった、開発の効率化と要求仕様の充足度向上が実現される。



顧客の価値創造機能

業界の競争ポイントの変化を先取りした新しい仕組み作りの提案



戦略部分の実装実現



業界共通基盤のワンソースサービスを実現し、ASPにて顧客へ実装する

中国マーケットへの対応強化 - 中国市場の重要性 -

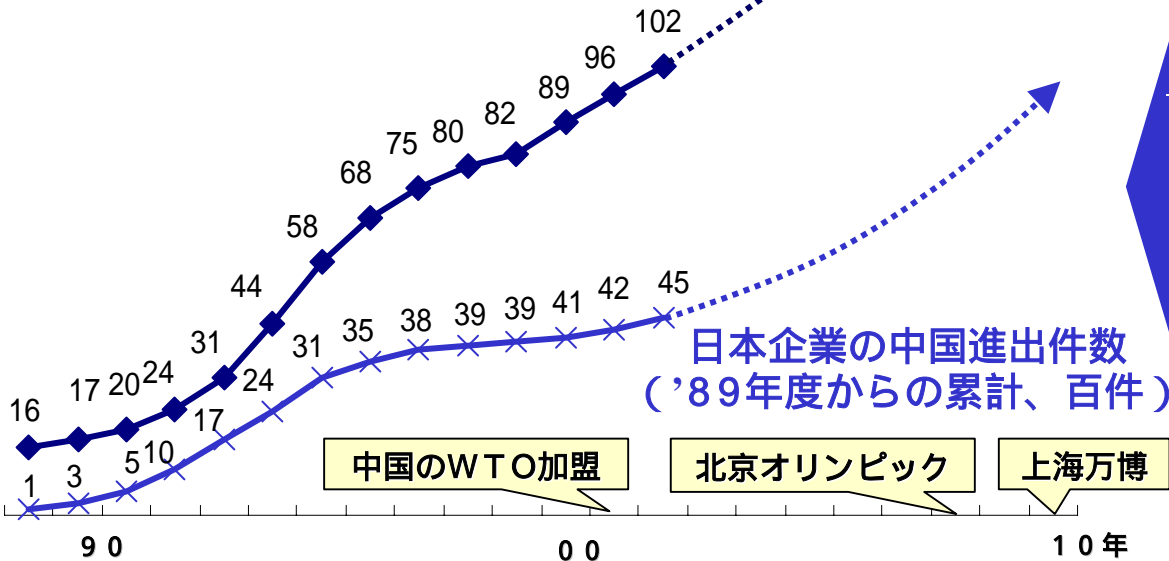
IT関連の中国市場は拡大中

- ・ソフトウェア製品
'00年238億元 '02年507億元
- ・情報サービス
'00年322億元 '02年469億元
- ・携帯電話
'04年7月末加入件数 3.1億件

中国GDP
(千億元)

中国の市場（経済）規模は大きく拡大

- ・ 90年から00年にGDPが5.7倍に拡大。
- ・ 00年から10年にGDPを更に2倍に拡大する計画。



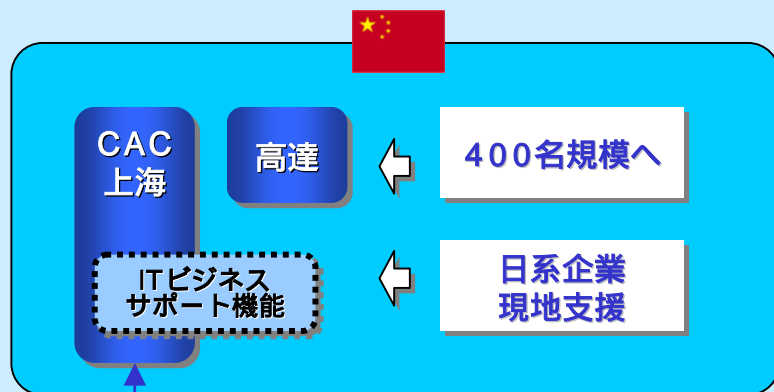
日本企業の中国進出も進む

- ・ 89年から02年までの進出件数累計は4,500件に上る。
- ・ 中国市場の拡大に合わせ今後も日本企業の対中進出が進む予想。

海外進出した日本企業の現地におけるITサポートは当社の主要サービスの一つであり、中国では当サービスの市場が急激に拡大しつつある。オフショア開発の更なる推進とあわせて、中国における当社グループの体制を強化する必要がある。

中国マーケットへの対応強化

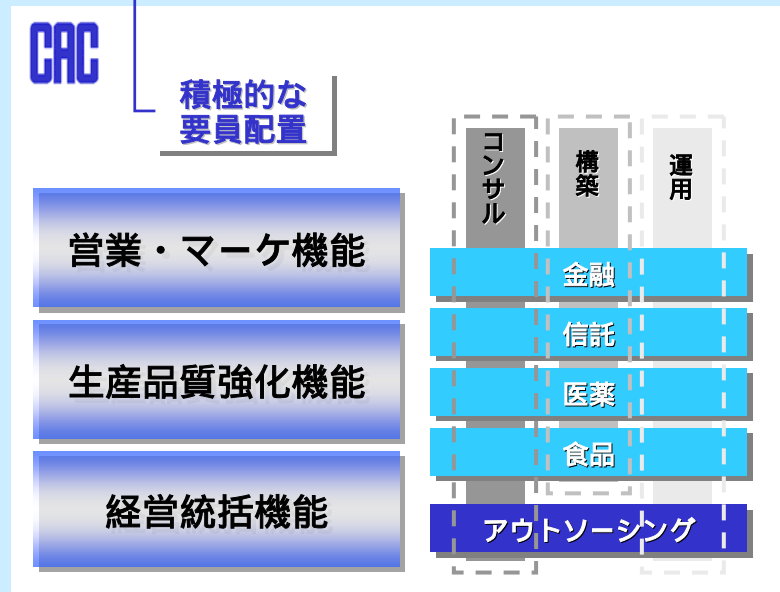
中国マーケット対応強化に向けて、現行のオフショア拠点2社の規模拡大とともに、進出日系企業を対象としたITビジネスサポート機能を拡充する。



300名：オフショア開発要員
100名：中国国内における特化業界向けITビジネスサポート要員

2007年までにCAC単体を中心とした制作工数（構築・運用）の10%前後をオフショア化
4%前後の制作原価削減に寄与

現地法人の日本語教育および国内インターンの拡充

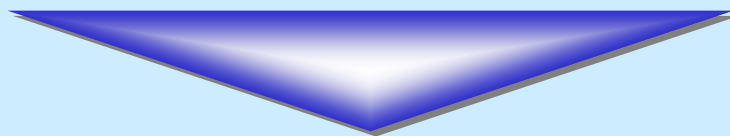


リーダ/マネージャクラスの要員10-20名を中国駐在
中国語教育の強化
中国人の本社採用

「マーケティング主導への転成」

【戦略】

- 「引き合い対応型」から「ニーズ開拓型（引き合い創造型）」への変革 -
 - 顧客の「持続的成長」に資する積極的な提案
 - 特化業界におけるビジネス潮流を捉え、ITでリードできる体制へ

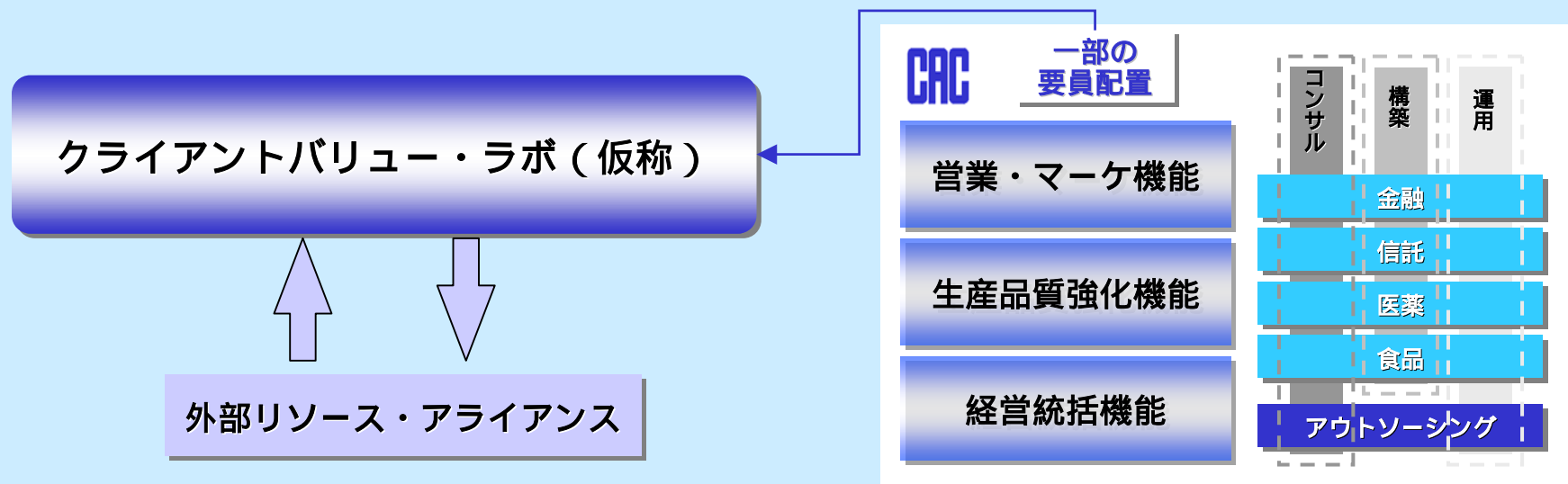


【施策】

- 顧客の価値創造機能を別会社（仮称：クライアントバリュー・ラボ）に分離
 - ◆ 特化分野業界有識者を増強
 - ◆ マーケティング機能とリード機能を強化（共同研究含む）
 - ◆ 「産業調査室」の設置
 - ◆ 市場開拓型アライアンスを推進

「顧客価値創造ラボラトリー」の設立

当社からの要員移管に加え、積極的な外部採用とアライアンス構築を図り、「ニーズ開拓（引き合い創造）機能」を主事業として取り組む。



名称：	クライアントバリュー・ラボ（仮称）
株主：	（株）シーエーシー 100%
設立：	2005年第一四半期中
代表：	未定（内部登用、外部招聘の2方向で人選中）
設立の目的：	特化業界・主要顧客群からの引き合い創造
社員数：	20名程度（（株）シーエーシーからの出向および業界有識者を複数名採用予定）
事業内容：	（株）シーエーシーからのマーケティング業務の受託 産業調査機能 市場開拓型アライアンス推進

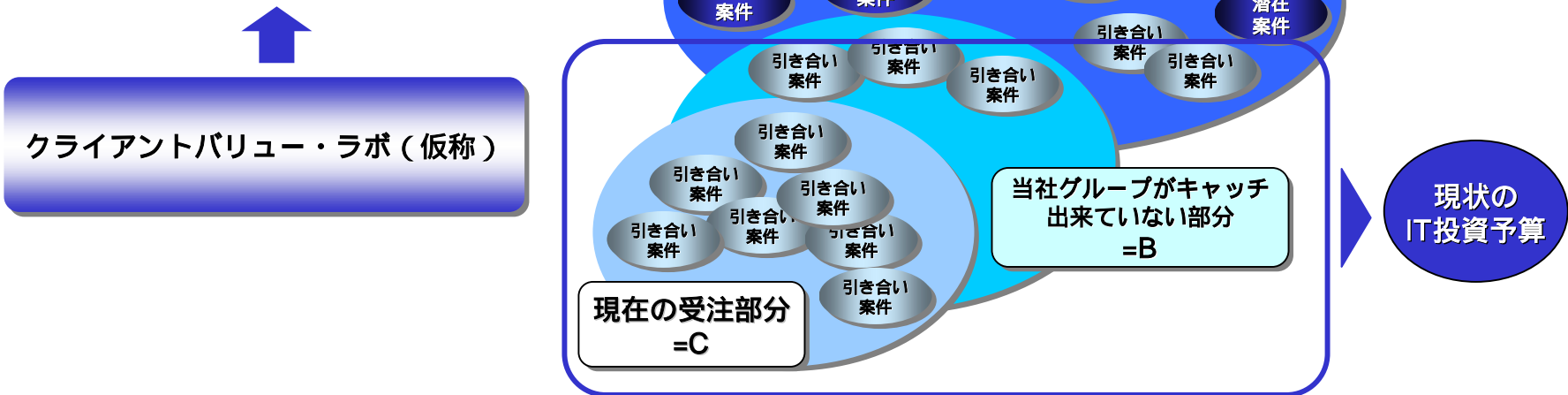
*当社からの出向者の一部については公募を実施する予定

「顧客価値創造ラボラトリー」の役割等

特化業種・主要顧客からの引き合い創造

既存特化分野の深化を推し進め、Bの引き合い受注を増やす（主体は既存グループ）。

特化業種の顧客ベネフィット向上にフォーカスした提案を軸に、新需要喚起を促し、Aの引き合いを創造する。



- 新人事制度の徹底
 - ◆ 職群・職責要件の厳格化（必要資格、必須研修、昇格試験等）
 - ◆ 選抜型育成制度導入
- 会社と社員のWIN-WINを目指して
 - ◆ 自律型人材の育成（自己申告、社内公募制度）
 - ◆ 早期からのキャリア教育と資格取得・留学等の増強
- 人事グループ機能強化
 - ◆ 人事グループ主導による、スキルマップと職群・職責の最適化を図るローテーションの実施
- 中国オフショアの本格活用に伴う人材マップの転換
 - ◆ 「アプリケーション開発SE」と「業務運用SE」を中心に、2007年までに生産工数の10%前後をオフショア化
 - ◆ 国内社員については増加を抑制

- グループ連結経営の強化
 - ◆ グループ各社のミッション再定義
 - ◆ 国内子会社をビジネスユニット（単体内）の事業管理下へ移行
 - ・グループ内リソースの有効活用

- 経営管理・監査機能の強化
 - ◆ さらなる経営と業務執行の分離
 - ・権限委譲によるスピードアップと責任明確化
 - ・商法上の取締役は、戦略立案と執行監督へウエイトシフト
 - ◆ 社外監査役方式によるガバナンス体制

経営数値目標

【連結】

	2003期 (実績)	2004期 (公表値)	2007期 (目標)
売上高	484億円	490億円	700億円
経常利益	27億円	22億円	50億円
当期純利益	3.0億円	7.2億円	19億円
ROE	2.3%	——	10%以上

【単体】 <ご参考>

	2003期 (実績)	2004期 (公表値)	2007期 (目標)
売上高	307億円	310億円	370億円
経常利益	17億円	12億円	25億円
当期純利益	2.1億円	5.0億円	12億円

【連結セグメント別売上高】

	2003期 （実績）	2004期 （期初計画値）	2007期 （目標）	04～07期 平均成長率
構築サービス	330	308	420	10.9%
運用管理サービス	154	182	280	15.4%
【合計】	484	490	700	12.6%

【単体セグメント別売上高】 <ご参考>

	2003期 （実績）	2004期 （期初計画値）	2007期 （目標）	04～07期 平均成長率
構築サービス	196	192	220	4.6%
運用管理サービス	111	118	150	8.3%
【合計】	307	310	370	6.1%

平均成長率は、2004期を基準とした3年間の平均成長率

【連結業種別売上高】

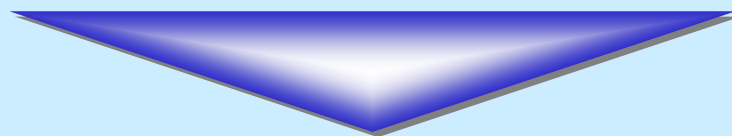
	2003期 (実績)	2007期 (目標)	03～07期 平均成長率
金融	68	120	15.3%
信託	36	50	8.6%
医薬	79	130	13.3%
食品	31	90	30.5%
製造	74	90	5.0%
サービスその他	196	220	2.9%
【合計】	484	700	9.7%

【単体業種別売上高】
＜ご参考＞

	2003期 (実績)	2007期 (目標)	03～07期 平均成長率
金融	63	90	9.3%
信託	36	50	8.6%
医薬	79	100	6.1%
食品	30	45	10.7%
製造	30	25	
サービスその他	69	60	
【合計】	307	370	4.8%

平均成長率は、2003期を基準とした4年間の平均成長率

2007年までの3年間で、当社特化分野において、
「お客様の持続的な成長に
なくてはならないITサービス会社」
としての地位を、圧倒的な強さにまで研ぎ澄ます。



2007年までに創り上げる特化分野での強靱な企業体質を基盤に、大型のM&Aにより2010年には売上2,000億円の強い会社を目指す。

プロアクティブ・ディスクロージャーの強化

IR拡充によって、市場との双方向コミュニケーションの充実を図り、企業価値を正しく反映する“フェア・バリュー”を実現

CAC

株式会社 シーエーシー

本資料における将来の予測に関する記載は、当社グループが本資料発表時点で入手可能な情報による判断、仮定、および確信等に基づくものであり、今後の国内および海外の経済情勢、事業運営における内外の状況変化、あるいは見通しに内在する不確実な要素や潜在的リスク等さまざまな要因によって、変動することがあり得ます。なお、リスクや不確実な要素には、将来の出来事から発生する予測不可能な影響等も含まれます。