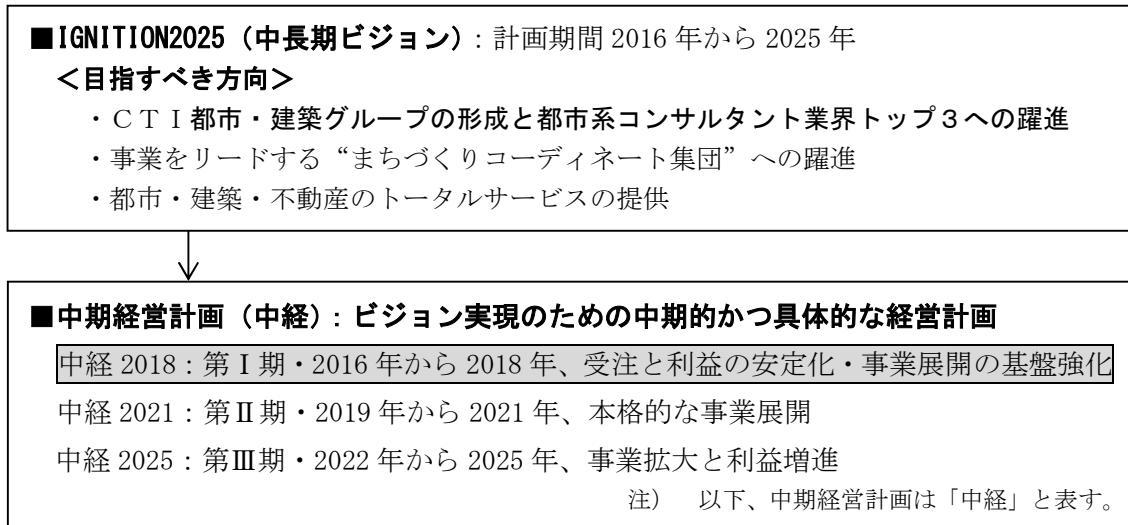


日本都市技術株式会社 中期経営計画2018

1. 中期経営計画 2018 の位置づけとロードマップ

1.1 中期経営計画の位置付け



1.2 ロードマップ

表 IGNITION2025 実現のためのロードマップ

IGNITION2025		2016 年から 2025 年（計画期間 10 年）		
中期経営計画（計画期間）		中経 2018（Ⅰ期） （2016 年～2018 年）	中経 2021（Ⅱ期） （2019 年～2021 年）	中経 2025（Ⅲ期） （2022 年～2025 年）
テーマ		事業拡大の基盤強化	本格的な事業展開	事業拡大と利益増進
重点課題	1.受注及び事業展開	民間・組合市場の拡大	→ 事業拡大	→
		新事業の展開準備	→ 新事業体制の構築	→ 新事業の本格展開
		社名変更	→	→
	2.組織・体制・人材配置	事業展開体制の整備	→ 支社支店の再編	→ 組織強化と利益改善
	3.営業システム	営業組織の強化	→	→
	4.生産システム	業務管理の高度化	→	→
		効率化の推進、PM導入	→ 発展的なPM実践	→
5.人材育成・技術力強化	基礎的な人材・技術の強化	→ 新事業展開技術の強化	→	
6.品質システム	品質方針の見直し	→		
	規程、基準の整備	→		
7.社内制度、満足度向上	社内制度等の拡充	→ 給与・処遇改善	→ 給与の改善	

2. 経営目標と方針

2.1 主な経営目標

	IGNITION2025	中経 2018
①受注目標 及び営業利益率	<ul style="list-style-type: none"> ・CTI 都市・建築グループ 60～70 億円以上 ・日本都市 20 億円以上 ・営業利益率 8%以上 	<ul style="list-style-type: none"> ・CTI 都市・建築グループ — ・日本都市 約 17.5 億円 ・営業利益率 6%以上
②地域展開	<ul style="list-style-type: none"> ・4大都市圏体制の構築 （関東、関西、中部、九州） 	<ul style="list-style-type: none"> ・関西圏への展開強化 ・中部圏への展開準備
③技術職員の増員	<ul style="list-style-type: none"> ・2016 年約 90 人⇒2025 年約 120 人 	<ul style="list-style-type: none"> ・約 100 名

2.2 基本方針

■中期経営計画 2018 の基本方針

- ・ 受注と利益の安定化
- ・ IGNITION2025 実現に向けた「基盤強化」
- ・ 会社設立 10 周年を機に社名を「日本都市技術株式会社」に変更するとともに、新たなスタートを切る

3. 実施方針

3.1 事業展開

①民間・組合事業の展開強化

- ・ 業務代行実績を有するゼネコンやデベロッパーとのタイアップ、新規顧客の開拓（ルート戦略）
- ・ 有望な開発計画を有する自治体への積極展開（エリア戦略）、神奈川、大阪、沖縄の重点化。

②自治体事業（公共団体施行）への展開強化

- ・ 豊富な事業経験と知見により、停滞案件や遅延案件を抱える自治体等への積極的な支援提案や関連提案を実施し受注につなげる。

③東日本大震災の復興業務への展開

- ・ 宮城県及び岩手県管内の復興対応として H29 年頃より本格化する換地計画・登記等の業務を支援する。また、福島県管内の復興を支援し、関連業務の受注につなげる。

④新事業展開の準備と実践

- ・ グループ企業として協働展開する「都市・建築・土地活用トータルサービス」の実現に向け、新事業推進室を中心として展開戦略のもとで効果的に展開する。
- ・ 事業開発及び生産等技術を効率的に実施するため、研究開発投資（事業開発投資、技術開発投資）を計画的に実施する（年間予算は売上高の 2%程度）。

⑤CTI 都市・建築グループとしての新領域への展開

- ・ 都市基盤整備のみに留まらず、地域会議等を活用し建築・土地活用へ展開する。
- ・ 業務代行業を担うための要素技術やリスクを検討し、小規模案件への参画を通して実績と経験を獲得する。この際、再開発コンサルタントの M&A、再開発コーディネーターの中途採用なども検討する。

3.2 組織・体制・人材配置

- ・ 新卒の安定確保、中途の積極採用などにより組織の活性化と生産力強化を図る。また、新規展開予定地域のコンサルタントとの協力や提携を推進する。
- ・ 大都市圏への事業展開を見据え、受注可能性等を勘案しながら順次、支社・支店組織を強化する。東北支店、神奈川支店の体制強化を優先し、順次、関西圏及び中部圏を強化する。

3.3 営業システムの改革

- ・ 営業管理部は新事業推進室及び営業統括責任者と連携し、大型業務獲得のための長期戦略、年度営業方針を策定し、東西両支社と共有し営業活動を実践する。
- ・ 全社員に営業マインドを浸透させ、営業情報を確実に集約し営業戦略に反映する。

3.4 生産システムの改革

- ・ 当社特有の複数年業務の進捗・コストなどの生産管理を見える化し徹底する。
- ・ PMを導入し発注者や地権者等との交渉力・対応力を強化し生産性及び収益性の向上を図る。

3.5 人材育成・技術力強化

- ・ 人材育成はOJT及び講習会活用などを基本とするが、社内蓄積のない技術はグループ会社への出向を活用し効果的に行う。
- ・ 技術士・区画整理士・補償業務管理士等の必須資格については、講習会等の開催や費用補助等を通して取得支援するほか、積極的に資格保有者を中途採用する。
- ・ 換地システム、CAD、測量設計等ツール、CIM、3次元CAD等の生産効率化や他社差別化に有用な技術は積極的に開発・活用する。

3.6 品質システム

- ・ 当社が長年培ってきた地域密着型の丁寧なビジネススタイルを堅持し、調査設計等における中間成果の品質管理を徹底し、一層の顧客信用を確保する。
- ・ 品質の維持・向上にむけ、品質方針の策定、品質とコストバランスの検証及び社内の縦横断的な照査等の実施体制を構築する。

3.7 企業運営

- ・ 総資産及び自己資本比率を拡大し、財務の安定性向上を目指す。今後のグループ経営方針を踏まえつつ、配当性向の拡大を目指す。
- ・ 今日の社会情勢に一層整合するよう、人事考課や処遇制度を改良する。給与体系、振休制度等は、現状課題を整理し職員の意見も踏まえ制度改善を行う。

3.8 社内制度及び社員満足度の改革

- ・ 働き方の意識改革「メリハリのある働き方」を推進し、労務管理の徹底、リフレッシュ休暇の導入を検討し、WLBを改善する。
- ・ 残業等削減キャンペーン、ノー残業デー等を通して労働時間を削減し労働環境を改善する。
- ・ 従業員代表協議方式等を活用し経営層と従業員のコミュニケーションを図り、従業員の要望・意向を会社経営に反映する。

以上