

## 日立ソリューションズ・クリエイト

### UX加えた重点6事業を加速 カスタマーゼロを体系化

南  
章  
一

取締役社長



日立ソリューションズ・クリエイトになり10周年となる2025年度は、受注、売り上げ、利益とも過去最高を達成し、受注は初めて1000億円を超えた。日立製作所と日立ソリューションズと進めるSI事業と独自展開するソリューションサービス事業の2軸で展開する中、成長分野として掲げた重点事業を中心に伸ばすことができた。

26年度は日立グループで推進するデジタル事業「Lumada」関連の売り上げ計画を1年前倒し、成長領域として掲げたモダナイズ、サプライチェーン、セキュリティ、HR（人材管理）、ペイメントの重点5事業に、UX（ユーザーエクスペリエンス）を加えた重点6事業で成長を目指していく。ソリューション関連は自社導入実績を横展開する「カスタマーゼロ」を加速する。

サイバーセキュリティ需要が拡大する中、親会社の日立ソリューションズと連携しながら、強みとする研修・トレーニングを強化

する。HRは独自開発した従業員エンゲージメントを高める「育みサービス」の国内導入が2万5000ユーザーに拡大した。海外展開も始め、パートナー企業に約100ユーザー導入した。今後は東南アジアを中心に国ごとの慣習に合わせカスタマイズし展開していく。

ペイメントではタクシー決済サービス「CAB CARD モバイル決済」を約150社、約1万2000台に導入。利用事業所数も約2700事業所に広がる。今後は決済サービスの知見を生かした新たな展開も検討していく。UXはシステムやドキュメントデザインの幅広い技術を当社のソリューションと組み合わせしていく。規模は小さいが当社の新たな姿を示す事業として育てたい。

生成AI（人工知能）は従業員約3000人が活用し、間接業務や開発の効率化につなげている。社内活用で得た成果を「AIプラス」のコンセプトの下で展開しており、ソリューションやサービスも増えてきている。今後もサービスを追加し、体系化する計画だ。

今年度は中期経営計画2年目になり、グループ内の事業に加え重点6事業を軸にした独自のソリューションをさらに伸ばす。後半戦は現中計の仕上げに向け各施策を加速させるとともに、28年度からの次期中計の検討も始めたい。