特集
最先端の通信コンポーネントを供給し続ける
NTT-AT グローバルプロダクツ事業本部の取組み

インタビュー

さらなる成長に向け、新技術・新商材の発掘に注力

18年間に及ぶ豊富な実績と技術力をベースに、NTT R&Dの成果を補完するグローバルな最先端の商材をワールドワイドに発掘し、さらに魅力的な価値を付加して市場に供給し続けるNTTアドバンステクノロジ（NTT-AT）グローバルプロダクツ事業本部。さらなる成長に向けた取組みを、須田宏一取締役・グローバルプロダクツ事業本部長にうかがった。

NTTアドバンステクノロジ㈱
取締役
グローバルプロダクツ事業本部長
須田 宏一氏

NTT R&Dの成果を補完するグローバル商材を発掘・提供

――本年4月の機構改革で、コミュニケーションシステム事業本部からグローバルプロダクツ事業本部へと組織改編されましたが、改めて貴事業本部の主要ミッションについてお聞かせください。

須田　4月1日に実施した機構改革では、お客様から見て分かりやすい組織区分・体制にすることを目的に、NTT-ATが展開している主な事業である「インフラ系事業」「ソリューション系事業」「プロダクトセールス系事業」の3分野に合わせて事業本部の改編を行いました。私どもグローバルプロダクト事業本部（PG本）は、プロダクトセールス系事業に属しています。従来のコミュニケーションシステム事業本部は、NTT-ATの中にあっては、お客様にご説明するのがなかなか難しい組織でしたが、4月の機構改革で、プロダクトセールスという事業枠の中に位置づけられました。これは、NTTインターナショナル、NTT-ME時代を含め、18年間培ってきた事業、ビジネスモデルがしっかりと認知されるようになったという意味では、エポックだと捉えています。

プロダクトセールス事業には、主にNTT研究所の先端技術を基盤とした、部品・材料系の商材を取り扱う「先端プロダクツ事業本部」と、私どもPG本の2つの事業本部があります。PG本の主要ミッションは、NTTのネットワークサービス、R&Dの成果を補完する最先端のグローバルな通信システム／コンポーネントをワールドワイドに発掘し、NTTの技術やサービスとの“合わせ技”による付加価値を付けて、お客様に魅力的なソリューションを提供していくことです。

NTT-ATは技術をお客様のお役に立つ多様な価値に変換して提供する“Integrated-Value Provider”をミッションとしています。私どもPG本もこの使命をしっかり実践し、会社の成長に貢献したいと思っています。

――本部内組織はどのような構成となっていますか。

須田　PG本は企画部門等のスタッフ部門とPC組織であるビジネスユニット（ICT プロダクツビジネスユニット）で構成しており、ビジネスユニットの配下に、IPネットワークシステム、コンタクトセンタシステム、メディアコミュニケーションシステムの3つのチームを置いています。私どもの「NTT-AT Global WAVE商品」の構成を図1に示します。ネットワークインフラ系商材からアプリケーション商材、プラットフォーム／コンポーネント商材、通信システムまで、幅広い商材を取り扱っています。また、4月の組織改編で、他事業部と商材／人材の両面で交流が図れた結果、NTT-ATの文化と、NTTインターナショナルを端緒とする旧コミュニケーションシステム事業本部の文化がさらに融合・進化できました。

――「NTT-AT Global WAVE」という商品ブランドはそのままですね。

須田　商品ブランドは、前述した

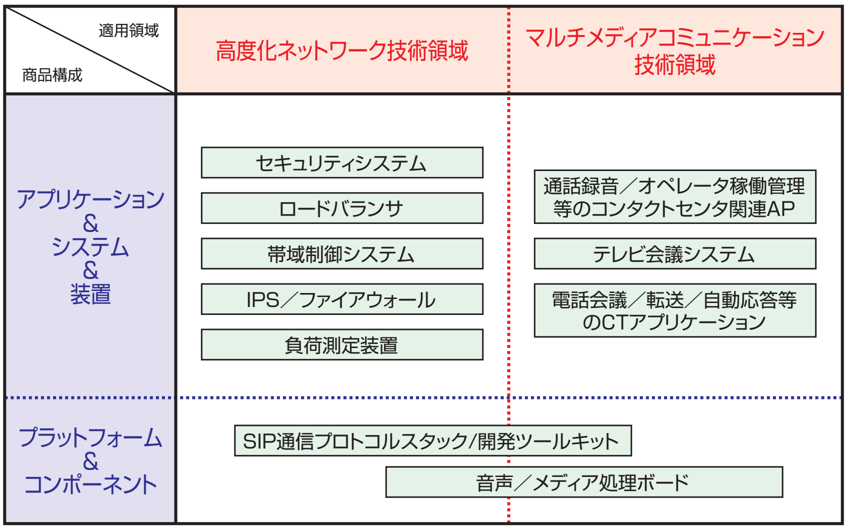

図１　NTT-AT Global WAVE主要取扱商品領域

私どもの主要ミッション・事業コンセプトを的確に表しているため、当面変える予定はありません。

――“合わせ技”による魅力的なソリューションを市場に提供するということでしたが、どのような組み合わせ方法をお考えですか。

須田　1つには、私どもが取り扱う海外製品にNTT R&Dの成果である技術を一部実装することで付加価値を付けることがあげられます。具体的な例としては、コンタクトセンタ向けの通話録音システムがありますが、大規模なコンタクトセンタであればあるほど、通話録音のログは膨大な量になり、目的とする通話内容を再生するのに時間がかかってしまいます。この課題を解決するために、録音された通話内容をNTT研究所の音声認識技術を活用して文字化し、その文脈を解析することで必要な内容を抽出するといった付加価値を付けることにより、コンタクトセンタの業務効率を大幅に向上させる取組みを現在行っており、今年度中には製品をリリースする予定です。

もう1つは、Global WAVE商品をNTTグループのネットワークサービスと組み合わせることです。この例としては、NTTドコモのIPセントレックスサービスと、PG本の提供するCT（コンピュータテレフォニー）メディア開発プラットフォーム上で構築した携帯電話転送システムの組み合わせにより、お客様情報の漏洩を防止することが可能な、携帯電話帳セキュリティサービス等があります。

3世代の商品を常に用意し、事業の安定とさらなる成長を目指す

――事業展開にあたっての基本方針をお聞かせください。

須田　冒頭お話しした“NTT R&Dの成果を補完するグローバル商材をワールドワイドに発掘し、販売代理店としてこれらを世の中に供給していく”というミッションを基軸に事業を展開していますが、その際の私どもの強み・優位性は大きく2つあると思っています。まず第1は、商材を発掘する際の目利きやサポートを含めた技術力です。もう1つは、NTTブランドによる信頼感です。これらの優位性を守り、一層強化すべく技術力・営業力の維持向上に努めるというのが基本方針です。特にNTTブランドはNTTグループ全体で長い年月をかけて築き上げてきた大切な資産であり、今後とも、コンプライアンスやCSR（企業の社会的責任）を含め、NTTブランドを守り育てることに注力しながら事業を展開してゆきます。

――商材発掘は、どのような点に留意しながら行っていますか。

須田　商材の発掘にあたっては、高度な知見と幅広い人脈を駆使して、近い将来に当該分野の主流技術・主流商品になる可能性の高いベンダーあるいは商材を他社に先駆けて見つけだすことに注力しています。特に重要なのは人脈です。私自身、昨年までNTT研究所に在籍していましたので、プロダクトセールスというビジネスは初めての経験ということで、商材の発掘方法には非常に興味があり、約10年前に発掘して昨年一気に花開き、大きな実績をあげることができた商材の発掘経緯についていろいろ勉強しました。その結果、技術的な知見は確かに必要ですが、それよりも重要なのは人脈であることを実感しました。ビジネス上の人脈に加え、プライベートを含め人間としての幅をいかに広げていくかということが非常に重要で

あると思っています。私事で恐縮ですが、私は現在、六本木男声合唱団に入っています。仕事上直接の利害関係のない人たちが同じ目標のもとで同じ世界を共有できるというのは､連帯感の醸成には一番効果的で､ここで培った人脈は現在の仕事にも非常に役立っています。

また、商材については、①黎明期（数年後の主力商材）、②成長・安定期（現在の主力商材）、③衰退期（売上は減少したが保守サービス継続商材）の3世代を常に用意することが重要で、これにより事業の安定化とさらなる成長を目指します。

――商品の提供方法、及びベンダーとの関係で心がけておられることはありますか。

須田　図2に示すように、SIer向けのチャネル営業と、ボードやミドルウェアなどを開発・製造企業に提供する直接営業がありますが、大部分は販売パートナーやソリューションパートナー経由の間接販売です。主流商品は、一次代理店としてベンダーから直接調達しています。この方法で調達コストの問題もクリアできますし、お客様の声を直接ベンダーに伝えることができるという点が大きなメリットです。特にPG本における事業方針の柱の1つを、ベンダーとの関係に置いています。私どもにとって、ベンダーは単に商品納入業者ではありません。ベンダーはPG本にとってのR&D組織であると捉え、強い信頼関係に基づくパートナーシップを築くことはもちろん、商材を育て、市場を開拓すべく共に努力するというマインドが非常に重要だと考えています。お客様の声に真摯に耳を傾け、商材への要望を常に吸い上げてこれに応えるべくベンダーと共に努力する。商材提供後においてもお客様からの信頼感を獲得し続けるべく、お客様の立場で考え、お客様に最善の保守サービスを提供することが重要です。

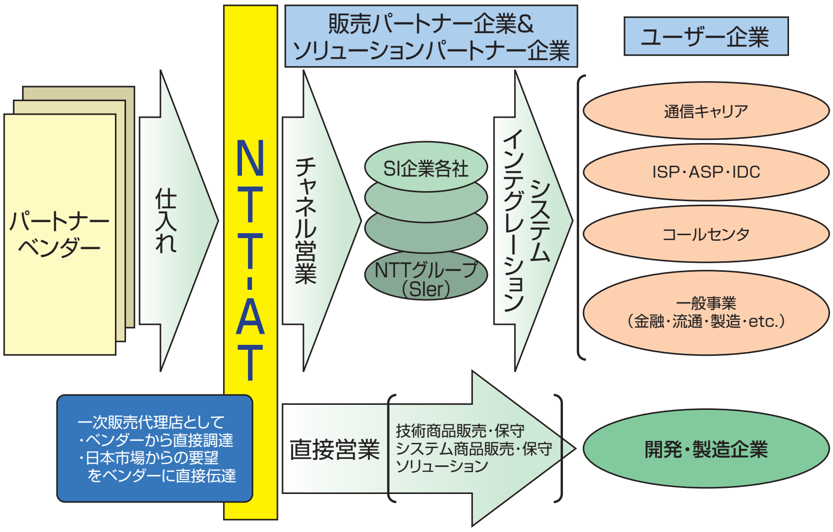

図2　NTT-AT Global Wave商品の提供方法

売上の3/4が一般企業向けで、NTTグループ向けは約1/4

――原油高の影響もあって世の中の景気が後退傾向にある現在、PG本のターゲットとする重点領域についてお聞かせください。

須田　確かに昨年度の勢いと比べ、少し差はあるかと思いますが、負荷分散装置をはじめ、私どもの主力商品は昨年同様の実績をあげています。私どもが現在重点的に狙う領域として、ネットワーク及びサービスの進化のトレンドに合わせて、アプリケーションデリバリーネットワーキング技術と、マルチメディアコミュニケーション技術の2つを重点化領域として位置づけています。これは、図3に示すように、テレコムの世界ではNGNの本格導入を機にSDPをベースとしたサービスデリバリネットワークやマルチメディアコミュニケーションサービスが注目を集めています。一方、インターネットの世界では、コンシューマ分野におけるWeb2.0的サービスモデル、エンタープライズ分野におけるSOAやSaaSが注目を集めています。テレコム分野のSDPもエンタープライズ分野のSaaSも実は狙うところは同じであり、これはすなわち、テレコムとインターネットのボーダレス時代の到来です。PG本はこのような潮流に合わせて、その核となる技術であるアプリケーションデリバリーネットワーキング技術と、マルチメディアコミュニケーション技術の2つの領域にフォーカス

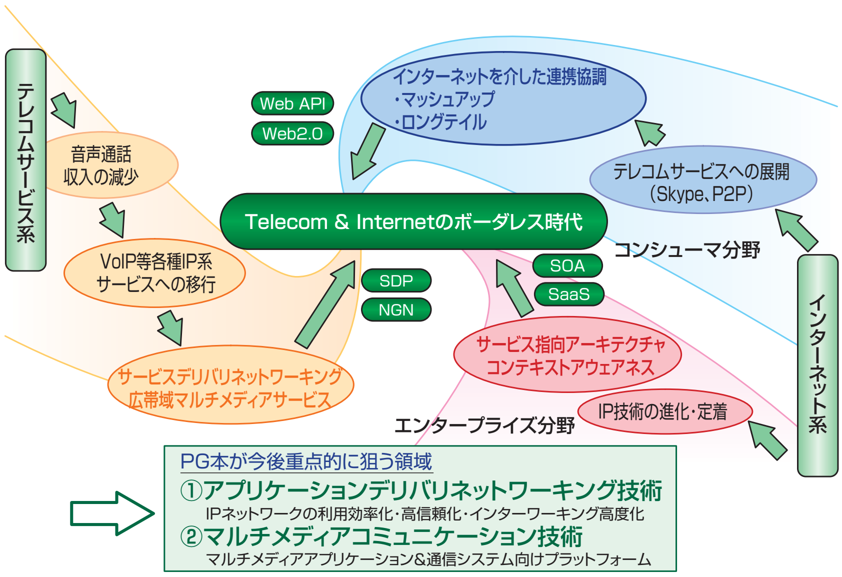

図３　ネットワーク＆サービスの進化の潮流と
グローバルプロダクツ事業本部の重点的取組み領域

した事業展開に注力しています。

前者の領域では、IPネットワークの利用効率化・高信頼化・インターワーキング高度化を支援するアプライアンスシステム群を取り揃えており、IPネットワークシステムチームが担当しています。一方後者の領域では、マルチメディアコミュニケーションプラットフォームやマルチメディアアプリケーションシステム群を取り揃えており、メディアコミュニケーションシステムチームとコンタクトセンタシステムチームが担当しています。

――取組みの詳細は各論の頁でご紹介しますが、ビジネスの概況をお聞かせください。

須田　NTT-ATの中にあっては特異ですが、PG本の売上のうち一般企業向けが3/4を占めており、NTTグループ向けは約1/4です。ビジネスの概況ですが、まずアプリケーションデリバリネットワーキング技術の領域ではおおむね好調です。インターネット関連の市場規模が拡大するに伴い価格競争が激化しているものの、今後とも高い技術力を必要とするお客様からの要望を満たす事業として成長が見込める分野です。特にF5ネットワーク社の製品（BIG-IP）に関しては、私どもは公式資格を取得したトレーナーを擁し、ベンダー公認のトレーニングコースも開催しています。F5社の認定を与える資格を持つ１次代理店は、世界中で私どもだけです。技術力を売りにするPG本として、この点は自負しています。

また、マルチメディアコミュニケーション技術の領域では、まず通話録音システムがあげられます。J-SOX法対応の固定電話録音が増えており、今後は携帯電話対応の需要増に期待していますし、コンタクトセンタシステムの更改は引き続き進むため、録音システムの更改も進むと捉えています。また、テレビ会議分野では、ブロードバンドネットワークの普及によりテレプレゼンス（高精細・高臨場感のハイエンド機種）の市場が活発化しています。CTボードは依然として堅調ですし、これからは画像／映像系処理が可能なマルチメディア処理ボードの黎明期に入るでしょう。また、SIPを中心としたプロトコルスタック分野もNGNの進化に追随して、今後のさらなる発展が期待できます。

専門チームを編成し、数年後に花開かせる新商材の発掘に注力

――最後に、今後のビジネスの抱負をお聞かせください。

須田　私自身、最近は数年後に花開かせる黎明期の商材発掘に精力的に取り組んでいます。特に、マルチメディアコミュニケーション技術分野の、音声からマルチメディアへの流れの中で、他では扱っていない商材を見つけ出すため本部内に、「新商材発掘プロジェクトチーム」を編成し、組織的な活動を開始しました。また、海外調査やNTT-ATの米国支店等を通した情報収集活動も積極的に行っています。業績面での中期目標としては、数年後に売上倍増を目指しており、この実現に向け、本部内のビジネスユニットを複数にするなど組織の拡大を含め、精一杯努力してゆく所存です。

――本日は有難うございました。

（聞き手・構成：編集長　河西義人）