特集

新たなデータ活用によるビジネスを創出する
NTTデータ　ビッグデータビジネス推進室

インタビュー

お客様と共にデータ活用のグランドデザインを描き、新たな価値を創出していくパートナーを目指します

NTTデータは、ビッグデータに関する社内やグループ会社の関係組織を集約した「ビッグデータビジネス推進室」を2013年7月1日に立ち上げた。同推進室のミッションは、先進的な分析技術や基盤技術をベースとして、お客様と共にデータ活用のグランドデザインを描くパートナーとして、新たな価値を創出していくことだ。多種多様な顧客接点を持つNTTデータの強みを生かして、新たなデータ活用によるビジネス創出に取り組むビッグデータビジネス推進室の事業展開について、福田輝光室長にうかがった。

株式会社NTTデータ
ソリューション＆テクノロジーカンパニー
ビジネスソリューション事業本部
ビッグデータビジネス推進室
室長　福田 輝光氏

革新的なサービスを通じて市場が急速に拡大していく

――ビッグデータ関連市場は、今後、大きく拡大していくことが見込まれていますが、現在、そして今後の市場動向について、どのように進んでいくと考えていますか。

福田　ビッグデータ関連市場は、クラウドの普及やデータプロバイダーによるデータ共有・販売を軸として広がりを見せ、中長期では革新的なサービスが登場することで急速に拡大していくことが見込まれています。市場動向を段階的に見てみると、短期では、クラウド移行を伴う業務効率化やハードウェアへの投資など、データ活用のためのインフラ整備を中心に進んでいくでしょう。中期では、ビッグデータ分析を用いた売上向上など、競争優位の実現を目的とした活用（投資）が一般化していくでしょう。そして長期では、自社データだけでなく、公開されたパブリックデータや個人データなど、業種業界を融合したデータの利活用が進み、新たなビジネスモデルが拡大していくと思われます。

ニーズの発掘から課題解決・価値創造までを支援していくビジネスパートナー

――市場の拡大が見込まれているビッグデータですが、企業でのビッグデータ活用は、現在、どのような状況でしょうか。

福田　既にビッグデータの活用に取り組んでいる企業は、全体の15％程度と少ないものの、その多くは、ハードウェアベンダー等とのタイアップにより取り組みを本格化しています。一方、ビッグデータ活用への取り組みの必要性を感じているものの、まだ活用の検討段階にある企業については、ニーズの発掘から課題解決・価値創造までを支援できるパートナーを求めている状況にあると想定しています。このような状況を踏まえて、市場により近い立場でお客様（顧客企業）と共にビジネスを検討していくために、NTTデータのビッグデータ関連のケイパビリティを集約した組織として設立されたのがビッグデータビジネス推進室です。

データ活用のスペシャリストが新たなビジネス創出をサポート

――ビッグデータビジネス推進室のミッションをお聞かせください。

福田　ビッグデータビジネス推進室のミッションは、先進的な分析技術や基盤技術をベースとして、お客様

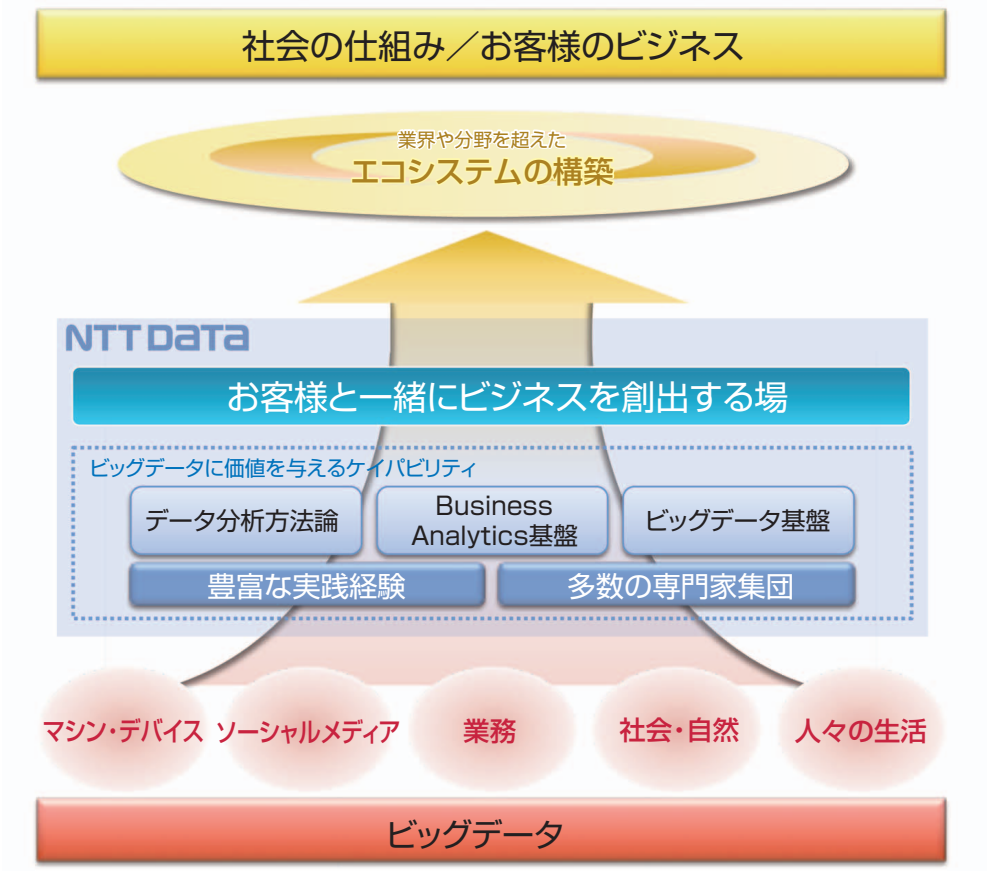

図1　NTTデータが考えるビッグデータビジネス

と共に「データ活用のグランドデザインを描くパートナー」として、新たな価値を創出していくことです。実際の事業では、お客様の視点での「潜在ニーズの掘り起こし」、「価値創出／定着化のサポート」、「分野・業界軸での新サービス・ソリューションの整備・展開」をトータルでサポートすることを目的に展開していきます。体制は、BI（ビジネスインテリジェンス）・BA（ビジネスアナリティクス）分野でビジネス創出、分析、基盤構築、ソリューション提供を行ってきた営業、コンサル、アナリスト、基盤アーキテクト人材と、M2M（Machine to Machine）関連の推進組織を集約。加えて、分析ノウハウに強みを持つNTTデータ数理システムを傘下にして連携を強化しました。データ活用に長けたスペシャリストが、お客様の新たなビジネス創出をサポートしていきます。対応するお客様としては、公共、金融、法人分野全般、社内の顧客営業組織とも連携して対応、サポートしていきますし、自らも新たな顧客を開拓していきます。

実用化に向けた「場」を通じてお客様と一緒にビジネスを創出

――データ活用によるビッグデータビジネスについて、NTTデータ様ではどのようにお考えでしょうか。

福田　NTTデータが考えるビッグデータビジネスとは、お客様と一緒にビジネスを創出していくことを第一の方針として掲げています。データ活用とは、一般的には、マシン・デバイス等のセンサやソーシャルメディアを通じて得られるデータや、企業の業務・顧客データ、各種交通情報や医療・ヘルスケア、気象情報、災害情報といった人々の生活や社会・自然から発信されたデータを集約して、データ分析方法論やBA基盤といったケイパビリティを活用してビッグデータに価値を与えていく

ことを指しています。一方で価値を捉える場合、ビジネスにつながる価値でないと意味がありませんので、NTTデータでは、お客様がデータを活用して「何を行いたいのか」、「どういった課題を解決したいのか」、あるいはデータ活用により「何ができるのか」を起点として捉え、それをビジネスにつなげることを重要視して取り組んでいます。

――その取り組みの中で重要になるのは、どのようなところでしょうか。

福田　このことは簡単なようで実は難しく、当社がこれまで中心として担ってきたSI（システムインテグレーション）事業のアプローチとはまったく違ったアプローチが求められます。営業も開発についても従来とは違う発想、アプローチが求められます。よりお客様を知る（業務を知る、課題を知る）という点、加えてどんなデータを扱い、どんなデータ分析をしてどういった価値が生まれるかという「仮説」と「検証」の繰り返しを継続的に実施する。このフェーズがより重要になってくると考えています。従来のSI的発想では、プリセールスフェーズないしは営業フェーズ。ここに機能、サービスを結集することが重要になります。

今回、その想いからこの結集した機能、サービスの拠点として、また、お客様と一緒にビジネスを創出する「場」として、「データウェアハウス／ビジネスインテリジェンス・ラボ®」を新たに開設しました。ここでは、各種データの分析や業務の効率化や新規サービスの創出といった課題の認識などを、トライアル環境を通じて検証し、お客様と共に試行錯誤を繰り返しながら新たなビジネスを創出していきます。

こういった背景から、一方でビッグデータビジネスはコンサルビジネス？　ないしは後のSIが付いてきても比較的小粒のビジネス？　とも囁かれています。しかしこのノウハウ、「仮説」－「検証」の結果等の知的資産は、業界、分野で共通で扱えますし、業界、分野を超えて新しいビジネスのヒントにも成り得るものだと考えています。この知的資産をベースに、そしてNTTデータとして業界、分野を超えた新たなエコシステムを創造して大きな事業に育てたいと考えています。

――ビッグデータビジネスにおけるNTTデータ様の「強み」は、どのようなところでしょうか。

福田　我々と同じIT業界の他社からは、当社の強みはSI力だけではなく、「多様な顧客基盤」であり、「業界、分野をつなぐ力」だとよく言われます。IT業界もデバイス、ネットワーク、基盤、ミドル等のレイヤにおいては、コモディティ化が進み顧客目線での他社差別化が非常に難しくなっています。その中でデータ活用の分野、つまりBI、BAを加味した業務、アプリケーション、サービスの分野においては、まさに顧客とこれから新たな付加価値を生み出す領域であり、顧客企業にとっても、我々IT業界にとっても最重要な競争因子になると考えています。その意味でも当社が顧客起点かつデータ活用起点で顧客リレーションを強めることが、これからの競争に打ち勝つ「強み」になると考えています。他社から見てもそのポジションに一番近いと見られているNTTデータの最大の強みだと考えています。この視点で我々はデータ活用、BI・BAの専門ノウハウを武器に様々な業界、分野での新たなビジネスを生み出します。このことに当社が志向することは、IT業界におけるソリューションベンダにとっても、いわば「持ち得ていないピース」を埋めることにもなり、競合から協業・アライアンスも可能になると考えています。我々は様々な業界、分野でデータ活用、BI・BAテーマでの垂直統合モデルを構築し、グローバル含めた他展開も同時に狙います。

――最後に、今後の抱負をお聞かせください。

福田　データ活用は顧客サイドの変革トレンドだと捉えています。と同時に、当社にとっても事業の考え方、アプローチの変革は不可欠。お客様の変革を踏まえたビジネスを展開していくパートナーとして、ビッグデータビジネスを推進していきます。

――本日は有り難うございました。

（聞き手・構成：編集長　菊地勝由）