グローバルビジネスのさらなる拡大を図る NTTデータ グローバルビジネスカンパニー

インタビュー

お客様の要望に 柔軟に対応していく "Japan Quality"を 訴求していきます

グループ間連携をサポートしながらグローバルビジネスのさらなる拡大に取り組むNTTデータ グローバルビジネスカンパニー。NTTデータグループのグローバルビジネスの状況と、「Global 2nd Stage」での展開について、グローバルビジネスカンパニー長の山田英司代表取締役副社長にうかがった。



株式会社NTTデータ 代表取締役副社長執行役員 グローバルビジネスカンパニー長 **山田 英司**氏

グループ連携によるシナジーが 様々な形で生まれている

――はじめに、NTTデータグループの グローバルビジネスの状況について、 最近の状況をお聞かせください。

山田 NTTデータグループのグロ ーバルビジネスは、M&Aに伴うの れん償却費等の為替影響などがあり ますが、受注高・売上高については、 順調に伸びています。地域別では、米 国のNTT DATA Inc. が好調で、複数 年度にわたる大きな受注案件などを 獲得し、グローバルビジネスの牽引 車的存在になっています。EMEA は、ユーロクライシスに端を発する 経済状況の悪化などから業績が低迷 していましたが、構造改革を行い、国 別のマネジメントを導入して、マネ ジメント体制を強化したことによ り、今後は反転攻勢に出てくるでし ょう。APACについては、ベトナム、 マレーシア、タイ、ミャンマーなど で多数の案件が出てきています。収 益的に貢献するためには、もう少し 時間が必要ですが、引き続き力を入 れていきます。

――グローバルビジネスカンパニー (以下、GBC)が誕生して1年が経過 しましたが、その成果は出てきていま すか。

山田 GBCを設置したことで事業 会社との連携をより一層図れるよう になり、シナジーが様々な形で生ま れています。たとえば、Offering(商 材) ごとに国内外のグループ会社の 強みやリソースを結集して事業連携 を図る「Global One Team | 活動で は、各社が連携して提案活動を行う ケースが増えました。このような提 案活動を通じて、Daimler社様の案 件などを受注することができまし た。また、NTTデータの英国子会 社であるNTT DATA UK Limitedが Dimension Dataと連携して英国財 務省のITO案件を受注するなど、 NTTグループ各社との連携も増え

ています。

GBCのミッションは、各地域の事業会社やソリューション会社が、最大限のシナジーを発揮して売上や利益を拡大していけるよう、様々なサポートを行っていくことです。NTTデータグループ、並びにNTTグループ間の連携の成果が出始めていますが、その調整役であるGBCの貢献も大きいと思います。その一方で、各社をより効率的にサポートできるよう、7月にGBCの組織整備を行いました。

|中期経営計画の目標を |1年前倒しで達成

— "Global Top5" "ESP 200円" を 目指した中期経営計画において、グロ ーバルビジネスは、どのような状況に ありますか。

山田 2013年度が終わった段階で グローバルビジネスの売上高が 3,000億円程度となり、全体の20% を占めるようになりました。さらに、 スペインのeveris社がグループに加 わったことなどで、中期経営計画の 目標は、1年前倒しで達成し、 2016年3月期には、4.300億円に 達する見込みです。またeveris社が 加わったことで、スペインをはじめ とした南欧や、メキシコ、ブラジル などの中南米地域でのビジネス展開 が可能となり、グローバルビジネス の地理的カバレッジが大きく拡大し ました。我々が目論んでいた地域に ついては、カバレッジがほぼ完遂し、 連結社員数約76,000名のうち海外 の社員が約43,000名、売上比率も 全体の1/4に達するなど、NTTデ ータが本格的にグローバルビジネス を展開して約10年が経過した今、 "Global 1st Stage"に立つことがで きたという認識です。そして"Global 2nd Stage"に向けて、さらに活動 を強化していきます。

"Clients First with Innovation and Japan Quality"

—— "Global 2nd Stage" に向けた取り組みについて、どのようにビジネスを進めていきますか。

山田 "Global 2nd Stage"では、アイデンティティとして掲げている "Clients First with Innovation and Japan Quality"、NTTデータグループは、このような会社だということを、お客様や競合他社に訴求していきます。Clients Firstは、ロングターム・リレーションシップという長期間にわたる信頼関係をベースに、出来る限りお客様の要望を踏まえた形でサービスを提供していく、その 姿勢をグループ全体に浸透させていきます。Innovationについては、海外のグループ会社も賛同してくれるでしょう。そしてJapan Qualityを、どのように伝えていくのか。これが大きな課題となります。

——Japan Qualityとは、日本特有の "おもてなし"の精神に近いイメージ がありますが、海外の従業員にどのよ うに伝えていきますか。

山田 多くの日本の企業が大切にし てきた、「納期を守る」、「コストや品 質をしっかりと管理する」、「どんな ことがあっても逃げない」、「最後ま でやりきる」、そんな意味合いを込 めたものがJapan Qualityです。 Japan Quality については、各海外事 業会社のCEOとディスカッション を行い、その誰もが「これは他社と の差別化につながる」と評価してい ます。自分たちの形は持っているが、 お客様の要望に合った形で柔軟に対 応していく、その姿勢でビジネスを 進めていくことが他社との差別化に つながるとの意見でした。Japan Qualityについては、海外の社員に認 識してもらえるよう、定義を明確に していきます。

グローバルブランドの確立と 海外売上比率50%を目指す

――グループ約76,000名の社員が共通の意識を持つことは、とても難しいことだと思われますが、何か意識を1つにする施策などを考えていますか。

山田 グループビジョン「Global IT Innovator」のもと、その実現に向

けて私たちが大切にするバリューと して、「Clients First」、「Foresight」、 「Teamwork」の3つを定めていま す。NTTデータグループらしさを 訴求する "Global 2nd Stage" では、 この3つを共通のバリューとして認 識することが必要です。その施策と して、今年の創立記念日(5月23日) の週に開催した「Values Week」の 中で、この3つのバリューをより深 く考えてもらうために、ケーススタ ディでどのような振る舞いをするの か、その振る舞いは3つのバリュー に相応しい行動なのかを議論するワ ークショップを開催しました。これ には、海外社員の10%強にあたる 5.000名が参加しました。参加者か らは「3つのバリューを実感でき た」、「NTTデータが何を目指してい るのかを理解できた」といった声が 寄せられました。社員が共通の意識 を持てるよう、このような機会を増 やしていきます。

――最後に、今後のビジネスへの抱負 についてお聞かせください。

山田 "Global 2nd Stage"では、NTT データのグローバルブランドを確立 し、グローバルビジネスの売上比率 がグループ全体の50%を占める状態 にまで持っていきたい。そのために も、それぞれの地域ごとのプレゼン スを上げていくことと、これまで以 上に、事業連携によるシナジーを出 していくことに注力していきます。

――本日は有難うございました。