事業本部長インタビュー

社内だけでなく、お客さまのビジネス、ひいては日本のIT業界全体のために変革の礎を築く

近年、ITのコモディティ化が叫ばれている。日本のIT業界はどのような方向に向かうのか。その場合に、アプケーションからIT基盤まで提供するNTTデータのビジネスソリューション事業本部は、日本のIT業界の縮図と言え、その戦略は参考になるだろう。常務執行役員・ビジネスソリューション事業本部長の海野 忍氏に伺った。

『ITのコモディティ化は、私たちのビジネスに大きな変化をもたらす』

㈱NTTデータ　常務執行役員
ビジネスソリューション事業本部長
海野　忍氏

――業種業界にとらわれないビジネスを展開するビジネスソリューション事業本部の立場から、今のIT業界全体をどのように見ていますか。

パッケージソフトはありますが、基本的にIT業界は、お客さまのニーズからソリューションをオーダーメイドで作る受注生産型のビジネスと言えます。しかし、企業にとってのITのコモディティ化が進みつつあり、それは、私たちのビジネスに大きな変化をもたらすでしょう。つまり、安価に、かつ大量生産が求められるITをどう提供していくか、が問われてきます。

また、一般的にコモディティ化された商品の価格決定権はマーケットに移り、コストと、マーケットの決める価格の因果関係はなくなります。しかし、これまでIT業界の価格は、生産側のコスト＋マージンで決まっていましたから、この点でも大きな変化が求められると思っています。

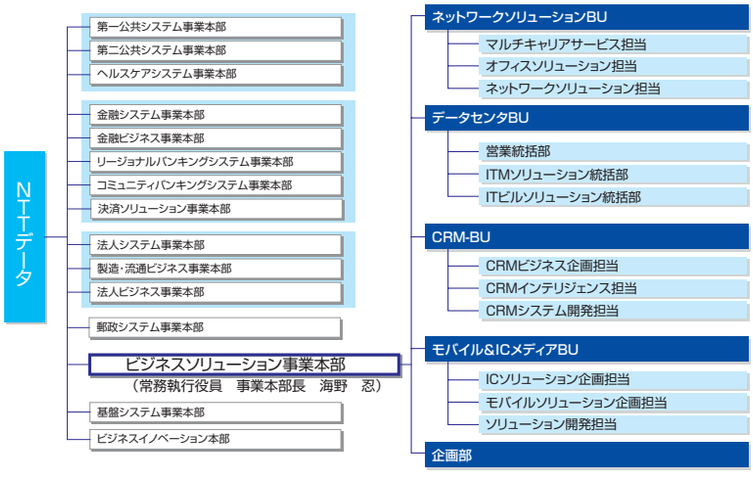

図1　ビジネスソリューション事業本部 組織図

――ビジネスソリューション事業本部のNTTデータ内、およびIT市場における存在意義は何ですか。

まずNTTデータ内では、マーケット毎の営業組織が別にありますので、その部隊に対して効率的なビジネスができるように後方支援を行うことだと思っています。営業部隊には、お客さまとお話しする時間を増やしてもらい、私たちは先端的かつ業種業界問わず、適用可能なソリューションを社内に提供することがミッションです（図1）。

次に市場に対しては、自らも営業組織としてのミッションを持ちます。ただ、基本的に大企業のお客さまは、分野別営業組織で対応させて頂いておりますので、私たちは中小規模のビジネスと、業際のビジネスを狙っていきます。中小規模、とお話をすると『中堅・中小市場にも

SI事業を展開するのか』と言われます。しかし、私が考えているのは、大規模なシステム共通基盤を活用して実現する中規模なITビジネスを、あらゆるお客さまに提供することです（図2）。

――業界では、SaaS（Software as a Service）が注目されていますが、イメージされているのはそれですか。

SaaSも選択肢の一つであり、もちろん注目しています。SaaS市場での私たちの強みは、中立性になるでしょう。そのため将来的には、アプリを提供する様々なSaaSベンダーにとって、NTTデータのプラットフォームを活用すれば、簡単にかつ素早くサービスが立ち上げられる、そんな存在になっていくことも可能だと思うのです。また、超密集、超大型のプラットフォームを提供するケイパビリティを持つのは、NTTデータだとも思っています（図２）。

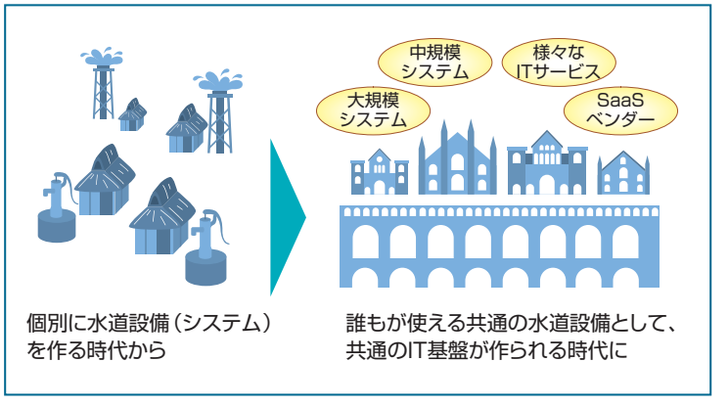

図２　ITのコモディティ化から共通基盤の発達へ

『変化の過度期で変革の主人公にもなり得るが、逆に変革しないとその存在意義が問われる』

――「システム」を売る企業から「変革」を売る企業へ転換するということは、どのように捉えるべきですか。

先ほどお話しした通り、IT業界自体が大きな変化の時期にあります。そのため、お客さまに変革をもたらすことは勿論のこと、私たち自身も変革しなくてはいけないという認識です。

例えば今後、ITの価格は、かかったコストの積み上げでなく、導入によりお客さまが得たビジネスバリューによって決まる時代が来るでしょう。その時、Slerとして発揮すべき能力とは、一品生産のシステム構築能力よりも、システムの共通部分をなるべく厚くし、お客さまのビジネス課題を、コンサルティングとアプリケーションのマッシュアップによって、解決することではないかと考えます。

受注生産型の大型SIに特化してきた弊社で、もしこういった取り組みを行っていくのであれば、私たちビジネスソリューション事業本部は、変革の主人公になり得ます。逆に私たちが変革しないと、その存在意義が問われると考えています。

――ビジネスソリューション事業本部内の各ビジネスユニット、および事業本部としての展望をお聞かせ下さい

データセンター、ネットワーク、モバイル＆ICメディア、CRM、４つのビジネスユニットがありますが、その全てがチャレンジだと思っています。

データセンタは、セキュリティ強化、高速回線などに加え、今後、熱対策のような技術にもニーズが高まりそうです。さらには、使いやすいAPIの提供や手軽な認証機能の支援など、基本的に技術からサービスに移行した付加価値を提供しなくてはいけません。

ネットワークに関しては、NGN対応も視野には入れていますが、今は、多店舗を持つお客さまに対して、Bフレッツを活用し、いかに安価なビジネスインフラを確立できるかに力を入れています。

モバイル＆ICメディアでは、電子マネーも普及し、ポイントサービスなども活況を帯びてきた所で、今後さらにどのような新規サービスを展開できるか、考えなくてはいけません。そしてCRMはSIの範疇を超え、オペレーションのフルアウトソーシングまで含めて請け負い、お客さまの変革をより深くコミットしていきます。

全てのビジネスユニットの変革が、お客さまへのビジネスバリュー提供につながるよう取り組んでいきます。