インタビュー

強いところを更に強くして競争力を高めながら、高付加価値なＩＴサービスをお客様に提供していきます

グループビジョン「Global IT Innovator」のもと、真のグローバルITカンパニーを目指して、グローバルビジネスの拡大・拡充を積極的に展開しているNTTデータグループ（以下、NTT DATAグループ）。世界中のお客様のニーズに対応できる体制を整備した「Global 1st Stage」から、グローバルブランドの確立を図る「Global 2nd Stage」に向けての展開について、グローバル分野を担当する西畑一宏取締役常務執行役員にうかがった。

株式会社ＮＴＴデータ
取締役常務執行役員　グローバル分野
西畑 一宏氏

世界中のお客様に対応できるようカバレッジを拡大

――はじめに、NTT DATAグループのグローバルビジネスの状況についてお聞かせください。

西畑　NTT DATAグループは、グループビジョン「Global IT Innovator」のもと、約7年前から積極的なM&Aを展開しながらグローバル化を推進してきました。そして2014年に中南米に拠点を持つスペインのeveris社がグループに加わり、現在（2015年9月末現在）、世界のIT市場の約95％を占める世界40数ヵ国・地域にまでカバレッジが拡大しました。ほぼ全世界にカバレッジが拡がったことで、「Global 1st Stage」で掲げた、世界中のお客様のニーズにお応えすることができる体制が整い、グローバルでビジネスを展開するプレイヤーとしての地位を確立しました。

――ほぼ全世界にカバレッジが拡がったことで、ビジネスはどのように変わりましたか。

西畑　カバレッジが拡がったことで、NTT DATAグループが得意としている分野やグループ各社の連携によるシナジーなどを、より多くのお客様に、より詳しく伝えることができるようになりました。その結果、以前であれば、提案の機会すらいただけなかった海外のお客様からの受注獲得に成功しました。

――カバレッジが拡大したことによる課題などはありますか。

西畑　カバレッジが拡大したことで、どの地域のお客様に対しても同じような対応をしていかなければなりません。そのためには、共通なプラットフォームや標準化されたプロセスを通じて、どの地域のお客様に対しても高付加価値なITサービスを提供していくことと、それをお客様に見せていくことが重要です。グローバルブランド「NTT DATA」の確立を図る「Global 2nd Stage」では、NTT DATAグループ全体が「One NTT DATA」として一体となって、お客様や社会の課題に応えていくグローバル戦略を推進し、グローバル市場での更なる成長を目指していきます。

強いところを更に強くしながら、フレキシブルに対応していく

――「Global 2nd Stage」の目標やその達成に向けた取り組みなどをお聞かせください。

西畑　「Global 2nd Stage」の目標は、グローバルブランドの確立と海外売上比率50％の達成です。これを実現するためには、グローバル案件の

RFP（Request For Proposal：提案依頼書）獲得に向けた取り組みと、ケイパビリティの更なる強化に向けた取り組み、NTT DATA グループおよび NTT グループとのコラボレーション強化に向けた取り組みが必要です。NTT DATA グループが、これまでグローバルビジネスの柱としてきた「Global Offerings」、「Global Delivery」は、これらの取り組みのベースとなるものです。「Global Offerings」は、国内外のグループ各社がそれぞれに持つ強みを Offering（商材）としてまとめて、強いところを更に強くしていく取り組みです。一方「Global Delivery」は、各拠点の開発・運用プロセスを標準化しながら開発リソースやプロジェクト状況などを把握して、お客様に高品質なベストソリューションをフレキシブルに提供していく取り組みです。この 2 つを両輪として回していくことで、「Global 2nd Stage」の目標を達成していきます。

——RFP の獲得に向けては、どのような取り組みを展開していきますか。

西畑　RFP の獲得に向けては“マジックナンバー 2%”を目指した取り組みを展開しています。これは、各地域においてマーケットシェア 2%を目指していく取り組みです。シェア 2%を獲得できれば、その地域の Top10 プレイヤーに位置付けられ、RFP を獲得できるようになります。既に幾つかの地域ではシェア 2%を達成していますが、より多くの地域でシェア 2%を獲得できるよう、得意分野に磨きをかけてビジネスを展開していきます。

NTT DATA グループならではの価値を提供するビジネスを展開

——「NTT DATA」をグローバルブランドへと確立することが「Global 2nd Stage」の目標ですが、そのために解決しなければならない課題として、どのようなことがあげられますか。

西畑　「NTT DATA」をグローバルブランドへと高めていくためには、得意としている分野を更に強化し、NTT DATA グループは“ここが強い”ということを明確にお客様に伝えていかなければなりません。他のグローバル IT ベンダとは異なる「NTT DATA」ならではの価値を提供し、差別化を図っていきます。

NTT DATA グループが他のグローバル IT ベンダと異なっているところは、自社の製品やサービスを通じてお客様に価値を提供するプロダクト型のビジネスではなく、お客様のニーズにお応えした IT サービスを通じて価値を提供する Clients First 型のビジネスを展開しているところです。NTT DATA グループが提供する IT サービスの品質には、システムの品質だけでなく、営業活動をはじめとした顧客対応なども含めた企業活動全体の品質が含まれています。このような Clients First 型のビジネスを展開するために、グローバルビジネスを展開しているお客様をサポートする「Global Accounts」に特化した組織と、グローバルブランドの確立に向けて「One NTT DATA」としてグローバルビジネスの統合を進めていく組織を、グローバル事業本部内に新設しました。

結果を出していくことでポテンシャルを証明していく

——最後に、今後のビジネスへの抱負をお聞かせください。

西畑　カバレッジが拡大したことで、世界のほぼどの地域であってもお客様のリクエストに応えられるようになりました。これからは、この期待に応えられるよう、各地域において、単にお客様のシステムを開発するのではなく、コンサルティングからインプリメンテーション、保守・運用、そしてまたコンサルティングへと、お客様のシステムの一連の流れ（ライフサイクル）を回していけるよう、ビジネスの品質を高めていきます。

得意分野に集中したビジネスをグローバルで展開した結果、NTT DATA グループのポテンシャルは上昇しました。これからも、強いところを更に強くして結果を出していくことで、このポテンシャルが本当であることを証明していきます。

——本日は有難うございました。

（聞き手・構成：編集長　菊地勝由）