インタビュー

NTT DATAグループならではの価値を提供して新たなステージを見据えたビジネスを展開します

グループが一体となった「One NTT DATA」として、グローバルで多様なITサービスを提供する企業グループを目指しているNTTデータグループ（以下、NTT DATAグループ）。同グループのグローバル分野のビジネス状況と、グローバルブランドの確立と海外売上比率50%の達成を目指す「Global 2nd Stage」に向けたビジネスの方向性について、グローバル事業本部長の伊藤浩司執行役員にうかがった。

株式会社ＮＴＴデータ
執行役員　グローバル事業本部長
伊藤 浩司氏

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。

伊藤　中南米地域に拠点とお客様を持つスペインのeveris GroupがNTT DATAグループに加わったことで、カバレッジはほぼ全世界に拡がり、これまではご提案の機会すらいただけなかったお客様からの引き合いと受注も獲得できるようになりました。IT投資の動向については、地域ごとに異なりますが、ビジネス全体としては、継続して堅調に成長をしており、特に、コンサルティング、アウトソーシング、BPO（Business Process Outsourcing）、SAPソリューションの成長が大きくなっています。

――各地域の状況や今後の見通しについてもお聞かせください。

伊藤　北米については、成長の勢いが持続しており、経済の見通しは引き続き明るく、IT投資についても主に企業部門で堅調な需要があります。EMEAについては、ユーロ圏経済は緩やかに回復しつつあります。IT投資は、ドイツやイギリスのITサービス市場は引き続きプラス成長が予想されていますが、イタリアなどでは依然として厳しい状況が続いています。そしてeveris Groupを核にビジネスを展開しているスペインと中南米地域については、スペインの経済は回復期にあり、ITサービス市場もプラス成長が見込まれています。中南米地域は、経済は全体として減速傾向にあるものの、ITサービス市場は政府による公共部門向けの需要があります。

――グローバル化を進めているお客様の動向には変化はありますか。

伊藤　クラウド化に対するニーズが徐々に高まっています。これまでは、ITを“守りのツール”として捉え、クラウド化についても、業務プロセスを変えずに可能な範囲のみ移行してコスト削減を図ることが第一の目的でした。それが次第に、ITを“攻めのツール”として捉え、業務そのものを外部にアウトソーシングして中核事業の集中化を図るBPO、AMO（Application Management Outsourcing）、ITO（Information Technology Outsourcing）を活用するお客様が増えています。グローバル化を進めるお客様の多くが、クラウドサービスの利用経験を踏まえて、サービスに業務プロセスを合わせていくスタイルへと移行しています。

――グローバルビジネスの、最近のトピックスをご紹介いただけますか。

伊藤　NTT DATAグループの米国子会社であるNTT DATA, Inc.を通じて、金融業務に特化したコンサル

ティングやシステム導入サービスに強みを持つCarlisle & Gallagher Consulting Group, Inc.を子会社化しました。またeveris Groupが、スペインを中心にフランスや中南米地域で有料道路関連設備やテレコム関連設備の敷設・維持管理等を手がけるAbertis Infaestructuras, S.A.と、10年間の大型アウトソーシング契約を締結し、財務・経理業務や人事業務等のBPOと、ユーザーサポート等のサービス提供を開始しました。

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

——NTT DATAグループは、2015年7月1日付で機構改革を実施しましたが、グローバル分野の体制はどう変わりましたか。

伊藤　今回の機構改革では、事業組織の機動性をさらに高めるため、これまでのカンパニー制を廃止して、業務執行については、事業本部レベルで意思決定を図っていく体制に移行しました。それに合わせて事業本部が再編されましたが、グローバル分野については引き続きグローバル事業本部が担当していきます。

また、グローバル事業本部の体制では、これまでのビジネス開発部とビジネスサポート部に加えて、Sales and Marketing部とOne NTT DATA企画部を新設しました。

Sales and Marketing部は、NTT DATAグループのグローバルビジネスにおける市場戦略「Global Go To Market」の中で「Global Accounts」ビジネスの推進を中核的な取り組みとしている組織です。グローバルビジネスを展開しているお客様とそのプロジェクトをサポートしながら、マーケティング活動を展開して、グローバルビジネスの成長を加速していきます。

One NTT DATA企画部は、ビジネスの統一化やオペレーションの標準化を図りながら、グローバルブランドの確立に向けて、グループが一体となった「One NTT DATA」の実現を進めていく組織です。

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

——グローバルビジネスの事業戦略、事業方針をお聞かせください。

伊藤　グローバルブランドの確立と海外売上比率50％の達成を目指す「Global 2nd Stage」に向けた展開が、そのまま事業の方向性になります。事業戦略については、マーケティングの基本フレームワークである「3C（Customer、Competitor、Company）」と、「4P（Product、Price、Place、Promotion）」を踏まえながら進めていきます。

——「3C」と「4P」に基づいた事業戦略について、ご説明いただけますか。

伊藤　「3C」では、お客様（Customer）のニーズとクラウド化をはじめとした新たな動きにも対応していきます。同時に、NTT DATAグループの得意分野を更に強化して、他のグローバルITベンダ（Competitor）との差別化を図り、当グループ（Company）が掲げている「Japan Quality」を極めて、高付加価値なITサービスを提供していきます。

次に「4P」では、各グループ会社が強みを持つ商材を集めた「Global Offerings」と、それに関連したベンダとのアライアンスを強化し、各グループ会社のリソースやノウハウを最適に組み合わせた「Global Delivery」を活用して、サービス（Product）を提供していきます。また、お客様のニーズに応じて、オンサイト、オンショア、ニアショア、オフショアを組み合わせて、最適な価格（Price）でサービスを提供していきます。販売チャネル（Place）は、カバレッジの拡大により、世界中のお客様に対応できる体制が整備されました。そして、成功事例を数多く手がけることでNTT DATAグループの認知度を高め（Promotion）、グローバルでビジネスを展開するプレイヤーとしての位置付けを確立していきます。

——最後に「Global 2nd Stage」に向けた抱負をお聞かせください。

伊藤　グローバルビジネスを取り巻く事業環境は、地域ごとに変化を繰り返しています。その中で、NTT DATAグループならではの価値である「Clients First with Innovation & Japan Quality」を実践し、グローバルで多様なITサービスを提供することで、お客様との信頼関係を築き、拡大していきます。

——本日は有難うございました。

（聞き手・構成：編集長　菊地勝由）