

1 金融グローバル IT サービス事業部の取り組み

事業部間のHUBとしてニーズとソリューションを結びつけ新たな価値の創造につなげる

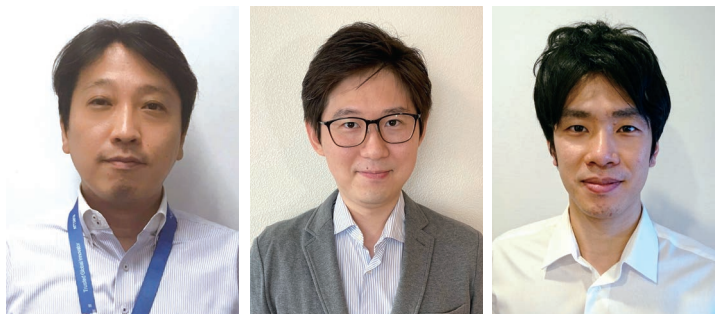
NTTデータ 第四金融事業本部 金融グローバルITサービス事業部（以下、金融GITS事業部）は2020年4月、従来の各統括部に加え、新たに「戦略企画グループ」（以下、戦略企画G）を設置した。本稿ではその狙いや取り組み方針などについて紹介する。

金融分野への異業種参入や ニーズ多様化への対応が必要

金融GITS事業部の主な事業は、銀行やクレジットカード事業者をお客様とするSIだ。NTTデータならではの長期的なお客様との関係が大きな強みとなっている。引き続きこの強みを活かす一方、世の中で変化する価値を見出し深化させていくことも必要であるとして、斎藤氏は次のように述べている。

「近年キャッシュレス化が進んでいます。それと合わせるようにFintechが拡大し金融分野への異業種参入が進んでいます。ITプラットフォームの参入が目立ったQR決済などは代表的な例と言えます。またさまざまなサービスを統合したいわゆる『スーパーアプリ』が人気を集めており、提供するコンテンツが1つだけのようなアプリではエンドユーザーの評価を得ることが困難になっています。このような状況には金融業界だけでなく業界を超えた対応が必要です。」

このような背景から新設されたのが戦略企画Gであった。

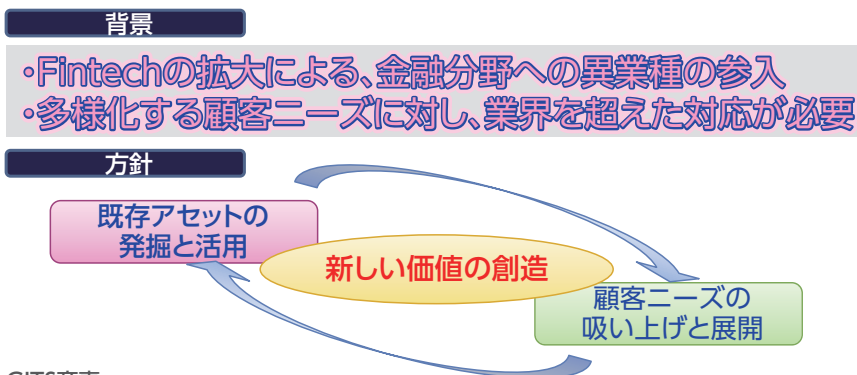


株式会社NTTデータ
第四金融事業本部 金融グローバルITサービス事業部 戦略企画グループ
(左から) 部長 斎藤 嘉紀氏
課長 丸山 健太氏 主任 瀬戸口 智宏氏

強みを活かしたお客様への 価値提供の深化

NTTデータはお客様との長期的

な関係をベースに「4D Value」、すなわち Discover（市場・ニーズの予測や技術の目利き）、Design（広い視野に基づく企画・構想）、



GITS商事へ。。。
戦略企画Gは、事業部間のHUBとなり、ニーズとソリューションを結びつけるとともに、自らも考え、アイデアが育つ組織作りを行う。
・トレード(入) : 事業部内外のアセットを、お客様へスピード感をもって提供する。
・トレード(出) : 業界を超えて、ニーズのあるお客様へアセットを展開する。
・開拓 : 既存アセットを組み合わせ、新しい価値(ビジネス)を作り上げる。

図1 戦略企画グループの新たな取り組み：背景と方針

Develop (最新の技術・サービス・ソリューションを適用した高度なシステム構築)、Drive (お客様がソリューションを最大限活用するためのサポート) からなる「4D Value Cycle」を推進し、お客様への価値提供を深化することを戦略の1つとして掲げている。金融 GITS 事業部の強みも 4D Value と一致する部分が多く、戦略企画 G の取り組みも 4D Value を強く意識したものとなっている。

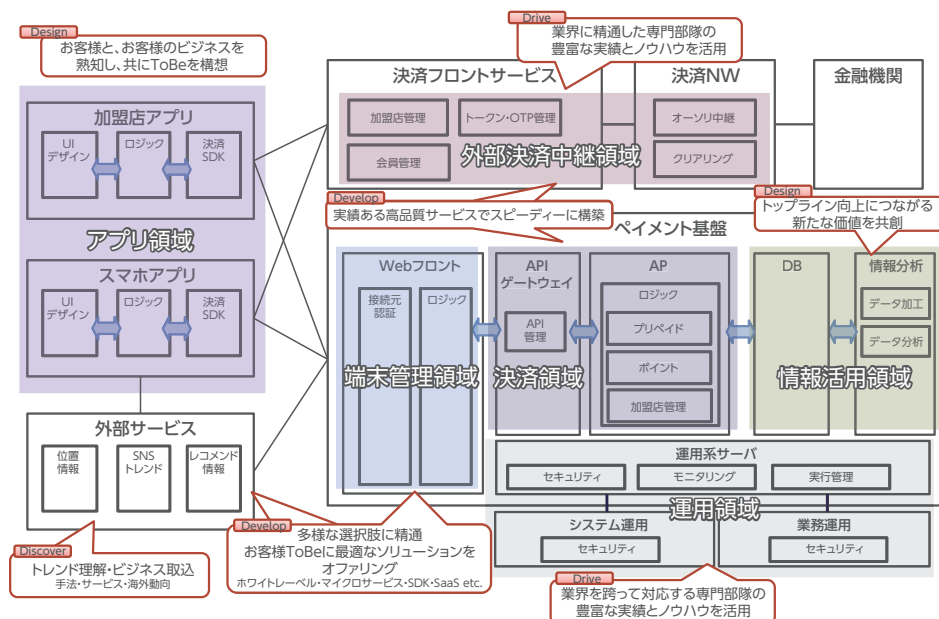


図2 スマホ決済におけるアセット

既存アセットを有効活用し より効率的にソリューションを提供

戦略企画 G は主に 2 つの取り組みに注力することを活動方針 (図 1) として掲げている。1 つは「既存アセットの発掘と活用」。個々のお客様に寄り添い価値を深める活動に注力してきただけに、複数のお客様に共通して役立つアセットを持ちながら、マイクロサービス化や横展開に特段の注力をして来なかった。そこで既存アセットを見直し、他のお客様にも役立つアセットがあれば積極的に提案する活動に注力している。

もう 1 つは「顧客ニーズの吸い上げと展開」。お客様に共通する課題があることは、これまでの経験からもわかっていた。そうした課題を積極的に吸い上げ、全体の課題として認識し、一気に解決を図ることに注力している。より効率良くスピーディーに対応することで、お客様へのコスト低減も期待できる。

事業部間の HUB となりニーズとソリューションを結びつける

前述の 2 つの取り組みに共通するのは、これまで縦割りになりがちであった取り組みを組織横断で行うことだ。前述のように金融分野への異業種参入も目立っていることから、金融系以外も含めた他事業部／組織との連携も重要視している。

「事業部間の HUB としてニーズとソリューションを結びつけ、さらには業界を超えた新しい価値を作り上げる商社のような存在になることが戦略企画 G の目標です。」(斎藤氏)

自ら新しい価値を創造できる組織作り

斎藤氏の言う「新しい価値の創造」は、お客様のニーズと自社／グループ内／外部のソリューションやサービスを結び付ける取り組みを通じて、それらアセットの組み合わせによる活用高度化を進めるだけでなく、新しいサービス／ビジネスを創

発することを意味する。

容易なことではなく、自らが考えアイデアが育つような組織作りも戦略企画 G のミッションの 1 つとなっている。既に具体的な取り組みを展開しており、営業・開発と合同でのアイデアソン、他事業部とのビジネスアイデアや活用事例に関する意見交換会、営業部門と一体化したトレンド勉強会等を定例で実施している。

スマホ決済におけるアセット展開

アセットの有効活用について特に力を入れている分野の 1 つが、スマホアプリを活用した決済サービスだ。さまざまな領域の技術が必要になるが、NTT データは幅広い領域に対応している。図 2 に示したのはスマホ決済サービスに関わる機能群であり、背景色が付いている領域の機能は全て提供準備が整っている。

「各機能はできる限りマイクロサービス化し、再利用可能にします。必要な機能だけを組み合わせ

スピーディーに目的のシステムを実現できます。例えば既にスマホアプリを提供しているお客様がそのアプリで決済も可能にしたいという場合、我々の決済用 SDK を活用して素早く決済機能を追加することが可能です。」(丸山氏)

NTT データはキャッシュレス決済プラットフォーム“CAFIS®”や、金融系の各種サービスと連携しやすいクラウド基盤“OpenCanvas®”のようなシステム基盤を提供している。一方で AWS や Azure のような他社のクラウド基盤を活用するなど、お客様の事情に合わせてマルチベンダーで最適なものを組み合わせ可能であることも強みの1つとなっている。

情報系におけるアセット展開

トップライン向上を目的にさまざまなデータを集めて分析・活用することに取り組む企業が増えている。そのための情報系システムを既に構築済みでシステム更改を複数回行っている企業も多い。今後ますます重要になる分野の1つであり、戦略企画 G はこの分野でもアセットの発掘と展開に力を入れている。

図3はデータの収集、蓄積、分析・加工、活用までの一般的な流れと必要な技術をまとめたものだ。NTTデータはいずれの技術領域にも対応しており、お客様の要件に応じて最適なツールや技術を組み合わせることができる。

情報系システムの導入・更改は費用対効果の観点から経営層の説得が

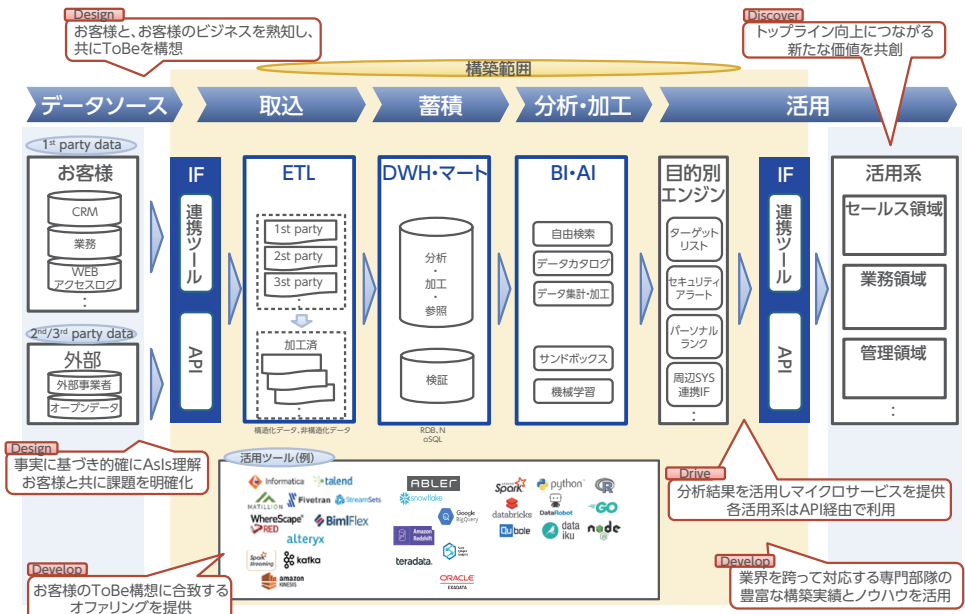


図3 データ活用の流れと必要な機能の例

難しいと考えるお客様が多い。また役立つ便利なツールが多数存在するものの、むしろツールが乱立しているためどのツールをどのように使えば良いか迷うお客様も多い。さらに近年は AI 活用やクラウドへの移行といった新たな要件も増えている。

こうした課題に対応し、より良いデータ活用を実現する取り組みについて、瀬戸口氏は次のように述べている。

「お客様との長期的な関係を活かし、まず現状をしっかりと把握します。そして将来のビジネスを見据えながら何が必要になっていくかをお客様と一緒に考えます。これによりトップライン向上につながるような、また経営層にもアピールしやすいメリットを生み出します。最新技術を活用しながらいかにクラウドへ移行するか、いかにコストを下げるか、といった点も重視しています。」

コロナ禍で顕在化したニーズにも対応

同グループが立ち上がった2020

年4月はテレワークの急拡大など、コロナ禍を受け新たなニーズが顕在化したタイミングでもあった。そうしたニーズへの対応もいち早く進めており、戦略企画 G の取り組みは既に具体的な案件につながっている。

取り組みを強化し新たな価値の創造につなげる

「既存アセットの発掘と活用」と「顧客ニーズの吸い上げと展開」という2つの取り組みは1つのサイクルのようなものであり、繰り返していくことによる相乗効果も期待できる。

「我々の新たな取り組みの価値は、まずスピーディーで効率の良いソリューション提供です。そして今後は2つの取り組みによるサイクルを回していくことにより、新規ビジネスにつながるような新しい価値の創造も実現していきたいと考えています。」(斎藤氏)