

2 ビジネスインキュベーション本部

マーケットイン型ソリューション創出の取り組み

NTTコムウェアは、新ドコモグループにおいて期待される「サービス創出力強化」のため、「ソリューション戦略策定機能の強化」、「NTTドコモ、NTTコミュニケーションズをはじめとするチャネル連携機能の強化」、「ソリューション・プロダクト創出を支える共通プラットフォームの強化」を図っていく。

ソリューション化による 事業領域の拡大に向けて

NTTコムウェアは、ソフトウェアを中核としたICTのプロフェッショナル集団として、これまで日本の社会基盤である通信インフラを支えてきた。その実績にもとづく“技術コアコンピタンス”を、有機的に集積させた技術ブランドとして、3つの提供価値（Managing Value）を立ち上げてきた。

2021年7月から新ビジネスインキュベーション本部を中心に、この“技術コアコンピタンス”や“提供価値”といったNTTコムウェアの強みを生かしたソリューションとそ

れを構成するプロダクトの創出に取り組んでいる。

提供価値を実現する“プロダクト”については自社、NTTグループ内に限らず、他社プロダクトまで広く組み合わせることで、社会課題や企業ニーズに応える「マーケットイン型ソリューション」をスピーディに提供し、新ドコモグループが中期戦略スローガンとして掲げている「あなたと世界を変えていく。」を実現し、法人事業拡大に貢献していく。あわせて、新ドコモグループのプロダクト個々の戦略を「お客さまの課題・ニーズ（ユースケース）」で方向付けすることも並行して実施し、ソリューション化していくことをめざしている。



NTTコムウェア株式会社
取締役
ビジネスインキュベーション本部長
須藤 雅敬氏

提供価値 (Managing Value) の 整備と強化

さきほど述べた提供価値（Managing Value）は、NTTコムウェアがこれまで培ってきた“SI力強化”、“ソリューション・プロダクト強化”、“ベーステクノロジー強化”これらを源泉としている。

1つ目は、「お客さまのデータドリブンビジネスを支えるデータマネジメント」。国内最大級の顧客管理システムを支えてきた大規模データ処理の知見により、企業に蓄積されているさまざまな情報や外部のビッグデータを業界データモデルに適合整備し、有機的かつリアルタイムに加工・分析・活用することで、データドリブンビジネスに資する「提供価値」である。

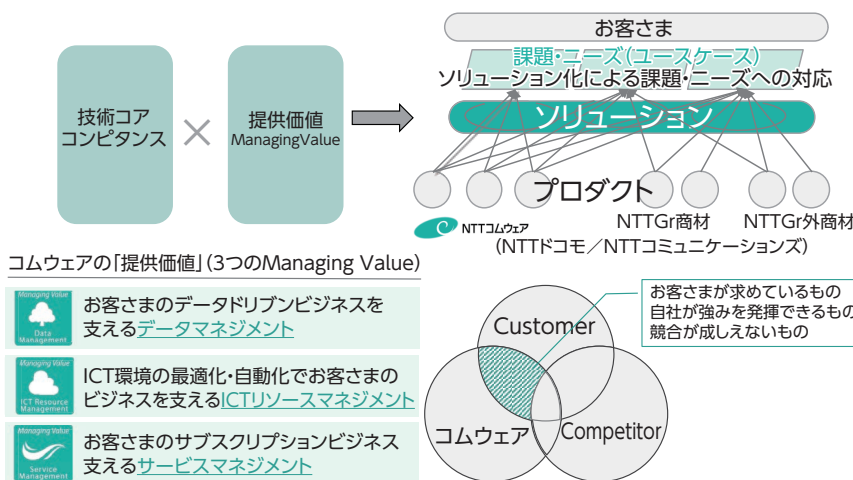


図1 NTTコムウェアが提供するマーケットイン型ソリューション

2つ目は、「ICT環境の最適化・自動化でお客さまのビジネスを支えるICTリソースマネジメント」。ICTリソースとセキュリティー・リスクを気にすることなく、お客さまのビジネス・サービスを快適かつストレスなく利用できる環境を実現する「提供価値」である。

3つ目は「お客さまのサブスクリプションビジネスを支えるサービスマネジメント」。これまで蓄積してきたサービスオーダー（SO）、請求収納、支払決済のノウハウにより、新たなビジネス・サービスや既存ビジネスへの追加サービスのリリースまでの時間短縮や多様なビジネスシーン・パターンに柔軟な対応を実現する「提供価値」である。

各々の提供価値は「プロダクト」という形でアセット化され、それを使いこなす技術者が存在することで成立することから、強みの維持においては「プロダクト」と「使い手」両面での強化が必要である。そのため、プロダクトラインアップの選定や連携を推進する「プロダクト責任者」そして、伸長すべきスキルを特定し、技術者を育成する「SI責任者」を設置した。この2つを統制するManaging Value 責任者は、ソリュー

ションプロデューサー、プロダクトマネージャー、組織リソースアサイン担当と協議し、Managing Value 領域における方針・知見を提供すると共に、強化に向けたアクションプラン遂行を指示する。

ソリューション・プロダクトの責任者ポストの設置とジョブブレードとの連動

「ソリューション化」を推進していく上で重要になってくるのは“人材”である。推進者には、導入期プロダクトの成長や新たなプロダクト創出というミッションを担っていく必要があり、そのための“権限”と“予算”が与えられるよう「ソリューションプロデューサー」というポストを2021年10月に新設した。さらに、全社戦略であるソリューション推進やNTTドコモ／NTTコミュニケーションズとの連携強化に寄与するものを「重点プロダクト」と定義し、「重点プロダクトマネージャー」というポストも設置した。これらには人事制度（ジョブグレード制）と連動させることで、大胆な登用を可能にするとともに、推進者のモチベーションアップを図っている。

ソリューションプロデューサー

は、当社の強み（Managing Value）を活用しつつ、大きな事業規模を獲得し、業界課題・社会課題の解決をめざす。その推進方法として、業界課題や顧客ニーズから適用できるユースケースを想定し、マーケットイン視点で最適なプロダクトを組合せ、課題やニーズに答えていく。このManaging Value とマーケットイン型発想の2つの要素でソリューションとして仕立てていく。

法人事業拡大に向けてマーケットイン型ソリューション提供で貢献

これまでソリューション化推進について述べてきたが、事業として新ドコモグループに貢献するために以下の取り組みを進めていく。

1つ目は、立ち上げたソリューションへの継続的なお客さまニーズの取り込みである。新ドコモグループで新たな法人事業ブランド「ドコモビジネス」のもと立ち上がる業界最大級の法人営業組織とも連携し、お客さまが今まさに社会／業界の課題と感じているニーズを把握し、ソリューションを提供していく。

2つ目は、「ドコモビジネス」の法人営業部門からお客さまへソリューションをお届けするために、営業力強化支援となる仕組みをしっかりと準備する。組織強化や個人のレベルアップにつながる取り組みを行い、顧客課題へアプローチするユースケースを共同で描き推進していく。

NTTコムウェアは、マーケットイン型のソリューション事業を拡大することで、新ドコモグループとして、お客さまのDX 推進、Smart World 実現に貢献していく。

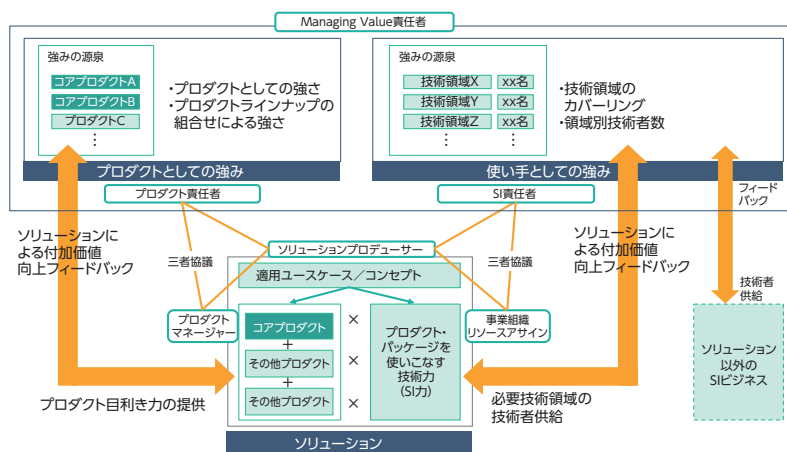


図2 ソリューション戦略とManaging Value 強化の関係