

1 新 NTT Com の再編と戦略について

新ドコモグループで法人事業を担う NTT Com 再編のポイント

2021年10月、NTTドコモがNTTコミュニケーションズ（以下、NTT Com）とNTTコムウェアを子会社化し再編する「新ドコモグループ中期戦略」を発表した。各社の機能統合によるシナジーや、社会・産業構造を変革し地域社会のDXを支援する法人事業の戦略、NTT Com における組織再編のポイントや組織構成、成長戦略について解説する。

3 社の機能的統合によって 新たな価値を創出

ブランドスローガン「あなたと世界を変えていく。」のもと、あらゆる「あなた」と一緒にさまざまなイノベーションを起こし、新たな世界を実現することを目指す新ドコモグループ。NTTドコモ主力の通信事業やスマートライフ事業に加え、法人事業に強いNTT Com、ソフトウェア開発力を持つNTTコムウェアの機能を統合し、新しい世界を創出していくための組織再編を行った。

主力の3つの事業領域のうち1つ目は、高品質で経済的なネットワークと期待を上回る顧客体験を提供する通信事業、2つ目は新たな生活価値・ライフスタイルを創出するスマートライフ事業、3つ目が社会・産業の構造変革や地域社会のDX支援を目指す法人事業だ。これに加え、国内の成功モデルをグローバルに展開する国際事業も据えている。グループのイノベーションを推進するのは、6GやIOWNなど次世代通信技術の研究開発である。

現状の収益の内訳を見ると、ドコモグループ全体の約6割を占める

のが通信事業だ。今回の組織再編によって成長が期待されるスマートライフ事業と法人事業の割合が過半数を超えるよう新たな価値を創造していくとしている。

法人事業をNTT Com に統合 2025年に売上2兆円を目指す

組織再編は、2022年1月の子会社化後、同年7月にNTTドコモの法人事業部隊がNTT Comに移り、NTT Comのネットワークインフラをマネジメントする機能はNTTドコモに移した。加えて、NTT Comが行っていたMVNO・ISP事業は、NTTレゾナントをNTTドコモ子会



NTTコミュニケーションズ株式会社
取締役 執行役員
経営企画部長 藤嶋 久氏

社にして移管。

加えて、NTT Com 配下にはドコモビジネスソリューションズ（以下、dBS）という子会社を置いた。dBSは、営業を中心に5000名ほどの組織となっており、全国の都道府県に支社・

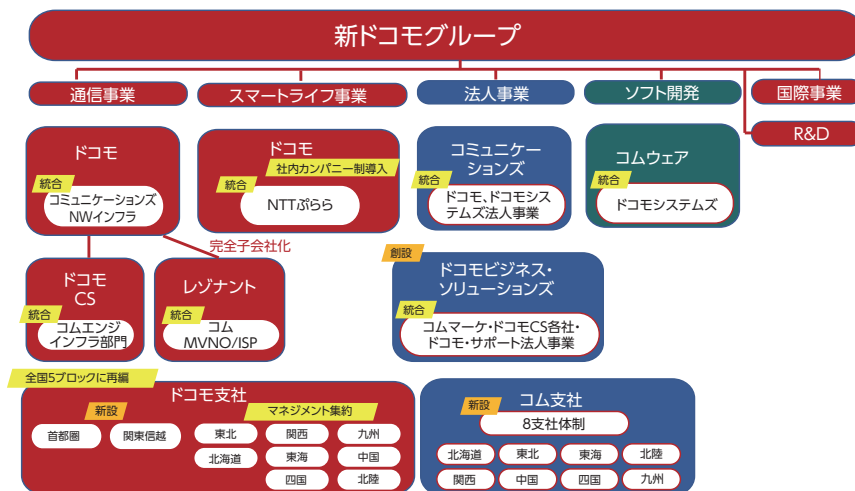


図1 新ドコモグループの事業と体制

支店を置き、地域の中小企業向けの営業チャンネルとして機能する。そしてNTT Com自身も北海道、東北、東海、北陸、関西、中国、四国、九州の8支社を新設し、NTTドコモの支社と連携するなど、地方組織を強化する布陣となっている。こうして、NTT Comは、法人事業の中核を担うこととなったのだ。

NTT Comは2020年に事業ビジョン「Re-connect X」を策定したが、今回の機能統合を踏まえ、改めて移動固定のネットワークを融合したサービス・ソリューションで「つなぎなおし」サステナブルな未来を実現していくと再定義した。NTTドコモのモバイルを加え強化されたサービス・ソリューションのラインナップで、大企業から中小企業のニーズにワンストップで対応し、社会・産業DXのリーディングカンパニーを目指すとしている。統合した法人事業の2020年度の売上高1.6兆円を、2025年には2兆円以上にする目標を掲げている。

新ブランドのもと 社会・産業のDXを支える

法人事業が提供する価値は、「モバイル・クラウドファースト」とし、新たな移動固定融合サービスや5G/IoTサービス・ソリューションを提供し、社会・産業のDX推進を支援する。フレキシブル/ハイブリッドな新たなワークスタイルを提案しながら、データの利活用を柔軟かつ安全に実現するプラットフォームやセキュリティも強化する。事業を持続的に成長できるよう、ネットワーク・データセンターのカーボンニュートラル化などグリーン化にも

ドコモコミュニケーションズコムウェアの持つ法人事業のケイパビリティを統合

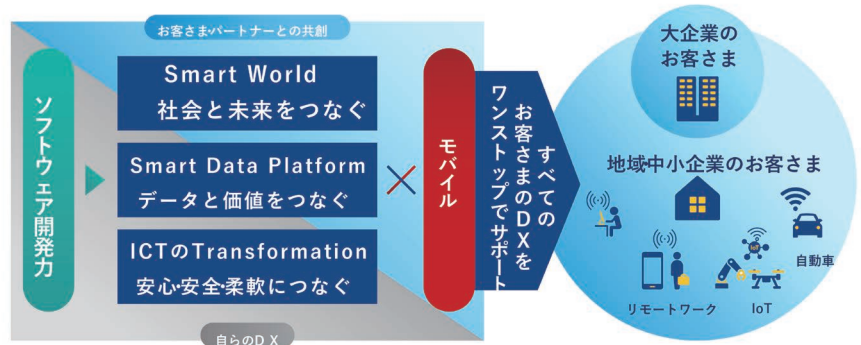


図2 NTTコミュニケーションズ（法人事業）の成長戦略

積極的に取り組む。

なお、再編に伴い法人事業の新ブランド「ドコモビジネス」も作られた。これまで、両社に顧客の窓口があったが、対応を一元化し、親しみのあるドコモの名を冠するブランドを活用することで、よりわかりやすく受け入れられることを狙っている。

顧客規模・領域ごとに部門を 配置し、様々な接点で対応

法人事業は、顧客の規模によって営業体制を分けた。大企業領域はビジネスソリューション本部が担い、中小企業領域は、ソリューション&マーケティング本部とdBSが担当。5GやIoT、セキュリティ、アプリケーションやクラウド、ネットワークなどのサービスをプラットフォームサービス本部が担う。全国8支社には大企業、中小企業それぞれの担当を置いてエリアマネジメントを行う。

顧客との接点は、対面営業のほか、ビジネスdアカウントを活用したWeb上のデジタルストアやデジタルマーケティング、コールセンターによるインサイドセールス、ドコモショップなど多様化。あらゆる顧客接点から、顧客のニーズを把握し、効率よく提案できる体制を整えた。

営業戦略として、まずは大企業・中小企業ともにこれまでNTTドコモ、NTT Comそれぞれでしか接点のない企業へのクロスセルが考えられる。

中小企業のDX支援は、大きな成長が見込める重点領域である。NTT Comはこれまで大企業の顧客が中心で、中小企業や地域の法人顧客を含めてNTTドコモは面的に広くアプローチしていたからだ。

グループ再編によって、提案するサービスやソリューション自体も多様化する。モバイル回線やソフトウェア開発力などドコモグループとしてのアセットに加え、NTTグループでの連携や、さらにパートナー企業との共創も行うことで、あらゆる顧客のDX需要にワンストップで応えていく。

特に、IT人材が限られた中小企業に向けたDXのサポートや、モバイルベースのアプリケーションを提供するなど、新たな取り組みを展開する。

5GやIoT、各種解析など、より先進的な技術は、大企業を中心としながらも、地域創生に貢献するソリューションも展開していく。

次章からは、法人事業の各本部の取り組みの詳細を紹介していく。