

2 ビジネスソリューション本部の戦略

大企業を中心に、社会・産業のDXを推進する ビジネスソリューション本部

新ドコモグループにおいて法人事業の中心的存在となった NTT コミュニケーションズ（以下、NTT Com）。2025 年度に売上高 2 兆円以上を目指す同社のなかで大企業の顧客に対するソリューション・サービス提供を担うのがビジネスソリューション本部（以下、BS 本部）だ。新たな組織によるシナジー創出や新事業領域を加えた成長戦略を紹介する。

新たな体制によって、顧客の課題解決をワンストップ支援

BS 本部のミッションは、大企業の顧客を中心にソリューション・サービスを提供し、社会・産業のDXを推進すること。金融、公共、製造、流通サービス、IT サービスといった業界別営業の5つのビジネスソリューション部と、エンジニアリングを支えるソリューションサービス部、新しいビジネスを創出するスマートワールドビジネス部、日系企業のグローバル展開を支援するグローバルビジネス部、戦略策定を行う事業推進部で構成される。さらに、

北海道、東北、東海、北陸、関西、中国、四国、九州の8支社にもBS本部と連携するメンバーを置き、地域でのビジネスもカバーする。

これまで接点のある顧客には、ICT 収益基盤の維持・拡大に加えて、顧客の事業部（Line of Business）へのアプローチを強化し、事業拡大に向けた共創ビジネスを提案する。一方、十分にリーチできていない顧客にはNTT ドコモのモバイルと、NTT Com が持つクラウドのソリューションのクロスセルや新規の案件開拓を推進する。



NTT コミュニケーションズ株式会社
ビジネスソリューション本部
事業推進部 事業戦略部門
部門長 喜原 光宏氏

BBX 共創によるデータ利活用モデルで新たな価値を提供

BS 本部の成長ドライバーのひとつが、BBX ビジネスである。これは、NTT Com (B) と顧客・パートナー企業（センター B）との共創やサービス・ソリューション提供によって、エンド顧客 (X) に新たな価値を提供するモデルである。

BBX のベースとなるのが、データ収集・蓄積・分析の機能を実装する Smart Data Platform とデータ利活用サービス・ソリューション、これに 5G や IoT ほかデバイスも含めたモバイルソリューションが新たに加わる。業界・産業別の Smart Data Platform (SDPF for X) の上で展開するのが、教育、医療・ヘルスケア、

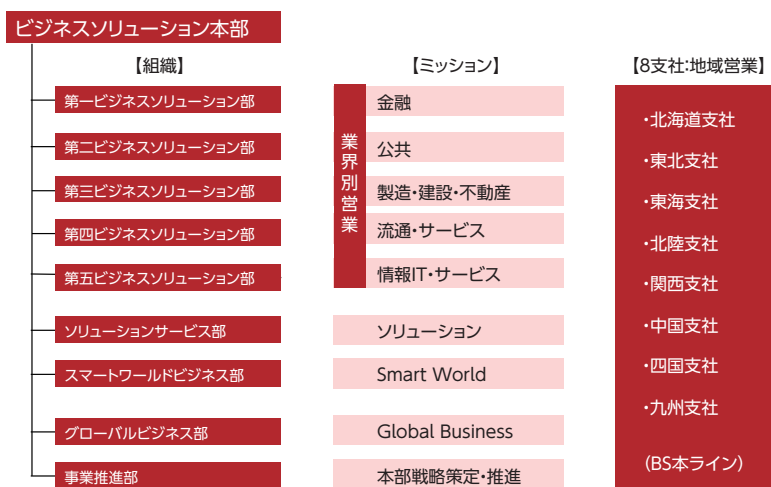


図 1 ビジネスソリューション本部の組織図

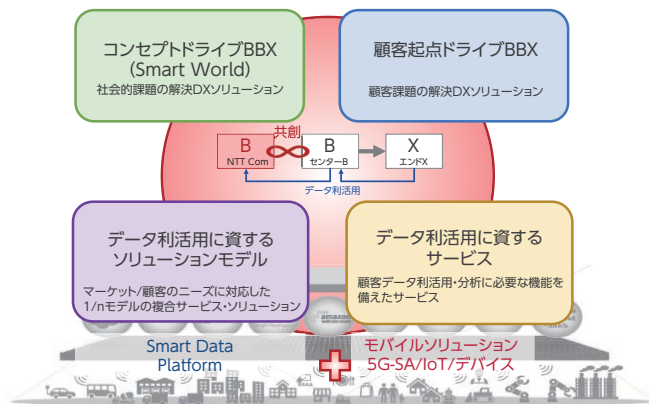


図2 BBX サービス・ソリューション・ビジネス

都市、モビリティ、自然・エネルギーなど、社会課題をデジタルで解決するソリューションを展開していく「コンセプトドライブBBX」である。

加えて、これまでの法人ビジネスで信頼関係を築いてきた顧客との対話・共創により、顧客の課題解決を行う「顧客起点ドライブBBX」を展開する。これは、顧客が属する業界・産業のバリューチェーンやサプライチェーンを横断した課題解決も標榜している。

BBXのポイントは顧客やパートナーとのコラボレーションにある。そこで、2021年10月には事業共創プログラム「OPEN HUB for Smart World」を開始し、2022年2月には本社・大手町プレイス内に「OPEN HUB Park」というワークプレイスを開設した。ここでは、各種新ソリューションのコンセプト展示に加え、リモートで体験できるテクノロジーもあり、事業共創の議論を活発化させる場として機能する。

このほか、オウンドメディア「OPEN HUB Journal」を通じて、Smart Worldの実現に向けたリサーチやプロジェクトレポートの情報発信を強化している。

OPEN HUB for Smart Worldはこちらから <https://openhub.ntt.com/>

新ドコモグループのシナジー拡大を推進

BS本部では大企業を中心として、以前より構築してきたNTT ComとNTTドコモ双方の顧客基盤に対してクロスセルに取り組む。

日系企業のグローバル展開を支援する機能もある。NTTドコモのソリューションや人材を得たことで、スマートワールドに5GやIoTを加えた日本発のグローバルソリューション展開の加速が期待される。

2022年7月にスマートワールドビジネス部に新たに発足したSmart Construction推進室は、NTT Comが資本参加する株式会社EARTHBRAINと協業を進め、建設現場の建設機械の動きを5G通信で捉え、デジタルツインによる設計・施工の最適化を目指す次世代スマートコントラクション事業の海外展開を推進する。

セールスDX（データドリブンセールス）とDX人材育成を強化

自らの営業活動にもデジタルを活用している。顧客や人材、業務データを蓄積・分析し、提案力の強化とバックオフィスの生産性向上を目指

す。個々の営業担当の活動を集合知に変えて分析・予測していくことで、速やかに次の一手を実行する。既存顧客の通信サービス利用状況などの分析から最適な提案を実施するなど、カスタマーサクセスを展開していく。

バックオフィスには、トヨタ生産方式（TPS）によるカイゼンメソッドを採用し、各種業務の標準化、時間短縮などで効率化、品質向上に努めている。

人材育成については、顧客・パートナー企業とのBBX共創ビジネス拡大と社内DXによる既存ビジネスの効率化・省人化を両輪で推進するためのDX人材育成プログラムと社内認定制度（Catalyst認定）を立ち上げ、強化している。推奨する研修受講や資格取得に加えて、BBX案件へのプロジェクト参画や社外への情報発信など実践・実績に基づく認定で、お客さまやパートナーとのCatalyst（触媒）となり社外から認められるプロフェッショナルを目指す。エントリーレベルから4段階で認定を行うCatalyst、2023年度末にはBS本部社員の50%の認定を目標に掲げる。（2021年度末は30%）

BS本部はこれまで、大企業の顧客に寄り添い、継続的かつ安定的にソリューション・サービスを提供してきた実績と信頼がある。新ドコモグループの有形無形のアセット（人材、技術、組織力、顧客基盤、ブランド等）をフル活用し、カスタマーファーストで顧客・パートナー企業と共に社会・産業のDXをさらに推進していく。