

5 NTT 研究所成果の活用

NTT 研究所成果活用最大化に向けた NTTデータの取り組み

NTTデータの技術戦略に基づき、IOWNをはじめとするNTT研究所のR&D成果活用を加速させることで、R&D成果を活用した事業展開・売上拡大に加え、将来を見据えた新規ビジネスの発掘や、先行者優位の獲得を狙う

NTTデータにおける NTT研究所成果の位置づけ

NTTデータグループの技術戦略として、技術の成熟度（Emerging、Growth、Mainstream）に応じ、先

行者優位の獲得に向けた先進技術活用力の強化と、生産性および品質の向上、ビジネス拡大に向けたシステム開発技術力の強化を推進している。

IOWNをはじめとするNTT研究所の基盤的研究開発の成果について



株式会社NTTデータグループ
技術革新統括本部
企画部 企画戦略担当
部長 中野 雅仁氏

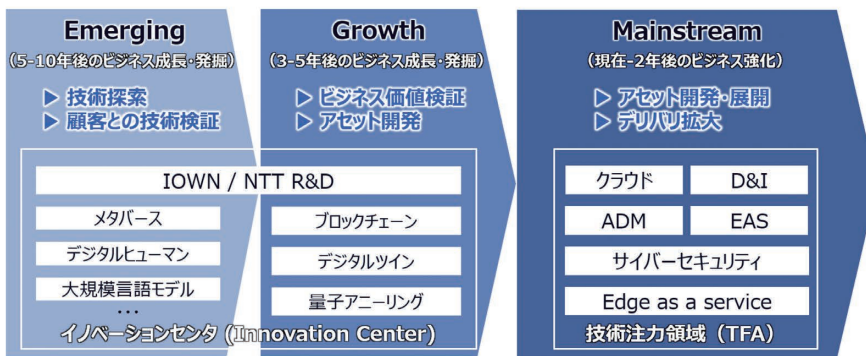


図1 NTTデータの技術戦略

は Emerging フェーズ（5～10年後のビジネスの種）、および、Growth フェーズ（3～5年後の成長事業）の注力技術と位置付けている。

このようにNTT研究所が実施する基盤的研究開発の成果（研究所成果）を将来の継続的な競争力強化に役立てるべく、NTTデータグループでは、応用研究および研究成果のビジネス活用に向けた技術開発を実施する。

Emerging フェーズにおいては、先進顧客との技術検証を通じたパートナーシップの獲得や、先進技術の獲得ノウハウのグローバル展開、Growth フェーズにおいては、ビジネス価値検証を通じ、売上・パイプラインを積み上げ次の Mainstream

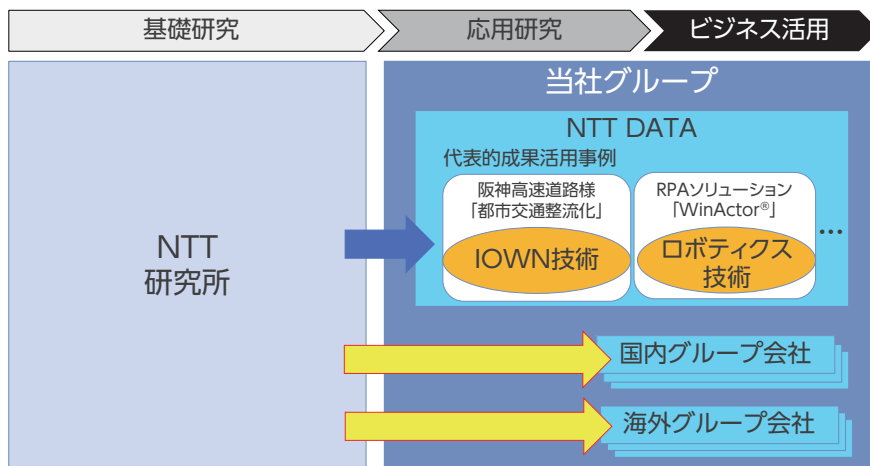


図2 NTT研究所とNTTデータにおける研究開発

領域（2年後～現在のビジネス）を創出することを狙い、年間約30件程度の研究所成果を受領し、それらを活用した事業展開を目論んでいる。

成果活用最大化に向けた注力施策

NTTデータグループにおける技術戦略を推進するための注力施策として、研究所成果の更なるビジネス活用に向けた取組を強化している。

・現場社員に対してのNTT研究所成果の認知向上

研究所成果を受領し技術検証を行う役割は主にNTTデータグループの技術部門である技術革新統括本部が担っているが、成果をビジネス化していく為には、先進顧客との技術検証やビジネス価値検証を行う事が必要である。そのため社内では、先進顧客へリーチする事業部門との連携が鍵となる。

一方で、研究所成果を顧客提案に活用している事業部は限定的かつ事業部門への認知は途上であった

ため事業部門がNTT研究所成果を認知し、活用検討に繋げられるよう研究所成果の認知向上の取組を進めている。

具体的には、社内で月次で技術紹介するWebinar形式の広報イベントを活用し、「NTT研究所の取組紹介」や「すぐに商用化可能な研究テーマの紹介」「NTTデータの中で研究所成果を活用しビジネス化した事例」等を定期的に発信することを始めている。

第1回のイベントを5月に実施した結果、140名を超える社員が参加し、当日の質疑応答内容や、アンケート結果からは、研究所成果に対しての強い期待がうかがえ、認知度向上の効果も見込めた事から、今後も定期的なプロモーション活動を継続する。

・研究所成果とビジネスのマッチングの強化

従来、研究所との間で、どの成果をどうやってビジネス化するか意見交換を事業分野ごとに定期的に実

施してきた。意見交換の結果から、研究所成果を顧客に紹介、成果に関連する先進技術の勉強会を顧客向けに開催するなど、営業的側面では一定の成果はあるが、それだけに限らず本来の目的である先進技術のビジネス活用に向けて、更なる取組の強化を進めている。

研究所と事業部門の間での意見交換をより有効にビジネスに繋げるため、技術開発本部や事業部門が想定するビジネスユースケースの準備し、分野戦略に合致した意見交換テーマ設定し、新規ビジネス創出責任もしくは顧客の予算責任者にリーチできるメンバを含めて議論する場をセットする事で、ビジネス化に向けてより具体的な議論ができるようにしている。

本取組を通じ、成果活用・ビジネス化に向けたNTTデータグループとしてのノウハウ蓄積を行い、継続的なマッチングの精度向上に繋げていく。

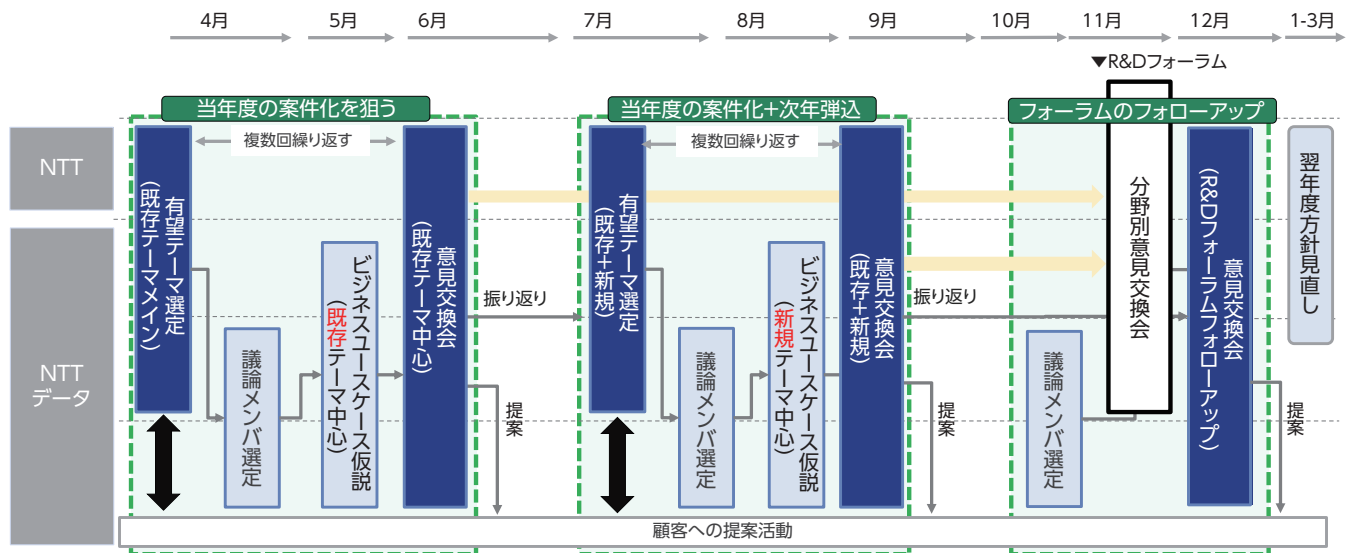


図3 年間取組計画