

1 インタビュー

夢と情熱を持って壁を突破し、
世界に向けて飛躍的成長を

2023年10月1日、NTT アドバンステクノロジー株式会社（以下、NTT-AT）はオーストラリアとミュンヘンに海外拠点を新設した。これを契機にさらなるグローバル進出をめざす同社の意気込みや社内での取り組み等について伊東社長に伺った。

——最初に、グローバル展開に向けてのお考えをお聞かせください。

伊東 私の考えるグローバル展開には、二つの側面があります。一つは、NTTグループの一員としてNTTデータ等との連携を深めながらグループに貢献していくこと。もう一つは、他社にはない弊社の多種多様な技術と商材を自律的に海外展開し、挑戦すること。ビジネスにおいて、技術は必要条件ではあるけれども、十分条件ではありません。つまり、技術だけでは勝負に勝てない。勝つためには世界のいろいろな方に見ていただいて、触っていただいて、使っていただく必要がある。フィードバックを得ながら技術と商材を“逆輸入”することがグローバル展開のうえで重要だと考えています。

——“逆輸入”とはどのようなことを意味するのでしょうか。

伊東 プロダクト展開を国内に限定にしてしまうと価値が矮小化してしまう恐れがあります。しかし、海外のお客様に提供して反響を得ることで、我々が想定していた使われ方を超えた新しい可能性が拓けるのではないのでしょうか。一旦海外に出して、帰ってきたプロダクトをさらにブラ

ッシュアップして、再度海外に向けて発信する、そしてまた反響を得る…そういったサイクルを回し、プロダクトを進化させたい、と思います。

——グローバル展開を推進するうえでは、現地の文化を理解することが大切だと思われませんか。具体的な事例がありましたら教えてください。

伊東 そうですね。それでは、上手くいかなかった事例をお話しましょうか。弊社の主力製品に「WinActor®」というRPAツールがあります。日本では非常に多くのユーザーにご利用いただいている実績のある製品ですが、これをアジア諸国をはじめとする海外で展開しようとしたところ、なかなか思うように販売数が伸びず、結果が出せなかった、といった経験があります。リサーチすると、現地ではデジタル化や分業が想定以上に進んでいることがわかりました。日本で実績がある商品であっても現地で売れるとは限りません。先ほどの逆輸入の話にも通じますが、逆に日本では不振でも海外では好評というパターンもあるかもしれません。いずれにしても、WinActorのアジア展開を機に、現地の文化や商習慣に合わせて商品を進化させるこ



NTT アドバンステクノロジー株式会社
代表取締役社長 伊東 匡氏

とが大切なんだというナレッジを得ることができました。

——海外に向けて、御社の強みはどのような点にあるとお考えでしょうか。

伊東 弊社の得意とする領域は“技術をカスタマイズして作り上げること”にあります。海外に向けても既存の技術を応用し1点からのオーダーメイドに対応します。数量の問題だけでなく、お客様のニーズに沿ったものを、最後まで責任を持って提供する点も強みだと考えています。元来、NTTグループにはそうした土壌があるように思いますね。“途中で逃げない、投げ出さない”、そうしたカルチャーが根付いていると思います。今後もこの強みを活かして広くビジネスを展開していく所存です。

——次に、人財についてお聞きかせください。

伊東 当然のことながらグローバルにビジネスを展開するためには、我々がグローバルマインドを持たなければなりません。最近では、マンマーとインドからコンスタントに技術者を採用していますが、日本で働きたいという強い意志を持って入社する人ばかりで、日本人社員とも良いコミュニケーションを築いています。互いに物事をいろいろな角度から見つめられるようになり、自然にグローバルマインドが醸成されていくことを期待しています。

海外現地採用スタッフも、パッションに溢れモチベーションが高い人が多く、彼ら彼女らのパフォーマンスを最大限に活用したいと考えています。

——社員の方々に対して日頃からどのような声をかけられていますか。

伊東 私は常に、「自分が開発した技術を使って社会にどのように貢献したいのか」という夢を描き、情熱を持ってサービス創造にあたってほしいと伝えています。弊社には優秀な技術者が多く在籍していますが、パーツだけ作って、「これは優れたパーツだから誰かが使うはずだ」「誰かが使ってくれるだろう」という考えは捨てるように、とアドバイスすることもあります。技術者として夢を持つことはとても大切なことで、少なくとも自分が欲しいと思わないものは、お客様も欲しいとは思わない。夢を具現化するために情熱を持って物事に対峙してほしいと願っています。

それから、「やるなら徹底的にやろう！」とも話しかけています。やるんだったらパーツの開発に留まら

ず製品を作るところまで責任をもってやり遂げてほしいですね。

——ところで、ワインを醸造されているとお聞きしました。その経緯についてお聞かせいただけますか？

伊東 ワイン醸造は社内インキュベーションからスタートしました。来年のカレンダーには社員が葡萄畑で葡萄の房に袋をかけている写真が載る予定です。

「なぜ、NTT-ATがワインを？」と驚かれる方は多いでしょうが、ここにも地産地消に留まらずやがてグローバルに展開したいという想いがあります。日本で生まれたワインが海外にわたり、評判を呼び、価値を付けて日本に戻ってくる、そうしたビジョンを描いています。これもまた“逆輸入”に通じますね。

甲州ワインの中には発酵を促進するために補糖するものもあります。補糖をすることは決して悪いことではないのですが、ワイン醸造に取り組むうちに、オーガニックなジャパニーズワインで日本の葡萄の持つ本来の味を追求し、その価値を確かめたいと考えるようになりました。そこで、浸透膜の技術を使って補糖をせずに水分を除去して糖度を上げることにチャレンジしました。糖度を上げるために必要となる駆動液についても試行錯誤を繰り返し、ベストなものを見つけ出しました。

——ワイン醸造がどのようにビジネスに活かされるのでしょうか？

伊東 NTT-ATブランドのワインが完成したら、販売を試みようと思いついて描いていたのですが、当然のことながらNTT-ATの定款には「酒造」

はありませんし、酒販免許もありません。これまでだったら「前例がないからダメだね」ということになっていたことでしょう。しかしそこは、「やるなら徹底的にやろう！」のスピリットでNTT-ATブランドのワインを世に創出するための打開策を講じているところです。

新しいことを始めると、今まで見えなかった障壁が見えてくる。それを逃げずに乗り越える、私は、そこに成長があると信じています。“すぐには変えられないけれど他の方法を考えよう”という風が吹くんですね。ワイン醸造の経験はまさにそうした体験をさせてくれています。

先ほどお話したようにパーツではなくて完成品を届ける、そこに意義があります。簡単にはいかないことはわかっていますが、チャレンジしなければ何もしないのと同じ。状況に甘んずることなく、次のステージに向けて飛躍的成長を遂げられるチャンスを逃さないようにしたいものです。

——最後に、IOWNについてのお考えをお聞かせください。

伊東 IOWNには、日本発の優れた技術をコンソーシアムを通じて海外に広めるといった重要な意義があります。構想段階から実現段階に入った今、IOWNを支える光商材や空間光伝送のためのネットワーク、アプリケーションサービス、技術支援で貢献を果たすと共にIOWN Global Forumのメンバーとの交流を深め、自ら技術や商材を創出し、グローバルに提供していきたいと思えます。

——ありがとうございました。