

2019年度 事業説明会（NTTデータのデジタル戦略）

2019年12月10日
株式会社NTTデータ

第1部：中期経営計画「戦略1」の全体像

1. Global 3rd Stageの全体像と今中計の位置付け
2. 戦略1（グローバルデジタルオフリングの拡充）の全体像

第2部：DSOの取り組み

1. DSOの概要
2. 取り組み事例
3. 今後の見通し

ご注意

※ 本資料に含まれる将来の予想に関する記載は、現時点における情報に基づき判断したものであり、今後、内外の経済や情報サービス業界の動向、新たなサービスや技術の進展により変動することがあり得ます。従って、当社グループとして、その確実性を保証するものではありません。

※ 本資料に掲載されているサービス及び商品等は、株式会社NTTデータあるいは各社等の登録商標または商標です。

第1部：中期経営計画「戦略1」の全体像

執行役員 事業戦略室長
鈴木 正範



執行役員 事業戦略室長

鈴木 正範

■ 業務経歴

- | | |
|----------|---|
| 1988年 4月 | エヌ・ティ・ティ・データ通信株式会社入社 |
| 1998年 8月 | 株式会社エヌ・ティ・ティ・データに社名変更 |
| 2003年 7月 | 金融システム事業本部 部長 |
| 2004年 5月 | リージョナルバンキングシステム事業本部 部長 |
| 2008年 4月 | リージョナルバンキングシステム事業本部
総合バンキングビジネスユニット B e S T A 企画統括部長 |
| 2009年 7月 | 第二金融事業本部 第一リージョナルバンキングビジネスユニット
第一バンキング統括部長 |
| 2012年 6月 | 新規ビジネス企画本部 本部長 |
| 2012年10月 | 第二金融事業本部 新規ビジネス企画本部長 |
| 2013年 4月 | 第二金融事業本部 第一バンキング事業部長 兼 企画部長 |
| 2015年 7月 | 金融事業推進部長 |
| 2016年 6月 | 執行役員 第二金融事業本部長 |
| 2019年 6月 | 執行役員 事業戦略室長（現職） |

1. Global 3rd Stageの全体像と今中計の位置付け

FY2025頃

3

Global 3rd Stage

信頼されるブランドの浸透

Global Top 5

FY2018

2

Global 2nd Stage

グローバルブランドの確立

FY2016

1

Global 1st Stage

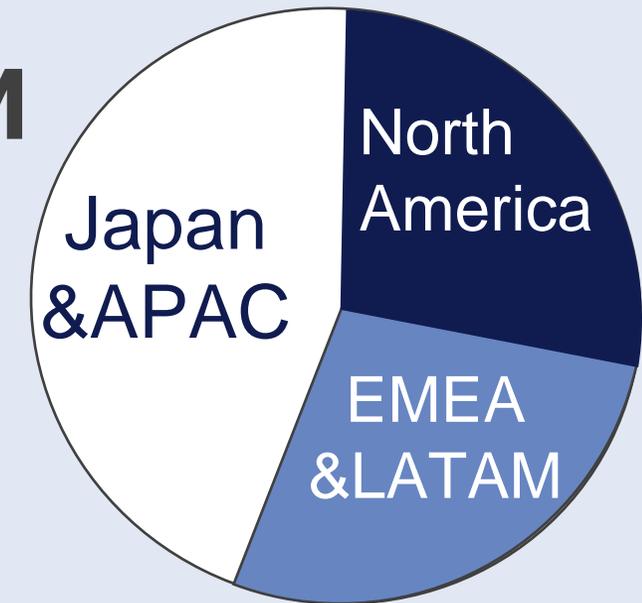
グローバルカバレッジの拡大

Global 3rd Stageでめざす姿

▶ Global TOP5

▶ 日本&APAC、北米、EMEA&LATAM
において**バランスの良い**売上高比率

▶ 年間売上高50億円以上の顧客
70社⇒**100社超**



今中計の位置付け

企業理念

NTTデータグループは、情報技術で、新しい「しくみ」や「価値」を創造し、より豊かで調和のとれた社会の実現に貢献する

中期経営計画(FY2019→2021)

変わらぬ信念、変える勇気によって
グローバルで質の伴った成長をめざす

本中計期間：
強みを明確化して磨き、今後の成長力の源泉とする

お客様とともに未来の社会を創る

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

お客様とのLong-Term Relationshipsに基づく価値創造を通じて、SDGsの達成に貢献し、企業価値を持続的に向上させる

Growth

2
Global 2nd Stage

Midpoint to
Global 3rd Stage

連結売上高 : 2.5兆円
顧客基盤 : 80社以上
営業利益率 : 8%
海外EBITA率 : 7%

3
Global 3rd Stage
Trusted Global Innovator
Global Top 5
グローバル事業ポートフォリオ最適化
顧客基盤 : 100社超

FY2018

FY2021

FY2025

FY2030

Time

グローバルで質の伴った成長

Growth

Earnings

変える勇氣

Transformation

Synergy

変わらぬ信念

企業理念

NTTデータグループは、情報技術で新しい「しくみ」や「価値」を創造し、より豊かで調和のとれた社会の実現に貢献する。

Long-Term Relationships

グローバルで質の伴った成長

Growth

Earnings

変える勇氣

Transformation

Synergy

変わらぬ信念を下支えに、**変える勇氣**によって
グローバルで質の伴った成長をめざす

お客様への提供価値最大化

デジタルトランスフォーメーションの更なる加速と
グローバルシナジーの最大化



戦略1

グローバルデジタル
オファリングの拡充



戦略2

リージョン特性に合わせた
お客様への価値提供の深化



戦略3

グローバル全社員の力を高めた組織力の最大化

お客様への提供価値最大化

デジタルトランスフォーメーションの更なる加速と
グローバルシナジーの最大化



戦略1

グローバルデジタル
オファリングの拡充



戦略2

リージョン特性に合わせた
お客様への価値提供の深化

デジタルトランスフォーメーションの更なる加速と
グローバルシナジーの最大化を
実現する要となるのが戦略1

2. 戦略1（グローバルデジタルオファリングの拡充）の全体像

お客様への提供価値最大化

デジタルトランスフォーメーションの更なる加速と
グローバルシナジーの最大化



戦略1

グローバルデジタル
オファリングの拡充



戦略2

リージョン特性に合わせた
お客様への価値提供の深化



戦略3

グローバル全社員の力を高めた組織力の最大化



戦略1

戦うための武器づくりと戦い方のレベルアップ

注力領域を定め、積極投資による“強み”（オファリング）を創出し、マーケティング・技術活用支援と一体でグローバル連携を加速する

グローバル
マーケティングの加速

お客様ニーズ

オファリングの提供

積極投資による
オファリング創出

オファリング開発と展開のサポート

技術集約拠点（CoE）の拡充

Blockchain

Design

DevOps

AI



戦略1

戦うための武器づくりと戦い方のレベルアップ

注力領域を定め、積極投資による“強み”（オファリング）を創出し、マーケティング・技術活用支援と一体でグローバル連携を加速する

グローバル
マーケティングの加速

お客様ニーズ

オファリングの提供

積極投資による
オファリング創出

オファリング開発と展開のサポート

技術集約拠点（CoE）の拡充

Blockchain

Design

DevOps

AI

グローバル共通のインダストリーを定めて提供価値を最大化し
お客様の高度な要求に応えていくための体制を構築

グローバルインダストリー・アカウント



グローバルオフリング（商材提供）

Japan, North America, EMEA & LATAM, China & APAC

連携（グローバルOneチーム）

グローバルマーケティングの加速 ～グローバル連携の強化～

グローバルで得意な領域でTOPを狙い、総合的にGlobal TOP5をめざす

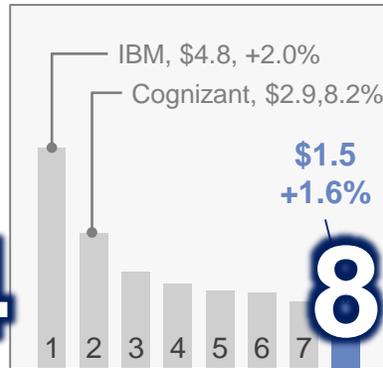
凡例：企業名, 2018売上高 (US\$B), 2017-18 売上高成長率(%); ■ NTT DATA



金融



ヘルスケア



保険



製造



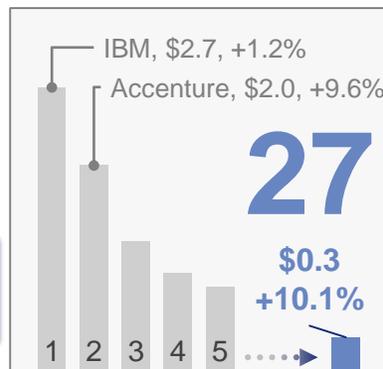
公共



小売



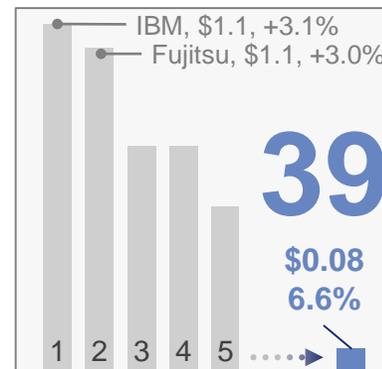
通信・メディア



交通



ユーティリティ



卸売

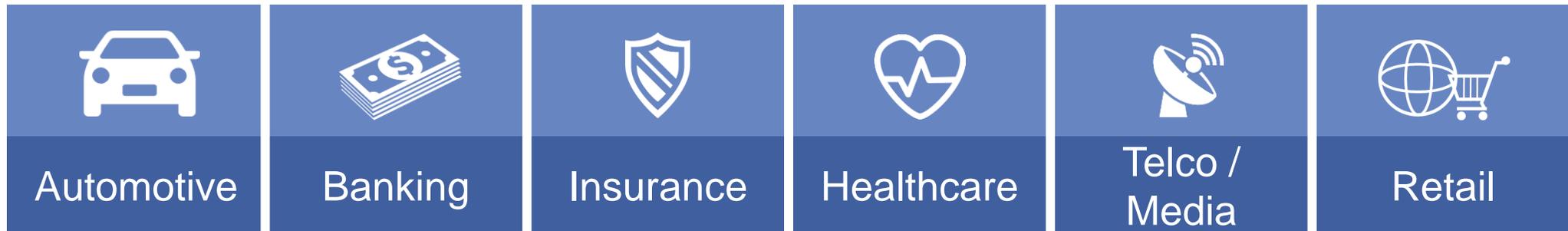
ガートナーリサーチを基にNTTデータにてグラフを作成

Source : Gartner, Market Share: IT Services, 2018, Dean Blackmore et al., 8 April 2019

金融 : Banking & Securities, ヘルスケア : Healthcare Providers, 保険 : Insurance, 製造 : Manufacturing & Natural Resources, 公共 : Government, 小売 : Retail, 通信・メディア : Communications, Media & Services, 交通 : Transportation, ユーティリティ : Utilities, 卸売 : Wholesale Trade

グローバルマーケティングの加速 ～グローバル連携の強化～

グローバルで注力するインダストリーを定め
インダストリーごとにOne Teamを組成し戦略策定を推進中



North
America

EMEA
& LATAM

China
& APAC

Japan



グローバル横断での戦略策定

- マーケティング戦略
- アカウント戦略
- オフリング戦略

グローバルOne Team

グローバルアカウントに対し、EMEA・インドの各社が連携し、 グローバル大手再保険会社の大規模中核システム更改を逆転で受注

失注

2017年
アプリケーション保守
案件の失注

当初受注業者の
進捗不調
グループ連携
リカバリー提案

逆転
受注！

NTT DATA Germany
NTT DATA Services India
intelligence Poland 等

- ・41%のコスト削減
- ・中核システム更改を受注
- ・保守案件も一部取り戻し





戦略1

戦うための武器づくりと戦い方のレベルアップ

注力領域を定め、積極投資による“強み”（オファリング）を創出し、マーケティング・技術活用支援と一体でグローバル連携を加速する

グローバル
マーケティングの加速

お客様ニーズ

オファリングの提供

積極投資による
オファリング創出

オファリング開発と展開のサポート

技術集約拠点（CoE）の拡充

Blockchain

Design

DevOps

AI

DSOの取組み
詳細は第二部で
ご説明

積極投資によるオフリング創出 ～Digital Strategy Office～

8つの投資テーマを定め、ソリューション構築、強み強化の取組みを実施





戦略1

戦うための武器づくりと戦い方のレベルアップ

注力領域を定め、積極投資による“強み”（オファリング）を創出し、マーケティング・技術活用支援と一体でグローバル連携を加速する

グローバル
マーケティングの加速

お客様ニーズ

オファリングの提供

積極投資による
オファリング創出

オファリング開発と展開のサポート

技術集約拠点（CoE）の拡充

Blockchain

Design

DevOps

AI

最先端技術に関する知見をグローバルで集約し、活用を推進
Block ChainとDesignの分野でリーダー評価を獲得

Block Chain



アナリスト評価：「リーダー」

Design



アナリスト評価：
「リーダー」

ユースケース：80件

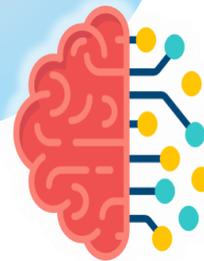
Center of Excellence

DevOps



Altemista Cloud適用PJ数：172件

AI



2019年 新規立ち上げ

技術集約拠点（CoE）の拡充 ブロックチェーンCoE

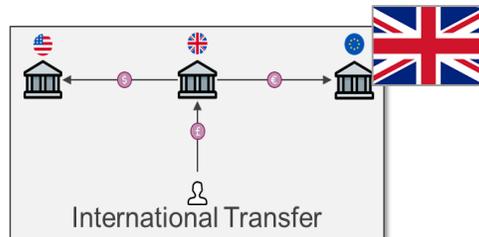
グローバルで24カ国・地域、300名を超える体制を構築
世界に先駆けてブロックチェーン技術を商用化

CoE活動推進

最先端技術の蓄積・提供、商用化に向けた技術評価支援、人材育成



商用化の取り組み



ABI Lab
Tecnologia utile
Spunta:
Italian Banking Project



PoCの取り組み

LACCHAIN
Multi Sector
National Consortiums

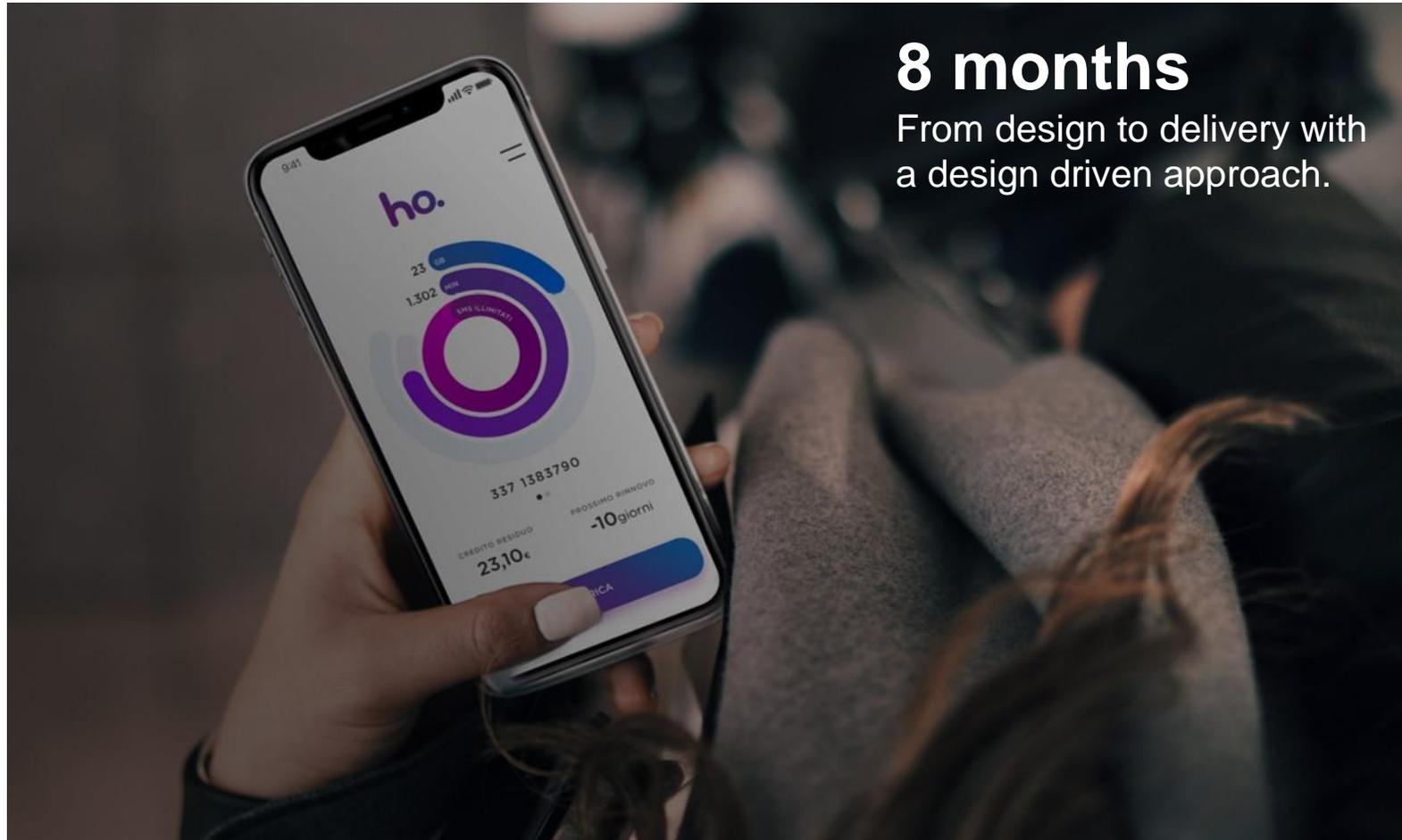


技術集約拠点 (CoE) の拡充 デザインCoE

グローバルで8カ国・地域、450名を超える体制を構築
デザインの知見を相互に共有しお客様のDX推進を加速



Vodafone Italiaのセカンドブランド ho に対して わずか8か月という短期間でサービスをローンチし、お客様から高い評価を受領



第2部：DSOの取り組み

執行役員

佐々木 裕

※2017年よりDSOにて
デジタル戦略を牽引



執行役員

佐々木 裕

※2017年よりDSOにて
デジタル戦略を牽引

■ 業務経歴

- | | |
|----------|------------------------------|
| 1990年 4月 | エヌ・ティ・ティ・データ通信株式会社入社 |
| 1998年 8月 | 株式会社エヌ・ティ・ティ・データに社名変更 |
| 2003年 4月 | 法人システム事業本部部長 |
| 2008年 7月 | 法人ビジネス推進部長 |
| 2009年 7月 | グローバルITサービス事業推進部長 |
| 2010年10月 | 流通・サービス事業本部部長 |
| 2011年11月 | 製造ビジネス事業本部企画推進部長 |
| 2012年 4月 | 第四法人事業本部KIRINビジネス事業部長 |
| 2015年 7月 | 製造ITイノベーション事業本部KIRINビジネス事業部長 |
| 2016年 6月 | 執行役員 ビジネスソリューション事業本部部長 |
| 2018年 6月 | 執行役員 製造ITイノベーション事業本部 事業本部長 |

1. DSOの概要

- 2017年7月、デジタルビジネスの市場拡大に備え、NTT DATAのデジタルビジネスを推進するDSOを発足
DSO（Digital Strategy Office：デジタル戦略室）

ミッション

当社内のビジネスと技術の距離を縮め、スピードを高めることで、
デジタル関連活動を活性化し、デジタル関連ビジネスを急拡大させる



役割

- ① NTTデータグループのデジタル戦略策定、それに基づくデジタル投資の推進
- ② NTTデータグループにおけるデジタルビジネスの先進的取り組みの把握

DSO 3 Planks

- NTT DATAがデジタル領域のリーディングカンパニーとして飛躍できるよう、DSOではお客さまとのデジタル投資、グローバルでのアライアンス、デジタル人財の育成からなる3つの柱「3 Planks」を掲げ、取り組みを推進

Digital Leading Company

1 Direct Investments

- Co-investments with clients
- Corporate funding for strategic digital initiatives

2 Strategic Partnerships

- Collaborate with Universities, Ventures and IT Giants
- Digital business models (DSO Silicon Valley)

3 Talent Transformation

- Enhance digital business skills
- Become a destination for 'digital natives'

2. 取り組み事例

Direct Investments

- 1つ目の柱であるデジタル投資「Direct Investment」では、お客さまと共同でデジタル投資をし、お客様と一緒にスピードをもってプロジェクトを推進することが重要

Digital Leading Company

- 1 Direct Investments
- Co-investments with clients
 - Corporate funding for strategic digital initiatives

- 2 Strategic Partnerships
- Collaborate with Universities, Ventures and IT Giants
 - Digital business models (DSO Silicon Valley)

- 3 Talent Transformation
- Enhance digital business skills
 - Become a destination for 'digital natives'

- 市場環境や技術動向、当社グループの強み領域を考慮して、注力して投資する8つの戦略領域を決めて、領域ごとに投資案件を検討

Trend Survey

Market Trend

Technology Trend
w/ Technology Foresight

8 Strategy Fields

Automotive

BFSI

Healthcare

Telco / Media

Retail

BPO Automation

Data Utilization

Disruptive innovation

Our Strengths

Global Industry Ranking

Key Clients, Business Model

Focus Technology (DFAs)

事例 1 : Insurance ～保険事業向けグローバルプラットフォーム～

海外各社の保険ソリューションを共通基盤上に統合しマイクロサービス化することで、迅速かつ低コストでグローバルマーケットに展開するプラットフォームを構築し、北米、南米、EMEAへの展開を強化

海外各社のソリューション/外部サービス

NTT DATA Services LIFESYS

FirstGen

FirstLife

External
Core Services

共通基盤化

NTT DATA Services LIFESYS

FirstGen

FirstLife

External
Core Services

Common Foundation

マイクロサービス化

Under Writing

Policy Admin

Claim

Group Management

Billing

Financial Services

etc.

Business Function

Life

Annuity

Health

Variable Annuity

Car

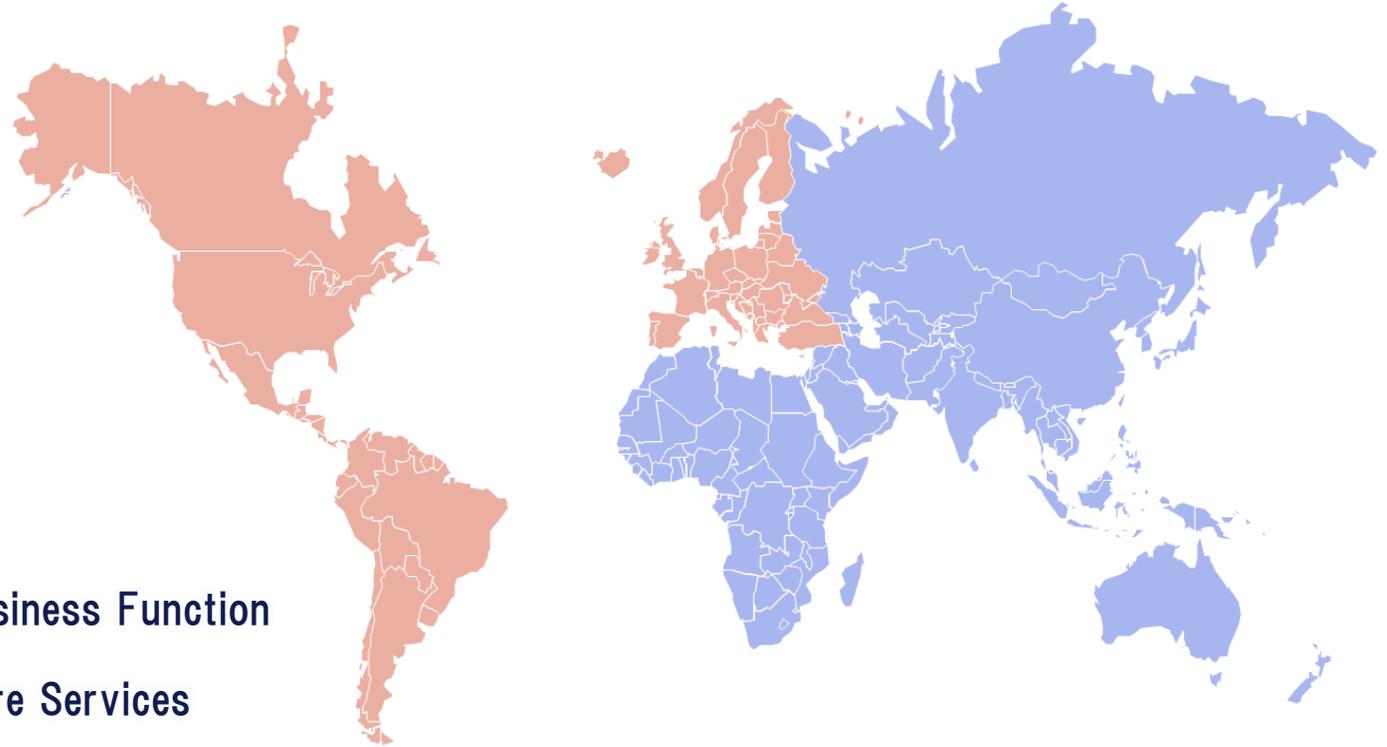
Travel

etc.

Core Services

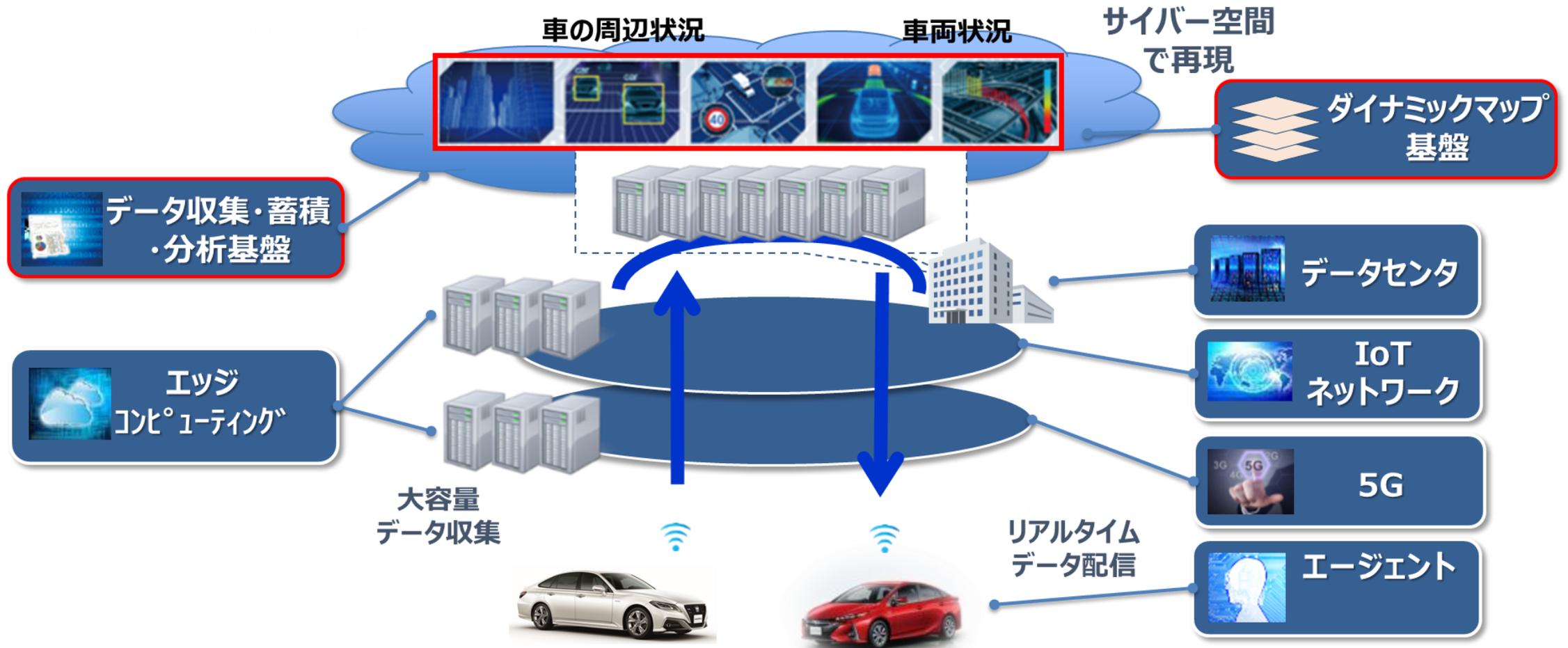
Common Foundation

北米、南米、EMEAへの展開強化



事例 2 : Automotive ～コネクティッドカー～

コネクティッドカー・自動運転 P F の実現をめざし、車両からの C A N・センサーデータの収集基盤、それらを時空間上に再現するダイナミックマップ／時空間データ管理技術の開発を実施



事例3：Retail ～Global CX Hub～

リアル店舗のデジタル化により新たなデータ取得・活用シーンを創出
オンラインデータと統合し、より精度の高い顧客理解に基づくデジタルマーケティングPDCAを実現



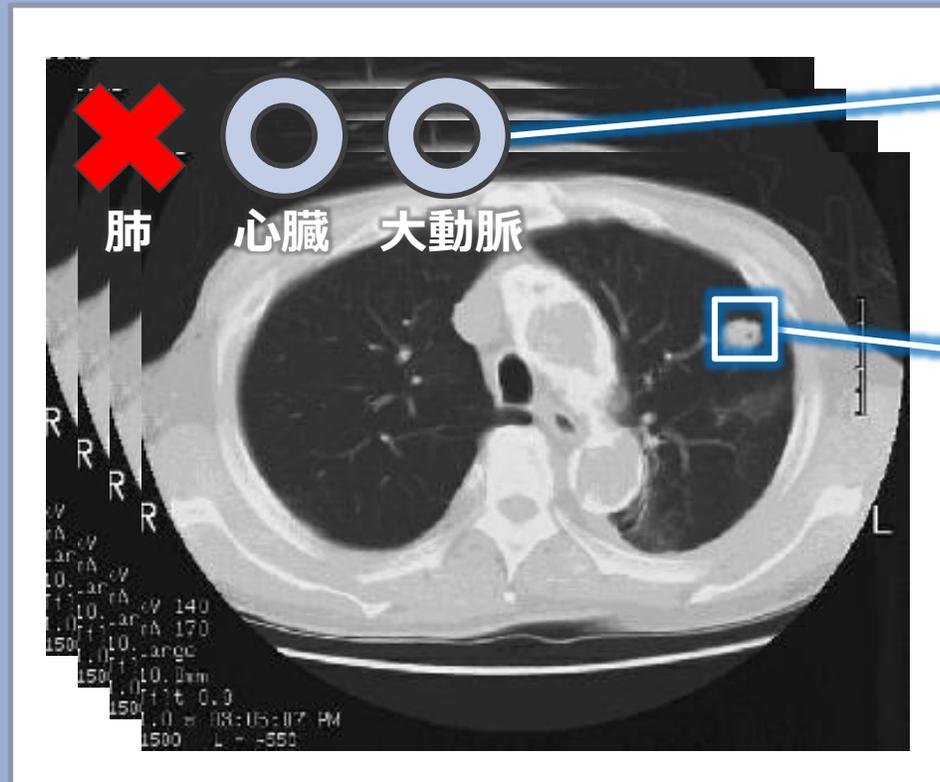
2019.9.2

**レジ無しデジタル店舗出店サービス
「Catch&Go」を小売業界向けに提供開始**

**オムニチャネルやECサイト等のノウハウを活かし、リアル店舗のデジタル化をサポート
店舗運営の人的費削減等業務効率化
消費者の店内動線やアクションをデータで把握、拡販チャンス獲得**

事例4 : Healthcare ～画像診断×AI～

診断時間の短縮、疾病の見逃し防止を目的として、AIによる画像診断を開発中
今年度実施した実証実験により、腎癌の実診断業務への有効性を確認



画像診断AI

A : 異常有無判定アルゴリズム
患者の臓器ごとに、異常があるかを検出

B : 異常個所特定アルゴリズム
臓器における異常個所を特定

2019年3～8月に宮崎大学と実証実験を実施。
特に腎癌の検出に関して、高い検出精度を持つことを確認。
実際の診断業務での医師の負担削減効果の検証を、2020年度中をめどに計画。

Strategic Partnerships

- 2つ目の柱である「Strategic Partnerships」では、爆発的に進化するデジタルビジネス領域において、スタートアップ企業、大学、ITジャイアントまで幅広く連携していくことが重要

Digital Leading Company

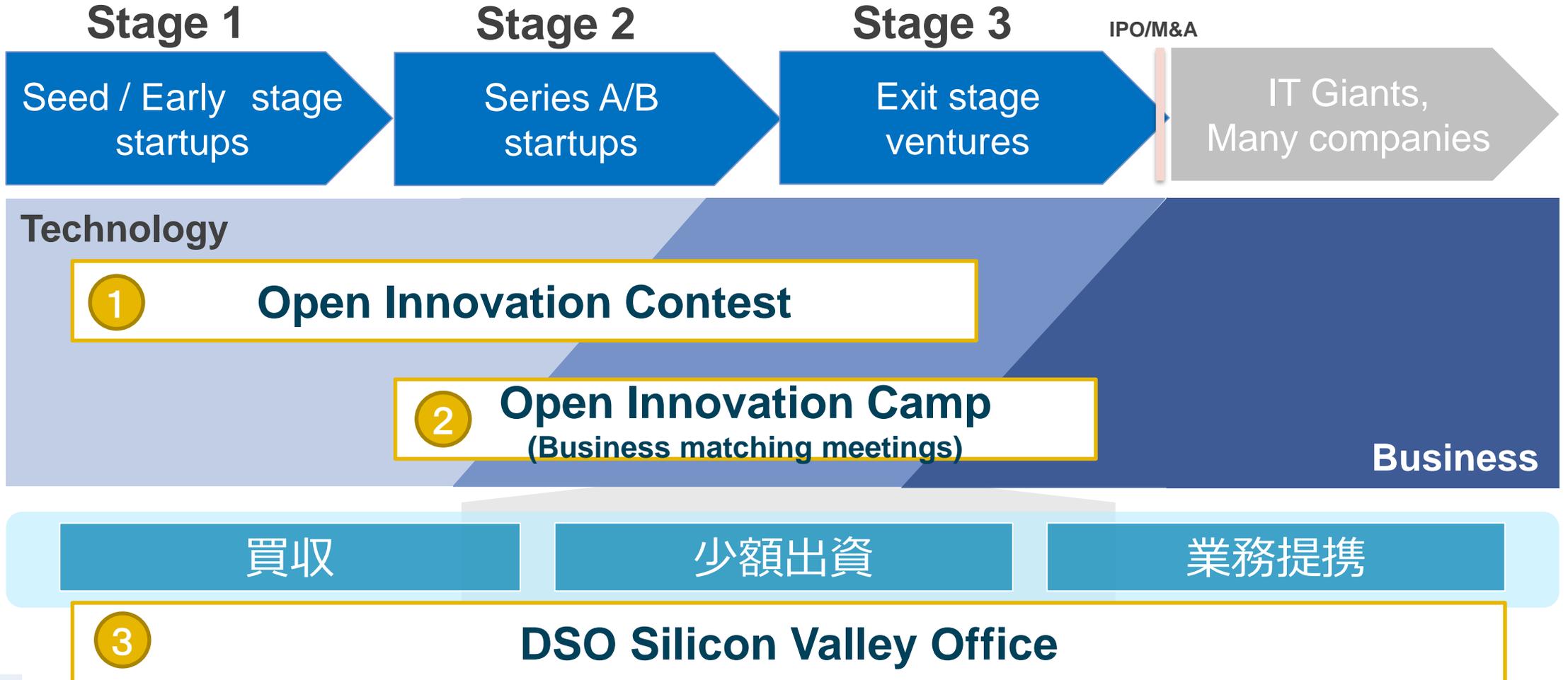
- 1 Direct Investments
- Co-investments with clients
 - Corporate funding for strategic digital initiatives

- 2 Strategic Partnerships
- Collaborate with Universities, Ventures and IT Giants
 - Digital business models (DSO Silicon Valley)

- 3 Talent Transformation
- Enhance digital business skills
 - Become a destination for 'digital natives'

Strategic Partnerships : グローバルでのパートナーシップ構築

- デジタルビジネス拡大のために、グローバルレベルでのアライアンスを加速していく必要がある
- ①Open Innovation Contest、②Open Innovation Camp、③DSO Silicon Valley Office設立



① Open Innovation Contest (豊洲の港から、ビジネスコンテスト)

豊洲の港から、ビジネスコンテストを通じて、ベンチャー企業、NTTデータのお客様（大手企業）、そしてNTTデータの3者が互いに「Win-Win-Win」の関係となるような新規ビジネス創発を目的として活動



「豊洲の港から®」定例会 (月1回)



- ・ベンチャー企業プレゼン
 - ・パネルディスカッション
 - ・意見交換会
- お客様含め100名以上参画

ビジネスコンテスト (年1回)



- “さあ、ともに世界を変えていこう”
- ・当社ソリューションのテーマに掛け合わせた世界を変えるビジネスを募集
 - ・募集テーマ：
ヘルスケア・ライフサイエンス、金融・保険・決済、
オートモーティブ・IoT、RPA・バックオフィス、
店頭・デジタルマーケティング、情報流通、
Disruptiveな社会変革対応

① Open Innovation Contest (今年度開催地 全16都市)



各地の優勝企業が 1/24東京に集合し、Grand Finale (世界大会) を実施

① Open Innovation Contest (オープンイノベーションの事業化実績一覧)

オープンイノベーションフォーラム「豊洲の港から」の活動やグローバルイノベーションコンテストを通じて、すでに約10の協業案件が実現

プラットフォーム 連携型	 iRidge	決済総合サービス「CAFIS」との連携による、CAFIS Preshを活用したレコメンデーションマーケティング
	 Sassor	エネルギーIoTプラットフォーム「ECONO-CREA」との連携による、IoT電力マネジメントサービス
	 マネーフォワードなど フィンテック企業各社	オンラインバンキングプラットフォーム「ANSER」のAPI連携による、フィンテックサービス
	 Payke	決済総合サービス「CAFIS」との連携による、CAFIS Attendantを活用したインバウンドマーケティング
	 Modiface (テック・パワー)	第一生命の健康増進アプリ「健康第一」プラットフォームのキラアプリ
	 日本医療データセン ター	第一生命の健康増進アプリ「健康第一」プラットフォームへの機能追加
ディスラプティブ型	 Daon	三井住友フィナンシャルグループとのJV設立による生体認証プラットフォーム「Polariify」
	 Unerry	ビーコン位置情報を活用したリアルタイムマーケティング実証実験
	 MarkLogic	構造化データ及び非構造化データを活用した次世代データベースビジネスの拡大
	 Social Coin	AI技術を活用した社会課題解決プラットフォーム

②Open Innovation Camp

明確なMissing Pieceを設定し、領域／事業部のニーズに合わせてカスタマイズで企画をし、速やかなリソース投資判断ができる事業部門責任者が参加し、領域における先進地域でCampを実施しアライアンスを判断



②Open Innovation Camp 実施例

- 領域毎に事業課題に即したチャレンジテーマを設定し、中長期的な事業創出に向け、世界のイノベーション先進都市を拠点にスタートアップと個別面談方式により協業検討を実施（今年度はSilicon Valley, Boston, Londonで実施）

2019年度対象領域	チャレンジテーマ（Missing Piece）
領域1（ヘルスケア）	ヘルスケアの未来予測からオフアリング強化ポイントの設定
領域2（バンキング）	次世代バンキングに向けた新技術の検討
領域3（オートモーティブ）	スマートシティ・自動運転社会の実現に向けた新技術の検討

事業創出事例

- 本取り組みを起点に機械学習プラットフォームを提供するDataRobot社とパートナー契約を締結（2017年上期）
- 2019年上期時点で、30社を超える企業に導入し、DataRobot Partner Award. (Best DataScientist / Best Biz-Dev)を受賞



③ DSO in Silicon Valley

2019年4月よりDSOシリコンバレー拠点を設置し、アライアンスに関するアンテナの強化と推進を加速
各インダストリー領域で、デジタルビジネスのAs-IsとTo-BeのGAPを分析し、戦略的にパートナーシップを締結

AS-IS Understanding

Partnership Possibilities

Innovative
Business
Models



*Digital Business Gap
Analysis*

Unique partnerships

*Go To Market
Optimization*



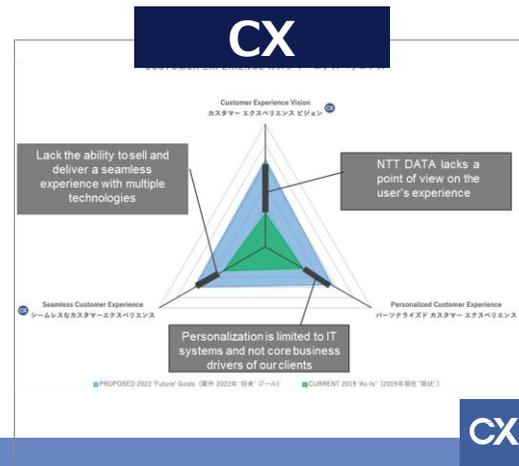
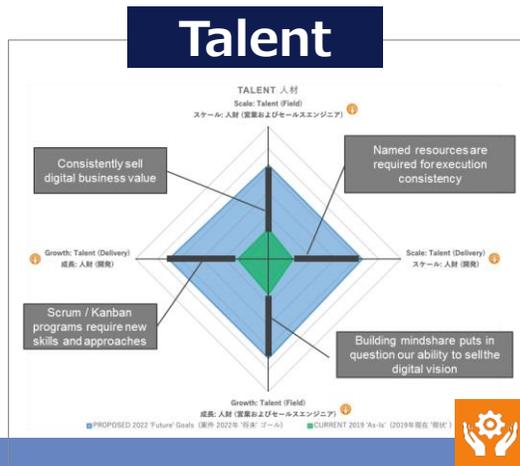
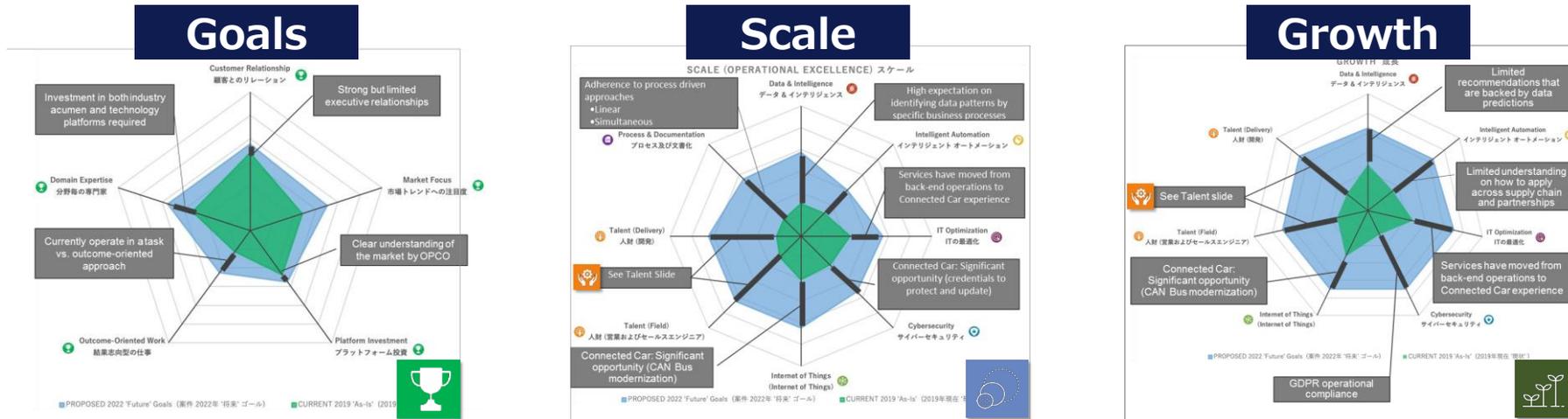
Head of
DSO Silicon Valley
Mark Fulgham

③ DSO in Silicon Valley

- 各領域へのインタビューに基づいたGAP分析を実施し、当社のケイパビリティを「可視化」
- GAPに基づき、ストラテジックパートナーシップを検討



Example : DSO #3 – Automotive



<凡例>

■ 現状のケイパビリティ

■ 3年後に必要なケイパビリティ

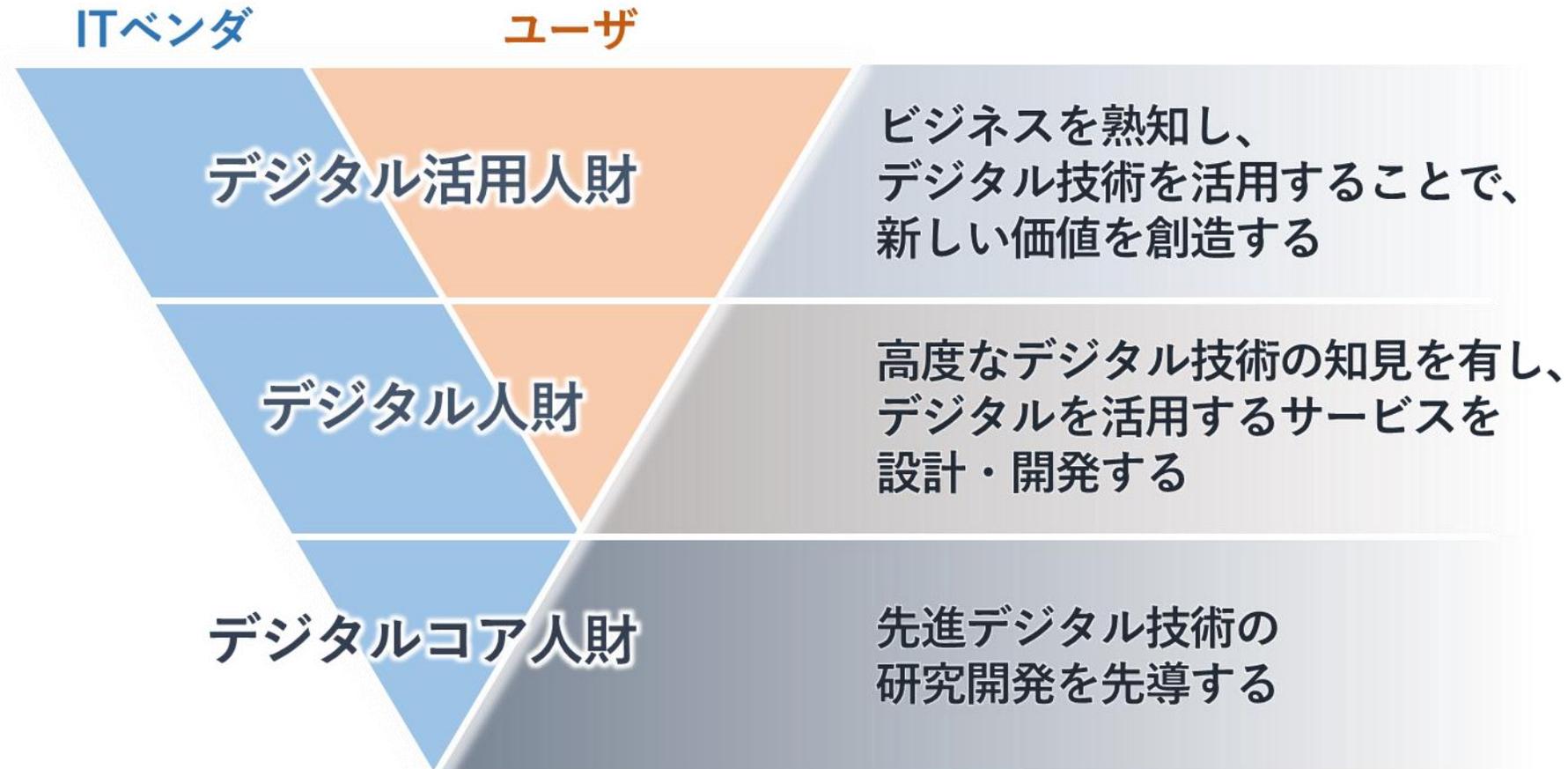
- 3つ目の柱である「Talent Transformation」では、人事本部と連携したデジタル人材への変革を推進

Digital Leading Company

- 1 Direct Investments**
 - Co-investments with clients
 - Corporate funding for strategic digital initiatives
- 2 Strategic Partnerships**
 - Collaborate with Universities, Ventures and IT Giants
 - Digital business models (DSO Silicon Valley)
- 3 Talent Transformation**
 - Enhance digital business skills
 - Become a destination for 'digital natives'

NTTデータのデジタル人財定義

➤ NTTデータは3分類のデジタル人財を定義し、人財育成を強化



社員一人一人のProfessionality最大化に向けて、各施策・制度変更を推進

社員のエンゲージメント向上

Digital & Global 対応力強化

Digital Boot Camp

Digital Assignment Program

グローバル人材研修

人材像に合わせた制度設計

採用強化・ADP制度
(Advanced Professional)

TG制度
(Technical Grade)

P-CDP人材タイプ追加

社内風土 / 意識変革

セルフイノベーションタイム

事例：イタリア発ビジネス創発ワークショップ「Harmonic Innovation Week」

DSOのデジタル人材育成の取組の一つとして、NTT DATA Italyが主催し実ビジネス創出に向けたNTTデータグループ社員、顧客企業、アクセラレータやスタートアップが参加したアイデア共創の取り組みを実施

社会・人間性に基づいて未来のビジネスを構想する、というコンセプトで南イタリアの“村”で講演・ワークショップを実施

Day 1-2 INSPIRING SESSIONS

- ✓ スピーチやパネル、スタートアッププレゼンから課題をインプット
- ✓ 異なる役割の5名×8チームを編成



Day 3-4 WORKSHOPS

- ✓ グループごとに課題に対するアイデアとプロトタイプを開発
- ✓ 地元住民等のゲストに対して検討状況を共有



Day 5 INNOVATION FESTIVAL

- ✓ 各グループから議論の成果を発表
- ✓ 専門家からのフィードバックと総括

3. 今後の見通し

業際ビジネスの創出

- デジタル時代では、急速にあらゆる業界が繋がってきており、それによって、既存の業界の枠には収まらない“業際”において新たなビジネス機会が生まれつつある

<これまで>

各業界（バーティカル）で
完結していた世界



<これから>

業界の壁が一段と溶け、
水平方向に繋がった世界



“業際”にビジネス機会が
生まれつつある



事例 1 : 製造業、金融業のサプライチェーンファイナンス

iQuattroのサプライチェーン情報を各金融機関に連携し、金融機関は商流情報、物流情報を担保にした融資をサプライチェーン構成企業に提供し、キャッシュフロー改善、バランスシート改善を図る

キーワード

Key technology

IoT, Blockchain

Target

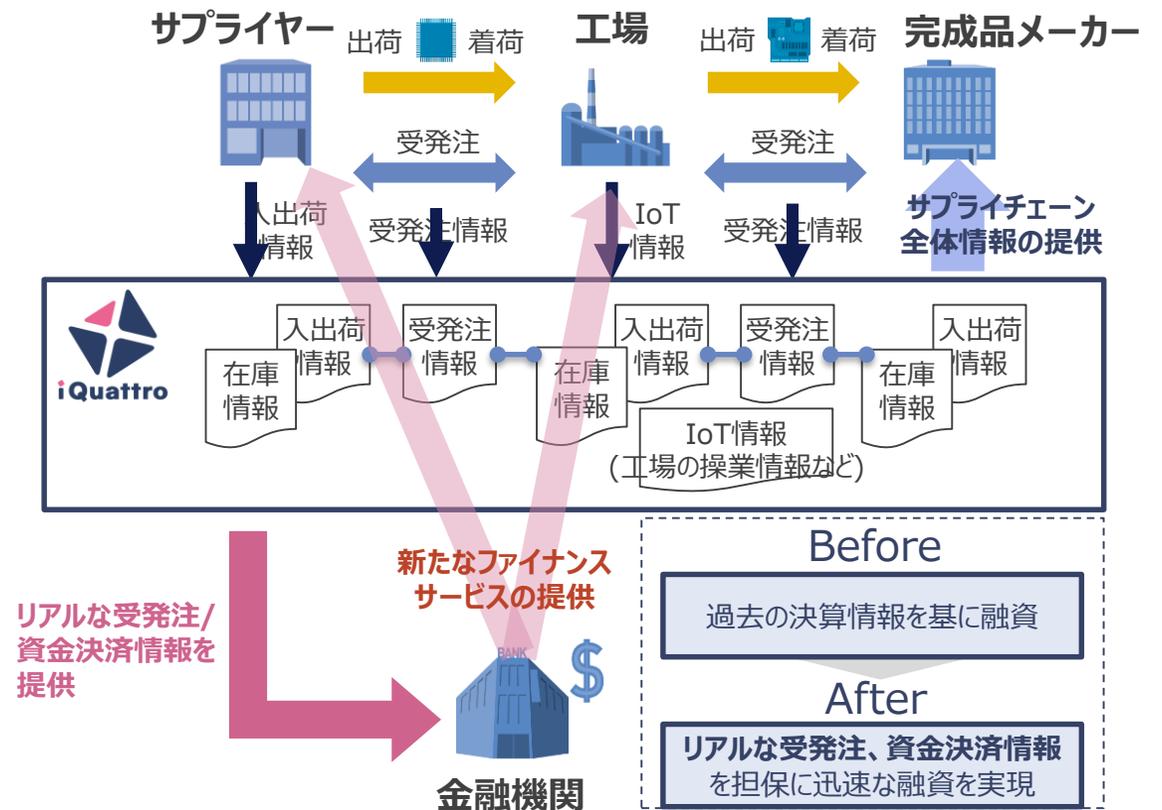
製造

金融

Smart Supply Chain
(企業間連携)を志向

新しいファイナンス
スキームによる
融資先開拓を志向

サービス概要



事例 2 : NeuroAIを活用したマーケティング

広告のクリエイティブの質を「NeuroAI」で定量評価できるようになり、「脳で認知した内容」と「広告意図」を比較することで、それを見た消費者へきちんと広告意図が伝わっているかを評価することができます。

キーワード

Key technology

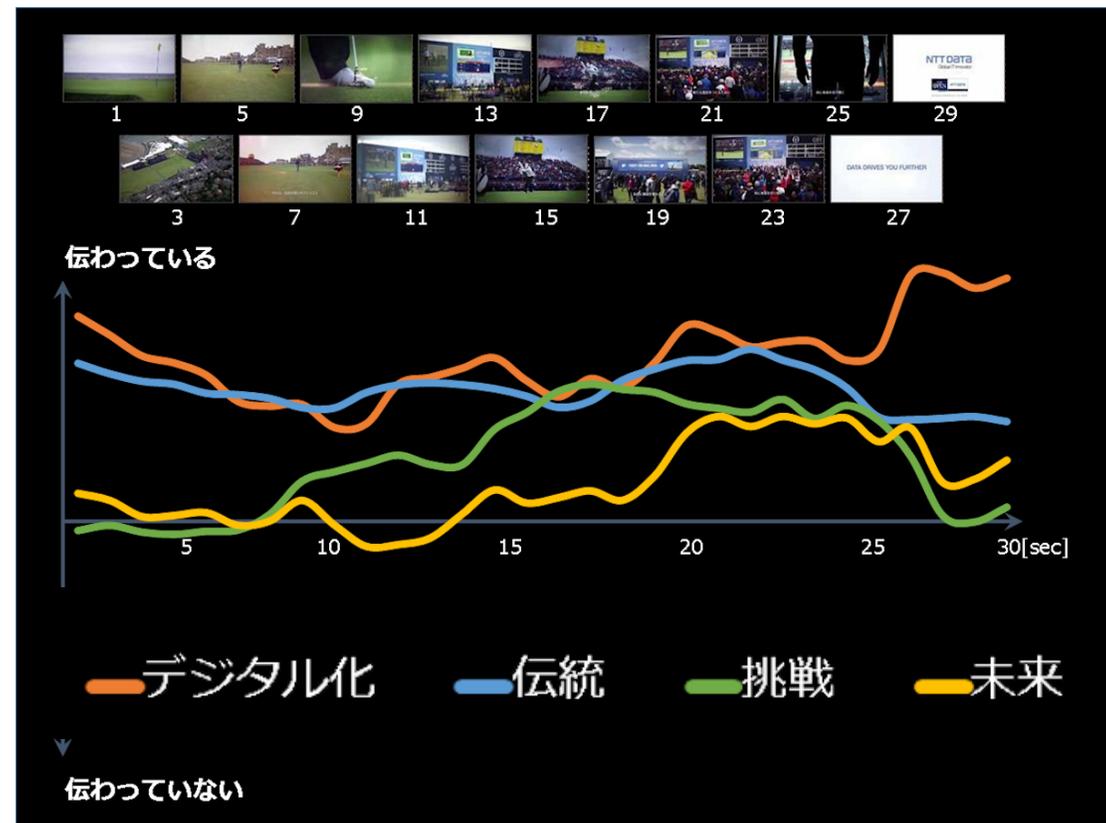
AI,脳科学

Target

広告 × 消費者



サービス概要



事例3：情報銀行（PDS事業者）

もともと個人の所有物であるパーソナルデータを、「その人の意志」で情報銀行に預け、データ活用事業者に提供・流通させて、様々な民間企業や公共機関のサービス利用申請の手間を省き、生活の利便性向上を図る

キーワード

Key technology

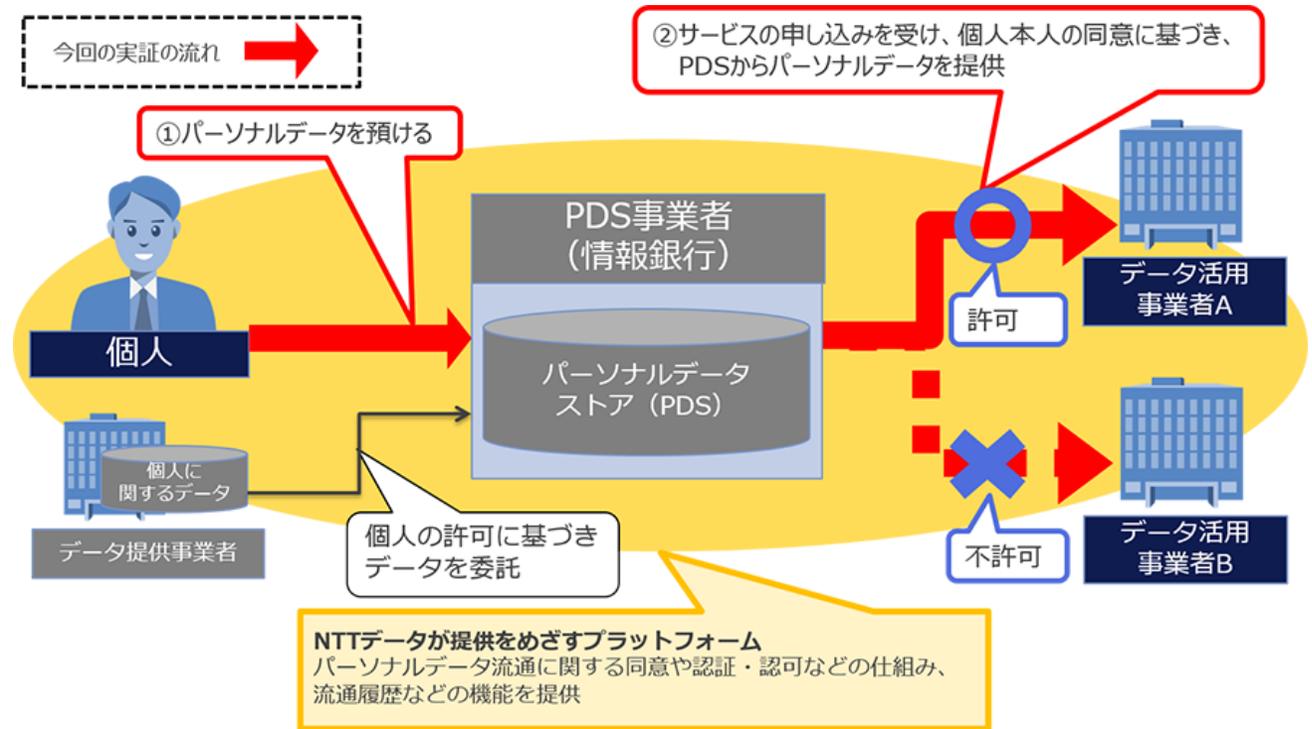
セキュリティ

Target

パーソナルデータを
必要とする
公共機関含む
全法人



サービス概要





NTT DATA

Trusted Global Innovator