

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

© 2019 NTT DATA Corporation

（説明省略）

## INDEX

### 第1部：中期経営計画「戦略1」の全体像

1. Global 3<sup>rd</sup> 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。

(説明省略)

# 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

執行役員の鈴木でございます。  
まず「中期経営計画「戦略1」の全体像」についてご説明いたします。

## 自己紹介



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<br>総合バンキングビジネスユニット BeSTA 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<br>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)                                    |

(説明省略)

# 1. Global 3<sup>rd</sup> Stageの全体像と今中計の位置付け

(説明省略)

## Global 3rd Stageの全体像

FY2025頃

3

### Global 3<sup>rd</sup> Stage

信頼されるブランドの浸透

Global Top 5

FY2018

2

### Global 2<sup>nd</sup> Stage

グローバルブランドの確立

FY2016

1

### Global 1<sup>st</sup> Stage

グローバルカバレッジの拡大

© 2019 NTT DATA Corporation

6

NTT DATA

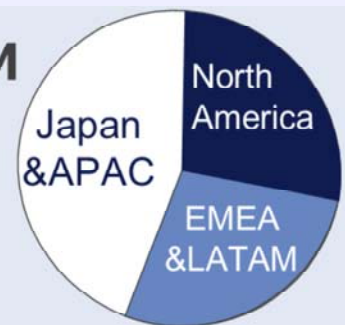
まず、グローバル戦略の中での中計の位置づけについてご説明します。当社はこの十数年グローバル戦略を展開しており、Global 2nd stageとしてめざしていたグローバルブランドの確立については2018年度までに一定の成果を得ましたので、今年度からGlobal 3rd Stageの目標であるグローバルトップ5をめざしています。

## Global 3<sup>rd</sup> 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**



Global 3rd Stageでめざす姿として、日本・APAC、北米、EMEA・中南米において  
バランスのとれたポートフォリオにしたいと考えています。

## 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



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



Global 3rd Stageの前半の3年間は今年度から始まった新中計の期間になります。「変わらぬ信念、変える勇気」で、グローバルで質の伴った成長をめざしていきます。





当社の企業理念と築き上げてきた強みであるLong-Term Relationships、これらの「変わらぬ信念」をベースに、「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していきます。

今中計の全体構成

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

(説明省略)

## 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

当社は「変える勇氣」をもってデジタル戦略を展開していきたいと思っています。具体的には、お客様への提供価値最大化をめざして、3つの戦略を展開していきます。

## 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

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

その中の戦略1はグローバルとデジタルをキーワードに、グローバルシナジーの最大化とデジタルトランスフォーメーションを更に加速していくための戦略です。

## 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

（説明省略）

## 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

(説明省略)

## 戦略1 グローバルデジタルオファリングの拡充



### 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



グローバルで戦うためには、グローバルマーケティングの加速、積極投資によるオファリングの創出、そして技術集約の3軸で取り組む必要があります。これから1つずつご説明していきます。



## 戦略1 グローバルデジタルオファリングの拡充



### 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



1つ目は、グローバルマーケティングの加速です。



## 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

グローバルオファリング（商材提供）

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

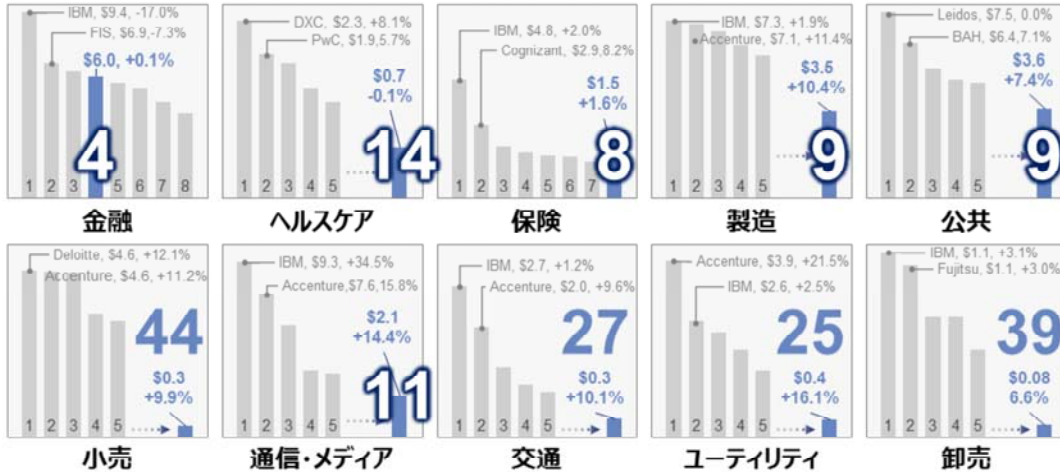
連携（グローバルOneチーム）

グローバルで共通のインダストリーやアカウントを定め、グローバルOneチームで連携してアプローチしていくことによってグローバルマーケティングを加速していきます。

## 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



ゴートン・グループの報告書「NTTデータ」(2019年4月)を参照してください。  
 Source: Gartner, Market Share: IT Services, 2018, Dean Blackmore et al., 8 April 2019  
 業種: 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

当社が強みを持っている各インダストリーでより上位をめざしていくことで、連結売上高全体でGlobal Top 5をめざしていきます。

## 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One Team

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

当社が強みを持つ自動車、バンキング、保険、ヘルスケア、通信、リテールの6つのインダストリーを定め、それぞれのインダストリーでグローバルOne Teamを作り、マーケティングを加速しています。

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

NTT DATA Germany  
NTT DATA Services India  
Intelligence Poland 等

逆転  
受注！

- ・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



こちらはグローバル大手の再保険会社に対して、既存のビジネスで一旦失注しましたが、グローバルでOne チームを再組成して再提案を行い、受注を取り戻したという事例です。既にこのような動きができるようになってきていますので、こういったパワーを活用し、更にグローバル展開を加速していきたいと考えています。



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



2つ目は、積極投資によるオファリング創出です。



## 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



DSO (Digital Strategy Office) を作り、8領域について積極的にデジタル投資を行っていきます。  
DSOに関しては、この後、第2部のパートにおいてご説明しますので、私からの詳細な説明は割愛します。

## 戦略1 グローバルデジタルオファリングの拡充



### 戦略1

## 戦うための武器づくりと戦い方のレベルアップ

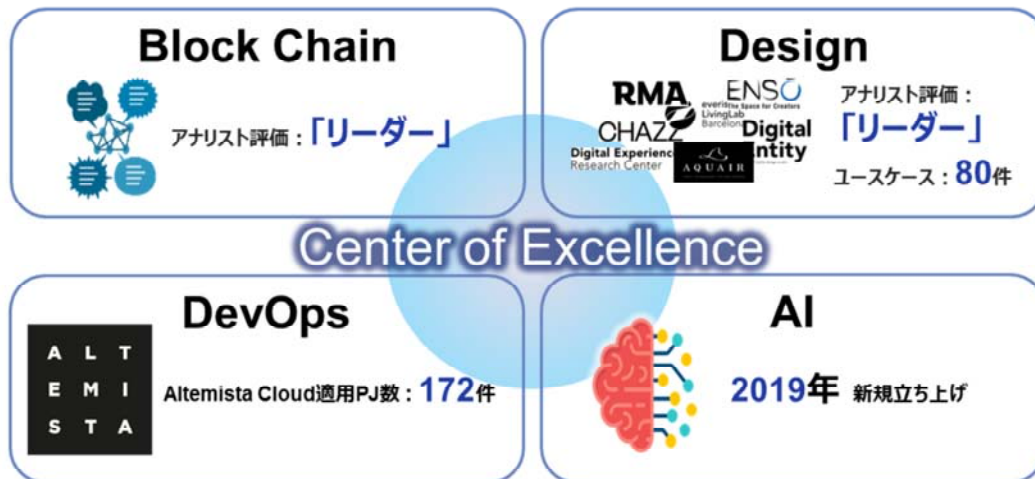
注力領域を定め、積極投資による“強み”(オファリング)を創出し、マーケティング・技術活用支援と一体でグローバル連携を加速する



3つ目のCoE (Center of Excellence) では、最先端技術に関する知見をグローバルで集約して活用を推進していきます。

## 技術集約拠点（CoE）の拡充

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



現在はブロックチェーン、デザイン、DevOps、AIの4つのテーマで、グローバルに集約拠点を作って活動しています。特に、ブロックチェーンとデザインは、アナリストレポートでリーダーの評価を得ています。

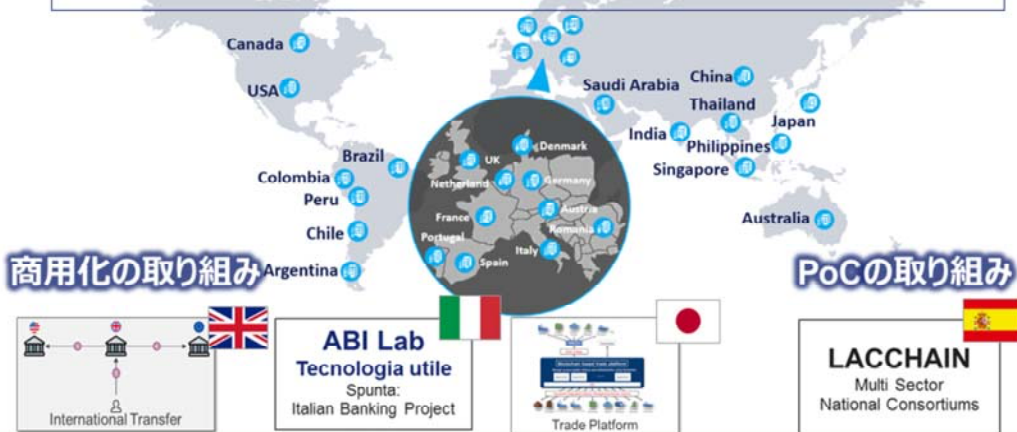


## 技術集約拠点（CoE）の拡充 ブロックチェーンCoE

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



© 2019 NTT DATA Corporation

25

NTT DATA

ブロックチェーンCoEは、24カ国・地域で、300名から現在500名程度の体制を構築して活動しています。イギリス、イタリア、日本ではブロックチェーンの商用化の取り組みが目前まで迫っています。

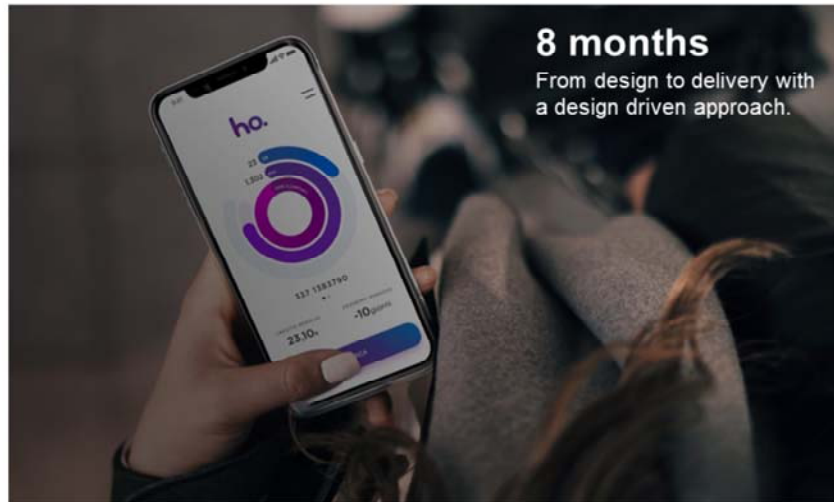
## 技術集約拠点（CoE）の拡充 デザインCoE

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



デザインCoEは8カ国・地域で450名を超える体制となっており、各国にデザインスタジオを設立してデザイン中心の開発を行っています。

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



事例の1つとして、イタリアではVodafone Italiaのセカンドブランド「ho（オー）」に対し、その事業内容やプロセス、仕組みをデザインし、システムを構築しました。こちらは検討開始から僅か8か月という短期間でサービスを開始し、お客様から高い評価をいただきました。

このように、デジタル戦略に基づく様々な取り組みを着実に進め、新中計の目標達成とGlobal 3rd Stageの達成をめざしていきたいと考えています。

以上で私からの説明を終わります。ありがとうございました。

## 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

執行役員の佐々木でございます。続いて、「DSOの取り組み」についてご説明します。  
いくつかの成果も出てきていますので、そのあたりも含めてご説明します。

## 自己紹介



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

(説明省略)

# 1. DSOの概要

(説明省略)

## DSOのミッションと役割

- 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は「Digital Strategy Office」の略で、2017年7月に活動を開始しました。これまで当社は数多くのM&Aを行ってきており、それぞれの事業会社でデジタルビジネスに取り組んできましたが、DSOはデジタルビジネスを更に加速させていくために、グローバルで当社グループの持つデジタルのケイパビリティをしっかりと把握した上で、デジタルが拡大するマーケットの中でお客様に貢献するために一貫した戦略をグローバルで推進するためのチームです。  
そのヘッドとして私が任命されています。



## 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     | <ul style="list-style-type: none"><li>• Co-investments with clients</li><li>• Corporate funding for strategic digital initiatives</li></ul>                    |
| 2 | Strategic Partnerships | <ul style="list-style-type: none"><li>• Collaborate with Universities, Ventures and IT Giants</li><li>• Digital business models (DSO Silicon Valley)</li></ul> |
| 3 | Talent Transformation  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Enhance digital business skills</li><li>• Become a destination for 'digital natives'</li></ul>                         |

DSOでは大きくDirect Investments、Strategic Partnerships、Talent Transformation という3つの柱で取り組みを推進しています。

Direct Investmentsは、グローバルで進行中の様々なデジタルプロジェクトに対し、財政的な支援をしています。特に先進的なお客様と一緒に取り組むプロジェクトに対してファンディングを行っています。

Strategy Partnershipsは、大学やベンチャー企業、ITジャイアンツとどう連携するか、またオープンイノベーションのビジネスモデルをどのように構築するかについて取り組んでいます。

Talent Transformationは、社員のデジタルスキルの向上に取り組んでおり、いかにデジタル人財を育てるか、がキーポイントとなります。

これらの取り組みによってデジタル領域のリーディングカンパニーをめざしていきたいと考えています。



## 2. 取り組み事例

(説明省略)

## 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'

(説明省略)

## Direct Investments 注力領域

> 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



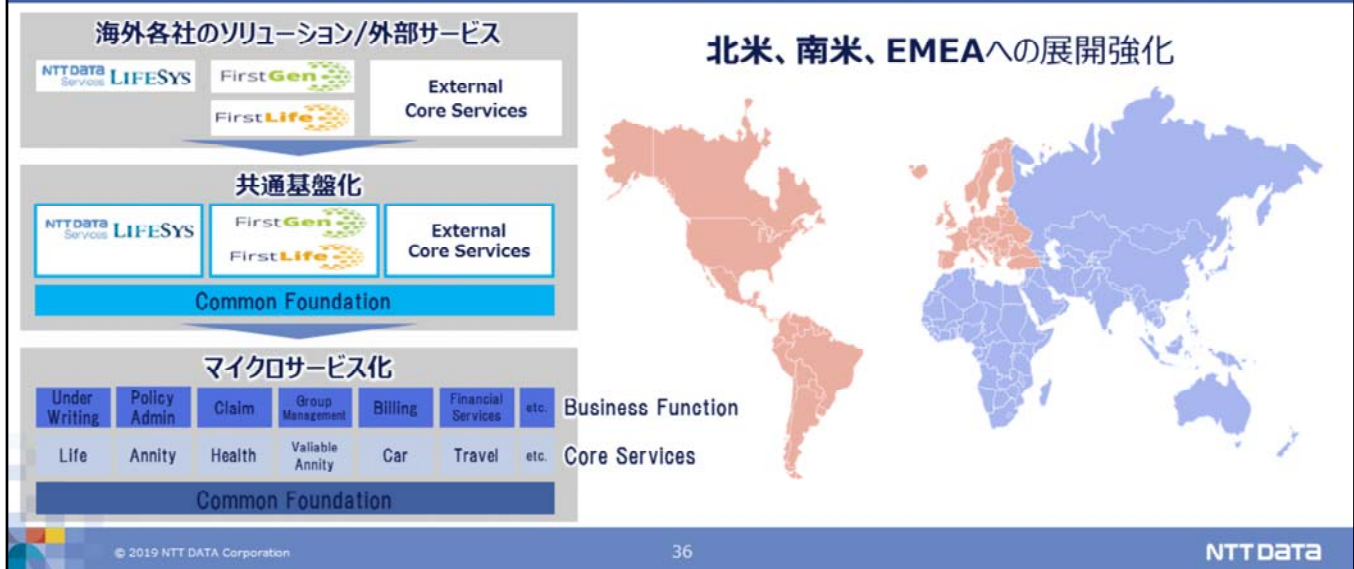
まず、Direct Investmentsの注力領域についてご説明します。

注力領域の定義にあたっては2つのインプットを基にしています。まず、技術革新統括本部が様々な調査を行い、今後のマーケットと技術のトレンドを把握しているため、そのトレンドを踏まえています。一方で当社が強いインダストリーやキークライアント、当社が展開しているビジネスモデル、DFAs（デジタルフォーカスエリア）として定義したAI、IoT、CX等の技術領域をもう1つのインプットとしています。

これら2つのインプットを基に8つの戦略的な注力領域を定義しています。そのうち5つはインダストリーにフォーカスしたもの、3つが技術領域にフォーカスしたものとなっています。

## 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



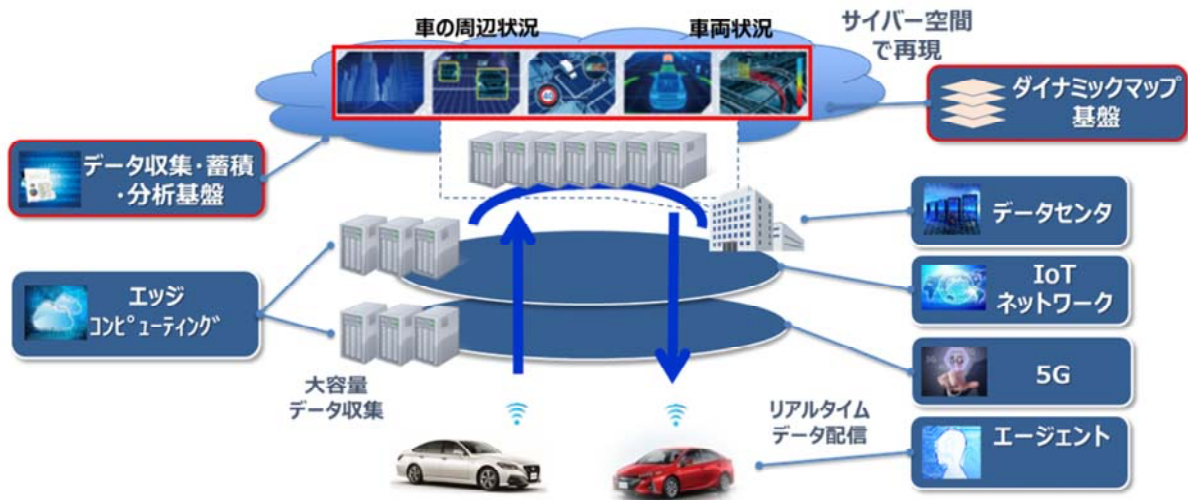
ここからはDirect Investmentsの事例をいくつかご紹介します。まず自動車保険のグローバルプラットフォームに投資をしている事例です。

これまでも各事業会社でLIFESYSやFirst Gen、First Lifeというプラットフォームを持っていましたが、既存の技術で作られていたものをクラウドネイティブな共通のプラットフォームに載せ替えた上で、グローバルなマイクロサービスを提供する取り組みを進めています。

今後、保険業界向けの様々なサービスをこのプラットフォーム上で提供していきます。現在、北米、南米、EMEAを中心に展開を強化しています。

## 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



事例の2つ目は自動車の領域で、トヨタとNTTグループでR&Dの協業を推進しており、コネクティッドカー（通信機能を持つ自動車）の基盤領域について研究開発を行ってきました。現在、コネクティッドカーが増えてきており、車から収集するデータの量も質も大きく変わってきています。

量の面ではCANデータと呼ばれるセンサーデータを収集できるようになってきていますし、質の面ではドライブレコーダーの画像もセンタ側に集める動きが出てきています。今後はセンタ側で大量のデータを処理しなければならないため、アーキテクチャの検討等を実用化に向けて行っています。

### 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  
店舗運営の人的コスト削減等業務効率化  
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

© 2019 NTT DATA Corporation

38

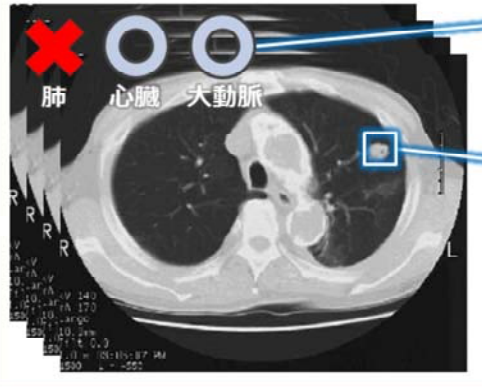
NTT DATA

事例の3つ目は、レジ無しデジタル店舗「Catch&Go」で、小売業界向けに試行的な運用を開始しました。六本木にある弊社のデザインスタジオ「AQUAIR」にベンチャー企業の技術を使って「Catch&Go」のデモ店舗を作り、見学いただいた上で、何社かの小売業者と本格的な運用に向けて取り組んでいます。



## 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。

4つ目はヘルスケアの事例です。ヘルスケアは北米、日本ではかなり実績のあるインダストリーです。従来、医療画像から特定の病気に対して異常があるかどうかを判断するAIはありましたが、現在、1枚の画像から複数の病気について同時に異常があるかを検知するアルゴリズムの開発を行っています。

2019年3月～8月に宮崎大学と実証実験を行って、特に腎臓の癌の検出に対して高い検出精度を持つことが確認されています。2020年度中をめどに更に検証を進めていく計画です。

## 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

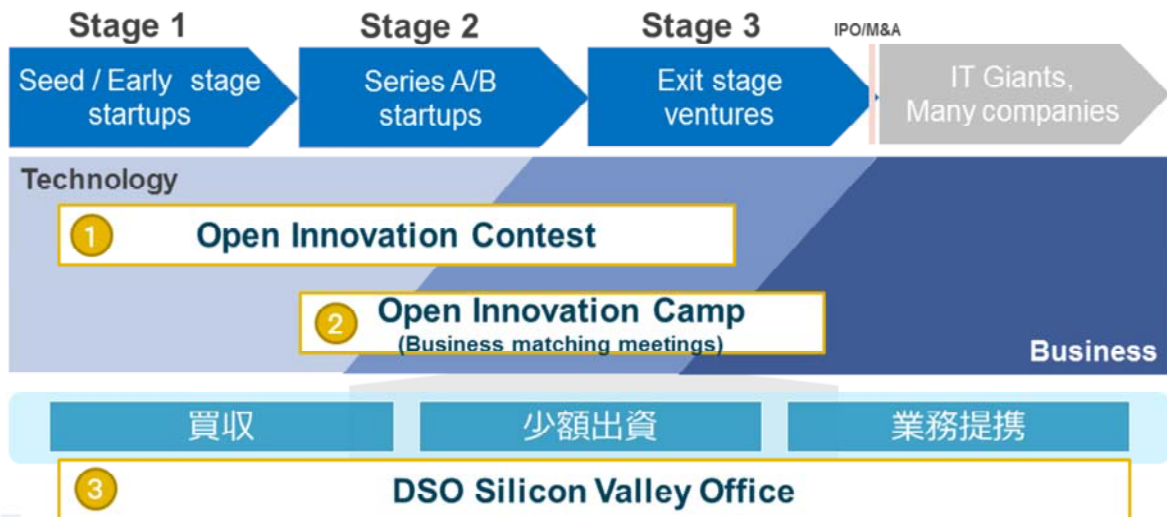
- |   |                        |  |
|---|------------------------|--|
| 1 | Direct Investments     | <ul style="list-style-type: none"><li>• Co-investments with clients</li><li>• Corporate funding for strategic digital initiatives</li></ul>                    |
| 2 | Strategic Partnerships | <ul style="list-style-type: none"><li>• Collaborate with Universities, Ventures and IT Giants</li><li>• Digital business models (DSO Silicon Valley)</li></ul> |
| 3 | Talent Transformation  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Enhance digital business skills</li><li>• Become a destination for 'digital natives'</li></ul>                         |

(説明省略)



## 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



© 2019 NTT DATA Corporation

41

NTT DATA

続いてStrategic Partnershipsについてご説明します。

オープンイノベーションという言葉をよく聞かれることと思いますが、現在は1社で全てを行う時代ではないといわれており、特にデジタル領域では様々なスタートアップが出てきていますし、クラウドの領域では欧米のベンダーが力強いパフォーマンスを発揮していますので、そういった企業や大学の研究機関との連携を行い、新たなデジタルビジネスを検討しています。

当社はStrategic Partnershipsとして3つの取り組みを行っており、まずオープンイノベーションコンテストではスタートアップ企業にプレゼンを行っていただき、協業を推進しています。オープンイノベーションキャンプは、マッチングを密に行うためのミーティングを行うプログラムです。また、シリコンバレーにオフィスを作り、スタートアップ企業のリサーチ、投資のサポートを行う取り組みも進めています。

## 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



オープンイノベーションコンテストは、ベンチャー企業、お客様、当社の三者が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た活動です。特徴的なのは、月1回の定例会で情報交換等を行っていることと、年1回のビジネスコンテストを行っていることです。

## 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

今年度のビジネスコンテストはグローバルの16都市で行っており、1月24日にグランドファイナーレとしてInnovation Conferenceという世界大会を東京で開催する予定です。これは各地域の優勝企業が集まり、最終的な優勝企業を決めるイベントです。

## 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	企業名	協業内容
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ーアプリ
	 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「Polarify」
	 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

これまでの取り組みで既に様々な協業案件が生まれています。大きくはインターネット上の様々なプラットフォームを組み合わせながら連携していく「プラットフォーム連携型」と、ユニークな技術を当社のビジネスに活用していく「ディスラプティブ型」に分かれますが、合計10件以上の協業案件が出てきています。

## 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



オープンイノベーションキャンプは、ベンチャーキャピタルにあるインダストリーや業務領域に特化して企業を探していただき、実際に面談を行って協業を深掘りしていく取り組みです。



## 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



具体的には、ヘルスケア、バンキング、自動車業界といったターゲットを決めて、シリコンバレーやロンドン等で複数の企業とミーティングを行い、協業の可能性を探っています。事例としては、この取り組みの結果、ボストンのDataRobotという会社と2017年上期にパートナー契約を締結しており、既に多くのお客様に展開しています。

### 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



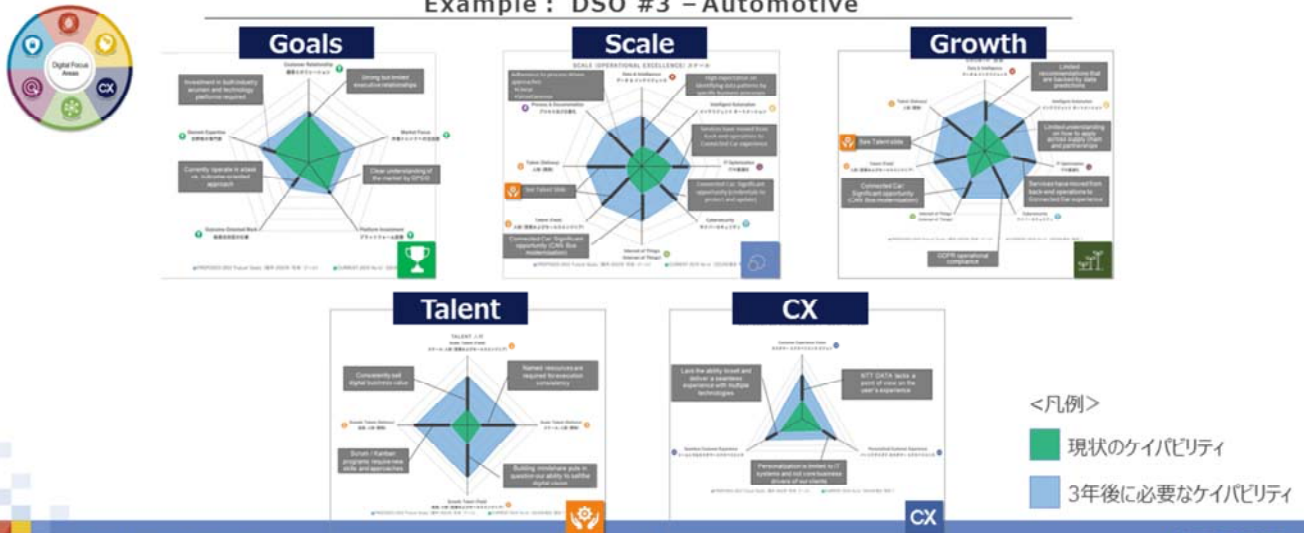
2019年4月にシリコンバレーに拠点を設置して、アライアンスに関するアンテナ機能の強化とアライアンス推進を加速させています。  
今年度は、デジタルビジネスのAs-IsとTo-Beのギャップを分析し、どの領域で戦略的なパートナーシップを推進すべきかについて検討してきました。パートナーシップには、いくつかのパターンがあります。「Buy」はM&Aのことです。「Build」は一緒にソリューションを作っていくパターン、「Partner」はパートナーシップを組んで協業を行っていくパターンです。  
こういった様々パターンでCo-InvestmentsやCo-Developmentを進めていきます。



### 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、戦略的パートナーシップを検討

Example : DSO #3 – Automotive



こちらは自動車業界でギャップ分析を行った例です。当社の現状のケイパビリティと将来持つべきケイパビリティではどこにギャップがあるのかを分析し、そのギャップを埋めるためにどのようなスタートアップ企業と組むべきか議論しています。今後は、ギャップの Visualization結果をベースに、実際に具体的なアライアンスを進めていきます。

## Talent Transformation

➤ 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

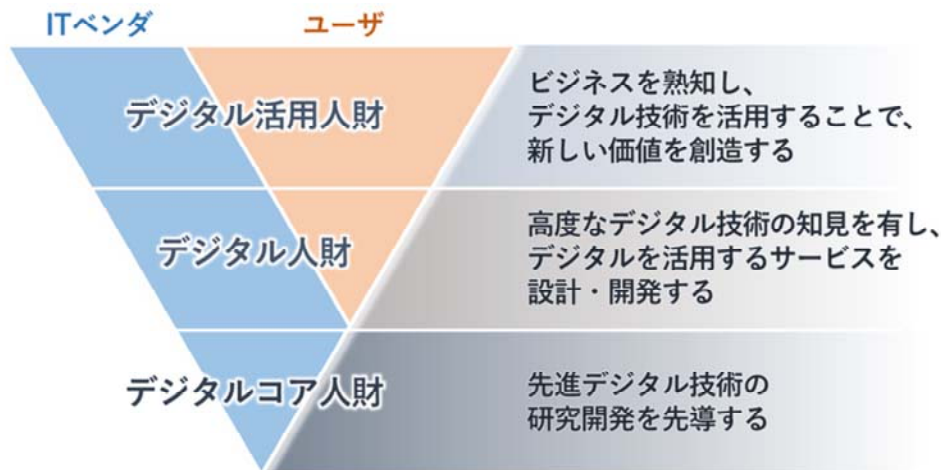
### Digital Leading Company

- |   |                        |  |
|---|------------------------|--|
| 1 | Direct Investments     | <ul style="list-style-type: none"><li>• Co-investments with clients</li><li>• Corporate funding for strategic digital initiatives</li></ul>                    |
| 2 | Strategic Partnerships | <ul style="list-style-type: none"><li>• Collaborate with Universities, Ventures and IT Giants</li><li>• Digital business models (DSO Silicon Valley)</li></ul> |
| 3 | Talent Transformation  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Enhance digital business skills</li><li>• Become a destination for 'digital natives'</li></ul>                         |

(説明省略)

## NTTデータのデジタル人財定義

➤ NTTデータは3種類のデジタル人財を定義し、人財育成を強化



Talent Transformationでは、デジタルに適応した人財をいかに育てていくかが重要です。当社はデジタル人財を3つのタイプに分類しています。「デジタルコア人財」は、先進的なデジタル技術の研究開発も含めた深い知識を持って先導する人財です。「デジタル人財」は、高度なデジタル技術の知見を有して設計・開発ができる人財です。また、「デジタル活用人財」はお客様と連携し、デジタル技術をいかにビジネスに適用していくかをお客様と共に検討する人財です。この3分類をNTTデータの「デジタル人財」と定義し、それぞれの人財を育成していきます。

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

グローバル人財研修

### 人財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人財タイプ追加

社内風土 / 意識変革

セルフイノベーションタイム

人財の育成にあたっては様々なアプローチをしていますが、制度設計面では、Advanced Professional (ADP) 制度というフレキシブルな報酬体系を用意しています。

また、10月からはTechnical Grade (TG) という、スペシャリスト人財に対してのキャリアパスを追加しました。

P-CDP (Professional Career Development Program) にもデジタル時代にふさわしい人財タイプを追加し、育成を進めています。

更に、全社員にセルフイノベーションタイムとして、自らデジタル技術を学ぶ時間を取るよう推進しています。

## 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



教育の領域でもグローバルのベストプラクティスの活用を行っており、イタリア発でビジネス創発ワークショップが開催され、日本からも参画し一緒に勉強しています。これはお客様も巻き込んだ約1週間の研修体系となっています。

申し上げたいのは、グローバルでのベストプラクティスを海外発で、日本も巻き込まれる形で取り組んでいる事例も出てきているということです。

### 3. 今後の見通し

(説明省略)



## 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



© 2019 NTT DATA Corporation

54

NTT DATA

最後に、今後のデジタルマーケットがどうなっていくのかという点について少しご説明します。

今までは各業界でビジネスが完結していた世界でしたが、デジタルの1つの特徴として、様々なものが繋がってくるという点があります。今後はデジタルによって水平に様々な業界が繋がったマーケットが出来るといわれており、必然的に特定の業界の枠に収まらない「業際」においてビジネス機会が生まれてきますので、そこに様々なアプローチをしています。

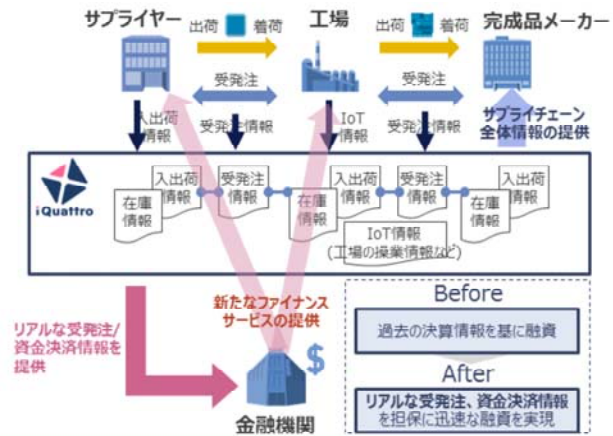


## 事例 1：製造業、金融業のサプライチェーンファイナンス

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

サービス概要



いくつか先進的な取り組みをご紹介します。

1つ目はサプライチェーンファイナンスのマーケットの事例です。完成品メーカーとその取引先である工場、部品を提供しているサプライヤーがいるケースでは、通常、各社が在庫を持ち、資金繰りをしています。金融機関が新しいファイナンスサービスの提供に目をつけ、リアルタイムの在庫管理、物流管理を行うことで、新たな金融サービスを生み出す取り組みを進めています。

## 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

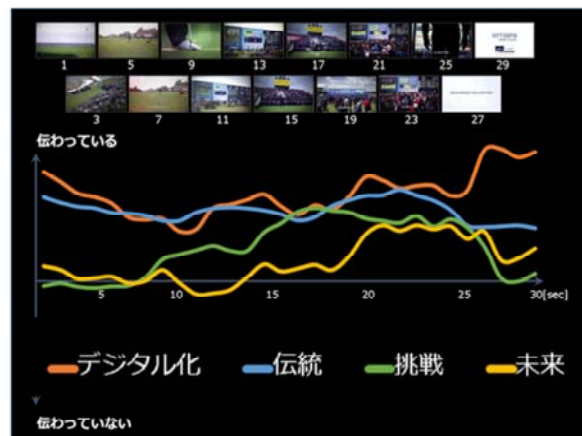
AI,脳科学

Target

広告 × 消費者



### サービス概要



2つ目は脳科学のマーケットの事例です。人が映像を見た時にどのようなことを考えているのか、どのような言葉を想起しているのかを脳の反応を見てNeuroAIが分析し、モデリングしています。そのモデルを使うことによって、例えばそれぞれのコマーシャルが各年代に与える印象を事前に評価することができます。こちらは現在、広告マーケット向けにサービスを展開しようと取り組んでいます。

### 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

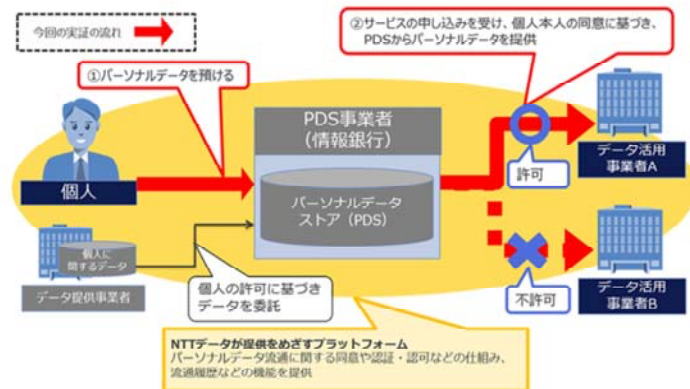
セキュリティ

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



3つ目の事例です。パーソナルデータストア、情報銀行のビジネスについても初期の取り組みを開始しています。様々な企業が個人情報を集めているところだと思いますが、当社は個人情報そもそも消費者のものであるという概念のもと、パーソナルデータストアを運営し、そこが集中的に情報管理を行ってデータ活用をよりスムーズに行おうという取り組みです。現在、何社かのお客様と共に実証実験を行っている段階です。

以上で私からの説明を終わります。ありがとうございました。



(説明省略)