

NTTデータのサービスデザイン領域における 最新の取り組みに関する説明会

2020年6月12日
株式会社NTTデータ

本日の発表者

株式会社NTTデータ

取締役常務執行役員
技術革新統括本部長

木谷 強



オンライン記者会見用の特設ページより 講演資料や写真等のダウンロードが可能です

The screenshot shows the NTT DATA website with a dark blue header. The main content area is white and features a seminar announcement. The title is 'サービスデザイン事業における最新の取り組みに関する説明会'. Below the title, there is a table with details about the seminar, including the title, organizer, date, and materials. The materials section indicates that presentation materials can be downloaded from 12:15 onwards.

目次概要	
タイトル	サービスデザイン事業における最新の取り組みに関する説明会
主催者	NTTデータ 取締役佐藤雅夫氏/役員 取締役橋本部長 本行 債
日時	2020年6月12日 (金) 13:30~14:30
会場	オンライン参加
資料	講演資料 (開催当日の13:15からダウンロード可能です)

※参加には事前申し込みが必要で、出席のご希望をいただいた方に、参加に必要なアクセス情報 (接続URL、ミーティングID、ミーティングパスワード) をご案内します。
※本セミナーサービス (Zoom) を利用いたします。アカウントをお持ちでない方も、申し込みで無料提供いたします。
※お手続きの遅延や開催状況により、再ログインが必要になることや、再参加ができません、ご観覧いただけない場合もございます。あらかじめご了承ください。

<https://www.nttdata.com/jp/ja/news/seminar/2020/061200/>

説明会中に映像が見えない等の不具合が発生した場合 以下の手順でご対応ください

①以下のページより、講演資料をダウンロードください。

<https://www.nttdata.com/jp/ja/news/seminar/2020/061200/>

②以下の番号にお電話いただき、アクセスコード等を入力ください。

お手元の資料をご覧いただき、登壇者の説明をお聞きください。

- ・ 03-5050-1391 or 03-6634-4973 へ電話 ※通話料金が発生します。
- ・ ミーティング番号(アクセスコード): 166 405 9933
- ・ 参加者コード: 不要

③司会よりアナウンスがありましたら、質問がある方は案内に従いご質問ください。

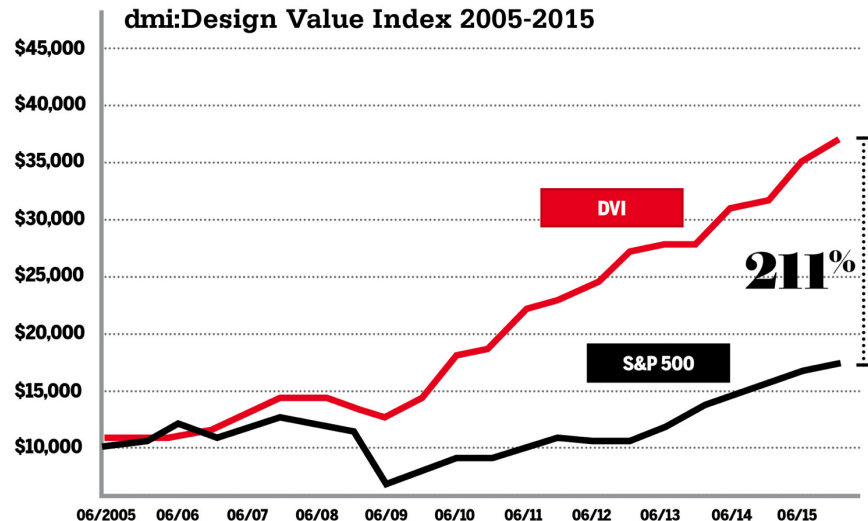
1. NTT DATA Design Networkの紹介
2. デザイナー集団の新ブランド「Tangity」の活動
3. 今後の展望

1. **NTT DATA Design Networkの紹介**
2. デザイナー集団の新ブランド「Tangity」の活動
3. 今後の展望

ユーザー体験に着目した 「サービスデザイン」の活用により 多くの企業がより大きな成長を遂げている

“ *The Design Value Index Study shows 10 year returns yielding 2.11 times (211%) that of the S&P 500.*
(デザインを経営戦略に取り入れている企業の株価の伸び率は、S&P500の平均と比べて2倍以上高い)

- DESIGN-CENTRIC COMPANIES:**
- APPLE
 - COCA-COLA
 - FORD
 - HERMAN-MILLER
 - IBM
 - INTUIT
 - NIKE
 - PROCTER & GAMBLE
 - SAP
 - STARBUCKS
 - STARWOOD
 - STANLEY BLACK & DECKER
 - STEELCASE
 - TARGET
 - WALT DISNEY
 - WHIRLPOOL

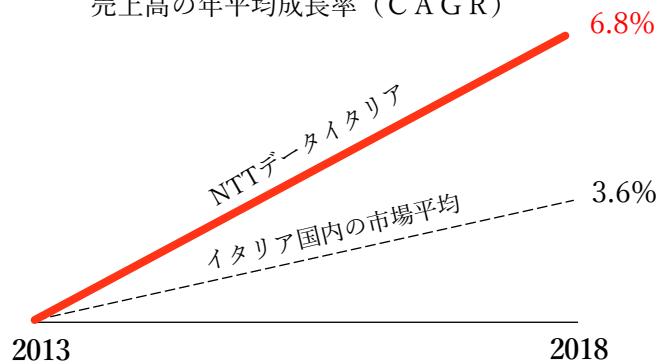


NTTデータグループにおいても 「サービスデザイン」のチームがある地域は 特に大きな成長を遂げている

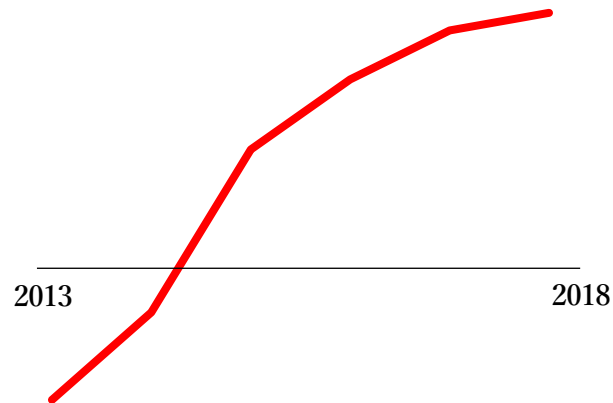


NTTデータイタリアでは、2013年度より「デザイン」に投資 → 大幅な増収増益

売上高の年平均成長率 (CAGR)










利益率



“NTT DATA Design Network”を設立 世界各国16のデザインスタジオのノウハウを共有



サービスデザイン活動を各国間で連携 様々なお客様のデジタル化を支援

 NTT DATA UK	 Digital Entity <small>an NTT DATA Design Studio</small>	 ENSO The Space for Creators	 AQUAIR	 Collaboration Center	 + South Americas CHAZZ 
---	--	--	--	--	---

×

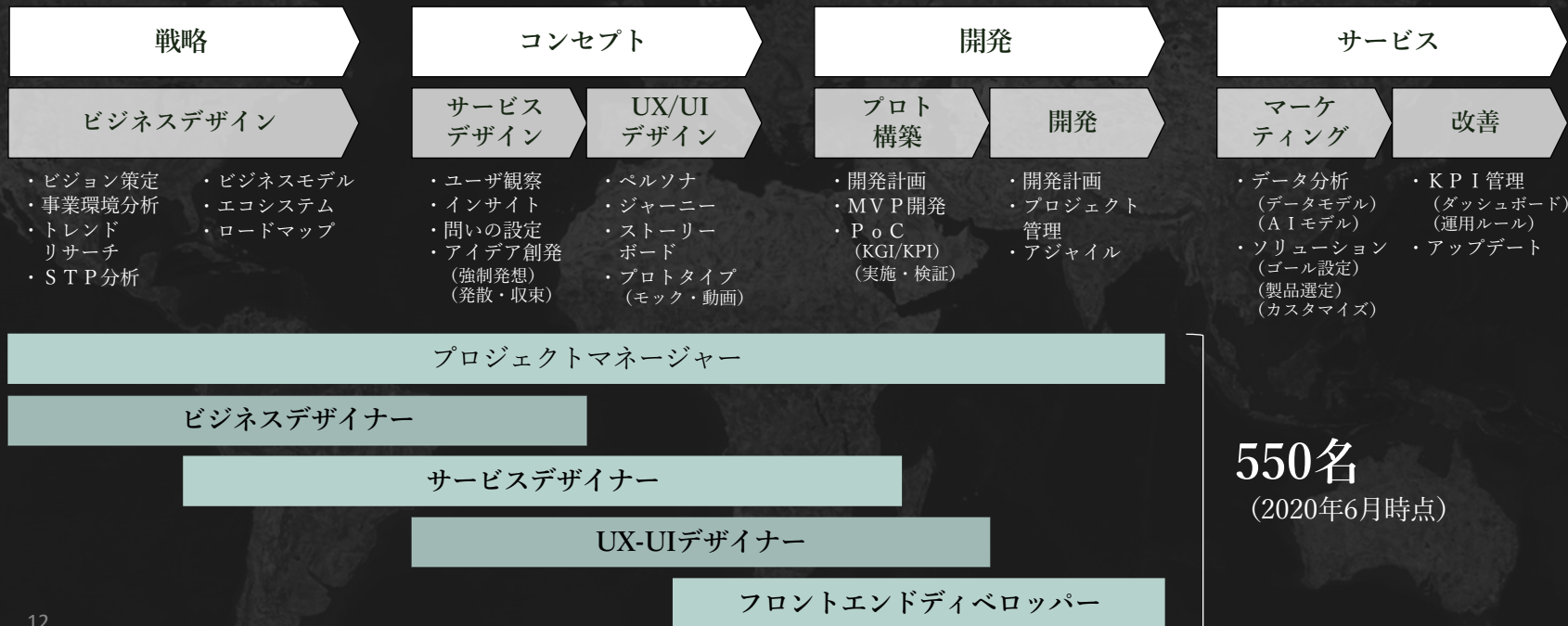
<u>通信</u>  	<u>金融・保険</u>   	<u>エネルギー</u>  	<u>小売・流通</u>   	<u>官公庁</u>  <u>エンタテイメント</u> 
---	--	---	--	--

2018年、東京にデザインスタジオを開設

お客様のビジネスの企画から
プロトタイピング・実証実験までシームレスに実践

NTT DATA Design Networkの一員として
場を活用しながら、サービスデザイン領域の活動を展開

サービスデザインのプロセスに関わる デザイナー550名が在籍

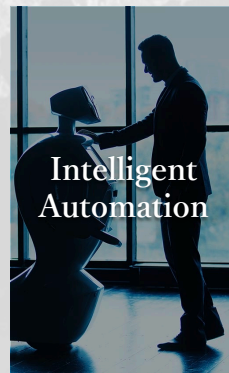
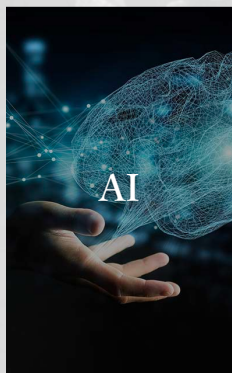


550名
(2020年6月時点)

NTTデータグループ全体で グローバルの知見を集約する 7つのCoEを設立 お客様のデジタル化を支援

Center of Excellence

中期経営計画の重点方針「技術革新による価値創造」の実現に向けて
グローバルの知見を集約するための7つの機構を確立



1. NTT DATA Design Networkの紹介
2. デザイナー集団の新ブランド「Tangity」の活動
3. 今後の展望

NTT DATA Design Networkに所属する デザイナー集団の新ブランド「Tangity」

Tangity part of NTT DATA
Design Network

実体があることを意味する「Tangible」が語源

今後、より一層無形化・複雑化するデジタルビジネスについて

人にとってわかりやすく「手触り感」のあるものを作り上げていくことを意図

NTT DATA Design Networkに所属する デザイナー集団の新ブランド「Tangity」

NTT DATA Design Network

NTTデータグループの各国のデザインスタジオ（10カ国、16拠点）が参加するネットワーク

Tangity

NTTデータグループのデザイナー集団を指す新ブランド
2020年6月、日本・イタリア・ドイツ・イギリスで使用開始



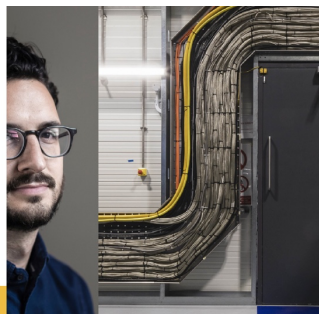
NTT DATA Design Networkに所属する デザイナー集団の新ブランド「Tangity」



INNOVATION

Reducing waste
in UK Energy
Market: story
of an ongoing
innovation.

with/for users 1.4m



日本のカルチャーを尊重し、伝統色（大正・昭和初期の配色をまとめた色彩辞典から選定）を採用



東京から始まり、ヨーロッパ、シリコンバレーへと到達する人の社会、社会現象を理解することはデザイナーにとっての基本であり、

グローバルで事例・人材の共有を一層促進し お客様のデジタル化をサービスデザインで支援

1

共通のメソドロジー

2

多様なチームメンバー

3

幅広い事例・ノウハウ

グローバルで事例・人材の共有を一層促進し お客様のデジタル化をサービスデザインで支援

1

共通のメソドロジー

2

多様なチームメンバー

3

幅広い事例・ノウハウ

グローバル統一のメソドロジーを体系化 各国のニーズに合わせてカスタマイズも可能



Step1 : Empathize (ユーザーを理解する)

ユーザーリサーチメソドロジー

SHADOWING
Introduction

WHAT FOR

Shadowing

Need to look at how users work from a different and observational perspective the why behind!

View users and their behavior in the context of their lives. This will influence your thoughts about customers, their needs, desire and ambitions. Most of the time what users say doesn't correspond with what they do.

HOW TO

1. Select the people to observe and schedule with them the right day and time.
2. Bring documentation tools (pen, paper, camera or camera phone) wherever you go so you can capture moments on the fly.
3. Be like the TV program Big Brother: observe, pay attention to details, because all the users that are interesting for the project: gestures, expressions, non-verbal signals or actions that users do.
4. Take notes about what you see, identify, map or other ways are useful to share findings later.
5. Review the notes, understand what are the key findings and what is interesting to study further to deep with other approaches.
6. Always confirm, organize, and register every gathered at the end of each day or week, highlighting the most important files, so you will not loose time later.

PEOPLE INVOLVED

- Facilitator
- Observation

Write down what interests you the most

Step2 : Ideate

(解決のためのアイデアを出す)

ワークショップメソドロジー (対面/リモート)

Face to face workshop

The face to face workshop is a well-organized moment where the client and design team get together in a dedicated space and collaborates to design and finalize an innovative experience.

Roles

- Identify different roles to prepare an involving session

Organization

- Break the ice to engage and encourage

Mantras

- Follow these rules before, during and after the workshop

Step3 : Make

(素早く作って試す)

プロトタイプメソドロジー

Prototyping
What and why

Prototype has 4 qualities:

- Representation:** its form and structure formalization
- Precision:** its fidelity or level of maturity
- Interactivity:** its ability to engage users
- Evolution:** its lifecycle, its iterative structure

Representation
Precision
Interactivity
Evolution

グローバルで事例・人材の共有を一層促進し お客様のデジタル化をサービスデザインで支援

1

共通のメソドロジー

2

多様なチームメンバー

3

幅広い事例・ノウハウ

デザイン・技術・ビジネスなどの 各分野の専門家（約550名）が所属

デザイン
Desirability

ユーザーに
望まれているか

技術
Feasibility

組織・技術として
実現可能か

ビジネス
Viability

事業として
持続可能か

若手・中堅デザイナーの更なる育成に向けて 各国の大学機関と連携 レベル・業務状況に合わせた複数プログラムを実施

昨年度に開講したプログラムの例

DM

Design
Management

中堅デザイナー・
管理職向けのプログラム

1週間

社員20名+お客様

イタリア

BDIS

Basic of
Design

若手デザイナー向けの
長期プログラム

4週間（OJT8日間を含む）

社員15名+大学院生

イタリア

BUXDT

Basic of
UX Design
Tokyo

若手デザイナー向けの
短期プログラム

1週間

社員20名

日本

世界大学ランキングの デザイン部門の上位校である ミラノ工科大学と連携

同校のベルガンティ教授からも ご賛同いただいている



1863年に設置された国立大学



Art & Design部門

6位



ロベルト・ベルガンティ
(Roberto Verganti)

イタリア・ミラノ工科大学教授

専門はリーダーシップ論・イノベーション論

リーダーや組織が有意な
イノベーションを生み出す方法に
焦点を当てた研究に取り組んでいる

著書

「デザイン・ドリブン・イノベーション」
など多数

グローバルで事例・人材の共有を一層促進し お客様のデジタル化をサービスデザインで支援

1

共通のメソドロジー

2

多様なチームメンバー

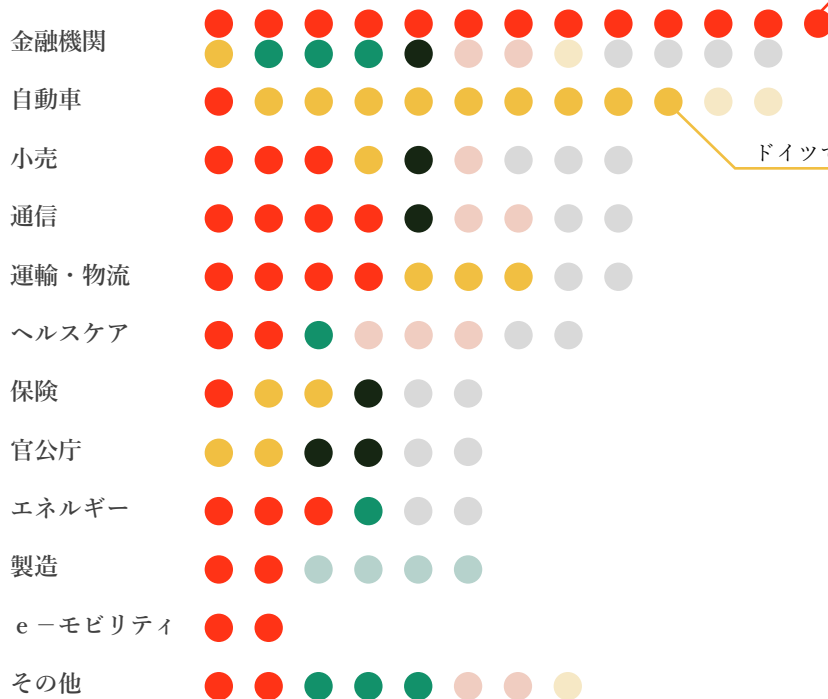
3

幅広い事例・ノウハウ

グローバルの事例を収集 各国のお客様案件へと応用

106

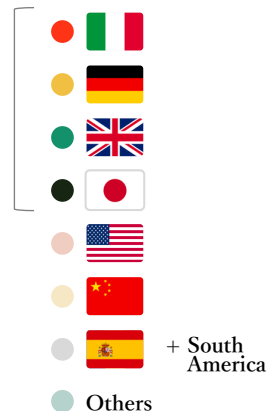
Case studies
collected



イタリアでは
特に金融機関の案件が多い

ドイツでは自動車業界の案件が多い

Tangity



グローバルの事例を収集 各国のお客様案件へと応用

The logo for the 'ho.' brand, featuring the lowercase letters 'ho.' in a bold, rounded font. The 'h' is purple and the 'o' is blue.

地域 イタリア

業界 通信（携帯電話）

内容 携帯キャリア大手

Vodafone Italia様の

セカンドブランド立ち上げ支援



グローバルの事例を収集 各国のお客様案件へと応用

The logo for 'ho.' is written in a lowercase, rounded font. The 'h' is purple and the 'o.' is blue.The logo for TIM, featuring three horizontal red bars to the left of the word 'TIM' in blue.The logo for Vodafone, featuring a red speech mark icon to the left of the word 'vodafone' in red.The logo for WIND 3, featuring the word 'WIND' in blue and a stylized blue wave above it, followed by a vertical line and the number '3' in a circular icon.The logo for Kena MOBILE, featuring a stylized 'K' icon to the left of the word 'Kena' in yellow and 'MOBILE' in smaller black letters below it.

+

The logo for Iliad, featuring the word 'iliad' in a red, lowercase, sans-serif font.

1. 背景

2017年当時

イタリアの携帯電話シェアは大手三社が独占

一方、国外からの格安SIM参入により

シェアの変動可能性が発生

今回、お客様（Vodafone Italia様）は

「セカンドブランドの立ち上げ」をすることに

ビジネスデザイナー

（市場を分析し、ビジネスモデルを設計）

お客様と対話しながら、市場の変動可能性やセカンドブランド立ち上げに適した時期を分析

グローバルの事例を収集 各国のお客様案件へと応用

ho.

2. サービスデザインによる発見

セカンドブランドの見込客（ユーザー）への
インタビュー・観察を重ねながら
ユーザーのニーズ・生活習慣を深く理解

（例）ユーザーは価格に加えて

「**ワクワク感**や**面白さ**」を重視

（例）ユーザーであるイタリア人にとって

「**キオスク**」は誰もが立ち寄る生活の接点



サービスデザイナー

（サービスの構成要素やインタラクションを定義）

ユーザーのニーズ（価格に加えてイメージも重視）
生活習慣（キオスクを活用）に合うサービスを定義

グローバルの事例を収集 各国のお客様案件へと応用

ho.

3. 解決策

NTTデータが得意とする
システムやアプリの開発に加えて
「面白さ」「ワクワク感」を体现する
広告やプロダクトも合わせ、全体のサービスをデザイン



グローバルの事例を収集 各国のお客様案件へと応用

ho.

3. 解決策

NTTデータが得意とする

システムやアプリの開発に加えて

「面白さ」「ワクワク感」を体現する

広告やプロダクトも合わせ、全体のサービスをデザイン

キオスクで携帯を購入できるように（**イタリアでは初**）

キオスクに行けない場合もオンライン支援



UX/UIデザイナー

（サービスを利用するユーザー体験・接点を設計）

より良いユーザー体験を実現できるように

アプリ・ウェブから広告・プロダクトまで設計

グローバルの事例を収集 各国のお客様案件へと応用

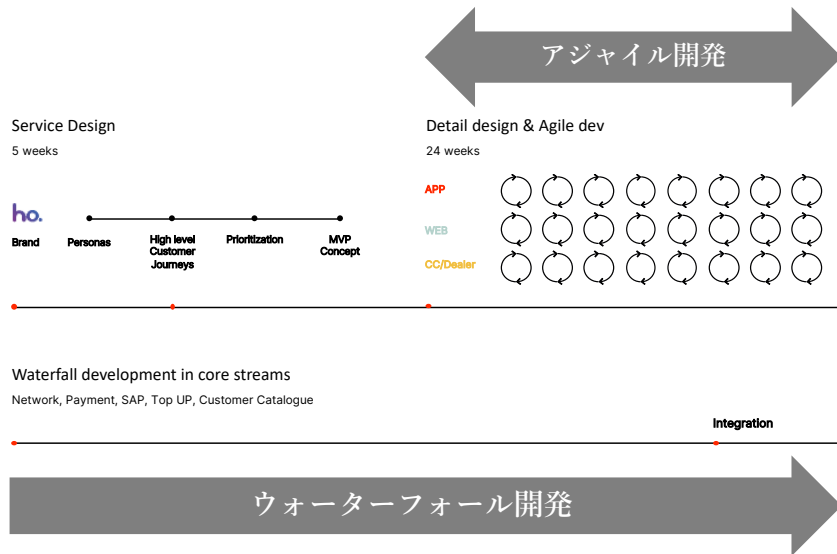


4. 開発～リリース

決済・回線などの基幹システムは
ウォーターフォール開発で堅牢性を確保

アプリ・ウェブなどの周辺系システムは
アジャイル開発でスピーディに検証

検討開始から **8ヶ月** でセカンドブランドをリリース



フロントエンドディベロッパー (サービスを支える各種システムを開発)

基幹系はウォーターフォール
周辺系はアジャイルで開発し、堅牢性と速さを両立

グローバルの事例を収集
各国のお客様案件へと応用

ho.

5. 結果

検討開始から8ヶ月でリリースした結果
格安SIMの新規参入よりも前に
セカンドブランドを展開することに成功し、以下を達成

- ・売上は**当初予測の10倍**
- ・顧客満足度（NPS：Net Promoter Score）は
イタリアの携帯キャリアの**最高水準**

1.5M

CLIENTS

+60

NPS HO.HIGHEST RANKING WITHIN
THE ITALIAN TELCO INDUSTRY

1. NTT DATA Design Networkの紹介
2. デザイナー集団の新ブランド「Tangity」の活動
3. 今後の展望

オーガニックな成長の中で各国の文化を尊重しながら 信頼性・技術力を強みとした「形にする力」をブランドに 今後、SDGs や将来予測と絡めた活動を強化

ブランド	企業名	ケイパビリティ カバレッジ (Design/Business/Tech)	プロセスカバレッジ				特徴
			戦略	コン セ プト	開発	サー ビス	
NTT DATA Design Network Tangity	NTTデータ						<ul style="list-style-type: none"> 個々のスタジオの主体性の尊重 買収では組成しづらい本業（SI）と親和性の高い文化
FJORD <small>Design and Innovation Center Accelerate. Engage. Inspire.</small>	Accenture						<ul style="list-style-type: none"> 2019年、日本国内にデザインスタジオを開設
	IBM						<ul style="list-style-type: none"> プロダクトデザインを源流とする歴史あるカルチャー トップダウンなブランド形成
McKinsey Design (元“Lunar”)	McKinsey & Company						<ul style="list-style-type: none"> 最上流工程からプロセスカバレッジを拡大
frog	Capgemini 電通						<ul style="list-style-type: none"> 電通とは業務提携の関係 デザインスタジオの大半は海外に設置
IDEO	博報堂 (kyu)						<ul style="list-style-type: none"> 圧倒的なブランド力

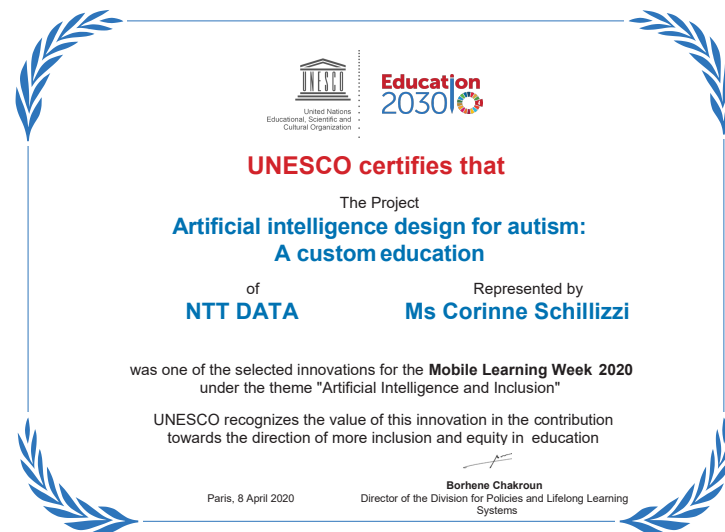
デザイナーや技術者が 業務時間の一部を使ってプロボノ活動を実施 ユネスコが表彰



AIDA (Artificial Intelligence design for autism)

自閉症のあるお子様やご家族を対象とした
「一人ひとりの特性」にあった療育（治療教育）をA I が支援

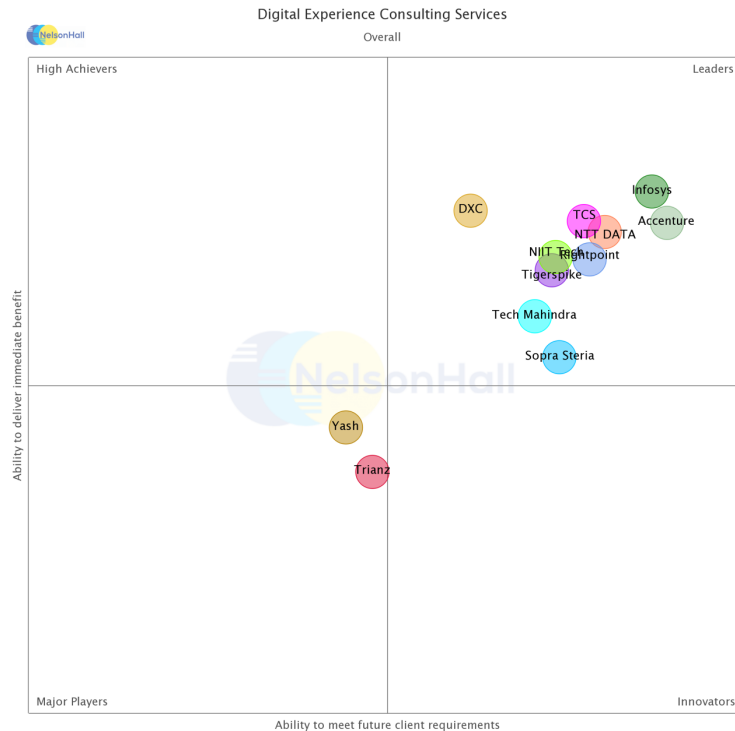
デザイナーと技術者が連携し、C S R活動を実施
デザイナーは、観察・インタビューを経て
自閉症のあるお子様・ご家族・セラピストについて分析し
技術者は、A Iによる学習プログラムを設計
現在、プロジェクトは事業化に向けた実験段階



グローバル規模の連携が認められ アナリストレポートにて リーダー評価を獲得

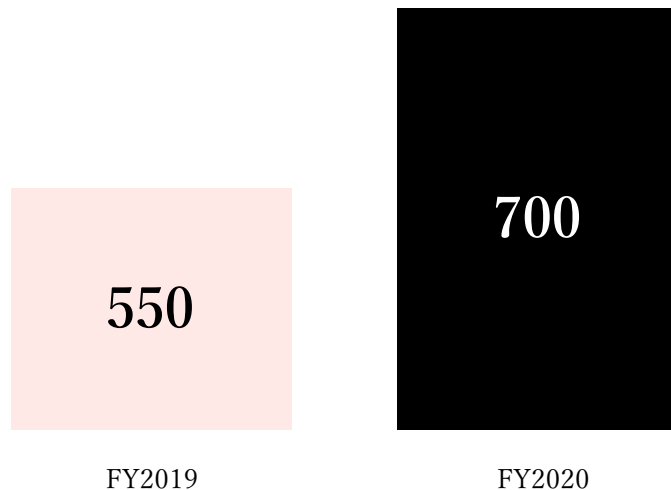
リーダー評価の理由（当社グループの特徴・強み）

1. Geographically-diverse studio network
世界各国に設置されたデザインスタジオ
2. Proprietary tools and assets to support process
サービスデザイン案件を支える独自のツール・アセット
3. Mature capabilities
built organically and inorganically
トップダウン・ボトムアップの両面で築かれ、成熟した組織力

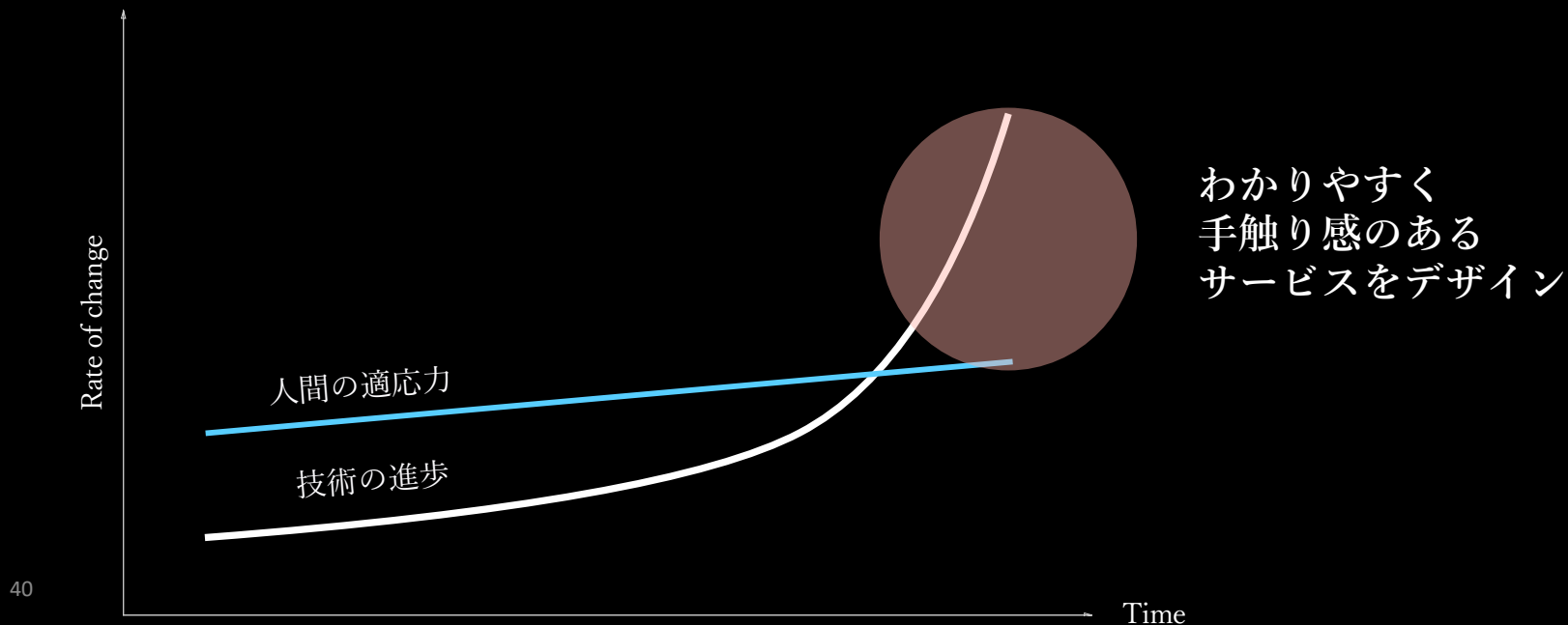


Source: NelsonHall 2020

新ブランドの元に一層の連携を進め
2020年度中にNTTデータグループ全体で
700名のデザイナーを獲得・育成



NTTデータの強みである「信頼性・技術力」と「サービスデザイン」の掛け合わせによりより暮らしやすい社会の実現に貢献



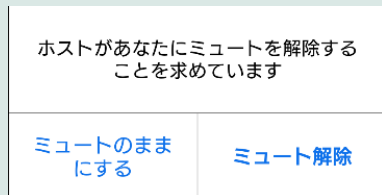
Tangity


part of NTT DATA
Design Network

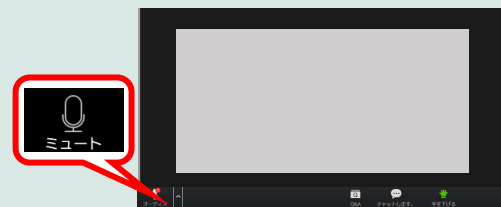
質疑応答はマイクをオンになったことを確認後 お話しいただきます

①「手を挙げる」アイコンをクリック
順番にお名前をお呼びします。
お名前を呼ばれましたら、
対話の準備のために一瞬ウィンドウが消えますが
自動的に再表示されます。しばらくお待ちください。

②ミュート解除をクリック
主催者がミュートの解除を依頼します。



③主催者がマイクの有効を確認できましたら
お声がけします。  ミュート になっている事を
確認し、お話しください。



音声接続に不具合ある場合は、順番を変更させていただきます。
後ほど再度挙手いただくか、個別にご質問ください。

当日やむを得ず電話音声でご参加の場合は、「*」「9」で挙手できます。
順番がきたらお呼びしますので、会社名とお名前の後にご質問してください。

Tangity

part of NTT DATA
Design Network

参考資料



地域 イタリア
業界 通信（携帯電話・固定回線）
内容 イタリア国内最大手の
携帯・固定回線キャリアである
TIM様のクロスセル支援



地域 ドイツ
業界 金融（銀行）
内容 ドイツ第二位の資産規模を誇る
ドイツ協同組合中央銀行様の
決済システムの刷新

グローバルの事例を収集 各国のお客様案件へと応用



地域 イタリア
業界 通信（携帯電話・固定回線）
内容 イタリア国内最大手の
携帯・固定回線キャリアである
TIM様のクロスセル支援



グローバルの事例を収集 各国のお客様案件へと応用



1. 背景

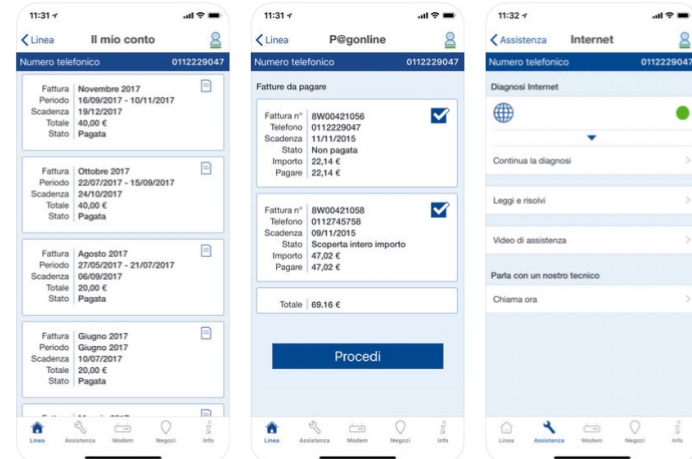
お客様であるTIM様は
イタリア最大手の通信キャリアであり
4000万人以上に携帯・固定回線を提供
一方、ユーザーとの接点となるアプリは
回線の種類ごとに異なるものを提供していたり
メニューが個人に最適化されていないなど、課題あり



MOBILE | 6 M active users



CABLE+HP | 1 M active users



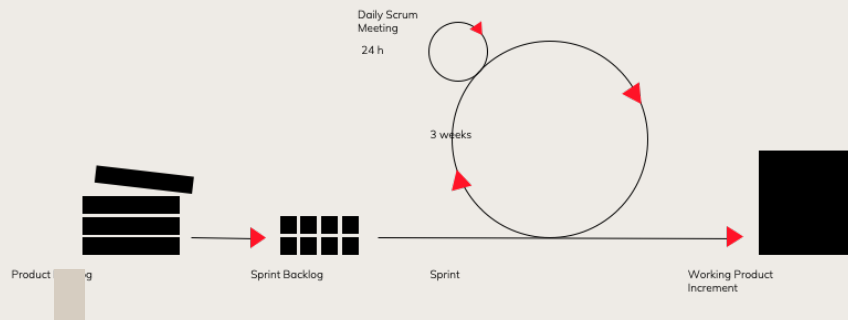
グローバルの事例を収集 各国のお客様案件へと応用



2. サービスデザインによる発見

サービスデザインを経て
接点（アプリ）をまとめることの重要性を発見
（例）接点の統一による **クロスセル**の展開強化

アジャイル開発を重ねながら解決策を検討
（例）CRM・CMSの活用することで
料金プランの複雑さを解消



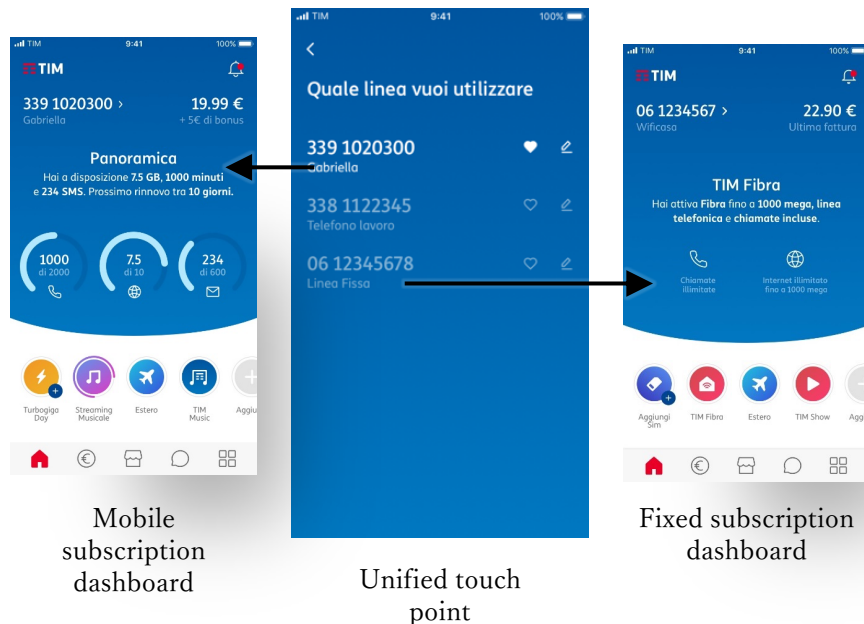
グローバルの事例を収集 各国のお客様案件へと応用



3. 解決策

複数の回線の情報を**単一のアプリで見られるように**
また、ニーズが高かった機能も次々と実装

- ・料金のチャージ
- ・NFCやOCRの活用による非接触決済
- ・携帯・固定回線のステータス閲覧
- ・新しい機器・サービスの購入
- ・チャットによる技術サポート



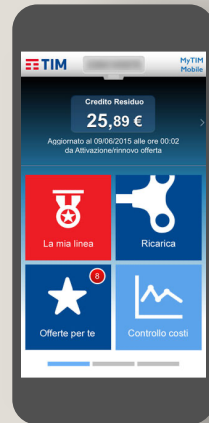
グローバルの事例を収集 各国のお客様案件へと応用



4. 結果

アプリに対する **ユーザーからの評価は飛躍的に改善**
App Store のベストアプリ賞も獲得

携帯・固定回線ともに **ユーザー数も増加**



Old app:

troublesome,
complex & heavy interface
- available to manage mobile
subscriptions only



2.4



1.1



New app:

clear,
simple and fast unified experience
for multiple lines
- fixed + mobile plans convergence



4.3



4.2



グローバルの事例を収集
各国のお客様案件へと応用



4. 結果

アプリに対するユーザーからの評価は飛躍的に改善
App Storeのベストアプリ賞も獲得

携帯・固定回線ともにユーザー数も増加

+23%

TIM app mobile unique users (YoY)

+64%

TIM app fixed unique users (YoY)

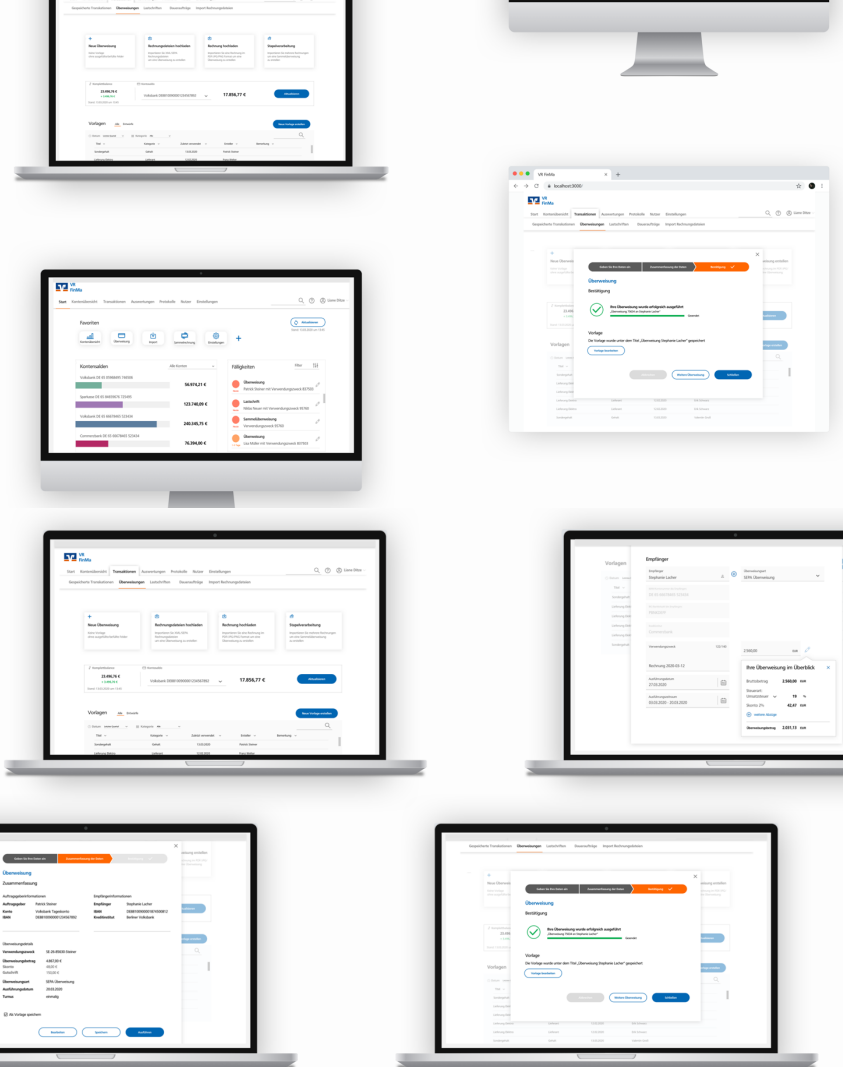
グローバルの事例を収集 各国のお客様案件へと応用



地域 ドイツ

業界 金融（銀行）

内容 ドイツ第二位の資産規模を誇る
ドイツ協同組合中央銀行様の
決済システムの刷新



グローバルの事例を収集 各国のお客様案件へと応用



1. 背景

ドイツでは地方銀行が次々と合併
お客様（ドイツ協同組合中央銀行様）は
ドイツ第二位の資産規模を持つ中央銀行であり
850以上の協同組合銀行や中小企業にサービス提供
今回、お客様が所有する
「3つの決済サービスを刷新・統合」することに



グローバルの事例を収集 各国のお客様案件へと応用



2. サービスデザインによる発見

協同組合銀行や中小企業など
ユーザーへのインタビュー・観察を重ねながら
サービスの要件を整理

(例) 最新技術との互換性

(例) トランザクションの安全性

(例) 40万人以上の中小企業・地方銀行など
多様なユーザーにとってのわかりやすさ



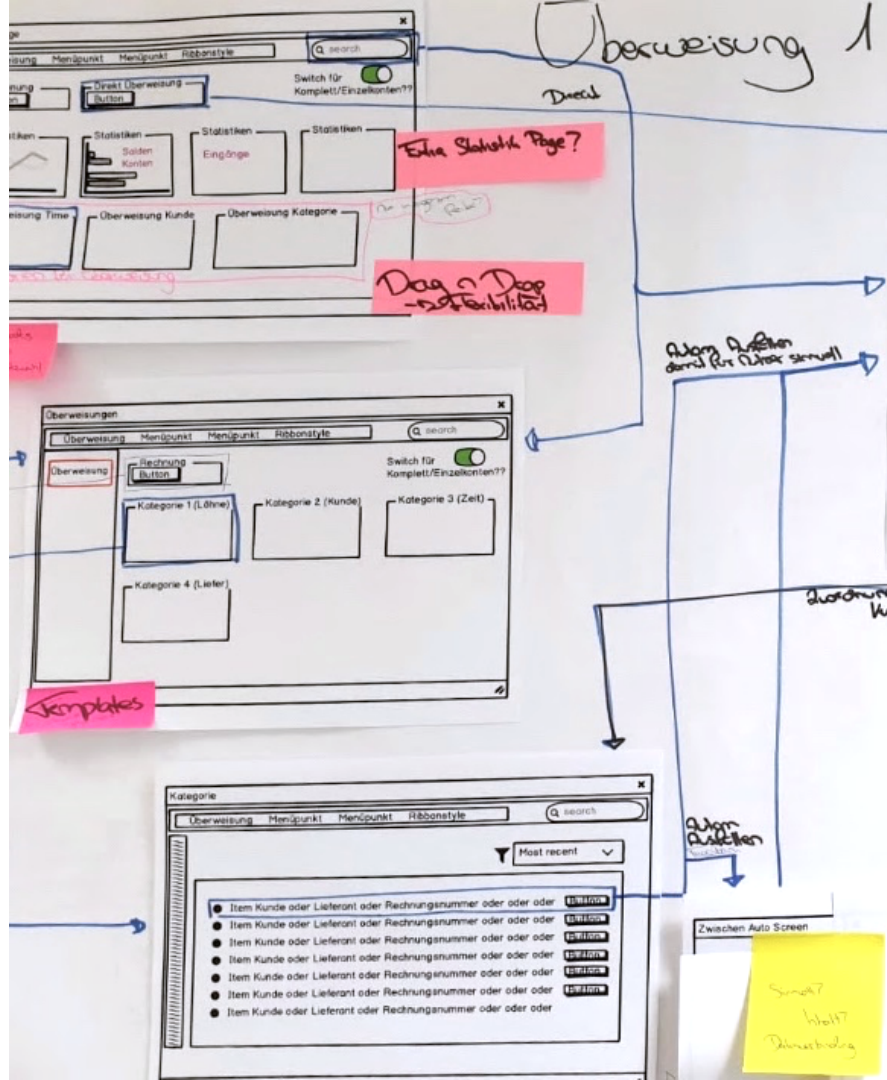
グローバルの事例を収集 各国のお客様案件へと応用



3. 解決策

「銀行振込」「書類アップロード」
「トランザクションデータの即時反映」など
ユーザーのニーズが特に高い機能を特定

請求書や領収書のアップロード・読み込みについて
煩わしさを解消するインターフェースを設計



グローバルの事例を収集 各国のお客様案件へと応用



4. 結果

2021年にサービスリリース予定

サービスデザインを取り入れた結果

- ・お客様業務に対する習熟度の高さ
 - ・プロトタイピングと実験の素早さ
- お客様からの高評価を受領

“It was impressive to see how quickly the team understood our context and daily work, offering us unique insights into customers.”

I am impressed how quickly we achieved our first results.”

DZ BANK, PRODUCT MANAGER