

# NTT データ、 不連続な発展への挑戦



株式会社エヌ・ティ・ティ・データ  
代表取締役社長  
岩本 敏男

JOI様の設立25周年、誠におめでとうございます。

2016年はBrexit、アメリカ大統領選挙などのサプライズがあったが、2017年も世の中の大きな変化に適応しながら、「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。」という企業理念の実現に向けて挑戦を続けていきたい。

当社は1988年にNTTから分離独立したが、当時はビジネスの多くを国内事業に依存していた。それが約10年前からグローバル化にかじを切り、2016年3月期には、売上高は1兆6000億円を超え、海外売上高比率は約3割に達している。今では、世界50以上の国と地域に拠点を構え、従業員数も全世界で10万人を超えている。

## グローバルへの挑戦

当社がグローバル化を始めた当初は、海外に十分な事業基盤を有しておらず、すでにグローバル化している日本の大企業のお客様からの世界中でのサポートを求める声にお応えすることができなかった。そのため、まずはM&Aを中心に地理的カバレッジを広げる必要があった。ただし、M&Aに際しては、地理的カバレッジの拡大だけを目的とするわけではなく、当社との間に企業文化の親和性があることなどを投資判断基準とした。

2005年から海外でのM&Aを始め、最近では北米でヘルスケア事業に強みをもつDell Servicesを新たにグループに加え、世界中でサービス提供するための土台を築き上げた。この間、JBIC様の融資にもお世話になった。

一方でグローバルビジネスの営業利益率は国内事業よりも低水準にとどまっており、重要な経営課題と認識している。収益性向上のために、最も注力する必要があるのは「ブランド力の強化」である。

今後、私たちは「Fortune Global 500」に代表されるような企業へのビジネス拡大を目指している。このような企業にビジネスパートナーとして認められ、お客様にとって付加価値の高い案件の受注を増やすことで、海外事業の収益性を向上したいと考えている。そうした企業の経営層の方から提案の機会をいただくためには、各国において売上でトップ10に入る規模が求められる。したがって、各国・地域においてオーガニックな成長とともに、一定規模のM&Aも続けていく必要があると考えている。

このような課題認識に基づき、私たちは今期から始まった中期経営戦略で「ローカルプレゼンスの向上」を戦略の根幹に据え、グローバルブランドの確立を目指している。

## デジタル時代を創るITのチカラ

冒頭お話ししたように世界は大きく動いているが、ITの世界でもドラスティックな変化が続いている。3年前まではSMACS、すなわち、ソーシャルメディア(S)、モビリティ(M)、ビッグデータアナリティクス(A)、クラウド(C)、セキュリティ(S)がキーワードだったが、今はまさにデジタルがキーワードだ。私は、デジタルとはSMACSにすべてのモノがインターネットにつながるIoTのインパクトが掛け合わさったものと定義しているが、昨年からはさらにAI(人工知能)が加わることで、デジタルの進化が加速している。こうしたIT業界の指数関数的発展がわれわれのお客様のビジネスを大きく変えている。

このようなデジタル時代において、イノベーションを実現するにはITのチカラが必要不可欠となっているが、当社には、ITのチカラでお客様との共創により、新たなビジネスモデルを生み出す力がある。その強みを伸ばし、不連続な発展への挑戦を続けていきたい。

