世界を変える、
変わらぬ信念。

NTT DATA

世界を変える、
変わらぬ信念。

私たちは、変えていく。

これまで四半世紀にわたる取り組みによって築き上げてきた
国内最大のシステムインテグレーターという
自らの存在を、変わらぬ信念のもと、変えていく。

培った経験・ノウハウを磨き上げ、
世界中にITで変革を起こしていくために。
私たちはTrusted Global Innovatorとして、
世界の仕組みを変えていく。

私たちは確信している。
その先に、ITで実現するもっと豊かな世界があることを。

もっと素晴らしい未来を、ここでつくろう。

NTT DATA

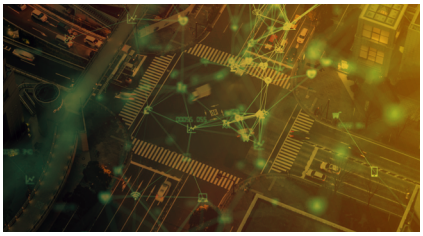
※NTTデータの豊洲本社ビル。
こちらの写真は、NTTデータで実施
しているフォトコンテストの作品です。

CONTENTS

03
STRATEGY
NTTデータの経営戦略

05
CHALLENGING THE FUTURE PROJECT
NTTデータの未来づくりはもう始まっている

01 Connected Car Platform
02 Personal Data Trust Bank
03 Open Innovation



13
CLOSE UP 01
SYSTEM INTEGRATION FLOW
システム開発のフローを知る

15
PROJECT STORY
地球上の全陸地を、世界最高精度でカバーする。
デジタル3D 地図サービス
「AW3D」プロジェクト

21
CLOSE UP 02
JOB & CAREER
NTTデータの職種とキャリアについて

25
CAREER STORY
01 システムエンジニア
02 システムエンジニア
03 コンサルタント
04 R&D
05 システムエンジニア

33
CLOSE UP 03
EDUCATION
NTTデータの人財育成について

34
CLOSE UP 04
WORK STYLE
NTTデータの働き方について

35
WORKING MOTHER INTERVIEW
ワーキングマザーインタビュー

37
TALK SESSION
01 若手社員座談会
入社して見えてきた NTTデータのリアル
02 中堅社員座談会
キャリアをつくる場としての NTTデータとは

45
NTT DATA OUTLINE
NTTデータの基本情報を知る

※本冊子に掲載されている内容・所属はいずれも取材当時のものです。

STRATEGY

NTTデータの経営戦略

「Trusted Global Innovator」をビジョンとして掲げ、NTTデータならではの価値を追求する

1988年、NTTデータは、日本電信電話株式会社のデータ通信本部からの独立によって誕生した。以来、公共・金融・通信・医療など多岐にわたって、日本のIT化を牽引するサービスを提供し続けている。設立当初から果敢に事業の拡大に挑み続けることで、設立初年度3000億円未満であった売上高は、今では2.2兆円を超える規模に達している。

そして、NTTデータのさらなる成長を生み出すための取り組みが、2012年度から開始された4カ年の中期経営計画である。この計画において、注力したのが「新規分野拡大・商品力強化」「グローバルビジネスの拡大・充実・強化」「全体最適の追求」の3つの分野である。ITサービス市場におけるNTTデータの世界的認知度を上げるため、中期経営計画の取り組みをさらに加速させ、1.5兆円の売上規模を目指していた。これは、チャレンジングな目標ではあったが、1年前倒しで達成した。

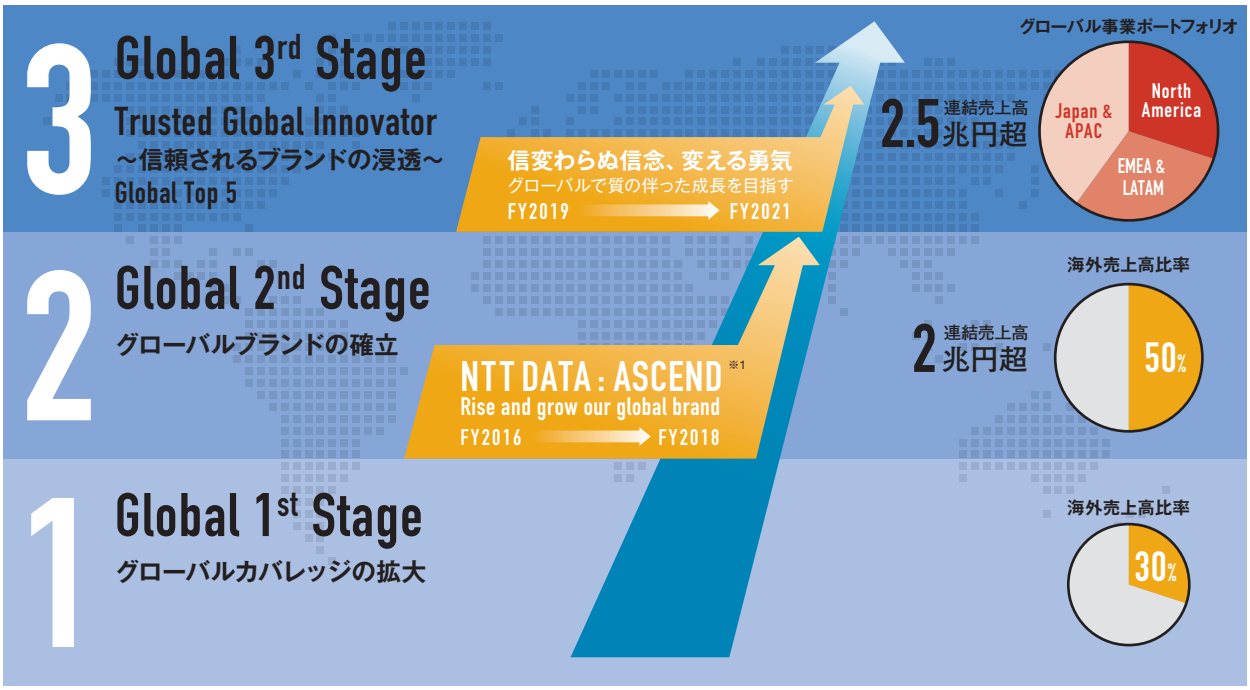
そしてさらなる売上規模拡大の鍵を握るのが国内市場の再創造「リマーケティング」だ。日本のIT市場は約10兆円。世界の10%を占める巨大市場だ。さらなる事業展開を行うために、軸足を置く国内市場の再創造は重要事項である。国内において大きなシェアを持つNTTデータであっても、まだまだビジネス拡大の余地がある。そのためには、先見性を持って、新たな仕組みを創造していくことが必要だ。NTTデータは、最先端技術の調査や有識者とのディスカッションを通じて、情報社会における近未来のトレンドをまとめ、「NTT DATA Technology Foresight」として発信している。お客様のニーズを先取りした新しい市場の創出や、サービスのさらなる高度化、多様化によってお客様の期待に応えていくこと。それがこれからの時代に向けてNTTデータに課せられた大きな使命なのである。

もちろん、国内だけではない。今後もまだまだIT需要が伸び続けていく海外市場の攻略は、NTTデータの発展に欠かせない要素となっている。そして今、国内で蓄積した実績を武器に、海外市場へと乗り出している最中だ。2005年度から強化したグローバル化は、世界225都市の海外拠点を結ぶ体制を構築し、2015年度に海外売上高比率が30%を超え「Global 1st Stage」に到達。前中期経営計画では、「連結売上高2兆円超、海外売上高比率50%」に向けた取り組みを推進し、「Global 2nd Stage」を達成しグローバルブランドを確立した。

そして今、NTTデータはGlobal 3rd Stage達成に向けて「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」を目指している。変わらぬ信念として、「お客様とともに未来の社会を創る」ために、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ていく。これは「より豊かで調和のとれた社会の実現に貢献する」という当社の企業理念と一致しており、当社の変わらぬ信念である。具体的なSDGsへの貢献として、事業を通じた貢献と、企業活動を通じた貢献を考えている。変える勇気として、お客様への提供価値を最大化するため、デジタルトランスフォーメーションを更に加速し、グローバルシナジーを高めていく。

経営目標としては、連結売上高2.5兆円連結営業利益率8%を目指し、成長を続けている。

CHART 01 Global 3rd Stage

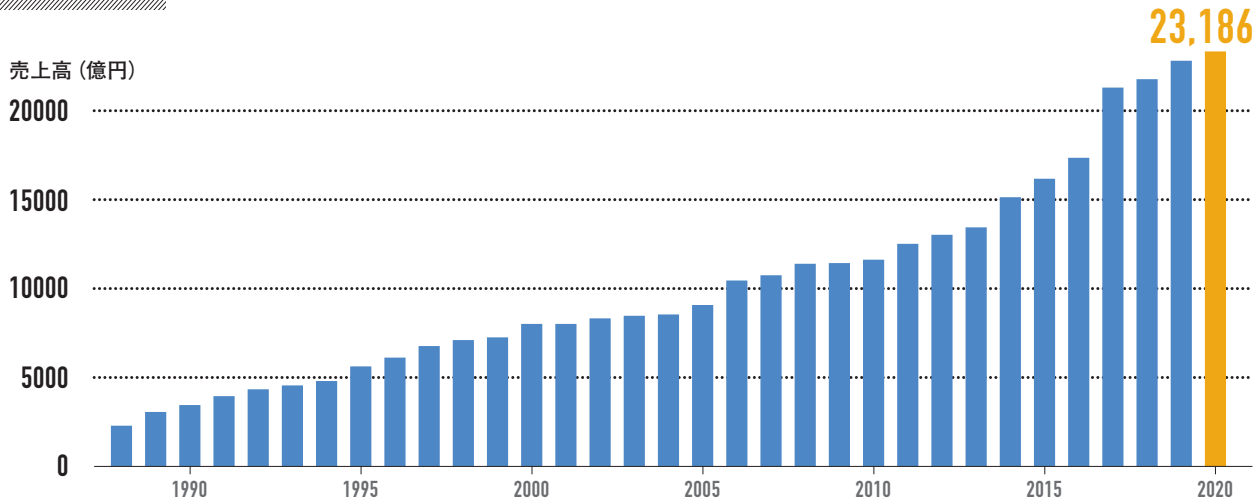


※1 NTT DATA ASCEND：新中期経営戦略を推進する上でのキーワード。「Ascend」は「上昇する」「登る」という意味で、サブタイトルにある「Rise and grow our global brand」という言葉が示すように、NTT DATAというブランドがグローバルブランドとなるため、ブランド価値を向上させ、さらに成長していくイメージを表す。

CHART 02 中期経営計画の注力分野

戦略 1	グローバルデジタルオファリングの拡充	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
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	リージョンごとの特性に合わせた共通の価値提供モデル4D Value Cycle（Discover［目利き］、Design［企画］、Develope［つくり］、Drive［活用］）を回し続けることで、お客様への価値提供を更に深化させていく
戦略 3	グローバル全社員の力を高めた組織力の最大化	グローバル共通の価値観でコラボレーションを推進し、個の力を高めながら、組織力の最大化を図る。具体的には、社員のProfessionality最大化、Digitalを活用した働き方の改革、適切なガバナンス体制の構築を推進

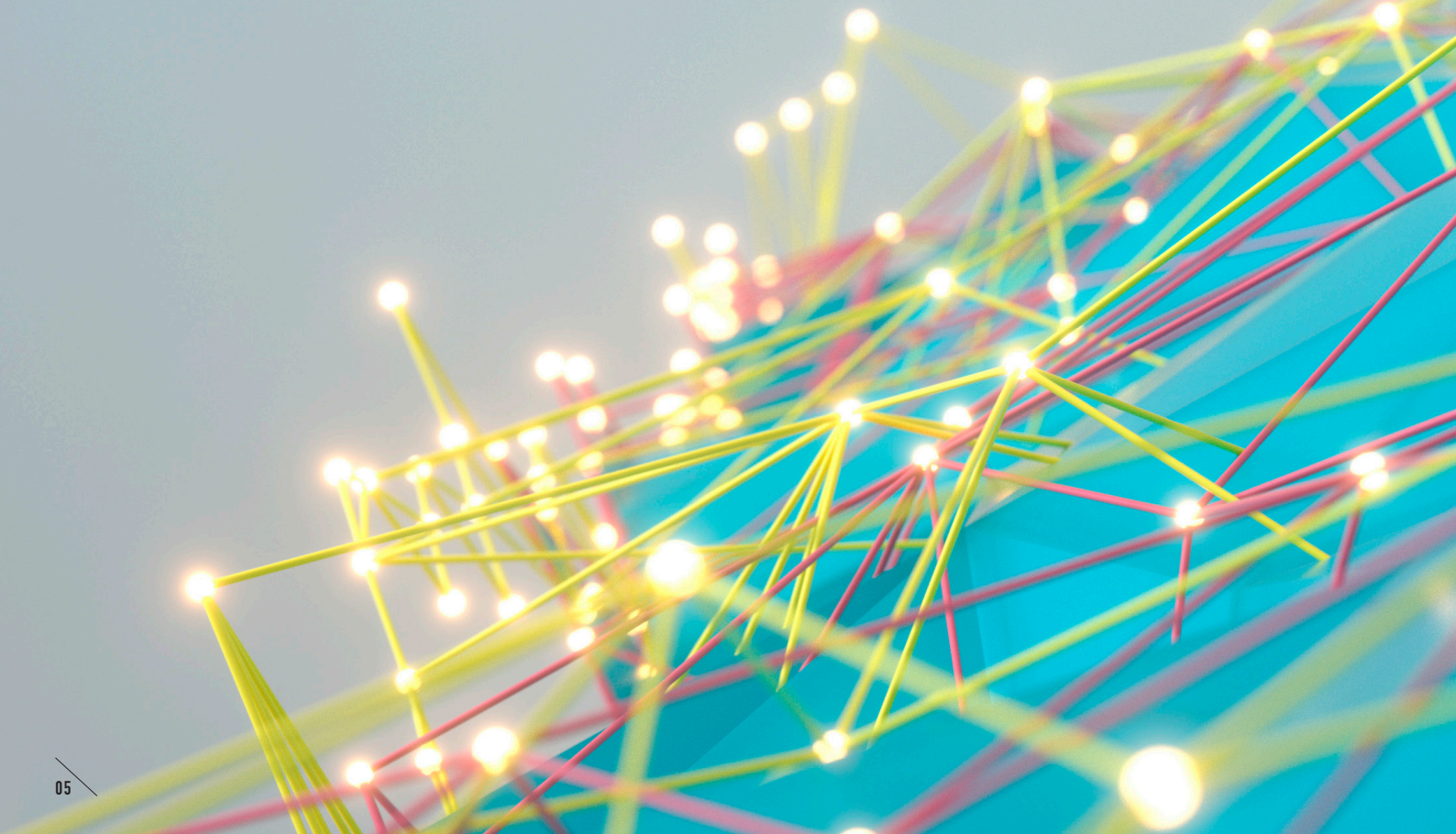
CHART 03 業績の経年推移（連結）



CHALLENGING THE FUTURE PROJECT

NTTデータの未来づくりは もう始まっている。

「IT を使って世界を変革していく」「IT そのものを変革していく」という、
２つの意志が込められた「Trusted Global Innovator」というグループビジョン。
これを実現するために、わたしたち NTT データはすでに未来を見据え、
さまざまな取り組みに挑戦している。



PROJECT

Connected Car Platform 01

自動車から送られるデータが未来を変える
コネクティッドカー基盤開発プロジェクト

PROJECT

Personal Data Trust Bank 02

個人のデータ活用による未来を描く
情報銀行関連プロジェクト

PROJECT

Open Innovation 03

企業と国の垣根を越え、新たなビジネスを生み出す
NTT データのオープンイノベーション

01 Connected Car Platform

自動車から送られるデータが未来を変える コネクティッドカー基盤開発プロジェクト

「コネクティッドカー」とは、インターネットに常時接続された自動車を指す。車両の状態や周囲の状況など自動車から取得できるデータは多岐に渡り、ネットワークを介してデータを集約すれば、自動運転をはじめとした新たなモビリティサービスの基盤となりうる。NTT データはトヨタ自動車と協業し、コネクティッドカーの技術開発に取り組んできた。その技術はクルマの未来を変えるだけではなく、社会そのものをアップデートする可能性を秘めている。

2000万台のクルマから届く 膨大で複雑なデータを処理できるか

IoT（Internet of Things）の普及により、あらゆるものがインターネットに接続されようとしている。それはクルマも例外ではない。街を行き交うクルマには、走行データなど多くの情報が蓄積されており、カメラやミリ波レーダーも搭載された“巨大なセンサー”でもある。ネット接続されたコネクティッドカーから収集したデータを活用すれば、「遠隔車両診断」や「安全運転を続けると保険料が安くなる自動車保険」といった、さまざまなサービスが実現できる。

2017年3月、NTT グループとトヨタ自動車は、コネクティッドカー分野での技術開発を協業して行うと発表した。トヨタ自動車が掲げる「2025年に2000万台のコネクティッドカーを普及させる」という目標を叶えるには、全てのコネクティッドカーとのネットワーク接続やデータ集約を担うコネクティッドカー基盤を設計せねばならない。NTT データのメンバーとしてプロジェクト立ち上げに携わった柿沼は、当初「クラウド上でサーバを増強すれば解決できるのでは」と考えたが、すぐに思い直すことになった。

「クルマから送信されてくる車両データがあまりにも膨大かつ複雑なことを知ったんです。1台の車には それぞれ数十個を超えるセンサーやマイコンが搭載されており、エンジンやトランスミッションをはじめとした各装置を制御しています。エンジンだけでも1秒間に数十個以上のデータが出力されるほど、その量は膨大です。さらにこのデータは16進数のバイナリ値で書き出されるため、数値データに変換する処理も必要になります」（柿沼）

既存の技術でも、その膨大なデータを収集・解析することは可能だが、2000万台のデータをリアルタイムに処理するには多数のサーバが必要になり、クラウドサービスを使えば莫大なコストがかかってしまう。コネクティッドカー基盤の実現には、大量のデータをリアルタイムで、かつ低コストで処理する仕組みを整えねばならなかった。

新しい時代をつくるには 新しい技術が必要

柿沼は「このプロジェクトは NTT グループ全体で取り組むことで、包括的かつ抜本的なブレイクスルーが必要」と考えた。このブレイクスルーを実現するために、NTT 武蔵野研究開発センタに何度も足を運び、各研究部門からの協力を取り付ける。約1年をかけて開発に取り組み、2018年にはお台場での実証実験が実現した。ブレイクスルーのきっかけとなったのは、NTT ソフトウェアイノベーションセンタが中心となって研究開発した「エッジコンピューティング」という技術だった。クルマから全てのデータをクラウドに送るのではなく、ネットワーク的に近いサーバで一部の処理を行い、必要なデータのみをクラウドに送る。また、処理した内容をクルマ

MEMBER

MOTOKI KAKINUMA

柿沼 基樹
製造 ITイノベーション事業本部／2009年入社／システム情報工学研究科卒／コネクティッド基盤のアーキテクチャ全体設計や、実証実験の全体統括を担当。

KAZUMA SUGIYAMA

杉山 一馬
製造 ITイノベーション事業本部／2019年入社（中途採用）／工学部・機械システム工学科卒／コスト最適化に向けたアーキテクチャ設計や、マルチクラウド設計を担当。北米向け対応も担う。

MAYUMI DOURA

道浦 まゆ美
製造 ITイノベーション事業本部／2013年入社／理工学部・物理情報工学科卒／車両データ解析基盤プロジェクトにて、データ解析用ツールの設計・開発を担当。

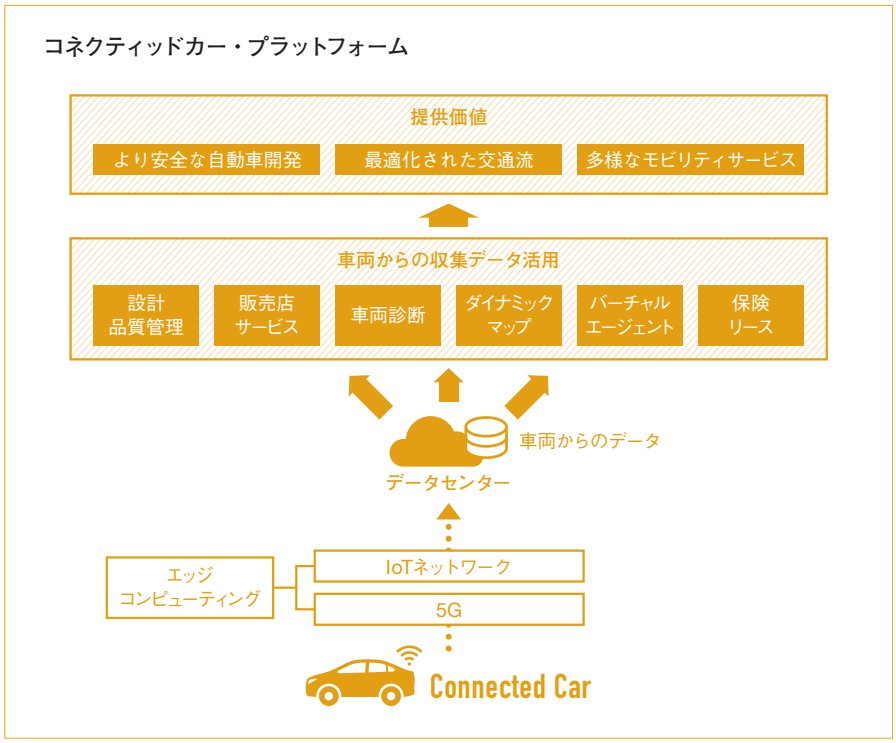
NAOYA SAKAMOTO

坂本 直也
製造 ITイノベーション事業本部／2014年入社／経済学部・経済学科卒／トヨタ案件の営業担当。周辺部署とのリレーション構築や案件創出も行う。

にダイレクトに送り返すこともできる。これにより、クラウドにかけるリソースを削減し、処理速度の向上を図る仕組みだ。
「実証実験では試験車に同乗し、丸一日お台場の公道を走りました。位置情報が取れない、通知が届かないといったトラブルもありましたが、引き続き実証実験を繰り返して技術課題を掘り下げていきます」（柿沼）

また、取り扱うデータはクルマ内部のものだけではない。車載カメラの画像など、クルマの外のデータを収集・解析する、画像収集基盤の開発も進められている。画像処理を行えば、路上の障害物を検知してドライバーへ知らせる仕組みや、自動運転に必要な高精度地図（ダイナミックマップ）の作成が可能になる。画像収集基盤の設計に携わる杉山は「ドライブレコーダーの映像を解析し続けるようなもの」と話す。
「ダイナミックマップ作成には、横断歩道や白線、信号機など、インフラの管理に伴って変化する道路の状況を解析する必要があります。当然、画像はデータ容量が大きくなりますので、コストメリットを出すためにさらに最適なアーキテクチャを追求しています」（杉山）

協業が始まった2017年から、技術は進化し続けている。5Gが実用化され、クラウドサービスの機能追加も目覚ましい。「新しい時代をつくるには新しい技術が必要。メンバーは常に新しい技術を習得しながら検討を行っています」と柿沼は言う。
「大規模システムを構築するノウハウをベースに、最新技術を活用したアーキテクチャを提案でき、NTTグループのシナジーも発揮できる。これこそNTTデータの強みと言えるのではないでしょうか」（柿沼）



社会課題を解決し自動車社会をアップデートする

2020年には、新しい仕組みを搭載した車両データ解析基盤の実用化が実現した。複雑な車両データ処理を高速化する技術が組み込まれており、これは道浦が続けていた技術検証が実を結んだ形だ。
「処理の高速化のために、北米のベンチャーとの連携も図りました。この高速化により、将来的には一般ユーザがデータを利活用できるようになればと考えています」（道浦）

目標とする2025年はすぐそこまで迫っている。だがコネクティッドカーにとって、2025年は通過点でしかないのもまた事実だ。国内外含め数千万台にまでコネクティッドカーが普及し、自動運転が当たり前となったとき、どんな技術が必要になり、そしてどんなビジネスが可能なのか。来るべき未来を見据えながらプロジェクトは進められている。それは営業を担当する坂本も同じだという。
「収集したデータでどんなビジネスが展開できるのか、まだ誰も正解を持っていません。お客様との関係構築をさらに深めながら、ビジネス創出へ向けて関連部署へのアプローチを進めているところです。NTTデータの技術力は、例えば交通事故などの社会課題を解決する可能性があることも打ち出しながらビジネスを創出していきたいと思います」（坂本）

事故や渋滞が起こりやすい箇所がデータから可視化できれば、道路の改善につながる。災害発生時にクルマから情報を提供したり、クルマへ警告を通知したりもできるだろう。日本のクルマが抱える課題は、世界のクルマが抱える課題でもある。世界中の自動車社会をアップデートするために、彼らは走り続ける。

02 Personal Data Trust Bank

個人のデータ活用による未来を描く情報銀行関連プロジェクト

ビッグデータに代表されるように、顧客に関するデータは今やビジネスになくてはならないものになった。一方で、漏洩やプライバシー侵害の危機感から、個人情報保護の意識も高まっている。データの保護と利活用が同時に求められるなか、その答えとして注目されているのが「情報銀行」だ。情報銀行によってどんな未来が訪れるのか、そして、具体的にどんなシステムをつくればよいのか。NTT データは、その組織力で答えを導こうとしている。

パーソナルデータを活用する「情報銀行」という仕組み

日々の暮らしのなかで、私たちは多くのデータを企業へ渡している。会員登録で入力した個人情報や購入履歴、商品ページの閲覧履歴といった「パーソナルデータ」は企業内に蓄積され、商品のレコメンド機能や、経営判断の材料など、さまざまな形で活用されている。一方、突然の勧誘電話や頻繁に届くスパムメールなど、自分が把握していない場面でデータが使われていることも事実だ。個人情報保護の動きは世界でも活発であり、日本でも2020年6月に個人情報保護法が改正され、規制が強化されている。プライバシーを保護しつつ、パーソナルデータを活用して暮らしを便利にしたい。矛盾するかのように見える願いを実現する取り組みとして、注目されているのが日本発の「情報銀行」だ。

銀行が利用者から金融資産を預かるように、情報銀行では利用者はパーソナルデータを預け、その管理を任せる。預けたデータは利用者が許可した企業にのみ提供できるため、利用者は自分のデータをどこに流通させるかコントロールできる。

また、企業にとってもメリットがある。これまで利用者が各種サービスへ渡してきた断片的データがひとつにまとまれば、より精度の高い需要予測などが実現できるだろう。ほしいタイミングでほしい商品情報が届くなど、データを提供した利用者への還元も可能になる。預金に利子が付くように、データを預けることに「見返り」が生まれる仕組みだ。

情報銀行プロジェクトをけん引する花谷は、企業が情報銀行に参加する意義についてこう語る。

「これまで企業のマーケティングには匿名性の高いデータが用いられ、マスに向けた広告宣伝が行われてきました。しかし、消費行動が多様化した今は、個人に向けた“その人”に価値がある情報を提供することに意味がある。情報銀行が提供する“顔の見えるデータ”は、企業活動に欠かせないものになるはずです」（花谷）

アイデア創出と実装でかつてないビジネスを

NTT データの情報銀行プロジェクトは、主に金融事業推進部とデジタルソサエティ事業部の2つの部署で編成されている。金融事業推進部が担うのは、情報銀行を活用したサービスや、社会全体をデザインする役割だ。新たに設立したコンソーシアム「MesInfos Japan（メザンフォ ジャパン）」には、金融、流通、インフラ、製造など、さまざまな業界の企業が参加。担当する篠田と川口は、ワークショップ形式で参加企業と新たなサービスの検討を進めている。

「かつてない取り組みであり、各企業においてメリット・デメリットを見極めるのは現時点で難しいと言えます。しかし、だからこそ未来について考える価値がある。ワーク

MEMBER

MASAHIRO HANATANI

花谷 昌弘
金融事業推進部デジタル戦略推進部／1996年入社／法学部国際関係課程卒／情報銀行プロジェクトの立ち上げに携わり、社内の取り組みをけん引。書籍執筆や講演など対外的な活動も行う。

SATOSHI SHINODA

篠田 悟史
金融事業推進部デジタル戦略推進部／2000年入社／政治経済学部政治学科卒／情報銀行を活用したサービス創出を担当。「MesInfos Japan」運営などに携わる。

RYO KAWAGUCHI

川口 遼
金融事業推進部デジタル戦略推進部／2011年入社／商学部卒／篠田と共にサービス創出を担当。「MesInfos Japan」を通じて参加企業との対話も担う。

YUTAKA SAKUTA

作田 豊
デジタルソサエティ事業部／2007年入社／理工学研究科経営システム工学専攻修了／インフラ基盤のプロジェクトマネージャとして、情報銀行プロジェクトにまつわるシステム構築を担当。

MASAKO NAKAMURA

中村 雅子
デジタルソサエティ事業部／2020年入社（中途入社）／文学部卒／銀行勤務から中途採用でNTTデータへ。前職の経験を活かし、「My Information Tracer」の設計・実証実験を担当。

ショップでは既存事業の制約を一旦忘れ、ユーザー目線に立った自由なアイデアを創発できるよう設計しています」（篠田）

情報銀行が活用される未来の社会デザインをするにあたり、海外の視察も行った。川口はフランスで見た光景が印象に残っていると言う。「EUでは2018年にGDPR（一般データ保護規則）が施行され、“私のデータは私のもの”という認識が根付いています。それでいて、パーソナルデータを自治体で一元管理する仕組みがあり、施設でIDカードをかざせば、学割や高齢者割引などその人に見合ったサービスがスムーズに受けられる。日本も早く追いつきたいですね」（川口）

金融事業推進部が描いたデザインを具現化するのが、デジタルソサエティ事業部だ。2020年10月には、パーソナルデータ流通基盤「My Information Tracer（通称mint）」をリリースした。mintは情報銀行と事業者をつなぐハブとなるシステム。共通IDによる認証機能や、本人確認サービスと連携した本人確認管理機能など、パーソナルデータが事業者間をまたがる際に必要となる基本機能を有している。開発を担当した作田は「情報銀行の世界観を保ちつつ実装を進めるのが私たちの仕事」と語る。

「一足飛びで情報銀行を実現するには、越えねばならないハードルがいくつもあります。そこでファーストステップとして、既存システムとの親和性が高いmintの導入を促し、その先にあるパーソナルデータ流通を見据えられたらと考えています」（作田）

自分たちが描いた未来を自分たちの手で引き寄せる

mintの商用リリースを踏まえ、中村はmintを活用した行政手続きの実証実験（PoC）を進めている。mintを介して事業者や地方自治体がパーソナルデータをやりとりできれば、面倒な手続きをワンストップで済ませることも可能になるからだ。

「mintは既存業務の効率化を図れるだけでなく、mintに接続する各社を組み合わせることで、新たなビジネスを生み出す可能性もあります。データをつなぐ存在として、将来的には水や空気のような“普段は意識しないが必要不可欠なもの”になれたらと思います」（中村）

パーソナルデータを扱うには、高い信頼性が求められる。金融機関を横断する「全銀システム」など、大規模かつミッションクリティカルなシステムを構築してきたNTTデータにとって、品質と信頼性はひとつの強みだ。さらに花谷は「組織力」も強みとして掲げる。

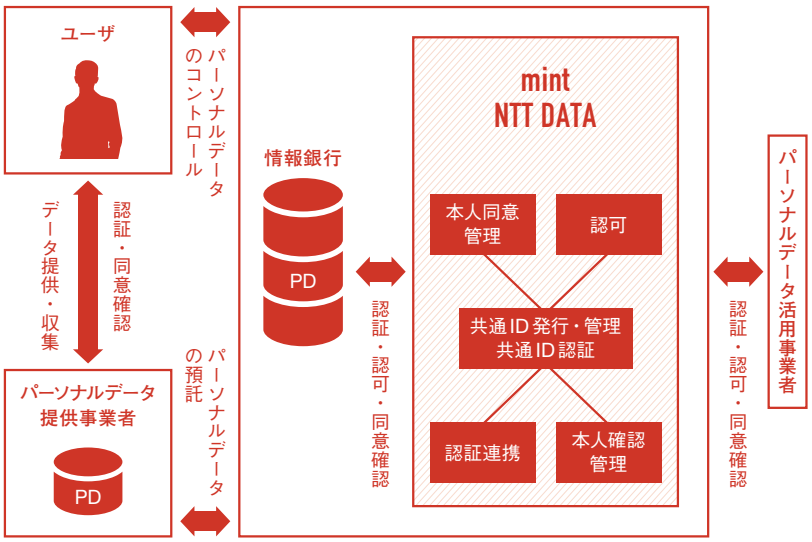
「社会デザインとシステム構築は、別々の会社が担当してもおかしくない領域です。その2つの機能が社内に存在し、相互に連携しながら進められる。NTTデータの組織力だからこそ、なし得るプロジェクトでしょう」

自社サービスであるmintを足がかりに、情報銀行プロジェクトの取り組みは続く。その視線の先にあるのは地域への展開だ。パーソナルデータはこれまで都心の大企業が囲い込んでいた。情報銀行を介して、地方の中小企業にもデータが共有されるようになれば、アイデア次第で多様なビジネスが生まれるチャンスがある。

「利用者が自らの経験や知識をデータとして開示すれば、スキルを必要とする企業とマッチングすることもできるでしょう。情報銀行は、多様性を認め、持続可能な社会に貢献するものと確信しています」（花谷）

データの流れが変われば、社会が進む方向も変わっていく。それは決して夢物語ではない。情報銀行プロジェクトに携わるメンバーは、自分たちが思い描いた未来を、自らの手で引き寄せている。

情報銀行とmint



03 Open Innovation

企業と国の垣根を越え、新たなビジネスを生み出す NTT データのオープンイノベーション

ベンチャー企業や大企業がもつ人財や技術を掛け合わせ、新たなビジネスを創出する「オープンイノベーション」に注目が集まっている。起業コストの低下によって世界各地でベンチャー企業が生まれる中、それぞれの技術を組み合わせると、課題解決への道が開けるに違いない。NTT データはいち早くオープンイノベーションに取り組み、世界各国とつながりを作ってきた。道なき道を、己の力で切り拓きながら。

オープンイノベーションで新たなビジネスの創出を

クラウドサービスなどの普及により、ビジネスのスピードが急速に高まり、起業コストが大幅に低下した。世界各地でベンチャー企業が立ち上がり、最先端の技術と斬新なアイデアでビジネスを生み出している。こうした中、ベンチャー企業や大手企業が持てる人材や技術を掛け合わせ、新たな事業を創出する「オープンイノベーション」の動きも活発化している。オープンイノベーションは2000年代に提唱された概念である。当初は研究開発手法として R&D 部門のテーマとなることが多かったが、NTT データはいち早くオープンイノベーションによる事業創出に乗り出した。

立ち上げに携わった初期メンバーがまず手掛けたのは、オープンイノベーションフォーラム「豊洲の港から」の企画。ベンチャー企業と当社顧客の大手企業、そして NTT データが出会う場として、定期的なフォーラムの開催が始まった。以来、毎回テーマに沿った先進的なベンチャー企業を招待し、大手企業とのマッチングによるビジネス創出が図られている。

「豊洲の港から」がスタートした2013年当時、オープンイノベーションという概念はまだ日本では一般的ではなかった。NTT データは社会インフラなど安定性を重視した事業を手掛けているのに対し、ベンチャー企業は「早く失敗して次につなげる」というマインドで動いているのが特徴だ。プロジェクトチームは、この真逆とも言える立場を見据え、お互いを補完できる道筋を見つけていった。目指したのは、ベンチャー企業、顧客の大手企業、NTT データの3社が互いに「Win-Win-Win」になる関係。オープンイノベーションによって、ベンチャー企業は市場開拓やブランド力の向上が期待でき、大手企業は新たな付加価値の提案や事業化のスピードアップが見込まれる。社内外の理解を得ながら、メンバーは口コミで少しずつ活動の領域を広げていった。

この取り組みを、もっと世界に伝えたい。そう願うチームが次に手掛けたのは「コンテスト」だった。

世界20カ国が参加するコンテストを開催

「オープンイノベーションコンテスト」は、ベンチャー企業がビジネスプランをプレゼンし、最優秀企業を決めるというもの。最優秀企業に対しては、顧客との PoC（概念実証）を NTT データと共に実施し、実証に伴う費用も援助する。最優秀賞を逃しても、有望なプランには NTT データ各事業部門との具体的な協業検討も行われる仕組みだ。国内企業を対象にした第1回開催を経て、翌年には世界10カ国を対象とした。各国との調整を担ったのは、海外経験が豊富な岡田だった。

「各国でベンチャー企業のハブとなる団体に呼びかけ、コンテストへの賛同を取り付けました。海外では NTT データを知らない相手も少なくないなか、『一緒にビジネスを育てよう』と粘り強く呼びかけていきました」（岡田）

MEMBER

KAZUYA OKADA

岡田 和也
技術革新統括本部／1993年入社／School of Business（米国）卒／コンテストのグローバル展開など、海外戦略を担う。

KEIICHIROU ISHIDA

石田 慶一郎
技術革新統括本部／2004年入社／理工学研究科卒／コンテスト運営メンバーとして、選考会事務局やWebプラットフォームの設計、グランドフィナーレ企画運営などを担当。

TAKUSHIN GAN

顔 澤シン
テレコム&ユーティリティ事業本部／2013年入社／システム情報工学研究科卒／ベンチャー企業とNTTデータの橋渡し役となり、事業化へつなぐ「アクセラレータ」を担当。

コンテストは各国で予選会を行い、決勝大会を東京で行う。予選会はそれぞれの国の風土に合わせ、その形を変えていった。スペインでは「同様のコンテストが多い」という理由から予選会がクローズドで行われたのに対し、カナダでは300人規模の観客やメディアが集まった。また、インドはベンチャー出身の人財によるボランティア支援が活発で、運営を大いに助けられた。「彼らのビジネス創出に対する情熱には、何度も驚かされました」と岡田は言う。

こうして10カ国におけるコンテストが成功し、翌年以降は20カ国にまで開催国が増えた。コンテスト運営に携わる石田は「推進力が求められる仕事」だと説明する。

「これだけ多くの国を巻き込んで開催するオープンイノベーションコンテストは、国内では前例がないんです。各国のグループ会社および現地で影響力のあるパートナーとの強い連携により有望なベンチャーを発掘するだけでなく、国内でも各種イベントに自分達で積極的に参加してベンチャーに声を掛けています。そのような全世界の関係者と情報をやり取りするプラットフォームの立ち上げも行いました。道なき道を自ら切り拓く力が求められると感じます」（石田）

世界中のアイデアを集約し さらに多様なソリューションを

フォーラムやコンテストでつながるだけでは、新たなビジネスは生まれない。ベンチャー企業と社内事業部の橋渡し役となり、事業化を加速するのが「アクセラレータ」と呼ばれる役割だ。担当する顔は、事業内容の調査やプラン立案、営業に至るまで、ビジネス実現に向けて併走する。

「ステークホルダーを取りまとめるには、私自身が新たなビジネスに確信を持たねばなりません。ベンチャーの事業を深く理解し、ROI（費用対効果）などの裏付けを用意して、情熱を持って取り組んでいます」（顔）

オープンイノベーションを始めてから、実際に20以上のビジネス創出事例が生まれてきた。レジを必要としない「デジタル店舗」サービスの提供や、SNSの書き込みを解析して地域課題を発見する「地域課題発見ラボ」など、海外ベンチャー企業との協業が形になった例も少なくない。

「SDGsに見られるように、世界には地域によって異なる社会課題が多く存在します。対して、技術は世界中で進展しています。それらによって世界中で生まれた多様なソリューションを掛け合わせると、さらに大きなうねりが起きるのではないか。NTTデータがそのプラットフォーム的な存在になれたらと思います」（岡田）

2019年にコンテストは10回目を迎え、世界中から400社以上のセレクトが行われた。現在でも岡田は、各国の予選会全てに顔を出すという。コンテストのクオリティを保つ意味もあるが、「現地で直接握手をしないと、こちらの熱が伝わらない」からだ。“さあ、ともに世界を変えていこう”という言葉を掲げ、今日も彼らはオープンイノベーションの輪で世界をつないでいる。

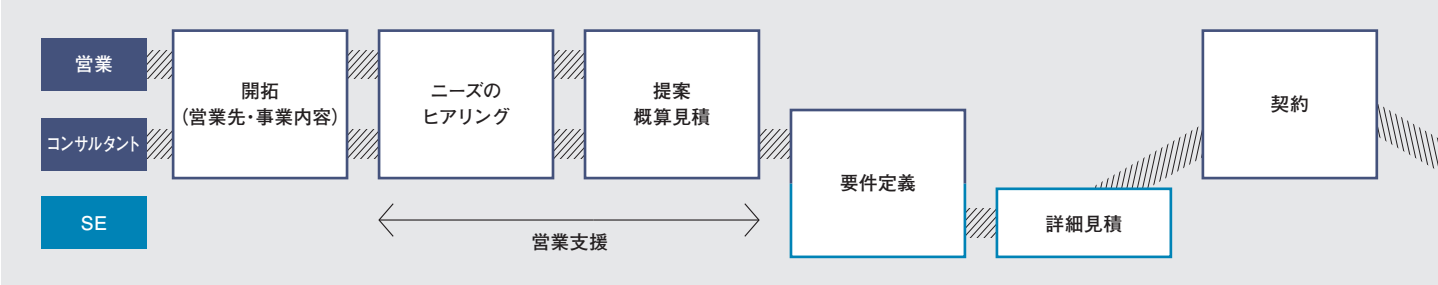
CLOSE UP 01

SYSTEM INTEGRATION FLOW

システム開発のフローを知る

ニーズを開拓し、受注を広げていく営業。顧客の経営課題の解決や意思決定の支援を行うコンサルタント。受注したシステムをつくり上げるSE。それぞれに与えられたミッションは異なるものの、NTTデータのプロジェクトにおいて、明確な区切りはありません。全てはお客様にベストパフォーマンスを発揮するため、柔軟に協力し合いプロジェクトを動かしています。

PHASE 1　受注

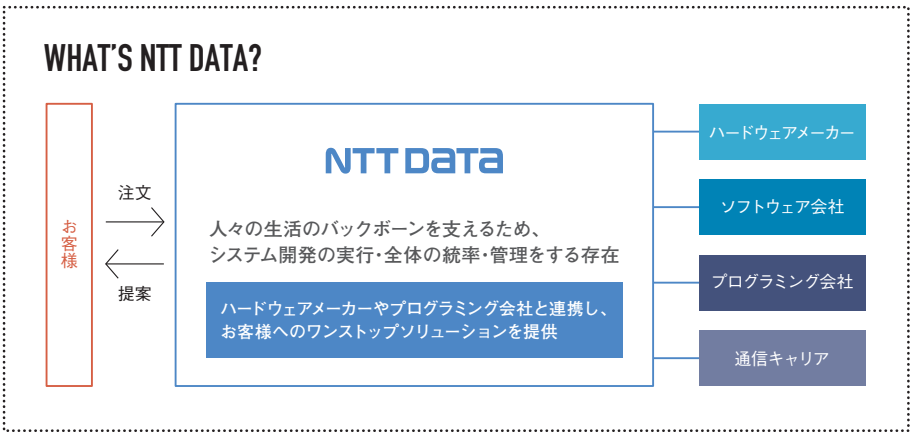


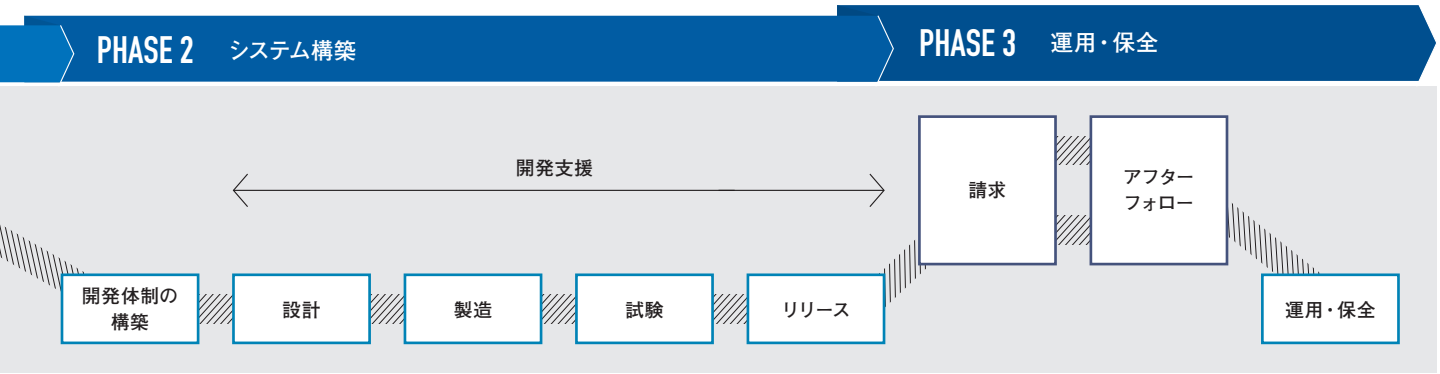
営業・コンサルタントの仕事

開拓 (営業先・事業内容)	NTT データが提供するサービスおよび新しいシステム開発やしくみづくりのニーズを持つ企業に対しコンタクトを取ります。営業にはすでに NTT データのお客様である企業を担当し、より深く入り込む営業と、新しいお客様を開拓していく営業との２つのスタイルがあります。新たなお客様との接点をつくるために、セミナーや勉強会などを企画・運営することもあります。
ニーズの ヒアリング	お客様の持つ課題や要望をヒアリングし、ニーズを吸い上げます。何度も足を運びながらできるだけ多くの情報を収集します。この段階でどれだけ正確に、深くヒアリングできるかが受注に向けて大きな差となってきます。
提案・概算見積	ヒアリングした内容を社内に持ち帰り、提案をまとめます。その内容によって、社内の関係部署や、社外のベンダーの協力を仰ぎながら進めます。同時にどの程度の金額がかかるのかの概算の見積を作成し、金額を提示します。
要件定義	小規模システムやパッケージ商品の場合、提案および概算見積提出で契約まで至ることもありますが、NTTデータが提供するシステムは多くがオーダーメイドです。そのため、お客様とシステムの内容を共有するためには「要件定義」まで進めることが必要な場合もあります。営業担当も要件定義の作業に関わり、お客様ニーズとすり合わせながらシステムの概要を詰めていきます。
契約	要件定義が完了し、詳細見積に承認がいただけたら、正式契約のための契約書を取り交わします。営業の仕事としてはここまでが基本となり、実際のシステムをつくるフェーズに入ると、主導はSEへと移ります。

SEの仕事

営業支援	営業段階において主導権を握るのは営業ですが、技術的課題解決のため、この段階からSEも加わり、お客様のところへも同行しヒアリングや提案内容の作成において営業の支援を行います。
要件定義	要件定義とはどのような機能を実装していくのかを具体的に固めていく作業のこと。要件定義は営業とSEがともに関わり、お客様と打ち合わせしながら進めます。
詳細見積	要件定義の内容をもとに工数およびスケジュールを算出し、詳細見積を作成します。





営業・コンサルタントの仕事

開発支援

システム構築フェーズにおいても、営業は無事納品を完了するまで進捗状況を確認し、また変更などが発生した際にはお客様との調整を行います。

請求

納品が完了したら、契約内容に沿って請求書を発行します。見積に変更や追加がある場合には「精算見積」を作成して最終的な金額の調整を行います。

SEの仕事

開発体制の構築

契約が完了すると、SEは設計および製造工程の体制づくりを行います。NTTデータにおけるシステム構築フェーズでは、多くの協力ベンダーが関わってきます。そうしたベンダー各社と発注契約を結ぶこともSEの仕事です。

設計

要件定義書をもとに、システム開発のための各種設計書の作成を行います。設計上出てくるさまざまな課題の解決と、設計書の内容の確認、スケジュール管理などが主な仕事となります。

製造

設計書が完成後、実際の製造工程に入ります。プログラミングの実作業は協力ベンダーに依頼することが多く、NTTデータ社員は全体進捗の管理や課題、問題発生時の対応をします。

試験

製造が完了したら、テストを行います。想定されるあらゆるケースをシナリオにして、不具合がないか、負荷に耐えられるかなどをテストしていきます。ここでも実際のテスト作業は協力ベンダーに依頼し、発生した課題の解決やテストおよび修正作業の進捗管理を社員が行います。

リリース

試験中に発生した不具合や課題の対応を全て完了してから、システムをリリースします。

営業の仕事

アフターフォロー

納品後もシステムが想定通りに稼働しているか、困っていることがないかなど、定期的に連絡を取りフォローします。稼働後に新たなニーズが出てくることも多いため、アフターフォローは次の営業活動につながる重要なものとなります。

コンサルタントの仕事

アフターフォロー

プロジェクト終了後も、提供した解決策の顧客内における継続的な「定着支援」等を通じて、新規の案件創出に繋げていきます。

SEの仕事

運用・保全

システムはできあがっただけではただの箱であって、お客様に使っていただいてこそ価値が生まれます。NTTデータでは「上流工程」と同様にリリース後の「運用・保全」にも力を入れています。使用方法のレクチャーやマニュアル作成などスムーズに利用していただくためのサポートや、安定的に利用していただくための運用サポートやメンテナンスなども行います。

PROJECT STORY

AW3Dプロジェクト

地球上の全陸地を、世界最高精度でカバーする。
デジタル3D地図サービス「AW3D」プロジェクト

NTTデータは2014年に世界で初めて5m解像度のデジタル3D地図データ「AW3D」を提供、2016年には全世界のデータ整備を完了した。特に新興国において、地図整備や都市計画、防災対策など幅広い用途に用いられている。地球全土を舞台にしたビジネスは、オフィスの片隅から始まった。

世界でも前例のないプロジェクト

AW3D は、地球上の全ての陸地の起伏を表現した「デジタル3D 地図」だ。元となるデータは、JAXA の陸域観測衛星「だいち」が撮影した衛星画像。大都市にひしめく建築物から、前人未踏の山岳地帯に至るまで、3D 画像で精密に再現している。航空機による撮影に比べ、衛星画像は広域性に強みがあり、AW3D は新興国のインフラ整備や5G の電波伝搬シミュレーションなど、幅広い用途で活用されてきた。導入先は130カ国以上、プロジェクトの数は1300を超える。

AW3D の立ち上げは、2014年にまでさかのぼる。JAXA が衛星画像から作る3D 地図の普及を目指した官民連携事業を立ち上げ、一般財団法人リモート・センシング技術センター（RESTEC）と NTT データがパートナーに採択されたのだ。約20年前から NTT データは衛星画像ビジネスを展開しており、全球を対象として3D 地図についても構想を練っていた。大量の画像を処理する技術、それをこなすハードウェア、そして元となる衛星画像が揃い、いよいよ機運が高まったタイミングでの受注。だが、初期メンバーは営業含め数名しかいなかった。開発を担当する市川は当時を振り返る。

「フロアの片隅に居室を設けた、本当にこぢんまりとしたスタートでした。まずは必要となるマシンの手配や、今後の処理計画を立てるところから着手しました」

元データとなる衛星画像は約300万枚。5m 解像度という細かさで地球上全ての地形を3D 化するという、世界でも前例のないプロジェクトだった。入社当時から衛星画像ビジネスに携わっていた市川は、このとき入社3年目。技術に知見を持つ JAXA や RESTEC との密な連携は欠かせない。オープンイノベーションの先駆けとも言える取り組みだった。

開発担当
MAYUMI ICHIKAWA
市川 真弓

社会基盤ソリューション事業本部／2011年入社／社会理工学研究科 社会工学専攻修了／入社以来、衛星画像や地理空間情報に関する研究開発、商品・サービス開発に従事。AW3D プロジェクトの立ち上げから関わり、主に製品開発を担当。

地球上の全ての地形を相手にする

人間は左右の目から得た情報を元に、対象物を三次元で認識する。同様に、3D 画像の作成は2台のカメラを並べた「ステレオ撮影」で撮られた衛星画像が用いられた。しかし、全世界を5m 単位で処理するため、北極や砂漠、ジャングルなど、さまざまな地域についても3D 化せねばならず、地域特性を考慮しなくてはならなかった。「フタを開けてみないと何が出てくるかわからない状態だった」と市川は言う。

「品質を担保するにも、初めて見るデータばかりで、品質の基準をどこにおけばいいかわからない。都市部と同じアルゴリズムで処理しても精度が上がらず、細かい調整を繰り返しながら、トライアンドエラーで整えていきました。ある程度の自動化はしていましたが、処理途中のデータを解析して修正して、という地道な作業も並行して続けていました」（市川）

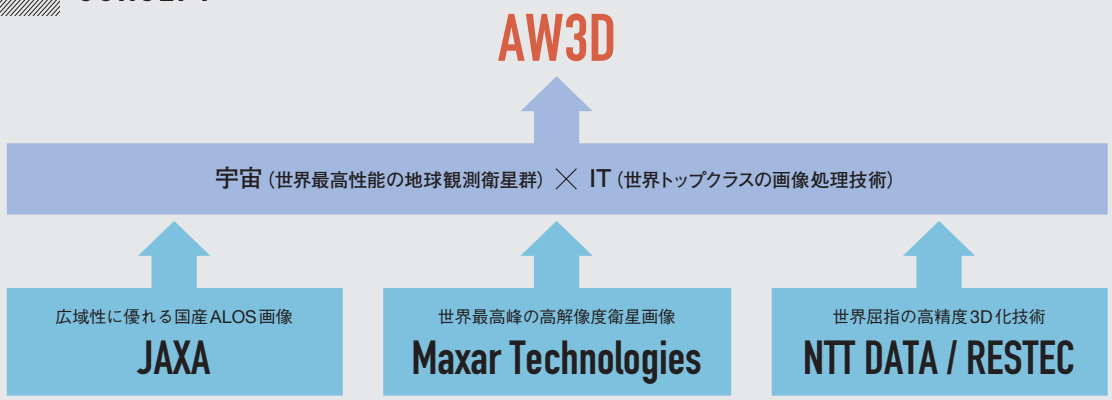
開発担当／パートナー営業担当
MIDORI OZAKI
尾﨑 翠

社会基盤ソリューション事業本部／2012年入社／理工学研究科 開放環境科学専攻修了／入社後、SE として IoT ソリューション関連に従事。AW3D に開発メンバーとして加入後、2015年に営業に転向。

画像処理と共に課題となったのは、増え続けるデータだった。大量の衛星画像を処理することから、最終的に2年間で3ペタものデータを保管することになったという。プロジェクトスタート当初はクラウド環境が一般的ではなく、居室に置かれたマシンで全ての処理を行っていた。プロジェクトの規模が大きくなるにつれ、マシンの数も増えていく。開発メンバーに加わった尾﨑は、新たな環境構築を任された。

「私が加入した当時は、フロアの片隅でマシンが10台も20台も稼働していて、サーキュレーターを回さねば居られないほどの状況で。社内の担当者や工事関係者と調整し、サーバルームにマシンを移行して、ようやく遠隔操作ができる環境を整えました。毎日たくさんの衛星画像が送られてきて、ひたすら処理し

CHART 01 CONCEPT



国内営業担当
SAYAKA HONMA
本間 さや香

社会基盤ソリューション事業本部／2009年入社／商学部商学科卒／入社後、ASPサービス等の商品販売を通じて自治体・法人営業を経験。その後GIS（地理情報システム）製品の代理店販売や製品企画に携わる。2014年からAW3D営業を担当し、新規市場の開拓によるソリューション展開に取り組む。

続けていましたね」（尾﨑）

スモールスタートで始まったAW3Dは、メンバーや処理環境を補強しながら、徐々にその姿を拡大していった。

これまでにない市場を開拓

こうして衛星画像の3D処理が軌道に乗り、AW3Dは処理が完了した地域から徐々に3D地図をリリースしていった。しかし、ただリリースするだけでは収益につながらない。プロジェクトの初期から営業として携わってきた本間は、新たな市場開拓に奔走した。

「AW3D以前は、GISにて販売や商品企画に携わっていました。お客様の要望を受けて開発する受託開発と違い、AW3Dはこちらで用意した地形データを販売する形。市場ニーズに沿うようにデータを整えなければ、商品として成立しません。それにはまず、お客様の声を聞かなければと考えました」（本間）

本間は営業先を訪ねては、ヒアリングを重ねた。どういった業務で地形データを使うのか、どれほどの精度が必要なのか、AW3Dが貢献できるシーンはどこか。「お客様に『しつこい』と思われたかもしれません」と自身で振り返るほど、細部に至るまで質問と説明を繰り返し、得られた内容を開発にフィードバックした。

同時に、本間は法務部門と連携してライセンス設計を行い、代理店契約や商標の取得など、AW3Dを拡販する土壌を整えていった。現在の「AW3D」のブランドロゴも、本間が監修を務めたものだ。

高精細化によるニーズの変化

立ち上げから1年後の2015年。全球の3D対応と並行して、AW3Dは新たなステップに踏み出す。米国Maxar Technologies社と戦略的パートナーシップを結び、都市部における解像度を50cmまで向上させた高精細版の3D地図の提供を開始した。建物の細部や樹木の1本1本、車の車種がわかるほどの解像度であり、より細かな起伏の表現も可能だ。提供は都市部に限られていたが、思いもよらないニーズが次々と寄せられた。

「河川にある巨大な岩の高さや、林業の対象となる木の高さ、採掘現場に堆積させている資源のボリュームなど、さまざまな物を見たい、知りたいといったお問合せをいただきました。高精細になったことで、お客様の期待値が上がったことを感じました」（本間）

一方で、航空測量の代替など、高い精度を期待される場面もあった。しかし地形や地域の特性が影響することがあり、用途によっては求められる精度を満たせないこともある。

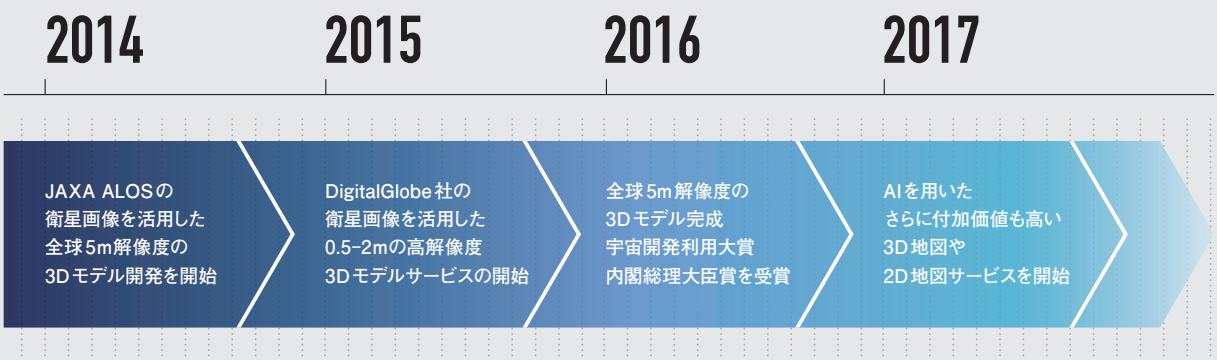
「開発として実現可能な方法を提案しながら、知見を内部に蓄えていきました。50cm解像度がどんな使われ方をするのか、リリースに至るまで把握しきれなかったのが正直なところです。汎用的なニーズについては製品に反映して、アップグレードを繰り返しました」（市川）

また、ユーザーのニーズが高度化したことで、営業も技術的な仕様を理解する必要が出てきた。Maxar Technologies社はより詳細な30cm解像度の衛星画像も扱っており、この販売をNTTデータで請け負ったためだ。お客様のニーズを的確に理解し、要望に添った衛星画像を発注せねばならない。そこで技術仕様に詳しい開発メンバーの尾﨑が営業をサポートすることになり、2015年には正式

海外パートナー営業担当
ERVIANTO ABDULLAH
アブドゥラ エルフィアント

社会基盤ソリューション事業本部／2012年入社／工学研究科 情報工学専攻修了／入社後、SEとして公共案件を手掛けた後、AW3Dの海外営業に。海外のセールスネットワーク作りを担当する。

CHART 02 MILESTONE



に営業へ異動となった。「まるで新人に戻ったようだった」と尾﨑は言う。
「SE と営業では全く文化が異なり、最初は馴染むのに苦労しました。メール1通送るにも、先輩に文面の指導をしてもらったほどです(笑)」(尾﨑)

その後、尾﨑は国内外の代理店を担当し、AW3D の技術的な内容について説明会を開いたり、海外の代理店と電話会議を行うなど、積極的に教育の機会を持った。自らが持つ知見を共有することで、売上につなげようと考えたのだ。代理店との信頼関係を築くために「相手からは AW3D がどう見えているか?」を常に考えているという。
「例えば航空写真を扱っている代理店にとっては、衛星画像は競合商品でもあるんです。でも、それぞれの商品で役割は異なり、考え方次第では協業にもなりうる。相手が自分の商品をどう打ち出しているか、そこに AW3D がどう役立てるか、現状を踏まえながら販売手法を提案するようにしています」(尾﨑)

全世界のデジタル 3D 地図が完成

2016年。AW3D のプロジェクト立ち上げから2年が経ち、ついに3D 地図の全球対応が完了した。世界で初めて、5m解像度で地球上全ての地形をカバーすることができたのだ。プレスリリースには大きな反響があり、最初の1週間は毎日100件近くの問合せが海外から届く。その多くは新興国だった。新興国は測量技術が未発達だったり、未開拓の地が多く国土全域の地理情報がカバーできなかったりなど、さまざまな理由で自国の詳細なデータを把握することが難しい。広域かつ均質な AW3D の地形データは、建物や河川、道路などを抽出して重ね合わせることで地図の代替にもなり、土木建築の分野から大きな関心を集めた。

例えば、東南アジアのダム建設の事例では、現地が国境に近く飛行制限区域があるため、航空測量ができなかった。また、南米での灌漑設計の事例では、施設と水路を建設するために、1500平方キロメートルにも渡るエリアを測量する必要があった。衛星画像であれば、国境などの制限を気にせずに現地の様子を把握でき、工期の短縮にもつながる。ただ、AW3D がそのまま適用できるとは限らず「開発側との協力が不可欠だった」と本間は言う。
「深い森に覆われていて詳細を確認できないなど、地域特性によって難易度の高い案件もあります。また、お客様のシステムに反映させるなど、独自の使い方を想定されていることも多いですね。どうすればお客様の要望を満たせるのか、開発メンバーには何度も相談させてもらっていますし、お客様の席に同席してもらうこともあります。営業と開発が二人三脚で実績を作っていけるところが、AW3D の強みかと思います」(本間)

全球対応のリリースとほぼ同時期の、2016年3月。AW3D は、日本の宇宙開発の普及啓発に貢献したことが高く評価され、第2回宇宙開発利用大賞において「内閣総理大臣賞」を受賞した。エリアごとの3D 地図提供が実績として認められたのだ。授賞式に出席した市川は「嬉しかった」と頬を緩める。
「スモールスタートで始まったプロジェクトが、ようやくここまで来たんだなと。社内でも大きく取り上げられましたし、その後の AW3D の一つの転機になったと思います」(市川)

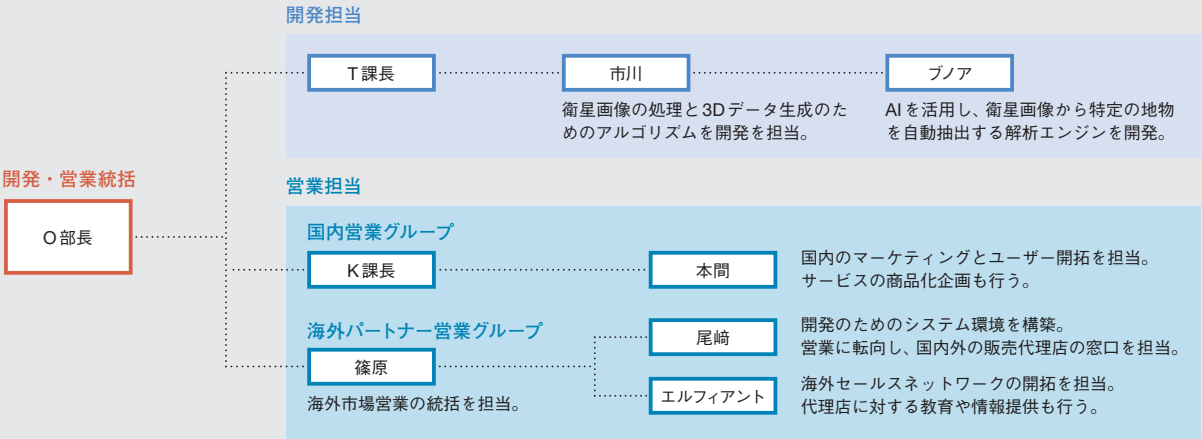
開発担当
BENOIT VALLADE
ヴァラデ ブノア

社会基盤ソリューション事業本部/2017年入社/工学研究科 電気・情報系専攻/大学ではジェネラル AI の研究に携わり、AI 研究を続けたい思いから NTT データに2017年入社。配属後は AW3D の AI 開発を担当。

海外パートナー営業担当[課長]
YUKI SHINOHARA
篠原 由紀

社会基盤ソリューション事業本部/2000年入社/法経学部経済学科卒/入社後は SE として大規模金融機関のシステム開発に携わった後、IC カードソリューションの企画営業として海外ベンダとの折衝などを経験。2015年より AW3D 営業担当となり、現在は海外市場営業を統括する。

CHART 03 FORMATION



海外での知名度を向上せよ

2016年も終わろうとするころ、SEとして官公庁系のシステム開発に携わっていたエルフィアントが目にしたのは、「AW3Dの海外営業」についてのメンバー募集だった。

全球に対応したあと、AW3Dに残された課題は海外のセールスネットワーク拡大だった。Maxar Technologies社の代理店を通じた商流を作りつつあったが、当時はホームページからの問合せを待つなど、まだ受け身の状態。海外に向け、攻めの姿勢でAW3Dを展開する人材がほしい。エルフィアントはその思いを受け止めた。

「NTTデータにはSEとして入社しましたが、上流工程から下流工程まで一連の流れを経験できたので、新しいチャレンジを求めていたところでした。ずっと国内のプロジェクトに携わっていたので、海外で活躍したい思いもありました」（エルフィアント）

異動後、AW3Dについて学んだエルフィアントは「NTTデータしか実現できない製品」と高く評価し、知名度を上げることに注力することを決めた。当時の販売比率は国内7割、海外3割。ボーダレスな衛星画像システムなのに、国土が狭い日本での販売比率が高いのはおかしい。製品の良さを知ってもらえさえすれば、海外でも売れるはずだと考えた。

2017年度、エルフィアントは海外の展示会に積極的に出展を始めた。これまでアメリカやフランスの展示会には出展していたが、この年からマレーシア、インド、オーストラリア、ドイツなど多様な地域をカバーする。顧客が製品を知ってから購入に至るまではタイムラグがあるため、直ぐに売上にはつながらなかったが、知名度向上を最優先としてブランディングに力を入れた。

「展示会やお客様にプレゼンするときは、資料を全てゼロから作り直すようにしています。衛星について説明する必要があるのか、その先から始めてもいいのか、相手の理解度に合わせて説明したいのです」（エルフィアント）

「海外のお客様にはなかなか直接説明に向かえないので」と、英語版のプロダクトガイドの整備も進め、海外代理店の教育にも力を入れた。こうした努力が実を結び、国内外の販売比率は5:5まで向上。週10件ほどだった問合せは、数十件から100件にまで増えた。

「案件を管理する仕組みが必要になったので、オープンソースを使って案件管理ソリューションを自作しました。チームの要望を受けてアップデートし、売上の分析などもここで行っています。これからも新しいチャレンジを続けていきたいですね」（エルフィアント）

AI活用で不可能を可能にする

エルフィアントが案件管理の仕組みを作ったように、AW3Dは事業として成長するにつれ、これまでのオペレーションを見直す必要が生まれてきた。その一つが衛星画像からの特定地物（建物や植生など）の抽出。ある程度の自動化は行っていたが、精度に限界があり、最終的に人の手で修正していたのだ。

大学院でAIを研究していたブノアが、新人としてAW3Dチームに配属されたのは、2017年春のこと。さっそく市川はブノアにAW3Dをレクチャーし、AIが適用できそうな部分について検討を依頼した。

「現在抱えている問題にどんな技術を適用すればいいか、論文などを調査して提案しました。まずは作業負荷が高い、地物の抽出からツール化に着手しようと考えました」（ブノア）

PROJECT MEMBERS

YUKI SHINOHARA
篠原 由紀

「新興国支援やSDGsへの取り組みなど、大きな事業に育ったと実感しています。地球で起きていることをリアルタイムで伝えるため、まだまだ実現したいことがたくさんあります」

MAYUMI ICHIKAWA
市川 真弓

「全球対応に至るまで、大量の衛星画像をいかに高い精度で処理するか、とても苦労しました。AIなど新しい技術を取り入れることで、さらに製品として進化していることに頼もしさを感じます」

MIDORI OZAKI
尾﨑 翠

「当初は営業への転向に戸惑いましたが、今は技術的な知識が国内外のパートナーとの信頼関係を築くベースとなっています。少しずつ実績を積み上げ、大きな案件につなげていけたらと思います」

衛星画像から地物を抽出する際、これまでは主に画素の色彩情報から対象を判別していた。これに対し、AI は周辺の状況も踏まえた判断を行うため、認識率の向上が期待できる。だが、ここにも「地域特性」の難しさがあったという。

「屋根の色など、その国の文化によって衛星画像の色味は異なります。エリアごとに AI を作るなどして対応しましたが、対象となるデータ量が膨大で、処理環境の構築にも苦労しました。AI は言わば『ブラックボックス』。どんな学習データを与えれば望む結果が得られるか、外側からは分かりません。トライアンドエラーで最適な地点を見つけていきました」（ブノア）

AI による地物の自動抽出が実現したことで、これまで難しかった「海外の地物の地図化」が可能となった。この「地物の地図化」は自動運転技術にも大きく寄与するもの。衛星写真から車線や横断歩道、標識などを抽出し地図化すれば、自動運転に必要なデータが揃う。衛星写真はボーダレスなため、海外の交通ルールを加味すれば、全世界に対応した自動運転のマップを生成することができる。

「AI は人間には不可能なことも成し遂げる可能性を秘めています。作業の効率化に留まらず、AW3D でゼロから新しい価値を生み出せたらと考えています」（ブノア）

SDGs への取り組み。そして「4D」へ

AW3D は進化を続けている。2019 年 5 月には、日本で初めて国内全土をカバーした 50cm 解像度のデジタル3D 地図の販売を開始。2019 年 7 月には、全世界のデジタル3D 地図を 2.5m 解像度にまでアップデートし、より正確な分析やシミュレーションを実現した。海外市場営業を統括する篠原は、更なるニーズの掘り起こしに力を入れる。

「AW3D は、まだまだソリューションをブラッシュアップできる余地があります。新たな付加価値を提供するためにも、オープンイノベーションをはじめ、さまざまな取り組みを模索していきたいと考えています」（篠原）

新たな付加価値の一つが「時間分解能」だ。地球観測衛星は地球の周りを回り続け、定期的に衛星画像をアップする。それらの画像を時間毎にまとめれば、対象地域が時間と共にどのように変化したかを確かめられる。様々なリソースを駆使することで、3D に時間軸を加えた「4D サービス」の実現を目指す。

「災害前後の地形変化の把握や、違法建築の発見、あるいは、新興国への支援が確実に都市成長に寄与しているかを確認するなど、時間軸を加えることでさらなる活用が見込まれます」（篠原）

近年は SDGs（持続可能な開発目標）の動きも広まっており、AW3D は都市開発や気候変動などに関する課題を解決する手段として注目を集めている。ネパールでは、大地震後の長期復興計画に用いるハザードマップ作成に AW3D が活用された。また、ナイジェリアとニジェールでは、下水が流れ込むエリアを AW3D で正確に把握することで、疾病対策にもつながっている。

「宇宙を通じて地球のあらゆる情報がデジタル化され、AI やビッグデータといった IT 技術によって、より実世界に忠実なバーチャル空間が生まれています。地球上で起きていること全てのシミュレーションを可能にすることが、AW3D のゴールです」（篠原）

数名で始まった小さなプロジェクトが、地球規模の課題を解決するソリューションへと成長を遂げた。その進化は、まだしばらく止まりそうにない。

ERVIANTO ABDULLAH
アブドゥラ エルフィアント

「海外市場は国ごとに商習慣も異なり、ブランドを守りつつ AW3D を認知してもらうことに苦心しました。徐々に海外のパートナーが大型の案件を受注するようになり、事業の成長を見るのが嬉しかったですね」

SAYAKA HONMA
本間 さや香

「既に完成された商材を売るのではなく、製品も自分たちもチャレンジと共に成長していくのが面白さを感じるところ。これからもお客様の声に耳を傾け、新たな付加価値を提供していきます」

BENOIT VALLADE
ヴァラデ ブノア

「AI に何を覚えさせれば精度が高まるのか、膨大な学習データから理想に近づけるのは、今でもとても難しいですね。だからこそ、新しいアイデアでチャレンジできる伸びしろがあるのではと考えます」

CLOSE UP 02

JOB & CAREER

NTTデータの職種とキャリアについて

ニーズを顕在化させ、受注までのストーリーをつくり上げる営業。経営課題の解決や意思決定の支援を行うコンサルタント。システム開発を主体的に手掛けるシステムエンジニア。新技術によって新たなソリューションをつくり上げるR&D。お客様にベストなソリューションを提供するという一つの目的に向け、それぞれの職種の社員たちが一丸となって日々、業務にあたっています。

SYSTEM ENGINEER システムエンジニア

システムエンジニア（以下、SE）にはさまざまな分野の業務があります。お客様の要望をヒアリングし、アプリケーションを設計したり、ネットワークやデータベースなどの基盤環境を構築したり、また、プロジェクト全体の進捗管理もSEの仕事です。開発の現場ではそれぞれのSEが自身の得意分野を活かしながら、ゴールに向かって協力をし合っています。プロジェクトによっては、提案段階から営業のサポートに入ることもあります。

CONSULTANT コンサルタント

コンサルタントは、専門分野にかかわらず、顧客の経営・事業・業務等の多様な問題や課題に対して、顧客の意思決定者と一体となって問題解決策の提供や第三者視点での意思決定支援を行います。具体的な活動内容の例としては、ビジョンや戦略・構想策定（IT戦略含む）や組織設計、各種制度や仕組みの構築・業務プロセス改革、IT設計などが挙げられます。
プロジェクト終了後も、提供した解決策の顧客内における継続的な「定着支援」等を通じて、新規の案件創出に繋げていきます。

SALES 営業

営業の業務は、顧客の開拓から始まります。新しいお客様を開拓したり、すでにNTTデータのお客様となっている企業に新たな課題が生まれていないかコンタクトを取り続けます。お客様の課題をヒアリングし、ニーズを吸い上げるのも重要な仕事です。ヒアリングした内容を社内に持ち帰り、関連部署の協力を仰ぎながら提案をまとめます。お客様に提案内容を認めていただき契約できた際は、プロジェクト完了までお客様との契約管理を行います。

RESEARCH & DEVELOPMENT R&D

新技術によるソリューションの創出を目的に、特定の分野について調査・研究を行う活動です。技術革新のスピードが加速する現代、新しい技術が誕生した際にいち早く自社のビジネスに取り込むための重要な業務と言えます。最新動向の調査や応用範囲の模索、試作およびテストなどが含まれます。研究内容を論文にまとめ、カンファレンスなどで発表することも。R&Dによって得られた技術・ノウハウはNTTデータの知的資産として社内に展開され、新規ビジネス展開に必要不可欠なものとなります。

プレ・プロフェッショナル期
PRE PROFESSIONAL

プロフェッショナル期
PROFESSIONAL

PRE PROFESSIONAL プレ・プロフェッショナル	ASSOCIATE アソシエイト	SENIOR シニア	EXECUTIVE エグゼクティブ	PRINCIPAL プリンシパル

システムエンジニア

- 顧客の使用要求に基づくシステムの設計・構築
- プロジェクトの推進

コンサルタント

- 顧客の業界知識やソリューション知識をもとに経営課題の解決を支援
- 新規ビジネスの企画・提案

営 業

- 顧客の事業課題や経営方針の情報収集・改善策の提案
- システムやパッケージ商品などの企画・立案、受注・販売

R&D

- 新規ビジネスモデルの企画・開発
- 新しいサービスやプロダクトの開発および実用化研究

プロジェクトマネージャ	プロジェクトマネジメントの高い専門性を活かし、プロジェクトを円滑に運営する役割を担う。
ITアーキテクト	幅広い技術力を活かし、システム全体の最適なアーキテクチャ設計を担う。
ITスペシャリスト	専門分野における難度の高い方式技術の設計や実装、チューニングを担う。
アプリケーションスペシャリスト	業務ノウハウと高い技術力を活かし、業務アプリケーションの設計・開発を担う。
ITサービスマネージャ	システムの安定提供・向上を目指し、システム全体の運用・保全・管理を担う。
顧客営業	顧客の課題、ニーズを把握し最適な解決策を提供する。
ソリューション営業	社会に価値あるソリューション（商品・サービス）を企画・提供する。
コンサルタント	顧客の意思決定者と一体となって、問題解決策の提供や、第三者視点での意思決定支援を業務として専門的に行う。
R&Dスペシャリスト	新たなサービスやプロダクトの実用化に向けた研究・開発を担う。
データサイエンティスト	データサイエンスに関する高度な専門性を発揮することで、データ活用によるお客様の課題解決を支援する。
ビジネスディベロッパ	新規事業開発に関する高度な専門性を発揮することで、お客様と当社における新規ビジネス開発に従事する。
デジタルビジネスマネージャ	超上流工程（経営戦略・サービス企画）より参画し、サービスやプロダクトの構想・開発・提供まで一気通貫のマネジメントを行い、サービスやプロダクトの提供を通じて継続的に価値を創出することができる。
サービスデザイナ	エンドユーザ視点でサービスやプロダクトの価値を継続的に提供することができる。
スタッフ	経営参謀としての戦略の策定・実行・サポートや事業を円滑に進めるための支援を担う。

PRE PROFESSIONAL　プレ・プロフェッショナル期

将来の自分像を具体化する準備期間

NTT データでは入社から「プロフェッショナル期」までを「プレ・プロフェッショナル期」と位置づけ、長期的視点でキャリア形成を行っています。「プレ・プロフェッショナル期」は、いわばキャリアの準備期間。主に「システム開発」、「営業」、「R&D」いずれかの担当となり、いくつかのプロジェクトを経験しながら自らの適性を見定め、将来の自分像を具体化していきます。NTT データではキャリアの可能性に文系、理系の区別は設けていません。文系出身者でも開発系のプロフェッショナルの道は開かれており、理系出身でも営業のプロフェッショナルとして活躍する社員もたくさんいます。あるいは途中で新たな職務にチャレンジするケースもあります。こうした「可能性の大きさ」や「キャリア形成の柔軟性」は、NTT データの魅力の一つ。自らがキャリビジョンを定め、そこに向かって自らが歩みを進める。志さえあれば、皆さんはあらゆる可能性が用意されているのです。

PROFESSIONAL　プロフェッショナル期

長く続く真のキャリア形成の期間

プロフェッショナル期では「プロジェクトマネージャ」、「IT アーキテクト」、「IT スペシャリスト」、「アプリケーションスペシャリスト」、「IT サービスマネージャ」、「顧客営業」、「ソリューション営業」、「コンサルタント」、「R&D スペシャリスト」、「データサイエンティスト」、「ビジネスディベロッパ」、「スタッフ」のカテゴリが用意されています。しかし、これらは目指すべき方向性を示したものであり、将来の自分を限定するものではありません。一人が複数のプロフェッショナルを目指すことも可能です。また、同じ種類のプロフェッショナルであっても、担当範囲は一律ではありません。多種多様なプロジェクトにおいては、基本的な役割に基づきながら、あらゆる状況に対し、柔軟に対応する力も必要です。「プロフェッショナル期」に入ることがゴールではありません。その後長くつづく「プロフェッショナル期」こそが、真のキャリア形成期であり、さまざまな経験を通じてより大きな成長が期待される期間なのです。

CAREER STORY No. 01

SYSTEM ENGINEER

NTT データに受け継がれる「人を育てる」という伝統

積み上げた経験を一旦全てクリアに

入社してから15年間、髭は大手金融機関の基幹システムに携わっていた。入社当時はITの知識が乏しく、先輩を毎日質問攻めにしたという。早く一人前になるには、知らないことを一つずつ潰すしかないと思ったのだ。自分が担当するプログラムだけでなく、先輩が担当する範囲も自主的に勉強して理解を深めた。「とにかくがむしゃらに仕事に向き合っていました」と髭は振り返る。

5年目でリーダーとなり、キャッシュカードのICチップ導入に携わる。日本に例がない高いセキュリティの仕組みを導入するため、海外の仕様書を読み解きながら設計にあたった。簡単ではなかったが、苦しさよりもやりがいが上回った。自分が開発した新機能が世の中に提供される、その責任感や好奇心が髭を突き動かした。

10年目で後継システムへの移行プロジェクトに移り、統括チームでマネジメントを担う。当時1社請負では日本最大規模と謳われたITプロジェクトで、髭はピーク時に25チーム・約600人を取りまとめていた。それだけの規模となれば、顔が見えないメンバーもマネジメントせねばならない。

「自分の仕事は『巨大な船の司令官』だと考えていました。船内ではさまざまなチームが運航を支えており、体系立った組織の上に自分がいる。プロジェクトメンバー全員が乗組員であり、乗客は金融機関を利用する日本の全てのお客様であると」

そして15年目を迎えたある時、髭は人事本部の人財開発部門への異動を命ぜられた。システム開発から人事への異動は異例だが、周囲からは「向いています」「ぴったりですね」と言われた。髭が所属していたプロジェクトは長期間に渡るため、人員が入れ替わることも多かった。組織強化にはノウハウの引き継ぎが必須であり、人財育成の文化が自然に根付いていたのだ。髭は他チームの若手に対しても丁寧に指導していたため、メンバーの信頼も厚かった。

こうして人事本部へキャリアチェンジした髭。しかし最初に取り組んだのは「これまでの人財育成の経験を一旦全部捨てる」ことだった。

個人のWillを組織のMustに

人事本部に移った髭は、組織論や人財育成について改めて勉強し直した。「この分野はドラッカーなどの古典が多く残されており、基礎から学び直そうと思いました」と髭は言う。

「私がこれまで実践してきたのは、金融機関向けプロジェクトの人財育成。品質が最優先だと教え込まれてきましたが、社内の他のプロジェクトではスピードやコストを優先する場合もある。人事を担当するからには、全社に通じる目線が必要だと考えました」

NTTデータには、主任や課長など役職によって内容の異なる「階層研修」がある。しかし研修ができてから10年近く経っており、業務内容や求められるスキル像に乖離が生じていた。髭は全体的な見直しに取り組み、責任者として基本構想から計画立案、設計、運用まで携わる。

「明確なゴールがあるシステム開発と違い、人財育成に正解はありません。そこでトップと共に『10年後のNTTデータ像』を描き、新人が10年後に主力となるまで、いかに育成するかのストーリーを考えました。特に新人研

CAREER STEP

2005

「日本で初めて」の機能がやりがいに

金融機関システム開発にて、日本に前例のない機能に取り組む。海外の仕様書を読み解き、お客様と仕様を詰めながら実現。これまでにない、新しいものを提供した実感があった。

2015

過去の人財育成の経験を一旦捨てて組み替える

人事本部に異動し、人財育成を担当。これまで積み上げた人財育成のノウハウを捨て、古典から学び直す。階層研修を全面的に見直し、グローバルにつながる新たな研修メニューも提案。

2019

金融分野でグローバル人財の育成に

金融事業推進部に異動し、日本企業の海外展開をサポート。M&Aを含めた出資戦略にも携わる。グローバル人財の育成を軸に、日本と海外の強みを合わせた新たなビジネスを模索。

FUTURE

経営に携わるため、自ら学び続ける

システム開発、人財マネジメント、グローバルやM&Aといったこれまでの経験を総合的に活かし、企業経営に携わる仕事を志す。ビジネススキルや教養を学び、チャンスに備える。

修では現場に行き、できる限り自分からメッセージを発信するよう心がけました。数百人いる新人の、一人ひとりの個性を理解し、輝かせる会社にしたかったのです」

研修メニューの刷新と併せて、新たに「海外グループ会社への研修提供」にもトライした。海外では規模の小さいグループ会社もあり、人財育成まで手が回らないことも多い。そこで日本で使用している教材を翻訳し、自ら講師として現地にも飛んだ。そこには「グローバルな仕事をしたい」という思いもあった。

「それまで人事本部にはグローバルに関わる業務がなかったため、ならば、と自分で仕事を作りました。私は仕事を楽しむコツを『個人の Will を組織の Must に』と考えています。自分がやりたい仕事（Will）は、必ずしも組織が求める仕事（Must）とは限らない。だから Will を Must にいかに近づけるかが、思いを実現させる鍵ではないでしょうか」

受け継がれる「伝統」

人事本部での人財開発、採用担当を経て、髭は2019年に金融事業推進部に移った。金融分野におけるグローバル化の推進のため、日本の金融機関の海外展開をサポートし、海外グループ会社との連携を強化し、M&Aを含めた出資戦略についても検討する。そして大きなミッションの一つは、将来のNTT データを支えるグローバル人財を育成することだ。

「NTT データはモノを売る会社ではないため、ビジネスを生む核となるのは人そのものです。テクノロジーによって時間と距離を越えれば、日本と海外の強さをかけあわせた新しいビジネスが生まれるはず。グローバル化はもう、遠い世界の話ではありません」

システム開発、人財育成、マネジメント、グローバル、M&A、戦略立案……これまでの経験を総合的に活かし、髭は「将来は経営に携わる仕事をしたい」と語る。企業経営を学ぶために会計や法務の資格を取り、グローバルで活躍するために哲学や歴史といった基礎教養も幅広く学ぶ。人事に異動したときと同様に、新たなチャレンジの前には、自身のアイデンティティを組み替えるのが髭の流儀だ。

髭が育成した新人たちは、順調にキャリアを重ね、今では後輩を教える立場になっている。仕事を共にする機会もあり「新人研修での言葉を忘れていません」と言われることもある。

「彼らが頑張っている姿を見ると、やってきてよかったなと思います。彼らもやがてリーダーになり、上司になる。人を育てる伝統を、受け継いでくれることを願っています」

正解がない。そう思っていた人財育成に、今、少しずつ答えが出ようとしている。

PROFILE

NAOKI HIGE

髭 直樹
金融事業推進部／2000年入社／経済学部卒

CAREER STORY No. 02

SYSTEM ENGINEER

会議で飛び交う言葉に戸惑う新人時代

学生時代の二十軒は応用生命工学を専攻し、酵素のタンパク質構造を解析していた。同期が製薬業界や食品業界の研究職を志すなか、二十軒は「人と関わり合いながら仕事をしたい」という思いから、業界を絞らずに就職活動を始める。さまざまな企業を訪問するが、当初IT企業への関心はそれほど高くなかった。

「たまたま訪れた説明会で、初めてNTTデータを知りました。OG訪問で専攻が近い先輩と会い、ITを絡めたビジネスについての話を聞き、興味を持ちました」

二十軒が企業選びの軸としていたのは、「世の中にない新しいビジネスを創りたい」という思い。IT業界も照準にいれ、NTTデータの選考を受けると、面接では気負わずに自分の思いを伝えることができた。学んできた専攻とは違うが、この会社なら自分らしく働けそうな気がする。最後は直感を大事にし、入社を決意した。

入社後は「ものづくりについて知りたい」という気持ちから、開発部門を志望。配属後は、通信事業者向けの顧客管理システムの開発プロジェクトに加わるが、学生時代はITに縁がなかったため、職場で飛び交う言葉が全くわからずに戸惑った。

「最初は会議の議事録を任されましたが、用語が聞き取れず、結局穴だらけになってしまって。先輩方に指導いただきながら、少しずつシステム開発について理解していきました」

転機となったのは3年目。二十軒はテレコム系システムの機能追加を任されることになる。独り立ちは不安だったが「何かあったらフォローするから、好きにやりなさい」という先輩の言葉に背中を押された。要件定義から導入までの一連の流れを担当し、協力会社との関係構築も経験した。最初は頑なな態度だったお客様も、二十軒の頑張りに徐々に心を開いてくれた。

「以前はできなかったことができている、という実感があり、仕事に面白さを感じ始めた時期でした。この時積み重ねた小さな成功体験が、いまの自分の原点になっていると思います」

「常に笑顔」をキーワードに

入社7年目の2012年。二十軒はガス会社の工事管理システムに携わっていた。大規模なシステム更改の案件であり、事業部内では初めて取り扱う分野の業務システム。二十軒はプロジェクト全体を統括するチームでリーダーを務めていたが、ある開発チームの様子が気になった。設計工程が終盤に差し掛かっているのに、そのチームが担当する開発の進捗が思うように進んでいないのだ。

「お客様との仕様調整が進まず、課題が山積している状態。さらにオフショア先である中国のチームとも、うまく連携が取れていませんでした。このままではいけないと思い、私自身がそのチームに入ることにしました」

二十軒はメンバーのヒアリングを通じて課題を抽出し、優先順位をつけて対応していった。課題解決のための専門のチームを新たに

チームの全員を笑顔に。
そして、自分らしく働き続ける

設けるなど、体制も見直す。仕様についてはお客様と会話し、実現可能な設計に落とし込んだ。しかし、まだ大きな問題があった。それは、日本と中国両チームの間に生じてしまっていた「不信感」。払拭することは、簡単ではなかった。

「日本側は『要求どおりのアウトプットが得られない』といい、中国側は『指示が明確にもらえない』といっており、両者の認識にくい違いがありました。さらに開発がスムーズに進んでいかない状況下でメンバーも疲弊していました」

コミュニケーションを図り、全員で同じ方向を向くため、二十軒は定期的にミーティングを設ける。ミーティング用の資料を作っていると、最後に「常に笑顔で！ すぐに情報共有！ お互い思いやりを！」というキャッチフレーズを書いていた。頭に浮かんでいたのは、学生時代に取り組んでいたチアリーディング。己を鼓舞するため、苦しくても笑顔でいることを学んだ。その思いが「常に笑顔で！」の呼びかけにつながったのだ。

「常に笑顔で、と言うからには、まず私自身がそうでないと（笑）。良くない報告でも受け入れる空気を作ることで情報共有も進み、少しずつ状況が改善していきました。それまでコミュニケーションが不足しがちだったチーム同士が、徐々に密に会話をするようになり、そうした光景を見るのが嬉しかったですね」

プロジェクトマネジメントとチームビルディングは両輪の関係にある。チーム作りに奔走した二十軒により、開発の進捗は回復。全員一丸となって困難を乗り越える経験が、マネジメントの面白さに目覚めるきっかけになった。

「マネジメントの醍醐味は、メンバーそれぞれの良さを引き出せること。このプロジェクトで抱いた『みんなが楽しく仕事ができるように』という思いは、今でも大切にしています」

復職後も開発の仕事を続ける

現在、二十軒は電力会社のメータデータ管理システムの開発に携わっている。関東圏内の各世帯に設置されたスマートメータから送られる、膨大なデータを管理するものだ。二十軒が業務アプリケーションを担当し、60名近くからなるチームを率いている。目下は子育ての真っ最中であるため、メンバーの協力を得ながら17時には帰宅する毎日。だが、出産を経て復職するまでは「開発の仕事は無理ではないか」との不安もあった。

「出席する会議を絞ったり、部下に権限を委譲するなど、働き方を見直しました。職場にも子育て中の社員が多く、理解を得られたのも大きかったですね。女性社員の後輩に『意外となんとかなりそう』と自信を持ってもらえるよう、先例を示せたらと思っています」

今はマネジメントの仕事に面白さを感じているが、就職活動の際に掲げていた「新しいビジネスをしたい」という思いは忘れていない。事業部内にはAIをはじめ新技術を導入する動きもある。自分も、ライフステージや世の中の変化に合わせて変わりながら、次のステップに進みたい。今日も二十軒は「常に笑顔で」を胸に、プロジェクトに向き合っている。

PROFILE

YURI NIJIKKEN

二十軒 悠里
テレコム・ユーティリティ事業本部／2006年入社／農学生命科学研究科 応用生命工学専攻

CAREER STEP

2006 ▼ HOP　2010 ▼ STEP　2015 ▼ JUMP　2020 ▼

2008

機能追加を任される

先輩をサポートしていたスタンスから、初めて1人で案件を任される。先輩からのフォローを受けながら、顧客折衝や開発、テストに至るまでシステム開発の工程を一通り経験。自らの仕事のスタイルを確立する。

2012

マネジメントの面白さを知る

トラブルが起きたチームのリーダーに。積み上がった課題を解決しながら、チームの雰囲気を変えるため「常に笑顔で」をキーワードに情報共有を進める。マネジメントにやりがいを覚えるように。

2018

出産を経て再びシステム開発に

出産に伴う産休育休を得て復職。再びシステム開発に携わり、約60名のチームをマネジメントする。上司やメンバーの協力を得て、権限委譲や業務効率化によって仕事と育児を両立。

FUTURE

新たなビジネスの創出へ

マネジメントを続けつつも、新たなビジネスの創出に貢献したい。事業部内にはAIをはじめ新技術を導入する動きもあり、自分も世の中に合わせて変化しながら、次のステップに進んでいきたい。

CAREER STORY No. 03

CONSULTANT

デジタル×マーケティングで新たな世界を切り拓く

開発者からコンサルタントへ

大学院で化学を研究していた湯田は、就職活動でNTTデータに出会う。入社案内の冊子に刷られていた『未来の仕組みをITでつくる』というキャッチフレーズに惹かれ、興味を持った。本人としても意外な転進ではあったが、化学の研究者ではなく、湯田はシステムエンジニアとしてNTTデータに就職する道を選んだ。

入社後、通信会社のシステム開発に携わっていた湯田。4年目に大きな転機が訪れた。

「3年間携わってきたプロジェクトが完了したタイミングでした。プログラムの製造からシステムの保守運用までを一通り経験したところで、今度はもっと上流の方も見てみたいという気持ちが芽生えてきました」

そんな折に目にしたのが、コンサルタントの社内公募だった。湯田はこれに応募した。

「コンサルティングのチームに入ってみると、同じ会社でも開発とは発想も仕事の仕方も大きく違うことに驚きました。コンサルタントとしての考え方や心構えを、基本からみっちり叩き込まれました」

コンサルタントとして成長する最初のきっかけとなったのは、異動後3年目に手掛けた、ある大手流通企業の案件だった。社内データの活用推進という顧客の要望に応えて、情報を可視化するBI（ビジネスインテリジェンス※）ツールの提案書を持ち込んだ。ところが「うちはそういうのは使わないよ」と、あっさり却下されてしまう。

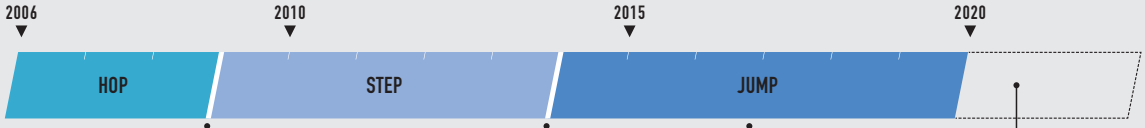
「今にして思えば、ツールありきの提案に興味を持ってもらえなかったのでしょう。これで今回の案件は終わったと思いました。ところがその後、お客様のキーパーソンから『一緒に何か面白いことをやらないか』と声をかけていただいたのです」

具体的なことは何一つ決まっていない中で、新しい取り組みを模索するためのディスカッションが始まった。湯田は顧客と対話を重ねながら、何をすればこれまでにない価値を提供できるのかを考え続けた。そして議論の末に、ある方向性が決まる。それは、ビッグデータを活用したデジタルマーケティングに取り組む、というもの。まだ世の中にあまり実施事例のないチャレンジだった。

「当初想定していた仕事の進め方とはかなり異なる形でしたが、お客様と深い信頼関係を築きながら、当時としては画期的なシステムの提案につなげることができました。自分にとっても大きな自信につながった案件でした」

その後、提案したシステムは実際に形となる。大成功とはいかなかったが、この経験がコンサルタントとしての方向性を示すことに

CAREER STEP



2009

**社内公募で
コンサルティング部門へ異動**

川上の世界も見てみたいと考え、コンサルティング部の人材募集に応募。先輩コンサルタントの指揮の下、メンバーとしてCRMや顧客統合などのプロジェクトのコンサルティング業務に従事。

2014

**デジタルマーケティング案件
との出会い**

大手流通会社のITコンサルティングを担当。顧客とのディスカッションを重ね、信頼関係を構築しながら、ビッグデータを活用したデジタルマーケティングのシステムの開発に成功。

2017

**顧客の課題を深く理解し、
信頼を得る**

大手総合飲料メーカーの担当として、同社のデジタルマーケティング分野の課題について定期的にディスカッション。顧客の課題に寄り添うことで信頼を勝ち取り、数々の案件を受注した。

FUTURE

**デジタルマーケティングの
進化へ貢献**

マーケティングは単なる販促活動というより経営そのものであり、その領域は幅広く、深い。ITを活用したマーケティングの可能性は非常に大きく、そのフロントランナーとして走り続けたい。

なった。以降、湯田はデジタルマーケティングの領域に徐々に傾倒していった。

顧客の本当の課題を理解する

時代の新たなメソッドであるデジタルマーケティングの知見を武器に、活動の幅を拡げていった湯田。自動車や旅行、教育といった数々の業界を顧客として活躍し、順調にコンサルタントとしての実績を重ねていった。

2017年、そんな湯田が次に担当することになったのは、ある食品メーカーだった。湯田は自らの経験と実績を自信に、意気揚々と顧客担当者を訪問する。ところが、担当者は湯田の話に全く興味を示さないばかりか、門前払いも同然の対応をされてしまう。

「後からわかったことですが、食品のような低額消費財のデジタルマーケティングは成功事例がほぼないと言われるほど難しく、この企業でもすでに多くの取り組みが失敗に終わっていました。そのため、お客様はデジタルマーケティングという手法そのものにかなり懐疑的だったのです」

これまで他業界で成功してきたセオリーがここでは通用しないという事実を、何度もディスカッションを重ねる中で理解した湯田。同時に、自分自身も相手の本当の課題に寄り添えていなかったことに気づかされた。改めて顧客のビジネスを見つめ、課題を自分のこととして捉え直すことで、次第に話がかみ合うようになってきたという。

やがてコンサルティングやシステム開発の依頼を受けるまでの関係に発展するも、一筋縄ではいかなかった。苦労して開発したマーケティングシステムが有効に活用されず、全面的なリニューアルが必要となることもあった。

「ユーザーの要望を素直に聞きすぎた結果、システムの機能が複雑になっていたのが原因でした。その反省から自ら売り場の状況を観察し、システムのユーザーの目線で本当に必要な機能や使い勝手をつきつめて検討しました」

結果、リニューアルは見事成功し、顧客の日々のビジネスになくてはならないシステムとして定着した。

フロントランナーとして

この取り組みによって、湯田と顧客との関係は大きく変わった。

「いちシステムベンダーではなく、一緒にプロジェクトを進めていくチームの一員として見ていただけるようになりました。新しいマーケティングの考え方について、お客様のキーパーソンの方が真っ先に自分に相談してくれたのは、コンサルタント冥利に尽きる出来事でした」

今では総勢100名からなるメンバーを率いて同社に常駐し、新たなシステム案件のほとんどを湯田のチームが任されている。その事実が、顧客からの信頼の厚さを物語る。

「マーケティング活動はお客様のビジネスそのものです。そして今、デジタル技術がこの領域で大きな貢献をできる時代になりました。今後もこの分野に深く関わり、お客様と一緒に新しいビジネスの世界を切り拓いていきたいと考えています」

マーケティングの奥は深い。業界・業態の違い、BtoB か BtoC か、消費財か耐久財かなどによって、いくつもの異なるアプローチが必要だ。だからこそデジタルとマーケティングの両方に精通すると同時に、顧客の悩みに寄り添える、プロのコンサルタントが求められている。そのフロントランナーとして、湯田はこの先も走り続けるつもりだ。

※ビジネスインテリジェンス：企業などで蓄積される膨大な業務データを、利用者が自らの必要に応じて分析・加工し、業務や経営の意思決定に活用する手法

PROFILE

SHUNSUKE YUDA

湯田 俊介
製造 IT イノベーション事業本部／2006年入社／理工学研究科応用化学専攻

CAREER STORY No. 04

R&D

国と地域をまたいで社会の課題を解決する

データに頼るだけでなく、リアルを取り入れる

学生時代に機械学習の研究に携わっていた岡田は、就職するにあたり、ビジネスに直結する研究開発がしたいと考えていた。企業研究を進めるなかで、システムインテグレーターでありながら研究開発職があることに魅力を感じ、NTT データへの就職を決めた。

入社後、岡田は家電量販店向けの需要予測エンジン開発に取り組む。それまでバイヤーの経験と勘で行われていた需要予測を、過去の売上や広告の内容、その日の天候といったデータをもとに予測するものだった。岡田の専門である機械学習を用いたソリューションだったが、開発には深い業務知識が不可欠だった。

「例えば『冷蔵庫が10台売れる』と予測しても、店舗に在庫を置くスペースがなければ意味がありません。店頭在庫の数や物流網の都合、倉庫からの配送計画など、数多くの条件のもとで発注業務が成り立っています。机上の空論で終わらぬよう、現場の知見を取り入れる大切さを学びました」

その後、岡田は企業内の情報の集約および活用を目的としたビジネスインテリジェンスのソリューションに携わり、入社5年目にはアメリカへと渡る。ビジネスインテリジェンスを扱う海外グループ会社約10社に対し、互いの連携を図る役割を担った。コンサルティングのノウハウを共有したり、リサーチ企業にアピールしてプレゼンスを向上させるなど、精力的に活動した。

「コミュニケーションが得意なほうではなかったので、最初は海外特有の自己主張の強さに圧倒されました。技術開発とは異なる難しさがありましたが、この経験がグローバルに携わることに面白さを感じたきっかけになりました」

どうすれば「自分の言葉」が通じるのか

3年にわたる海外勤務から帰国し、岡田は技術開発本部で新たなソリューション開発を立ち上げた。アメリカで R&D の協業先を探していた時に意気投合したインドのチームに声を掛け、ビッグデータ解析のプラットフォームを手掛けることになったのだ。1年ほど開発し、PoC（新しい概念や理論、原理などが実現可能であることを示すための簡易な試行）に取り組んでいたころ、オーストラリアのビクトリア州における交通予測プロジェクトの話が持ち上がる。

「交通 IC システムにおいてグローバルシェアトップという強力な競合がいました。その対抗策として従来のレガシーデータベースの仕組みではなく、ビッグデータをリアルタイムに分析できる新しいアーキテクチャーをもとにした仕組みを提案しました。最終的に、リアルタイム分析の仕組みやサービスレベル向上といった将来的なサービスの拡充のプラットフォームとしての価値施策が評価され、NTT データの案が採択されたのです。開発から2年で規模の大きな案件につながり、自分のことながら驚きました」

岡田は技術的な部分の専門家としてプロジェクトに携わり、海外グループ会社と連携したソリューション開発に自信をつける。

2015年にはスペインのグループ会社 everis と共に、病院の ICU（集中治療室）向けに重症化のリスクを予測する「Smart ICU」ソリューションの開発に乗り出した。岡田は日本側の責任者として、予測エンジンの AI アルゴリズム開発を担当。everis が ICU 内のデータ収集・蓄積基盤開発を担った。そして、

CAREER STEP

2004 ▼ 2005 ▼ 2010 ▼ 2015 ▼ 2020 ▼

HOP | STEP | JUMP

2005

システム開発で「リアル」の大切さを知る

家電量販店の需要予測エンジンを担当。機械学習の知見を活かせたが、実利用には深い業務知識も必要不可欠だった。「技術がある＝実現できる」ではないことを知る。

2009

初めての海外勤務でグローバルを意識

ビジネスインテリジェンスソリューションの拡充のため、アメリカにて海外グループ会社間の連携を図る。コミュニケーションに苦労するが、グローバルで仕事をする面白さに触れた。

2015

海外グループ会社との連携を進める

スペインのグループ会社と、集中治療室（ICU）関連のAIソリューションを開発。現地の責任者との意見のくい違いから、立場によってそれぞれの「正しさ」があることを学ぶ。

FUTURE

世界を舞台にしたソリューション開発へ

多国籍プロジェクトを手掛けるようになり、国と地域をまたいだR&Dをさらに推し進めたい。責任者としてチームをまとめるマネジメントの要素も増え、キャリアは次のステージへ。

医学的な裏付けのために州立病院とも連携を図る。若手時代に経験した「実利用ソリューションには深い業務知識が不可欠」という教訓を忘れなかった。

しかし、開発開始から1年が経ったころ、スペイン側の体制が大きく変わってしまう。新たに就任した責任者は、開発期間はすでに十分だとし、すぐに販売に移行するよう主張した。

「要件がはっきりと定義されているIT開発と違い、AI開発は実証を重ねてAIと人が共存するプロセスを完成形に近づける必要があります。許容できない誤差が残っている状態で、ICUに導入するわけにはいきません。時差もある中で、何度も電話で議論したのですが、状況はなかなか好転しませんでした」

国や地域をまたいだR&Dを広げたい

正しいことを主張しているはずなのに、相手に通じない。納得がいかない岡田は、あるとき「互いのバックグラウンドの違い」に気づく。技術の責任者である自分に対し、相手はビジネスの視点でプロジェクトを見ている。「正しさ」は双方にあった。

「最終的には上層部を巻き込んだ議論で解決しました。『たとえ開発に時間がかかっても、州立病院で成功すればスペイン全土への展開が見込まれる』という点で、互いに同じ方向を向くことができました」

無事に危機を乗り越えたSmart ICUソリューションは、約5年の開発・検証期間を経て、2020年にスペイン・日本にて展開を開始する。それと並行して、岡田はまた別の医療分野向けのソリューション開発に着手していた。スペインで蓄積した医療分野の知見を再び活かした形だ。開発目標はCTやMRIといった医療画像から異常を見分けるAIソリューション。今度は、アメリカ、スペイン、ルーマニア、インドの各グループ会社や医療機関と連携した多国籍プロジェクトである。

「グローバル展開が可能なソリューションであれば、日本では法整備などで実現が難しい内容であっても、それが可能な国で実績を積むことができます。日本の企業において、ここまで国や地域をまたいだR&Dが可能な環境は、とても貴重ではないでしょうか」

学生時代に研究していた機械学習を入社後に活かし、海外勤務ではグローバルを意識して、海外グループ会社と連携したAIソリューション開発を進めてきた。それぞれのプロジェクトでの経験がリレーして、岡田のキャリアを形作っている。

「最近はチームのメンバーが増えました。目下の課題は、チームでより大きな力を発揮するためのマネジメントです」という岡田。そのキャリアステップは、次のステージに差し掛かりつつある。

PROFILE

TAKASHI OKADA

岡田 崇
技術開発本部／2004年入社／情報理工学系研究科 電子情報学専攻卒

CAREER STORY No. 05

SYSTEM ENGINEER

ワクワクする気持ちを忘れない。その高揚感が世界のデジタル化を発展させる推進力となる

社会を支えるシステムをつくりたい

青木が就職活動でIT業界を志したのは、学生時代のアルバイトがきっかけだった。先輩に紹介されて、半年ほどIT企業でシステム開発の手伝いをしていたのだ。ITのことは全くわからなかったが、全員一丸となってシステムをつくり上げる様子は、「まるで文化祭前夜のような高揚感があった」という。「何かトラブルが起こると社員の皆さんがワイワイとやってきて、あれこれ議論しながら解決策を導き出す。その盛り上がりがとても楽しくて、自分もその輪に入れたらと思ったのです」

就職活動を始めたのは、ちょうどバブル経済が弾けようとするころ。その反動から「社会インフラのような、確かなものをつくる仕事に携わりたい」と考えた青木は、公共システムを始め、社会に根差したシステムを幅広く手がけるNTTデータに入社を決意した。そして、その希望通り、公的年金を支えるシステムを開発する部署に配属される。配属後、青木に先輩や上司は優しく、丁寧に技術を教えてくれた。2年目には小規模な機能開発を3つ同時に任され、上司のサポートを受けながら開発のリーダーを努める。

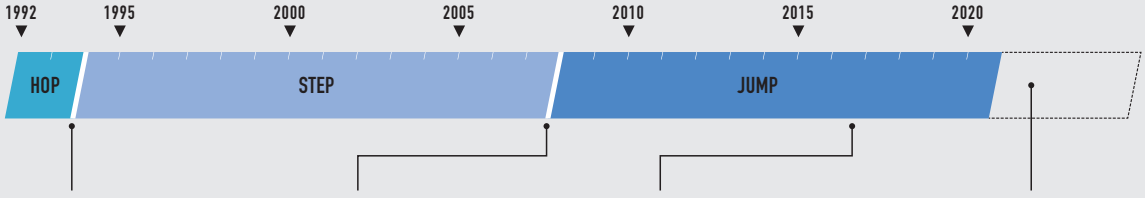
「当社のシステムエンジニアにとって、マルチタスクでさまざまな仕事をバランス良くコントロールすることは必須のスキル。このとき学んだ基礎は、今でも自分の土台になっていると感じます」

その後もさまざまなプロジェクトで経験を積み、青木は着実に成長を重ねていった。そして、課長代理となった青木が指揮を執ったのが、巨大なシステムを支えるメインフレームを更改するプロジェクトだった。コスト削減を目的に、メインフレームから、当時新しい技術として登場し始めたオープン系へとシステムを刷新したい、という要望があがったのだ。最新技術を適用すれば、大幅なコストダウンの可能性が広がる。一方で、大規模なシステム刷新にはリスクも伴う。青木は、コスト削減と安全性を両立するプランを考えなくてはならなかった。

お客様と語り合うことで見えてくるもの

結論から述べると、プロジェクトは「現行のメインフレームを、高機能な別のメインフレームに置き換える」という方向で進められた。当時は大規模システムにおいて実績の少なかったオープン系システムへの移行はせず、仮想化技術によって1台のメインフレーム内に複数の仮想メインフレームを持たせた

CAREER STEP



1994

初めて開発責任者を任される

2年目に3つの機能の開発責任者を任される。複数の案件を同時並行でこなしながら、マネジメントに必要なスキルを習得。

2008

自分を見つめ直すために外の世界を見る

開発案件で自身のスキル不足を痛感したことから、社会人大学院で改めて情報工学を学び直す。ベンチャー出身者など多様な人材との交流からも刺激を受け、再び開発の現場へ。

2017

リーダーとして組織のモチベーションを高める

統括部長としてCMMI-SVC達成を推進し、1年以上の準備を経て日本初のレベル3を取得。システムの運用保守に光を当て、組織全体のモチベーションアップにつながった。

FUTURE

「誰一人取り残さない」事業運営を

執行役員となり、事業と経営、双方の目線から組織運営に携わる。IT業界で働く人たちが、自らが望む仕事に集中できる環境を実現したい。事業を通して、作ることの楽しさを伝えていきたい。

のだ。物理的な台数を減らすことで、コストカットを図る狙いがあった。

この結論に至るまで、青木はお客様と何度も議論を重ねた。ベストな方法を探るため、メインフレーム、オープン系双方の開発元から得た技術情報や、比較評価や定量的な数値など、客観的な事実を伝えることに努めたという。

「ITの技術革新の速度は目覚ましく、最新技術は常にアップデートされていきます。そうした動向を把握し、お客様に最適なシステムを提案するのが、私たちプロとしての役割です。ただ同時に、ミッションクリティカルなシステムにおいて、安全で止まらないものを構築することも大事な責務。そのバランスを取るには、プロの視点でベストな方法を検討し誠実にお伝えする必要があると考えました」

プロジェクトを経て、その間に青木は課長に昇進する。その一方で、青木は自責の念に駆られていた。全体の指揮を執りながら、自ら直接チームを率いて構築したパートでシステムの不具合が発生し、お客様やプロジェクトメンバーに迷惑をかけたことを気に病んでいたのだ。自信を失った青木は、会社を辞めることも考える。だが、それを制したのは当時の上司だった。「会社に籍をおいたまま、外の世界を見てきたらどうか」という助言を受け、青木は社会人大学院に進み、改めて情報工学を学ぶことを決める。

「所属部署や勤務地を配慮していただくなど、部署をあげて後押ししてもらいました。皆さんの好意がありがたくて、温かい会社だなと改めて思いました」

大学院ではITに関する深い学びと、多彩な領域で活躍する人々との出会いがあった。2年の修業期間が終わるころ、青木は「早く現場に立ちたい」と思えるほどに、システム開発の最前線に戻ることが楽しみになっていた。そのときのワクワクとするような高揚感は、入社前に感じたITへの期待を、再び思い出させてくれるものだった。

つくり手も「誰一人取り残さない」

キャリアを積み重ねても、青木の現場への思いは変わらない。そのひとつが、CMMI-SVC成熟度レベル3の取得。CMMI-SVCは、システムの運用保守など、サービス提供におけるプロセス改善の成熟度を示す指標であり、レベル3の取得は日本初のことだった。当時統括部長だった青木は「運用保守のメンバーに自信を持ってもらいたかった」と話す。

「開発に比べると、運用保守には地味なイメージを抱きがちです。しかし、お客様から信頼を獲得できるのは、長期にわたる安定運用があってこそ。その信頼に応えるレベルにあることに、胸を張ってもらえたらと取得を進めました。簡単なことではありませんでしたが、取得後は運用保守を改善する意識がより高まったと感じます」

2021年7月、青木は公共統括本部の第二公共事業本部長として、執行役員の立場となった。これからは事業の目線と経営の目線、双方を活かしながら組織運営に携わることができる。それは青木のキャリアにおいて何度目かの「ワクワク」する節目となった。目指すのは「誰一人取り残さない開発環境づくり」。デジタルの発展により、どんな人でも使える、誰一人取り残さないシステムが求められるようになった。だがその実現のために、ITの担い手に負担が強いられるのでは意味がない。

「そうしたハードな部分こそ、デジタルの力で解決すべきでしょう。つくって、動かして、お客様の声を最後まで聞ける楽しさを、ITに関わる人が味わえる世界にしたいですね」

あの日アルバイト先で感じた「文化祭前夜のような高揚感」が、今も青木の原動力となっている。システムをつくる側がワクワクし続けること。それが、日本と世界のデジタル化を発展させる推進力の源になると信じて。

PROFILE

CHIE AOKI

青木 千恵
執行役員　公共統括本部　第二公共事業本部長／1992年入社／経済学部卒

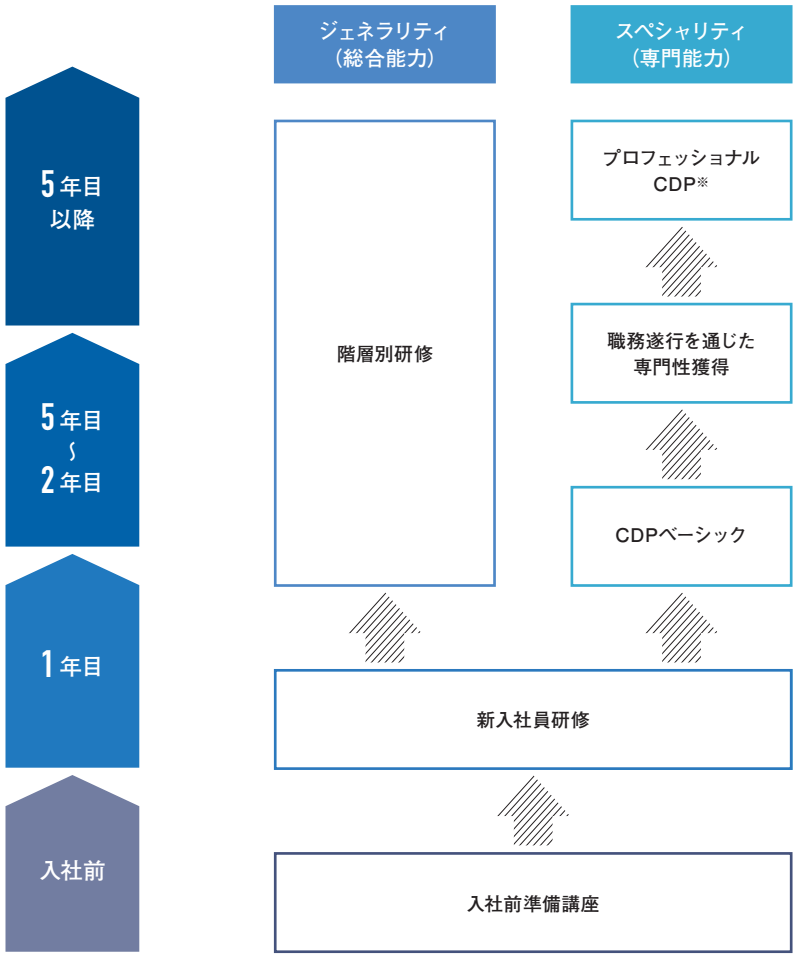
CLOSE UP 03

EDUCATION

NTTデータの人財育成について

NTT データでは「社員」を「人財」、
つまり財産と考え、一人ひとりのポテンシャルを最大限に引き出し、
プロフェッショナルとして成長するための場を数多く提供している。

育成体系



プロフェッショナル CDP

- プロフェッショナルとして、職種ごとの専門性を高めていくことをねらいとする研修や認定の制度。

CDP ベーシック

- システム開発、営業活動を実践していくために必要な基礎力を身につけることを目的とする研修。

階層別研修

- 各階層で求められる役割やビジネス遂行に必要な知識・スキルを習得する。
- キャリアの節目で、自身のキャリアの振り返りと次への展望を行う。

新入社員研修

- NTT データの社員およびビジネスパーソンとしての基礎知識や考え方を修得する。
- CDP ベーシックに入っていくための基本的理解。

入社前準備講座

- 社会人になるにあたっての不安を解消する。
- 実際の社会人生活とのギャップを解消する。

新入社員研修では、社会人生活の基礎となるマナーやビジネススキル研修をはじめ、入社前準備講座サイトの IT リテラシーチェックに基づき、それぞれの社員の IT 成熟度に応じた技術的な知識を修得する機会を設けている。

また、新入社員研修後にはシステム開発における実践的な知識やスキルを修得することを目的とした「CDP ベーシック」研修、さらに「プロフェッショナル CDP」制度に関連した専門性を高度化させる研修を用意。これらに代表される教育プログラムと日々の業務を通じて社員の成長を促し、社員が自ら意欲的に学ぶ風土を育むことに努めている。

※ CDP：キャリアデベロップメントプログラム（Career Development Program）のこと。

CLOSE UP 04

WORK STYLE

NTTデータでの働き方について

NTT データはグローバル競争を勝ち抜くための経営戦略の一つとして
“ダイバーシティ＆インクルージョン” を推進しており、
「多様な人財」が「多様な働き方」で活躍し、企業の持続的な成長に貢献することを目指している。

自分のキャリアをつくり上げるために、自ら興味のあるプロジェクトに応募し参画できる制度。成長のための新たなチャレンジを後押しする契機の一つとなっている。

プロジェクト特性に応じて自律的な働き方ができる制度。アウトプットを重視することで生産性の向上を実現し、社員が働きがいを感じる職場を目指す。

育児・介護休職制度
育児の場合は子どもが3歳になるまで、介護の場合は同一の被介護人に対して最大1年半の期間、一旦休職をすることによって育児・介護に専念し、休職後に引き続き勤務できる制度。

短時間勤務制度
小学校3年生の年度末までの子どもや要介護の家族がいる場合、全日制業務に復帰する過程として、4・5・6時間という短時間の勤務を選択することができる制度。

企業内託児所（エッグガーデン）
育児休職等から計画通り復職し、社員が育児をしながら安心して働けるよう支援するための施設。

在宅あるいは出張先等で働くための制度と仕組み。実施場所や回数に関する制限はなく、働く時間や空間のフレキシビリティを高めることを目的とした制度。

賃貸物件を自ら契約し居住する場合には、住宅への補助金を受けることができる。
また、会社の指定する条件を満たす場合には、他にも住宅に関するさまざまな補助が用意されている。

毎年一定のポイントを全社員に付与し、各自のライフプランに合わせて、さまざまな福利厚生制度の中から自由に選択し、利用できる仕組み。

NTT データには、多様な価値観や働き方を志向する社員の活躍をサポートする各種制度が用意されている。自らチャレンジし、自己成長の機会となる「社内公募制度」をはじめ、「テレワーク（在宅勤務）」、「裁量労働制度」、および「フレックスタイム制度」などを導入しており、柔軟性・生産性を向上させる働き方を推進。またワークとライフのシナジーを重要視し、育児・介護中社員に対する諸制度や、住宅サポート、選択式の福利厚生制度（カフェテリアプラン）など、常に組織や諸制度の変革を続け、社員満足度の高い会社であることを目指している。

育児と仕事。両立しやすい制度も、利用しやすい雰囲気もあります

WORKING MOTHER INTERVIEW 01

上司との面談を経て同じ業務で復帰

Q. 育児支援の制度を利用したきっかけは？

第一子を妊娠した当時、同じ部署や同期など、身近にワーキングマザーがあまりいませんでした。そのため、産前産後休暇の制度があるのは知っていたものの、気軽に利用できるものなのか雰囲気がつかめずにいました。仕事は好きで辞めることは考えていなかったので、思いきって直属の上司に相談したところ、笑顔で「おめでとう！」と。制度の利用も快諾してくれました。昨今では育児支援の制度を整えている企業が多いと思いますが、実際に利用しやすい職場環境かどうかが大切ですよね。その点で、NTT データは男女ともに子育て中の社員も多く、周囲の理解は得やすいと感じています。

Q. 職場への復帰の際はスムーズでしたか？

1年8カ月の休職期間を経ての復帰でしたので、当初は不安もありました。産休に入る前は製造のお客様を対象にした業務コンサルティングを行っていたのですが、できれば同じ業務を続けたいと考えていました。ただ、お客様への対応を伴う持ち場ですから、育児との両立ができるのかどうか、自分でも判断ができませんでした。

しかし、復帰にあたり上司が面談の場を設けてくれたことで、不安はだいぶ和らぎました。どんな働き方をしたいか希望を聞いてくれたり、また比較的負担が少ない業務やお客様の担当から始めさせてもらうなど、いろいろと配慮をしてもらえたおかげで、同じ業務で復帰しようと前向きに考えることができました。復帰当初は1日5時間稼働の短時間勤務からスタートしましたが、育児との両立にも慣れてきた現在は、6時間勤務に延ばしています。子どもが突然熱を出すなど急遽早退しなければならないケースもありますが、そうした際は同じチームでバックアップをしてもらえる体制もあり安心です。

短時間勤務制度やテレワークを活用

Q. 時短勤務をする上で工夫していることなどは？

現在は、BI（ビジネスインテリジェンス）ツールの「Tableau（タブロー）」を導入または導入を検討している企業を対象に、活用法の提案やユーザートレーニングを行っています。そのため、週3～4日はお客様先で業務をしており、サテライトオフィスでテレワーク作業をする日も少なくありません。そのため、チームメンバーと情報を共有することには気を配っています。週1回のチームミーティングのほか、チャット機能のあるコミュニケーションツールで、日々連絡を取り合っていますし、メンバーの状況把握だけでなく、自分が担当している案件の進捗状況なども開示して、いつでも互いにフォローし合えるよう心掛けています。

それから、すき間時間の有効活用も大切にしています。特に通勤やお客様先への移動中も無駄にしないよう、メンバーと連絡を取ったり、やるべきことの優先順位を考える時間などに充てています。

Q. 今後の目標を教えてください。

我が家では双方の両親が遠方に住んでおり、また夫も仕事で帰りが遅くなりがちです。平日の育児は主に私が担っていますので、子どもが幼い間は短時間勤務を続けるつもりです。それでも、限られた時間の中で最大限のパフォーマンスを発揮して、自分のペースでキャリアアップしていきたいと考えています。今後、当社でも女性社員がもっと増えるでしょうし、男女を問わず働き方に多様性が求められる時代になると思います。そうした中で、自分のような働き方やキャリアの重ね方がロールモデルの一つになればと考えています。子どもたちに対しては、自分が楽しいと思える仕事をイキイキと続けている「自慢のお母さん」になりたいですね。

ある1日のスケジュール

06:30	起床・身支度・朝食の準備
07:50	小学生の長男を見送る
09:00	次男登園（夫が送り）、客先に直出。メールチェック・返信
09:30	客先にて BI ツールトレーニング実施
12:00	昼食+移動
13:30	ベンダーとミーティング
15:00	サテライトオフィスにてテレワーク
16:30	短時間勤務のため作業終了・帰宅
17:30	長男の習い事へ迎えに行く
18:00	次男の保育園に迎えに行く
18:30	帰宅。夕食の準備
19:30	夕食
20:30	長男の学校の宿題や勉強を見る。次男の通信講座も一緒に
21:15	子供たちと一緒にお風呂
22:00	子供たちを寝かしつけ
22:30	片付け・家事・リラックスタイム
24:00	就寝

休日の過ごし方

「趣味はカメラで、子どもたちの写真をたくさん撮っています。2人の子どもはどちらもかなりの鉄道好きなので、休日は親子で必ず電車に乗ってどこかへ出かけています。家族で旅行や温泉にもよく出かけています」

SACHI IHARA

伊原 沙知

製造 IT イノベーション事業本部／2007年入社／経済学部経済学科卒／大手通信業社向け大規模システム開発を経験後、現部署に異動。製造・物流業等さまざまな業界向けの業務コンサルティング案件に携わり、BI ツールのビジネス展開・ユーザートレーニング等を行う。2012年と2015年に出産し、2回の育児休暇を取得。

子どもと一緒に自分も成長しながら、キャリアアップを目指していきたい

WORKING MOTHER INTERVIEW 02

「仕事も育児も完璧に」は不可能なこと

Q. 出産前や復帰後にどのような制度を使いましたか？

妊娠初期につわりがあったとき、通勤緩和制度（時差出勤）の利用を上司から勧められました。当時はそうした制度に詳しくなかったのでとても助かりました。復帰後は短時間勤務を利用しています。この制度では子どもが小学校3年生の年度末まで、勤務時間を4時間・5時間・6時間から選択できます。利用する社員の裁量を重視して、柔軟に運用されているのでとても使いやすいと感じています。

また、短時間勤務を念頭に上司や同僚がサポートをしてくれている環境もあります。その上で、自分が最大限にパフォーマンスを発揮できるような業務の割り振りをしてくれているので、短時間勤務をしていることに引け目を感じてしまうようなことはありません。

Q. 出産の前後で働き方はどう変わりましたか？

産休・育休に入ったのは、新しい職場へ異動して1年ほどのときです。新しい業務に慣れてきたタイミングでしたので、正直、経験値やキャリアが止まってしまうことへの焦燥感がありました。その反動もあって復帰後は遅れた分を取り戻そうと、前以上に仕事に打ち込みました。ところが時間的な制約もでき、また、突発的な子どもの体調不良によって仕事を調整しなければならないこともあり、思うようにはいきませんでした。負けず嫌いな性格もあり「育児も仕事も完璧に」が理想でしたが、それは不可能だという事実を受け入れ、少し肩の力を抜いてから良いバランスが取れるようになったと思います。

自分一人で抱えようとせず、周囲の人と作業状況を共有したり、余裕をもったスケジュール管理を徹底することで、何かが起きても組織として仕事が止まらないことを心掛けています。日ごろから上司、同僚、チームメンバーと良好な関係を築き、フォローしてもらった分は少しずつ返していこうという気持ちを大切にしています。

制約のある中でも結果を出せた自信

Q. 今はキャリアアップへの不安はありませんか？

復帰後、ある大きな案件の継続受注に向けた取り組みを行いました。コストの見直し要求に応えつつ、当社として利益も確保しなければなりません。そのため、お客様と何度も会話を重ねて言外の要望までくみ取りつつ、開発部門にも相談しながらどこまで応えられるか検討を重ねました。一緒に営業活動をするチームメンバーと情報を共有して戦略を練り、無事に受注を獲得することができました。

育児中という時間的制約のある中で、小さなことを一つひとつ積み重ねて成果につなげられたことが自信になりました。そして、そんな頑張りを見てくれる人が社内にいて、正当に評価もしてくれます。ここでなら、自分らしいやり方でキャリアアップを目指していけると感じています。

Q. 今後の目標を教えてください。

子どもたちには自分（お母さん）の代わりはいませんので、何よりも優先したいという基本的なスタンスはあります。そのうえで、やはりキャリアアップを目指していきたいと考えています。社内でも女性管理職の比率が年々増してきていますし、そうした先輩方から育児と仕事の両立やキャリア形成についての体験談を聞ける機会もあります。せっかく制度にも環境にも恵まれた会社で働いているのだから、機会にチャレンジしてみたいという気持ちです。日々成長していく子どもたちに負けないよう、「私ももっと成長したい」と思っています。

ある1日のスケジュール

06:00	起床、お弁当・朝食の準備
07:30	長男登校（夫が送り）
08:00	次男を幼稚園に送る
09:15	出勤。メールチェック、返信
10:00	チームの作業状況・進捗確認
11:00	開発担当と打ち合わせ
12:00	昼食（気分転換に会社近くのパン屋へ買い物）
13:00	資料確認、準備
14:00	外出、移動
14:30	お客様先訪問、打ち合わせ
15:30	退社
16:30	スーパーへ買い物
17:00	次男を幼稚園に、長男を学童へ迎えに行く
17:30	長男をサッカークラブへと送り届ける
18:00	帰宅。夕食作りしながら次男と遊ぶ
18:30	長男をサッカークラブへ迎えに行く
19:00	夕食
20:30	お風呂
22:30	就寝

休日の過ごし方

「子どもは男の子が2人で活発なので、公園へ遊ばせに出かけることが多いです。長男が熱中しているサッカーの応援に行ったり、家族で買い物に出かけたりと、親と一緒に過ごしてくれる今の時期を大切にしています」

YUKO TAKADA

高田 裕子

第二公共事業本部社会保障事業部／2004年入社／観光学部観光学科卒／入社後4年間官公庁向けシステム開発に携わった後、2年間の営業SEの経験を経て希望だった営業職に。民間法人を担当し、追加機能提案や運用保守折衝、契約業務等を担う。2011年と2015年に出産し、2回計3年間の育児休暇を取得。

TALK SESSION 01

若手社員座談会

入社して見えてきた NTTデータのリアル

営業

SAORI KAWANAMI
川浪 早織

ビジネスソリューション事業本部／2018年入社／文学部心理学コース卒／データセンターおよびクラウドサービスの営業担当として、公共分野・金融分野のさまざまなクライアントを手掛ける。

SE

TATSUYA KOBAYASHI
小林 竜也

社会基盤ソリューション事業本部／2017年入社／理工学研究科理工学専攻修了／入社後2年間は防災ソリューションの営業を担当。現在はスマートシティ関連技術の企画開発に従事している。

なぜNTTデータを選んだ？

川浪：私は文学部出身なので、就活では商社やメーカーからITまで、あらゆる業界の会社説明会やインターンシップに参加しました。インターンシップでは新規事業を立案する課題が多く、ほとんどの場合ITが関係しました。だったらITの会社で、大きい仕事ができそうなところがいいなと。
山本：確かに。僕は大学で経営戦略やビジネスモデルを研究していたこともあり、最初はコンサル系を考えていた。ところが、社会をより便利にできるような新しいものを創ろうと思ったらITが鍵となることがわかり、この業界に魅力を感じるようになった。
小林：僕は大学院で大規模災害と経済の関係を研究する中で、震災時などの経済的な被害を最小限に抑えるためのソリューションに携わりたいという軸があった。その実現に一番近いのはどこかと考えたときに、浮かび上がったのが当社だった。

何：私は大学院で音声認識技術に携わっていて、研究開発だけでなく、その成果を応用できる仕事がしたいと思っていた。IT業界の企業をいろいろ調べて、一番幅広く仕事ができるのが当社だなと。グローバル展開という点でもトップレベルだと思った。
川浪：みんな配属は希望通りだった？
小林：配属先は防災や公共安全のソリューションを担当する部署。希望通りと言えるかな。
山本：僕は学生時代にFinTechを使ったビジネスコンテストに参加して、金融サービスの未来に興味を持っていた。それで金融系を希望していたので、銀行システムを開発している現部署への配属で良かった。
何：ITの先進的な取り組みをしたかったので、技術革新統括本部は希望通り。
川浪：私はITの素養がなかったので、数年は開発で知識を身に付けいずれ営業に、と思っていた。ところが「大丈夫！」と言われて営業からスタート。最初は本当に大丈夫かなと（笑）

今、どんな仕事をしている？

山本：川浪さんは何を営業しているの？

SE

KENTA YAMAMOTO
山本 健太

第二金融事業本部／2018年入社／商学部経営学専攻卒／地方銀行向け勘定系パッケージを利用した共同利用型システムの開発およびシステム導入のプロジェクト推進を担当。

R&D

HE BAN
何 瓣

システム開発本部／2018年入社／図書館情報メディア専攻修了／アジャイル開発のプロフェッショナルとして内外のさまざまなプロジェクトに参画。アジャイル開発の導入指導や講師なども務める。

川浪：企業や公共機関のサーバーを置くデータセンターやクラウドサービス。物理的なインフラ設備も扱っているので、センターにお客様をご案内して、電源設備や免震装置の説明をすることも。最初はITっぽくなくて驚いたけど、今は最新のクラウド技術から物理設備までさまざまなシステム基盤を扱うことに面白みを感じているよ。

小林：じつは僕も最初の2年間は、防災ソリューションの営業をやっていた。開発をやりたくて入ったのに。でも、2年間で全国の自治体に営業してプロセスを学ぶことができたよ。結果的にいろいろと勉強になった。

山本：開発を経験して営業へという順序はよく聞くけど、逆パターンだね。今はどういう仕事を？

小林：スマートシティ関連技術の検討。NTTグループがアメリカのラスベガスで展開しているスマートシティのシステムをベースに、日本にどういう形で適用していくかをリサーチしている。

何：スマートシティは私たちが入社した頃、大きな話題になっていたキーワードの一つだよね。それを実際にやっている人がこんな近くにいたとは。

小林：まだまだこれからだけどね。何さんはどんなことをしているの？

何：私は最近新しくできたデジタル技術部の中にある「アジャイルプロフェッショナルセンター」に所属していて、アジャイル開発（大きな単位でシステムを分割せず、小単位実装とテストを繰り返し実施するシステム開発手法）に関するさまざまな支援サービスの提供に携わってる。

山本：具体的にはどういう業務があるの？

何：お客様がアジャイル開発を導入できるよう研修をしたり、コーチとしてチームの立ち上げを支援したり、実際にお客様のプロジェクトに入ることも。日本だけでなく、中国やミャンマーでのプロジェクトも経験したよ。山本さんは？

山本：「STELLA CUBE」という、当社が地方銀行向けに提供する基幹系共同センターの開発に携わっている。これまでに担当したのは、自行バッチシステム（顧客宛帳票の作成等を行うシステム）とアンチマネーロンダリングシステムの開発。後者ではアジャイル的な手法も取り入れていて刺激になった。

川浪：アジャイルを使うとどういう利点があるの？

何：小さなサイクルを回しながら開発を進めるので、従来型の開発に比べて柔軟性とスピードが強み。以前は小規模の開発に適していると言われていたけど、最近では数百人規模の開発でも使われるようになってきてるよ。

小林：海外では「いち早くリリースして価値を出す」という考え方が強いよね。スマートシティの件でアメリカの開発者とやり取りしていて、彼らは「早く70%のモノを作って、それから100%に近づけていけばいい」とよく言っている。

何：「まず作ってみて課題は後から解決する」

という発想だね。慎重にものごとを進める文化が根付いている日本の組織には苦手なやり方かも。だから私たちの導入研修があるのだけど。
山本：金融システムではリリース後に問題が起きたら大変だから、基幹システムはまだ従来のウォーターフォール型（開発工程を時系列毎に分割するシステム開発手法）の開発が主流。でもアプリなどの開発では、そういうやり方は有効かもね。

意外だったのはどんなこと？

川浪：入社して意外だったことはある？
山本：僕はもっと年功序列的な固い社風なのかなと思っていた。
川浪：確かにすごくフランク。若手でも物怖じせず意見を言える環境なので、そこは本当に良かった。
小林：僕も1年目から生意気なことを言っていたなあ。
山本：仕事の任せ方も大胆だよね。入社して数カ月でお客様20名程が参加する会議で説明を任されたり、地方出張に行ったり。こんなに任せてもらえるのかと驚いた。
川浪：営業としてお客様を担当するまでにどれくらいかかるのかと思ったら、意外とすぐだった。でもそれが成長につながっているかな。
何：私が驚いたのは、休暇が取りやすかったこと。「本当に日本の会社？」って思うくらい。
川浪：私の事業本部では、有休消化率が事業部の評価基準になっていて、自然と有休消化を推奨する空気ができているよ。女性社員の活躍も想像以上だった。課長や部長になる女性社員ももちろんいるし、産休から復帰している先輩も多い。

何：テレワークもすごく進んでいるよね。制度があるのを知って、1年目から使っている。部署にもよると思うけど、私は週に1、2回は活用してるかな。

NTTデータの真実

ワークライフバランスがいい

就職活動の際は、女性としてあらゆるライフステージで働き続けられることを第一条件にしていました。多くの先輩女性社員が活躍している姿を見て、その判断に間違いはなかったと実感しています。

NTTデータの真実

一人ひとりの裁量が大きい会社

大企業という印象があるが、事業部や各担当それぞれが独立した会社のようなイメージ。各人の裁量が大きく、主体的に強い意志をもって取り組めば、自分がやりたい仕事に近づける会社です。

山本：都内のあちこちに会社が契約してるシェアオフィスがあるよね。地方でも主要都市には必ずある。
川浪：営業は外出が多いので助かってる。時間を効率的に使えるし、場所を変えることでフレッシュな気分で仕事ができるところも気に入ってる。
小林：テレワークは一例だけど、個人の裁量が大きいよね。どういうやり方で成果を出すかの判断は各人に任されている。その手段として、さまざまな制度が用意されていると解釈してるよ。

仕事で社会に貢献できる？

川浪：当社でも SDGs への取り組みがテーマになっているよね。IT の会社でも仕事を通じて社会貢献はできると思う？

NTTデータの真実

個人とチームのバランスが絶妙

一人ひとりが得意分野を持ち、各人がその特徴を生かしながら、かといって個人プレーに走らず、お互いに協力しながらプロジェクトを成功に導く意識が強い。頼れる仲間や先輩がいる会社です。

NTTデータの真実

誰でも、どんなことでも試せる舞台

事業の幅が広くビジネスも安定しているので、社員一人ひとりが自分に合った仕事の方向性やスタイルを選ぶことが可能。意欲がある人にはどんどん挑戦させてくれる会社だと思います。

小林：もちろん。僕が関わっている防災ソリューションもスマートシティも、実現することによって世の中がもっと良くなるはずで、それこそが自分のモチベーションでもある。だから必ず達成したいし、当社はそれができる環境だとも思っている。
何：私は途上国の案件にも関わっているけど、IT化が遅れていると感じる。当社は現地で会社を作って人を雇い、知識や技術を教えながらプロジェクトを進めることも多い。人財や産業の育成にもつながっているし、結果的に経済や社会の発展にも貢献できると思う。
山本：僕が携わっている金融システムは、普段は目立たないけど非常に多くの人の生活に深く関わっているもの。より安全で便利、かつみんなに喜んでもらえるようなシステムづくりをすることで、世の中の役に立っていきたい。
川浪：みんなすごい。私はそこまで意識してなかった。ただ、考えてみたらデータセンターにある企業や公共機関のサーバーは、万一止まれば経済や生活に与える影響が大きい。だから大震災などがあっても絶対に止まらない工夫がされている。そうした重要な社会のインフラに関わる仕事なんだと、みんなの話を聞いて改めて気づけたかも。

今後の目標は？

川浪：今後の目標についてはどうですか。
小林：僕は二つある。一つは、後から振り返ったときに「自分がこの仕事をやった」と胸を張って言えるような仕事をしたい。もう一つは、当社の求める人財像の一つでもある「考導力」を体現すること。夢の実現に向けて、みんなを巻き込んで引っ張っていける人になりたい。
川浪：頼れるリーダーになりそう。
何：私は「デジタル人財」になること。これは私の上司がよく使う言葉で、言い換えると、デジタル技術を使った何かを企画して、形にするところまでを一貫してできる人、ということ。指示待ちにならずに、自分から価値創造ができる人という意味もある。
山本：それ面白い言葉だね。僕は次世代の金融サービスをつくるのが目標。社内外の人から「山本に任せたらきっと面白いことをやってくれるだろう」と期待してもらえるような人になりたい。

川浪：私は営業としてサービスを提供している中で、「もうちょっとこうならいいのに」と感じることが少しずつ出てきた。お客様の目線で、商品やサービスの企画に携わっていきたい。いずれは、NTTデータ全体のブランディングにも貢献できる仕事がしたいな。
小林：目標に向かって、それぞれ頑張っていこう。それにしても同じ会社の若手でも、これだけ仕事の振り幅があるとは。
何：将来、何かのプロジェクトで一緒に仕事をする機会があるといいね。

TALK SESSION 02

中堅社員座談会

キャリアを作る場としての NTTデータとは

入社当時に描いていた自分に、近づけている？

五十嵐：結論から言うと近づけているかな。入社当時は「社会を変える仕組みを作りたいな」と、なんとなく考えていたけど、配属されたのはレガシーなメインフレームを扱う部署。大規模なシステムに携われるのは嬉しかったけど、「もっと新しいことをやりたい」という気持ちもあって。

田中：それで研究開発の部署に異動したの？
五十嵐：研修で知見を広げたり、上司に相談したりしてね。時間はかかったけど、振り返ると技術力の土台を作る時間だったと思う。大規模システム黎明期の設計思想やカルチャーから学ぶものは多くて、当時現場で経験したことが今の自分の軸になっているから。
佐々木：上司に相談して異動したのは、自分も同じだね。企画営業の仕事は入社前からやりたかったことだけど、まずはシステム開発の経験を積みたいと思って、最初の配属は開発部署を志望した。仕事のかたわら経営大学院でビジネスも学んで、思いを言語化できるようになったのも、その後の異動につながったと思う。
齊藤：２人とも最初からやりたいことがあって、そこに近づいていったんだね。
田中：私は最初、小売業界向けの企画担当に配属されて、それは希望通りだったのだけど、仕事を続けるうちにデータサイエンティストに興味が湧いてきて。社内公募制度に興味とマッチする業務が出ているのを見て、思い切って応募した。
佐々木：社内公募制度で異動する人も、珍しくなくなってきたよね。
田中：私みたいに、やりたいことが後から見えてくる、ってパターンもあるんじゃないかな。
齊藤：私も、今の部署に異動したのは社内公募制度がきっかけ。配属当初は大規模システムの開発担当だったけど、NTT グループの若手交流研修などに参加するうちに「一歩外に出るとこんなに幅広い人材がいるんだ」って刺激を受けて。そこから上司にかけあってチャレンジ度が高い新規案件を担当させてもらったり、ビジネスアイデアを具現化することに

事業戦略

HANAKO SAITO
齊藤 華子

金融事業推進部／2013年入社／経済学部 経営学科卒／情報銀行チームの担当として、情報銀行に関わる新規サービスの企画・検討・事業化に向けた推進を行う。コンソーシアム運営、海外企業との協業検討など業務は多岐にわたる。

R&D

YUICHI IGARASHI
五十嵐 優一

技術革新統括本部／2013年入社／情報理工学研究科卒／メインフレームの基幹系業務アプリをオープン系で動作させる技術について研究開発を担当。主にアーキテクチャ検討に携わり、チームリーダーとして業務をけん引する。

データサイエンティスト

MAI TANAKA
田中 真衣

IT サービス・ペイメント事業本部／2013 年入社／商学部マネジメント専攻修了／ NTT データが持つ Twitter 全量データを活用した、データ分析を担当。分析ノウハウを活かし、新たなビジネスの企画も手がける。

企画営業

YO SASAKI
佐々木 陽

テレコム・ユーティリティ事業本部／2013 年入社／基幹理工学部 応用数理学科卒／ IT ディレクターとして、決済系サービスの企画支援を担当。市場 / 競合サービスの分析や、顧客体験を軸にしたサービス検討を行う。

興味が出てきたり。最終的に社内公募制度を利用して、今は希望通りの仕事ができてる。

田中：私の印象だけど、NTT データの上司は部下の話をきちんと聞いてくれる人が多い気がする。もちろん希望が叶うことばかりじゃないけど、その時は「こういう理由で今はできない」と説明してくれる。

五十嵐：希望は叶えたい、でもこのタイミングで優秀な部下に異動してほしくない、という葛藤もあるだろうな。自分もだんだん、上司の立場も理解できるようになってきた気がする。

佐々木：わかるな。8年目ともなると、入社当時課長だった人が部長になっていたりするよね。部長クラスとコミュニケーションを図るようになった自分を思うと、社内でのレイヤーが上がってきたと感じるよ。

入社当時と現在、仕事を取り巻く環境はどう変わった？

佐々木：最近は社内の人材が多様化してきたように感じる。技術力中心の人材だけではなく、アジャイルや UX/UI の専門家とか、顧客目線で仕事をするうえで必要となるスキルを持った人が増えている印象がある。

齊藤：海外のグループ企業とチームを組んで UX/UI の検討を重ねるなど、新しい領域やネットワークで仕事をする機会も増えてきている。グローバルな広がりと、求められるスキルや知識が多岐にわたってきていることを感じる。

五十嵐：田中さんが担当しているデータ分析は、NTT データの中でも比較的新しい領域の事業だよね。

田中：そうだね。SNS に投稿された膨大なテキストを解析して、市民の声から地域の課題を抽出するとかね。

佐々木：ビッグデータ分析はまだこれから伸びていきそうな分野だよね。企業や行政の DX（デジタルトランスフォーメーション）推進にも役立ちそうだし。

田中：確かに関連した引き合いは増えてきていて、例えばスマートシティ構想でも、自動運転や行動データ管理など、データ分析が必要となる場面はたくさんある。まだ正解がない分野だから、実証実験（PoC）の案件も多いよ。

齊藤：ゴールが決まった開発案件だけじゃく、答えのない未来に向けたプロジェクトを推進できるのも、NTT データの強みかもしれないね。

佐々木：環境が変わったといえば、新型コロナウィルスの感染拡大の影響も無視できないよね。テレワークの仕組み自体は以前から整っていたけど、全社的に在宅勤務率が一気に上がった。

五十嵐：通勤時間がなくなったのは嬉しい。でも、運動不足になるのが悩みかな（笑）会議もほぼオンラインで、最初は少しとまどったけど、もうすっかり慣れたよね。

田中：私は2020年6月に育休が終わって、まさにコロナ禍の中での復職だった。復職後はテレワークで働いているけど、裁量労働なので時間の使い方を自分で決められるのはありがたいな。通勤がないから保育園の送り迎えの時間を心配することもないし、子供を寝かせてから仕事を再開することもできる。

齊藤：お客様の意識も変わったよね。以前なら訪問して対面で打ち合わせが当たり前だったのに、今ではオンラインも普通。お客様の環境も大きく変わって「データをどう活用するか」という課題もよく聞くようになった。

五十嵐：5G サービスもこれからどんどん普及していくだろうし、オンラインだからこその新しいビジネスも次々と出てきそう。自分たちが果たせる役割がますます大きくなっていくのを感じる。

田中：一方で、今はまだ厳しい状況に置かれている業種もあるよね。私の業務だと、イベントやインバウンドに関するデータ分析が立ち消えになったりして、関連業界の苦境について考えさせられた。

佐々木：確かに大変な思いをしている人や企業も多い。突然の大きな変化に対応しきれていなかったり、何をすべきかを見いだせなかったりね。こんなときだからこそ、NTTデータにできることはないだろうか、と考えるよ。世の中をより良い方向に進めていくために。

齊藤：うん。それこそまさに、答えのない未来に向けたプロジェクトだね。

NTT データで成長できるのは、どんな人？

齊藤：この4人のキャリアを振り返ると、自分から動くこと、自分から飛び込むことがとても意味を持つ会社だなと感じるね。NTTデータは社内公募などの制度や、NTT グループも含めた研修など、成長をうながす機会がたくさん用意されているし、自ら意欲的に動いてその機会を活用していける人なら、さらに飛躍できる環境だと思う。

佐々木：確かに、主体性の大切さは感じる。もちろん最初は先輩に様々なことを教わりながら、体系化された知識を蓄えていくことも重要。そこに個性や主体性がプラスされることで、オリジナルの人材になれるんじゃないかな。

田中：さっき「社内の人材が多様化している」という話もしていたよね。いろいろな専門家が増えてきた、って。

五十嵐：仕事でも勉強でも「自分で手を動かせる人」は強いよね。話を聞くだけで満足するんじゃなくて、自分の頭で考えて、実際に手を動かした経験があると、理解の深さが全然違う。仕事に対する自信にもつながると思うな。

佐々木：何かに詳しい人って、学ぶことを楽

しんでいると思うんだよね。興味を持ったことを突き詰めたり、コミュニティに入って人脈を広げたり、仕事かどうか関係なく体が動いてしまう人は、やっぱり成長も早い気がするよ。

五十嵐：自分がどういうキャリアを歩みたいのか明確に言えるようにすることも大切だよね。やりたい仕事や向いている仕事がすぐ見つかる人ばかりじゃないけど、「見つけよう」と努力するかどうかで全然違うよね。社内のキャリアコーチングサービスを利用するとか、人の手を借りたっていいわけだから。

齊藤：見つけようと努力することだって、主体性のひとつだしね。

これからの10年、どのようにキャリアを発展させたい？

五十嵐：なにか一つでもいいから、専門性を身につけたい。管理職を見渡すと、みんな何かのエキスパートなんだよね。これから10年となれば管理職も視野に入ってくるし、「これ」と言える強みを持つ必要があるなと。今の部署に配属になってアーキテクチャ検討が性に合っていることに気づいたから、この専門性をもっと磨いていけるといいな。

齊藤：今は情報銀行ビジネスの事業化を目指して企画を検討しているけど、今後は自分でサービスを企画して事業化につなげていきたい。NTT データが持つ強みやソリューションを活かした、新しいサービスを世に送り出すのが目標。

田中：NTT データの強みって、例えばどういうところ？

齊藤：事業領域の広さもひとつの強みだよね。金融や公共など、分野をまたがったプロジェクトも珍しくないし、もっと横断的なソリューションを生み出せる可能性もあるかな、と。

五十嵐：手がけているフィールドが多様だから、必ずどこかにやりたいことをやれる場があるよね。田中さんは10年後どうなりたい？

田中：社内のキャリア分類でいえば「データサイエンティスト」になりたくて今の部署に異動したけど、最近では「ビジネスディベロッパ」を目指したい気持ちが膨らんできたところ。データ分析のスキルを武器にして、新規ビジネスの創出に携われたらと思っている。

佐々木：実は自分も、将来的には新しい事業を作り出せたらと考えている。でもまずは3年くらい、サービス企画や戦略立案を通じてユーザ視点でいかに新規事業を創出していくかについて経験を積んでいきたい。入社のときから「世の中のトレンドを生み出して、人の流れを変えていきたい」と思っていたから、その経験を積んだうえで次の段階に進みたい。

齊藤：最初に「入社時に描いていた自分に近づいている」って話をしたけど、まだその先までのビジョンもあったんだね。

五十嵐：長い目で見れば、キャリアとしてはまだ序盤。これからみんながどんな道を歩むのか、10年後が楽しみだね。

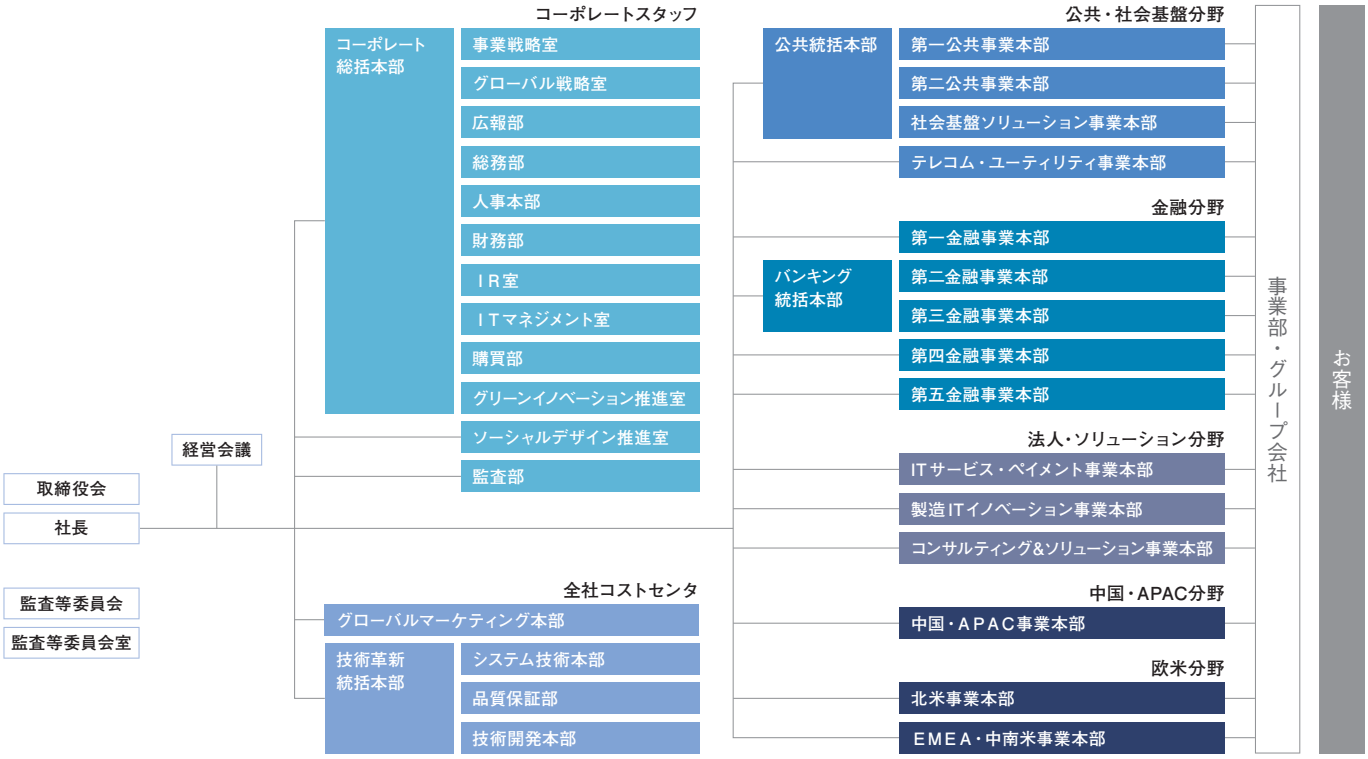
NTT DATA OUTLINE

NTTデータの基本情報を知る

BUSINESS FIELD

事業領域		顧客業界／ビジネス内容	
		事業本部名	主要顧客／ビジネス
公共・社会基盤	国内外の行政・医療・通信・電力等の社会インフラや地域の活性化を担う高付加価値なITサービスを提供しています。 強み・実績 • 社会インフラを支えるミッションクリティカルなシステムを構築・運用できる国内トップクラスの技術力・プロジェクトマネジメント力 • 長年にわたるお客様のシステム運用を通じて担った、深い顧客業務理解、強固な信頼関係	第一公共事業本部	中央府省
		第二公共事業本部	社会保障・ヘルスケア
		テレコム・ユーティリティ事業本部	テレコム・ユーティリティ（電力・ガス等）
		社会基盤ソリューション事業本部	ソリューション・マイナンバー・地方自治体・地域ビジネス
金融	銀行、保険、証券など、金融業界のあらゆる業態に対しサービスや業務効率化に寄与する高付加価値なITサービスを提供しています。 強み・実績 • 金融業界をつなぎ支える大規模金融インフラシステムを提供 • 高い技術力に基づく、高品質・高信頼なシステム提供により、お客様との強固な信頼関係を長年にわたり確立	第一金融事業本部	大規模銀行・政府系金融機関・保険業界
		第二金融事業本部	地方銀行・メガバンク・金融 / クラウドソリューション
		第三金融事業本部	協同組織金融機関・チャネル系 / 営農系ソリューション
		第四金融事業本部	メガバンク・クラウド・インターネットバンキング・クレジット・キャッシュレス・証券・市場系
		第五金融事業本部	決済インフラ / サービス
法人・ソリューション	製造業・流通業・サービス業などの幅広い業種のお客様に対し、事業活動を支える高付加価値なITサービス及び各分野のITサービスと連携するペイメントサービスやプラットフォームソリューションを提供しています。 強み・実績 • 「Digital Commerce」「IoT Platfrom」をはじめとした、お客様のさまざまなニーズに対応するオファリング・サービスを活用し、ビジネス変革領域において業務と先進テクノロジーを掛け合わせた高い付加価値を提供しています。	ITサービス・ペイメント事業本部	決済 / キャッシュレス・流通サービス・SPA/ アパレル・不動産 / 交通 / 観光・メディア / エンタメ・無人店舗 / デジタルマーケティング
		製造ITイノベーション事業本部	自動車・食品 / 飲料・重工業 / 機械、医療 / 化学・グローバル SAP
		コンサルティング&ソリューション事業本部	AI/IoTソリューション/ビジネスコンサルティング（デザイン/データ活用/経営管理/ERP）・デジタルプラットフォーム（SFA/CRM/RPA）・マネージドサービス（Cloud/Network/Data Center/Facility）
グローバル	海外市場において高付加価値なITサービスを提供します。グローバル横断機能を持つグローバルマーケティング本部と中国・APAC事業本部、北米事業本部、EMEA・中南米事業本部で世界展開を推進しています。	中国・APAC 事業本部	中国・APAC 地域ビジネス
		北米事業本部	北米地域ビジネス
		EMEA・中南米事業本部	EMEA・中南米地域ビジネス
技術革新統括本部	グローバル事業の伸長や急速なIT技術の進化に対応するために、先進技術の研究開発やグループ内の基盤整備などを通して、グループ全体での技術力の強化や生産性向上を図り、グローバルでの競争力強化を推進しています。	システム技術本部	Cloud・Application Development and Management・Security・ServiceManagement・DataAnalyticsの領域に注力したシステム開発支援および R&D
		購買部	NTTデータグループ全体の調達力強化・コスト削減・ビジネス拡大
		ITマネジメント室	NTTデータグループ全体のITインフラ整備
		品質保証部	NTTデータグループ全体のシステム開発の品質の担保
		技術開発本部	先進技術によるイノベーション創出
		知的財産室	知的財産等に係る全社的な推進

BUSINESS FORMATION



CORPORATE DATA

社　　名 ｜ 株式会社エヌ・ティ・ティ・データ（略称NTTデータ）

住　　所 ｜ 〒135-6033　東京都江東区豊洲3-3-3

設　　立 ｜ 1988年5月

資 本 金 ｜ 1,425億2,000万円
（2021年3月31日現在）

代 表 者 ｜ 代表取締役社長　本間洋

従業員数 ｜ 11,955名（単独／2021年3月末現在）
139,677名（グループ全体／2021年3月末現在）

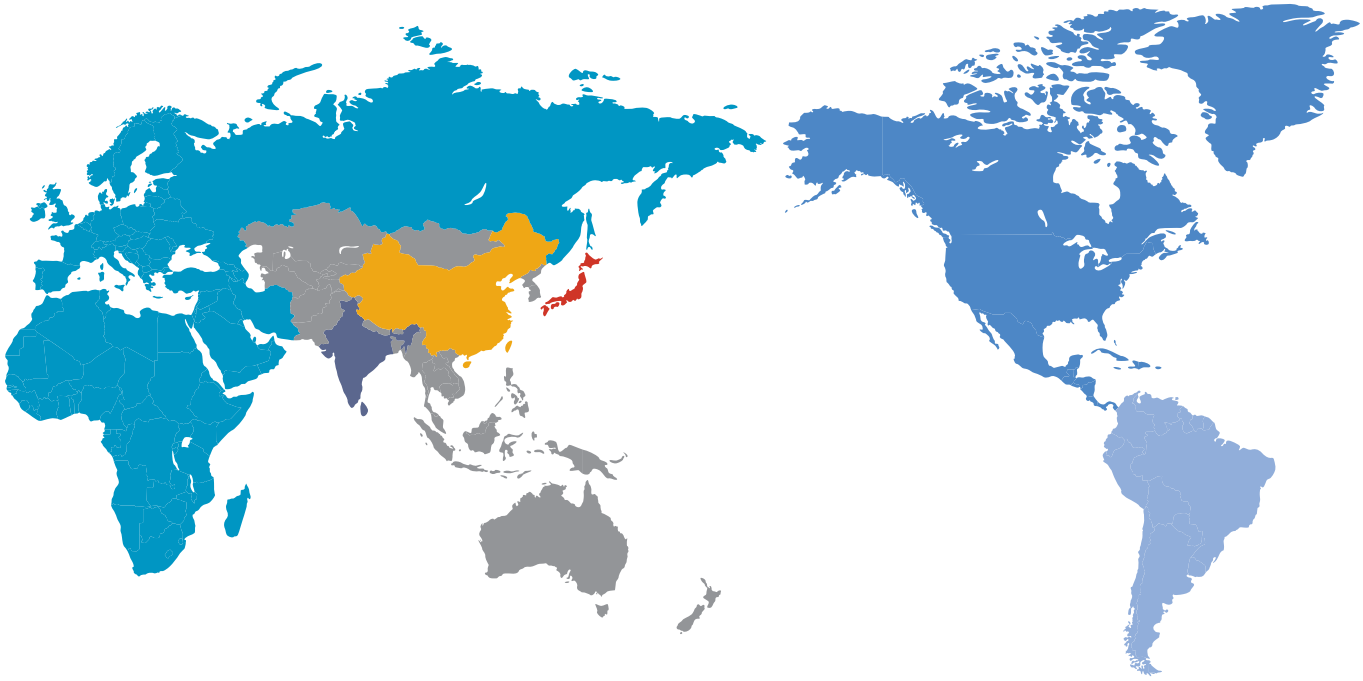
売 上 高 ｜ 2兆3,187億円
（連結／2020年4月1日～2021年3月31日）

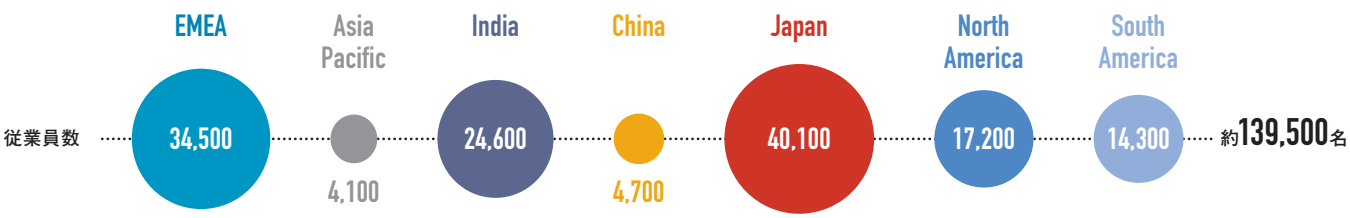
事業内容 ｜ システムインテグレーション事業、
ネットワークシステムサービス事業、
その他これらに関する一切の事業

連 絡 先 ｜ 採用ホームページよりご確認ください。
※障がい者採用に関する問い合わせ先：
cml-saiyo@am.nttdata.co.jp

GLOBAL ACTIVITIES

地図上のカバー率を高めることで、世界を相手にビジネスをするグローバル企業をサポート。また各拠点の強みを活かし、グローバルレベルで最適化したサービスを提供しています。さらに実績のある日本の社会インフラシステムを他国・地域に展開しています。





55 countries & areas / **208** cities / **139,500+** professionals

（2020年3月31日時点）

NTT DATA
Trusted Global Innovator

株式会社NTTデータ
新卒採用サイト

https://nttdata-recruit.com/

Copyright©2022 NTTDATA Corporation