

社長対談 ◎ 株式会社NTTドコモ

株式会社NTTドコモ
代表取締役社長

吉澤和弘 氏

NTTコムウェア
代表取締役社長

海野 忍

当コーナーは、NTTコムウェアのお客さまをゲストにお迎えし、お客さまの事業動向をお聞かせいただくとともに、当社への期待などもお伺いしていきます。今回は、NTTドコモ代表取締役社長の吉澤和弘氏に、お話を伺いました。(本文中敬称略)

各分野のパートナー様とともに新たな価値を「協創」していく

「+d」が広げるNTTドコモの未来

海野: 吉澤様は1979年に日本電信電話公社(現NTT)に入社して以降、一貫して移動体事業に携わっていらっしゃいますが、今までどのような業務に関わってこられたのでしょうか。

吉澤: 入社後間もなく移動体通信部門に配属され、主に開発などを担当してきましたが、一時期、NTTグループ会社の設備投資業務に関わった経験もあります。エヌ・ティ・ティ移動通信網株式会社(現NTTドコモ)が設立されたのは1992年ですが、その1年ほど前から準備室に配属され、今に至っています。

海野: NTTドコモとは設立前からの関わりだったのですか。NTTドコモではどのようなお仕事をされてきたのですか？

吉澤: ネットワーク構築や経営企画、人事などいろいろな業務に関わってきましたが、一番印象に残っているのは法人営業ですね。2007年に執行役員になり、法人営業部門を担当することになったのですが、私自身はそれまで一度も営業の経験がありませんでした。お客さまのもとに出向き、回線契約やソリューションのサービス提供、システム開発などを行い、その対価としてお金をいただく難しさを、身を持って実感できました。「お客さまにご満足いただくにはどうお付き合いすればよいか」「パートナーとともに歩んでいくにはどのような付き合い方をすべきなのか」、それらを経験させていただいたことは、その後のキャリアに非常に役立ったと実感しています。



スマートフォンのさらなる発展を目指す

海野: 吉澤様は四半世紀の長きにわたり 移動体事業に携わってこられたわけですが、現在のようなスマートフォンが普及している状況をどう感じていますか。

吉澤: 私も開発に携わった最初の携帯電話が世に出たのが1987年でした。そこからスマートフォン登場まで約30年。今の状況を、当時は想定できませんでした。

海野: 携帯電話が発売されたころ、将来像をどのように思い描いていらっしゃったのでしょうか。

吉澤: かつて加藤薫(前NTTドコモ代表取締役社長)と、「2000年以降どのような携帯電話が登場するだろうか」と話し合ったことがありました。テレビが視聴できたり、ディスプレイが大きくキレイになったりと、いろいろ考えましたが、さすがにボタンがなくなるとまではイメージできなかったですね。

海野: あのころはポケットベル(ポケベル)が爆発的に普及していた時代です。それと同じ現象が携帯電話で起こると予想されていましたか。

吉澤: 当初は、携帯電話はポケベルほど普及するのは難しいと考えていました。潮目が変わったと感じたのは、iモードの登場ですね。キャリアメールの送受信やWebページの閲覧などができる世界初の携帯電話IP接続サービスとして1999年2月にサービスが開始されました。そして大きなカラーディスプレイを搭載した高性能な機種などがどんどん出てきたころから、「これはいけるのではないか」と手ごたえを感じるようになりました。

結局、背景にあるのはテクノロジーの発達だと考えています。CPUやメモリーに関するテクノロジーもさることながら、ディスプレイももっと技術的に発展していくはず。今のスマートフォンの形にとらわれない、メガネ型のようなウェアラブル機種なども出てくるかもしれません。

他分野とのコラボレーションで新たな価値を創る

海野: 最近ではスマートライフに注力されているようですが、いかがお考えでしょうか。

吉澤: スマートライフ領域は、いわゆる非通信分野と捉えていただければと思います。そこで何をやるのかといえば、新しいサービスを創り出して提供し続けること。やはりデジタルコンテンツが中心になります。

弊社では「dマーケット」というポータルサイトを運営し、そこを通じてさまざまなサービスを提供しています。特に好評なのが、「dマガジン」です。月額400円で180誌以上の雑誌が読み放題のサービスで、現在ユーザー数は約350万人に達しています。私たちがサービス開始当初はこれほどまでに好評を博すとは予想していませんでした。

海野: 新しいコンテンツでは、「DAZN(ダ・ゾーン) for docomo」も高く注目されています。

吉澤: 「DAZN」は、イギリスの国際スポーツメディア企業パフォーム・グループが提供するスポーツライブストリーミングサービスで、サッカーのJ1、J2はじめ、野球の広島東洋カープ、バレーボールのVリーグ、モータースポーツのF1等、国内外130以上、年間6,000試合以上が提供されます。

従来、スポーツをライブで見るとは、競技会場かテレビくらいしかありませんでしたが、「DAZN(ダ・ゾーン) for docomo」では好きなスポーツの試合を好きな場所で好きなだけ視聴できます。2017年2月のサービス開始以来、すでに20万人近くのお客さまに申し込んでいただいています。

スマートライフについては、こういったコンテンツサービスに加え、健康・ヘルスケアなどにも力を入れていきたいですね。

海野: もととの御社はテクノロジーの会社で、携帯電話を広く使っていただくところが出発点だったかと思いますが、今おっしゃった話は、アプリケーション寄りのコンテンツビジネスですね。新たな道に「かじ」を切った背景では、かなり大きく会社を変えていく必要があったのではないのでしょうか。

吉澤: 新領域を開拓していかなければならないと強く意識し、3年ほど前にグループ全体の構造改革を行いました。ネットワークの開発とか営業とかをやっていた社員にサービス企画や開発の仕事に移ってもらったり、中途採用をしたりして、苦労しながらスマートライフ領域に人材をシフトしました。異動に驚いた人もいたようですが、実際のサービスを作るためにはネットワークの知識も必要ですから、元々持っていた能力を生かせたと思います。また、さまざまな分野のお客さまとパートナーリングして、新しい価値を生み出していくというビジョンに向けて、法人営業にも重点的に取り組む体制を築きました。

社長対談◎株式会社NTTドコモ

海野: 現在NTTグループでは、他分野とのパートナーリングを重視し、従来のBtoCモデルから、「BtoBtoX」モデルへと大きくかじを切ろうとしています。御社の「+d(プラスディ)」という取り組みもこの一環と考えてよろしいのでしょうか。

吉澤: 当社には、モバイルネットワークや顧客基盤、安全な決済システムや送客の仕組みなどのさまざまなビジネスアセットがあります。この資産をパートナーの皆さまに利用していただくことで新たなビジネスを創出し、新たな社会価値を「協創」していこうという試みが「+d」であると捉えています。

現在では、農業や教育、健康・医療、観光などさまざまな分野で、自治体や企業、研究機関などとコラボレーションして、地域創生や社会課題の解決を目指すプロジェクトを立ち上げています。例えば、農業では和牛繁殖の安全性向上のための分娩監視システム「モバイル牛温恵※」プロジェクトをJA全農グループや開発メーカーと協働で進めています。ほかにも、東京大学医学部付属病院とのコラボレーションによる、救急車から患者情報を医師へ伝えるモバイルネットワーク「クラウド型12誘導心電図伝送システム」や、古河市教育委員会(茨城県)との「LTEタブレットを用いた教育ICT」などのプロジェクトも進行中です。今後も、さまざまな分野に向けて「+d」の取り組みを拡大していきたいですね。

海野: 変化が激しい業界の中での人材の育成について、どんなことをお考えでいらっしゃいますか？

吉澤: R&Dやまさにサービス開発のようなことが重要であり、そのためのスタッフ人材育成が急務です。基本的には我々の育成プログラムの研修が中心ですが、開発系の標準化に向けては、有スキル者がとまかく「つきっきり」で、育成にあたっています。またベンダーとの対応も、同様に培っていくことだと思えます。

※「モバイル牛温恵」：親牛を温度センサーで監視し「分娩の約24時間前」「1次破水時」「発情の兆候」を検知しメールで知らせる畜産農家のためのシステム。

2020年東京オリンピックに向けたチャレンジ



吉澤和弘氏

1979年、岩手大学工学部卒業後、日本電信電話公社(現NTT)入社。1994年、エヌ・ティ・ティ移動通信網株式会社(現株式会社NTTドコモ)入社。資材部担当部長、経営企画部担当部長、執行役員、第二法人営業部長などを経て2016年、代表取締役社長に就任。趣味はジョギング、サッカー。

「2020年東京オリンピックに向け、新たな挑戦をしていきます」

海野: 少し話題が変わりますが、今年2月19日から26日にかけて北海道札幌市で冬季アジア大会が行われました。弊社も大会に協力させていただきましたが、御社はどのような形で関わられたのでしょうか。

吉澤: スポーツの大会なので、2020年の東京オリンピックにつながることをやらなければいけないとかなり力を入れました。例えばカーリングの場合、どのようにストーンが動くのか、投げている選手からはどう見えるのかを、360度のカメラを使ってバーチャルリアリティ(VR)でお見せするデモを行いました。そのほかにも、会場内でのネットワークの充実や大勢の来場者に対応できるだけの通信容量の拡充、万一のトラブルに備えて移動無線車を手配するなど、2020年に向けた準備ができたと認識しています。

海野: 2020年に向けて、新しいサービスの開発や見せ方の工夫など、何かプランはお持ちですか。

吉澤: やるべきことはいろいろあります。例えば「DAZN for docomo」でのJリーグ中継ではカメラ台数が以前よりもずいぶん増えています。しかし、360度カメラや審判目線のカメラ、あるいは一人の選手だけを追いかけるカメラなどがあれば、より臨場感のある中継ができるはずです。多種多様な新型カメラの増強はやろうとすれば今すぐにでもできることです。しかしそれ以上に、これまでになかった新しい視聴方法も提案したいと思っています。

社長対談◎株式会社NTTドコモ

NTTには「イマーシブテレプレゼンス技術Kirari!」というテクノロジーがあります。これはNTTが開発した次世代映像圧縮規格(HEVC)などと、新たに開発に着手した高臨場感メディア同期技術「Advanced MMT」を組み合わせ、選手の映像・音声のみならず、選手の置かれた空間や環境の情報を伝送し、伝送先においてプロジェクションマッピング技術で、音とともに3Dで再現する技術です。こうした技術を応用して、実際のリアルな映像を、ホログラムを用いてテーブルの上で見られるようにできないか。2020年に向けて、そのような新しい視聴体験の創出にも挑戦していきたいと思っています。

海野:それは楽しみです。弊社はこれまで、ビッグデータやネットワークのオペレーションの分野などで、御社をご支援させていただいています。実は弊社は今年で創立20周年の区切りの年なのですが、それも踏まえて、何かご意見やご要望などがおありでしたらお聞かせください。

吉澤:すでに御社とはネットワークやクラウド、情報システムなどでの開発で一緒にさせていただいています。今後はさらに連携を強化して、人の交流も進めさせていただければと期待しています。当社も今年で創業25年の節目ですので、サービスの開発はもちろん、組織構造なども含めて、さまざまな面で新たな挑戦を進めていきたいという展望を持っています。

海野:本日はありがとうございました。



「NTTグループの一員として、連携をさらに深めていきます」

[対談日:2017年3月15日]

CORPORATE PROFILE

名称:株式会社NTTドコモ
 所在地:東京都千代田区永田町2-11-1山王パークタワー
 営業開始日:1992年7月1日
 従業員数:7616人(ドコモグループ2万6129名)
 事業内容:通信事業、スマートライフ事業



NTTコムウェア株式会社

URL: <http://www.nttcom.co.jp/>

WEB掲載:2017.5