



一番大変なことが、一番面白い。 最先端技術と高いビジネスマインドで、 都心も地方も支え続ける使命がある。

Yusuke Nakahara

「地域とともに歩むICTソリューション企業」というスローガンを掲げるNTT東日本に入社した中原は、新卒で北の大地・旭川に配属された。「低予算で利益度外視のような仕事もたくさん手がけました。SEとして片道何時間もかけてお客様を訪問するなど、ユーザの一番近くで声を聞けたことはとても良かった」。地域の社会課題解決に寄与したことは、大きな糧になっている。

東日本電信電話株式会社(NTT東日本)

ビジネス開発本部 第二部門 市場開拓担当 中原 悠佑

厳しい社内選考を経て、社外で武者修行

従業員わずか2名、観光地域づくりに特化したDMO(Destination Management Organization)。中原悠佑が自ら社外派遣制度に手をあげ、出向先に選んだのは、小さな地方ベンチャー企業だった。この制度は、通常の人事制度とは別に、NTT東日本が独自に導入したものだ。応募者約200名の中でたったひとり

の合格者となったのが、入社5年目の中原だった。「都心部以上に、地方ユーザの実態を知る必要があると思っただけです。縮小し続ける地方マーケットで、いかにビジネスチャンスを生み出すのか、肌で感じ取りたかった」。出向先の選定について、中原はこう語る。「内閣府や官公庁に問い合わせ、「一番大変そうなのDMOを紹介してください」とお願いしました笑。私の知る限り、過去には同業の外資系通信大手だが、IT企業などに出向する先輩方が多かった。異色だったことは確かですね。自ら望んだことではあったが、中原が身を置いた地方ベンチャーは見事に「一番大変」と言える状況だったという。起業3ヶ月ですでに来期には倒産しそうなほど、資金繰りに苦しんでいたのである。

倒産間際のベンチャー企業を、1年で黒字化

地元の土産を観光客や域外ユーザに売るというシンプルでビジネスモデル。だが、そもそも観光客が来ていない場所、モノが売れるはずがない。DMOに着任してすぐに中原は、2名の従業員に事業の転換を促した。ふるさと納税制度とインターネットを活用した、新たなサイトを立ち上げるアイデアである。そしてその案は採用された。出向期間は1年に限られていた。とにかくガムシヤラでした。地銀に融資交渉に行き、ふるさと納税の返礼品となる地域の土産を探し回り、サイトの構成やデザインを考え、ネット広告のコンバージョンを分析するという、怒涛の日々でした。中原の奮闘の甲斐あって、DMOは黒字化。小規模ながら「経営そのものを経験できた」と中原は振り返る。

中原が地方にこだわりを持つようになったのは学生時代。塾の講師をしていて、都心と地方には学びの機会に格差があると感じた。それを埋めるためには、全国に張り巡らされた通信網を活用することだと中原は考えたという。「入社してすぐに北海道支店に配属されてデジタルデバイスと呼ばれる情報格差のリアルを体感しました。人材や資金の乏しい地方では、IT化がなかなか進まない現実がある。私たちNTT

東日本が地方にも拠点を置く理由は、そういうところにあるのだと気付かされました。

ゴールを決めずに、ビジネスモデルをつくり続ける

保守的でお堅いイメージを持たれやすいNTT東日本だが、中原のキャリアを聞けば、その先入観はたやすく吹き飛ばしてしまう。SEとして北海道支店で現場経験を積んだ後、本社に配属された中原は、新ビジネスを生み出すために、無数の企業と会い続ける日々を送ることになる。「現在の『BXマーケティング部』という部署で、パートナー企業の選定からビジネスモデルの策定までを担当しました。当初は、NTT東日本が持つ技術やサービスを生かして国内外の企業とアライアンスを組むことを目指していたのですが、相手のニーズと合致することは非常に少ない。その先にいるエンドユーザにもヒアリングを行うなど、暗中模索が続きましたね。

救いだっただけは、スマートフォンが推奨されていたことだ。従来のように事業計画や目標数値の設定に時間を取られては、どうしてもスピード感が損なわれる。「面白そうならやってみよう」という軽快さが重視された。「中国系アプリの国内版販売事業など、実際にビジネス化した案件もあるんですよ。いま当社では、あらゆる側面でスピードアップが進んでいます。そうしなければマーケットに置いていかれる危機感がある。それは全社員共通の認識だと思います。」

最先端技術AIを使った、新サービスの開発

出向先のDMOから戻って来た中原は、現在の職場「ビジネス開発本部」に配属された。今度は、ビジネスモデルではなく、サービスそのものを開発することがミッションだ。「この部門でも、サービスローンチをいかに早期化できるかが大きなテーマ。とはいえ、きちんと収益化できるのかも問われます。ビジネスの目利きができなければなりません。」

現在、中原が担当しているのはAIチャットボットのサービス化だ。最先端技術であるAIを駆使し、人間の代わりに、ネット上でコールセンター業務や、受付窓口業務を行う。大規模なコストをかけずに、それでいて高い性能を担保するにはどうすればいいか。「トリアルでユーザに使ってもらうと、実証する。まずはその段階に進めたいですね。社内にあるアセットの組み合わせではなく、ゼロからビジネスを生み出すわけです。当然ダイナミックさはあります。」もしこのAIチャットボットがサービスとして信頼に足るものになれば、中原は地方支援にも使えるのではないかと考えている。「地方創生に邁進している全国のDMOを連携させれば、少ないコストでAIチャットボットを共有することもできるはず。たとえばFAQです。『あるある』な質問をデータベース化して、AIがチャットで適切に回答できれば、オススメの土産の購入までナビゲートできますよね。」

公共性を守り、その上で攻めていく姿勢

かつて電電公社と呼ばれたNTTグループのルーツは、明治政府設立の1868年まで遡る。民営化した現在に至るまで、事業の根底に流れる大義は「公共性」。電話線やインターネット回線は、誰もが認める社会インフラの代表だろう。だからこそ、「社会を守る」という責任感がなければNTT東日本の仕事は成り立たない。しかし、同時にNTT東日本は大きな変革期の中にもある。市場の労働人口が激減するのと同じ



Company Information

社会を支え、新たなあたりまえを創造していく仕事

通信と聞いて何を想像しますか？電話？インターネット？スマホ？実はもっと多くのシーンでみなさんは通信を利用しています。例えば、番号、コンビニのPOSレジ、ATMやクレジットカードなど、皆さんが普段何気なく利用しているありとあらゆるものが、実は通信によって成り立っているのです。通信のリーディングカンパニーであるNTT東日本は、すべての通信サービスの根幹となる固定ネットワークをつくり守るだけでなく、様々なプレイヤーと連携することにより生活やビジネスに密着した多彩なサービスを展開しています。「社会を支え、新たなあたりまえを創造していく仕事」。通信のリーディングカンパニーで、「未来を動かす」挑戦をしましょう。

会社概要

社名/東日本電信電話株式会社 英文社名/Nippon Telegraph and Telephone East Corporation
略称/NTT東日本 設立/1999年7月1日 資本金/3,350億円(2018年9月25日現在)
代表者/井上 福造 本社所在地/〒163-8019 東京都新宿区西新宿3-19-2



ように、NTT東日本でも従業員数の減少は避けられない。企業としての未来を考えると、グループ内外との連携をさらに深め、スピード感を持ってビジネスを回していくことは目標ではなくもはや前提だ。その上で、「社会を守る」責任をまっとうする。人々の生活を支える業務を維持し、しかも収益をあげ続けることが命題なのだ。「脅かすわけではないですが、保守的なイメージで入社すると大怪我をする可能性もありますね。何がしたいという意志、動き続けるアクティブさが大事。NTT東日本はもっともっとアクレシブに進化していきますから。」中原の眼差しは、いまも、地方に向いている。技術で、グループの力で、パートナーとの連携で、地方の共通基盤をつくる。「一番大変」なことに燃える男は、「一番面白い」ことに貪欲な男とも言えるだろう。