

docomo business Forum'23 スモールミーティング QA セッション議事録

質問 1	
Q	docomo business Forum'23 は、来場者も多く、見学ツアーもされていたようだが、例えば開催後にお客さまや相談件数が増えた等、開催による成果があれば教えてほしい。
A	来場者のみなさまの属性や興味関心を次の商談に結び付けている。来場時にお客さまから名刺もいただいており、場合によってはすぐに商談につながるケースもある。
Q	docomo business ブランドになったことによる、来場者属性等の変化は。
A	全体来場者数は 5,800 人とお伝えしたが、内訳はまだ整理できていない。 一つの変化として、全国に支社支店を展開しているドコモと統合したことで、今までは東京中心だったが、地方からも多数来場されるようになった。
Q	今回印象的だったのは、以前よりアプリケーションやソリューションに関する内容が多かった点であるが、その風潮はどんどん加速しているように感じる。NTT グループにおいては、NTT ファシリティーズや NTT アーバンソリューションズ、NTT データ等もアプリケーションやソリューションを提供している。そのため、アプリケーションやソリューションの分野に進むほど、広がりやすそうではあるものの、位置づけ等が難しいのではないかと思う。御社が向かう方向と、NTT グループの中でのシナジーやカニバリをどのように考えているか教えてほしい。
A	お客さま、産業の DX 化をワンストップでサポートするべく、事業環境的にもアプリやソリューションを提供していくケースが増えている。 NTT グループには様々な会社があるが、各社同様の目的を持っており、バッティングするというよりも基本的には一緒に取組んでいる。各社それぞれの強みがあり、バッティングしないようなフォーメーションで共に取組んでいる認識。
Q	バッティングというよりも、もったいないという印象。NTT データからも似たような取組みを聞くことがあり、もったいないと感じる。
A	同じ DX をするといっても、手段は色々ある。正解は誰にも分からない。どちらの技術がよいのかは見方によっても違ってくるので、全てを共通化し、計画経済的にやろうとは思っていない。
質問 2	
Q	ドコモと NTT コミュニケーションズ（以下“NTT Com”）の統合によるシナジーは、特に法人系に強く出てくるものであり、シナジーには、コスト削減効果も含まれると思うが、売上を増やすことが大きな成長ドライバーと伺っていた。 統合ソリューション収入とそれ以外の両方にシナジーが出ていると理解しているが、それぞれにおいて現状シナジーがどれぐらいでているのか。また、今後どれぐらいの規模感を期待できるのか。
A	2025 年度に法人事業における営業収益 2 兆円を達成する目標を掲げており、オントラック。今年度第 1 四半期も年間の業績予想に向けてはオントラックであり、当初の想定通り推移している。

	<p>その中でも成長の柱は統合ソリューションであるが、統合ソリューションの収益比率は、足元の35%程度から2025年度には50%超を目指している。。</p> <p>統合ソリューションについては、移動・固定融合サービスや、IoT、アプリケーション等、より付加価値を高めることで収益を稼ぎ出したい。</p> <p>一方、統合ソリューション以外については、PSTNマイグレーションの減収影響は2024年度まで続く見込みだが、既存のネットワークやモバイル回線を増やしていきたい。</p>
Q	<p>PSTNマイグレーションにより、来期は数百億程減収インパクトがあると思う。それをカバーするには、統合ソリューションを2桁増収する必要があるだろう。統合ソリューションの中でも、旧ドコモのモバイル、IoT、ソリューションが3割強、旧NTT Comの固定、クラウド基盤が6割前後あると思うが、そのうちどういった分野が伸びるのか、来期の展望を教えてください。</p>
A	<p>様々な事業カテゴリーにおける成長戦略を考えているが、固定・モバイル分けずに、色々と組み合わせ提供するところが一番大きく伸びるとみている。中でも、様々なサービス等を組み合わせたソリューションは、統合ソリューション収入の約半分を占めており、2年前からの伸びが一番大きい。昔はボイス系が柱だったが、ソリューション系が上回る。さらに2025年に向けてソリューションが伸びていく。ソリューションに紐づき、モバイルや固定のネットワーク、クラウド基盤も合わせて伸びていくイメージである。</p>
Q	<p>従来から旧ドコモのIoTは伸びていたが、旧NTT Comの伝統的なSI事業はなかなか利益が出ていなかった印象。以前と違い、利益が出るようになるのか。</p>
A	<p>SIやソリューションの粗利率はKPIとしてみている。個社別だとあまり利益はでないものもあるが、ノウハウとして蓄積し、モデル化することに注力している。例えば、SASEソリューション、顧客接点の改革等、経営課題ごとにモデル化し、リPEATブルにすることで、粗利率が少しずつ改善している。単なるSIではなく、サービスに近づける取組みを全社的にを行い、その中で利益を確保できるよう取り組んでいる。</p>
Q	<p>ソリューションも含めて全体の粗利率が伸びているのか。</p>
A	<p>会社全体の粗利率は右肩あがりになっているが、中でもソリューションの粗利率は非常に重要である。</p>
質問3	
Q	<p>NTTグループ内でのコンフリクトは起こさず、できるだけ手を組んで行っている。また、DX化には様々なやり方があってしかるべき、というお話だった。その中で、お客様に関する情報共有はどのようにやっているのか。属人的にやっているのか、それともシステムティックにやっているのか。私はグループ内でコンフリクトがあったとしても、各々が取組みをどんどん進めるフェーズにあると思う。</p>
A	<p>お客さまニーズのトレンド等、NTTグループ全体で共有したほうがいい分野については進んでいると思っている。例えば、最近でいうと生成AIについて。NTTが新しいLLMを作ろうとしているので、生成AIについてはどのような案件や効果があるかを情報共有している。</p>

	<p>また、6月に研究開発とマーケットをつなぐ新しい組織がNTTにできたので、研究開発や技術をしてこに、グループ全体のシナジーを発揮することを我々も期待している。NTTグループとして強化する分野や、世の中の競争に勝っていくために重要なところについては、会社横断的に共有をしている。</p>
Q	<p>従来から技術主体の情報共有はしていたと思うが、マーケティング面での情報共有はどのようにコントロールしているのか。仕分けするような部署はあるのか。</p>
A	<p>お客様とこういうことをやっている、といった情報は共有されない。お客様に情報をオープンにしてよい、と同意が取れるまでは共有はしていない。その点ではコンフリクトが起きているかもしれないが、わからない。</p>
<p>質問 4</p>	
Q	<p>IOWNについて、技術的なところは聞いているが、マーケティング面について聞きたい。今年既に提供が始まっているが、マーケティングやサービス提供の状況を教えてほしい。光伝送装置と光スイッチと光ファイバーがあると誰でもできるとなると、KDDIも同じようなやり方をやったらできるのでは。NTT Comの国内での優位性はどのように担保されるのか。</p>
A	<p>今年3月にNTT東西から県内の専用線という形でオールフォトニクスネットワークによる低遅延の新しいサービス「APN IOWN1.0」を提供している。</p> <p>NTT東西がサービス主体であるため、どのくらい売れているかは把握できていないが、NTT Comはデータセンター事業を行っているため、データセンター間にAPNの技術を使って付加価値をあげていくといった取組みも行い、NTT Comらしさを出していきたい。</p> <p>データセンター以外にも様々なプラットフォームを持っているため、APNの低遅延・低消費電力を活かしたユースケースを法人のお客様と見つけながら、アプリケーションやプラットフォームを含めて展開していくところもNTT Comらしいところだと考える。</p>
Q	<p>NTT東西が提供しているということはインフラ寄りのAPNサービスだと思う。データセンターソリューションに活かすとすると、NTT Comのサービスに組み込むのか、それとも全国規模で別のデータセンター事業者へ売るのか。現時点での予定は。</p>
A	<p>NTT Comのデータセンター間で活用するのは計画をし始めているが、他のお客様のデータセンターとNTT Comのデータセンターや他のお客様のデータセンター間を結ぶことについては、ご要望もいただいているが具体的な提供の検討まで至ってはいない。</p>
Q	<p>コミュニケーションズにAPNを提供するキャパシティやノウハウがないからか。NTT東西はサービス提供しているが、NTT Comは実例がないから取り組む体制にないということか。</p>
A	<p>APNに関する技術開発が道半ばである点と、故障した際のノウハウなどオペレーションがまだ習得できていない。長距離区間になればなるほど、オペレーションやそれを支える技術が重要になってくるため、今後は提供できるよう頑張っていきたい。</p>
<p>質問 5</p>	

Q	<p>業界全体のトレンドについて聞きたい。通信 3 社(ドコモ、KDDI、SB)に IIJ 社を含めた 4 社は、法人事業の売上が増えておりマージンも改善しているかと思う。特にコロナ後に 4 社とも好調で、アナリストは全社にどこが勝っているか聞かすが、全社がどこも負けていないといっている。基本的に 4~5 年の NW のアップグレードに際して、コロナ後は顧客が予算を増やして、フロントの NW サイドにお金をかけて、よりクラウド化やプラットフォーム化、オンプレミスを含めた統合ソリューションの導入を進めているので、4 社とも伸びているということなのか。競争によって売上が増えているのか、日本全体で NW の予算が増えており、御社はさらにシナジーを発揮してダブルで取れているということなのか。</p>
A	<p>日本全体のパイが増えていると思う。お客様は昨今の人材不足・稼働不足により、DX を進められている。一方で、従業員の方の EX やウェルビーイングを追求しなければいけないのことで、リモート環境整備やサイバー攻撃から守ることを行っている。事業を取り巻く環境や ESG 経営に変えていくといったところで DX 投資が増えているとみている。その新しいところを、4 社で取りに行っていると思う。</p>
Q	<p>ただお客様からみるとソリューションに支払っているお金だと思うが、伝統的な法人向けの通信サービスであるデータ接続や音声も払っており、ここは減収があると思う。伝統的な通信サービス収入を含めてもソリューションは伸びていて、伝統的な売上を含めても市場は拡大しているという感覚をお持ちか。</p>
A	<p>伝統的なサービスは MPLS になる。それがオープン化されてインターネットにいつてしまうということがよくあるが、日本国内ではその傾向はあまり出ていない。個別のお客様の NW を見ると今まで MPLS でガチッとやっていたものを SASE 型にオープンに変えていく案件をすごくやらせていただいているが、全体のパイで見ると大きく減っていない印象。</p>

以上