

1 グローバル進出を図る原点

NTTは、もともと国内最大の通信事業者として高度経済成長期に日本全国の通信インフラを支えてきた存在である。その一方、1980年代に入って通信の自由化がグローバルに進展し、通信市場が大きく変貌を遂げる流れの中で、NTTグループも世界展開を図ることとなる。

今日では、全従業員の半数近い15万人以上が海外で活躍しており、グローバル事業の収益も3兆円に迫る規模にまで成長した。今後も更なる成長を期待されているが、これまでの道のりは平坦なものではなかった。期待通りの成果が得られたものがある一方で、投資の失敗や外国の事業者との提携の難しさに直面し、そうした経験から学んだことも少なくない。

本章では、NTTグループが国際間ネットワーク、モバイル、データセンター、ITサービスなど多岐にわたる分野でいかに海外事業を拡大し、大規模M&Aや組織再編を通じて世界的なプレイヤーへと進化してきたかを解説する。加えて、文化遺産のデジタルアーカイブやスマートシティ、スポーツ協業といった新領域の取り組みにも触れ、NTTグループがどのようにブランド価値を強化し、事業ポートフォリオを拡大してきたかを整理する。

具体的には、グローバル展開の礎となった1950年代の国際協力活動から、NTTコミュニケーションズ(現NTTドコモビジネス)、NTTドコモ、NTTデータそれぞれの海外展開までを時系列に整理する。次に2010年のDimension Data(ディメンションデータ)買収に焦点を当て、さらに本格化するグローバル連携や新領域への参入、そしてDell Services部門の買収を経て段階的に行われたグローバル事業の再編について論じる。