

NRI ネットコム、 25年目の挑戦



NRI ネットコム 社長

のむら たかし
野村 隆志

NRI ネットコムは、日本でインターネットの商用サービスが開始された1991年4月に設立され2016年4月に創業25周年を迎える。素晴らしいお客さまに恵まれ、これまで着実に成長を続けていくことができた。この場を借りて深く感謝申し上げたい。

インターネットの黎明（れいめい）期に誕生したNRI ネットコムの歩みは、インターネットとそのアプリケーションであるWebと共にあると言っても過言ではない。創立当時から大学生協の情報システムを構築・運用していた関係で1996年には第二種通信事業者の認可を受け、使い放題のインターネット接続サービス「生協インターネット」を大学生向けに開始した。それがインターネット分野への本格的な進出の始まりだった。

その後、1997年にはWebシステム（サーバー）の構築、1999年にはWebコンテンツ制作事業を開始し、インターネットの発展とともに企業のWeb活用を多面的に支えることを目指して事業展開を行ってきた。現在では320名を超える社員が、多数のパートナー企業社員と共にWebシステムの構築やWebサイトの構築・運営などに携わっている。

Webは、もともとはインターネット上で
の情報発信の仕組みであり、アプリケーショ

ンの1つにすぎない。しかしその簡便性と使い勝手の良さ、いくつかの革新的な技術やサービスの登場によって爆発的に普及し、今日の姿となった。例えば、Yahoo!やGoogleなどの検索は、見たいWebサイトに簡単にアクセスすることを可能にし、Webサイトを短期間に世界的に普及させた。Webは、人類史上かつてないスケール、スピードでの情報交換を可能にしたのである。

また、検索エンジン、ニュース、オンライン辞書などを備えた大規模なポータルサイトの登場により、Webサイトはメディアとしての側面を強めていった。そして個人が簡単に情報発信できるサービスの登場により、ソーシャルメディアという新たなメディアが生まれることとなった。

さらには、企業の基幹系システムや決済システムなどとの関係により、Webは各種の取引やサービスを提供できるようになり、誰もが利用できる本格的な電子商取引が可能となった。今日のWebは、使い勝手が良く小回りが利くシステムとなるだけでなく、情報発信やコミュニケーションのためのメディアとなり、企業にとってはブランド戦略から営業活動、取引、サービスの提供という、企業と外部との全ての接点で重要な役割を占めるようになった。

インターネットとWeb技術にとって今後の大きなテーマは、IoT (Internet of Things) とデジタルマーケティングであろう。

IoTとは、モノがインターネットで接続された状態であり、モノに内蔵されたセンサーのデータが集約・分析され、必要に応じてモノをコントロールできるようになることである。IoTによって、工場の生産設備、橋や建物などの構造物、電気・ガス・水道などのインフラ設備の状況を常時モニタリングし、故障や異常の兆候を素早く察知して予防的メンテナンスを行ったり、最適な状態にコントロールしたりすることが可能となる。また、センサーのデータを利用した付加的サービスも可能となる。

デジタルマーケティングは、高速無線通信ネットワーク、スマートフォンを代表とするモバイルの普及、IoT、クラウドコンピューティングの普及などを背景に、従来のWebマーケティングの範囲を超えて、全てのマーケティング活動をデジタル化、高度化することを目指す。今後は、店舗や営業担当を有する“伝統的”な企業でも、顧客接点としてのWebサイトやスマートフォンアプリなどの重要性がますます高まっていくことは間違いない。

それでは、企業のIT部門はこのような変化にどう対処してくべきなのか。従来、IT部門にはシステム企画、構築、運用に関するスキルと、自社の業務知識の2つが求められてきた。これらのスキルを持つ人材がいわゆるシステムエンジニアである。しかし、システムエンジニアだけでは、IoTやデジタル

マーケティングを支えていくことはできない。すでに現在でも、広報、マーケティング、営業企画などのユーザー部門が、Webサイトや営業システムなどについて、外部のITベンダーなどと直接やり取りしている企業は少なくない。2017年までには、マーケティング部門の方がIT部門よりも多くのIT予算を持つようになるという予測も発表されている。

このような時代に必要とされるのは、柔軟な発想力と先進技術の知識を兼ね備えた“デジタルエージェンシー”だ。デジタルエージェンシーは、狭義にはWeb関連の広告の制作を引き受ける事業形態を指すが、時代が必要としているものはそのような狭い範囲にはとどまらない。今、求められているのは、マーケッターやデザイナーやアナリストとシステムエンジニアが協業することによって企業活動をサポートする“デジタルマーケティング・エージェンシー”だ。これは新しい分野の事業形態のように言われているが、これこそがNRIネットコムが創業以来目指してきたものなのである。世界では既にシステム開発企業がデジタルマーケティング分野に進出を始めており、その流れは確実に日本にも押し寄せるだろう。われわれはその流れを見据えて、一歩先を行く事業を展開したいと考えている。

今号の特集では、Web関連技術をベースにした、NRIネットコムのさまざまな新しい挑戦について紹介している。ぜひご一読いただき、何らかの参考にしていただければ幸いです。 ■