

コグニザントジャパン

竹内友章社長に聞く

「デジタル化」強力にサポート

コグニザントジャパンは、米国ニュージャージー州に本社を持つグローバルなソリューションプロバイダーであるコグニザントの日本法人として2008年4月に設立された。社長を務める竹内友章氏は同社の日本人社員第1号として、日本法人を設立。当初はもともと本社が得意としていた保険業界と製薬業界に特化したソリューションの提供に注力し、この10年間で約600人の社員と約60社の顧客を抱える企業に成長させた。国内ではIT人材の深刻な不足が叫ばれる中、28万人というグローバル企業ならではの人的リソースと、世界レベルの高い技術力を生かしたサービス提供で日本の顧客の期待に応えたいと語る同氏に同社の現在の注力施策や今後の展開について聞いた。

— 御社のビジネスに 内での事業戦略を定める 手のIT企業とかなりい

竹内 コグニザントは 28万人という社員のうち、70%以上をインド人が占めることから、よくインドの会社間違えら

社員数28万人、潤沢なリソース強みに

れるが、れっきとした米国の会社だ。本社の設立は1994年。当社はその日本法人として2008年4月の設立以降、法人向けにITサービス全般を提供している。同業他社に比べて日本進出が遅かったこともあり、国内の事業規模を誇る大

野で勝負すべきだと考えた。 — 保険業界に提供しているサービスについて。 竹内 現在、さまざまなサービスを提供している。まず、コンサルティングサービス。コンサルティング部門には生保や損保の業務に精通したコンサルタントが在籍しており、顧客ニーズに合わせた対応を行っている。もう一つは伝統的なビジネスであるアプリケーション開発。保険の業務に特化したパッケージを使ったアプリケーション開



竹内氏

発したパッケージを使ったアプリケーション開

発したパッケージを使ったアプリケーション開

チエーン技術に関する実証実験はその好例だ。国内では全く取引実績の無かった当社に重要なプロジェクトを任せたいだけたのは、新しい流れが起きているからに他ならない。日本企業は実績を非常に重視するが、ことデジタル領域については少し事情が違う。この新しい流れの中に飛び込んでいきたいと考えている。 — これまでの日本での成果については。 竹内 何も無いところから始めたことを考えると、この10年間で一定の規模にまでは成長させることができたと感じている。徐々にではあるが、ようやく保険業界の皆さまは、欧米企業へのサービス提供を通じて豊富なグローバルの知見を持つ当社にとって強みを生かしやすい領域だ。 — 課題として捉えていることは。 竹内 デジタル化やグローバル化といった顧客ニーズに対して、われわれがどこまでしっかりと対応できるかが問われている。近年、企業ではITサービスベンダーの数を絞る傾向がある。幸い当社はお客さまに選んでいただけているが、期待されている成果を出すためには国内での体制の強化が必要だ。人材面では

日本のビジネスを熟知したコンサルタントが、まだまだ圧倒的に不足している。また、日本企業はこれまで中国に業務委託をするケースが多く見られたが、中国の件費の上昇やセキュリティ面での不安から、国内に業務を戻す動きがある。その際、高度なデジタル技術を活用しようとする、次世代BPOセンターが国内に必要になるが、そうした施設は当社にはまだない。 — 対策として考えられることは。 竹内 自分たちでできることには直ちに対応するが、それだけでは大きな変化を生むことは難しい。顧客の期待に応えるためには、本社の経営陣に対して日本市場の重要性をアピールし、追加の投資を引き出す必要がある。顧客ニーズへの対応という意味では、最近顧客からの要望の中に、コストやセキュリティの観点から、当社社員の客先常駐を制限したいという声が出てきた。そこで、先月ある顧客企業との近々のシェアードオフィスを活用して、50人ほどのニアショアセンターを立ち上げた。こうした新しいサービスを活用することで顧客ニーズに素早く応えることができることを実感した。 — 今後の展開についてのお考えを。 竹内 デジタル化の広

がりと同時に、国内のIT人材の不足は今後ますます深刻化すると考えられる。国内でデリバリー体制を強化できれば、コグニザントの28万人という海外の人材の潜在能力は大きな強みになるはずだ。やるべきことは見えているし、近年のデジタル化やグローバル化は当社にとって追い風に他ならない。幸い、ここ数年で毎年100人を超える多くの優秀な人材の採用に成功している。引き続き国内体制の強化に取り組んでいく。 — 保険業界へのメッセージを。 竹内 保険会社では国内市場の縮小を前提とした施策を打つ一方で、国内の潜在ニーズの掘り起しに取り組みされていると聞いている。当社としても、斬新なアイデアと新しい技術を掛け合わせた新しい保険商品の開発や販売体制強化の支援には、積極的に挑戦していただきたい。「餅は餅屋」と言つように、商品やサービスのアイデアについてはお任せするより、その実現に当たっては当社をうまく使っていただきたい。デジタル化やグローバル化はIT部門だけの課題ではない。今後は経営者の皆さまや他部署の皆さまとの接点を広げ、幅広い分野でお役に立つことができると考えている。