

Top Message

社内外の社長発言をもれなくフォロー

Strategic Information New 重要

必読！経営戦略情報

Com Biz

コムのビジネス情報が満載

Information Calendar New

社内外の行事をキャッチアップ！

Event Report New

展示会・セミナーへの潜入レポート！

Pick Up New

事業部おすすめコンテンツ

Focus On

様々なフィールドで活躍する社員を紹介

CM Station

あのCMはこうして作られた・・・

News Release

最新のニュースリリースをチェック！

- 事業部ホームページ一覧
- 人事速報
- 電子社員録
- NTTヘッドライン
- ベストカルチャー活動
 - └ OBP
 - └ ミッションツリー
- ナレッジマネジメントシステム
- eChannel Report
- 社内リンク集
- 社外リンク集
- ⑦ お問い合わせ

ONLINE JOURNAL FLASH 版

Macromedia Flash Player が必要です
 Internet Explorer 5.0以上
 Windows 98/NT/2000/XP

Top Message



2003年度 管理者研修 社長講話

Strategic Information



「ITビジネスの鍵、CRMを全社的な運動に！」
P&K部児玉部長インタビューへ

Focus On

たくさんの人の「欲しい」が仕事の原動力！
Eコマース分野の先駆者として活躍
先端IPアーキテクチャセンタ 藤代典子さん



Topics

掲載希望はこちら

- 8月15日 [Pick Up更新！ インターネット検定に役立ち、夏も満喫できるスクリーンセーバーをご紹介します！](#)
- 8月12日 [Strategic Information更新！ P&K部児玉部長インタビュー 「ITビジネスの鍵、CRMを全社的な運動に！」](#)
- 8月12日 [「VoIPソリューションセミナー」開催！ コスト削減、ビジネススタイル変革を実現するVoIPソリューション!! Event Reportからご覧ください](#)
- 8月11日 [コーポレートサイト英語版リニューアルのお知らせ](#)
- 8月8日 [コーポレートサイト サブサーバ \(sub.www.ntt.com\) テープドライブ緊急交換工事について](#)
- 8月8日 [Focus On更新！ たくさんの人の「欲しい」が仕事の原動力！ 先端IPアーキテクチャセンタ 藤代典子さん](#)
- 8月6日 [eChannel Report新規レポートのお知らせ](#)
- 8月5日 [ONLINE JOURNALアンケート募集中！（9月5日まで） ご意見をお待ちしております。抽選で10名の方々にQUOカードプレゼント！](#)
- 8月5日 [「ケーブルテレビ2003」開催！ ケーブルテレビ事業者向けに「新たなビジネスモデル」を提案！ Event Reportからご覧ください](#)
- 8月4日 [MAZDA様より耳寄りなお知らせ！ NTT Com社員対象のキャッシュバックキャンペーン第4弾実施中](#)
- 8月4日 [4つの『情報セキュリティ・ポリシー個別規程』（会社情報の守秘管理、人材管理、パートナー管理、物理環境管理）が制定されました。](#)



8月
[たくさんの人の「欲しい」が仕事の原動力！
Eコマース分野の先駆者として活躍](#)
[先端IPアーキテクチャセンタ 藤代典子さん](#)



7月
[新たなビジネス展開にも貢献！ 増刷決定の人気の
書『ユビキタスオフィスのITテクノロジー』](#)
[ソリューション事業部編著者チーム](#)



6月
[仕事もフラメンコも情熱的に！](#)
[eスマートトラストサービス部 末次達弘さん](#)



5月
[NTT Comの社会貢献活動を"仕切る"、総務部 新家有
策さん](#)
[仕事も趣味も「人が好き！」が原点](#)
[総務部 第一総務担当 新家有策さん](#)



4月
[私たち新入社員は、先輩の期待に早く応えていける
ように頑張ります！](#)
[2003年度 新入社員4名の方々](#)



3月
[常に若手社員の一人ひとりを見つめていきたい](#)
[研修センタ 鶴屋由美子さん](#)

Focus On

たくさんの人の「欲しい」が仕事の原動力！Eコマース分野の先駆者として活躍
 先端IPアーキテクチャセンタ 藤代典子さん

NTT Comは、提供しているさまざまなサービスを通じて、一般の消費者とつながっている。「消費者の目」になって見ることは、サービスの開発や管理をする上での原点とも言えるだろう。

今回は、Eコマースポータルサイト「[Shopping Navi Atta!](#)」などの開発に携わった先端IPアーキテクチャセンタ（以下、IAC）の藤代典子さんを取材。「消費者に使ってもらえないシステムには意味がない」と言い切る藤代さんは、どのようなカタチで仕事に「消費者の目」を生かしているのだろうか。

技術は、ユーザに使ってもらって初めて生きる



藤代典子さんは、ユビキタスプラットフォームの開発に携わり、ビジネスモデルからシステムの実現性の検討までを担当している。ユビキタスプラットフォームとは、コンテンツをPC上だけでなく、携帯電話やPDA、カーナビ、デジタル放送など、端末の違いに関係なく自由に情報検索・利用できるというもの。

「この仕事の好きなところは、ゼロから新しい技術を利用し、ビジネスを開発するということ！」

弾むように語る藤代さんからは、「仕事が面白くてたまらない」という気持ちが自然と伝わってくる。

とはいえ、藤代さんの仕事はシステムの開発だけでは終わらない。IACでは、消費者のニーズを掘り起こすことから始まり、ニーズに応えるシステムを開発して、スポンサーやファーストユーザを見つけるところまで関わることもある。システムを開発したら、それを機能させるまでが仕事というわけだ。

「いくら技術が優れていてもダメ。『ユーザに使ってもらって初めて生きる』ということは、私だけでなくIACの全員が常に考えています」と、藤代さんは言い切る。

母親が「Atta!」でオンラインショッピングを初体験

藤代さんが関わった「XMLポータルプラットフォームサービス」も、「消費者に使ってもらえるものを」と考えて開発した仕事の一つ。技術の開発として検討していた案件だったが、実際のビジネスとしても実を結び、JCBとの協同プロジェクトであるEコマースポータルサイト「Shopping Navi Atta!」に採用された。

このサイトの最大の特徴は、Web上で複数の店舗の商品を同時に見比べることができる点。ショッピングでは誰も、一つの商品を買うまでに複数の店を回って「見比べてから決める」ことがあるだろう。それをWeb上でのショッピングにも応用したのが、このサービスだ。もちろん、複数のサイトの一つひとつ検索していき見比べることはできるが、面倒な作業に購買意欲がそがれることも大いに考えられる。店側からすれば、買ってもらうチャンスを逃してしまうことになりかねない。それを解消したのが「XMLポータルプラットフォームサービス」なのだ。

「他のサイトをいちいち覗く必要がないという点が消費者の方々に好評で、実はそれまでオンラインショッピング未経験だった私の母が、『Atta!』で生まれて初めて、オンラインで買い物をしたんです。『意外に簡単だったわよ』なんて言って喜んでくれました」と、藤代さんの顔が嬉しそうな笑顔になった。

Eコマースの新境地を開いた「モールオブモールズ」



「XMLポータルプラットフォームサービス」は消費者の目に見えにくいニーズに応え、世の中に受け入れられたわけだが、実はこれ以前にも、藤代さんの開発したサービスが話題を呼んだことがある。

1998年、藤代さんが入社数年後に開発した「モールオブモールズ」というサービスだ。当時はEコマースの検索エンジンがない状態。「買い物をしたい」と思ったら、自分でそのサイトを見つけなければならなかった。藤代さんは、「購買のファーストステップで過度な手間がかかっては、その先に進んでくれる人がどれだけいるか……。ここを何とかしなければ、Eコマース

の発展はあり得ない！」と強く感じたという。

そこで藤代さんは当時アメリカで開発されて間もなかったXML技術を先駆けて採用。商品検索機能を中心としたシステムをXMLという最新の技術で開発した。アメリカでもXMLが正式に発表されてからわずか4ヶ月しかたっておらず、他社に先駆けてのリリースとなった。藤代さんの消費者のニーズをつかむ直感が、Eコマースの分野に新境地を切り開いたのだ。

藤代さんは、消費者にとって魅力的な商品を開発するため、普段から自分の「欲しい」という気持ちを大事にしているという。

「開発の原点として、普段の生活のなかであれが欲しい、これが欲しい、という発想がまずありますね。自分の『欲しい』を、たくさんの人の『欲しい』につなげていくのが私の仕事だと思っています」。

おいしいもの好きの友達が3万人！

こうした藤代さんの姿勢は、仕事の中だけでなく、プライベートでも発揮されている。元同期の友人4人と「OL美食特捜隊」というグルメサイトを立ち上げているのだ。

「[OL美食特捜隊](#)」は、読者からの口コミ情報を元においしいお店を発見し、情報発信するというもの。1999年夏の立ち上げ以来メールマガジンの読者数は順調に伸び、今では全国に3万人という規模に。現在、週に20～30件もの情報が寄せられる。

「おいしいものが大好きな仲間5人で情報交換していたのが、立ち上げのきっかけ。そのコンセプトは今でも変わっていません。おいしいものを楽しむ友達が3万人に増えただけ。

『OL美食特捜隊』の目的は、単なるお店紹介ではなくて、読者の方とのインタラクティブなコミュニケーションなんです。投稿があったお店にはできる限り足を運んで検証し、結果を週1回のメールマガジンによって返信しています」。

そんな藤代さんだが、意外にも外食は週に1～2回。自分で料理をするのも好きで、レストランでおいしい料理に出会うと、食材や調理法についてシェフにしつこく質問し、欲しい食材は徹底的に探してオンラインで手に入れることも多いとか。ここにも、「欲しい」にあくまでどん欲な藤代さんの姿がある。



「『OL美食特捜隊』では、自分たちの発信に対して、読者が投稿という形で応えてくれるのが何より嬉しいですね。ただ、Webの作り方にしても、メールマガジンの書き方にしても、独りよがりになっていないか、どうしたら読者が応えてくれるか、ということにはいつも気をつけています。これは仕事でも同じこと。消費者が何を望んでいるのか、考え続けることが大事だと考えています。

私にとって仕事とプライベートは、どちらも同じように大切なもの。仕事が充実しているから、プライベートも思い切り楽しめるんだと思います」。

そうきっぱりと締めくくった藤代さん。Eコマースの分野に限らず、新たな風を呼んでくれそうなエネルギーにあふれていた。