

Quarterly Newsletter

CATALYST

VOL. 16



Global Perspective

デザインシンキングを体験する
A design-thinking tour

Case Study

[Jaguar Land Rover Japan]

ワンチームのアジャイル開発で
顧客の購買体験を変革

Transforming Customers' Buying Experience –
A Next-Generation Digital Platform Built through
One-team Agile Development



Quarterly Newsletter CATALYST VOL. 16

発行：日本タタ・コンサルタンシー・サービス株式会社
(タタコンサルタンシーサービスと三菱商事の合併会社)
マーケティング & コミュニケーションズ 統括部

Published by: Marketing & Communications, Tata Consultancy Services Japan
(A Tata Consultancy Services and Mitsubishi Corporation Joint Venture)

本誌に記載されている会社名、ロゴ、製品名およびサービス名などは、
日本タタ・コンサルタンシー・サービス株式会社および各社の商標または登録商標です。
本誌掲載内容の無断複写・転載は、媒体問わず禁じられています。
掲載されている情報は本誌作成時の情報です。

All content / information present here is the exclusive property of Tata Consultancy Services Japan (TCS Japan) and the respective companies. The content / information contained here is correct at the time of publishing. No material from here may be copied, modified, republished, uploaded, transmitted, posted or distributed in any form without prior written permission from TCS Japan. Unauthorized use of the content / information appearing here may violate copyright, trademark and other applicable laws, and could result in criminal or civil penalties.

Copyright©2018 Tata Consultancy Services Japan, Ltd.



201805_16

INDEX JP EN

4 16

Global Perspective

デザインシンキングを 体験する A design-thinking tour

6 18

Case Study

[ジャガー・ランドローバー・ジャパン株式会社様／
Jaguar Land Rover Japan Limited]

ワンチームのアジャイル開発で 顧客の購買体験を変革

Transforming Customers' Buying Experience –
A Next-Generation Digital Platform Built through
One-team Agile Development

10 22

Focal Point

IT プラットフォーム変革を実現する
「日本 TCS マネージドクラウドサービス」
TCS Japan Managed Cloud Services for IT Platform
Transformation

アジャイルのメリットを最大限引き出す
「TCS ロケーション・インディペンデント・アジャイル」
Leveraging TCS Location Independent Agile to
Maximize Value

12 24

News from the Network

「世界の IT サービス業界において
最も急速に成長するブランド」の評価を獲得
TCS Ranked as the Fastest Growing IT Services Brand

世界有数の金融企業のデジタル変革を推進する
大型契約を締結
TCS Enters into Large-scale Digital Transformation Contracts
with the World's Leading Financial Companies

クラウドおよび SAP の領域において
「リーダー」の評価を獲得
TCS Recognized as a Leader in Cloud Enablement Services
and in SAP HANA & S/4HANA Services

14 26

News from the Network Special Edition

TCS NAKAJIMA RACING

EDITOR'S NOTE

当社のニュースレターは、今号より『CATALYST』
("変化を惹き起こす者"、"変革者")として生まれ変わりました。

急速な変化が続く「Business 4.0」時代において、
ビジネス変革のパートナーに選ばれる存在となる決意を込め、今回のリニューアルを行いました。

日本 TCS は、"Catalyst for IT-led Business Innovation"
をコミットメントに掲げています。世界最高水準の
IT サービスと、日本市場の豊富な知見を組み合わせ、
他に類を見ないハイブリッド企業として、お客様を
支援していきます。

今号は、漠然としたアイデアをビジネスの次元に
昇華する「デザインシンキング」を取り上げました。

また「Business 4.0」のビジネス変革に不可欠な
「Agile (アジャイル)」に初めて取り組み、エンドユー
ザー・エクスペリエンスの向上を実現されたジャ
ガー・ランドローバー・ジャパン様への支援事例な
ど、TCS の最新知見をご紹介します。

また、私たちが 2017 年よりタイトルスポンサー
兼テクノロジーパートナーを務め、全日本スーパ
ーフォーミュラ選手権に参戦中の「TCS NAKAJIMA
RACING」に向けた今シーズンの支援体制も盛り込
みました。

In this issue of our quarterly newsletter, we have undergone
a renewal, changing the publication name from "TCS Japan
NEWS" to "CATALYST"—the word catalyst meaning "a person
or thing that precipitates change or transformation".

In what we coin the "Business 4.0" era, we have undertaken
renewal of the newsletter concept and content to reflect
our unwavering resolve to be customers' partner of choice in
their respective business transformation journeys.

TCS Japan holds the vision statement of being a "Catalyst
for IT-led business innovation" for our customers. As a
unique hybrid with world-class capability in IT services, and
in-depth understanding of Japanese market, TCS Japan
strives to support business growth and transformation.

This issue of CATALYST features a look at "design-
thinking", a methodology which TCS leverages to
crystallize inspirational ideas into commercially viable
business solutions.

Also, we examine a digital initiative by Jaguar Land
Rover Japan (JLR Japan) to improve the end-user
experience—a project which was executed using agile
development, a first for JLR Japan.

In addition, we showcase TCS' support structure for
TCS NAKAJIMA RACING in the Japanese SUPER FORMULA
Championship (2018 Season), for which we provide
technological support.

デザインシンキングを体験する

付箋を手元に用意すれば準備はOK。
さあ、開発の最前線でアイデアを
出し合い、練り上げていきましょう。

デザインシンキングのチームを指導して20年、私は常にたくさんの付箋に囲まれてきました。課題となるプロジェクトに取り組むたびに、毎週のように部屋中に増殖する、アイデアに満ちあふれ、整理されたカラフルな「ゴチャゴチャしたもの」が放つ鼓動に、同僚たちはよく辛抱強く付き合ってくれたものだと思います。しかし、最近になって、このゴチャゴチャしたものが、多くの人を巻き込みアイデアの具現化を促す、実に力強く民主的な手法であることに改めて感心するようになりました。

断片的なアイデアの着想であっても、まず付箋に書いて壁に貼ってみることに価値があります。なぜなら、それらをつなぎ合わせることで、一つの完成されたコンセプトに練り上げていけるからです。これによって、「まだ十分に考えがまとまっていないから、今は言わないでおこう」という、創造性の向上を妨げる最初のハードルを乗り越えることができます。いったん湧き出したアイデアは、さまざまな角度からサービス化を検討していく過程で、

違った視点を取り入れ、次々と形を変えていくことでブラッシュアップされていきます。ここ最近、私はデザインシンキングのリーダーとして、インドと日本の5都市でワークショップを開催し、参加者が自分の持つ力を活用する手助けをしてきました。これらのセッションでは、創造性に富んだアイデアをシンプルな「付箋のプロトタイプ」に落とし込むことで、ほかの誰かがそれへ興味を持ち、価値を見だし、行動に移すことが狙いでした。

デザインシンキングは、付箋や
アイデア以上のものを意味します。

写真1～2は、デザインシンキングの過程で最もインパクトを持つ瞬間の数々（「実験的なモックアップ」や「ゲーム」、「ロールプレイを通じたコンセプトの共有」）です。デザインチームは、消費者やエンドユーザー、あるいはステークホルダーから感想や意見をもらいます。その場にいる全員がそこから何かを感じ取り、将来的な価値、今後予想されるチームが備えておくべき障壁などについて、気づきを得るでしょう。プログラムの初期段階のデザインシンキングは、以下のような役割を果たします。

- ①「何をつくるか」の検討と定義
- ②コンセプトの優先順位付けや優れた投資利益率の達成を目的とした、より具体的な「労力 vs 効果」評価方法の提供
- ③下流工程の作業計画に向けたビジョンの共有。

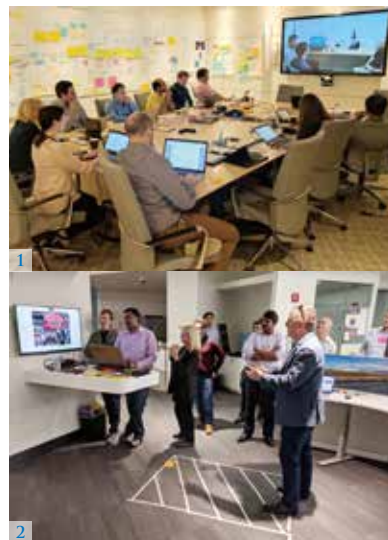


写真1. プロトタイプをユーザーに見せ、感想をもらいます。チームは近くの部屋でその様子を見守ります
写真2. 出発ゲートで搭乗を待っているとき、近くのスクリーンで、目的地にいるあなたの姿が見えるとしたら？

有意義な時間にするためには？

短時間の集中的なワークショップであっても、入念に準備されていれば、プロトタイプは将来像を共有するために、極めて有効な手段です。ワークショップの時間を最大限に活用するために、以下の

- 点について参加者の認識を事前に共有しておきます。
- ①ペルソナ：ターゲットとなるユーザー（伝えたい相手）は誰？
 - ②ジャーニー：ペルソナの利用シーンは「いつ？」「どこで？」
 - ③ビジネス課題：企業は何を獲得したい？
 - ④インスピレーション：このサービス分野において、参加者各自の創造性をかき立てるものは何？
 - ⑤テクノロジー：現在のロードマップはどのようなもので、ほかにどのような技術を考慮すべき？

ワークショップ

デザインシンキングは、「What」、つまり「自分たちはどのようなサービス、機能、そして体験を提供しようとしているか」を検討・定義するために用いるものです。コンセプトがまとまり、定義と検証が終われば、デザインシンキングの出番はいったん終わり、実際の設計に移り、ユーザーエクスペリエンスとデリバリーのチームがともにソリューションを練り上げます。この段階でアジャイルの手法を導入する場合もあります。

それでは、4日間にわたり行われたデザインシンキング・ワークショップの例をご紹介します。このワークショップでは、幾つかのコンセプトを検討・定義・検証しました。まず、リタイアメント・プランニング（老後の生活設計）について、二つのビジネス上の課題と二つのペルソナを設定しました。ユーザーエクスペリエンスについて幅広い思考を促すため、オンラインのカウントダウンタイマーやヨガクラスなどを取り入れたほか、幅広いステークホルダーを巻き込んだブレインストーミングを行い、プロトタイプを作成しました。そして、コンセプトをより忠

実にプロトタイプに反映させていった結果、最終的なコンセプトはユーザーの全体験を網羅したものとなり、ユーザーが正しい情報を手に入れ、選択肢を比較・検討し、これらを数年間のタイムスパンで便利にかつ自信を持って行えるようになりました。

デザインシンキングが
もたらすものとは何か？

デザインシンキングは、新規事業のクリエイティブなアイデアと、技術に支えられたユーザーエクスペリエンスの創出を支援し、企業の売上（トップライン）の成長に貢献します。

デザインシンキングは最終利益（ボトムライン）の向上にも役立ちます。例えば、「早期にユーザーテストを行わなかったことで生じるデザインコスト」を削減します。また、デザインシンキングでは、複数のアイデアを並行して横断的に検討するため、最初のアイデアがうまくいかないからといって、停滞したり、最初から仕切り直しとなることなく、プロジェクトのタイムライン短縮にも寄与します。

これまでの内容でおわかりいただけたように、デザインシンキングは、チームや部門・部署の力を、目標が明確に定められたクリエイティブで生産的な方法へと結集させます。また、ステークホルダーの意見を得るために、チームの中心メンバーが開催する短期集中ワークショップにおいて、部門横断的なスタッフや下流工程のスタッフは強力かつ効果的な協力者になります。その協力によって、新規サービス、あるいは改良されたサービスが、技術面、事業面、ユーザーエクスペリエンス面においてバランスが取れたものとなり、中核チームは思い切ってデザインワークを推進できるようになるのです。



クリス カルジャン
TCS インタラクティブ
デザインシンキング・ヘッド

クリス カルジャンは、デザインシンキング・チームのヘッドとして、開発の最前線で、さまざまな業界のB2C、B2B、B2Eの新しいサービス・商品・機能、カスタマージャーニーの創出に携わっています。クリスとチームの役割は、ステークホルダーのビジョンやユーザーのニーズ、適切な技術を、十分にデザインされたエクスペリエンスや実行可能な新規ビジネスコンセプトにまとめ上げること。最初に戦略策定や発見を目的としたワークショップを立ち上げ、製品ロードマップづくりやサービスのプロトタイプングを行います。続くサービスデザイン・プロジェクトではデザインシンキング・チームによるエクスペリエンスの明確化と検証が行われ、ほかのTCSチームとも協力しながらクライアントのためにデザインや製品化が進められます。幅広い経験を生かし、業界の既存概念にとらわれない斬新なアイデアを、実現可能性も勘案し、クライアントに提供しています。現在、米国カリフォルニア州・シリコンバレーを拠点に活動。



ジャガー・ランドローバー・ジャパン株式会社 様

ワンチームのアジャイル開発で 顧客の購買体験を変革



ジャガー・ランドローバー・ジャパン
株式会社

設立：2008 年
本社所在地：東京都品川区
事業内容：ジャガーブランドならびにラ
ンドローバーブランドの自動車の輸入販
売、関連部品・用品の開発販売、アフター
セールスビジネス、車両整備・サービス
および保険業務の扱いなど

【オンライン・セールス・アドバイザー】
・ジャガー
<https://online-sales-advisor.jaguar.co.jp>
・ランドローバー
<https://online-sales-advisor.landrover.co.jp>

販売のオムニチャンネル化により顧客の購買体験を変革

現代の小売業においては、商
品やサービスを購入する
際に、価格の比較や支払方
法、キャンペーンなどの割り引きや在庫の
状況、配送日時、商品レビューなど、購入決
定に必要なあらゆる情報に対してオンライ
ンでアクセスできることが当たり前となっ
ています。しかし輸入自動車業界は、他業
界と比較して、デジタル施策とオンライン
セールス環境では大きく遅れているのが
現状です。アクセンチュアが2015年に行っ
た調査によると、日本で車を購入する人

の81%以上が、メーカーのウェブサイトや
SNSなどで購入する車を検討しており、さ
らにその42%はリテラー（販売代理店）
を訪れる前に購入する車種を1〜2種類に
絞っています。一方で自動車販売するリ
テラーは、顧客がオンラインで収集・検
討した情報を共有できるチャンネルを持たな
いため、店舗へ足を運んだ顧客に対して一
から提案を行っていました。
この課題を念頭に、顧客の購買体験変
革へ乗り出したのが、ジャガー・ランドロー
バー・リミテッド（JLR）様です。JLR 様の日

本法人である、ジャガー・ランドローバー・
ジャパン株式会社（JLR ジャパン）様のマー
ケティング・広報部、デジタルマーケティ
ング・マネージャーの渡邊昭仁様は、本プ
ロジェクトの目的を次のように述べます。
「これまでの輸入自動車業界は、店舗型の
リテラーに重きを置いた、オフライン重
視の販売スタイルでした。しかし近年は顧
客のデジタル志向が非常に高まり、ショー
ルームへ行く前に、ウェブ上で直感的な購
買体験をしたいというニーズが高まって
います。さらに、店舗に足を運ぶまでどん

な車種が在庫としてあるかがわかりにく
いという声もありました。在庫状況を可視
化し、顧客が好みの車を楽しみながら選
ぶという体験をするためのプラットフォーム
が求められていました」（渡邊様）
こうした課題の解決のために JLR 様が
乗り出したのが、顧客がウェブ上で車種を
比較検討し、その情報をリテラーと共有
するシステム「オンライン・セールス・ア
ドバイザー（OSA）」の開発です。JLR ジャ
パン様のビジネスサービス部、IT マネー
ジャーの鍛冶邦充様は、「当社にとって

OSAの開発は、販売のオムニチャンネル化を
推進し、次世代のデジタル戦略へ第一歩を
踏み出す重要なプロジェクト。オンライン
顧客をオフラインのリテラーへつなげる
ことに加え、デジタル世代に JLR ブランド
を訴求することで、若い顧客層を獲得する
ことも大きな目的でした」と話します。
タタコンサルティングサービス（TCS）
は、これまでも JLR 様のシステム開発をグ
ローバルにサポートしてきました。この実
績を評価した JLR 様は、複数地域でのロー
ンチを前提とした OSA の開発を日本市場

からスタートするに当たり、日本タタ・コ
ンサルタンシー・サービス（日本 TCS）
を開発パートナーとして選定されました。
「TCS は世界でも有数の IT サービス企業
であり、開発に求められる潤沢なリソー
スや柔軟さにおいて非常に高いプレゼン
スを有しています。さらに、グローバルへ
のロールアウトが予定されていた本プロ
ジェクトにおいては、世界各国のフィロ
ソフィーを知っているという点でも、日
本 TCS への期待は他社に抜きん出ていま
した」（鍛冶様）

アジャイル開発の手法を用い、タイトなスケジュールでの開発を完遂



渡邊 昭仁 様

ジャガー・ランドローバー・ジャパン株式会社
マーケティング・広報部
デジタルマーケティング マネージャー



鍛冶 邦充 様

ジャガー・ランドローバー・ジャパン株式会社
ビジネスサービス部
IT マネージャー



セルゲイ コロレフ 様

ジャガー・ランドローバー・リミテッド
オーバーシーズ・オペレーションズ
ビジネス・ディベロップメント・マネージャー

OSA は、顧客がウェブ上で車種を比較・検討し、見積もりや下取り、ローン計算をシミュレートでき、スムーズな商談予約を可能にするオンライン予約システムです。選択した車種や見積金額は保存され、リテラーが通常業務で使用する Salesforce を経由して、商談を行う店舗へと伝達されます。顧客にとっては、実際にショールームへ足を運ぶ段階で関心のある車種やファイナンスプランがリテラーに伝わっており、時間を節約できるという利点があります。リテラーにとっては、今までリーチしにくかったオンライン顧客に働き掛け、店舗へ来てもらえるようになります。OSA の特徴として、Salesforce の「Community Cloud」という機能を活用している点が挙げられます。一般的に Community Cloud はリテラーのようなビジネスパートナーと情報を共有するために使われますが、今回のプロジェクトでは、この機能を顧客に対してオープンなウェブサイトとして利用。顧客がウェブ上で保存した情報を Salesforce に集約します。JLR 様は Salesforce の「Community Cloud Customer Trailblazers」において「Trailblazers of The Year」の表彰を受賞しています。

本プロジェクトのもう一つの特徴は、アジャイル開発の手法を採用した点です。OSA の開発に当たり、JLR 様の求められたスケジュールは非常にタイトでした。そこでミニマム・バイアブル・プロダクト (MVP) の考え方に立ち、必要最小限の機能を実装したシステムを短期間でつくり上げることを目標としました。

要件定義に当たっては、想定されるユーザーのニーズと行動を JLR 様と議論してユーザーストーリーに落とし込みながら、短いサイクルで実装と改良を繰り返していきました。

「これまで JLR ジャパンが行ったシステム開発の多くは従来のウォーターフォール型で、アジャイル開発を行うのは初めての試みでした。社内には、3 歩進んで 2 歩下がるようなアジャイルのやり方に戸惑う社員もいましたが、日本 TCS の担当者が積極的にコミュニケーションを取り、プロジェクトマネジメントを担ってくれたため、不慣れな社員も徐々に納得感を持ってプロジェクトに参加することができました。電話会議を毎日行っている意見を出し合うことで、システムが日増しに良くなっていました」(渡邊様)

今回の開発におけるキーワードは「クロスオーガニゼーション」。英国の JLR 様と JLR ジャパン様が協働してプロジェクトを進める中で、両社の IT 部門だけでなく、マーケティングやセールスの部門との調整が必要でした。日本 TCS は、JLR 様と JLR ジャパン様の要望にギャップが生じた際に、日本市場に向けて必要な機能についての説明を行うなど、両社のコミュニケーションを橋渡ししました。さらに、ファイナンス用のウェブ API や UI デザインは他ベンダーが担当したため、プロジェクトに関わるステークホルダーが非常に多くなりました。日本 TCS は本件のプロジェクトマネジメントを担当。全体に遅れが発生しないよう、他ベンダーの開発状況をマネージしました。



成熟した日本市場の特性に対応した開発でJLR様のグローバル戦略を支援

一般的に輸入車の在庫販売では、足を運んだショールームに在庫のある車種の中から、リテラーの勧めに従って購入する商談プロセスが多いといえます。OSA は、顧客が自分好みの車種を見つけ出して購入するという、顧客主導型の購入プロセスを実現しました。実際に OSA を経由してショールームに来店した顧客からも、その能動的な体験をポジティブにご評価いただいているそうです。

JLR 様のオーバーシーズ・オペレーションズ部門、ビジネス・ディベロップメント・マネージャーのセルゲイ コロレフ様は、本プロジェクトのグローバル戦略における意義を次のように述べます。

「JLR は、オンラインセールスのプラットフォームを 15 カ国 7 市場で展開しています。それらの中でも、OSA は最重要市場の一つである日本に向けて開発したもので、当社のグローバル戦略において大

きな役割を果たします。私たちが新たにプラットフォームを構築する際には、市場ごとに異なる顧客のメンタリティや地域特有の事情など、多くの要素を考慮します。日本市場は、非常に成熟した、『好みのうるさい』市場であり、日本 TCS は私たちが日本市場へリーチするために最大限のサポートをしてくれました。実際に JLR と JLR ジャパン、日本 TCS とグローバルの TCS のメンバーは、ワンチームで協働したといえます。定期的な電話会議を通じて常にアイデアを出し合い、他の地域へのロールアウトも想定しながら、さまざまな機能の実装まで一直線に進むことができました」(コロレフ様)

今後も日本 TCS は、JLR 様・JLR ジャパン様とワンチームで協働し、アジャイル開発をはじめとする最先端の知見を基に、そのグローバル戦略を強力にご支援してまいります。



宇野 奈菜

日本タタ・コンサルタンシー・サービス株式会社
エンタープライズ・アプリケーション・サービス本部
Salesforce プラクティス
サブ・ユニット



ITプラットフォーム変革を実現する 「日本TCSマネージドクラウドサービス」

急 激なビジネス環境の変化に対応し、企業が競争力を維持していくためには、俊敏かつ柔軟に変化に対応できる次世代型のITプラットフォームが必要であり、これを実現する有効な手段の一つがクラウド化です。日本TCSが提供する「日本TCSマネージドクラウドサービス」は、TCSがグローバルで培った豊富なクラウド移行のナレッジを活用し、クラウド戦略の立案から、移行、運用までエンド・ツー・エンドでITプラットフォームの変革を実現します。

クラウド化のポイントは、パブリックとプライベートの最適な組み合わせ（ハ

イブリッドクラウド）ですが、それはお客様の現状や戦略によって大きく変わるものです。当社では経験豊富なコンサルタントが、お客様のビジネスやIT資産全体を俯瞰した上で全体像とロードマップを検討し、そのお客様にとって最適なクラウド化を提言します。

クラウド化の取り組みでは、以下の3点の実現を目指すべきです。1点目は「ITランドスケープのシンプル化」です。アーキテクチャのシンプル化や基盤の共通化、コンピューターリソースの最適化などを伴わないクラウド化では意味がありません。2点目は、「ITオペレーションの効率化」です。クラウド化とと

もにITの管理・運用業務の自動化や利用者ポータルを整備することによって、ITオペレーションは大きく効率化します。3点目は、「ITガバナンスの整備・強化」です。クラウドは従来にない俊敏性を持つことから、個別調達、分散管理の状態を招きがちです。ガイドラインや共通の管理基盤などを整備して、ITガバナンスの高度化を図る必要があります。これらを実現してこそ、クラウド化の効果を享受できます。

日本TCSは、クラウド化を通じて、お客様の企業価値向上につながる次世代型ITプラットフォームの構築をご支援します。



日本タタ・コンサルタンシー・サービス株式会社
コンサルティング&サービスインテグレーション統括本部
統括本部長
真野 公人

SCMやロジスティクスを主たる領域として、ビジネスプロセスの変革やIT整備計画の立案などのコンサルティングに従事。日本TCSでは、コンサルティングサービスの部門長として、TCSがグローバルで展開するコンサルティングメソッドロジーやリファレンスモデルの導入を推進するとともに、お客様企業のビジネス4.0への取り組みやデジタルトランスフォーメーションの支援を主導している。

アジャイルのメリットを最大限引き出す 「TCS ロケーション・インディペンデント・アジャイル」

ダイナミック に変化するビジネス環境の中、企業経営を支えるITシステムには、従来以上に変化へ対応する俊敏性（アジリティ）が求められています。これを確保するために、多くの企業が「分散型アジャイル」を機能させるさまざまなモデルを模索してきましたが、効果的なモデルを確立するには至りませんでした。

TCSは、独自の手法「TCS ロケーション・インディペンデント・アジャイル」を考案し、地理的な制約にとらわれないアジャイル開発により、企業が最大の価値を手に入れられる分散型アジャイルモデルを確立しました。この手法は、全

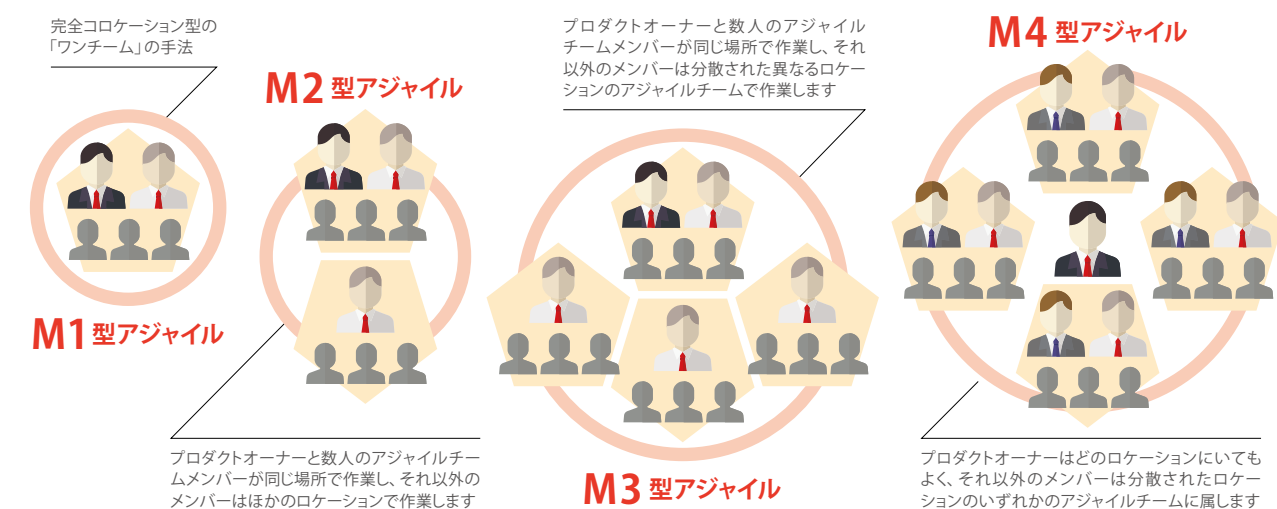
てのチームが一カ所で作業する完全コロケーション型アジャイルよりもアジリティを維持・拡張しやすく、企業にとってより大きなメリットをもたらすものです。また、地理的に分散されたチームがもともと備えている「大規模な人員の確保」「稼働時間の増大化による市場投入スピードの増大」「世界中の人材へのアクセス」や「多様な改善アイデアの創出」といったメリットの活用が可能です。

TCS ロケーション・インディペンデント・アジャイルは、“三つのディメンション（評価）—四つのモデル（選択）—五つのイネーブラー（設定・設計）”のアプローチを採用しています。まず、「分散

ロケーションにおけるビジネス知識」「作業の性質と重要度」「アジャイルな作業の進め方に対する組織の成熟度」の三つの主要ディメンションについて評価を実施し、これに基づいて、適切なチーム構成を四つのモデル（図参照）から選出し、提案します。そして、選択したモデルの効果を高める五つのイネーブラーについて、運用上の特徴・要件に合わせて適切な投資とプランニングを行います。

日本TCSはTCS ロケーション・インディペンデント・アジャイルを通じ、お客様のデジタル・トランスフォーメーションとアジャイル・トランスフォーメーションをご支援していきます。

TCS ロケーション・インディペンデント・アジャイルの四つのモデル



日本タタ・コンサルタンシー・サービス株式会社
デジタル・トランスフォーメーション・サービス統括本部
アジャイルCoEリーダー
高田 直貴

IT業界に25年以上従事し、エンタープライズシステムからパッケージソフトウェア、組み込みソフトウェアまで、幅広くシステムアーキテクチャ設計・開発の経験を持つ。また、システム開発プロセスやフレームワークの標準化活動の経験も長く、アジャイル開発手法など各種の開発手法の動向にも精通している。現在は日本TCS デジタル・トランスフォーメーション・サービス統括本部アジャイルCoEのリーダーとして、TCSが全世界で展開しているAgile Initiativeの活動と協調し、お客様や社内に向けたエバンジェリスト活動やプロジェクト支援に従事している。

「世界のIT サービス業界において最も急速に成長するブランド」の評価を獲得

TCS は、世界有数のブランド価値の格付企業、ブランドファイナンス社の「IT Services 15 (2018 年版)」で、「世界のIT サービス業界で最も急速に成長するブランド」の評価を獲得しました。

TCS のブランド総価値は前年の 90.81 億ドルから 14.4% 上昇し、103 億 9,100 万ドルに成長しました。これはIT サービス業界全体において最も急速な成長であり、TCS は、IBM・アクセンチュアに並び、世界で最も価値のあるIT サービス企業ブランドの「トップ3」に躍進しました。これにより、TCS はブランド価値の評価額が 100 億ドルの舞台を超える、ごく限られた上位企業群の仲間入りを果たしました。

TCS はこれまで続けてきた「TCS ニューヨークシティマラソン」や「TCS アムステルダムマラソン」といったスポーツイベントのメインスポンサーシップに加え、日本をはじめとする世界各地で新たなスポンサー契約を結び、ブランドスポンサーシップのポートフォリオを強化しています。さらに、世界経済フォーラムや欧州ビジネスサミットに「ストラテジック・パートナー」として参画しているほか、TCS Summit、TCS Analyst Day、TCS Innovation Forum といった、主要市



場でのグローバルイベント拡充にも努めています。これらは世界各地から著名な企業の経営幹部が集う場となっており、TCS のブランド向上に寄与しています。

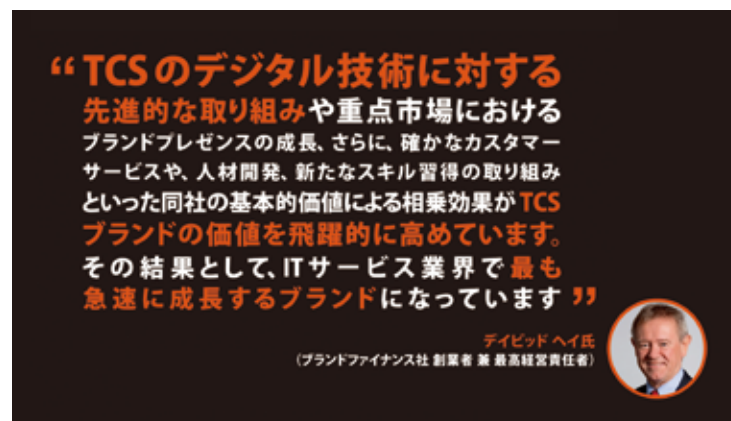
TCS の卓越したマーケティング、コミュニケーション、ブランディング力は 50 を超える表彰の受賞歴を通じて認められています。#DigitalEmpowers は TCS がグローバルに展開する活動の一つで、デジタル技術がより良い世界をつくる力となり得ることを示すためにダボスで立ち上げられました。最近では、ロンドンの「Corporate Content Awards」

で八つの賞を獲得しており、ソートリーダーシップの面でも評価を得ています。

TCS 代表取締役社長 兼 CEO のラジェシュ ゴピナタンは次のように述べます。

「ブランドリーダーシップにおける TCS の成長は、お客様や社員、そして、ビジネス活動を行っている地域に対する TCS の揺るぎないコミットメントの証といえるでしょう。TCS の根幹にある価値観は、昔も今も、最善を尽くしてお客様の成功を考えることです。これまで私たちがグローバルで培ってきた幅広い知見を活用し、『ビジネス 4.0』への変革を目指すお客様のお役に立てるよう、よりいっそう努めていきます。創業 50 周年の節目を迎える今、39 万人の TCS 社員の一人一人が、IT サービス業界における TCS のブランドリーダーシップに大きな誇りを持っていると確信しています」

本件の詳細（日本語）および #DigitalEmpowers の詳細（英語）は、以下の当社ウェブサイトからご覧ください。
https://www.tcs.com/jp-ja/0307_ITServices_Brand
<https://digitalempowers.com>



世界有数の金融企業のデジタル変革を推進する大型契約を締結

ブルーデンシャル様の資産運用・投資信託部門である M&G ブルーデンシャル様は、デジタルを活用したビジネス変革と、資産運用・退職年金プラン契約者へのサービス向上に向け、TCS と新たな合意に達しました。今回の契約金額は 10 年間で 5 億ポンドを超え、400 万件超の顧客契約管理業務を TCS が担います。TCS は英国の当分野のマーケットリーダーであり、これまでに 1,100 万件を超える契約をデジタルプラットフォームである「TCS BaNCS (バンクス)」へ移行・管理しています。

また TCS は、世界有数の生命保険、年金、投資ソリューションのプロバイダーであるトランスアメリカ様と、米国における生命保険および年金商品の契約管理業務の変革を目的とした業務

受託契約を締結。デジタルケイパビリティの迅速な強化、1,000 万件を超える契約に関するサービスの単一かつ最新のプラットフォームへの統合、カスタマーエクスペリエンス向上による成長機会の持続的な拡大が推進されます。

今回の契約額は 20 億ドルを超え、TCS にとって過去最大の契約となります。このパートナーシップにより、契約管理業務の変革が可能となり、単純化されたクラウド型プラットフォームにより、アジャイル型の迅速な商品開発、サービス向上、顧客獲得、イノベーションへの戦略的な投資といった効果も期待されます。当初年ベースで約 7,000 万ドル、やがては 1 億ドルに達するコスト削減効果が見込まれ、最終的な収益への貢献が期待されます。

クラウドおよび SAP の領域において「リーダー」の評価を獲得

TCS は Everest Group 社の「Cloud Enablement Services – Market Trends and Services PEAK Matrix Assessment 2018」において、「リーダー」に認定されました。当社は、アドバイザリーサービスから戦略およびロードマップ策定、アセスメント、デプロイメントおよび実装、ワークロードの移行、ハイブリッド・マネージドサービスまで、パブリック、プライベート、ハイブリッドのクラウド環境を支えるクラウドサービス・ポートフォリオを展開しています。TCS が有するクラウド関連の知的財産ポートフォリオは、市場投入にかかる時間の短縮やリスクの低減、ビジネス価値の提供に確かな実績があります。

- Advanced Drug Development (ADD) Platform
- ERP on Cloud
- HOBs (Hosted OSS / BSS for CSPs)
- iON assessment platform
- TAP (調達・支払)

- CHROMA (人材管理)
- Intelligent Urban Exchange
- TCS BaNCS (金融業界向け)

また TCS は、NelsonHall 社の調査レポート「NelsonHall SAP HANA and S/4HANA Services NEAT」においても「リーダー」の評価を獲得しました。TCS は SAP HANA および S/4HANA を軸として、全社的な戦略の定義から、概念実証 (PoC)、ビジネスケースの作成、プランニング、インフラ管理、実装、移行、サポートまでを網羅しています。TCS が世界各地に設置するイノベーションセンターでは、ドメイン知識と SAP HANA の専門知識を組み合わせ、30 以上のアナリティクス・ソリューションや概念実証を幅広い業界、ドメインに向けて構築しており、顧客企業がより実効性の高いインサイトをリアルタイムで入手することを可能にしています。

全日本スーパーフォーミュラ選手権 2018 年シーズン TCS は TCS NAKAJIMA RACING を支援します



カラーリングが一新された、2018 年シーズンのマシン。ブルー、ホワイトを基調としたデザインを踏襲しつつ、ブルーのレイアウトがより強調され、TCS のロゴが鮮明に映えるデザインとなりました。



上：今シーズンから加入した伊沢拓也選手
下：昨シーズンからドライバーを務める
ナレイン カーティケヤン選手

全日本スーパーフォーミュラ選手権 2018 年シーズン開幕

TCS は、昨年に続き、全日本スーパーフォーミュラ選手権 2018 年シーズンで TCS NAKAJIMA RACING を支援します。

TCS NAKAJIMA RACING は、日本人初の F1 フルタイムドライバーである中嶋悟氏が総監督を務める、プロフェッショナル・モーターレーシングチームです。TCS は、スーパーフォーミュラに参戦する TCS NAKAJIMA RACING を 2017 年シーズンからタイトルスポンサーとして支援するとともに、TCS がグローバルで培ってきた知見と技術力を生かし、テクノロジーパートナーとして IT の側面から技術的なサポートを提供しています。

今シーズンは中嶋大祐選手に代わり、昨シーズン、DOCOMO TEAM DANDELION RACING からスーパーフォーミュラに参戦した伊沢拓也選手が TCS NAKAJIMA RACING に加入しました。伊沢選手は 2018 年シーズンへの

抱負について次のように述べています。

「歴史ある TCS NAKAJIMA RACING からスーパーフォーミュラに参戦することとなり、身の引き締まる思いです。今季の目標は、まず 1 勝を挙げること。メンバーの力を結集すれば十分に勝てるポテンシャルがあるチームだと感じていますし、世界有数の IT サービス企業である TCS の技術的な支援にも大きく期待しています。コミュニケーションをしっかりと取り合い、さまざまなアイデアを試しながら、勝つことだけを考えてレースに臨みます。

TCS そして日本 TCS の社員の方々にとっては、コンマ 1 秒を争う勝負の世界を体験する貴重な機会になると思います。ぜひサーキットやテレビでレースを観戦してもらい、勝ったときの喜びと一緒に共有して、チーム一丸となっていきたい勝負をしていきたいです」

全日本スーパーフォーミュラ選手権 2018 年シーズン開催スケジュール

Super Formula 2018 Series Calendar

第 1 戦	4/21 、22	鈴鹿サーキット (三重県)
第 2 戦	5/12 、13	オートポリス (大分県)
第 3 戦	5/26 、27	スポーツランド SUGO (宮城県)
第 4 戦	7/7 、8	富士スピードウェイ (静岡県)
第 5 戦	8/18 、19	ツインリンクもてぎ (栃木県)
第 6 戦	9/8 、9	岡山国際サーキット (岡山県)
第 7 戦	10/27 、28	鈴鹿サーキット (三重県)

テレビ放映予定

BS フジ「2018 全日本スーパーフォーミュラ選手権大会」
(第 1 戦：鈴鹿を除き、決勝レースを生中継)
www.bsfsuji.tv/superfomuralive/pub

J SPORTS 3 (BS 244ch)「スーパーフォーミュラ 2018」
(シーズン全戦の予選・決勝レースを生中継)
www.jsports.co.jp/motor/super_formula

NAKAJIMA RACING モバイルアプリ

TCS が開発したモバイルアプリでチームの SNS 情報をチェック！ポイントをとためて、オリジナルグッズを獲得することも可能です。

NAKAJIMA RACING Official Website: www.nakajimaracing.co.jp

テクノロジーパートナー としての取り組み

現在、スーパーフォーミュラへエントリーするレーシングチームに提供されるタイミングデータ*は直近の周回情報に限られ、刻々と更新されるタイミングデータの記録は、これまでチームスタッフの手作業で行われていました。さらに、提供されるデータの表示形式がサーキットごとに異なるため、データ収集と解析の効率化が求められています。

そこで TCS は、これらの課題を踏まえ、周回タイムや現地の天候、ピット作



左：タイミングモニター・ダッシュボード／右：サーキット環境（気象）ダッシュボード

業中の給油量のデータ収集を自動化するとともに、これらのデータを一元的に管理・表示できるダッシュボードを開発。ユーザーエクスペリエンス (UX) の改善・向上を目指しています。

テスト走行から予選、決勝レースに至るまで、サーキットや車両からリアルタイムで得られるデータを収集・解析し、

チームドライバーへフィードバックすることでパフォーマンスの向上を図ります。またその情報をチーム全体で共有することにより、次戦以降のレース戦略策定にも寄与できるよう、研究と実証を継続していきます。

*サーキットを周回する車両の最高速度やラップタイム

日本 TCS 社員がピットクルーとしてチームをサポート

2017 年シーズンに引き続き、日本 TCS から 2 人の社員が TCS NAKAJIMA RACING にピットクルーとして参加。シーズン全戦を通じてチームをサポートする中で、ハンズオンでマシンやレースに関する理解を深め、テクノロジーサポートの向上を目指していきます。

「ピットクルーとしてチームへ参加することで、データ解析によるレース成績

の向上を目指す技術を身に付けるとともに、アプリケーションの運用や SNS の開発を通じて、若年層を中心とした潜在的なファンを開拓し、チームやモータースポーツの発展に貢献したいと思っています。ピット作業では、私の強みである愚直に努力し、積極的に学ぶ姿勢で、チームの勝利と TCS のブランド向上に貢献します」(西本)

「TCS の技術的知見を活用し、TCS NAKAJIMA RACING がよりよい成績を上げられるように貢献するとともに、TCS の技術力を世界に発信することを目指します。限られた時間でチャレンジングな課題に取り組むことは、自身の成長につながる特別な機会ですので、全ての仕事に情熱を持って取り組みたいと思います。また、レーシングドライバーだった父親の仕事を、ピットクルーとして追体験したいと考えています」(森田)



左：西本 聖 (エンタープライズアプリケーションサービス本部)／右：森田 歩 (デジタルトランスフォーメーションサービス本部)

A design-thinking tour

Have Post-Its.
Ready to Think? We're putting ideas together at the front end of development.

As I've coached teams in Design-thinking over the past 20 years there have been a lot of sticky notes. At times, so many that even I respond allergically to a break-out of Post-its. (!) I know my nearest colleagues have patiently adjusted to the heartbeat of thought-full, organized clutter that washes color through the room each week, as we work through a project challenge. It struck me recently, though, that they are a powerful, socially democratic tool, one that really does promote the building of ideas by multiple minds.

I so appreciate the ability to post half of an idea, knowing that we'll knit it together into an entire concept later, probably with several other people's inspired "aha's". This gets us over one of those first hurdles of creativity: not sharing our ideas because they aren't yet good enough. I also love their shiftable nature, allowing us to take on

different points of view as we consider a service from different angles. In my role as head of design-thinking, I recently workshopped my way across 5 cities in India and Japan, facilitating design teams to use their skills at this faster pace and in this more collaborative and inclusive manner. Our aim in these sessions, is to integrate creative ideas into simple "Post-it prototypes" that prompt others to be intrigued, see value, and take further action.

Yes, Design-thinking is more than Post-its and Ideas...

The photos 1 and 2 spotlight one of the most impactful moments in design-thinking, sharing our concepts via experiential mock-ups, games and role-plays. Teams get immediate feedback from consumers and end-users, as well as inputs from stakeholders. The concept is seen and felt by all of us at once; giving us all a sense of its future value and the future barriers our teams should plan around. Design-thinking at the beginning of a program, does several things.

- (1) Explores and defines what may be built.
- (2) Gives us a more tangible way to assess impact vs effort, in order to prioritize concepts and to achieve good Return on Investment (ROI).
- (3) Gives everyone the same vision that we'll plan downstream work for.

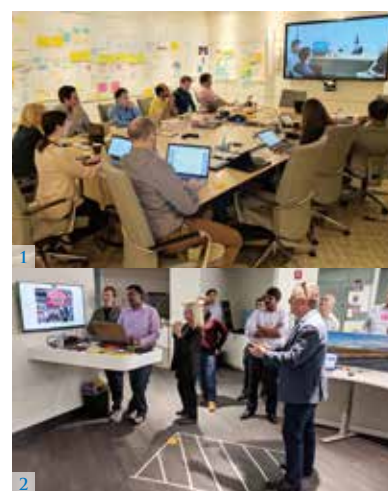


Photo 1. Sharing prototypes with users to get their feedback. Team watches interview take place in a nearby room.

Photo 2. Imagine waiting at your flight's departure gate and being able to see yourself at your destination on a nearby screen would this prompt you to buy a game ticket?

How do we get to these fruitful moments?

Even in the short bursts of a well-prepared design-thinking workshop,

prototypes above offer great value when co-imagining the future. To make best use of our time together, we align beforehand on

- (1) Personas: who is our target user or audience?
- (2) Journeys: When and where should we look at the Persona's service usage?
- (3) Business Questions: What does the business want to gain?
- (4) Inspirations: What inspires each of the participants in this service area?
- (5) Technology: What is the current Roadmap? What other technologies may we consider?

Then what?

Design-thinking is used to explore and define the "What" - what service, features and experience shall we provide?

We illustrate this "what" via video concepts, clickable medium-resolution UX/UI prototypes, and other experiments. Once the concept is agreed, defined and tested, design-thinking work gives way to the actual design. A UX+Delivery team develops a solution together, in an Agile setting when appropriate.

Below you see a 4-day design-thinking workshop: We explore, define and test several concepts. We started with 2 Business Questions around retirement planning and two Personas. Added User Experience inspirations, such as online countdown timers and yoga courses, to help us

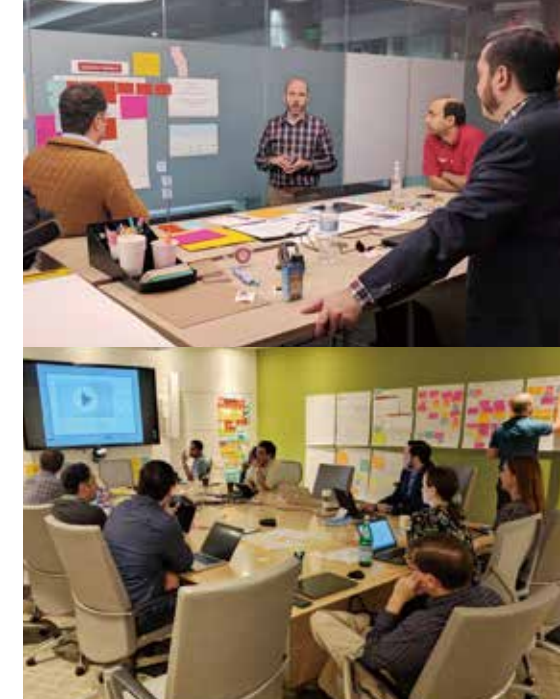
think broadly. Included a wide group of stakeholders to brainstorm and prototype. Afterward, we prototyped concepts at higher fidelity. The final concepts encompassed an entire experience for the user, helping them educate themselves, calculate and compare their options, and do this across a multi-year interaction timeline, with convenience and confidence.

What does Design-thinking bring us?

Design-thinking helps companies increase their "top line," bringing creative new business ideas and technology-enabled user experiences to life.

Design-thinking also helps with the "bottom line." It reduces the costs associated with designs that haven't been user-tested early enough. Using Design-thinking also shortens project timelines by exploring several ideas in parallel and up-front, rather than stagnating or looping back when the first idea a team follows don't pan out.

Design-thinking also brings teams, departments and units together in a focused, creative and productive way. Cross-department staff and downstream contributors are energized and effective in the short bursts of a workshop that core team members frame to gain stakeholder input. Core teams get a jump-start on their design work, knowing they've achieved a balanced point of view on the technology, business and human experience of their new or improved service.



Chris Kurjan

Head of Design-thinking,
TCS Interactive

As the Head of Design-thinking, Chris focuses on the front end of development, innovating new services, products, features and customer journeys across industries in B2C, B2B and B2E situations.

Chris and her teams integrate stakeholders' visions, user needs, and appropriate technologies into well-designed experiences and viable new business concepts. To begin, they facilitate strategy and discovery workshops to produce Product Roadmaps and Service Prototypes. Service Design projects follow-on where these Design-thinking teams define and test the experiences, that are then designed and implemented for clients in collaboration with TCS teams.

Chris's design-thinking expertise comes from her years in Mechanical Engineering Design (Masters degree) at Stanford University and subsequent 15 years at IDEO, an international innovation consultancy, where her key skills were in leading creative collaboration, crossing the gap from insights to design, and guiding design-thinking processes. She holds seven patents (both invention and design) from this period. As an independent consultant, she created and delivered curriculum at the graduate level in Ireland and Japan and has brought design-thinking into corporate systems as well.

Jaguar Land Rover Japan Limited

Transforming Customers' Buying Experience – A Next-Generation Digital Platform Built through One-team Agile Development

Leveraging omni-channel sales to transform the customer buying experience

Today's customers expect that all the information necessary for making a purchase decision—price comparison, payment methods, campaigns and discounts, stock availability, delivery date / time, and customer reviews—is made accessible to them online. The import car industry, however, is well behind other retail sectors in terms of digital initiatives and online sales environment. According to a 2015 study on consumer behavior, more than 81% of individuals purchasing cars in

Japan visit the automakers' websites or turn to social media to find out about the types of cars that they might buy, with 42% of them already narrowing their choices to one or two models before actually visiting the retailer (dealer). The retailers on the other hand, greet customers who show up at their stores with a blank slate, not having a channel for sharing information that their prospective customers have already gathered or considered online.

In light of this problem, Jaguar Land Rover Limited (JLR) set out to transform the

customers' buying experience. Mr. Akihito Watanabe, Digital Marketing Manager, Marketing & PR at JLR's Japanese arm, Jaguar Land Rover Japan Limited (JLR Japan), explains the objectives of the project as follows:

"The import car industry has traditionally relied on an offline, retailer-based sales style. However, customers are rapidly becoming digitally oriented these days, and they have become more and more inclined to engage in an intuitive buying experience online,

before actually going to the showroom. Customer feedback showed that they were not happy with the uncertainty of which models would be available when they finally visit the store. We needed to provide a platform that would allow them both to check the stock availability, and enjoy the actual process of choosing the car to buy."

To address these problems, JLR undertook the development of their "Online Sales Advisor (OSA)," a system that enables customers to make a comparative review of different models on the web and share that

information with the dealer before they visit.

"The development of OSA was a critical project that would drive our omni-channel sales forward, and would be our first step toward the next-generation digital strategy," says Mr. Kunimitsu Kaji, IT Manager, Business Services, JLR Japan. "In addition to connecting online customers with offline retailers, OSA was also expected to serve to acquire young customers by promoting the JLR brand among the digital generation."

Tata Consultancy Services (TCS) has long supported JLR's system development globally.

On the basis of this successful relationship, JLR selected Tata Consultancy Services Japan (TCS Japan) as its development partner, with a view to launching OSA first in Japan and later rolling out in other regions.

"TCS is one of the world's top IT service companies, and boasts very strong presence in terms of both rich resources and flexibility required for a development project. Also, with this project slated for global rollout, familiarity with JLR's philosophy across different markets worldwide made TCS Japan stand out against the competition," says Mr. Kaji.

Development completed under tight schedule using agile development method



Akihito Watanabe

Digital Marketing Manager
Marketing & PR
Jaguar Land Rover Japan Limited



Kunimitsu Kaji

IT Manager
Business Services
Jaguar Land Rover Japan Limited



Sergey Korolev

Business Development Manager
Overseas Operations
Jaguar Land Rover Limited

Using OSA, customers can compare different models on the web, obtain quotes and trade-in prices, simulate financing, and make an appointment with the retailer for negotiation. The information, such as the model that the customer has selected and taken a price quote on, is saved in the system and sent, via the Salesforce system used by the retailer for their day-to-day operations, to the store that the customer is to visit. This saves the customer time in the showroom, as the store staff already know which models the customer is interested in and what finance plan the customer has in mind. To the retailer, the system offers the benefit of being able to approach the untapped online customer segments and steer them to the physical store. One notable characteristic of OSA is that it uses the “Community” function of Salesforce. Usually, the function is used internally for managing inquiries from users. In this project, however, the function is connected to the open website accessible by customers and aggregates the information saved on the web by customers into Salesforce. JLR has been awarded “Trailblazers of The Year” in Salesforce’s “Community Cloud Customer Trailblazers” for this initiative.

Another point of note is the adoption of an agile development method. JLR had a very tight schedule for this development project. Goals were therefore set with the idea of creating a minimum viable product – to build the system, equipping it with the minimum necessary functions in a short period of time. TCS Japan worked closely with JLR in defining

the requirements, exploring the anticipated user needs and behaviors, putting them into a user story, and going through short, iterative cycles of implementation and refinement.

“Many of the system development projects undertaken by JLR in the past had followed a traditional waterfall approach, and this was the first time for us to try agile development. Some of our associates were perplexed by the “three steps forward, two steps back” procession of an agile approach, but thanks to the active communications and project management led by TCS Japan members, their uneasiness gradually dissipated, and they came to participate in the project feeling more convinced. Through daily conference calls and active discussions, we could see the system getting better day by day.” (Mr. Watanabe)

One keyword in this development project was “cross organization.” It was a project involving JLR in the UK and JLR Japan, requiring coordination not only between the IT divisions on both sides but also with marketing and sales divisions. TCS Japan acted as a communication bridge between JLR and JLR Japan; for instance, when the two had different opinions about the system requirements, TCS Japan went between and explained about the specific requirements for Japanese users. Since web API and UI design for finance were developed by other vendors, there were a large number of stakeholders involved in the project. TCS Japan took on project management and oversaw the progress of other vendors so that there would be no delay in the overall schedule.



Supporting JLR’s global strategy through system development catered to mature Japanese market

Due to its inventory-based nature, the prevailing import car sales style is that customers visit a showroom and choose a model from those available there at the time, listening to the retailer’s advice. OSA, on the other hand, has realized a customer-led buying process in which customers find and purchase the models that match their preferences. It is already beginning to receive positive feedback from customers coming to the showroom via OSA, for the active buying experience it provides.

Mr. Sergey Korolev, Business Development Manager of Overseas Operations, JLR, notes the significance of the project in the framework of its global strategy as follows:

“We at JLR operate our online sales platforms across seven markets in fifteen countries. OSA was developed for one of our most important markets, Japan, and is to play

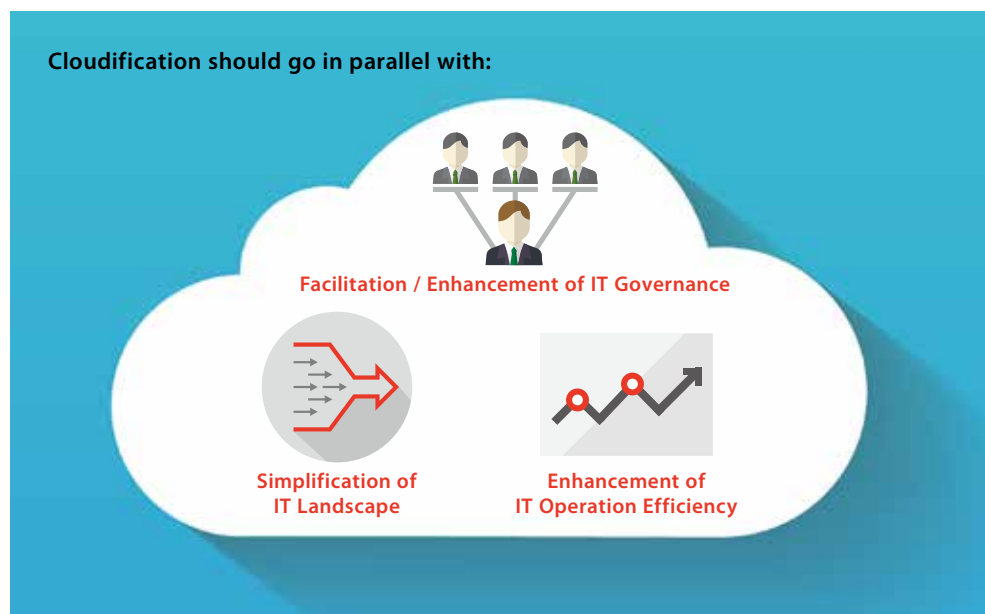
a significant role in our global strategy. When we build a new platform, we take multiple elements into account, such as differences in the customer mentality from market to market, and other local specifics. Japan is a very mature, “discerning” market, and TCS Japan has given us full support so that we are able to reach this market. In fact, we collaborated with TCS Japan in one team – JLR, JLR Japan, and TCS Japan. We constantly exchanged ideas through conference calls, and putting future rollout in other geographies in perspective, we were able to go straight through to implementation of various features.”

TCS Japan will continue to work with JLR and JLR Japan as one team, and ardently support their global strategy leveraging TCS’ expertise in advanced technologies including agile development.



Nana Uno

Salesforce Practice Sub Unit
Enterprise Application Services
Tata Consultancy Services Japan, Ltd.



TCS Japan Managed Cloud Services for IT Platform Transformation

To stay competitive in today's fast-changing business environment, enterprises need a next-generation IT platform that can adapt to changes with agility and flexibility. One effective way to achieve this is cloudification. Through Tata Consultancy Services Japan (TCS Japan) Managed Cloud Services, TCS Japan, leveraging Tata Consultancy Services (TCS)'s globally proven knowledge on cloudification, provides end-to-end support from formulation of cloud strategy through to migration and operation, to help customers achieve their IT platform transformation.

The key to successful cloudification lies in finding optimal balance of public and private cloud environments (hybrid cloud),

something which varies widely depending on the current state of the customer's IT environment and their strategy moving forward. At TCS Japan, seasoned consultants carefully examine the customer's underlying business requirements and IT landscape, before formulating and proposing an optimal roadmap forward for cloudification.

Cloudification strategy should be aligned with the following three goals. First is simplification of the IT landscape. Cloudification would be virtually meaningless if it were not accompanied by simplification of the architecture, standardization of the platform, and optimization of computer resources. Second is achieving greater efficiency in IT operations. Cloudification, combined with

automation of IT management and furnishing of a user portal, can significantly improve the efficiency of IT operation. The third and last goal to bear in mind is the facilitation and fortification of IT governance. The unprecedented agility attained by cloudification leave organizations prone to uncoordinated procurement and distributed management. To prevent this, it is critical to take measures for enhancing IT governance, such as establishing guidelines and integrated-management platforms. With all these in hand, enterprises can fully reap the benefits of cloudification.

TCS Japan, through our cloudification services, will help enterprises build a next-generation IT platform that contributes to enhancing their corporate value.



Consulting Services Unit Head
Tata Consultancy Services Japan
Masato Mano

As a consultant, Masato Mano is involved in business process transformation and IT implementation planning, mainly in the realms of SCM and logistics. Mano is TCS Japan's Head of Consulting Services, leading the introduction of TCS' globally proven consulting methodologies and reference models, and orchestrating support for customers' Business 4.0 initiatives and digital transformation journeys.

Leveraging TCS Location Independent Agile to Maximize Value

Against the backdrop of a dynamic business environment, enterprise IT systems need agility to respond to changes more than ever. Enterprises have explored various approaches for making a distributed agile development model work, but with limited success in establishing effective mechanisms so far.

Tata Consultancy Services (TCS) has developed a unique method called "TCS Location Independent Agile," a Distributed Agile model that enables enterprises to achieve maximum value through geographically unconstrained agile-development. By leveraging TCS Location

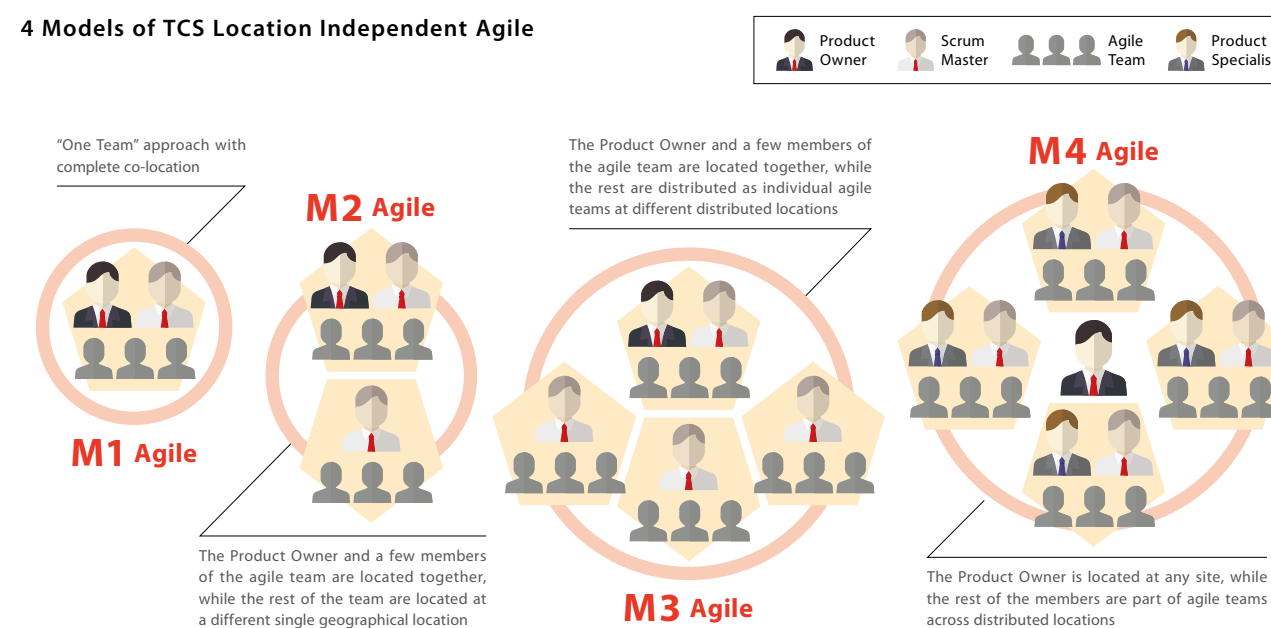
Independent Agile approach, enterprises can ensure sustained and scalable agility with relative ease, delivering benefits that far exceed those of fully co-located teams. At the same time, TCS Location Independent Agile preserves the benefits that are inherent in globally distributed teams, namely: availability of personnel at scale; increased speed-to-market due to extended operation hours; ready access to global talent pool, and; ability to generate a diverse array of ideas for solution improvement.

TCS Location Independent Agile uses a '3 Dimensions (to assess) - 4 Models (to choose from) - 5 Enablers (to plan for)' approach. First, three main dimensions—1, business

knowledge in the distributed locations; 2, nature and criticality of the effort; and 3, the organization's maturity in agile ways of working—are evaluated. Based on the results of this evaluation, one of four team models is selected for project execution (see the figure below). Then, in accordance with the operational characteristics and requirements, strategic investments and planning are made around five enablers, to enhance the efficacy of the selected team model.

Tata Consultancy Services Japan (TCS Japan) is committed to supporting customers' endeavors for both digital and agile transformation, leveraging the TCS Location Independent Agile approach.

4 Models of TCS Location Independent Agile



Agile CoE Leader,
Digital Transformation Services,
Tata Consultancy Services Japan
Naoki Takata

Naoki Takata has more than 25 years of IT industry experience, and has engaged broadly in system architecture-design and development, from enterprise systems and packaged software through to embedded software. He has a wealth of experience in the standardization of system development processes and frameworks, and is well-versed in the latest development method trends, including Agile. Currently as Agile Center of Excellence (CoE) Leader for TCS Japan's Digital Transformation Services Unit, he is engaged in various internal and external evangelistic activities and project support, in coordination with TCS' industry-wide Agile Initiative drive.

TCS Ranked as the Fastest Growing IT Services Brand

TCS has been named as the fastest growing IT services brand in the world in an assessment done by Brand Finance, the world's leading brand valuation firm.

According to Brand Finance's 'IT Services 15' annual report for 2018, TCS now has a total brand value of US \$10.391 billion – a growth of 14.4% from last year's total of \$9.081 billion. The new value is the fastest incremental growth of all companies in the industry, and places TCS in the top three most valuable brands in the global IT services sector along with IBM and Accenture. This puts TCS in a unique group of businesses with a brand valuation over the \$10 billion mark.

TCS has strengthened its portfolio of global brand sponsorships by forging new partnerships in Japan and across the world, adding to its existing premium partnerships, such as the TCS New York City Marathon and the TCS Amsterdam Marathon among others. It has also been appointed as a Strategic Partner to the World Economic Forum and the European Business Summit and has extended a range of its own branded properties including the TCS Summit, TCS Analyst Day, and TCS Innovation Forum, which



are run as global events across all its key markets. These have become major gatherings of C-Level business leaders across the world, boosting TCS' brand at the boardroom and executive committee levels.

TCS' global campaigns, such as #DigitalEmpowers, which was launched at Davos to showcase the potential for digital technologies to become a force for the good in the world, are part of several initiatives that have won over 50 awards for marketing, communications, and branding excellence. Recently the

company was recognized for its thought leadership by winning 8 accolades at the Corporate Content Awards in London.

Rajesh Gopinathan, CEO and Managing Director of TCS, said: "The growth we have demonstrated on brand leadership is a testament to our steadfast commitment to our clients, our people, and the communities we work in. The innermost core of our company values has always been our resolute focus on our clients and their success. We look forward to using the vast contextual knowledge we have built to further benefit our clients in their transformation journeys towards Business 4.0. As we mark the 50th year of the founding of TCS, I am certain that each one of our 390,000 employees worldwide will take great pride in TCS' brand leadership within the industry."

For further information on the news and #DigitalEmpowers, please visit our website:
https://www.tcs.com/jp-ja/0307_ITServices_Brand
 (japanese only)
<https://digitalempowers.com>

“TCS' FORWARD-THINKING APPROACH TO DIGITAL TECHNOLOGIES, ITS GROWING BRAND PRESENCE IN ITS KEY MARKETS, PAIRED WITH ITS CORE VALUES OF CUSTOMER SERVICE, EMPLOYEE DEVELOPMENT AND RE-SKILLING HAS SEEN ITS BRAND VALUE GROW EXPONENTIALLY - SO MUCH SO THAT IT'S NOW THE FASTEST GROWING BRAND IN THE IT SERVICES INDUSTRY”

DAVID HAIGH - CEO & FOUNDER, BRAND FINANCE



TCS Enters into Large-scale Digital Transformation Contracts with the World's Leading Financial Companies

M&G Prudential, the savings and investments business of Prudential plc, announced a new agreement with TCS to digitally transform Prudential's business and deliver enhanced service for its savings and retirement customers. The value of this agreement exceeds £500 million over 10 years, and TCS will support Prudential's over 4 million customer policies. TCS is the market leader in UK life and pension administration, having transferred more than 11 million policies to its digital platform, TCS BaNCS.

TCS also entered into an agreement with Transamerica, a leading provider of life insurance, retirement, and investment solutions, to enable the transformation of administration of its U.S. insurance and annuity business lines. The partnership enables Transamerica to rapidly enhance its

digital capabilities, simplify the service of more than 10 million policies into a single integrated modern platform, and drive greater sustainable growth opportunities through superior customer experiences.

The agreement is worth more than \$2 billion in revenues, the largest contract signed by TCS to date. The partnership will enable the transformation of policy administration and also support Transamerica's overall transition to a simplified, cloud-enabled platform for agile new product development, enhanced services, acquisitions, and strategic innovation investments. This agreement is expected to lead to annual run-rate savings of approximately \$70 million initially – growing to \$100 million over time – for Transamerica. The majority is expected to benefit underlying earnings.

TCS Recognized as a Leader in Cloud Enablement Services and in SAP HANA & S/4HANA Services

TCS has been recognized as a "Leader" in Everest Group's report, "Cloud Enablement Services – Market Trends and Services PEAK Matrix Assessment 2018." TCS offers an end-to-end cloud services portfolio consisting of cloud advisory services, strategy and roadmap definition, assessment, deployment and implementation, workload migration and hybrid managed services, spanning public, private and hybrid cloud environments.

TCS has an extensive portfolio of intellectual property which is cloud based, with a proven record of enabling faster time to market, reducing risk, and delivering business value.

- **Advanced Drug Development (ADD) Platform**
- **ERP on Cloud**
- **HOBS (Hosted OSS / BSS for CSPs)**
- **iON assessment platform**
- **TAP for procure to pay**

- **CHROMA for talent management**
- **Intelligent Urban Exchange**
- **TCS BaNCS for banking and financial customers**

TCS has also been positioned as a "Leader" in NelsonHall's SAP HANA & S/4HANA Services 2017 NEAT. TCS' end-to-end services portfolio around SAP HANA and S/4HANA covers enterprise-wide strategy definition, Proof of Concept (PoC) and business case preparation, and core program activities such as planning, infrastructure management, implementation, migration, and support. At TCS' global innovation centers, solution architects have combined their domain knowledge and technology expertise on SAP HANA to build 30+ Analytic Solutions and PoCs across industries and domains to help customers gain deeper real-time insights.

TCS Will Support TCS NAKAJIMA RACING in Japanese Super Formula Championship 2018



Machine in redesigned coloring for 2018 season. Preserving the team's classic navy-and-white design concept, the new coloring incorporates a dramatic TATA-blue stripe that accentuates the team logo.



Top: Takuya Izawa joins the team from this season
Bottom: Narain Karthikeyan is ready for his second season in the team

The 2018 season kicks off

Following on from last year, TCS will support TCS NAKAJIMA RACING's 2018 campaign in the Japanese Super Formula Championship (Super Formula). TCS NAKAJIMA RACING is a professional motor racing team led by Satoru Nakajima, the first Japanese full-time F1 driver. TCS has partnered as title sponsor for NAKAJIMA RACING in the Super Formula series since 2017, and contributes to team performance and fan engagement as technology partner, leveraging its globally proven IT expertise and technological excellence. Narain Karthikeyan is joined this season by new teammate Takuya Izawa, who joins from DOCOMO TEAM DANDELION RACING, replacing Daisuke Nakajima. Commenting on his ambitions for the 2018 season, Izawa declares:

"It gives me a newfound sense of excitement to be able to participate from

long-established TCS NAKAJIMA RACING. My goal for the season, first up, is to earn a win. This team definitely has the potential to do it when we rally together, and it is also very encouraging to have technology support of the world's leading IT service companies, TCS. I'll be communicating closely with my team, and trying out different tactics, so that come race day my focus is 100% on winning. For people at TCS and TCS Japan, this will be a valuable opportunity to experience the world of sport where a split second makes or breaks it. I hope that you watch the race at the circuit or on TV, so that we can all strive as one team and share in the excitement and joy of victory."

Super Formula Season 2018 Calendar

Round 1	April 21 (Sat) and 22 (Sun)	Suzuka Circuit (Mie Pref.)
Round 2	May 12 (Sat) and 13 (Sun)	AUTOPOLIS (Oita Pref.)
Round 3	May 26 (Sat) and 27 (Sun)	Sports Land SUGO (Miyagi Pref.)
Round 4	July 7 (Sat) and 8 (Sun)	Fuji Speedway (Shizuoka Pref.)
Round 5	August 18 (Sat) and 19 (Sun)	Twin Ring Motegi (Tochigi Pref.)
Round 6	September 8 (Sat) and 9 (Sun)	Okayama International Circuit (Okayama Pref.)
Round 7	October 27 (Sat) and 28 (Sun)	Suzuka Circuit (Mie Pref.)

TV Coverage

BS Fuji "2018 Japanese SUPER FORMULA Championship"
(Except Round 1, the program covers final races of each round with live.)
www.bsfuji.tv/superfomuralive/pub

J SPORTS 3 (BS 244ch) "SUPER FORMULA 2018"
(The program covers all the qualifying sessions and final races with live.)
www.jsports.co.jp/motor/super_formula

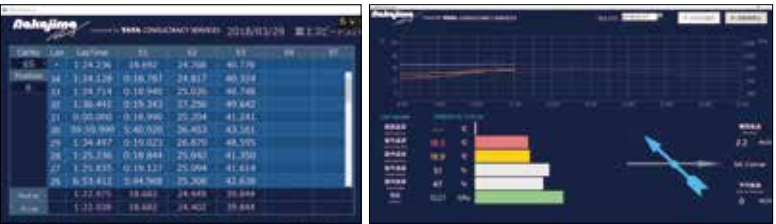
NAKAJIMA RACING Mobile App
Please follow the team's SNS update with mobile app developed by TCS. You can get original novelty goods by saving user point.

NAKAJIMA RACING Official Website: www.nakajimaracing.co.jp

TCS' Technological support

Under the current Super Formula race system, lap-timing data* is displayed for only the most recent lap, making it necessary for team staff to incessantly record any data of strategic interest manually. In addition, data formats differ from circuit to circuit, making it difficult for teams to track and respond with agility to developments across the full field of machines.

TCS has worked with the team to develop an automated monitoring dashboard that collects, consolidates, and displays data,



Left: Timing monitor dashboard / Right: Circuit (weather) condition dashboard

such as lap-time, weather conditions, and fuel loading. Considerable work has also gone into refining the user interface for better user experience by engineers and drivers alike.

Enabling real-time, intuitive depiction of multiple, critical data-sets allows team engineers to deliver the drivers strategic

input with greater speed and accuracy, starting from practice sessions, all the way through to qualifying rounds and race finals. The easy compilation and consumption of data-sets post-race also helps the team with formulation of future race strategy.

*Top speeds and lap / sector times of competing machines

Trainees from TCS Japan Join NAKAJIMA RACING

Following on from an initiative launched in 2017, two young TCS Japan associates will again join TCS NAKAJIMA RACING as trainees for the 2018 season. Working with the team throughout the season as members of the pit crew, Takashi Nishimoto and Ayumi Morita will be tasked with developing deeper, hands-on understanding of the machine and race, and bringing that back into TCS' technological support.

"Through this pit crew experience, I'd like to acquire data analytics skills that will support the team's better race performance, and also contribute to further development of the team and motor sports by reaching potential fans, especially young people, through development of applications and social media. In the pit, I will contribute to the team's victory and TCS' brand enhancement with my own strengths of stubborn tenacity and

enthusiasm for learning." (Nishimoto)

"I'd like to contribute to TCS NAKAJIMA RACING's better performance by leveraging TCS' technological expertise while at the same time showing TCS' technological abilities to the world. It is such a special opportunity to work on a challenging job within a limited time and grow myself through it. I will tackle every piece of work with passion. Also, I hope that this will be a special experience for me to relive the job of my father, who was a racing driver, from the position of pit crew." (Morita)



Left: Takashi Nishimoto (Enterprise Application Services) / Right: Ayumi Morita (Digital Transformation Services)

Catalyst for IT-led Business Innovation

ITとデジタル技術を駆使し、ビジネス変革を加速する。



Super Formula 2018 Series Calendar

第1戦	4/21(土)、22(日)	鈴鹿サーキット (三重県)
第2戦	5/12(土)、13(日)	オートポリス (大分県)
第3戦	5/26(土)、27(日)	スポーツランド SUGO (宮城県)
第4戦	7/7(土)、8(日)	富士スピードウェイ (静岡県)
第5戦	8/18(土)、19(日)	ツインリンクもてぎ (栃木県)
第6戦	9/8(土)、9(日)	岡山国際サーキット (岡山県)
第7戦	10/27(土)、28(日)	鈴鹿サーキット (三重県)



NAKAJIMA RACING モバイルアプリ
TCSが開発したモバイルアプリでチームのSNS情報をチェック！ ポイントをためて、オリジナルグッズを獲得することも可能です。詳しい情報はQRコードからご確認ください。

TCSは、2017年より全日本スーパーフォーミュラ選手権において、日本人初のフルタイムF1ドライバー、中嶋 悟氏が率いる「NAKAJIMA RACING」のメインスポンサーおよびテクノロジーパートナーを務めています。日本TCSの社員をピットクルーのスタッフとして派遣することでマシンやレースの理解を深め、より高度な技術サポートを目指すとともに、日本のモータースポーツ振興にも貢献していきます。

NAKAJIMA RACING Official Website: www.nakajimaracing.co.jp

TATA CONSULTANCY SERVICES JAPAN

A Tata Consultancy Services and Mitsubishi Corporation Joint Venture