価値創造プロセス

～持続的な企業価値向上を実現するサイクル～

国内外での強固な顧客基盤、グローバルなブランド力及び人材力、世界トップクラスの研究開発力等を活用し、パートナーの皆さまとともに、デジタルトランスフォーメーションによるNTTグループならではの持続的な企業価値の向上をめざします。

Smart World／Society 5.0 実現に貢献

SDGs／持続可能な社会へ

経営資源・能力

Input

- 研究開発
- 人材
- ブランド
- ICT基盤
- 財務基盤
- 顧客基盤

「公共性」「企業性」

事業活動を通じた 社会的課題の解決

お客さまのデジタルトランスフォーメーションをサポート

自らのデジタルトランスフォーメーションを推進

人・技術・資産の活用

ESG経営の推進、株主還元の充実による企業価値の向上

パートナーの皆さまとのコラボレーション

経営資源の増強

Outcome

財務目標

EPS成長
＋50%増加（約320円）

海外売上高／海外営業利益率*1
250億米ドル ／ 7%

コスト削減（固定／移動アクセス系）
▲8,000億円以上

ROIC
投下資本利益率
8%

Capex to Sales（国内ネットワーク事業）*2
売上高設備投資額比率
13.5%以下

- EPS成長、海外売上高／海外営業利益率、コスト削減、ROICの目標年度は2023年度（EPS成長*3、コスト削減は2017年度との比較）
- Capex to Salesの目標年度は2021年度

*1 グローバル持株会社帰属。海外営業利益は買収に伴う無形固定資産の償却費等、一時的なコストを除く
*2 NTTコミュニケーションズのデータセンター等を除く
*3 Tata Sons Limitedからの仲裁裁定金受領影響を除く