

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

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT GOALS



財務目標

事業活動を通じた
社会的課題の解決

Input

Outcome

経営資源・能力

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」



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



人・技術・資産の活用



自らのデジタル
トランスフォーメーションを推進



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

EPS成長
+50%増加(約320円)

海外売上高／海外営業利益率^{*1}
250億US\$ / 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など、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