価値創造プロセス

～持続的な企業価値の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(DX)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。

SDGs/持続可能な社会へ

Input

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

経営資源・能力

「公共性」＋「企業性」

事業活動を通じた 社会　的課題の解決

デジタルトランスフォーメーション × CSR

NTTグループの変革　の方向性

with/afterコロナ社会へ
分散型ネットワーク社会に対応し　た新たな経営スタイル

デジタル化/DXの進展
国内／グローバル事業　の強化

Well-being社会の実現
ESGへの取組みによる企　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

Outcome

中期財務目標

	新目標(2021年10月公表)	従来目標	〈2022年度目標〉
EPS	370円(2023年度)	約320円(2023年度)	〈340円〉
海外営業利益率※1	7%(2023年度)	7%(2023年度)	〈7.0%〉(1年前倒しで目標達成見込み)
コスト削減※2(固定/移動アクセス系)	▲1兆円以上(2023年度)	▲8,000億円以上(2023年度)	〈▲9,300億円〉
ROIC 投下資本利益率	8%(2023年度)	8%(2023年度)	〈7.6%〉

主なサステナビリティ目標　〈2022年度目標〉

温室効果ガス排出量※3	カーボンニュートラル(2040年度)	〈307.5万t以下〉(2013年度比▲34%)
B2B2X収益額	6,000億円(2023年度)	〈6,000億円〉(1年前倒しで目標達成見込み)
女性の新任管理者登用率	毎年30%を継続	〈30%〉

※1 集計範囲は、中期計画設定時にNTT, Inc.に帰属していた子会社(NTTデータ海外事業、NTT Ltd.、NTTコミュニケーションズ海外事業等)
海外営業利益率は、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いて算定
※2 2017年度からの累計削減額
※3 対象はGHGプロトコル:Scope1+2

経営資源の増強