

7 グローバル組織再編と NTT DATA, Inc. の創設	148
7-1. NTT, Inc. の設立 (2018 年 11 月)	148
7-2. NTT Limited の設立 (2019 年 7 月)	148
7-3. NTT DATA, Inc. の設立 (2022 年 10 月)	149
7-4. シナジー事例と今後の事業成長	149

第 4 章 グループ経営・サステナビリティ・人材戦略・ガバナンス強化

1 民営化以降の組織の変遷及び NTT 法改正に係る動向	152
1-1. NTT 民営化の経緯	152
1-2. NTT 再編成及びそれ以降の事業再編	155
1-3. 街づくり事業の再編 (NTT 都市開発の上場廃止と NTT アーバンソリューションズの設立)	160
1-4. ドコモ完全子会社化と新生ドコモグループ	161
1-5. NTT 法の改正と影響	161
1-6. NTT データグループの完全子会社化	165
2 持続可能な社会の実現に向けた NTT の取り組み	167
2-1. NTT グループ CSR 憲章から NTT グループ サステナビリティ憲章へ	167
2-2. 3 つのテーマ、9 つのチャレンジ、18 のアクティビティ	168
3 パンデミックを契機とした新たな社会の実現	171
3-1. 新型コロナウイルス感染症の急速なまん延への対応	171
3-2. パンデミックを克服した新たな社会への対応	174
4 EX・社員エンゲージメント向上に向けた人的資本経営の強化 (Well-being の最大化)	179
4-1. 従業員体験 (EX) の高度化のための人事給与制度改革～自律的なキャリア形成支援～	179
4-2. 多様な人材の能力を最大限発揮するためのダイバーシティ & インクルージョン	184
4-3. ワークインライフ実現のための取り組み (多様な働き方)	192
4-4. 人的資本経営と従業員エンゲージメント	197
5 お客さま体験 (CX) の高度化及びマーケティング機能強化による価値創出	201
5-1. 今なぜ、「お客さま体験 (CX)」が企業価値の中心なのか	201
5-2. 「お客さま志向」経営の土台形成	202
5-3. 「お客さま体験 (CX)」の高度化に向けた全社推進体制の整備	202
5-4. 具体的なお客さま体験 (CX) 改善の事例	204
5-5. 研究開発マーケティング本部の設立と CX 高度化	205
5-6. お客さま体験 (CX) の高度化及びマーケティング機能強化による事業創出	207
6 DX の推進と業務プロセス変革	208
6-1. NTT グループにおける DX 推進	208