

## 3 NTT NEWS NETWORK (NNN)

事業戦略／ビジョンの理解促進と  
グループ社員一体感の醸成を目的にNNNを構築

日本電信電話株式会社（以下、NTT）は、全グループ社員向けのインターナルコミュニケーション（インナーコミュニケーション）サイトとして、「NTT NEWS NETWORK（以下、NNN）」を2020年11月末に立ち上げた。目的は、NTTグループの事業戦略やビジョンの理解促進とグループ社員一体感の醸成だ。以下では、「NNN」のコンセプトを含めた現在の状況を紹介する。

全グループ社員向けのインナーコミュニケーション  
専用サイト「NNN」を開設

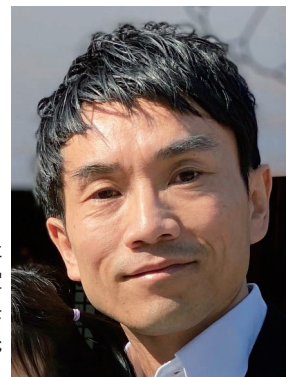
NTT広報室は、全グループ社員向けインターナルコミュニケーションサイト「NNN」を立ち上げ、2020年11月より運営している。これまで、各グループ会社が自社グループ社員向けに個別に運営するイントラサイトはあったが、全グループ社員向けの専用サイトは今回が初めてだ。

NTT広報室の鈴木匠担当課長は、「NNNを立ち上げた狙い・目的は①事業戦略／ビジョンの理解促進と、②グループ社員の一体感の醸成の2つです」と明確に語る。

その背景には、グローバルでイノベティブでオープンな「New NTT」へと脱皮したいという強い思いがうかがえる。NTTは、ITジャイアントと称されるGAFAsをはじめとするグローバルベンダーや国内外のキャリアとの熾烈な競争環境へ対応し、“強いNTT”になるために、ここ数年ゲームチェンジ”を狙いにした下記のような改革戦略を次々と打ち出している。

- ・2018年8月：グローバル事業の再編発表
- ・2019年3月：スマートエネルギー事業参入
- ・2019年5月：光電融合技術をベースとした未来を変える革新的なネットワーク構想「IOWN（Innovative Optical and Wireless Network）」発表
- ・2020年6月：NECとの資本業務提携発表
- ・2020年9月：NTTドコモの完全子会社化発表

グループ社員総数31.9万人の巨大組織をベクトル（力の方向性）を合わせつつ動かすためには、上記のような事業戦略とビジョンを丁寧に説明し、理解・浸透させ、



日本電信電話株式会社  
経営企画部門 広報室  
担当課長  
鈴木 匠氏

組織全体で共有することが不可欠だ。社員一人ひとりのベクトルを合わせることで、力は分散することなく、何倍にもなる。また、ベクトルを合わせるためには、組織の一体感の醸成も重要である。そのための取り組みとして有効なのが、グループ横断のインターナルコミュニケーションの強化だ。

1999年7月1日のNTTを純粋持株会社とする再編以降、個社ごとの一体感は醸成されてきているものの、NTTグループとしての一体感は徐々に希薄になりつつあるといえる。インターナルコミュニケーションを強化し活性化することは、NTTグループ全体の一体感の醸成、組織力を高めることにつながり、社員一人ひとりの仕事に対するパフォーマンスやモチベーションアップにも役に立つことは間違いない。

従来からNTT広報室では、澤田社長の動画によるメッセージを四半期ごとに、イントラネットメールで全グループ社員に送付しているが、今回のNNN開設は、これまでのインターナルコミュニケーション施策を一段と強化する取り組みだ。



「NNN」での記事掲載例

## タイムリーかつストーリー性のある情報を発信 社長の人物像が身近に感じられる記事も掲載

NNNのコンセプトについて鈴木課長は、

- ①幹部メッセージや重点施策に関するインタビューなどのタイムリーかつ連続的でストーリー性のある情報発信によるグループ戦略の理解促進
  - ②グループ横断コンテンツや社員交流スペース設置による、会社間の垣根を超えたグループ社員の一体感や親近感の醸成
- の2つをあげた。

「このコンセプトに基づいて、経営層のメッセージを記事化して掲載しています。ソースはイベントなどでの講演録の記事化が中心ですが、独自取材による記事や、工藤晶子広報室長がグループ会社のトップにインタビューする企画もあります。メインコンテンツであるグループ会社の社長インタビュー企画は、毎月連続して掲載するように努めています。第1回目は、澤田純社長を取りあげ、2回に分けて記載しました。事業戦略・ビジョンの説明以外に、とかく一般社員からは遠い存在と思われがちな社長の人物像が身近に感じられるように、趣味や愛読書、プライベート時間の過ごし方まで踏み込んだ内容となっています。第2回目は、NTTドコモ井伊基之社長を取りあげています。ドコモの社員であっても、新たに就任した井伊社長の趣味やプライベートな部分を知っている方は少ないようで、かなりアクセス数は伸びています。私自身、実際に取材に同席し、前述したようなプライベートな一面を聞き、非常に親近感が湧きました。インターナショナルコミュニケーションのメインコンテンツとして、続けていきたいと思っています」(鈴木課長)。

第3回はNTTコミュニケーションズの丸岡亨社長の

予定だという。

このほか事業 TOPICS については、決算概況や「R&D フォーラム 2020 Connect」や、グループ会社（例えばNTTコミュニケーションズ）のイベント記事を掲載している。なかでも2020年11月17日（火）～11月20日（金）に開催された「R&D フォーラム 2020 Connect」の紹介記事は、大規模に取材したこともあって、かなり充実した内容になっているという。

編集方針について鈴木課長は、「基本的には、グループ内で共有したい情報があれば編集部にお話しをいただいて、記事化するという方針で進めています。また、グループ各社が運営するインターナルサイト上に、NNNのコンテンツを直接転載することも自由です。NNNの更新は、毎週火曜日を目途に行う方針です」と述べている。

## アクセス数は伸長、コンテンツのバリエーション 拡大に注力しつつ、グローバル展開も検討

NNNを2020年11月末にオープンし、最初の1カ月間（12月）のアクセス数は、約2万PV（ページビュー）、2021年1月が3.8万PVとかなり順調に伸びているという。

鈴木課長は、「特にメインコンテンツの経営者層メッセージに対する反響は大きく、事業ビジョンの理解に役立ったとか、社長との距離感が縮まったというような声を多数いただいています。自分たちが所属する会社の経営トップの考えに触れる機会は当然ありますが、隣のグループ会社の経営トップの考えに触れる機会は無いといっても過言ではありません。その意味では、グループの一体感を醸成するためにはNNNの意義は大きいと思います。現在は、立ち上げたばかりということもあって経営層メッセージ以外のコンテンツは薄い状況ですが、今後はコンテンツのバリエーションを増やしていきたい。特に冒頭で述べたようにNNNの目的は一体感の醸成にあることから、経営層だけでなく、幹部や一般社員の方々にフォーカスしたコンテンツも掲載していきたい」と今後の抱負を述べた。

なお、NTTは2018年にグローバル事業を再編・統合と“One NTT”のグローバルビジネス成長戦略を発表した。その意味では、グループ一体感の醸成・マインドチェンジは、国内企業に限定したものではない。この点を踏まえ国内向けに立ち上げたNNNを、グローバルにも展開することを検討しているという。