



慶應義塾大学ビジネス・スクール

NTTのバーチャル・ヤング・カンパニー

バーチャル・ヤング・カンパニー（VYC）とは

5

1996年、日本電信電話株式会社（NTT）は社員数18万人、資本金や総資産においても金融機関を除けば日本最大の企業であった。そのNTTにおいて1985年入社以降の若手社員のうち1000人にノート・パソコンを持たせインターネットでネットワーク化した仮想企業が活動していた。それが、バーチャル・ヤング・カンパニー（VYC）である。

10 94年秋から計画され、翌年春に発足、96年には1500人がメンバーとしてさまざまな活動をおこなっていた。VYCの特徴は次のような5つの点にまとめられる。

(1) 若手社員を対象としている

(2) 公募制

(3) 地域・部署・職域不問

15 (4) 本来業務以外の活動を行う

(5) 金銭的報酬なし

他の企業同様にNTTでも管理職を対象とした上から下へのネットワーク化が進行していたが、それと同時にVYCという若手だけの水平的ネットワークが構築され、本来の業務や職種、地域を超えて電子メールが飛び交っていた。

20 VYCプロジェクトの運営はマルチメディアビジネス開発部が事務局となり、全国の支社事務局とともにその活動をサポートしていた。しかし、あくまでも活動の主体は各メンバーとカンパニーにあり、自律的な活動を行うものとされていた。活動内容には、

A：本来業務の効率化（As you go）

C：マルチメディアビジネス開発部の業務支援（Company oriented）

25 S：自主的企画（Self organized）

の3つのパターンがあった。特にSパターンの活動では、新規ビジネスの種が生みだされたり、社外へのネットワークの拡大といったネットワーク組織として新たに独自活動を展開する動きが生じていた。

30 このケースは慶應義塾大学大学院経営管理研究科教授高木晴夫の指導により同博士課程永戸哲也が1997年11月に作成した。

著作権©慶應義塾大学1997