

DX Report

東急株式会社

2025/5/14発行

DX Report INDEX

Vision

目指す姿	2
DXビジョン	3
トップメッセージ	4

Progress

これまでの歩み	5
---------	---

01. Strategy

DX戦略	7
DXロードマップ	8
取り組み方針	9
PICK UP	15

02. Use Case

Use Case.1	17
Use Case.2	18
Use Case.3	19

目指す姿

リアルとデジタルの融合による ライフスタイルの変化・多様化を見据えたまちづくり

お客さまに密着し、地域共生を志す

我々の事業特性(DNA)と

デジタルの力をもって

お客さま一人ひとりの暮らしや人生を育む

新たな価値提供に取り組みます



Creative Act. by Digital

連結グループ全従業員による積極的なデジタル技術とデータの活用を通じ
事業活動を通じた社会課題解決と沿線エリア等におけるライフスタイルの提案を進め
クリエイティブにサービス/ビジネスモデルを展開することで
沿線エリアと私たちの未来を創造する

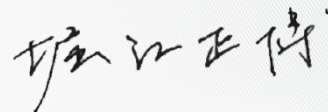
トップメッセージ

当社グループは、東急線沿線を中心に、お客さまが移動する、働く、暮らす、遊ぶなどのシーンでの多様なリアル接点を持つ、「地域コングロマリット（地域型複合企業体）」と位置付けられます。沿線が子育て世代をはじめ各世代に支持され、住みたい、住み続けたいまちであり続けることで、関係人口や地域経済が伸長し、当社グループの内部成長に繋がります。

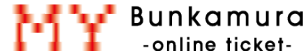
私が考えるDXは、存在理念に掲げる「お客さま一人ひとりの幸せの追求」に、従業員一人ひとりが向き合い、クリエイティビティを発揮していけるようになるための、業務改善から基盤整備、組織風土まで含めた一連の変革です。お客さまの暮らし方や働き方の変容が進み、手元のモバイルが行動の起点となるなか、直接的なデジタル接点を増やし、共通IDやポイント等を通じたデータから、お客さま一人ひとりを深く理解することで、新たな行動価値の提案にチャレンジするサイクルが続きます。そのためにはお客さまからデジタル上でもひとつの東急に見えるよう、事業や組織を超えて「つなぐ」発想を持つことが重要です。また、従業員が業務の変革を経験し、そこで得た知見と効率化された時間を、お客さまのために活かすことで更なる好循環が生まれます。

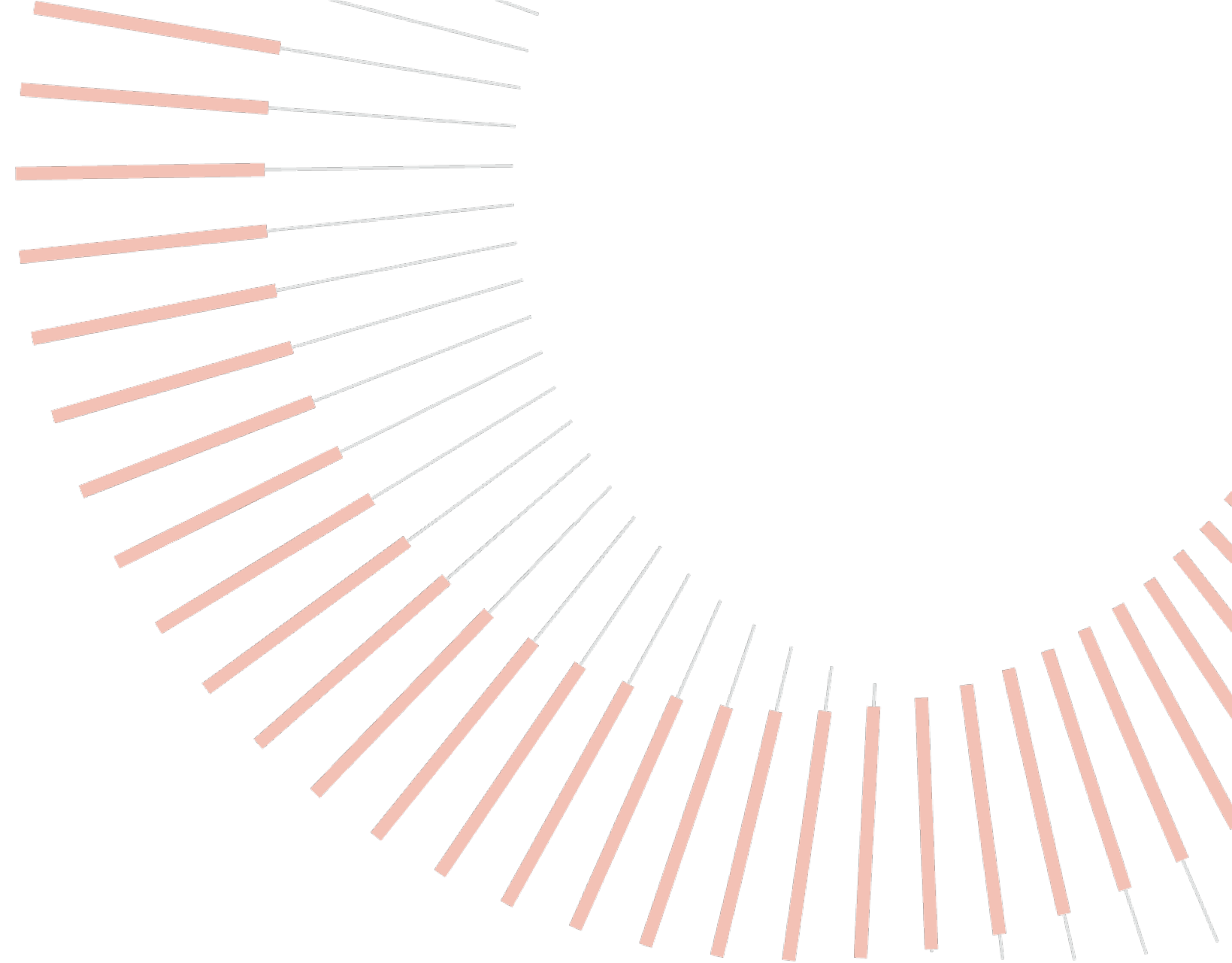
これまでDX推進部門を立ち上げ、DX認定も受け、準備をしてきましたが、いよいよDXを本格化させるタイミングでレポートを発信します。2024年、中期3か年経営計画の発表に合わせて、「Creative Act. 創造力でしなやかに“世界が憧れるまち”を」というビジョンを掲げました。本レポートのビジョンでも、従業員一人ひとりがデジタルを駆使している姿を思い描きながら、「by Digital」と付けさせてもらいました。私自身もともに知恵を出し続けて参ります。

取締役社長



これまでの歩み

	TOKYU DX元年	DXの土壌作り			グループ共創 本格化
年度	2021	2022	2023	2024	2025
発信		● デジタル戦略(社内版)	 DX認定		● DXレポート【本書】
組織・人材	● DX推進部門発足 - デジタルプラットフォーム (DX戦略・推進) - URBAN HACKS (内製開発) 		● デジタル基礎人材比率 100% KPI達成	● 専門人材 約100名体制に	
デジタルプロダクト・デジタル基盤			● 共通ID 「TOKYU ID」リリース ● デジタル接点数 300万ユーザー KPI達成 (2年前倒し)		● ゼロトラスト適用開始
	 東急線アプリ  SKIP  NW NewWork  SHIBUYA TOQ pass for Workers & Creators  東急カードプラスアプリ  東急でんき&ガス  common  東急ホテルズアプリ  Q SEAT 大井町線  Q SEAT 東横線  渋谷スクランブルスクエアアプリ  しぼりぽ  MY Bunkamura -online ticket-  taugitaugi				



01

Strategy

DX戦略

事業・業務

デジタル・データを積極的に取り入れて

戦略.A

業務プロセスの改革

【従業員】

業務の効率化・高度化を目指し
自らの業務を変えていく

戦略.B

事業の深化・高度化

【個別事業】

お客さまをよく知り、業種業態の特性も
踏まえて、各事業を最適化する

戦略.C

新たな行動価値の提案

【グループ事業横断】

グループシナジーを最大化し、お客さまに
新たな発見・楽しさを提案する

組織・人材

戦略.1

オープン＆アジリティ思考の醸成 【行動・風土】

柔軟かつ受容的な姿勢で、成功/失敗から学び、新しい挑戦を楽しんで分かち合う

戦略.2

デジタル活用人材の創出 【人材・スキル】

デジタル技術の特性を知り、データやツールを事業成長・業務改善に活かす

デジタル・IT環境

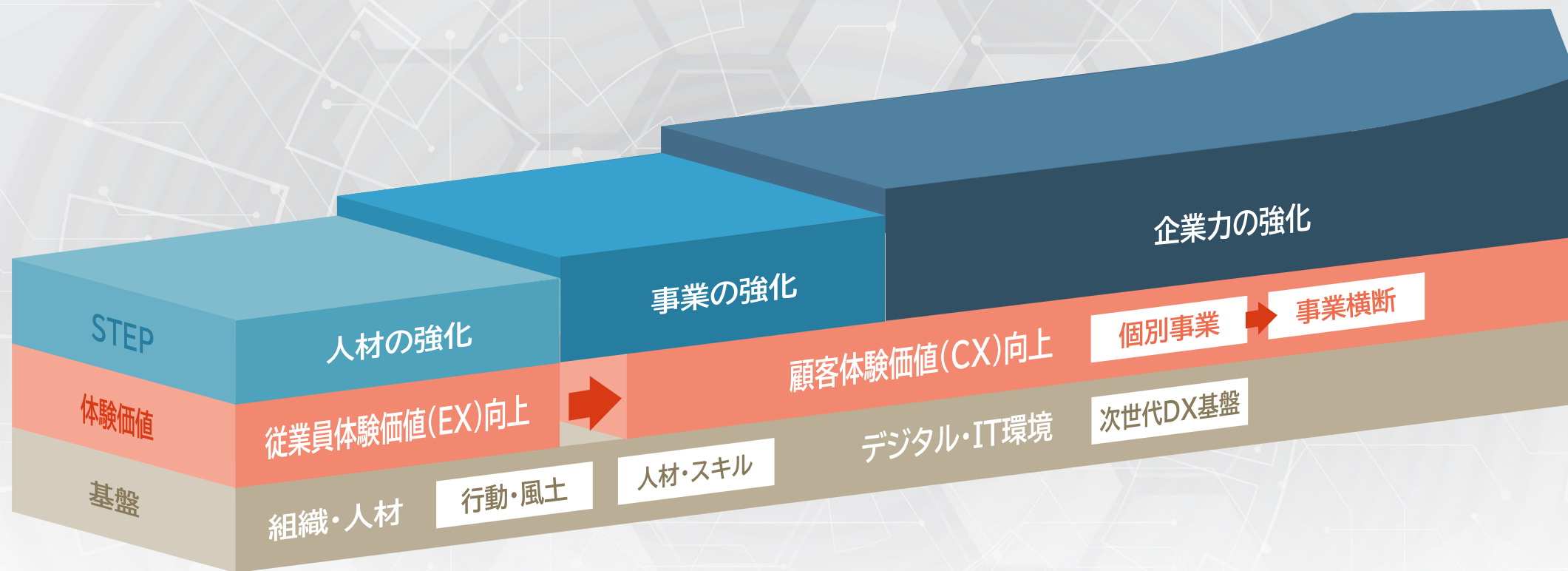
戦略.3

次世代DX基盤の整備 【デジタル・IT環境】

リスクを減じ、機動性・拡張性・持続性をもって事業活動を安定的に推進できる環境を整える

(注) 従業員のクリエイティブで機動的な活動を通じてお客さまの体験価値向上をはかる事業・業務軸の戦略(A～C)と、それを支える基盤である組織・人材とデジタル・IT環境を強化する戦略(1～3)、6つの軸で構成しています。

DXロードマップ



過去

目指す姿

業務オペレーション

- 旧態依然・紙管理 多、生産性・共有性・リアルタイム性 低

⇒

- データ化・プロセス最適化、生産性・共有性・リアルタイム性 高

データ活用

- 事業ごと、マスマーケティング

⇒

- 事業横断、1to1マーケティング

お客さま接点・体験

- 事業・施設ごと、お客さま・事業への共感も担当事業範囲

⇒

- 事業・施設横断、より広く深い共感度をもって行動価値を創出

従業員マインド

- デジタル・ITはプロに任せる(自分の仕事ではない)

⇒

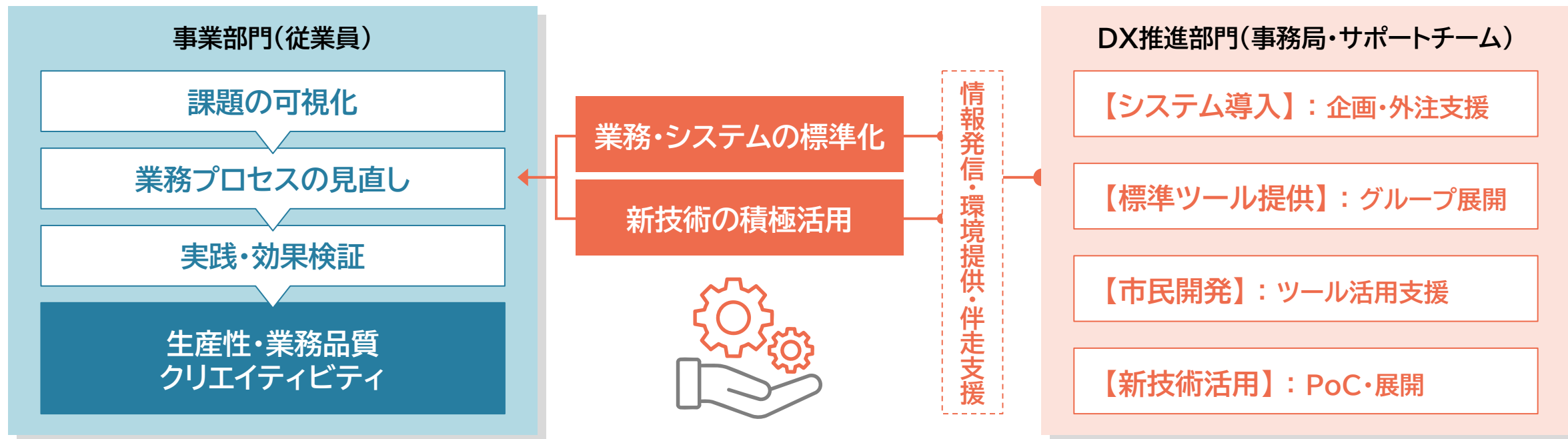
- デジタル・ITは身近なツール、使い方を考えるのは自分次第

取り組み方針 — 戦略.A 業務プロセスの改革 【従業員】

業務の効率化・高度化を目指し、自らの業務を変えていく

デジタル活用による自発・自走的な業務改善の促進

- 各従業員は、課題を可視化し、デジタル技術も積極的に活用して、業務プロセスの見直しを進める
- DX推進部門は、各事業部門の自走を目指し、事務局・サポートチームを組成して、情報発信や伴走支援を行う



取り組み方針 — 戦略.B 事業の深化・高度化 【個別事業】

お客さまをよく知り、業種業態の特性も踏まえて、各事業を最適化する

お客さまとのデジタル接点の拡充・強化

- 情報・データを活用してお客さまをよく知り、事業単体でも十分な競争力を得るべく、サービスを改善し続け、磨き上げる



お客さまを知る (Research)

探索・分析を事業に合わせて選択・組み合わせ

探索

お客さまの理想・潜在ニーズを探索する

観察・理解
共感

本質的・潜在的
課題定義

アイデア
仮説

分析

お客さま目線で、
潜在化した課題を抽出・分析する

現状分析

課題
抽出・分析

対策
仮説



サービスの企画・開発 (Design)

ビジネスおよび、必要となるデジタルサービスを
企画する(適宜、内製と外製を選択・組み合わせ)

内製



柔軟・迅速な変化対応

外製(委託)



最新技術・専門性



サービス提供・検証 (Delivery)

事前検証

(PoC・ユーザテスト)

提供

事後検証

(評価・アンケート)

取り組み方針 — 戦略.C 新たな行動価値の提案 【グループ事業横断】

グループシナジーを最大化し、お客さまに新たな発見・楽しさを提案する

事業横断のデジタルサービスを通じて、リアルな生活における利便性や新たな行動価値を提案

- 各事業は、お客さまから預かったデータを参考に、お客さまのニーズや行動機会を見つけ、楽しく暮らしに役立つリアル・デジタルのサービスに仕立てて、お客さまに還元する
- DX推進部門は、データ活用やID認証など、事業横断の共通的な仕組みを提供する



取り組み方針 — 戦略.1 オープン&アジリティ思考の醸成 【行動・風土】

柔軟かつ受容的な姿勢で、成功/失敗から学び、新しい挑戦を楽しんで分かち合う

従業員マインドの変化を生み出す

- 活用事例を学び、実践する場を提供
- デジタル活用の感度を上げ、改善・創造につなげる

デジタル行動指針の実践

- 行動マインドの大切さを、再認識
- 具体的な対応を例示し、実践へと導く

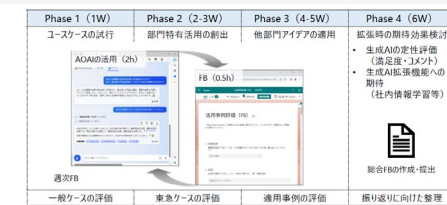
DX推進部門による 社内ブログ

日常利用する社内ツールのTips、
業務改善事例や実行手順などを発信



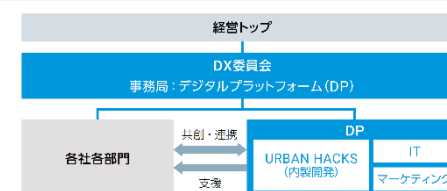
事業部門共同での デジタルツール活用トライアル

実機トライアルを通じ、新たな活用アイ
デアや当社での有用性を発掘&検証



経営層との 事例ディスカッション

DX委員会などの場で、事例を共有し
各事業への展開や課題について議論



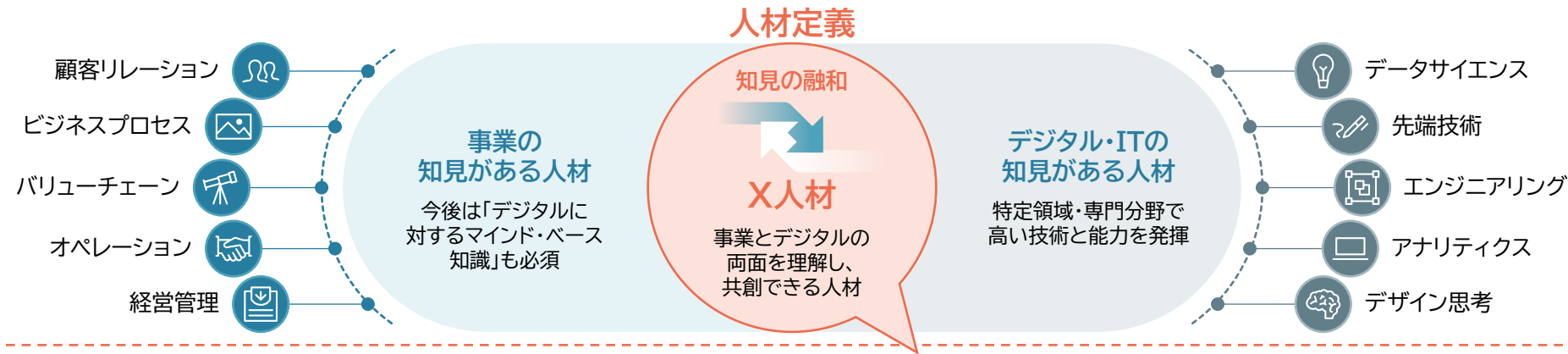
1. 顧客視点を徹底しよう!
2. デジタルを手段に、変革を目指そう!
3. リアルとデジタルを融合し、東急らしい価値を作ろう!
4. データを重視しよう!
5. 失敗から学び、トライを繰り返そう!
6. スピード感をもって柔軟に取り組もう!
7. カスタマイズは最小限に、シンプルな仕組みを作ろう!
8. 信頼できるIT環境を作ろう!
9. マインドも情報もオープンにしよう!

取り組み方針 — 戦略.2 デジタル活用人材の創出 【人材・スキル】

デジタル技術の特性を知り、データやツールを事業成長・業務改善に活かす

デジタル推進人材(X人材)の育成強化

- X人材を基礎スキルを前提に「既存事業の高度化・効率化」と「事業変革・新規事業創出」の2段階でレベル分けし、育成強化をはかる



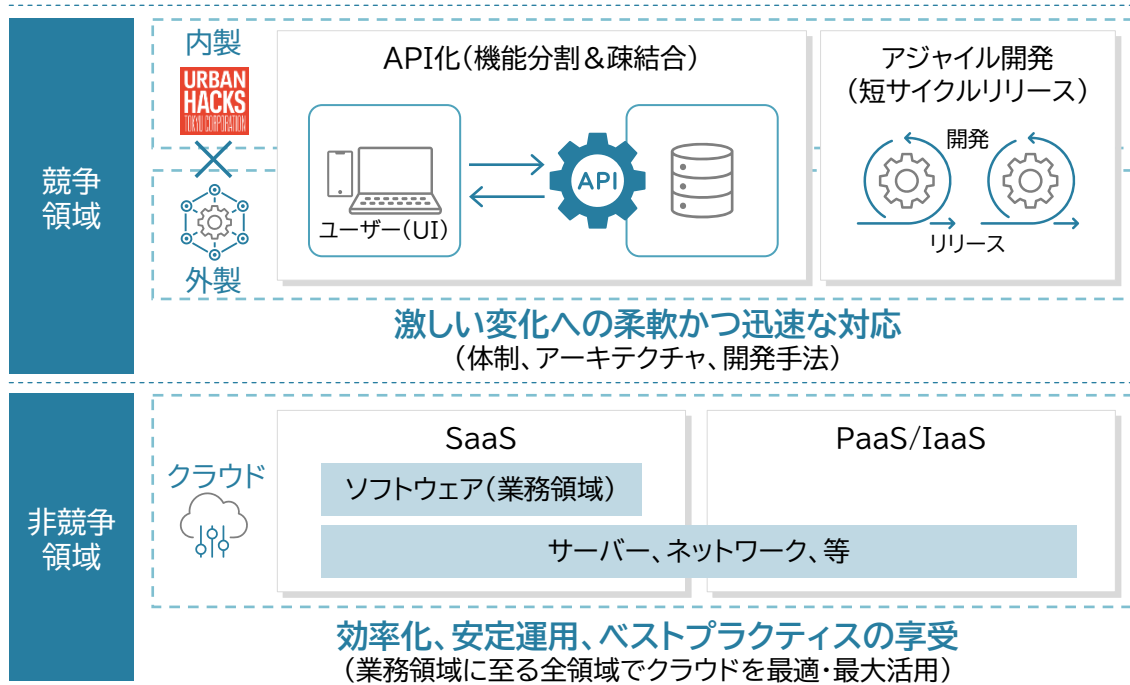
X人材のレベル分けとスキル定義			STEP1(基礎スキル) 日常業務での最適活用	STEP2 既存事業の高度化・効率化 (各事業の課題解決)	STEP3 事業変革・新規事業開発
DX推進スキル標準※における人材類型「ビジネスアーキテクト」を参考に、右表3スキルを重点獲得スキルとして定義 ※経済産業省/情報処理推進機構(IPA)が策定、DXを推進する人材の役割や習得すべきスキルの標準	重点獲得スキル	ビジネス企画	● DX/ITリテラシーの基礎理解	● ビジネス分析 ● 課題設定/解決	● 事業戦略策定 ● ビジネス設計
		データ活用		● データ活用の基礎理解 ● データ分析(Excel等)	● データによる意思決定 ● データ分析(BIツール等)
		プロジェクトマネジメント		● プロジェクトマネジメント(基礎)	● プロジェクトマネジメント(高度)

取り組み方針 — 戦略.3 次世代DX基盤の整備 【デジタル・IT基盤】

リスクを減じ、機動性・拡張性・持続性をもって事業活動を安定的に推進できる環境を整える

競争領域への機動性を確保できる推進体制

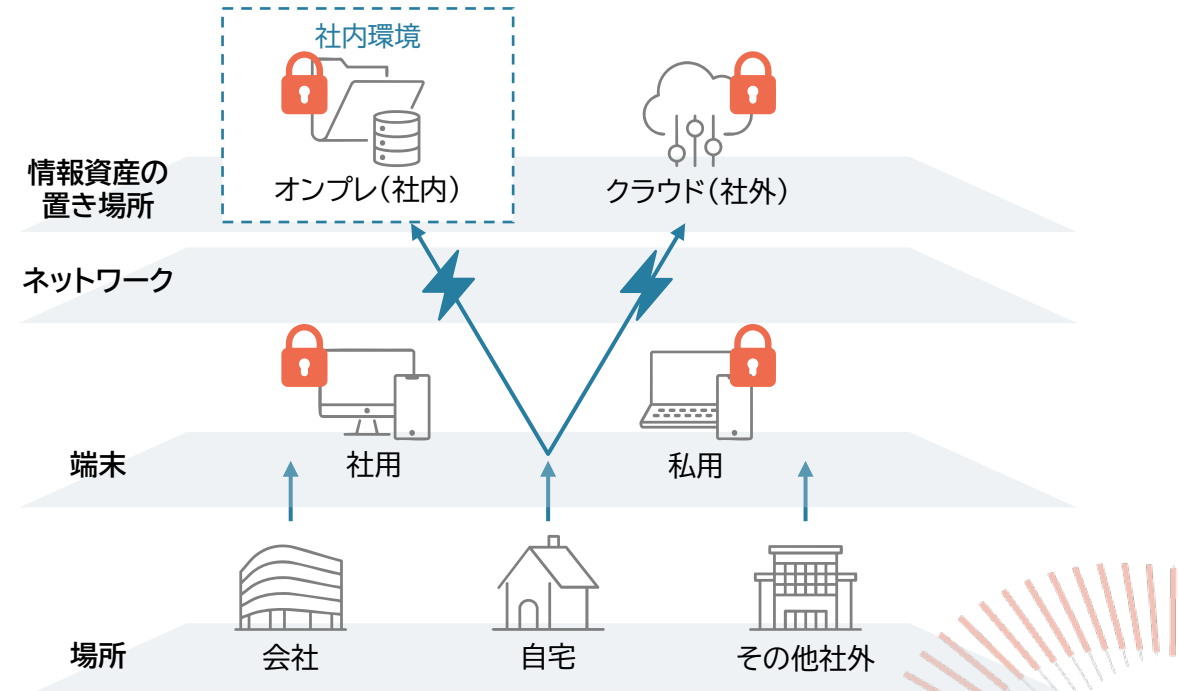
- 内製開発組織 URBAN HACKSを組成し、内製・外製を適切に切り分けて選択できる体制を整備



API (Application Programming Interface): ソフトウェア (部品) 間で情報をやり取りするためのインタフェース
 SaaS (Software as a Service): 他社資産のソフトウェアをサービスとして利用する形態
 PaaS/IaaS (Platform/Infrastructure as a Service): モデルウェアやサーバーなど、他社資産のシステム基盤をサービスとして利用する形態

ゼロトラストモデルのデジタル・IT環境

- 働き方やデバイスの多様化、クラウドの普及・利用拡大に対応できる、ハイレベルなセキュリティ対策を実現



社内外問わず、全てのアクセスを信頼せずに検証する

PICK UP

TOKYU ID



当社グループの共通IDです。
(2023年8月リリース)

当社グループが提供するサービスを1つのアカウントでつないでご利用いただき、「移動する・遊ぶ・働く・暮らす」の日常をシームレスに、より楽しく便利にお過ごしいただける世界を目指しています。

移動系のサービスを皮切りに、順次展開中です。



東急線アプリ



大井町線



東横線

パスキー対応しており、
かんたん・安全に
ご利用いただけます。

顔や指紋で認証できます



URBAN HACKS

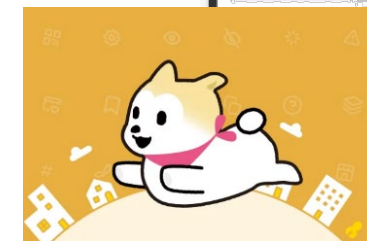


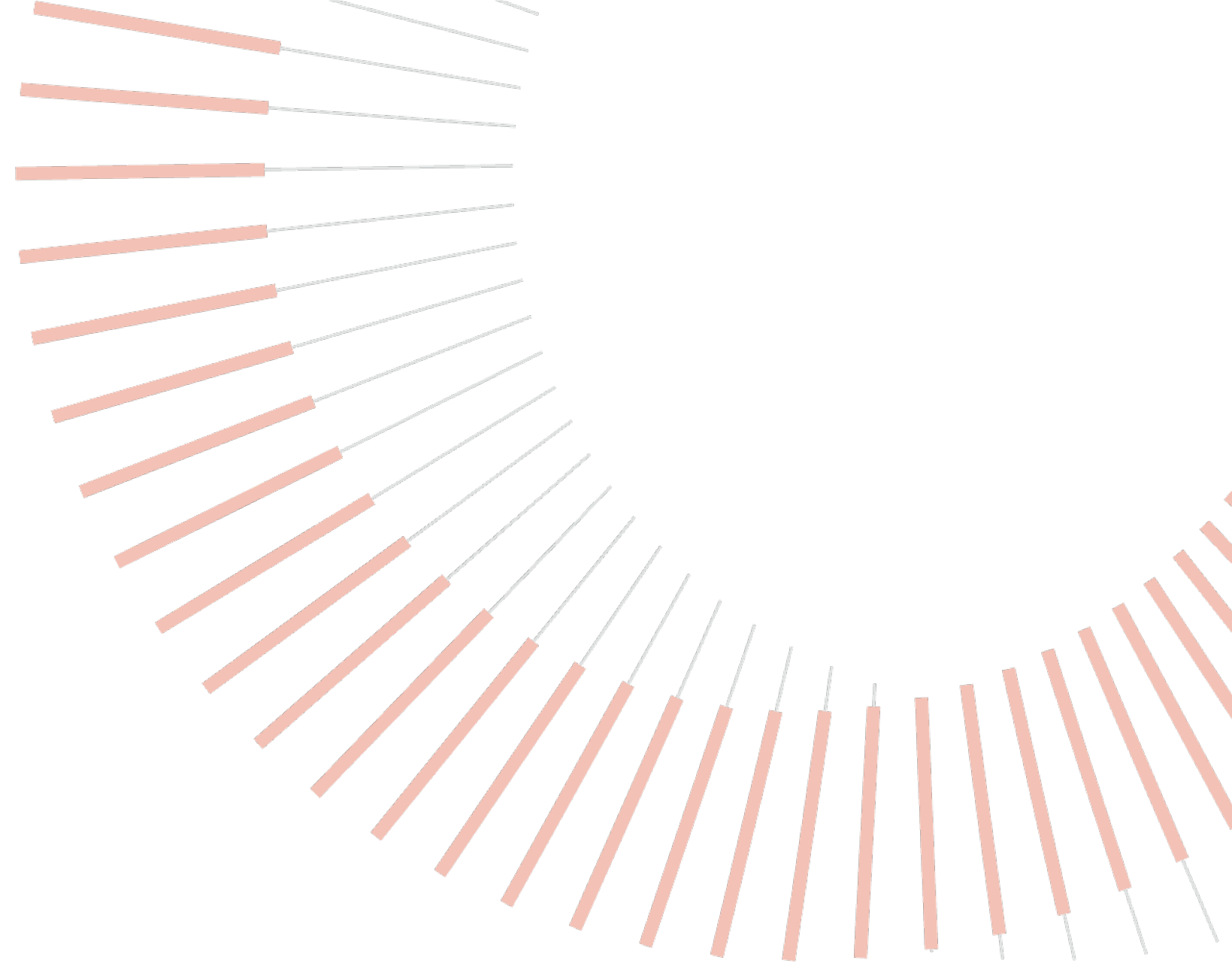
アプリをはじめとするデジタルサービスの、内製開発組織です。

お客さまに快適で充実したライフスタイルをお楽しみいただけるまちづくり (URBAN) を目指し、技術を駆使して変革につなげる (HACK)、との思いを込め、2021年10月に設立しました。

設立から3年半を経て100名組織に成長し、お客さま接点であるアプリの改善・強化や、サービス横断でのお客さま体験価値向上を目指した TOKYU IDをはじめとする顧客基盤開発などを進めています。

引き続き、お客さまへのより良いサービス・体験価値の提供に取り組んでまいります。





02

Use Case

事例

戦略.A 業務プロセスの改革【従業員】

警備業務の現場DX <東急セキュリティ>

オールインワン業務アプリで、警備業務をデジタル化

現場特化型のSaaSを導入して、業務全般をデジタル化
業務効率化・コミュニケーション強化・人材早期育成を実現し、人手不足の課題に対応

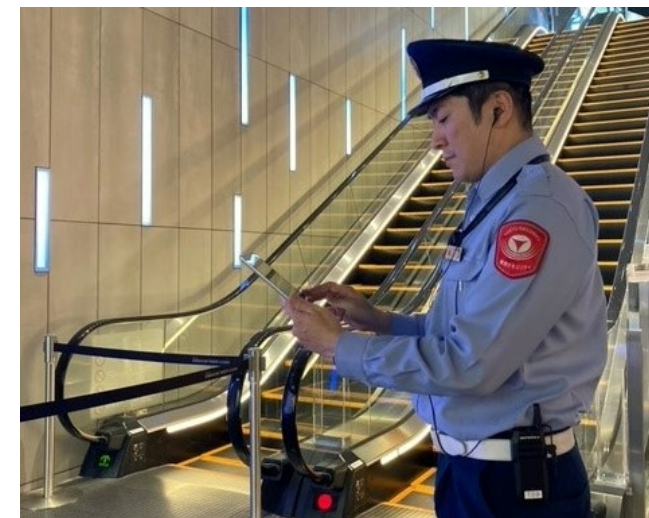
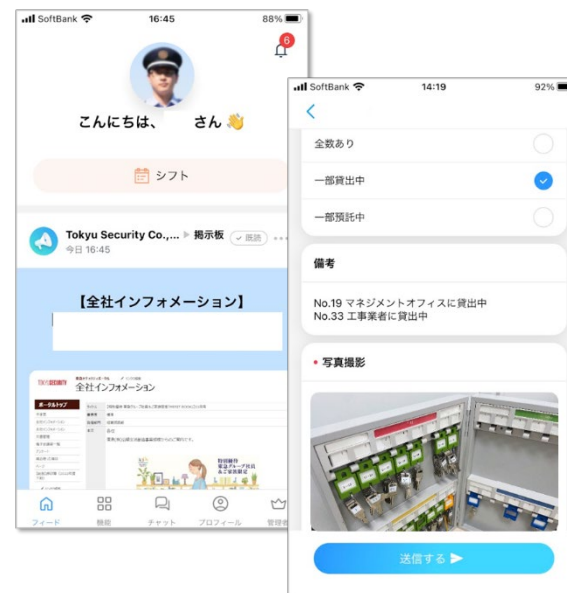
- シフト管理・日報・マニュアル・業務連絡など、警備業務の広範を1つのスマホアプリに置き換え。手厚い講習でシニア層の警備員にも定着し、アナログ作業中心の働き方をデジタルで変革中。
- アプリ導入が業務自体の見直しにも繋がり、市民開発による業務改善サイクルが続いている。

お客さまへの提供価値

警備サービスの高品質化
人手不足への対応

事業におよぼす効果・狙い

業務効率化、負担軽減（人材定着）
業務標準化、可視化（人材育成・品質向上）
働き方、業界イメージ刷新（人材獲得）



事例 —

戦略.B 事業の深化・高度化【個別事業】

無人決済店舗 <東急ストア>

無人決済店舗の展開により、スピーディで快適なお買い物体験を実現

カメラ・重量センサーなどのAI・IoT技術を活用し、入店者や購入商品をリアルタイムで識別することで、レジで商品をスキャンすることなく、スピーディで快適なお買い物ができる

- platto : 株式会社TOUCH TO GOが開発したシステムを活用し、会員登録なくレジでの会計処理のみで商品を購入できる無人決済店舗「platto」を順次拡大中。
- Lawson Go : ローソンのフランチャイジー運営として、事前の会員登録によりレジでの会計が不要となる「Lawson Go」の顧客体験の実証実験(2025年3月14日終了)を進めるなど、更なるお客さまニーズの深耕や体験価値向上に取り組んでいる。

お客さまへの提供価値

利便性・快適性の向上
ワクワク感(その場所を選ぶ意味)の提供

事業におよぼす効果・狙い

人手不足・狭小区画の活用等の課題解決
店舗運営の効率化



platto



Lawson Go

事例

戦略.C 新たな行動価値の提案【グループ事業横断】

TOKYU CARD スマート払い<東急カード・東急>

スマートフォン提示でカードレスに決済&ポイント加算を行い、会計時間を短縮

1回のバーコード読み取りで、東急ポイント、楽天ポイントの加算および東急カード決済の3つを同時に処理※1
お財布からクレジットカードやポイントカードを取り出す必要がなく、スマートなお会計を実現

- 従来3枚に分かれていた決済とポイントのレシートを1枚にまとめ、ペーパーを削減。
- 2024年度、東急ストア、プレッセ、フレル、toks(駅売店)にてご利用可能なサービスとして開始。
2025年度以降、東急グループの商業施設※2をはじめ利用可能施設を拡大予定。

お客さまへの提供価値

利便性・快適性の向上（会計時間・待ち行列の短縮）

事業におよぼす効果・狙い

レジオペレーションの負荷軽減
レジ回転率向上、スタッフ配置の効率化
休眠顧客へのプロモーション



※1 東急ポイントと楽天ポイントが両方加算される施設の場合

※2 二子玉川ライズ S.C.、たまプラーザ テラス、グランベリーパーク、港北 TOKYU S.C.、青葉台東急スクエア、武蔵小杉東急スクエア、みなとみらい東急スクエア、五反田東急スクエア、渋谷ヒカリエ、渋谷ストリーム（但し、一部テナントを除く）



東急

東急株式会社

<https://www.tokyu.co.jp>