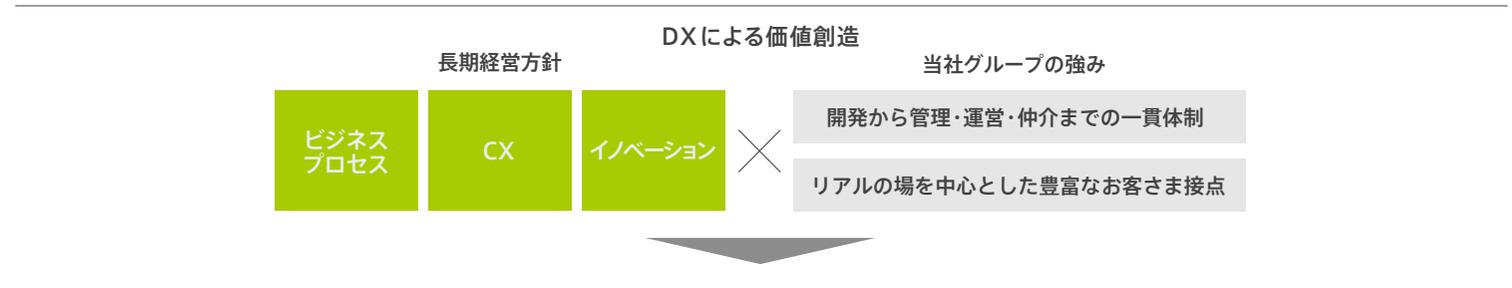


## 資産と人財の価値最大化による新たな収益モデルの確立へ

全社方針「DX」では、デジタルを事業の垣根を超えて活用し、幅広い事業領域を真の強みに変え、事業競争力の強化と収益性の向上、収益機会の拡大を図ります。既存事業の競争力強化に向けて、デジタルを活用して効率的な働き方を実現する「ビジネスプロセス」や、お客さまにデジタルとリアルな接点からより利便性の高いサービスや感動体験を創出する「カスタマーエクスペリエンス(CX)」、蓄積されたデータを活用しながら、事業を通じてお客さまおよび従業員の期待や課題に応える施策を展開し、当社グループにしかできない価値創造・収益機会につなげる「イノベーション」に取り組んでいます。この3つの方針をグループ共通のフレームワークとして実践しながら、中期経営計画の目標である「資産と人財の価値最大化による新たな収益モデルの確立」を戦略的に推進するため、2023年度には4つの重点課題と注力領域を策定しました。  
(➡ 参照ページ p.45へ)

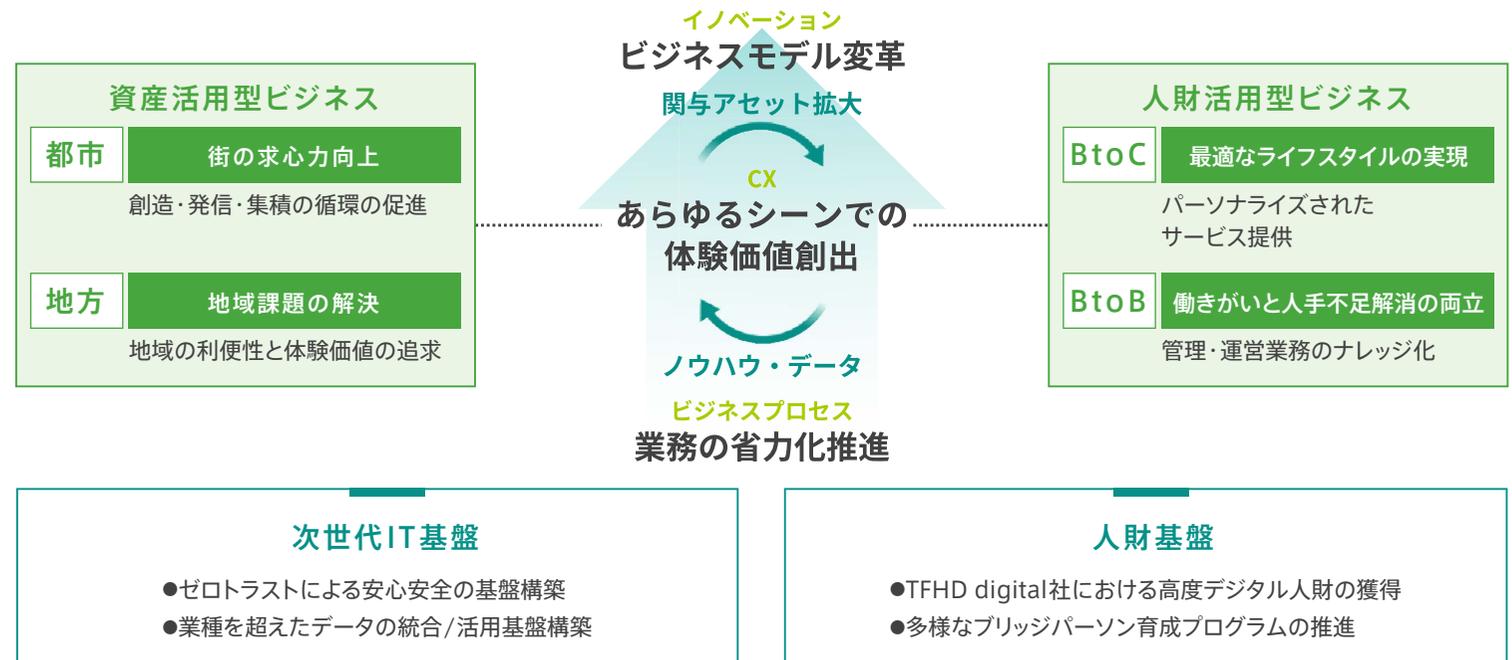
さまざまなDX施策を高度な次元で実現するため、情報セキュリティ環境の強化およびデータ活用の基盤構築に注力しています。ゼロトラストネットワーク基盤構築については、2025年度100%目標に対し、2023年度に2年前倒しで達成しました。また、DX推進の中心的な役割を果たす人財「ブリッジパーソン」の計画的な育成に取り組んでいます。



中期経営計画における全社方針「DX」

## 資産と人財の価値最大化による新たな収益モデルの確立へ

### Digital Fusion ~ デジタルの力で、あらゆる境界を取り除く ~





## グループ一体で、新たな体験価値の創出と収益貢献をめざす

資産と人財の価値最大化による新たな収益モデルの確立に向けて、DXにおける4つの重点課題と注力領域を策定しています。

資産活用型ビジネスにおいては、デジタルによるエリア価値の向上をめざし、都市においては街の求心力を高め、

地方においては地域の課題解決につながる新たなサービスや体験価値を創出していきます。

人財活用型ビジネスでは、パーソナライズされたサービスによる最適なライフスタイルの実現と、管理・運営業務のナレッジ化による働きがいと人手不足解消の両立をめざしています。

グループ各社の連携のもと、注力領域における具体的な取り組みを推進し、将来的な収益貢献へとつなげていきます。



## 新たな成長と競争力の強化に向けた価値創造

全社方針「DX」を推進し、さまざまなデジタル技術の活用で、地域課題の解決やお客さまの体験価値向上を図り、新たな収益モデルの確立をめざしています。

### 資産活用型ビジネス



CX

### 渋谷ワーカー同士が繋がる「SHIBUYA MABLs(マブルス)」

渋谷ワーカーを対象とした、渋谷特化型コミュニケーションアプリの開発を通じて、顧客接点の獲得をめざしています。「イノベティブ」「最先端」「新しい刺激」などのイメージがある渋谷というまちで、「MABLs」を通じ、人々が職場や既存のコミュニティを超えて出会い、繋がり、新しい発見ができるような新たなコミュニケーションの創出を行っています。2024年4月には、ビジネスマッチングの機能を追加搭載し、ワーカー同士の繋がりを促進しています。また、本アプリの利用データなどに基づき、個人の好みに応じた店舗・イベント情報の提供や、来街者の理解を深め、広域渋谷圏へ訪れる人々への新たな体験価値の創出と顧客接点の構築によるまちづくりのDX化を推進していきます。

※ 観光地域づくり法人。地域の多様な関係者と協働しながら、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりの司令塔となる役割を担う。

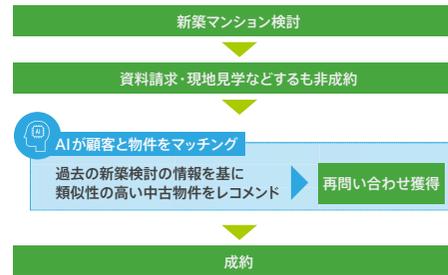


イノベーション

### まちづくりDXサービス「Machi-wai」

NFC技術を活用し、街にいる人々の属性や行動データを可視化することで、データドリブンなエリアマネジメントを実現するまちづくりDXツール「Machi-wai」を、地方自治体やDMO※などへ向け事業展開しています。「Machi-wai」ではデジタルスタンプラリーやデジタルクーポン、電子ギフト券など、地域経済を活性化させるさまざまな「アクティビティ」で来訪者とのデジタル接点を創出できます。各地域の共通課題である「回遊促進」や「接点創出」を図り、地域における体験の向上とファン化の好循環が生まれます。当社グループがこれまで培ってきたまちづくりノウハウに、デジタルを掛け合わせた新たな価値創出を通じて、地域課題の解決を推進していきます。

### 人財活用型ビジネス



CX

### 新築マンションレコメンドAIシステム

東急リバブルで販売中の新築マンションならびに非購入者のニーズに合う中古マンションの中から、最大3件をレコメンド(推奨)するサービスを開発・提供しています。均一な物件情報の一斉配信などにより、お客さまニーズに十分対応できなかった課題を解決しました。非購入者(直近3年で累計約5万組)に対して、AIが物件紹介業務を代替することによって、顧客との接点を維持し、新たな収益機会を創出します。AIは、東急リバブルにおける過去の新築マンション販売データを学習。お客さまごとに異なる希望や条件に寄り添い、お客さまの属性なども考慮したうえで、パーソナライズされた物件情報を発信しています。



CX

### 東急ステイ全店舗に音声認識システムを導入

東急ステイは、発音した言葉がリアルタイムで文字起こしされ、ディスプレイに表示される「YYSystem」をホテル業界として初めて導入しています。ユーザーは、22カ国の言語から使用したい言語を選択することができます。全31店舗(2024年3月現在)において採用し、チェックイン・チェックアウトから、滞在中の観光案内や急な体調不良などのトラブルが発生した際にもスムーズな意思疎通が可能です。また、頻出フレーズや部屋タイプの画像の登録など、ニーズに合わせてカスタマイズでき、表示されたテキストデータはサーバーに保存されます。やり取りの内容を後から確認することもできるため、ホテルスタッフ間での共有もしやすく、お客さまのリクエストに確実に対応することができます。