

# 統合報告書 2022



美しい時代へ—東急グループ



## 統合報告書2022の発行にあたり

統合報告書の発行は4年目を迎えました。これまでの統合報告書では、長期経営構想、鉄軌道事業の分社化、新型コロナウイルス感染症拡大を契機とした社会変容を踏まえた方向性など、中長期視点での持続的成長に向かう当社グループの姿を発信してまいりました。そして、ステークホルダーの皆様との対話では、東急線沿線を中心としたまちづくりにおいて、魅力を生み出す企業グループの力を統合報告書に表現して欲しい、という声をいただく機会が多くなりました。そのご要望に応えるべく、今年創立100周年を迎えるにあたり、これまでの歴史の中で積み上げてきた非財務資本の強みを整理しました。また、併せて開示のご要望の多かった「リアルとデジタルの融合」の取り組み状況についても特集しました。

環境については、2022年3月に「環境ビジョン2030」を発表し、4月から東急線全路線での運行に係る電力を

質再生可能エネルギー由来とするなど、環境と調和する街の実践に向けた取り組みを進めています。

統合報告書全体を通じて、長期的にどのように街の魅力を高め、住み続けられるまちづくりを実践していくのか、将来像とそれに向けた実現手段を皆様にお伝えしたいと考えております。

本報告書をステークホルダーの皆様との対話のツールとし、さまざまなご意見やアドバイスをいただきながら、さらなる価値協創に取り組み、持続的な企業価値の向上につなげてまいりたいと存じます。

2022年9月

東急株式会社  
取締役 常務執行役員 経営企画室管掌  
「統合報告書2022」発行責任者

濱名 節

### 編集方針

本書は、当社が中長期にわたり、どのように価値を生み出していくかについて、過去・現在・未来の姿とサステナブル経営の仕組みをお示しすることで、株主・投資家をはじめとするステークホルダーの皆様にご理解いただくことを目的としています。また、本書の発行を通じて、ステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを深化させ、頂戴したご意見を改善に生かし、さらなる企業価値向上の取り組みを進めてまいります。

### 参照ガイドライン

IIRC（現IFRS財団）の「国際統合報告フレームワーク」および経済産業省「価値協創ガイダンス」を参照しています。



### 報告対象

報告対象範囲：東急株式会社および連結子会社（当社グループ）  
報告対象期間：2021年4月～2022年3月（2021年度）を原則としていますが、一部当該期間の前後に活動する記述も含まれます。

発行時期：2022年9月

### 将来の見通しに関する特記事項

この報告書に記載されている意見や見通しは、報告書作成時点における当社の見解であり、その情報の正確性および完全性を保証または約束するものではありません。このため将来の業績は当社の見込みと異なる可能性があります。

最新の情報は下記IRサイトをご参照ください。  
<https://www.tokyu.co.jp/ir/investors.html>

### 刊行物の位置付け

刊行物	内容	冊子	PDF
統合報告書（本冊子）	詳細はP.02目次をご参照ください。		
会社案内	全てのステークホルダーの皆様に向けて当社の概要および取り組みをわかりやすく説明しています。		
有価証券報告書	金融商品取引法第24条1項に基づき作成し、関東財務局への提出を義務付けられている報告書です。財務状況に関する詳細な情報はこちらをご参照ください。毎年6月下旬に発行しています。		
コーポレート・ガバナンス報告書	「コーポレートガバナンス・コード」に従い、当社のコーポレート・ガバナンス（企業統治）の考え方や体制などを記述した、東京証券取引所へ提出している報告書です。機関設計、運用状況、取締役会の実効性評価などはこちら併せてご参照ください。		
安全報告書	2006年の鉄道事業法の改正により公表が義務付けられた「安全報告書」として、東急電鉄の鉄軌道事業の安全に関する情報を体系的に記載しています。		

※サステナビリティの取り組み、環境データに関する詳細は、右記をご参照ください。 <https://tokyu.disclosure.site/ja>

## CONTENTS 〈目次〉

東急を知る	03 私たちの目指すもの
	05 事業概要
	07 事業展開のフィールド
	09 【100周年特集】価値創造の軌跡と非財務資本の積み上げ
価値創造ストーリー	13 価値創造プロセス
	15 ビジネスモデルと競争優位性
	17 強みを生かしたエリア価値向上
	19 将来像
	21 【特集】リアル+デジタルの融合に向けた取り組み
経営戦略	25 トップコミットメント
	31 経営戦略と実績
	37 環境変化・リスクと機会
	39 サステナブル重要テーマ（マテリアリティ）
	41 財務担当役員メッセージ
事業別戦略と実績	43 交通
	45 不動産
	47 生活サービス
	49 ホテル・リゾート
価値創造の源泉	51 人的資本（事業の担い手）
	57 知的資本（技術ノウハウ）
	59 社会・関係資本（ステークホルダーとの関係）
サステナビリティを支える基盤	61 サステナビリティマネジメント
	62 脱炭素・循環型社会
	69 安全・安心
	71 コーポレート・ガバナンス 役員   執行役員   役員の構成
	73 取り組み   体制の概要   役員の専門性と多様性
	75 取締役会の審議 / 実効性向上に向けた取り組み
	77 諮問委員会の活動 / 選任等 / 経営人材育成 / 報酬
	79 グループガバナンス / 政策保有株式   コンプライアンス
	81 社外取締役対談
企業情報	85 経営成績
	87 財務・非財務ハイライト
	89 主な関係会社   会社概要・株式情報



美しい時代へ——東急グループ

ありがとうを、  
ずっと、ずっと。

東急グループは、おかげさまで2022年9月2日に100周年を迎えました。みなさまとともに心地よいまちの姿を追求してきた歩みは、これからも、ずっと。

このロゴマークは、「美しい時代へ」に込められた「美しい生活環境の創造」を表現しており、グループスローガンと100周年のデザインが一体となり構成されています。「2本線（レール）」と数字の「1（木々、建物）」は、グループの原点である鉄道・開発などの街づくりを表現し、安全・安心と環境を象徴する「緑」色を配色。また重なり合う2つの「0」は、東急グループとお客さまを表し、それぞれ東急グループの「赤」、豊かさを表す「黄」を配色しています。2つの「0」が接点を持ち、右肩あがり重なり合っているデザインには、この先もお客さまを大切に、寄り添いながら成長を続けていく姿勢と、その可能性は「∞」であるという決意が込められています。



# 私たちの目指すもの —美しい生活環境の創造

私たちは、グループスローガン「美しい時代へ—東急グループ」を普遍的な価値基準とし、交通、不動産、生活サービス、ホテル・リゾートなど、お客さまの暮らしに密着したさまざまな事業を展開する中で、お客さまに常に新たな生活のあり方を提案することにより、長期視点での「まちづくり」を通じた社会課題の解決に貢献してきました。

## 原点 / DNA

まちづくりを通じた  
社会課題解決



## 価値基準

グループスローガン

### 美しい時代へ—東急グループ

「美しさ」それは東急グループの、次の時代に向けた道しるべであり、価値基準です。我々が求める「美しさ」とは、人、社会、自然が調和した中で、国を超え世代を超え、一人ひとりの心に深い感動を呼び起こすありようのことです。東急グループは、洗練され、質が高く、健康的で、人の心を打つ「美しい生活環境の創造」を自らの事業目的とし、その実現に全力で取り組みます。そして優しさと思いやりにあふれた「調和ある社会」の中で、一人ひとりが自分らしく生き、幸せを実感できるよう、お役に立ちたいと考えます。「美しい時代へ」には、我々東急グループが、自ら美しくあり続ける覚悟と、美しい生活環境を創る先駆者になる決意が込められています。

## 社会における使命・役割

存在理念

美しい生活環境を創造し、  
調和ある社会と、一人ひとりの幸せを追求する。



ステークホルダーの皆様との信頼関係からはぐくまれた安心を基盤に調和から生み出される心地よさを大切にして一人ひとりのこだわりに応える気配りと上質で洗練された日々の暮らしを提案します。

## 「美しい時代へ」ギャラリーより



いつもの駅が、いつもの電車が、日本ではじめて再エネ100%に。  
～脱炭素・循環型のまちをつくる～



この店一番の自慢はこのまちのお客さまです。  
～まちと人と、歩み続ける～



キミが運転士になる頃、バスからどんな景色が見えるだろう。  
～子どもと一緒に夢を見る～



孫を、見ているだけで楽しい。孫は、見守られているのがうれしい。  
～多世代で集えるまちづくり～



ホントは電車より、働く人を見てほしいんだ。  
～働かざるを、子どもに伝える～



かけがえのない今日を、明日も。そして、ずっと。  
～一人ひとりの幸せが続くまちづくり～

WEB 「美しい時代へ」ギャラリー <https://tokyugroup.jp/sdgs/gallery/>



# 事業概要

当社グループは、交通、不動産、生活サービス、ホテル・リゾートを事業分野とし、子会社132社、関連会社34社（2022年3月31日現在）で構成されています。

東急線沿線を中心に、長期視点での「まちづくり」を手掛け、お客さまの生活に密着した事業を展開しています。

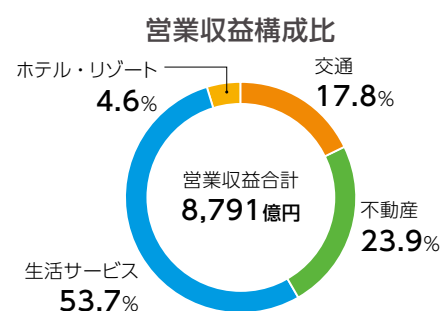
## 特徴・強み／事業領域

### 交通



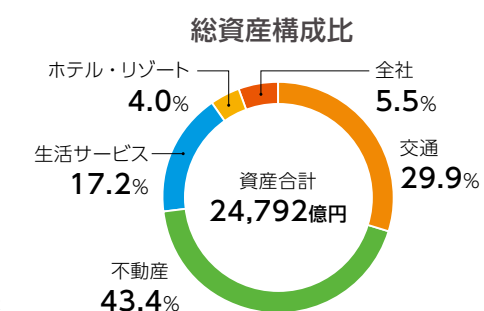
- 安全・安心、ユニバーサル、快適なサービス
- 相互直通運転など利便性の高いネットワーク、低環境負荷な移動手段

鉄軌道事業
バス事業
空港運営事業 ほか

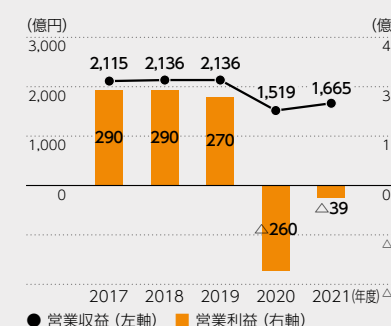


交通	△39億円 (△260億円)
不動産	452億円 (289億円)
生活サービス	66億円 (△38億円)
ホテル・リゾート	△167億円 (△312億円)
その他	3億円 (4億円)
営業利益合計	315億円 (△316億円)

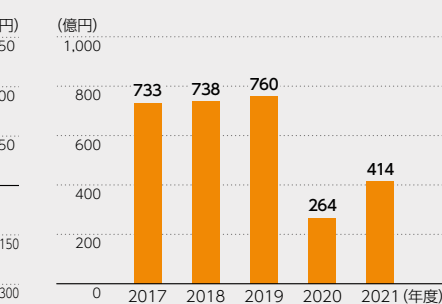
※( )は2020年度実績



## 営業収益・営業利益推移



## 東急EBITDA推移



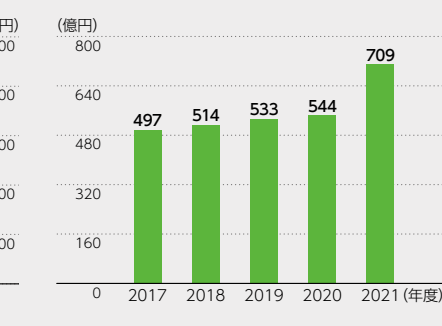
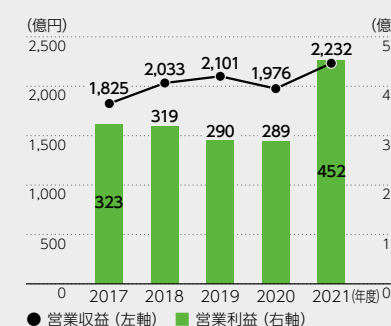
### 不動産



- 社会課題の解決と事業性を両立させる不動産開発
- 地域や行政と連携し、「職住遊」を機能的に配置したまちづくり

不動産販売・賃貸・管理事業
海外事業 ほか

賃貸オフィスビル面積 (当社持分)	約358,000m <sup>2</sup>
サテライトシェアオフィス施設数 (直営店)	103施設
賃貸住宅戸数	38施設 1,299室



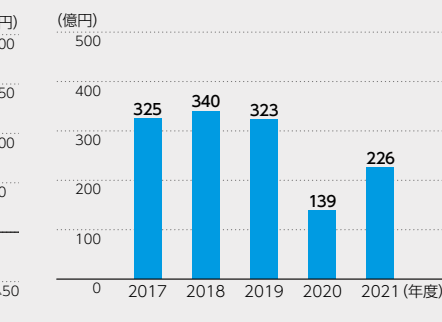
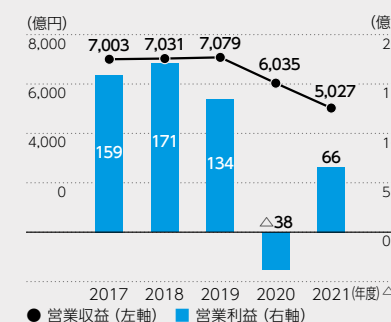
### 生活サービス



- さまざまな世代・ニーズのお客さまの生活を支える「家ナカ」「街なか」事業による豊富な顧客接点と信頼の構築

ケーブルテレビ事業	百貨店事業
電力小売・ガス取次事業	ショッピングセンター事業
学童・未就学児保育事業	チェーンストア事業 ほか

CATV (イツ・コミュニケーションズ、ケーブルテレビ品川) 接続世帯数	約117万世帯
保育園・学童施設数 (賃貸・直営・公設受託)	103施設
スーパーマーケット	91店舗



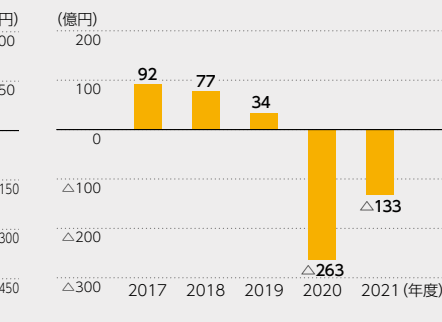
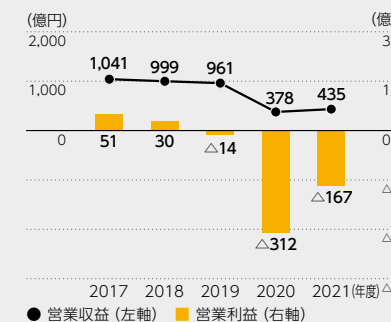
### ホテル・リゾート



- 価値観やライフスタイルの多様化に対応して、生活の質を高めるホスピタリティサービスを信頼あるブランドに基づいて全国へ展開

ホテル事業
リゾート事業
ゴルフ事業 ほか

ホテル	3ブランド 43店舗 11,821室
会員制シェアリングリゾート	17施設
ゴルフ場	6カ所



※2021年度より収益認識に関する会計基準を適用

※東急EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費 + 固定資産除却損 + 受取利息配当金 + 持分法投資損益



# 事業展開のフィールド

日本有数の人口と消費が集中するエリアにおいて事業を展開しています。また、東急線沿線で培った事業ノウハウを基に沿線外への展開も進めています。

## 魅力的で個性的な「エリア価値」の創出

東急線沿線は東京の西南部に位置し、首都圏人口の15%が集積するエリアです。当社グループでは、各エリアごとの社会課題や人口動態を踏まえ、各エリアの特性を生かした開発を行っており、住んでみたい街ランキングなどの調査では、東急線の各駅は高い支持を得ています。

東急線沿線は、従前では2020年に人口のピークを迎える予定でしたが、最新のデータでは、2035年まで人口増加が続く予測となっています。また、2020年までは予測を上回る増加を示しています。これは、渋谷・二子玉川・たまプラーザなど、当社の沿線の街づくりも寄与していると考えられます。

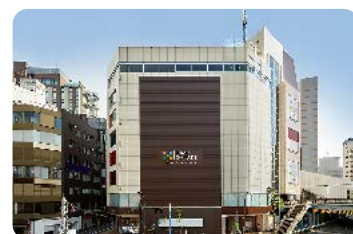
### ▼ 長期的な視点で取り組む街づくり



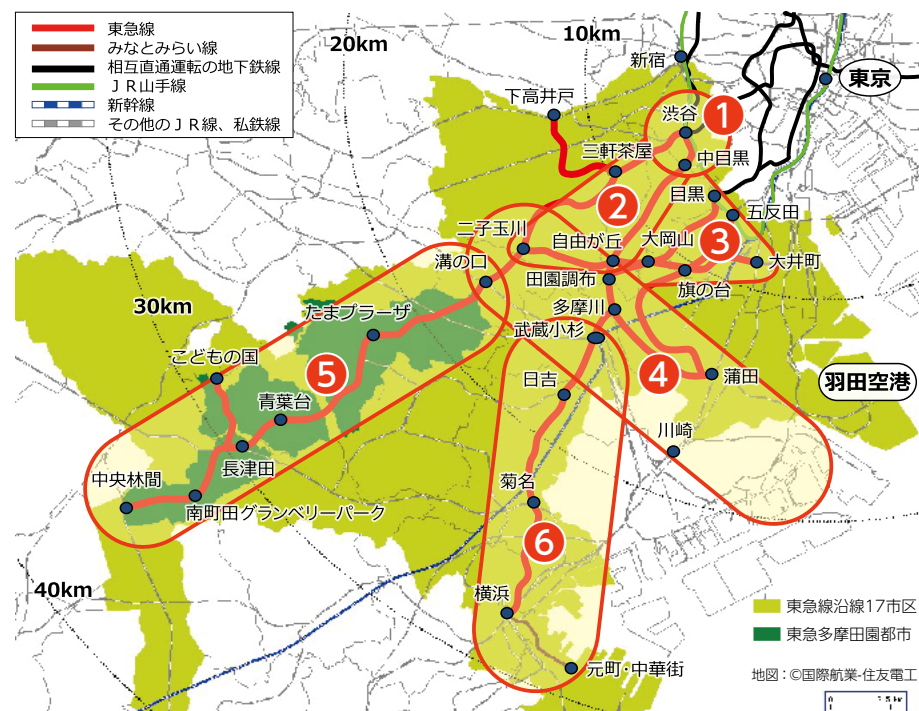
1 全体戦略(Greater SHIBUYA 2.0)に基づいてまちづくりを推進する当社グループにおける最重要拠点



2 クリエイティブ層が集まり、人口増加率の高いエリア



3 品川開発によりポテンシャル向上が見込める五反田・目黒・大井町エリア



4 新空港線計画、外環道延伸等、事業参画の機会が見込めるエリア



5 神奈川県川崎市、横浜市、大和市、東京都町田市にまたがる緑豊かなエリア



6 東急新横浜線開通によるアクセス向上・来街者増加が見込めるエリア

## 東急のまちづくりの歩み ~渋谷から多摩田園都市に至る「沿線」型TOD\*~



渋谷から多摩田園都市に至る田園都市線沿線は、サステナブルなまちづくりの代表例と言えるものであり、SDGsを先取りしたものでした。

### 特徴1 公共交通指向型開発 (TOD)

多摩田園都市はエベネザー・ハワードによる“Garden City”の理念も取り入れ、自然豊かな都市環境や景観を整備しました。加えて、開発当初から駅を中心としたまちづくりにより、公共交通と都市開発を両輪としたTOD (Transit-Oriented Development) を実践し、鉄道との連携により都心アクセスの利便性と自然豊かな郊外の暮らしを両立しました。他国の政府関係者や世界銀行など国際開発を手掛ける金融機関から、自動車に依存しない公共交通を中心としたまちづくりとして注目されています。

### 特徴2 長期的構想に基づく広域開発

土地区画整理事業区域だけでも3,213haにわたる広域をトータルコーディネートしながら開発しました。1953年の城西南地区開発趣意書の発表を出発点に、5,000haもの区域全体をカバーした包括かつ戦略的な「マスタープラン」に基づいたまちづくりが行われ、街の成熟度や地域課題を捉えて、10年ごとに「マスタープラン」を見直しながら、長期的なエリア価値向上を目指しました。

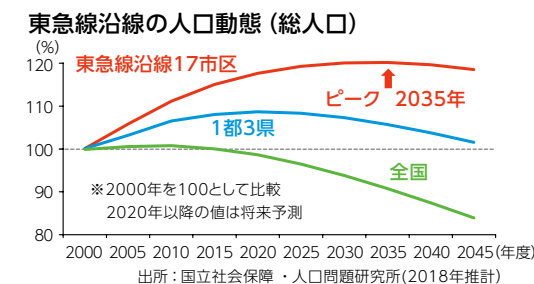
### 特徴3 継続的開発・協働によるエリア価値向上

宅地を造成・分譲して終わるのではなく、時代の変化に合わせてさまざまな事業・投資を継続しています。区画整理後、拠点駅周辺における商業施設の継続的な開発や、街の成熟に合わせたさまざまな機能の導入などにより、魅力ある街が連なる沿線型のTODを実現してきました。近年では、駅前再開発を進め、次世代郊外まちづくりに取り組む「たまプラーザ」、職住遊近接を実現した自然環境と調和する街「二子玉川ライズ」、駅・商業施設・公園が一体となった「南町田グランベリーパーク」など、街の持つ資源を生かしたまちづくりを進めています。

また、産・官・学・民(地域)の連携関係を生かしたまちづくり活動の推進、各主体が交流・共創できる拠点形成などを通じて、「サステナブルなまち」にするための取り組みを進めています。

\*TOD (Transit-Oriented Development) : TODとは、1993年に米国の建築家ピーター・カールソープが提唱した、自動車脱却社会を目指し公共交通を試行する都市づくりの概念です。「沿線」型TODは、TODが世界的に着目される以前から、都心への人口集中に対応した健全な街の成長へと導くため、公共交通の利用を前提として、ターミナル駅および周辺開発とともに交通と郊外住宅地・都市開発の一体整備を行う日本独自の開発モデルです。

### ▼ 東急線沿線17市区データ



## 沿線外・海外での事業展開

沿線での事業を通じて得た強みを生かせる領域・地域への事業展開を行い、街の活性化と美しい生活環境の創造に寄与してまいります。

### 交通事業で培ったノウハウを生かした空港運営事業への進出

空港運営事業は、安全を基軸として交通事業との親和性が高く、当社グループのノウハウが生かせる新事業として各地域の空港運営受託を進めています。空港運営を足掛かりとして、「東北」「静岡・伊豆」「北海道」「広島」などの地域において、既存のグループ事業と連携し、相互成長を目指します。



### 海外の街づくり

職住遊環境の整備とバス事業の両輪による公共交通一体型の街づくりを、成長著しいベトナムで展開しています。またタイでは分譲・賃貸住宅事業、オーストラリアにおいては都市開発事業と宅地開発事業を推進しています。





# 100周年特集 価値創造の軌跡と非財務資本の積み上げ ①

創業以来、公共交通整備と土地開発を両輪で行い、公共性と事業性を両立させた「まちづくり」を進めてきました。

## 便利さの追求 (1922～1950年代) 郊外住宅地の建設と鉄道事業の始まり

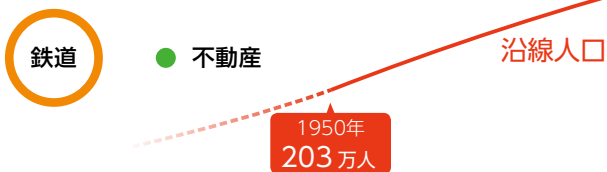
郊外住宅地をつくり、その足としての鉄道を敷設し利便性を高めるとともに、ターミナル駅である渋谷に百貨店や商業施設、プラネタリウムなどの文化施設を開業し、生活利便機能も充実させました。

鉄道事業と不動産（販売・賃貸）事業との比較  
—収益比イメージの変遷—

鉄道ネットワーク拡大による安定的な鉄道収益



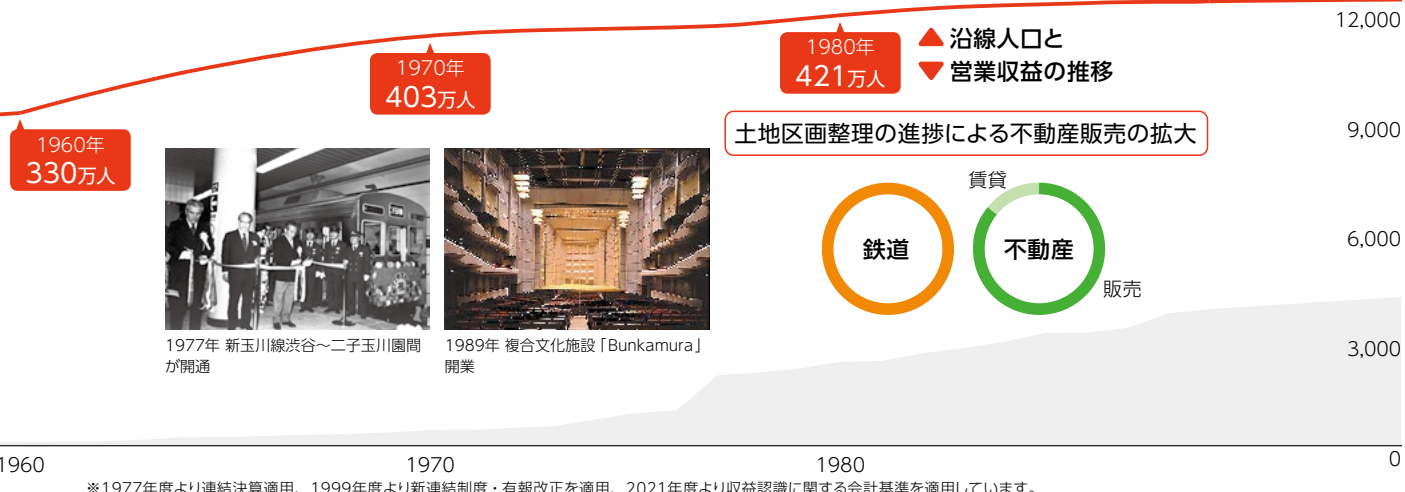
1932年 多摩川台（田園調布）住宅地 1956年 東急文化会館を開館



1922 1950 1960 1970 1980  
— 沿線人口 — 営業収益 ※沿線人口は国勢調査のデータを基に算出しています。

## 豊かさの追求 (1960～1980年代) 高度経済成長から成熟社会へ

多摩田園都市では土地区画整理事業が本格化し、同地区をモデルケースとした街づくりの地方への展開やホテルなどの海外事業を始めました。また、豊かになる社会の中で多様化するニーズに応えるため、3C（カルチャー・CATV・クレジットカード）事業を展開し、提供価値の質を深め、領域も拡大しました。



1977年 新玉川線渋谷～二子玉川間が開通 1989年 複合文化施設「Bunkamura」開業

土地区画整理の進捗による不動産販売の拡大



※1977年度より連結決算適用、1999年度より新連結制度・有報改正を適用、2021年度より収益認識に関する会計基準を適用しています。

## まちづくりの軌跡

提供価値	提供価値	提供価値
各資本と製造資本を組み合わせたまちづくり	● 郊外住宅地の暮らしと足 ● 渋谷の復興と生活利便機能整備	● 鉄道ネットワーク拡充による交通利便性の向上 ● 人々の豊かさを深めるサービスの提供（量から質へ）
交通	● 鉄道初期ネットワークの形成（創業～1940年代）	● 田園都市線長津田延伸（1966） ● 新玉川線開通（1977）
開発	● 田園調布分譲開始（1923） ● 東横百貨店開業（1934） ● 多摩田園都市の開発構想発表（1953） ● 東急文化会館開業（1956）	● 多摩田園都市初の土地区画整理事業竣工（野川第一地区・1961） ● ファッションコミュニティー 109開業（1979） ● たまプラーザ東急SC開業（1982） ● 複合文化施設Bunkamura開業（1989）
生活サービス ライフスタイル	● チェーンストア事業（1956） ● 観光事業（1956）	● ケーブルテレビ事業、クレジットカード事業（1983）

## 原点/DNA

東急株式会社の源流は、1918年に渋沢栄一を発起人として誕生した「田園都市株式会社」にあります。このころ東京都市部の住宅環境悪化により、郊外移住の底流が見られている中で、同社は当時英国で喧伝されていたエベネザー・ハワードによる田園都市論を日本流に解釈し、郊外の緑豊かな住宅地から都心へ電車で通勤するという生活スタイルを世に提示しました。この田園都市株式会社の鉄道部門を別会社としたのが、1922年9月2日に設立された目黒蒲田電鉄株式会社で、現在の当社へとつながっていきます。

第二次世界大戦後、東京圏の住宅不足と生活環境の改善という社会課題に対し、当時会長の五島慶太は、川崎、横浜市北部地域に交通路の建設と併せて新たな田園都市を建設すべく1953年に「城西南地区開発趣意書」を発表。この計画が後に地域の皆様と共に開発を進めることとなる多摩田園都市へとつながっていきます。当社は、公共交通整備と土地開発の2つをルーツとし、互いに成長のエンジンとなることでこれまで発展してきました。まちづくりを通して社会課題に向かい合い、新しい価値を提供すること、それが私たち東急のDNAです。



渋沢 栄一



五島 慶太



将来を見越した市街計画



開通当時の調布駅（現：田園調布駅）

田園都市株式会社が目指したまちづくり  
 〈計画1〉 郊外に住宅地を開発し、鉄道や各種生活インフラを整備  
 〈計画2〉 衛生的な生活ができるまち 〈計画3〉 安全・安心で暮らしやすいまち  
 〈計画4〉 将来を見越した市街計画 〈計画5〉 理想的な住宅地を目指す

お客さまが理想とする豊かな暮らしの実現に寄り添い、生活価値を提供する

## 交通・開発・流通一体となったまちづくり

知的資本	● 先進的なまちづくり計画に基づく開発（ペアシティ計画、アミニティプラン多摩田園都市） ● 交通を基盤とし、開発・観光サービス・流通の4つの事業領域を結び付けた展開 ● 情報化社会の到来を見据えた3C戦略に基づく新規事業
人的資本	● さまざまな業種への進出、事業拡大へ挑戦するリーダーシップと意欲 ● 4つの事業領域を結び付けてグループの総合力で開発する企業風土
社会・関係資本	● 地域と一体で進める開発（一括代行＝東急方式による土地区画整理事業）によって培った行政や地域住民との関係性 ● 良質なまちづくり（日本建築学会賞、緑の都市賞内閣総理大臣賞）や文化発信拠点（Bunkamura等）を提供する企業グループとしての社会からの評価
自然資本	● 街路樹を整備した緑豊かな美しい街並み（多摩田園都市） ● 多摩川浄化など地域の環境改善活動にいち早く取り組む企業姿勢（とうきゅう環境浄化財団への支援、「東急グリーンング運動」における苗木プレゼント等）



東京ヒルトンホテル（のちのザ・キャピトルホテル東急）



土地区画整理組合総会



多摩田園都市



# 100周年特集 価値創造の軌跡と非財務資本の積み上げ ②



時代の変化に伴い生じる各エリアの社会課題に対し、新しい視点で生活サービスやライフスタイルを提供することにより、エリア価値の継続的な向上に取り組んできました。



## 選択と集中 (1990年～2000年代前半) バブル経済崩壊、少子高齢化

選択と集中によるグループ再編\*により財務体質強化を図り、他社との相互直通運転による鉄道ネットワークの強化や渋谷・二子玉川・たまプラーザなどの拠点開発に着手し、沿線価値向上に取り組まれました。1997年には次の時代に向けて東急グループ理念体系を策定するとともに、新スローガン「美しい時代へ」を掲げました。\*2002年から3年間で286社から235社へ

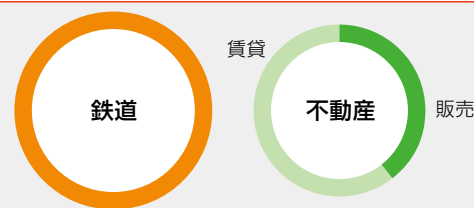
### 鉄道事業の収益力強化・不動産賃貸の拡大



## 多様性の追求 (2000年代後半～現在) 少子高齢化のさらなる進展、郊外住宅地の活性化

人々の価値観やライフ・ワークスタイルの変化・多様化をとらえ、渋谷の再開発や次世代郊外まちづくり、海外でのまちづくりノウハウの展開、鉄道線全駅ホームドア等設置 (こどもの国線を除く) など、安全・安心で快適な生活環境の創出に向けたまちづくりに、インフラとサービスの両面から取り組んでいます。

### 大規模再開発による不動産賃貸のさらなる拡充



## まちづくりの軌跡

提供価値	● 鉄道ネットワークのさらなる拡充と快適性の向上 ● 渋谷の活性化を目指した渋谷再開発への着手	● 街と駅の一体開発による社会課題解決と魅力向上 ● 多様な世代の生活支援 / 安全安心なまちづくり
各資本と製造資本を組み合わせたまちづくり	● 沿線エリア価値向上のための集中投資	● 職住遊近接、住みかえを促進するサービスの提供
交通	● 目蒲線系統変更、南北線・三田線との相互直通運転開始 (2000) ● 東横線とみなとみらい線との相互直通運転開始 (2004)	● 東急新横浜線開通、相鉄線との相互直通運転開始 (2023年3月予定)
開発	● グランベリーモール (オープンモール型アウトレットモール) 開業 (2000) ● 渋谷マークシティ開業 (2000) ● セルリアンタワー開業 (2001)	● 渋谷ストリーム開業 (2018) ● 渋谷スクランブルスクエア I 期 (東棟) 開業 (2019)
生活サービス ライフスタイル	● セラン事業 (1991) ● タイムシェアリゾート事業 (1999) ● セキュリティ事業 (2004)	● 学童保育事業 (2008) ● サービス付シニア住宅事業 (2010) ● 会員制サテライトシェアオフィス事業 (2016)

## 事業環境の変化に合わせた事業再編

知的資本	● 時代の変化に合わせた事業再構築の経験 ● テナント型商業施設運営ノウハウ (渋谷マークシティ) ● CATVネットワークを利用した高速インターネット接続サービスや主婦層を対象にした在宅ワークなど、生活・ライフスタイル領域の充実
人的資本	● 事業再構築を推進する強いリーダーシップ ● 新しいグループスローガン「美しい時代へ」や理念体系の整備によるグループとしての一体感 ● 選択と集中を経た財務健全性やガバナンス強化への意識の高まり
社会・関係資本	● まちづくり企業としての外部評価 (日本都市計画学会賞石川賞) ● 安全と利便性を追求する企業グループとしての社会からの信頼 (新型ATC、駅務サービスレベル向上運動、駅バリアフリー化2004年度末までに約9割) ● 五島記念文化財団への支援や東急会による社会貢献活動等を通じた地域・社会との関係性
自然資本	● 約30年 (当時) にわたる苗木プレゼント実績などが評価され都市緑化功労者国土交通大臣表彰受賞 ● 環境活動委員会を設置し、環境マネジメントシステムISO14001の認証取得 (東京急行電鉄)



## 多様化する社会環境に対応したまちづくり

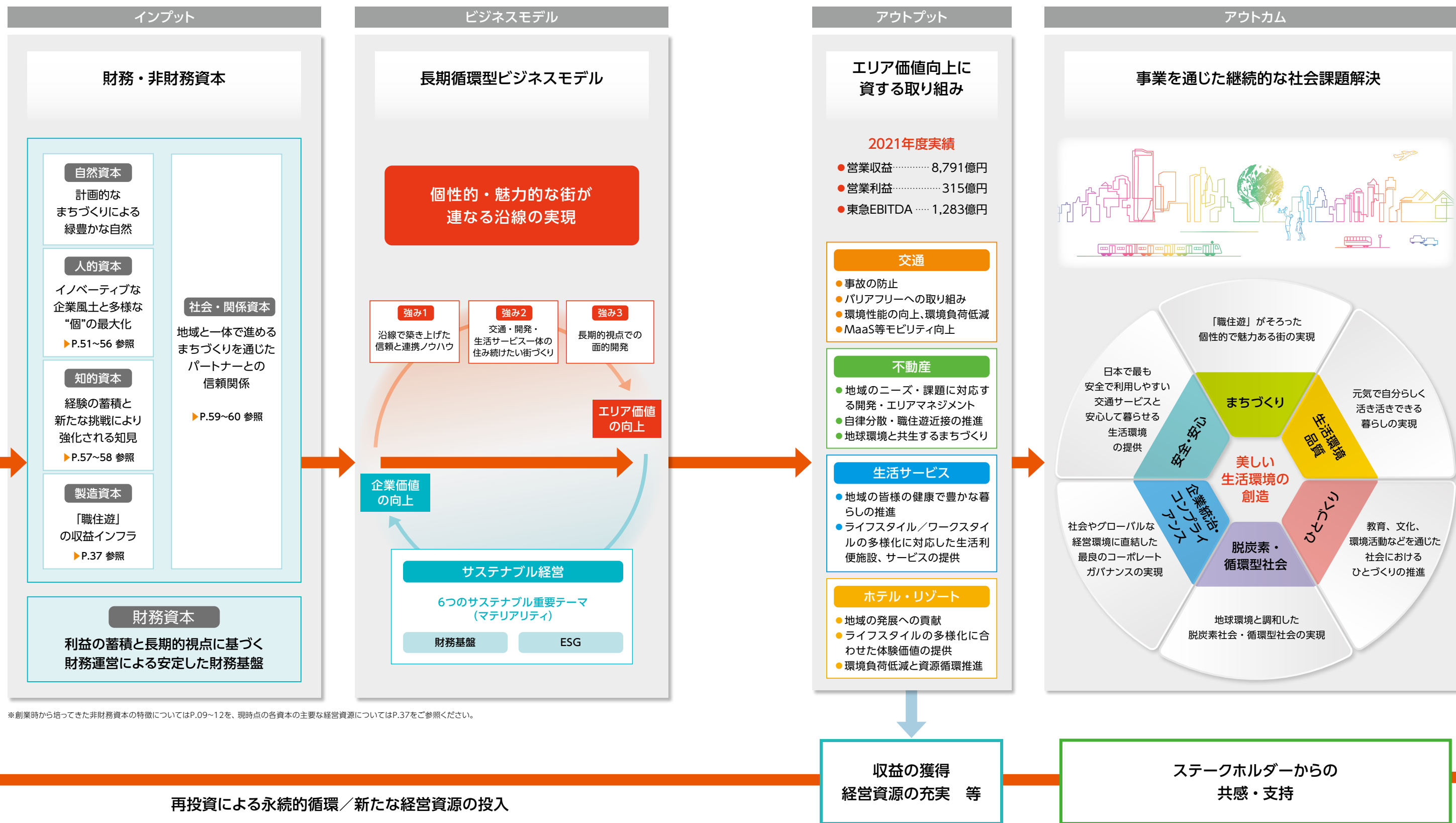
- 次世代の多様なニーズをとらえたまちづくり
- 新規事業の知見 (次世代郊外まちづくり、シニア向けサービス、学童保育、サテライトオフィスなど生活者視点の事業)
- 「挑戦」を是とする企業風土 (東急バリューの定義と人材育成プログラム)
- 多様性に拓かれた次世代まちづくりを志向する企業風土
- 変革を推進する原動力として従業員の「個の最大化」を支援
- 地域・行政との連携による街の課題解決や地域活性化の取り組み (横浜市、大田区、渋谷区等)
- 安全・安心なサービスを提供する企業グループとしての社会からの評価 (こどもの国線を除く鉄道線全駅でのホームドア等の設置)
- まちと一体となる自然環境の整備と高い外部評価 (LEED「まちづくり部門」ゴールド認証)
- 国産木材を活用した自然と調和した駅づくり



- 経験の蓄積と新たな挑戦により強化される知見
- イノベティブな企業風土と多様な「個」の最大化
- 地域と一体で進めるまちづくりを通じたパートナーとの信頼関係
- 計画的なまちづくりによる緑豊かな自然

# 価値創造プロセス —「美しい生活環境の創造」の実現

私たちを取り巻く社会課題に向き合い、経営資源を生かしてエリア価値・企業価値を向上させることで存在理念「美しい生活環境の創造」を実現します。



※創業時から培ってきた非財務資本の特徴についてはP.09~12を、現時点の各資本の主要な経営資源についてはP.37をご参照ください。



# ビジネスモデルと競争優位性 — 長期循環型ビジネスモデル

私たちの成長は街の成長とともにあり、エリア価値の向上が企業価値の向上につながります。まちづくりを通じて、得られた価値を再投資することで、永続的循環を図っていく長期循環型のビジネスモデルです。街を持続的に発展させていくために、私たちの強みを生かして「個性的・魅力的な街が連なる沿線」を実現し、エリア価値の向上に取り組んでいます。そして、そのノウハウを各地のエリア価値向上にも活用しています。このエリア価値向上と企業価値向上の循環を支えるのがサステナブル経営です。

## ▼ 長期循環型ビジネスモデル



## 強みをエリア価値向上につなげる

**強み1**  
沿線で築き上げた信頼と連携ノウハウ

田園都市株式会社や戦後の多摩田園都市における地域に根差したまちづくりにより、地域に住まう方々、街を訪れるお客さま、行政、企業、学術・研究機関とのパートナーシップを通じて、強固な信頼関係を築いています。この信頼関係と連携ノウハウが、循環型のビジネスモデルの源泉となっています。

多摩田園都市エリアに展開する、nexus (ネクサス) 構想 (2022年1月発表、下記コラム参照) では、共感いただいた行政や企業をバディ (仲間) ととらえ、多様なバディと連携し、生活者起点のサステナブルな地域ネットワークを構築します。

▶ 関連ページ

- 社会・関係資本 (P.59~60)
- 知的資本 (P.57~58)
- 価値創造の軌跡と非財務資本の積み上げ (P.09~12)

**強み2**  
交通・開発・生活サービス一体の住み続けたい街づくり

交通利便性を整備するとともに、エリアにおけるニーズ・機会を生かす物件開発を行っています。併せて、生活者一人ひとりの人生のさまざまなステージに寄り添えるサービスを提供することで住み続けられる街をデザインし、社会課題の解決とエリア価値向上につなげています。まちづくりにおけるビジョンやリーダーシップ、実務面でのさまざまな知見を磨き続け、形にしています。

▶ 関連ページ

- 事業概要 (P.05~06)
- 知的資本 (P.57~58)
- 価値創造の軌跡と非財務資本の積み上げ (P.09~12)

**強み3**  
長期的視点での面的開発

沿線の特徴ある数々の街は、それぞれ単体の開発ではなく、交通ネットワークでつながり、全面的に連携しています。それぞれの街が持つ要素を組み合わせ、沿線という複数の自治体をまたがる広域での長期継続的なエリア価値向上を追求しています。

面的な広がりをもって都市インフラを支えることで、安全・安心で、自然や文化が守られた、人・自然・社会が調和した“豊かさ”を実感できるまちづくりを広げます。

▶ 関連ページ

- 事業展開のフィールド (P.07~08)
- 将来像 (P.19~20)
- 価値創造の軌跡と非財務資本の積み上げ (P.09~12)

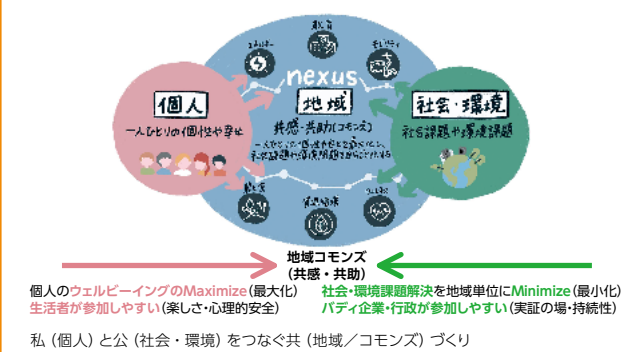
## 多摩田園都市エリアにおける生活者起点での新たな郊外まちづくり「nexus (ネクサス) 構想」

当社は、多摩田園都市エリアにおいて、生活者起点で取り組む新しいまちづくり「nexus構想」を掲げています。「nexus (ネクサス)」とは、つながり・連鎖を意味しており、企業や行政との協業により、循環型のコミュニティや地域ネットワークを構築し、生活者一人ひとりの自由で豊かな暮らしを実現するための活動に取り組めます。住む・学ぶ・働く・遊ぶといった生活が自然や農と融合する、「歩きたくなるまち」への進化、私 (個人) と公 (社会・環境) をつなぐ共 (地域/コモンズ) づくりにより、次世

代の自律分散型まちづくりの実現を目指します。

本構想の第1弾として、さまざまな実証実験に取り組む拠点となる「nexusチャレンジパーク早野」を2022年4月に開業、第2弾として、分譲プロジェクト「MINANOBA VILLAGE」を2022年秋より始動します。

今後さらに、エネルギー、資源循環、モビリティ、ウェルネス、教育、農と食といったサステナブルテーマを定め、実証実験や事業化を段階的に展開していきます。





# 強みを生かしたエリア価値向上

## — 個性的・魅力的な街が連なる沿線の実現

まちづくりは、長期的視点・社会的視点で取り組む事業です。私たちは、事業を通じた社会課題解決のDNAと、100年の歴史の中で築いてきた信頼と連携ノウハウをはじめとする強みをもって、都市・街が有する独自の資源を最大限に生かしながら、価値観やライフスタイルの変化・多様化に対応して、人を惹きつける個性的・魅力的な街を生み出します。これにより、東急線沿線をはじめとしたエリア価値を向上させ、個性的・魅力的な街が連なる沿線の実現を目指します。



### 二子玉川ライズ

#### 職住遊近接を実現した自然環境と調和する街

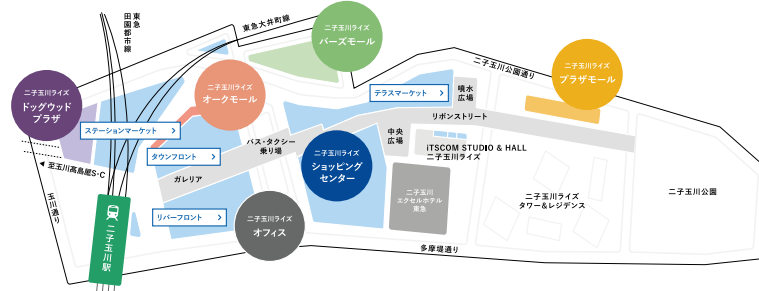
二子玉川ライズは、約11.2haに及び都内最大級の民間再開発として1982年に始まり、2011年（第一期事業）、2015年（第二期事業）に分けて段階的に竣工・開業しました。都内有数の自然に恵まれた環境と美しく調和し、オフィス、ホテル、シネコン、商業と住宅機能を複合させた、職住遊近接のまちづくりが注目され、今も賑わいを生み出し続けています。

#### 認証

- 二子玉川ライズ・タワーオフィス：「LEED NC（新築ビル部門）」ゴールド認証
- 二子玉川ライズ：「LEED ND（まちづくり部門）」においてゴールド認証（世界初）

#### 受賞歴

- 2014年 生物多様性「JHEP認証」最高ランク（AAA）を取得
- 2016年 第25回地球環境大賞 大賞（グランプリ）受賞
- 2018年 第2回先進的まちづくりシティコンペ国土交通大臣賞受賞



#### 街への効果

人口 (二子玉川駅半径1km内)	年間乗降人員 (二子玉川駅)	地価 (二子玉川駅近隣商業地)
<b>13.8%上昇</b> (2011～2022年4月)	<b>30.3%上昇</b> (2011～2019年度)	<b>60.5%上昇</b> (2011～2022年1月)

※米国グリーンビルディング協会（USGBC）が提供するLEED®は、高性能のグリーンビルディングの設計、建設、維持管理に貢献する評価・認証プログラムです。LEED®およびそのロゴは USGBC の登録商標であり、使用には許可が必要です。



### 南町田グランベリーパーク

#### 官民連携による駅・商業施設・公園が一体となった新しい街



駅と商業施設、隣接する公園がシームレスにつながり、街全体がまるで一つの「パーク（公園）」のような街を実現しました。土地区画整理事業により一つの大きな街区に再編成し、駅から商業施設・公園、周辺の住宅市街地まで、歩車分離されたバリアフリーな歩行者ネットワークでつながります。電車を降りた瞬間から「自然と賑わい」を感じられる緑豊かな街並みが広がります。

#### 認証

- 駅舎部分：「LEED NC（新築部門）」ゴールド認証
- 駅舎を含む開発エリア：「LEED ND（まちづくり部門）」ゴールド認証（駅舎建築物、駅舎を含む開発エリアのゴールド認証の取得いずれも、国内初）

#### 受賞歴

- 2020年 「令和2年度都市景観大賞（都市空間部門）」国土交通大臣賞
- 2020年 「第40回緑の都市賞」国土交通大臣賞
- 2020年 「第8回 プラチナ大賞」優秀賞-新しい時代のまちづくり賞-
- 2020年 「第1回グリーンインフラ大賞（都市空間部門）」優秀賞
- 2021年 「土木学会デザイン賞2021」優秀賞



人口 (南町田グランベリーパーク駅半径1km内)	年間乗降人員 (南町田グランベリーパーク駅)	地価 (南町田グランベリーパーク駅近隣住宅地)
<b>8.1%上昇</b> (2017～2022年4月)	<b>17.2%上昇</b> (2016～2019年度)	<b>8.9%上昇</b> (2017～2022年1月)

### 渋谷駅周辺再開発

▶ P.32参照

#### 「働く」「遊ぶ」「暮らす」が融合した「渋谷型都市ライフ」の実現

東急グループは、「エンタテインメントシティ SHIBUYA」と「広域渋谷圏（Greater SHIBUYA）構想」の2つのビジョンを掲げ、新しいビジネスの創出や、さまざまなエンタテインメントの集積、世界の人々を常に惹きつける街を目指し、渋谷駅周辺における再開発に取り組んできました。2012年の「渋谷ヒカリエ」開業を皮切りに、「渋谷キャスト」、「渋谷ストリーム」、「渋谷ブリッジ」、2027年度全面開業予定の「渋谷スクランブルスクエア」まで、100年に一度といわれる大規模開発が進行中です。そして2021年7月には、「Greater SHIBUYA 2.0」を策定・発表しました。渋谷で楽しく快適に過ごす「渋谷型都市ライフ」の実現を目指します。

#### 受賞歴

- 2021年 MIPIM Asia Awards 2020\*最優秀多目的開発部門 銅賞
- ※アジアの不動産業界における権威ある賞の一つ。「Best Mixed-Use Development」部門で「BRONZE AWARD」を受賞。



### 公共交通・モビリティ

#### エリア価値を支える安全・安心・快適な交通サービス

生活に不可欠な移動を担う鉄道やバス。東急電鉄では100年間にわたり安全と安心、そしてお客さまへおもてなしの心をもって交通事業を行っており、事故防止・バリアフリー投資は業界トップクラスとなっています。あらゆる人が移動しやすい交通サービスの提供やほかのサービス・地域との多様な連携を通じて、時代に即した公共交通としての役割を将来にわたり果たしていきます。

#### 受賞歴

- 2020年 「令和2年度バリアフリー・ユニバーサルデザイン推進功労者表彰」内閣総理大臣表彰
  - 2020年 「第11回EST交通環境大賞\*」環境大臣賞
  - 2021年 東京都「心のバリアフリー」好事例企業選定（鉄道業界初）
- ※EST普及推進委員会と公益財団法人交通エコロジー・モビリティ財団が主催するEST（Environmentally Sustainable Transport）の普及のための表彰制度





# 将来像 ー長期視点で描く未来

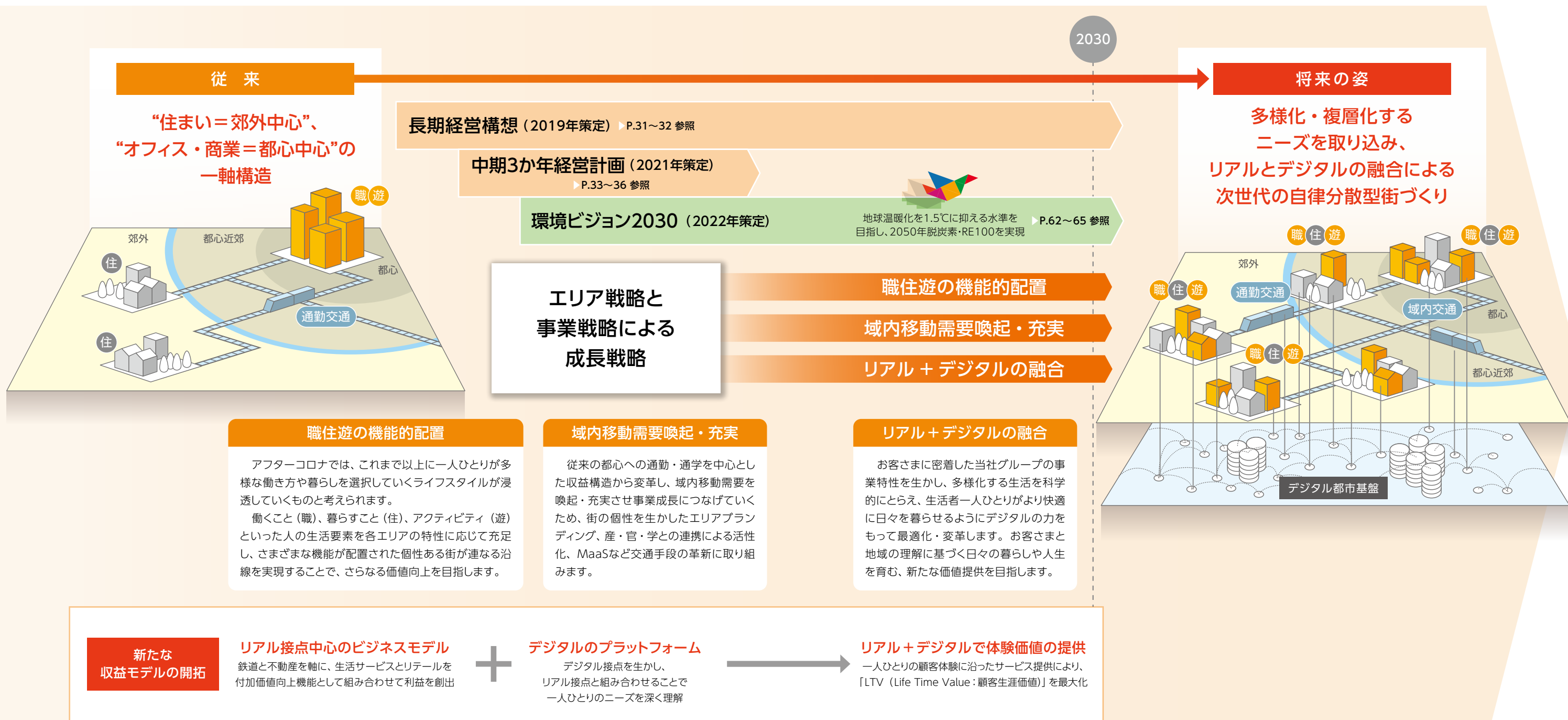
従来の、郊外に暮らし鉄道を利用して都心で勤務する「機能分担型の都市構造」から、都心・都心近郊・郊外のそれぞれに「職住遊」の機能を戦略的に配置し、街が有する地域資源を最大限に生かした域内移動需要の創出や、定住人口・交流人口などの増加を含む経済活動を活性化する「自律分散型の都市構造」への進化が必要と考えています。自律分散型の都市構造に、人々のライフスタイルを支えるデジタルのプラットフォームを組み合わせたまちづくりを進める中で、併せて脱炭素・循環型社会を実現していくことが私たちの目指す将来像です。

## ▼ 将来像の実現に向けた取り組み

### さらなる未来に向けて “City as a Service” 構想

2035年まで人口増加が予測される当社沿線も、その先は人口停滞時代の到来が予測されます。ビジネスモデルをさらに進化させ、Well-being（人生100年時代の安心・安全と、自分らしい生き方を実現できる街づくり）と、Social-harmony（自然や文化を守り、人・自然・社会が調和した“豊かさ”を実感できる街づくり）を取り入れ、未来も魅力ある沿線であり続けます。

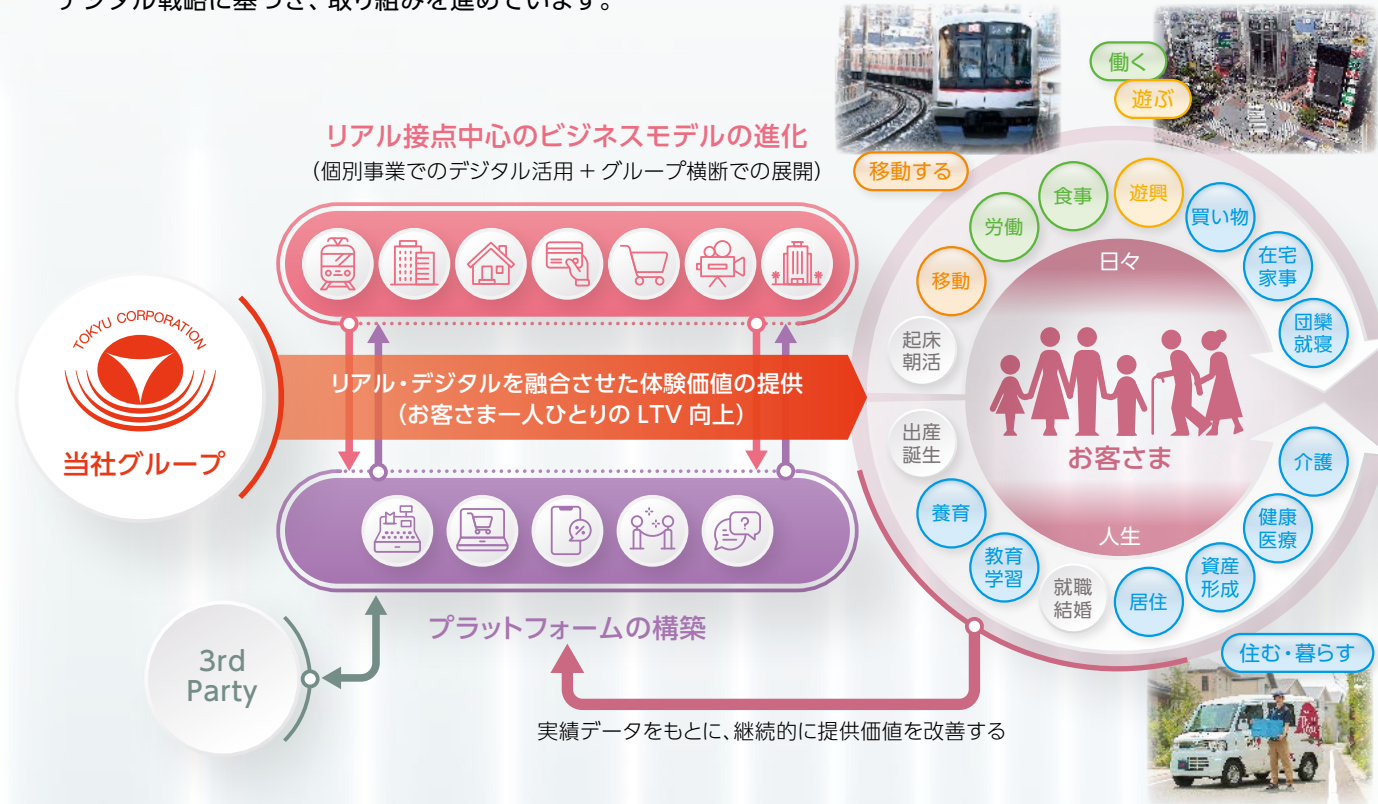
<p><b>Well-being</b></p> <p>一人ひとりのライフスタイルに合わせた最適なサービス提供</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>自由な働き方・住まい方・移動</li> <li>子育て・教育環境の充実</li> <li>「食」とウェルネス、健康寿命</li> </ul> <p>“デジタル都市基盤”の整備</p> <p>統合ID、キャッシュレス、大容量通信インフラ、センシング、デジタル空間地図など</p>	<p><b>Social-harmony</b></p> <p>自律的な地域経済・コミュニティを支援する仕組みづくり</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>より安全に心地よく歩ける都市空間</li> <li>循環型社会 (地域通貨、地産地消、シェアリングエコノミー、資源再生 等)</li> </ul> <p>“リアル都市基盤”へのフィードバック</p> <p>都市データのオープン化、都市オペレーションの最適化（モビリティ・エネルギー・ロジスティクス）、きめ細やかな都市計画など</p>
---	--





# 特集 リアル+デジタルの融合に向けた取り組み

私たちが積み上げてきた社会課題解決のDNAやリアルのアセット、移動する・働く・遊ぶ・暮らすなど日常シーンでの豊富な顧客接点という強み・財産をさらに生かしながら、リアルとデジタルを融合させた、当社グループならではのデジタル戦略に基づき、取り組みを進めています。



## 「リアル+デジタルの融合」による顧客体験価値の提供

お客様の視点で当社グループのサービスの現状をとらえると、リアルに特化した体験が事業ごとに存在しています。デジタルを活用してお客さまを理解し、プラットフォームを通じてグループ以外の3rd Partyサービスも含めた体験価値を提供することで、お客様の満足度を高め、リアルサービスのさらなる利用促進につなげます。

移動する・働く・遊ぶといった日常生活における体験から

はじめ、教育、居住、資産形成、介護などのロングスパンの人生を通じたサービスにつなげていきます。それによりお客さま一人ひとりのLTV (Life Time Value: 顧客生涯価値) を向上し、「顧客価値・生活価値の向上」と「当社グループの事業成長」の両立を目指します。

## デジタル戦略

### デジタル戦略の枠組み

当社グループのデジタル戦略は、「顧客起点の取り組み (CX: 顧客体験)」、「従業員起点の取り組み (EX: 従業員体験)」と、これらを推進するための「IT環境整備・ガバナンス」、「組織体制・人材育成」の4つの枠組みで構成しています。

また、対象とする範囲は、デジタイゼーション・デジタルライゼーションから、デジタル技術を活用して競争優位を実現し、「サービスやビジネスモデル、企業文化・風土に至るまでの変革 (DX)」までを含む「広義のDX」としています。



## 1 顧客起点の取り組み (CX) (指標) デジタル接点数

お客さまとの関係で目指す姿は、お客さまからみて統一されたUI・UXが整備され、また、各事業の顧客データやトランザクションデータが連携するデジタル共通基盤を介して、事業ごとではなく「行動ベース」でお客さまをより深く理解してい

くことです。これにより、日常生活での行動シーンにおいて、リアルと一貫した、シームレスなサービス提供を可能とし、お客さまの体験価値を高めます。

### ▼お客さまとの関係 (目指す姿)



顧客起点の取り組み (CX) は、右記の3つの観点でリアルとデジタルの両面からお客さまが必要とする価値を「共創」します。その「共創」で生み出した価値をプロダクトやサービスの形でお客さまに届け、実際に使っていただくことで得られるデータを活用し、各事業が磨き上げてきたリアルサービスへフィードバックすることで事業を改善し続けていくことが重要と考えています。

City as a Service構想 (P.20参照) の実現に向けたフェーズ展開として、現時点から5段階のフェーズを想定しています。

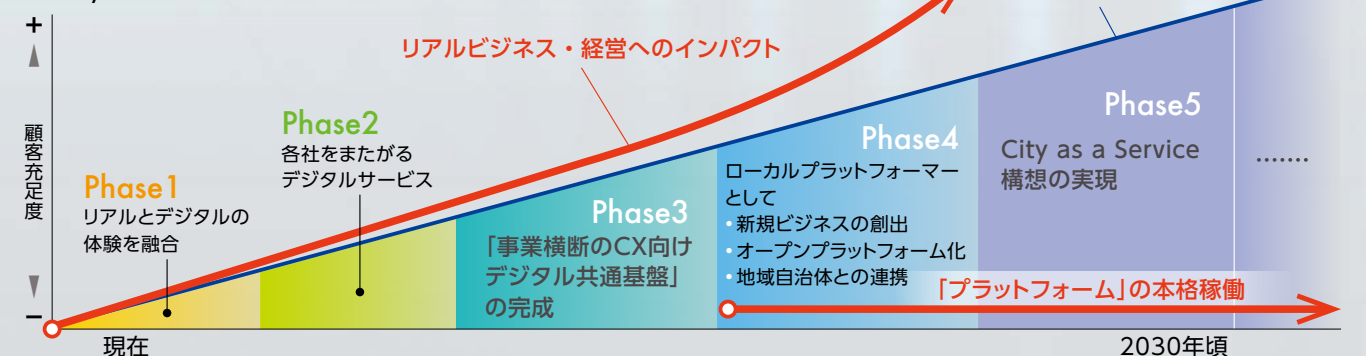
Phase1では、事業ごとのデジタル接点を文字通り「点」として磨き上げ、リアルと融合された顧客体験をつくります。この「点」をPhase2では「線」につなぎ、複数のサービスを連続してお客さまに提供します。「面」の展開となるPhase3では、

### ▼取り組みの骨子

- デジタル顧客接点の拡充・高度化**
  - 顧客数およびLTVの増加を狙った、「量(接点数)」の増加と「質」の向上
- 事業横断のCX向けデジタル共通基盤の構築**
  - データを一元管理、横断活用する基盤の構築
- データの活用**
  - データを生かすマインド・風土の醸成
  - データ活用体制の強化

「事業横断のCX向けデジタル共通基盤」を完成させ、お客さまへの深い理解のもと、より豊かな体験価値を提供できる状態になります。そしてPhase4以降で、「プラットフォーム」を本格稼働させ、リアルビジネスへのインパクトを強めるとともに、City as a Service構想の実現に歩みを進めてまいります。

### ▼City as a Service構想の実現に向けた5段階のフェーズ





## 2 従業員起点の取り組み (EX)

各社・各事業においてデジタルを活用した業務の効率化や高度化を徹底的に推進し、削減された時間を顧客起点の取り組みの推進などに充てていきます。一般管理業務領域のデジタル化だけでなく、テクノロジーを活用したコア業務のオペレーション改革も積極的に進めてまいります。(事例「鉄道版インフラドクター導入」P.70参照)

また、従業員の在宅勤務やサテライト勤務環境、コミュニケーションツールの整備など、多様な働き方をデジタル面でも支援しています。従業員の働く満足度と体験価値を高めることで、顧客起点の取り組み (CX) の向上にもつながります。

### ▼ 取り組みの骨子

#### 業務の効率化・高度化

- ・顕在する業務課題の整理、潜在する業務課題の発掘
- ・ITを積極的、徹底的に活用し、業務プロセスそのものを改善

#### ワークスタイルの改善・多様化

- ・変化するワークスタイルを見据えたITツールの整備

#### 各事業領域における変革

- ・デジタルを活用した事業変革への継続的な取り組み

## 3 IT環境整備・ガバナンス

### 〈指標〉ゼロトラストモデルの適用比率

新規開発や既存システムの保守・改修にあたり、全社視点での投資の最適化や、採用するIT・開発方式を適切に見極め、競争優位の実現と将来コストの削減につなげるべく、判断基準とチェック体制を整備しています。また、クラウド活用や働き方の多様化に伴い、社内システム環境・ファイヤウォール前提のセキュリティ対策から、社内外環境を問わず「信頼しない」ことを前提にランザクシオンの安全性を都度検証する「ゼロトラストモデル」のIT環境へのシフトを進めます。

### ▼ 取り組みの骨子

#### 投資の最適化

- ・維持投資を軽減し、戦略的投資 (バリューアップ) にシフト

#### 目的に応じた最適なIT・開発方式の選択

- ・他社との競争優位・差別化に資する領域と、それ以外の領域とに分けて、クラウドなど各々の目的に適した新たな技術・開発方式を採用

#### DX時代に求められるセキュリティモデルの採用 (ゼロトラスト)

- ・クラウド化の進展や働き方の多様化を踏まえ、利用端末や場所によらずセキュアに利用できる環境を整える

## 4 組織体制・人材育成 〈指標〉デジタル基礎人材比率

### DX推進体制

2021年10月より、当社グループにおけるデジタル化の一元的かつ本格的な推進を目的として、社内組織「デジタルプラットフォーム」を新設し、ITソリューション、マーケティング、デジタル戦略を推進するとともに、デジタルプロダクト開発を推進するチーム「URBAN HACKS」(P.24参照)を発足しています。

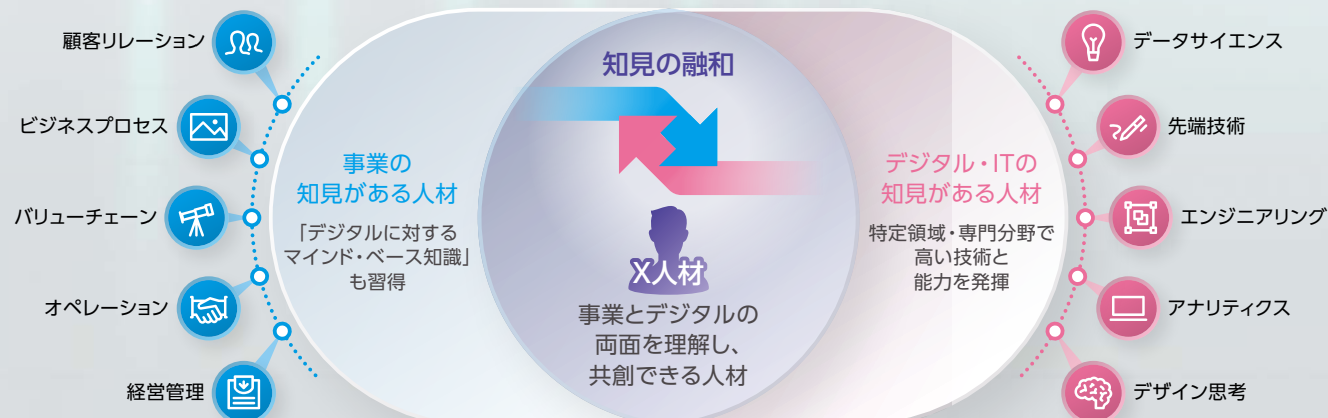
また、DXの進捗状況について、経営会議、取締役会での報告を行っています。

### 人材育成

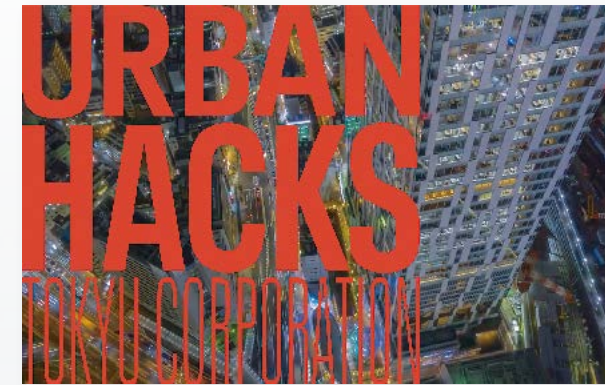
リアルとデジタルを融合したビジネスの実現には、各事業の社員など「事業の知見がある人材」と、「デジタル・ITの知見

がある人材」に加え、その間をつなぐ、双方の知見を融和できる人材 (X人材) が不可欠です。そのため、デジタルに向き合う際の「行動」や「思考」の「あるべき姿・拠り所 (指針)」について、「デジタル行動指針」を策定しています。

そして、全社的な教育により、従業員のデジタル基礎力の向上を図り、選抜・公募によりX人材の育成を行います。また、デジタル・ITの知見がある人材については、現在強化している外部からの採用を継続するとともに、内部人材も育成してまいります。スペシャリストによる開発を内製組織化することで、「デジタルプロダクトの開発・改善」のサイクルを機動的に進めます。それぞれの人材が融合し合い、デジタルを生かしたバリューチェーン最適化、顧客体験価値の向上を目指します。



## URBAN HACKS ～まちづくりDXを目指すデジタル特別組織～



### VPOE (Vice President of Engineering) メッセージ

URBAN HACKSはまちづくりDXの実現を目指して2021年7月に旗揚げした内製開発チームです。都市の意味を持つ「アーバン」と、ソフトウェアやシステムに関する深い知識を駆使して、ビジネスの課題を解決するという意味を持つ「ハック」から名付けています。ITやWebサービス業界で開発経験のあるエキスパートを採用し、2022年9月30日現在で30名ほどが活動しています。

現代は多種多様なデジタルサービスがお客さまの生活をますます便利にしており、デジタル化の流れは不可逆で、デジタルを超える何かが見れるまではそれに組み続けなければなりません。そこで、沿線を中心としたお客さまに、生活に寄り添ったサービスを提供してきた当社グループが目指すべきDXのポイントは、「お客さまとの共創」により、「持続可能なサービスを提供し続ける」ことです。デジタルサービスは、なにか1つ良いものを作ったらそれで終わりというわけではないことが特徴で、作って終わりではなくすぐに陳腐化してしまいます。つまり、お客さまが価値を感じ、使い続けていただけるサービスというものは、社会や時代の変化に合わせて継続的に進化させ続ける必要があるのです。これを実現するために当社はURBAN HACKSを立ち上げ、自らの技術で人と社会に貢献していきたい、という想いを持つデジタル人材を招き入れ、アプリケーションやWebからそれらのデータを司るシステムまでを一気通貫で内製開発する体制を構築しました。



デジタルプラットフォーム VPOE 宮澤 秀右

チームのメンバーは各事業の担当と連携し、徹底した顧客視点で開発に組み込み、今年は下記に紹介するサービスを提供し始めることができました。この活動を継続することで、グループ横断でお客さまに支持されるサービス構築を実行し、次の100年に向けた新たな価値創出を目指していきます。

## 顧客起点の取り組み (CX) の実践

### Ex.1 ▶ 東急カードアプリのリニューアル

#### → 暮らしに欠かせない存在を目指す

既存アプリの課題改善とともに、よりスマートで直感的に利用できるUIデザインへと一新しました。カード利用明確確認などの現行機能に加えて、お客さまの暮らしに役立つメディア機能やクーポン機能など、日常をさらにお得に、豊かに過ごしていただけるよう、継続的なアップデートを予定しています。

#### イメージ

※画面は開発中のものです



### Ex.2 ▶ 東急線アプリのリニューアル

#### → 東急線のある暮らしをもっと便利に、豊かに

トップ画面での運行情報表示やダークモード対応などUIデザインを見直したことに加え、通知画面でアプリを開かずに運行情報を確認できるようにしました。また、乗車・降車バス停を指定することでバスルートの設定ができ、バス停への到着予測時分、混雑度、系統、目的地までの停留所一覧などを確認できます。今後は運行情報の確認以外でも暮らしの中でアプリを使いやすくなるような機能を増やしていく予定です。

#### イメージ



### Ex.3 ▶ 東急ホテルズアプリのリリース

#### → 快適なひとときをサポート

2022年7月に新たにオープンした「THE HOTEL HIGASHIYAMA by Kyoto Tokyu Hotel」宿泊時に利用できるデジタルルームキーを搭載。今後は宿泊費用の事前決済や非接触のチェックイン/チェックアウトなどのお客さまの体験価値向上につながる機能を増やしていきます。

#### イメージ

