

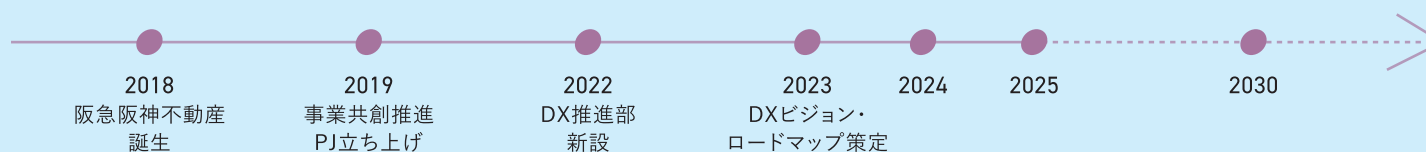
100年先も、新しいサービスや体験を提供するデベロッパーへ。

DXビジョンとその実現のための事業変革の方針、その道筋であるロードマップをとりまとめて「DX推進戦略 Ver.2025」として策定しました。

お客様の暮らしや沿線のまちで、どのようにDXバリューを提供していきたいか

「私たちが目指す未来のまちづくり／働きたい・訪れたい・暮らしたいまち」として表現しました。

今年度も引き続き、このDX推進戦略を道しるべに、デジタルを活かしながら、変えることは変え守るべきは守り、これからの100年をどう創っていくか、何をしたいこうか、私たち一人一人が考え、お客様に価値を提供していきましょう。



DXビジョン

進化するデジタル技術を活用し、事業やビジネスモデルを変革し続けることで、これからの100年間も「顧客から真っ先に選ばれるサービスや体験」を提供できるデベロッパーを目指します。

目次

- 01 はじめに
- 02 目次
- 03 トップメッセージ

Section.1

DXビジョン 目指す未来像

- 05 1-1. DXビジョン実現に向けたステップ・連携・役割
- 06 1-2. 2024年度の振り返り(各本部の取組)
- 07 1-3. (参考)HHHD DXプロジェクトの全体像
- 08 1-4. DXにより目指す未来のまちづくり

Section.2

DXバリュー・事業変革の方針

- 10 2-1. DX実現のための行動指針(DXバリュー・事業変革の方針)
- 11 2-2. 事業変革の切り口①
デジタルと融合したリアル空間での新しい体験を提供
- 12 2-3. 事業変革の切り口②
魅力的なつながり・理想的なコミュニティ形成に貢献
- 13 2-4. 事業変革の切り口③
情報・サービスのパーソナライズ化で一人ひとりに最適な体験を提供
- 14 2-5. 事業変革の切り口④
時間・資源の有効活用で生活と経済のスマート化に貢献
- 15 2-6. 事業変革の切り口⑤
データの活用で健康・環境・安全に関わる社会課題の解決に貢献

Section.3

DX推進の具体策を4つの視点で描く「ロードマップ」

- 17 3-1. DXビジョン実現に向けた全体ロードマップ
- 18 3-2. 業務をデジタル化する「業務DX」ロードマップ
- 19 3-3. デジタル活用でCS向上を実現する「事業DX」ロードマップ
- 20 3-4. デジタルリテラシーを高める「人材育成・組織変革」ロードマップ
- 21 3-5. 変化を積み重ねながら挑戦する「価値DX」ロードマップ
- 22 3-6. 誰もがDXに取り組むための体制

APPENDIX (参考資料)

- 24 価値DX実現に向けたアプローチ ～価値DXを通じて目指す未来～
- 25 価値DX実現に向けたアプローチ ～デジタル領域に進出することの意義～
- 26 DX人材の定義
- 27 2025年度 DX人材育成施策 年間スケジュール

DXを次のステージへ進め、取組を加速させる

当社では、全社レベルでDXを推進するため、2022年度に「DX推進委員会」を設置し2023年度に策定した「DX推進戦略」のもと、DXに関する取組みを推進しています。この間、各職場では新たなデジタルツール・サービスの積極的な導入により、業務の効率化や仕事のデジタル化が着実に進んでいます。また、事業本部ごとにDXを活用した新たなサービスを提供するための数多くのトライアルも継続中です。

このような足もとでの取組みに加え、DXビジョンの実現のためには、未来像を描き不動産事業のビジネスモデルそのものを再構築する取組（バックキャストアプローチ）も必要です。このため、今年度から新たな社内プロジェクト「FUTR LABO（フューチャーラボ）」を立ち上げることとしました。このラボは、未来社会に貢献する価値の発見や、未来の顧客体験に向けた取組みを加速させるための場です。皆さんの思いを実現する場として機能するだけでなく、コア内のDXに関する知見や情報を集約し、新たな取組が自然と創出される企業風土が形成されることを期待しています。

今後も、『進化するデジタル技術を活用し、事業やビジネスモデルを変革し続けることで、これからの100年間も「お客さまから真っ先に選ばれるサービスや体験」を提供できる総合デベロッパーを目指す』というDXビジョンの実現のために、「FUTR LABO」を始めとする実践機会の提供や、DX研修の充実・デジタルツールの拡充など、会社は皆さんの思いを全力でサポートします。

また「DX推進戦略Ver.2025」では、DXバリュー創出のための行動指針である「5つの事業変革の切り口」に対応するサービス例を、順次発信することにしていきます。これは、皆さんの職場での取組が、将来の価値DXにつながることをもっと身近に感じていただくためのものです。

企業プロモーションで掲げている「ひと、つながりの街へ。」というコミュニケーションスローガンには、未来においても「住む、働く、遊ぶ」といった日常生活を通じて「人と人」「人と街」をつなぎ、豊かな人生を築く舞台を創り続けていきたいという思いを込め



ています。そういった未来や社会の実現に向けて、皆さん一人ひとりが自ら考え実行に移していくことがDX推進そのものです。

わくわくする顧客体験を、一緒に創り上げていきましょう。

阪急阪神不動産 代表取締役社長

黒川 隆博

Section.1

DXビジョン 目指す未来像

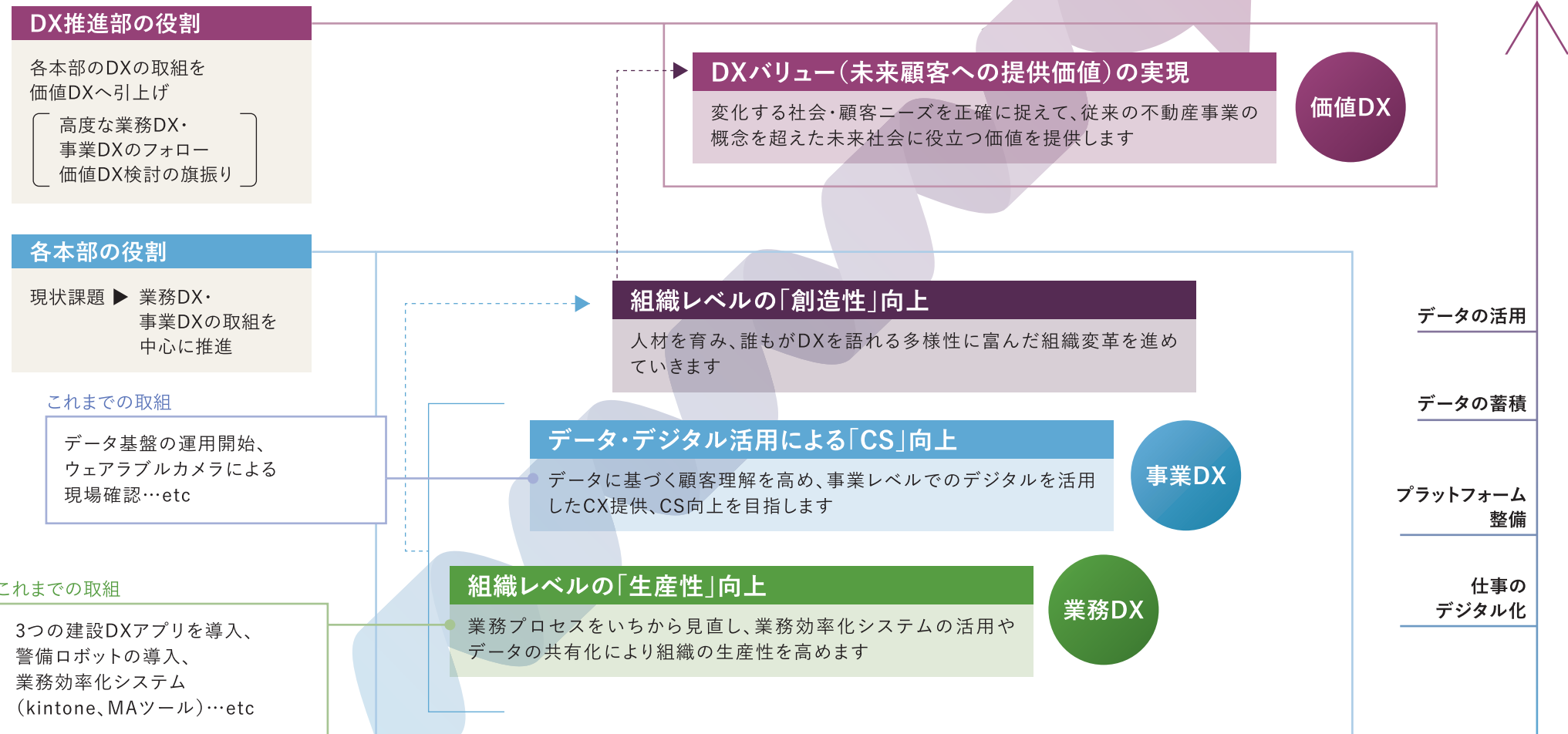
DX実現に向けて、どのように事業変革を行い、
新たな事業やビジネスを創出していくのか。
各本部・DX推進部の
ステップごとの連携と各役割、
2030年を一区切り(ゴール)に設定した
全体ロードマップ、さらにはDXにより
目指す未来のまちづくりについて解説します。

- 1-1. DXビジョン実現に向けたステップ・連携・役割
- 1-2. 不動産コアにおけるDXの主な取組事例
- 1-3. (参考)HHHD DXプロジェクトの全体像
- 1-4. DXにより目指す、未来のまちづくり



各本部・DX推進部で連携しながら
全社が一丸となって、DXビジョンの実現を果たします。

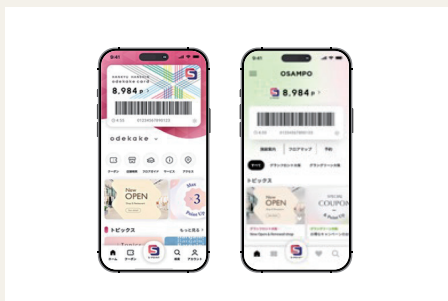
DXビジョンの実現
進化するデジタル技術を活用し、事業やビジネスモデルを変革し続けることで、これからの100年間も「顧客から真っ先に選ばれるサービスや体験」を提供できるデベロッパーを目指します



各本部においては、各部DX担当を中心に一層の業務・事業DXの取組がなされた。

賃貸事業本部

[阪急阪神おでかけアプリ]
[OSAMPOアプリ]をローンチし、
CX向上・顧客接点を強化



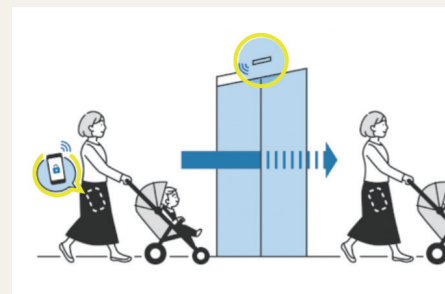
●SCのインフォメーションサービスのデジタル化を通じた、施設運営力や顧客利便性向上、経費削減

●AIカメラを用いた異常行動検知による、警備業務の効率化や品質向上

●AIカメラを用いて取得したSCの人流・属性データの活用による、施設運営力の向上およびテナントへの情報提供

住宅事業本部

ジオ入居者専用アプリ
[geo life support]の
導入拡大とともに、ハンズフリー開錠など
新機能開発の推進



●生成AIを活用したQAシステムを活用し、属人化しがちな事業ノウハウの蓄積・活用

●HPを多言語化する等インバウンド対応できる取組を開始

●マンション施工でのBIMデータの導入による、業務効率化や長期修繕への活用を検討

●衛星画像を利用した謄本取得サービスを利用し、新規顧客獲得・集客効率化を推進

●AIを活用し、建物建設時のCO2排出量算定業務の効率化を推進

開発事業本部

[商業テナント従業員アプリ]を
ローンチし、テナント従業員の
業務効率向上・タッチポイントを創出



●PLATEAUユースケースの開発協力を通じた、施設維持管理の課題解決手法の模索

●行動変容を目的としたビーコンを活用した、梅田スマートシティ実証実験の実施

●不動産物件情報収集効率化ツール活用による、業務効率化の試験運用(賃貸事業本部と合同)

海外事業本部・経営企画本部

●RPAを用いた、数値集約業務の効率化
(海外事業本部)

●ローコードツール・生成AI等を活用した、従業員の生産性向上(DX推進部)

●経費精算システムの導入に向けたトライアル活用(経理部)

●従業員の健康データ管理システムの導入(人事部)

●共用スペースの利用率分析のためのシステム導入(総務部)

●法人顧客情報の一元管理システム導入(コーポレートリレーション部)

(参考)HHDH DXプロジェクトの全体像

外部環境変化

コロナ禍をきっかけとした社会変化

行動・生活拠点の変化

- これまでの移動需要の減少
- ビジネスや学習拠点の多様化
- 居住地の選択肢の拡がり

企業の変化

- 柔軟な働き方(出張や単身赴任の減少、副業の増加等)の基盤整備
- BCPのさらなる推進

QOL向上の意識拡大

- 安全志向、衛生・健康意識の高まり
- 労働時間の変化等による自由時間の活用方法への意識の高まり
- コミュニケーション手法の多様化(リアル・オンラインの併用)

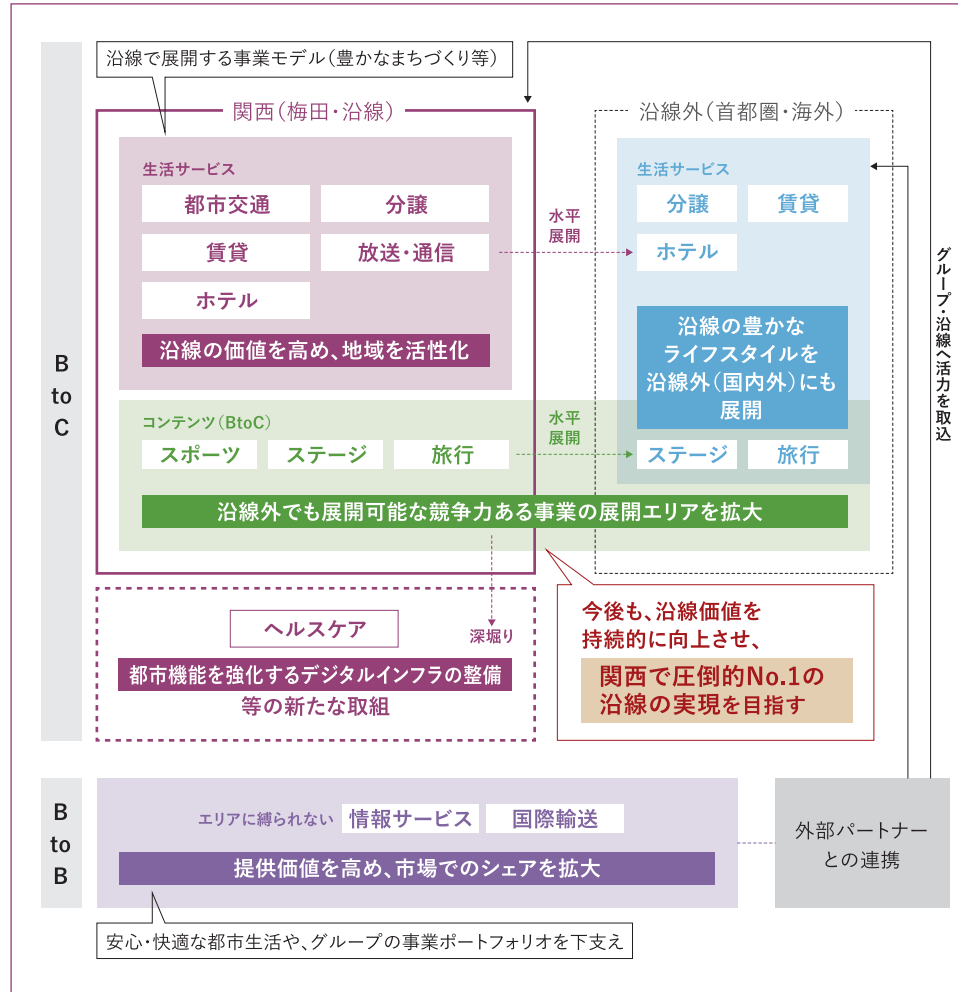


今後も一層進む社会変化

- 働き方の多様化(テレワークや副業等を含む)
- プライベート空間の確保・充実
- DXの加速
- オンラインを活用した消費の拡大
- リアル体験の価値のさらなる高まり
- SDGs・2050年カーボンニュートラルを意識した行動
- 健康寿命を延ばすための取組

HHDH 長期ビジョン・DXプロジェクトの方針

当社グループの事業ポートフォリオ



阪急阪神DXプロジェクト4つの取組方針

1 お客様を「知る」取組

- グループ共通ID「HH cross ID」の導入
- 顧客データの統合・分析



2 お客様に「伝える」取組

- ライフスタイルの変化に対応した情報発信ツール(「HH cross TOWNS」アプリなど)の拡充
- アプリ等のデジタルツールと既存媒体との連携により情報発信力をさらに向上

3 お客様が「デジタル時代の利便性」を最大限享受できる取組

- 無料Wi-Fiサービスなどのインフラ
- デジタルツイン、メタバース
- 動画配信プラットフォームの整備



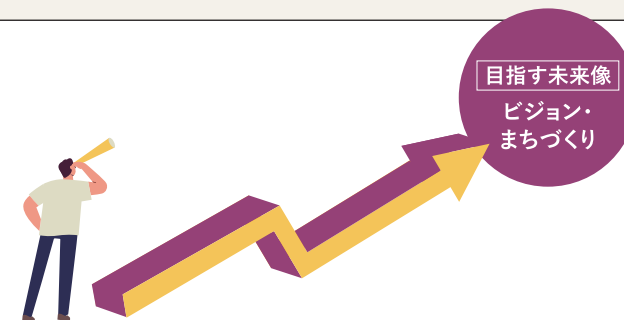
4 当社グループの強みであるコンテンツを磨き上げる取組

- 当社グループのコンテンツの再整理・蓄積
- 当社グループが提供する「(旅行・ショッピングなどの)実体験」を新たなコンテンツとして発掘・磨き上げ
- 新たなパートナーとのコンテンツの開発

出展:阪急阪神ホールディングスグループ 長期ビジョン-2040年に向けて、阪急阪神DXプロジェクト

DXにより目指す未来のまちづくり

後述するDXバリューをどのように提供していきたいかを「私たちが目指す未来のまちづくり」として表現しました。スタートアップ企業や沿線自治体などの外部と協業しながら、私たちだからこそ目指せる未来のまちづくりを実現していきます。



目指す未来像
ビジョン・まちづくり

DXビジョン

進化するデジタル技術を活用し、事業やビジネスモデルを変革し続けることで、これからの100年間も「顧客から真っ先に選ばれるサービスや体験」を提供できるデベロッパーを目指します

私たちが目指す未来のまちづくり / 働きたい・訪れたい・暮らしたいまち



DXバリュー・ 事業変革の方針

DXで未来と社会を変えていくために、
私たちは5つの事業変革の切り口を掲げ、
新しい事業やビジネスモデルの創出に挑みます。

セクション2では、5つの切り口から
どのようなDX要素・技術を活用し、
生活者にどのような新しい体験を
提供するか解説します。

2025年度は随時具体例を増やし、
だれもが事業変革を担う中心にいることを、
よりイメージしていただきやすく発信します。

2-1. DX実現のための行動指針(DXバリュー・事業変革の方針)

2-2. 事業変革の切り口①

デジタルと融合したリアル空間での新しい体験を提供

2-3. 事業変革の切り口②

魅力的なつながり・理想的なコミュニティ形成に貢献

2-4. 事業変革の切り口③

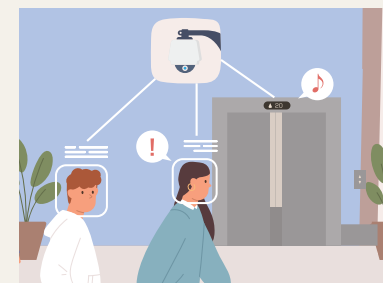
情報・サービスのパーソナライズ化で一人ひとりに最適な体験を提供

2-5. 事業変革の切り口④

時間・資源の有効活用で生活と経済のスマート化に貢献

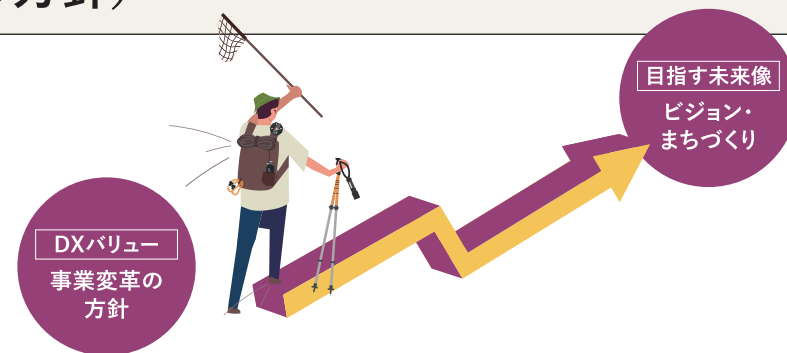
2-6. 事業変革の切り口⑤

データの活用で健康・環境・安全に関わる社会課題の解決に貢献



DX実現のための行動指針(DXバリュー・事業変革の方針)

目指す未来像(DXビジョン・未来のまちづくり)を実現するために、DXにより事業やビジネスモデルをどのように変えていくのか。私たちは、5つの事業変革の切り口を行動指針としてDXバリューの創出に挑戦します。



DXバリュー = 未来顧客への提供価値



事業変革の方針 デジタルの活用により、リアル不動産事業を進化させ、バーチャルを含む新たな価値創出へ挑戦する

5つの切り口

1 

デジタルと融合したリアル空間での新しい体験を提供

2 

魅力的なつながり・理想的なコミュニティ形成に貢献

3 

情報・サービスのパーソナライズ化で一人ひとりに最適な体験を提供

4 

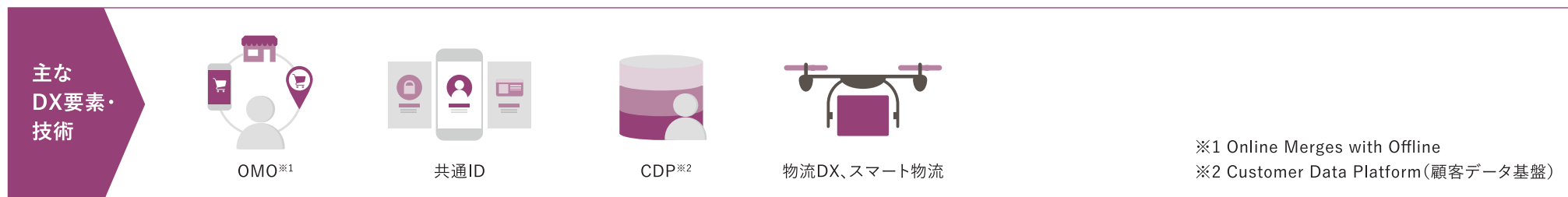
時間・資源の有効活用で生活と経済のスマート化に貢献

5 

データの活用で健康・環境・安全に関わる社会課題の解決に貢献

1 デジタルと融合したリアル空間での新しい体験を提供

- バーチャルサービスでは実現できない、リアルならではのサービスを体験できる
- リアルならではの消費・体験が生まれるフラッグシップの集積で都市部に賑わいが生まれ、まちへ出掛けるのが待ち遠しくなる



リビングでバーチャル野球観戦ができるようなAR・VRで幅広い使い方ができる家を提供する



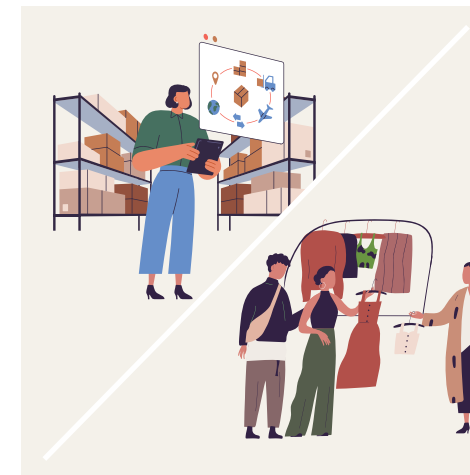
オンラインでは味わえない、手に取る・実物を目で見る消費を梅田に集積させ、ここでしかない体験を提供する



まち全体で世界からMICEを受け入れ梅田から新しいビジネスの創出や未来の産業を創り出す



テナントのECにも対応した倉庫機能を備えた店舗区画など次世代型の商業施設を運営する

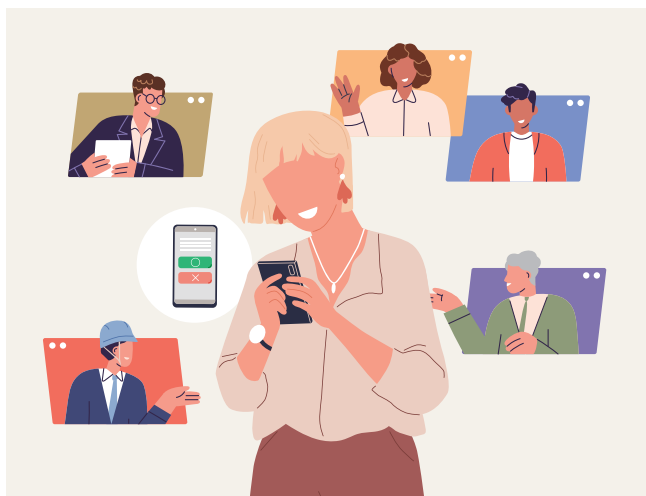


2 魅力的なつながり・理想的なコミュニティ形成に貢献

- クローズドSNS等とリアルの中をつなぐサービスによって、安心して人と人、組織と組織が交流し、より魅力ある日常を楽しめる



住民だけでなくマンションに関わるみんながアプリを介して顔の見える関係になり安心して暮らせる住まいに



アートやスポーツなど活動したい人と場所をSNSでつなげカルチャーが活発で、世界に人を輩出するまちへ



困っている人と余力のある人をつなぐアプリを介して子育て支援など地域ボランティアが気兼ねなくできる(利用できる)暮らしやすいまちに

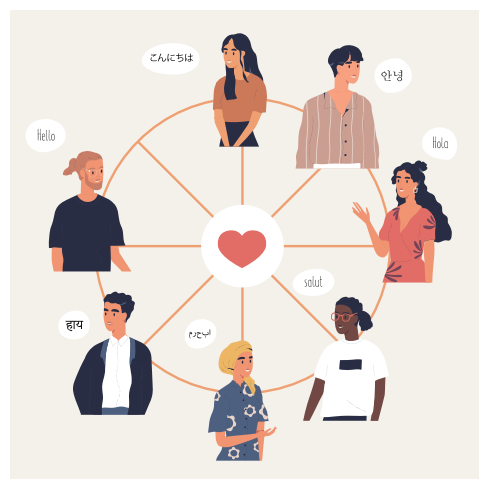


3 情報・サービスのパーソナライズ化で一人ひとりに最適な体験を提供

- デジタルマーケティングが進展し、欲しい情報・サービスへタイムリーにアクセスできる
- ハードの制約を個別の情報発信やデジタルサービスによって支援し、
ダイバーシティ&インクルージョンが実現され、誰もが行きやすい・暮らしやすい街になる



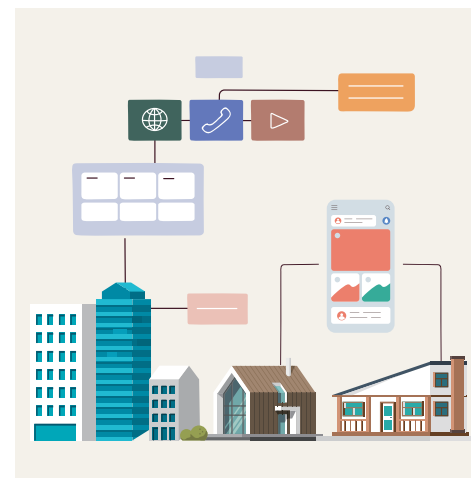
誰もが言葉の壁や
ハンディキャップを感じない
心の通ったコミュニケーションが可能に



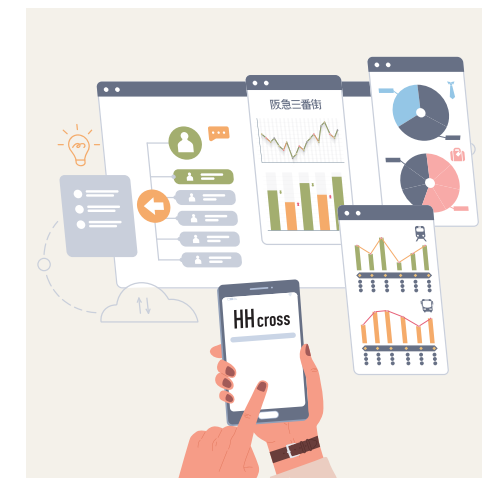
顔認証などで個人を認識し
エレベーター運転や
空調・照明が1人1人に最適化され
だれもが快適なオフィスに



geo life supportが進化し
不動産管理やメンテナンス・
管理組合運営も容易になり
いつまでも資産価値が高い住まいに



HH Cross IDで得た情報をもとに
最適な顧客にダイナミックプライシングで
商業施設や都市交通、ホテルなどの
サービスを提案する

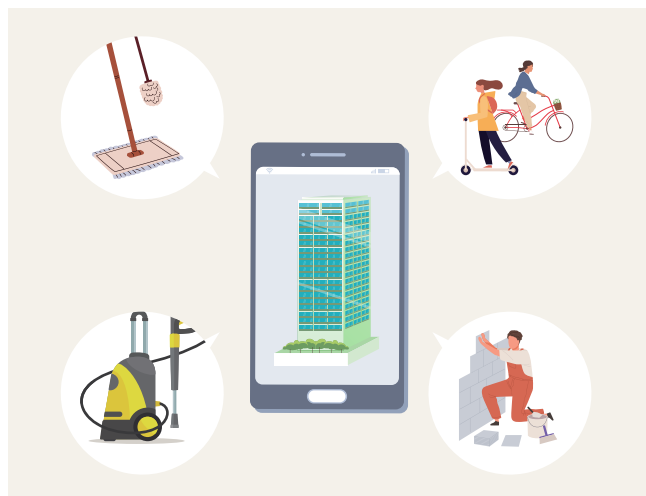


4 時間・資源の有効活用で生活と経済のスマート化に貢献

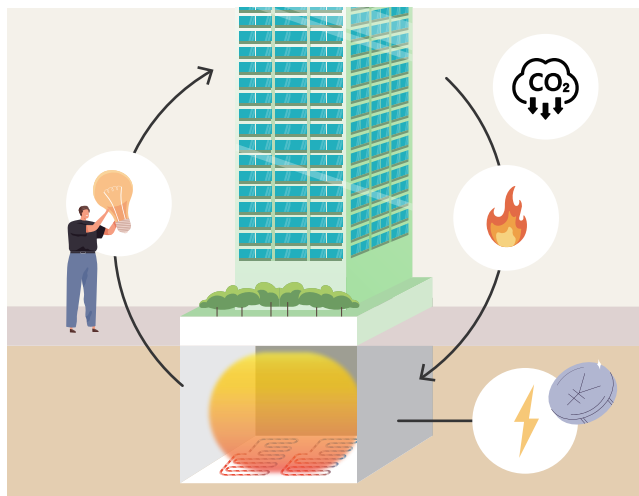
- デジタルにより時間的・空間的制約から解放され、欲しい時にサービスを受けやすくなる
- デジタルを使って所有から利用へシフト。ライドシェアやカーシェアに加えて、家(不動産)のシェアも活発になり、住まいの可能性が広がる



家のメンテナンスや掃除など
住まいにかかわる有形・無形のグッズ・サービスを
住民同士でシェアすることでムダのない社会に



排熱回収や共用部での発電などマンション全体で
エネルギーを融通しあうことで
CO2の減少や余剰電力の売電を可能に

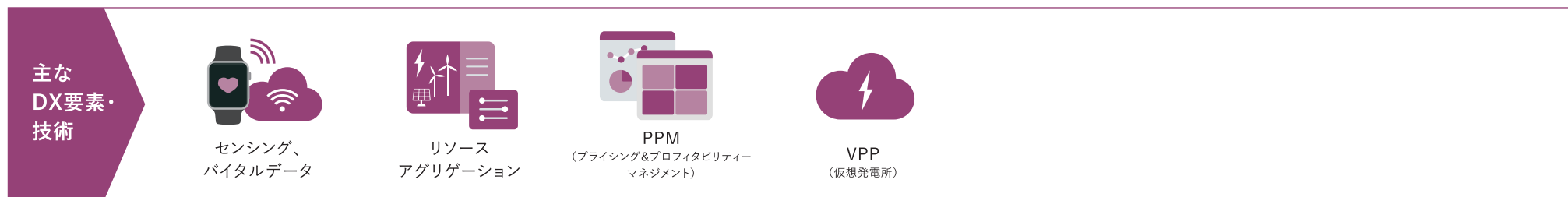


AIで車の入出庫誘導し
周辺道路の状況との連携で実現する
無駄のない駐車場利用や渋滞知らずの交通に



5 データの活用で健康・環境・安全に関わる社会課題の解決に貢献

- データの民主化(情報のアクセス容易性+センシング等の技術進化)とAI活用により、ビックデータから得られるさまざまな情報が可視化され、課題が生じる前に防ぐことができる



蓄積されたヘルスデータをもとに
最適な食事のレコメンドで意識しなくても健康に



住宅、オフィス、商業施設、ホテルがネットワークでつながり
その場でのアクシデントを瞬時にとらえ、どこでも処置できる
世界一安全なまちに



Section.3

DX推進の具体策を 4つの視点で描く 「ロードマップ」

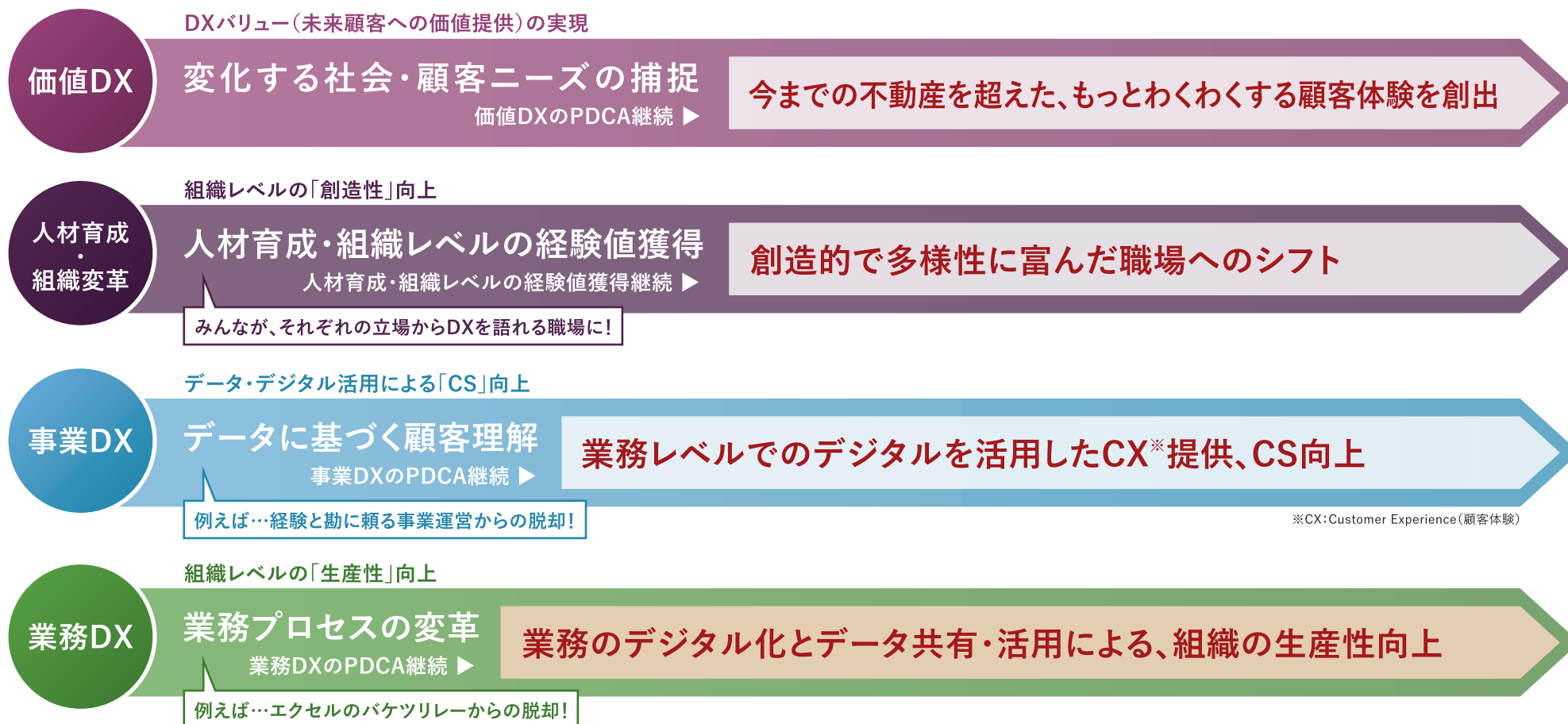
DXビジョンの実践として、
4つの視点で各項目ごとのロードマップを作成。
生産性向上につながる「業務DX」、
デジタル活用で「CS」向上を果たす「事業DX」、
全社員がデジタルリテラシーを高める
「人材育成・組織変革」、
そうした変化を積み重ねながら挑戦する「価値DX」。
デジタル・データ活用の具体策と道筋にそって、
段階的かつ項目ごとにDXを深めていくことで
DXビジョンの実現を目指します。

- 3-1. DXビジョン実現に向けた全体ロードマップ
- 3-2. 業務をデジタル化する「業務DX」ロードマップ
- 3-3. デジタル活用でCS向上を実現する「事業DX」ロードマップ
- 3-4. デジタルリテラシーを高める「人材育成・組織変革」ロードマップ
- 3-5. 変化を積み重ねながら挑戦する「価値DX」ロードマップ
- 3-6. 誰もがDXに取り組むための体制



足元の業務DXから段階的に取り組まなければならないものではなく、
4つの視点のそれぞれより、取り組めるところから着手していく

「私たちが目指す未来のまちづくり」実現へ ▶



業務プロセスを変革することで、業務をデジタル化。必要なデータを利活用しやすい場所に蓄積し、データ活用環境を整え、データドリブンな組織に変わります。その成果をもとに、よりよい働き方を実現し、組織の生産性を高めて事業DX・価値DXへ注力分野を段階的にシフトさせていきます。

▶業務DXから事業DX・価値DXへと注力分野を段階的にシフト

業務DX

業務プロセスの変革

業務DXのPDCA継続 ▶

業務のデジタル化とデータ共有・活用による、組織の生産性向上

[実現目標]

業務プロセス変革方針の整備・着手

- 生産性向上のための全社的な業務プロセス変革方針が定まっている(効率化する対象業務とスコープを整理)
- 業務プロセス変革を支えるデジタル活用方針(例:脱Excel、データ基盤導入、RPAによる単純作業の自動化など)が定まっている
- 紙資料のデータ化や非効率な業務の洗い出しなど、個々のレベルでも業務プロセスの見直しが始まっている

新業務プロセスへの移行・定着

- 新業務プロセスを支えるデジタルツールが利用開始され、業務プロセス変革の取組が一巡している
- 業務DXのPDCAを継続するための体制、運用手順が整備されている
- 業務プロセスの更なる見直しやそれを支える新デジタルツールの導入・検討が進んでいる

必要なデータをすぐに引き出し活用できる状態となっている

- 基幹システム(FRESH、SMILE、PM総合)間のデータがデータ基盤を通じて円滑に連携され、活用しやすい状態になっている
- 経営層から実務層までニーズに合わせて、タイムリーにデータを引き出して活用できている
- 各種基幹システム更新後には、業務のデジタル化・データ活用環境の整備が完了している(以降もPDCAを継続して改善を続ける)

社会・顧客ニーズの変化をデータで捉えて活用するためのデジタルインフラや組織体制を構築することで、現在のビジネスモデルのデジタルへの適合を図り、顧客に提供する価値を向上させていきます。

事業DX

データに基づく顧客理解

事業DXのPDCA継続 ▶

業務レベルでのデジタルを活用したCX提供、CS向上

[実現目標]

データプラットフォーム整備とデータ蓄積の開始(データ活用の土壌づくり)

- 現在は一部しか取得できていない事業戦略に活用できるデータについて、その最適な取得方法を検討し、データを蓄積するプラットフォームの整備が開始されている
例:購買行動データ(顧客データ)
人流データ(都市データ)など
- アプリ等により顧客とのデジタル接点を持ち、データが収集、蓄積、分析、可視化・共有されている
- AIを活用したデータ分析に関するPoC^{※1}など、データ利活用に向けた取り組みが開始されている

※1 PoC:Proof of Concept (概念実証)

データに基づく顧客理解とCX^{※2}の取組の開始

- 蓄積した顧客データの分析結果が事業戦略や業務に活用されている
(=データに基づく顧客像・ニーズの理解がなされている)
- 顧客データや都市データを起点とした顧客サービス提供の自動化など、顧客体験を変革するためのPoC^{※1}が開始されている
例:アプリ連動による館内案内・レコメンド、センシングや人流データを用いたIoTを活用した設備の個別管理による最適化など

※2 CX:Customer Experience (顧客体験)

各事業でデジタルを活用したCX^{※2}が創り出されるサイクルができています

- データで捉えた新しい社会・顧客ニーズに対応した顧客サービスが事業レベルで開始されている
- 顧客サービスが従来の枠にとらわれない提供手段で届けられている
- 基幹システム、データ基盤、アプリの間で、必要なデータが円滑に連携され、CS向上のために活用されている

不動産コアの全社員がデジタルリテラシーを高め（みんなでデジタルを習熟し）
業務DX・事業DXの取組によって組織レベルでデジタル活用の経験値を上げながら
創造的で多様性に富んだ職場へとシフトしていきます。

人材育成・組織変革

人材育成・組織レベルの経験値獲得

人材育成・組織レベルの経験値獲得継続 ▶

創造的で多様性に富んだ職場へのシフト

[実現目標]

DX人材育成方針に基づいたDX人材育成の推進

- 全社DXリテラシーの底上げ、DX専門人材の教育に資する教育コンテンツが提供されている
- DX専門人材の教育は深度化、トレンドや事業部の要望を踏まえたPDCAを継続している
- DX推進者、DX専門人材が一定の割合で育成されている
※DX人材定義はP26参照
- 上記の他、外部とのPJ実施によるノウハウの蓄積、経験者採用により
人材の質的・量的増加が図れている

外部協業を軸とした組織変革の推進

- 各本部・DX推進部における事業DXや事業DXの取組やトライアルが進み、
デジタル活用のノウハウが組織的に蓄積されている
- 全社・部門課題を明らかにしたうえで、その課題解決のために、
グループ内企業やスタートアップをはじめとした外部企業との
ネットワーキングや協業が行われている

組織的なDX人材育成の実現

- DX人材育成のノウハウを組織的に獲得している
- PJ経験者のローテーション等により全社的にDX人材が配置され、各所で自然発生的に
DXノウハウの蓄積や伝達が行われている
- 個々人のレベルにおいても、DX実施者からDX推進者へ、
DX推進者からDX専門人材への成長が進んでいる
※DX人材定義はP26参照

セレンディピティに富んだ組織の実現

- 全社的な価値DX推進のための組織／制度／予算措置等が整備され、
各事業部のDXと併走した取組が実現している
- 社内だけではなく、グループ内企業やスタートアップをはじめとした外部企業との
コラボレーションが自然発生的に起こるセレンディピティ※に富んだ組織が実現している
※セレンディピティ：偶然を得る「主体的な力」

変化する社会・顧客ニーズを捉えて、
今までの不動産事業を超えた、もっとわくわくする顧客体験を創出し続けることで、
100年先も必要とされるデベロッパーであり続けます。

価値DX

変化する社会・顧客ニーズの捕捉

価値DXのPDCA継続 ▶

今までの不動産事業を超えた、もっとわくわくする顧客体験を創出

[実現目標]

全社的な価値DXの議論活性化、事業部横断での取組 (変革アクション実践・ノウハウの蓄積)

- 「私たちが目指す未来のまちづくり」や事業変革の方針をもとに、リアルな不動産事業をどう進化させるかの検討が開始、具体化している
- 上記検討を経て設定された全社で取り組むべき事柄について、事業部横断の取組が開始している
- グループ内やスタートアップをはじめとした外部企業等との協業やネットワーキングにより社会・顧客ニーズが収集され、上記の検討に反映されている
- 検討された仮説をもとに、事業部横断でのPoCが複数検討され、失敗を恐れずに実施されている (=リスタートアップ)
- 上記の企画内容や結果について全社的に活発な議論がなされている
- グループ内やスタートアップをはじめとした外部企業との協業が加速し、データの相互利活用が検討されている

従来の不動産事業の枠を超え、 DXバリューを提供する事業体に 進化している

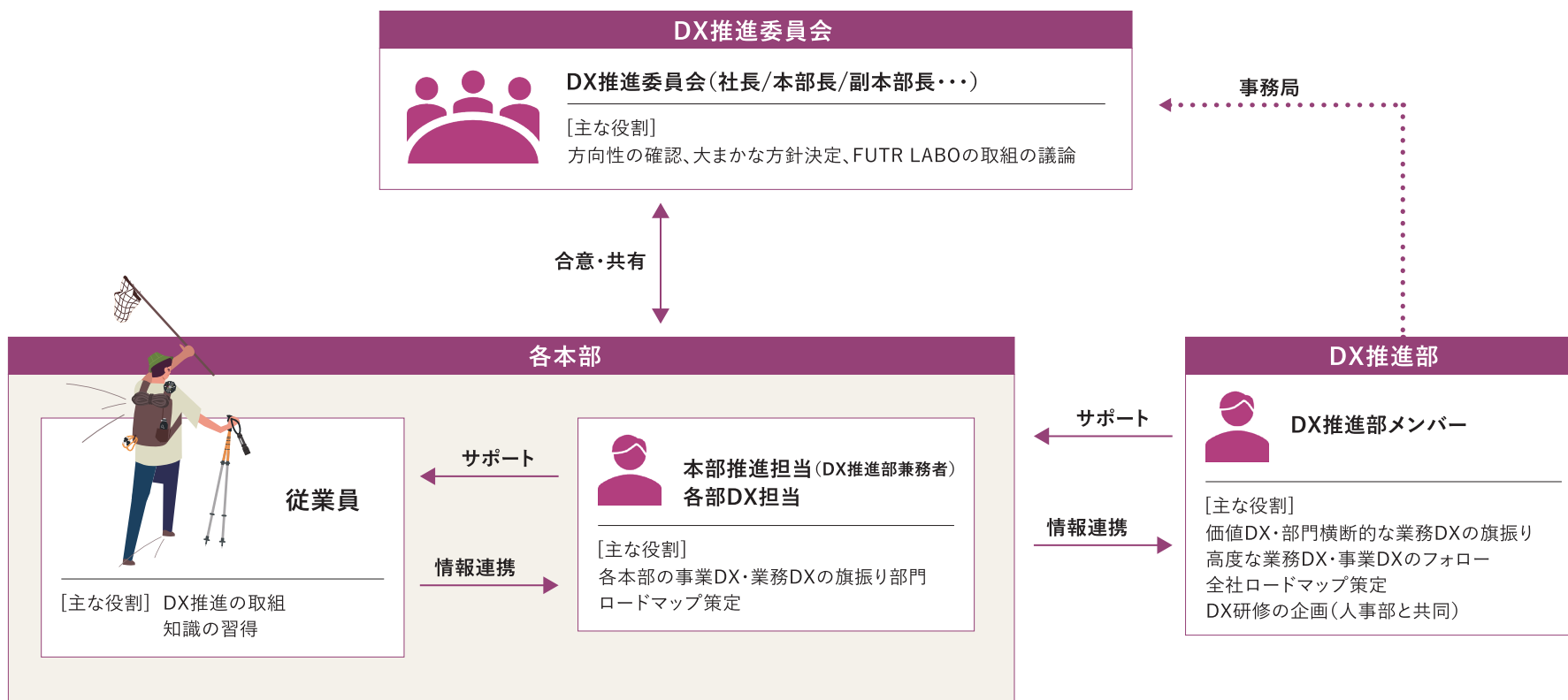
- 全社的な議論・PoCを継続することでビジネス変革の種を生み出し続け、変化する社会・顧客ニーズに対応している
- 市場を創出する／プラットフォームを提供する側に回り、更にそのノウハウを外販するなど先行者利益を獲得している
- 事業を超えて各種データが連携され、外部のサービスとも連携することにより、これまでになかった新たな顧客体験を創出している
- 「FUTR LABOを通じて、「100年先の未来の不動産」の創出に向けて動いている
ラボでは、学術研究にとどまらず、実践的な事業創出を目指す業界の先駆けとなり、進化するデジタル技術を用いて、新たなビジネスモデルの創出や不動産事業の更なる価値の向上を加速させる

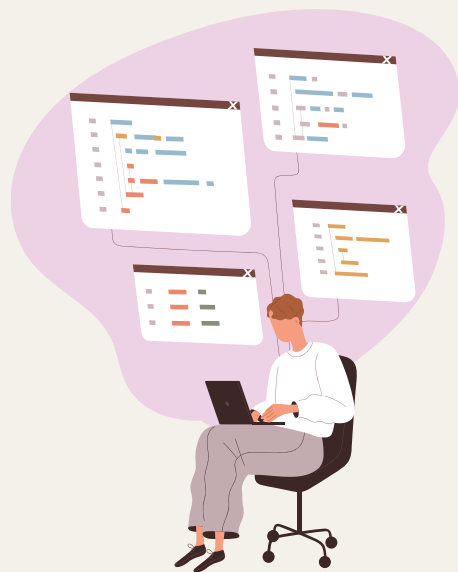
DX推進の当事者は従業員の皆さん一人ひとりです。

「DX推進戦略」のもと、デジタル・データ活用により何が実現できるか考え、行動に移していただきたいと思います。

その第一歩を踏み出すために、DX推進部をはじめ、

本部推進担当（DX推進部兼務者）、各部DX担当が、従業員の皆さんをサポートします。





APPENDIX (参考資料)

DXビジョンの実現に向けて、当社自らがデジタルサービスを提供する立場にもなることで、価値DXの好循環を生み出し、顧客や地域への提供価値を継続的に向上させます。

目指す未来(What)

進化するデジタル技術を活用し、事業やビジネスモデルを変革し続けることで、これからの100年間も「顧客から真っ先に選ばれるサービスや体験」を提供できるデベロッパーを目指します(DXビジョン)



取組事項
↓
価値DX
の推進

- ✓ 当社が推進主体となり、新たなデジタルサービス/システムを独自に構築
(ベンダー任せにしない)
- ✓ 同業他社との共有により、構築したデジタルサービス/システムの磨き込み
- ✓ 蓄積されるデータを活用した、新規のサービス/システムを企画、検討

背景(Why)

外部環境

あらゆる事業・サービスでデジタル化が進み、あらゆるプレイヤーが主体的にデジタルを事業に実装することが不可欠に

ヒトやまちを物理的につなぐだけでなく、デジタル技術をまちにつなぎ、持続可能な都市経営が必要に

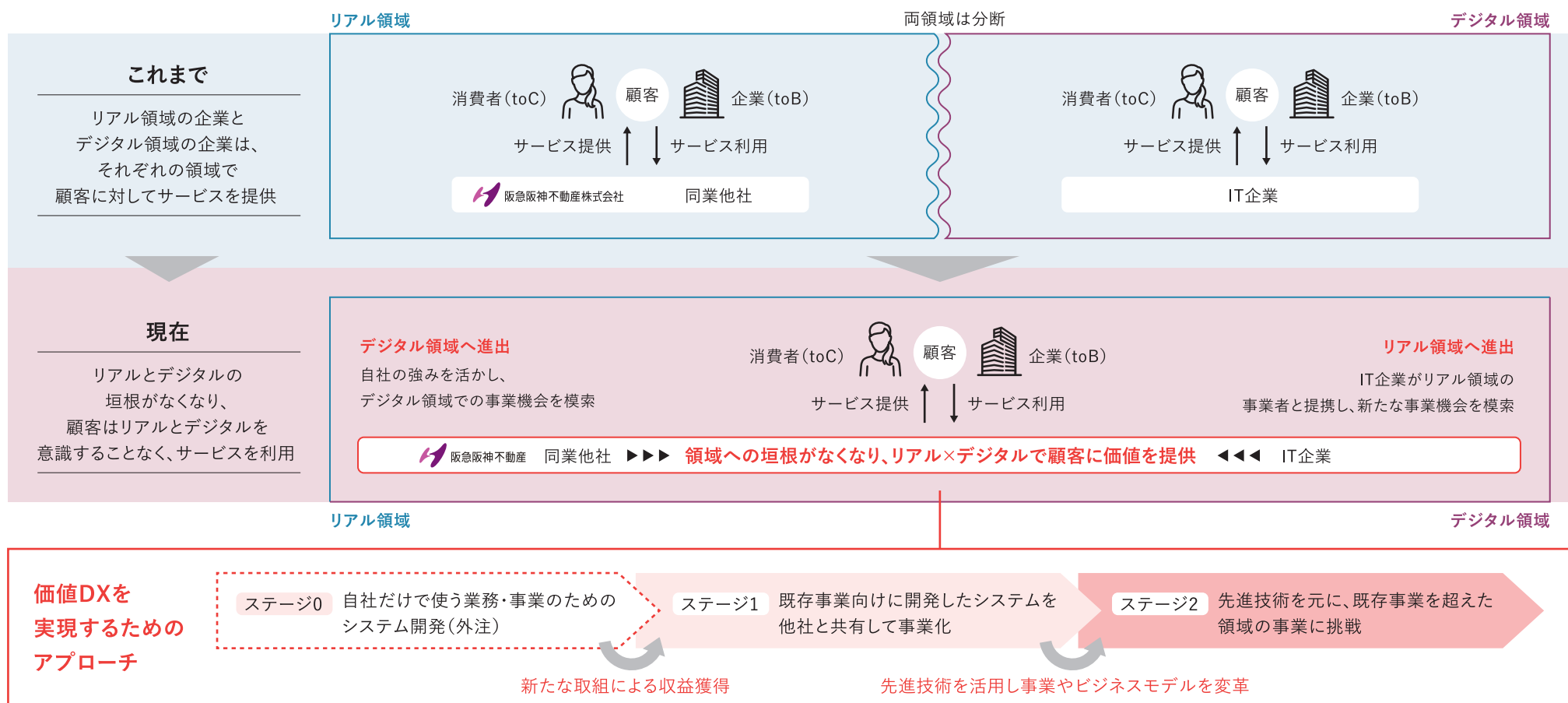
内部環境

デジタルサービスの拡充が不可欠であるが、当社単独では開発リソースに限界(投資規模、人的ともに)

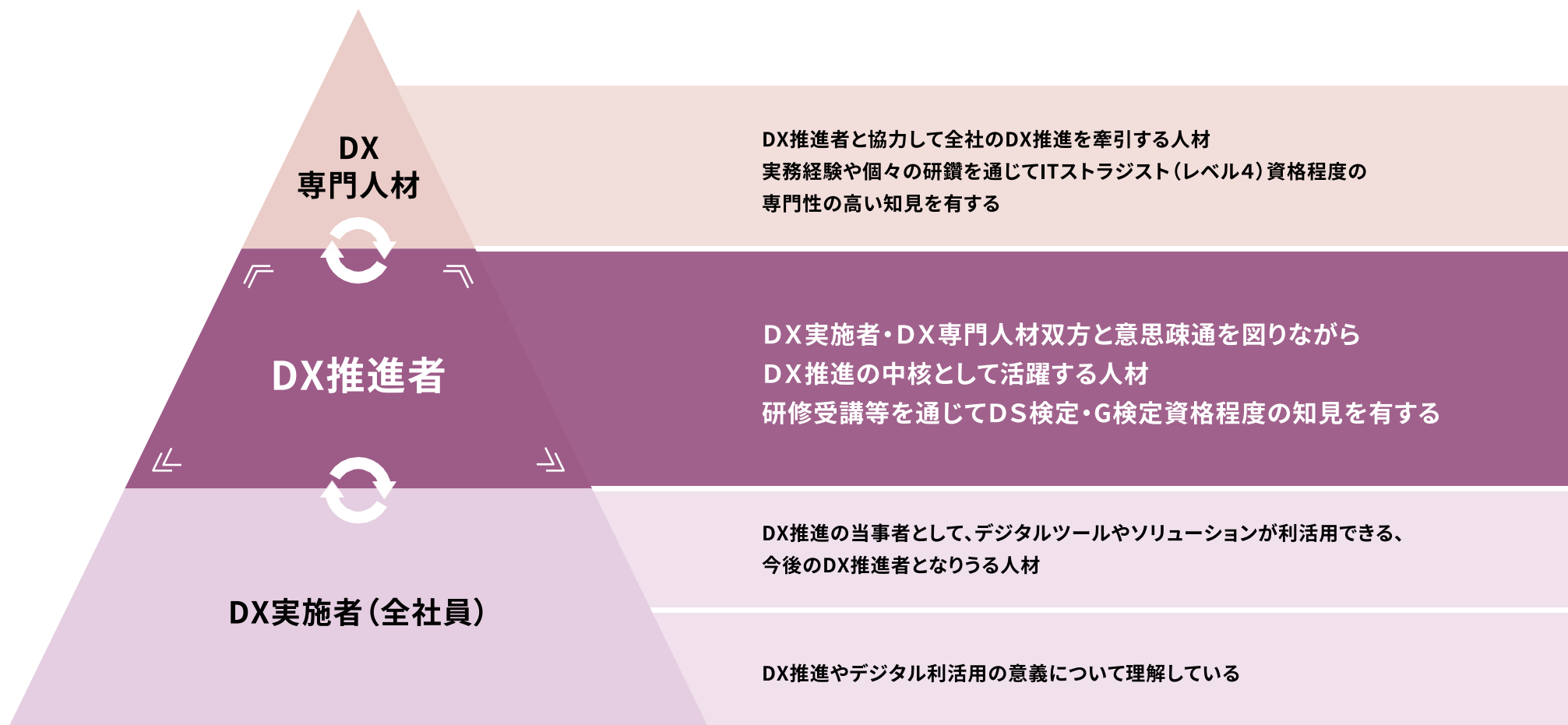
デジタル投資は、不動産投資と異なり、1:Nの投資効果が発揮される(物質的な成約を受けづらく、対応するサービスによって対象となる利用者数が拡大できるため、より高い投資効果が期待できる)

価値DX実現に向けたアプローチ ～ デジタル領域に進出することの意義 ～

デジタルとリアルとの垣根がなくなる中、当社の強みであるリアルの価値を高めるため、リアル×デジタルでのサービス・体験の提供が、今後の競争力の源泉に。デジタル投資を他社との共有を前提とし、投資負担を軽減させながらリアルの価値向上を実現するとともに、デジタルデータを活かし、次の価値をいち早く創出していく。



DX推進の中核をなす「DX推進者」を中心に、「DX専門人材」「DX推進者」「DX実施者」の3階層を設定。個々レベルに応じたスキルセットを習得するための施策や推奨資格等をきめ細やかに設定することで、**全社DXリテラシーの効果的な底上げとDX推進者・DX専門人材の育成を図る。**





阪急阪神不動産株式会社