

DX戦略

当社におけるDX推進計画の位置付け

長期経営方針 VISION 2025

街づくりを通して
持続可能な社会の構築を実現

テクノロジーを活用し
不動産業そのものをイノベーション

グローバルカンパニーへの進化

DX VISION 2025

事業変革 (顧客志向・社会課題解決)

Smart City / Property

デジタルで街と施設を快適・便利に

Omni Channel

リアルとデジタルの顧客接点の融合

Real Estate as a Service

空間提供にとどまらないサービス志向

取り組み事例 企業のBCP強化をデジタルでサポートする「&Resilience」 P.93

働き方改革 (生産性・従業員満足度向上)

ABW Activity Based Working

場所にとらわれないアクティブな働き方

BPR Business Process Re-engineering

既存の業務フロー/システム改革

取り組み事例 RPA、ローコードツールの活用による働き方改革の推進 P.94

推進基盤

サイバーセキュリティ

グループセキュリティの弛まぬ進化

データ活用

顧客や業務のデータ活用

不動産 × デジタル人材育成

全社ITリテラシーとDX本部の推進力

グループシステム先進化

共通化・効率化

モダン開発

安い・早い・上手い 永続型開発

取り組み事例 取得・蓄積したデータを活用した事業成長への取り組み P.94
全社員対象DX研修「DxU(ディー・バイ・ユー)」の実施 P.87

当社DX推進上の重要視点

DXの位置付け

DXは多様

どうしたらDXが進むのか 具体的な戦略が必要

DXは手段

顧客への価値提供が目的 Who・What・Howの明確化

リアルとの組み合わせ

当社の強みであるリアルとの組み合わせが重要

“Real Estate as a Service”

顧客の顕在ニーズと潜在ニーズを捉え 三井不動産にしかできないサービスの創出を目指す

不動産を「モノ」としてではなく 「サービス」として提供

ビジネスを商品別でなく顧客の行動別に捉える

リアル、デジタルの最適な組み合わせを目指す

(デジタルにできること)

顧客プロセスのスマート化

データ活用(取得・分析)

当社DX推進上の重要視点

顧客視点

徹底的にお客様の目線に立つ

リアル × デジタル視点

最適な組み合わせにより リアルの価値を究極まで高める

データ活用視点

明確な目的のもと 必要なデータの質・量を定義する

DX推進による成果事例

成果1 事業変革

- 顧客満足度向上と社会課題の解決を目的とし、全事業同時にDX推進中
- 既存事業の枠を超えた新事業も続々リリース

主な事業変革プロジェクト

	2020年	2021年	2022年
新サービスリリース	5件	11件	14件
主な開発中案件	8件	12件	9件
主な実証実験案件	4件	6件	4件

主な当社会員組織

2021年10月

1,364万人

2022年10月

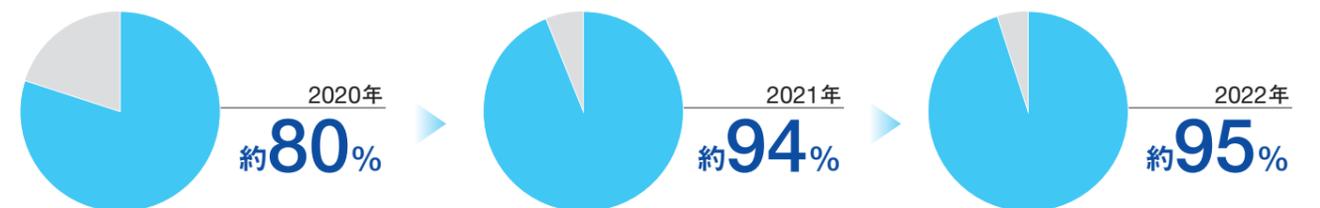
1,500万人

商業施設: 約1,300万人
すまい: 約30万人
ホテル: 約69万人
オフィス(ワークスタイリング): 約25万人
オフィス(& Life-Biz): 約13万人
東京ドーム: 約63万人

成果3 推進基盤

- DX推進に不可欠なサイバーセキュリティ対策、システムオペレーションの円滑化など推進中

社内利用システムクラウド率(三井不動産(株)単体)



外部からの評価

受賞歴

「DX銘柄2022」受賞

評価ポイント: DX推進体制やDXプロジェクトの実行能力/柏の葉データプラットフォームの取り組み



「2022 IT賞(顧客・事業機能領域)」受賞

評価ポイント: ららぽーと福岡における、デジタルを活用したサービス革新の取り組み



「2021 IT奨励賞(社会課題解決領域)」受賞

評価ポイント: 「スマートライフパス柏の葉」および「Dot to Dot」



DX銘柄 2021「デジタル×コロナ対策(レジリエンス部門)」受賞

評価ポイント: 新型コロナウイルス感染症下における業務の持続性確保