

特集：ニューノーマル・ウィズコロナの鉄道輸送とサービス
「新しい取り組みに果敢に着手する鉄道事業者の「いま」」

REPORT.1

サブスクリプションで

定期券に新たな

付加価値を創造する

東急電鉄

コロナ禍での企業のテレワーク推進などによって、都心部で働き、住宅地で暮らすという職住分離型の行動様式が変化し、通勤・通学利用の比率が高い都市鉄道全般を取り巻く環境には大きな変化が生じている。

民鉄の中でも通勤・通学の利用者が多い田園都市線や東横線をもつ東急電鉄は、定期券利用者に対する新たなサービスの実証実験を開始した。移動のみの定期券利用に付加価値を与え、徹底したマーケティングを基に利用者の生活をサポートする新たな定期券サービスの在り方を創造、提案している。その取り組みを紹介する。

テレワーク浸透で乗客が減少

コロナ禍でライフスタイルやワークスタイルは大きく変貌したが、中でも大きく変化したのは通勤に対する概念である。企業側のテレワーク推進によって在宅勤務が増え、通勤費支給も変化したことで、輸送人員の減少、特に定期収入のシェアが大きい都市鉄道事業者にとっては深刻な事態がもたらされた。各社では定期券利用の継続を図る企業努力を行っているが、ここでは東急電鉄の新たな定期券連携サービスの取り組みを見ていきたい。

東急電鉄の路線は、沿線あるいは他社との相互直通によってつながる都心部と、多摩田園都市などをはじめとする沿線の住宅地を結ぶことでネットワークが構成されている。都心部で働き、沿線住宅地で快適に暮らすという職住分離が現在より明確であったコロナ禍以前には、混雑緩和が重要課題の一つだった。

コロナ禍の前後を比較すると、東急電鉄の定期券利用は約30%、定期外は約25%減少している。鉄道事業本部運輸計画部沿線マーケティング課の梶谷俊夫課長は「要因としては、当社の定期券利用者にはテレワークに移行しやすい規模や業種に勤める人が多いためではないか」と分析する。また、「東急線アプリの利用者アンケートでは、コロナ禍前後で在宅勤務の実施頻度が大きく変化し、コロナ禍の終息後もテ



鉄道事業本部 運輸計画部
沿線マーケティング課 課長

梶谷俊夫
Toshio KAJITANI

レワークはある程度、定着するのではないかとの見方もある」と語る。

MaaSが基盤の実証実験「DENTO」

こうした社会情勢の変化を俊敏に捉え、定期券利用の回復施策として、定期券保有者に対する新たなサービスが行われている。

まず2021年1月13日～4月28日には、東急主体で実証実験「DENTO」が行われた。田園都市線在住の30～50代の都心通勤者をターゲットに、東急グループの交通や施設を活用して新しい移動や就労サービスが提供された。

具体的には、「鉄道以外の快適な移動サービス」として、①多摩田園都市地区と東京都心を結ぶ通勤高速バス、②港区・中央区・渋谷区の勤務地と横浜市青葉区自宅を結ぶ乗合ハイヤーが設定された。また、「多様で快適なテレワーク環境」として、シェアオフィスの設置や、自宅や最寄り駅付近のカフェ、フィットネスクラブなどでもテレワークができる就労環境を提供、さ



特集：ニューノーマル・ウィズコロナの鉄道輸送とサービス

【新しい取り組みに果敢に着手する鉄道事業者の「いま」】



渋谷駅渋谷ヒカリエ1改札

らに「お出かけがもっと楽しくなるサービス」として、①東急線ワンデーパスや東急バス1日乗車券などの100円チケット、②ハイヤー利用と飲食を組み合わせたごほうびセットチケット、③グループ会社が経営する施設で使用できるアクティブクーポンの発行——などを展開した。

「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」というグループ理念を持つ東急が手掛けたDENTOは、就労形態の変化に伴う移動ニーズの多様化やワークを含むライフスタイルの個別化に対応して、移動サービスと生活サービスをシームレスに提供する実証実験となった。東急はコロナ禍以前より、日本初の観光型Maas「Izuko」をはじめMaasの取り組みを進めているが、そうした実績もDENTOのサービス構築に生かされている。

「通勤高速バスや乗合ハイヤーは浸透に時間がかかるため、利用率が高いとは言えないが、利用者の満足度が高く、運行時間帯や乗降エリアなどについても、次のサービスへの検討材料を多く得ることができた。またシェアオフィスはリピート率が高く、郊外におけるテレワークニーズが高いことが分かった。全体的に、机上だけでは把握できない、お客さまの実質的なニーズをつかむことができた」と梶谷課長はその成果を語る。

移動上のサービス「TuyTuy」

2021年5月12日からは、東急電鉄が主導して新たな実証実験「TuyTuy」がスタートした。デジタル乗車券の配布やテレワークニーズを取り込むなど、DENTOの実績を一部、継承しながらも、コンセプトは新たに構築、サービス展開エリアを東急線沿線に拡大し、ターゲットは若年化して定期券ユーザーの約4割を占める20〜30代としている。またDENTOがMaasの概念で鉄道以外の移動や就労を基軸としていたのに対し、TuyTuyは鉄道移動の中においてサブスクリプション型で生活サービスを提供する。利用料金は、5月12日〜7月31日は無料、8月1日〜10月31日は月額500円（税込）となっている。

「20〜30代の人々はデジタル・スマートフォンネイティブであり、各種のサブスクリプションを使いこなしている。そうした中で各人のニーズに即したものを選んで使えるものがないのではないかと考えた。またこの世代は気候変動や環境問題への関心も



鉄道事業本部 運輸計画部
沿線マーケティング課

中村文香
Fumika NAKAMURA



上/ TuyTuyは定期券利用に付与して生活サービスを提供する。左/傘をレンタルできる「アイカサ」下/何度でも使える「充レン」。災害時には無償貸し出しも実施される



■「DENTO」と「TuyTuy」の違い

	DENTO	TuyTuy
主体	東急	東急電鉄
目的	定期券付加価値向上	定期券付加価値向上
分類	MaaS	移動手段を含めたサービスプラットフォーム
ポイント	新しい動き方の提案	環境配慮型サブスクリプション
ターゲット	30～50代	20～30代
展開エリア	主に多摩田園都市地区	東急線沿線
サービス	移動サービスと生活サービスをシームレスに提供 ①快適な都心通勤を実現する移動サービス ②自宅周辺で快適にテレワークできる就労環境の提供 ③移動目的および体験価値の向上	シェアリングを中心とした環境配慮型のサービス ①サーキュラーエコノミー(循環型経済)実現への取り組み ②時間価値の向上
支払い方法	サービス利用時に都度購入	月額定額の先支払い



ウィズコロナに即した鉄道の新しい社会的価値が求められている

高いので、環境配慮型の「コト消費メニュー」をそろえるようにした」と鉄道事業本部運輸計画部沿線マーケティング課の中村文香さんは語る。

日常生活に特化したメニュー

TuyTuyには、ユーザーによく知られた企業やスタートアップ企業まで9月末時点で13社が参画し、日常生活を「少し便利に楽しくするサービス」を提供している。TuyTuyに加入し、毎月定額の料金を支払うことで、各サービスの割引や特典が付与される。主なものでは、スマホやタブレットを充電できるモバイルバッテリーレンタルサービスの「充レン」がある。東急線沿線の駅の半数以上でスタンドが設置されており、全国には約2300のスタンドが稼働している。移動途中のバッテリー切れを心配することなく、安心して活動できる。また、「アイカサ」は傘のレンタルサービスで、全国約850スポットがある。傘をシェアすることで、忘れ物傘の廃棄量の減少を目指している。

シェアリングサービスとしてはそのほか小型電動アシスト自転車を利用できる「LUUP」がある。首都圏に約300ポート設置されており、近距離移動を自転車サポートすることで、街中の放置自転車削減し、CO₂排出や違法駐車を抑止する効果がある。フードロス削減の取り組みもある。

「パンスク」(※参画休止中)は全国のいずれかのパン専門店からパンが宅配されるサービスであり、「TABETE」は店が作り過ぎてしまった食品を登録したユーザーが消費する仕組みだ。東急沿線の鮮魚店「sakanabacca」では、容器を持って買い物に行く割引になり、脱炭素の取り組みにもつながる。

健康やリラクセスという視点では、毎月決まった分の花を受け取ることができる花の定額制サービス「ハナノヒ」がある。また、東急グループのフィットネスクラブ「アトリオドゥーエ」も特別料金で利用できる。

便利で生活を少し楽しく豊かにしてくれて、「つつい利用してしまふ」各種のサービスが用意され、定期券利用者は各人の生活に合わせて、選択して利用することで、独自の新たなライフスタイルを創造していけるのである。

マーケティング重視でメニュー構成

今回の取り組みの大きな特徴は、前例にとらわれずに、徹底したマーケティングの結果に基づいてサービスメニューが組みまれていることだろう。

「事前にアンケート調査(約1300人回答)を実施し、アンケートに寄せられた声をそのまま反映するぐらいのマーケティング意識で取り組んでいる」(中村さん)

「想定外のものがリピート率が高く、

特集：ニューノーマル・ウィズコロナの鉄道輸送とサービス

【新しい取り組みに果敢に着手する鉄道事業者の「いま」】



上／小型電動アシスト自転車を利用できる「LOOP」
左／芝生が広がるアウトドスタイルのワークエリア



左／「DENBUS ワークスペース」エントランス 上／Wi-Fiも使える510形の車内で仕事ができる 右／cockピットの真後ろ、限定1席のYS-11エリア



果では、利用者はターゲットとした20〜30代以外にも70代までの幅広い年齢層に比較的均等に広がっていることが分かった。また、他の施策よりもア

魅力的なコンテンツは移動の原動力

「TUYTUY開始後のアンケート結果では、利用者はターゲットとした20〜30代以外にも70代までの幅広い年齢層に比較的均等に広がっていることが分かった。また、他の施策よりもア

「電車とバスの博物館」のコロナ禍で長期休業していたB棟などの遊休資産を活用し、新たなシェアオフィスを設置した。特に電車とバスの博物館に開設された「DENBUSワークスペース」は、目黒蒲田電鉄時代の車両や飛行機YS-11の中で仕事ができるほか、人工芝が広がるアウトドスタイルのエリアが整備されるなど、アミューズメント要素を盛り込んだワークスペースとなっている。これらのワークスペースはTUYTUYで提供しているカフェやシェアオフィスを時間単位で利用できるサービス「Sup」とも連携しており、毎月決まった回数の利用料金が割引される。

「TUYTUY開始後のアンケート結果では、利用者はターゲットとした20〜30代以外にも70代までの幅広い年齢層に比較的均等に広がっていることが分かった。また、他の施策よりもア

「TUYTUY開始後のアンケート結果では、利用者はターゲットとした20〜30代以外にも70代までの幅広い年齢層に比較的均等に広がっていることが分かった。また、他の施策よりもア

「TUYTUY開始後のアンケート結果では、利用者はターゲットとした20〜30代以外にも70代までの幅広い年齢層に比較的均等に広がっていることが分かった。また、他の施策よりもア

「TUYTUY開始後のアンケート結果では、利用者はターゲットとした20〜30代以外にも70代までの幅広い年齢層に比較的均等に広がっていることが分かった。また、他の施策よりもア

※サステナブルな経営を推進するにあたり、社会および事業の視点から、重要と考えるテーマ