2026年10月15日

「東急・東急電鉄公式サイト」、田園都市線を運行していた「8500系」の吊り輪を活用した照明器具「WA」、
分譲マンション「ドレッセたまプラーザ　プレイス」、地域コミュニティアプリ「common」

東急と東急電鉄が手がける4つのサービス・商品が「2026年度グッドデザイン賞」を受賞！

東急株式会社
東急電鉄株式会社

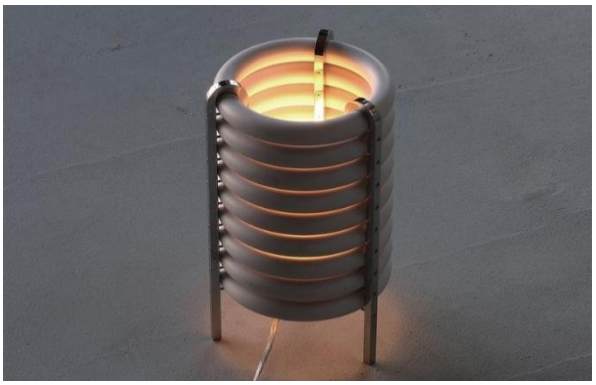
東急株式会社（以下、東急）と東急電鉄株式会社（以下、東急電鉄）が運営する「東急・東急電鉄公式サイト」、田園都市線を運行していた「8500系」の吊り輪を活用した照明器具「WA」、東急が展開する分譲マンション「ドレッセたまプラーザ　プレイス」および地域コミュニティアプリ「common」の4つの取り組みが、公益財団法人日本デザイン振興会が主催する「2026年度グッドデザイン賞」を受賞しました。

これまで東急と東急電鉄は、鉄道の運行や住宅開発、生活サービスの拡充など、各事業を多角的に展開することで、時代の変化に応じた総合的なまちづくりを追求してきました。今回の受賞は、交通・不動産・生活サービスという日々の暮らしに密着した各事業において、お客さまの視点に立ったデザイン性と社会的価値が高く評価されたものです。

各取り組みの概要と主な評価ポイントは別紙の通りです。

＜2026年度グッドデザイン賞　受賞サービス・商品一覧（全4件）＞

「東急・東急電鉄公式サイト」



照明器具「WA」

分譲マンション「ドレッセたまプラーザ　プレイス」

地域コミュニティアプリ「common」

なお、上記に加え、東急が共同事業者として参画している「OMO7横浜　by　星野リゾート」が「2026年度グッドデザイン賞金賞」を受賞しました。

東急と東急電鉄は今後も、持続可能で活力のある美しい生活環境の創造を目指して各事業を一体的に展開し、沿線価値のさらなる向上と地域社会の発展に貢献していきます。

【別紙】

■「東急・東急電鉄公式サイト」（事業主：東急、東急電鉄）

1．概要

「東急・東急電鉄公式サイト」は、鉄道の運行情報や駅情報に加え、東急㈱グループの事業・サービス、沿線の街や施設、イベントなどの情報を横断的に発信するプラットフォームです。お客さまが必要な情報に迷わずたどり着けるだけでなく、「まちを楽しむ」を通じて新しい街や情報との出会いを生み出し、沿線へのお出かけやサービス利用など、次の行動につながる顧客体験の創出を目指しています。

「東急・東急電鉄公式サイト」URL：https://www.tokyu.co.jp/

2．デザインのポイント

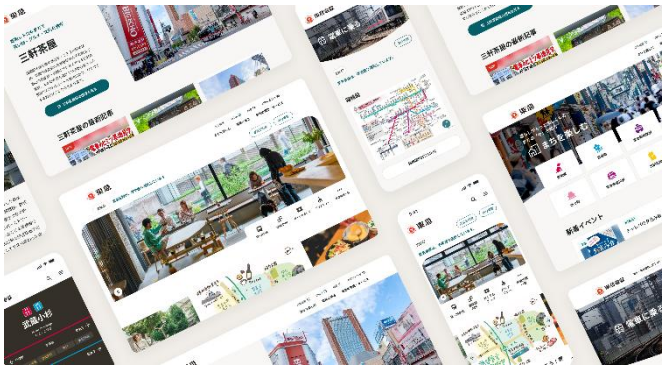
・定量調査やワークショップを通じて顧客ニーズを捉え、情報設計や導線、UIへ反映

・東急線全99駅を実際に歩き、地域ごとの個性や魅力をデザインに反映

・鉄道・まち・企業情報をわかりやすく整理し、アクセシビリティにも配慮。必要な情報への到達と、新たなまちとの出会いを両立する顧客起点の体験を追求

3．審査員評価コメント

鉄道会社の公式サイトは、長く会社の情報を伝える場として作られてきた。しかし利用者が知りたいのは、電車がいま動いているか、沿線にどんなまちがあるかである。その情報は方々に散らばっていた。本件は、それを「電車に乗る」「まちを楽しむ」という目的から並べ直した。正確さが第一の運行情報と、面白さが要るまちの情報を同じ調子で揃えず、それぞれに合った形を与えたうえで一つに束ねている。沿線99駅を実際に歩いてページを作り、更新を続ける体制まで整えた点も、公開後に育てる前提に立っている。この使いやすさが、まちへの愛着に育っていくことを期待したい。



■照明器具「WA」（事業主：東急、東急電鉄）

1．概要

「WA」は、資源循環の観点から、2023年1月に定期運行を終了した「8500系」で使用されていた吊り輪を活用した照明器具です。ロンドンを拠点に活動するデザインスタジオ「Akasaki　&　Vanhuyse」のデザインによって生み出された「WA」は、長年使用された吊り輪の経年変化をデザインの一部として取り入れ、田園都市線を運行していた「8500系」の記憶を照らすオリジナルプロダクトです。

2．デザインのポイント

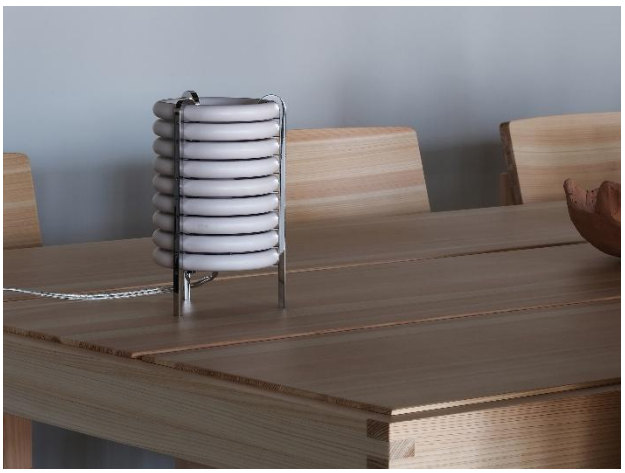
・経年変化や傷を隠さず「使われてきた証（時間的記憶）」として価値化する造形思想

・分解・再循環を前提とし、時間を超えて使われ続ける循環設計

・日常の中で環境への意識変容を促す静かな照明体験

3．審査員評価コメント

「リサイクル」とは何かという課題に正面から向き合い、その問いを高い完成度でデザインに落とし込んでいる。つくりや品質も非常に精緻で、宝飾品を思わせるほど丁寧に仕上げられている。造形としても美しく、完成度の高いテーブルランプである。今後のさらなる展開が期待される。



4．商品概要

商品名	「WA」
デザイン	Akasaki　&　Vanhuyse
販売価格	109，000円（税込）
販売台数	150台（限定販売）
光源仕様	E17系LED電球（電球色）
消費電力	1．2W
寸法	幅114mm×奥行120mm×高さ193mm
本体重量	約1．2kg
材質仕上	ステンレス／樹脂（吊り輪）
発売日	2025年8月25日(月)～　※在庫がなくなり次第、販売終了となります。
商品サイト	https://wa-trainstraps.com　※販売元は東急、製造元は株式会社斉藤照明

■分譲マンション「ドレッセたまプラーザ プレイス」（事業主：東急）

1．概要

「ドレッセたまプラーザ プレイス」は、田園都市線たまプラーザ駅において、東急が先導する街のさらなる価値向上を目指し、フラッグシップレジデンスとして、機能とデザインを追求した地上6階建て67戸の集合住宅です。住棟を雁行（がんこう）配置とすることで全戸南向きを実現し、周辺との見合いや通風・採光に配慮しながら、ケヤキ並木に寄り添う木調外観によって、優れた居住環境を形成しました。

※ドレッセとは、フランス語で「建てる」を意味する「DRESSER」と英語で「装う」を意味する「DRESS」を組み合わせたブランドネームです。東急のDNAともいえる街づくりで大切な「サステナビリティ」の思いも込められ、次の50年、100年を見据え、年月が経つ中で風景の一部として街の景観の美しさを高めていく住まいづくりを目指しています。

「まちと住まい」公式サイト：https://www.109sumai.com/

2．デザインのポイント

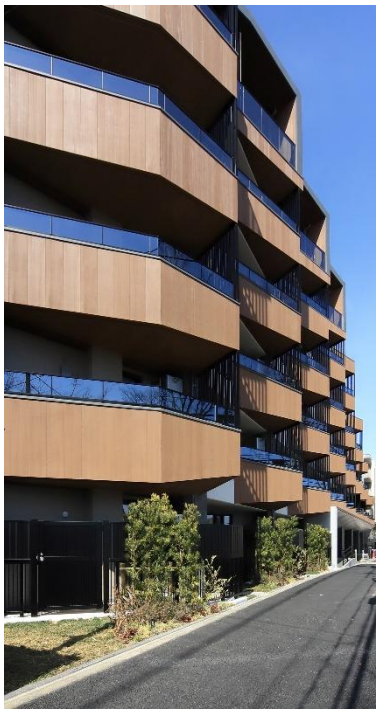
・雁行（がんこう）した住戸配置を採用した配棟計画とすることにより、この街に相応しい新たな象徴となる景観を創出

・各住戸のプライバシーを確保した、多様なライフスタイルに応える36タイプに及ぶ豊富な住戸プランを実現

・ケヤキ並木の通りに面した1階に、地域に開かれた場となり、居住者が店舗としても利用できる共用施設を設置

3．審査員評価コメント

雁行（がんこう）配置が様々な面で魅力となっている集合住宅である。雁行（がんこう）させることで、住戸ごとのプライバシーは守りながら街並みにリズム感を与え、集合住宅にありがちな威圧感を軽減したファサードにもなっている。さらにバルコニーの腰壁や手摺なども、この雁行（がんこう）配置の魅力を高めるように素材や軒裏が繊細にデザインされていて美しい。一方で1階は公共性を高める施設の配置や開口部が工夫され、通りを歩くこと自体が心地よいと感じさせてくれるものとなっている。住戸プランにも多様性を持たせ、様々な居住者層を受け入れる余地がある点も好感が持てる。このような質の高い集合住宅が数多く実現されれば、街の魅力はもっと高まることだろう。



■地域コミュニティアプリ「common」（事業主：東急）

1．概要

「common」は、自律的な地域経済・コミュニティの支援による持続可能なまちづくりの実現に向けて、2021年3月から開始したサービスで、アプリの累計ダウンロード数は27万件を超えています（2026年9月30日（水）時点）。
本サービスでは、まちの素敵な景色や出来事、食や防犯・防災の情報など“まちの今”を共有する「投稿機能」、使わなくなったものや余ったモノなどをご近所さんと無償で譲り合う「譲渡機能」、1対1で身近な相談ごとの解決につなげる「相談機能」、住民自身の手で魅力的な場所をマップ上に記録し共有する「スポット機能」の4つの機能を提供しています。2023年1月に対象エリアを東急線沿線全域に拡大してから、現在は沿線外の武蔵野市などにも展開し、2025年度のアプリ内のコミュニケーション数は年間100万件を超え、地域団体などによるイベント情報の発信によってリアルな交流も生まれており、住民間で助け合う自律的なコミュニティが醸成されています。
将来的にはまちの中にあるあらゆるサービスとつなげることで、一人ひとりのライフスタイルに応じた、地域内のさまざまな生活シーンを支える「生活基盤プラットフォーム」となることを目指しています。
「common」公式サイト：https://www.common.tokyu.co.jp/

2．デザインのポイント

・匿名性を担保することで、地域住民同士で安心かつ程よい距離感で交流できるコミュニケーション設計
・本人確認機能により心理的・身体的安全性を確保し、対面での譲渡や個人的な相談などを実現可能にする仕組み
・生活圏のニッチな情報取得やご近所さんとの交流を通じて、街への帰属感・愛着を感じることができる体験設計

3．審査員評価コメント

東急沿線という行動範囲をうまくアプリケーションの設計と連動させた。自治体と連動した目安箱や譲渡機能など、まちづくりや課題解決につながる機能が高く評価された。 地域コミュニティアプリは、ネットワーク効果が限られてしまうために、一般のSNSに比べてユーザー数や活動数を増やしていくことが難しい。本サービスは、エリアマネジメントとコミュニティを連動させることでその課題を解決させる高度な取り組みである。 スタートアップと今後予定している新機能についても期待している。

以　　上