

# 都市事業セグメント

オフィスビル・商業施設の開発と運営、複合再開発、不動産投資信託の運用、賃貸住宅の管理など、都市エリアでの不動産に関するあらゆるニーズに最適なサービスを提供しています。

## セグメント概況 (2017年3月末現在)

オフィスビル  
延床面積  
**586**千㎡ **58**棟

賃貸住宅管理戸数  
**12.4**万戸※  
社宅管理戸数  
**9.7**万戸

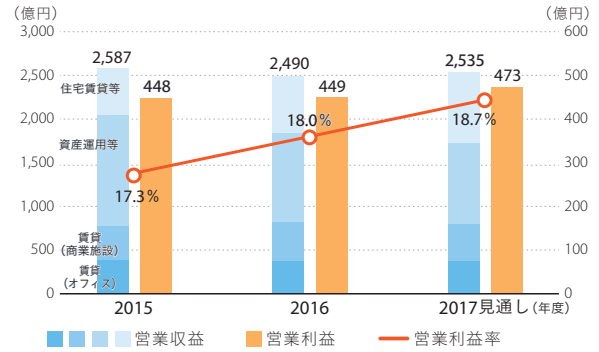
商業施設  
延床面積  
**872**千㎡ **28**棟

運用資産残高  
**7,873**億円

※ 学生レジデンス、学生寮を含む

## 業績の推移

### ● 営業収益(左軸)と営業利益(右軸)



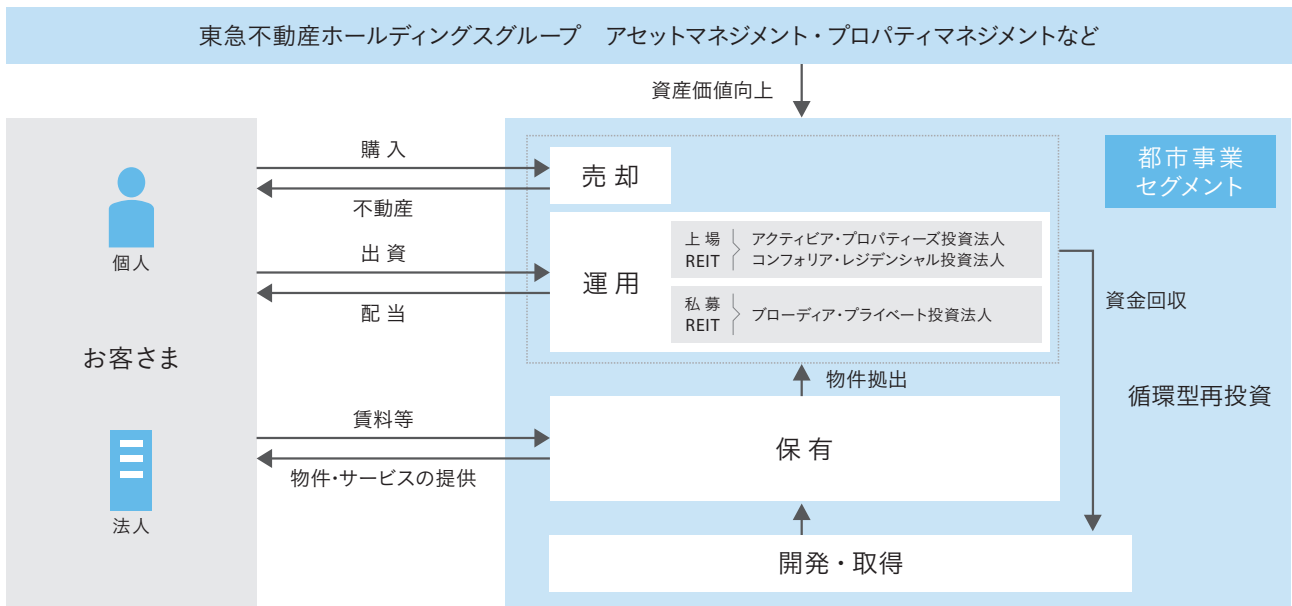
## 2016年度の概況と2017年度の見通し

2016年度の実績は、営業収益2,490億円(前期比3.8%減)、営業利益449億円(前期比0.1%増)の減収増益となりました。売上については、投資家向けのビル等売却収益が249億円減少したことなどにより減収となりました。一方、営業利益は、投資家向けのビル等売却益が減少したことによる減益があったものの、2015年度に開業した「東急プラザ銀座」等の稼働による寄与や、既存物件の賃貸収益の改善等により増益となりました。

2017年度は、営業収益2,535億円(前期比1.8%増)、営業利益473億円(前期比5.5%増)の増収増益の見通しです。2016年度にM&Aにより取得した(株)学生情報センターの通期寄与等により増収、投資家向けビル等売却益の増加や既存物件の改善等により増益となる見込みです。

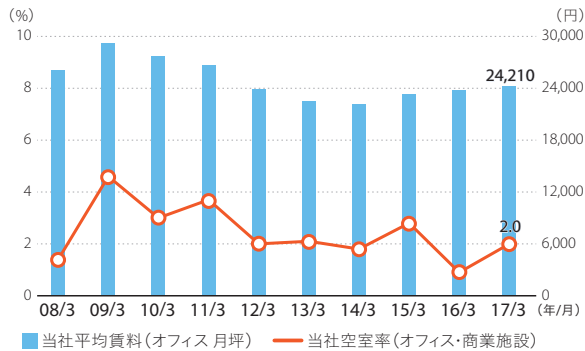
また、今後の新規大型開発プロジェクトである渋谷駅周辺の再開発では「道玄坂一丁目駅前地区再開発計画」、「(仮称)南平台プロジェクト」が新築着工しており、着実に開発が進んでいます。

## ビジネスモデル



## ▶ 市場環境の変化

### ● 空室率(左軸)・賃料(右軸)の推移



### 中長期的な目標と戦略

## グループの中核を担う強固で独自性ある都市事業

グローバルな都市間競争とともに、東京ではオフィスビルの大量供給を控えエリア間競争の激化が想定されます。商業施設も消費者の志向がモノからコト消費へ変化しています。また収益不動産の売買市場において投資家の期待利回りが過去最低となるなど、国内の魅力的なアセットへの高い投資意欲が継続しています。

2019年度に渋谷駅周辺の「(仮称)南平台プロジェクト」「道玄坂一丁目駅前地区再開発計画」が、2020年度には「(仮称)竹芝地区開発計画」が竣工する計画です。これらを通じて、都市生活者に選ばれる街を創出し、同時に安定的なキャッシュフローを獲得していきます。同時に循環型再投資事業を推進し、当社グループの関与アセットも拡大していきます。従来のオフィスビル・商業施設に加えて、インフラ・インダストリーなど、産業構造の変化により成長が期待できる分野にも投資を推進します。循環型再投資の領域拡大により、収益力を強化すると

## ▶ セグメントの強み

- 独自性のある施設づくりや事業の推進力
- 優良なオフィスビルポートフォリオ (2017年3月末現在)
  - ・都心4区のアセット比率 **81%**
  - ・2001年以降竣工のアセット比率 **65%**
- 賃貸住宅のブランド展開



東急住宅リース



もに、AUMは現在の0.8兆円から、2020年度末には1.3兆円への成長をめざします。

賃貸住宅管理事業の成長による関与アセット拡大も重要な課題です。東急住宅リース(株)と、(株)学生情報センターによる賃貸住宅管理戸数は現在の12.4万戸から2020年度末に15万戸まで拡大する計画です。

開発計画における環境性能の向上にも努め、環境負荷の低減や緑化推進、生物多様性の保全など、人と地域・地球と共存できる持続可能な施設計画に取り組んでいきます。

### Column

#### 「公園の中のオフィス」をコンセプトに理想的な働き方を提案「日比谷パークフロント」

「公園の中のオフィス」をコンセプトとした「日比谷パークフロント」は、「Green Work Style Project」の第1号物件です。これまでオフィスに緑を取り入れてきた経験から、緑は精神的・身体的な健康を維持・促進する力があると考え、専門の研究者による学術的な知見に基づく効果的な緑の取り入れ方を実現しました。今後もオフィスを提供する企業としてオフィスワーカーが働きやすい空間をつくり、企業の「働き方改革」に寄与していきます。



(仮称)南平台プロジェクト

道玄坂一丁目駅前地区再開発計画



東急プラザ銀座



日比谷パークフロント(スカイガーデン)

# 住宅事業セグメント

上質で快適なマンション・戸建など住宅分譲を通じ、お客さまのライフスタイルに応じて豊かな暮らしを提案する住生活を総合的にサポートしています。

## ▶ セグメント概況 (2017年3月末現在)

2016年度  
分譲住宅供給戸数

1,401戸

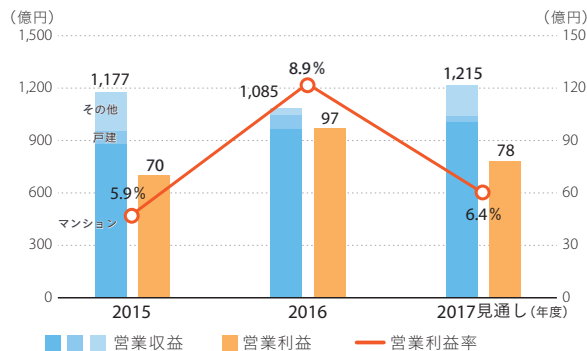
首都圏  
799戸

関西圏その他  
602戸



## ▶ 業績の推移

### ● 営業収益(左軸)と営業利益(右軸)

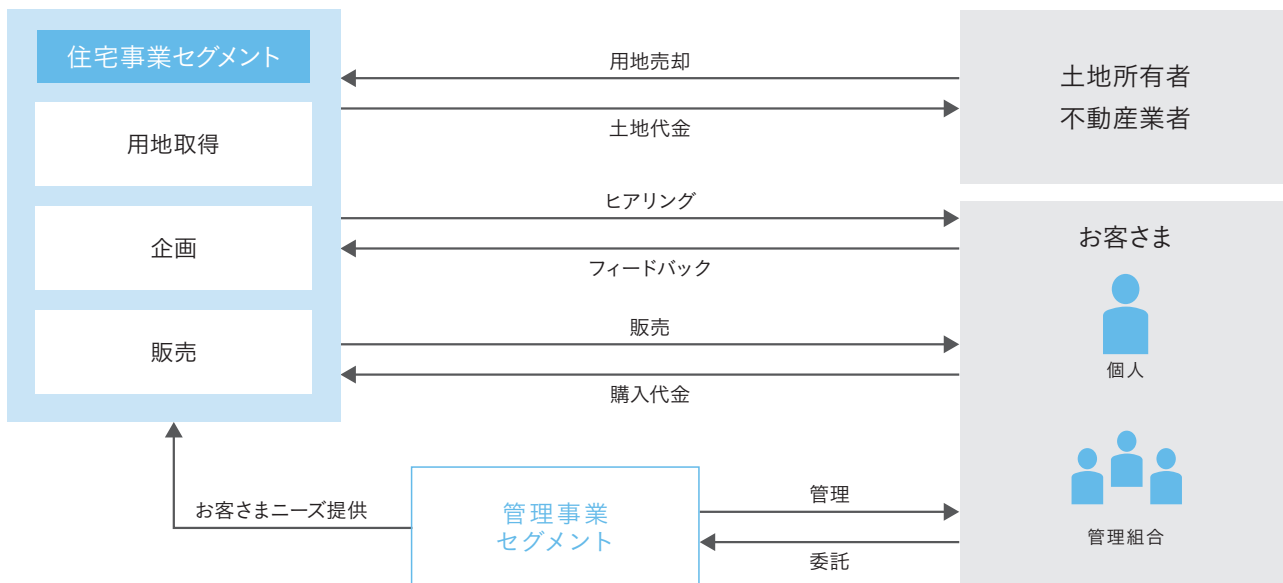


## 2016年度の概況と2017年度の見通し

2016年度の実績は、営業収益1,085億円(前期比7.8%減)、営業利益97億円(前期比38.8%増)の減収増益となりました。前年に、土地の一括売却があったこと等により減収となったものの、分譲マンションの粗利率が改善したことにより、増益となりました。なお、分譲マンションは「ブランドタワーみなとみらい」(神奈川県横浜市)、「ブランドザ・ハウス一番町」(東京都千代田区)、「ブランド代々木」(東京都渋谷区)、「ブランド三国ステーションレジデンス」(大阪府大阪市)等を計上しました。

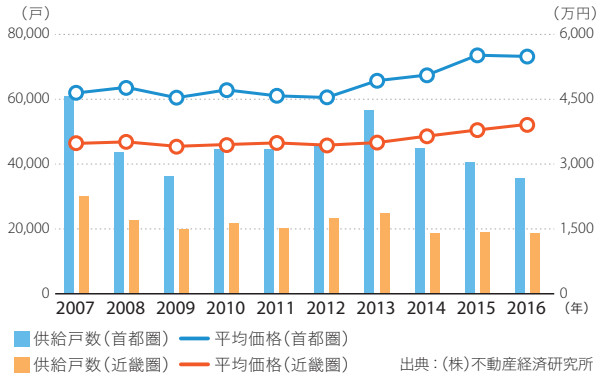
2017年度は、営業収益1,215億円(前期比11.9%増)、営業利益78億円(前期比19.5%減)の増収減益の見通しです。分譲マンションの計上戸数増加に加え、投資家向けの賃貸住宅売却収益の増加等により増収を計画しておりますが、営業利益は分譲マンションにおいて、前期に高価格帯物件の計上があったことにより、戸当たり平均価格が下落、粗利率も低下することにより減益の計画としています。分譲マンションの販売状況については、引き続き都心物件を中心に堅調に推移しており、2017年度の分譲マンション売上予想に対する契約済み割合は期首において54%と順調な進捗となっています。

## ▶ ビジネスモデル



## ▶ 市場環境の変化

### ● 販売エリアでの安定した住宅供給戸数と価格の上昇



### 中長期的な目標と戦略

## 複合開発案件での独自プレゼンス発揮

販売価格の高止まりや供給戸数の減少、販売動向の二極化等、新築分譲マンション市場を取り巻く環境は年々変化をしています。こうした市場環境においてお客さまに選ばれる住まいを提供するために、都心物件や再開発事業、複合開発や新たな事業領域での開発など、より付加価値の高い事業を着実に推進します。

グループの強みである都心部でのエアロミナント戦略を強化し、フラッグシップ物件となる高付加価値の物件開発を進めていきます。また、職住近接、駅近志向など、お客さまのニーズの変化に対応した、駅前・駅近などの利便性が高い立地における再開発事業や、分譲マンションとシニア住宅の複合開発など「ライフスタイル提案型の街づくり」に取り組みます。さらに、学生レジデンス・学生寮などの新たな事業領域での開発に着手し、収益基盤を強化します。

住まいの購入を検討されるお客さまに想起されるブランドになるために、製造・販売・管理・アフターサービスが一体となっ

## ▶ セグメントの強み

- グループ一体の契約者向けサービス  
(販売・アフターサービス・管理)

**BRANZ**  
— SUPPORT —

- お客さまとの接点の多さ

**BRANZ CLUB**会員数 **189千人**  
(2017年3月末現在)

た体制を強化し、ブランド力の向上に努めています。お客さまのニーズを反映した商品企画を実現するために、お客さまの声をさまざまな形でお聞きする活動「BRANZ VOICE」をさらに推進。また、管理・アフターサービスも踏まえ生活のあらゆるステージでお客さまにサービスを提供する「BRANZサポート」などを通じ、長期にわたり価値を生み出すことで、お客さま満足の向上も図っていきます。

### Column

#### ブランズシリーズのフラッグシップ 「ブランズ ザ・ハウス一番町」

千代田区に分譲マンション「ブランズ ザ・ハウス一番町」が2017年1月に竣工しました。桜の名所である千鳥が淵や英国大使館に近接する当物件は、利便性も高く、ブランズとして過去最高の価格帯ながら、全戸完売となりました。夜間の美しさを演出するライティングデザイン、日本の伝統美あふれる共用部、四季を楽しめる庭園に加え、安心・安全の防震構造も兼ね備えています。また、多彩なサービスにて24時間365日サポートします。



ブランズシティ世田谷中町



ブランズ ザ・ハウス一番町



ブランズタワー御堂筋本町



# 管理事業セグメント

マンション・オフィスビル・商業施設や公共施設など、さまざまな建物や設備の管理・運営・改修といった不動産管理のトータルサポートを通じて、良質な社会ストックの形成を行っています。

## セグメント概況 (2017年3月末現在)

マンション管理戸数  
**741,624戸**

内、総合管理戸数  
**515,066戸**

※総合管理戸数：分譲マンションの管理組合から受託する管理戸数

住宅系指定管理者戸数

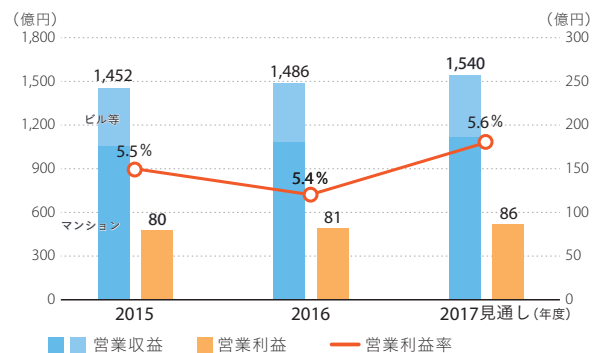
**95,145戸**

ビル・その他管理件数  
(指定管理物件、PFI物件含む)

**1,483件**

## 業績の推移

### ● 営業収益(左軸)と営業利益(右軸)



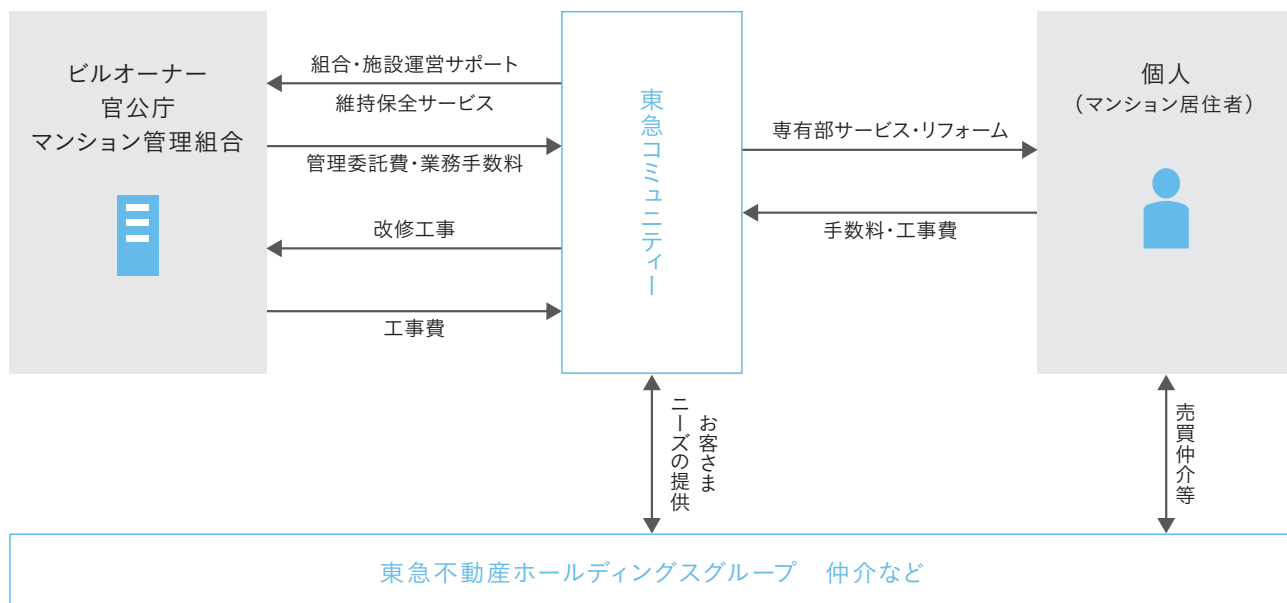
## 2016年度の実績と2017年度の見通し

2016年度の実績は、営業収益1,486億円(前期比2.3%増)、営業利益81億円(前期比0.6%増)の増収増益となりました。カスタマーセンター設置などマンション居住者向けのサービス品質向上につとめるとともに、公営住宅等の管理受注を強化した結果、マンション・ビルともに管理ストックが拡大、増収増益となりました。また、ビル事業では「静岡県草薙(くさなぎ)総合運動場」や「横浜赤レンガ倉庫」のほか、PFI事業として「東大阪市文化創造館」の管理を受託す

るなど、付加価値の高い運営ノウハウを活かして、オフィスビルにとどまらず、公共施設などの分野も拡大しています。

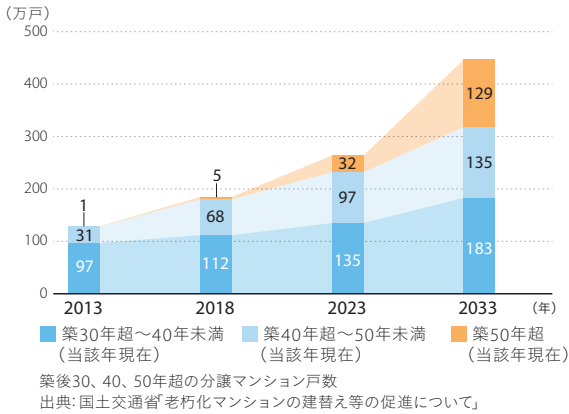
2017年度は、売上高1,540億円(前期比3.6%増)、営業利益86億円(前期比5.9%増)の増収増益の見通しです。引き続きマンション・ビルともに管理ストックの拡大や工事業の売上高増加を見込んでいます。

## ビジネスモデル



## ▶ 市場環境の変化

### ● マンションの老朽化による改修・リフォーム需要増大



### 中長期的な目標と戦略

## 総合不動産管理会社圧倒的No.1

国内の新築分譲マンション供給数は減少が見込まれる一方、公共施設管理民間委託の拡大、マンション・ビルの老朽化に伴う改修・リフォーム需要の拡大が期待されています。このような環境下、管理事業では、「お客さま満足・信頼度」「技術力」「労働環境」「事業領域・生産性」の各分野におけるNo.1戦略を推進、総合不動産管理会社圧倒的No.1のポジションに到達することにより、中長期にわたる優良な情報・経営資源の獲得をめざしていきます。

「お客さま満足・信頼度」においては、2016年に設立したカスタマーセンターで蓄積したデータを活用し、お客さまのニーズを的確に把握できる体制をつくります。「技術力」においては、研修センターのリニューアルに着手、新センターを利用した業界No.1の研修体制を構築します。「労働環境」においては、業界No.1の人を活かす企業への取り組みをさらに強化していきます。「事業領域・生産性」においては、IT活用を引き続き強化し、事業の生産性向上を図ります。

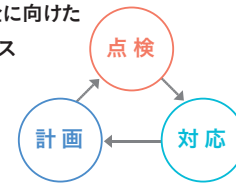
新規受注では、「東急コミュニティー」「コミュニティワン」の

## ▶ セグメントの強み

- 業界トップクラスの管理戸数
- 幅広い不動産を管理する総合不動産管理企業
- 技術力の高い人材

- ・技術員数 業界トップクラス(1,090人)
- ・マンション維持修繕技術者 業界No.1(529人)  
※(株)東急コミュニティー単体の数値です。

- ・資産価値維持保全に向けた  
ワンストップサービス



二大ブランドを活かしたリプレース強化により、マンション管理ストックを増やすとともに公共施設の受注を引き続き強化していきます。また、既存の管理ストックを起点に、共用部・専有部の工事業、専有部サービス事業を拡大します。さらに当社グループが開発を進めるインドネシアにおけるマンションの管理による海外展開、webを利用したマンション管理サービスなどの新規事業を検討していきます。

グループの成長領域として各社との連携を強化し、関与アセットの拡大とストックを起点とした事業機会のさらなる獲得をめざしていきます。

### Column

#### 「人を活かす会社」不動産業界No. 1

(株)東急コミュニティーは、2016年「人を活かす会社」調査総合ランキング※40位で、2015年に引き続き不動産業界で首位となりました。「雇用・キャリア」「ダイバーシティ経営」「育児・介護」「職場環境・コミュニケーション」の4つの軸で評価され、「育児・介護」の分野では、17位にランキングしました。

※日本経済新聞社・日経HR・日経リサーチ共同企画。調査は、1,260社を対象に実施され、回答のあった462社がランクづけされました。



二子玉川ライズ(マンション・商業施設)



参議院議員会館(国会議員用施設)



マンションの管理サービス

# 仲介事業セグメント

不動産の売買仲介・販売受託・販売など、不動産流通に関するあらゆるお客さまニーズに総合的なソリューションで応えます。

## セグメント概況 (2017年3月末現在)

リバブルネットワーク  
国内 **174**カ所 (海外4カ所)

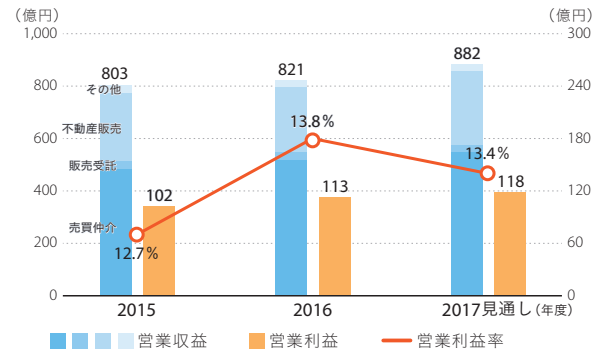


2016年度  
売買仲介取扱件数  
**23,278**件

売買仲介営業要員数  
**1,395**人

## 業績の推移

### ● 営業収益(左軸)と営業利益(右軸)



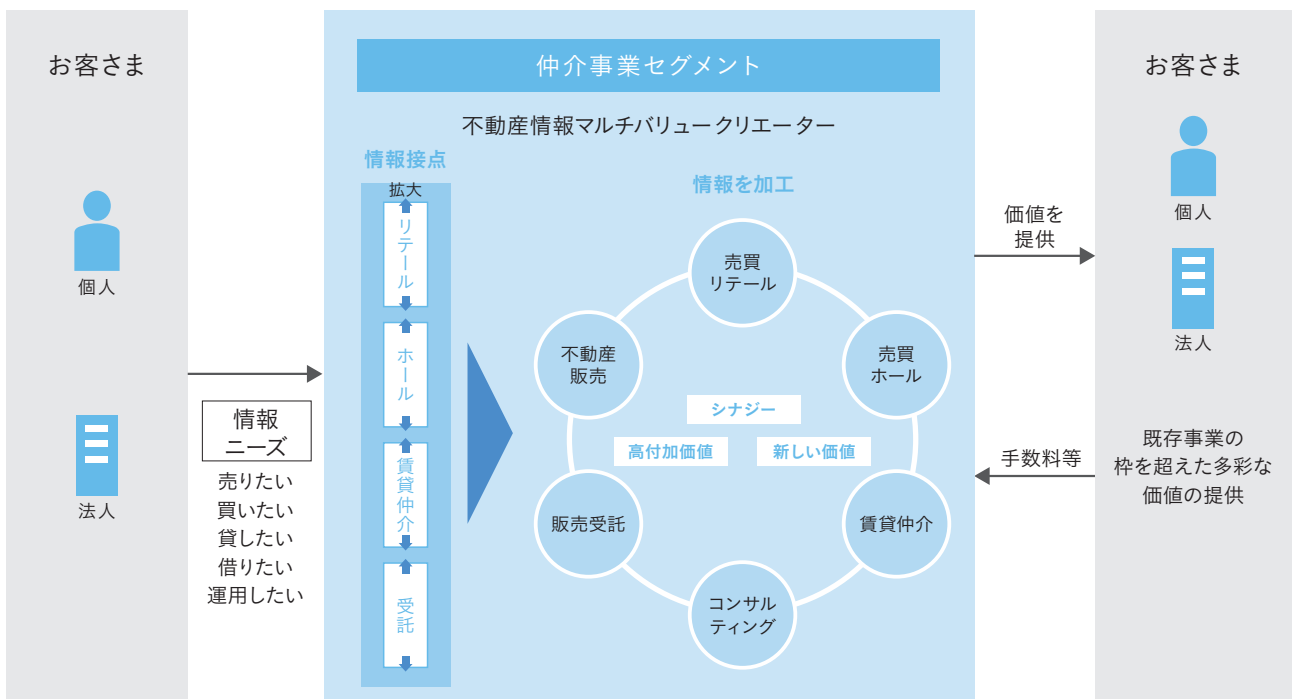
## 2016年度の概況と2017年度の見通し

2016年度の実績は、営業収益821億円(前期比2.2%増)、営業利益113億円(前期比10.4%増)の増収増益となりました。不動産流通市場の好調を背景に、売買仲介においてリテール部門が新規出店(14店舗)や「マンション売却プレミアムサポート」などのサービス充実に努めたことで、順調に取引件数が増加しました。ホールセール部門は前期に大型物件の成約があった影響で平均取扱価格が低下、取引件

数も減少しましたが、取引の手数料率が改善しました。リノベーションマンションブランド「Lideas(リディアス)」の立ち上げや投資用鉄骨アパート事業の拡大もあり、全体としては増収増益となりました。

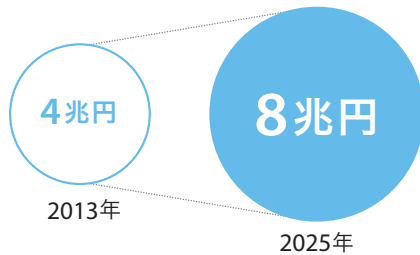
2017年度は、営業収益882億円(前期比7.5%増)、営業利益は118億円(前期比4.6%増)の増収増益の見通しです。リテール部門・ホールセール部門ともに取引件数の増加(11.4%増)を見込み、取扱高の増加(10.2%増)による増収を見込んでいます。

## ビジネスモデル



## ▶ 市場環境の変化

### ● 中古住宅流通・リフォーム市場の拡大



日本国政府による政策目標  
出典：国土交通省「住生活基本計画(全国計画)」

### 中長期的な目標と戦略

## 不動産情報マルチバリュークリエイター

新築住宅市場の成長は引き続き限定的ですが、優良な既存住宅ストックの増加や政策支援の後押しにより、既存住宅市場・リフォーム市場は拡大が期待されています。一方でネット化・AI化の急速な進行、異業種の参入などによりお客さまへの提供価値に変化があると思われます。

このような市場環境において、仲介事業では3つの業界No.1(お客さま評価・事業競争力・働きがい)を実現し、営業利益を業界No.1水準まで成長することをめざします。また、売買仲介リテール部門・ホールセール部門を中心とした豊富な情報接点と総合不動産流通業としての広範な事業領域を活かして、お客さまに「多彩」な「価値」を提供できる「不動産情報マルチバリュークリエイター」をめざします。

そのために、売買仲介リテール部門は、全国エリアでの新規出店の継続により情報接点をさらに広げるとともに、独自のサービス推進による差別化を通じて事業規模を拡大します。売買仲介ホールは一般事業法人の仲介を強化するとともに、ホテルや物流施設などのオペレーショナルアセットマネジメントの事業

## ▶ セグメントの強み

- 幅広いお客さま接点・情報接点
- 豊富な不動産流通情報
- 事業領域の広さ
- ブランド力(お客さまの認知度)

モデル強化を通じて、事業規模・領域を拡大していきます。不動産販売は売買仲介から得られる情報を機動的に対応することで、従来の住宅系商品の開発・リノベーションを拡大するとともに、小規模店舗やスモールオフィスといった非住居系商品にもチャレンジし、事業領域を広げています。また、ネット、ITの投資・戦略推進、人材育成環境の整備、売買仲介リテール部門・ホールセール部門のブランド投資等を引き続き行っていきます。

### Column

#### 「多彩」な「価値」を提供できる人材育成

高額な商品である不動産を適切に取り扱い、お客さまのニーズに応え、「多彩」な「価値」をご提供するために、東急リバブル(株)では人材の育成に特に注力しています。

新入社員導入研修から、職場でのOJT、管理職研修、自己啓発の支援まで、すべての社員が「お客様評価No.1」になることをめざし、不動産のプロとしてより専門性を高めています。また、売買仲介営業職(管理職含む)の94%(2017年5月現在)が宅地建物取引士の資格を持っています。その他ファイナンシャル・プランナーなどの資格取得も積極的にバックアップしています。



想起率向上を目的としたブランディング強化・タレントを起用したCMなどを実施



バーチャルリアリティ内見システムの導入



# ウェルネス事業セグメント

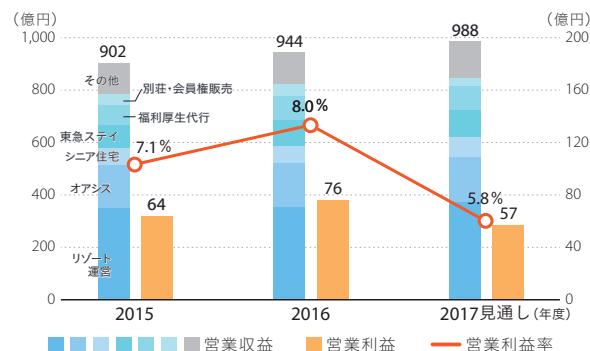
リゾートやレジャー施設・スポーツクラブ・シニア住宅の開発・運営といった余暇・健康・シニア分野の各事業を横断的に連携して、お客さまの上質で豊かな時間づくりをサポートしています。

## セグメント概況 (2017年3月末現在)

会員制リゾートホテル <b>24</b> 施設 <b>2,656</b> 室	シニアレジデンス <b>15</b> 施設 <b>1,081</b> 戸
パブリックホテル <b>23</b> 施設 <b>3,214</b> 室	会員制フィットネスクラブ <b>33</b> 店舗
ゴルフ場 <b>20</b> 施設	WELBOX会員 約 <b>147</b> 万人
スキー場 <b>8</b> 施設	

## 業績の推移

### ● 営業収益(左軸)と営業利益(右軸)



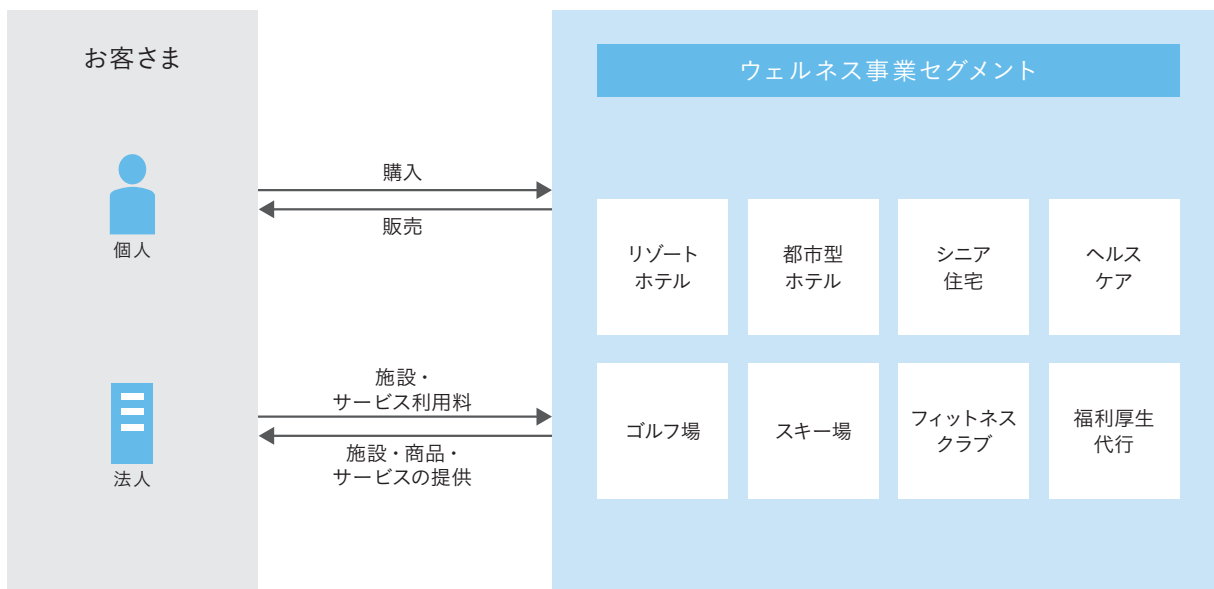
## 2016年度の概況と2017年度の見通し

2016年度の実績は、営業収益944億円(前期比4.7%増)、営業利益76億円(前期比18.2%増)の増収増益となりました。都市型ホテルの東急ステイにおける客室単価の上昇などに加え、別荘・会員権販売において、別荘地の売上計上や、「東急ハーヴェストクラブ軽井沢&VIALA」の会員権販売に伴う登録金収入の増加などによるものです。

2017年度は、営業収益988億円(前期比4.6%増)、営業利益は57億円(前期比24.1%減)の増収減益の見通しです。リゾート運営におけるスキー場などの既存施設の改善や、

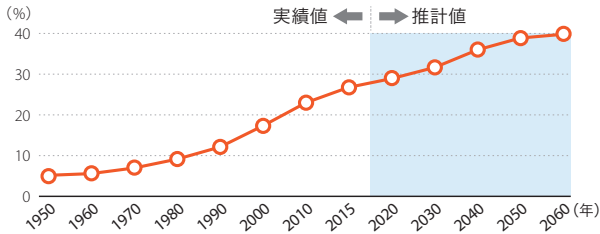
シニア住宅や東急ステイなどの新規稼働などにより増収となるものの、前期に別荘地の計上や会員権販売に伴う登録金収入の計上があったことなどにより、減益の見通しとしています。2017年3月に旧軽井沢ホテルを取得したほか、2017年度は東急ステイの地方初進出となる「東急ステイ京都両替町通」、東京ではアクセスの良い「(仮称)東急ステイ泉岳寺」、また分譲マンションとの複合開発であるシニア住宅「グランクレール世田谷中町」が開業する予定であり、ウェルネス・ネットワークを順調に拡充していきます。

## ビジネスモデル



## ▶ 市場環境の変化

### ● 高齢化の進行



高齢化率の推移と将来推計 (65歳以上人口割合)  
出典：内閣府「平成28年版 高齢社会白書」

### ● インバウンド需要の拡大

#### 中長期的な目標と戦略

## ウェルネス領域での 業界トップポジション確立

ウェルネス領域は、高齢化が進むなかで高齢者向け施設や介護サービスの分野において大きな成長を見込むことができる領域です。また、外国人観光客の急増に合わせて宿泊施設や観光需要も拡大が期待できます。こうした市場環境において、ウェルネス事業では新たなライフスタイルを提案し、お客さまの健康生活を推進することで業界トップポジションの確立をめざします。

そのために開発、運営力を活かしたウェルネス領域での規模拡大を推進します。特に、シニア住宅の展開加速やパブリックホテルやコンドミニウムホテルの展開など事業メニューを拡大します。

また、ウェルネス領域においても循環型再投資モデルを構築し、関与アセットの拡大、資産効率性の向上、収益力の強化に取り組めます。

## ▶ セグメントの強み

### ● 多彩なアセットと高いブランド力



### ● 豊富なお客さま接点

年間延施設利用者 **1,407万人**

ウェルネス事業の成長において、雇用環境の変化や技術革新への対応が不可欠です。雇用人材育成の面では育成の内製化や多様で柔軟な人事戦略、グループ間連携の強化により運営業における人材獲得に対応していきます。また、ITを活用することにより先進的で効率的なサービスの提供ができる仕組みを構築します。

#### Column

#### ホテル「東急ステイ」地方へ初出店予定

都市型ホテル「東急ステイ」は、「1泊でも中長期滞在中でも快適な空間」をコンセプトに、東京都区内で17店舗(2,445室)を出店しています。今後、港区、京都市、札幌市、福岡市などにおいて計画中であり、2020年度には4,400室まで拡大していくことを目標としています。ビジネスユースを中心に需要が底堅く、継続的に増加が見込まれるインバウンド需要のある地方主要都市を中心に出店を進めていきます。



東急ハーヴェストクラブ軽井沢 & VIALA  
(2018年度開業予定)



ハイアットリージェンシー 瀬良垣アイランド 沖縄  
(2018年度開業予定)



シニア住宅でのサービス

# ハンズ事業セグメント

「ここは、ヒント・マーケット。」をブランドスローガンに、「お客さま一人ひとりのライフスタイルの実現」のお手伝いとして、多種多様な商品を取り揃え、東急ハンズならではの発見のあるヒントをお客さまにご提供しています。

## ▶ セグメント概況 (2017年3月末現在)

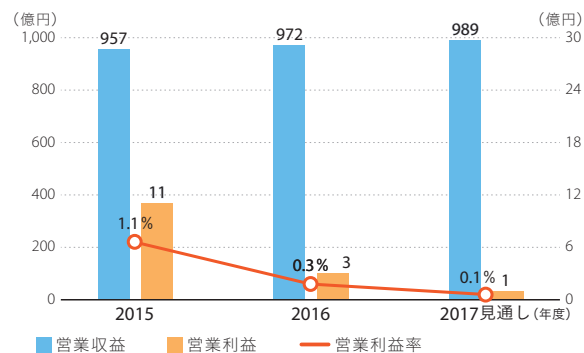
### ● 店舗数

	東急ハンズ	ハンズビー	その他専門店
国内直営店	36	26	15
FC店	7	1	1
海外店	3	0	0
合計	46	27	16

※その他：ハンズカフェ・ハンズエキスがなど

## ▶ 業績の推移

### ● 営業収益(左軸)と営業利益(右軸)



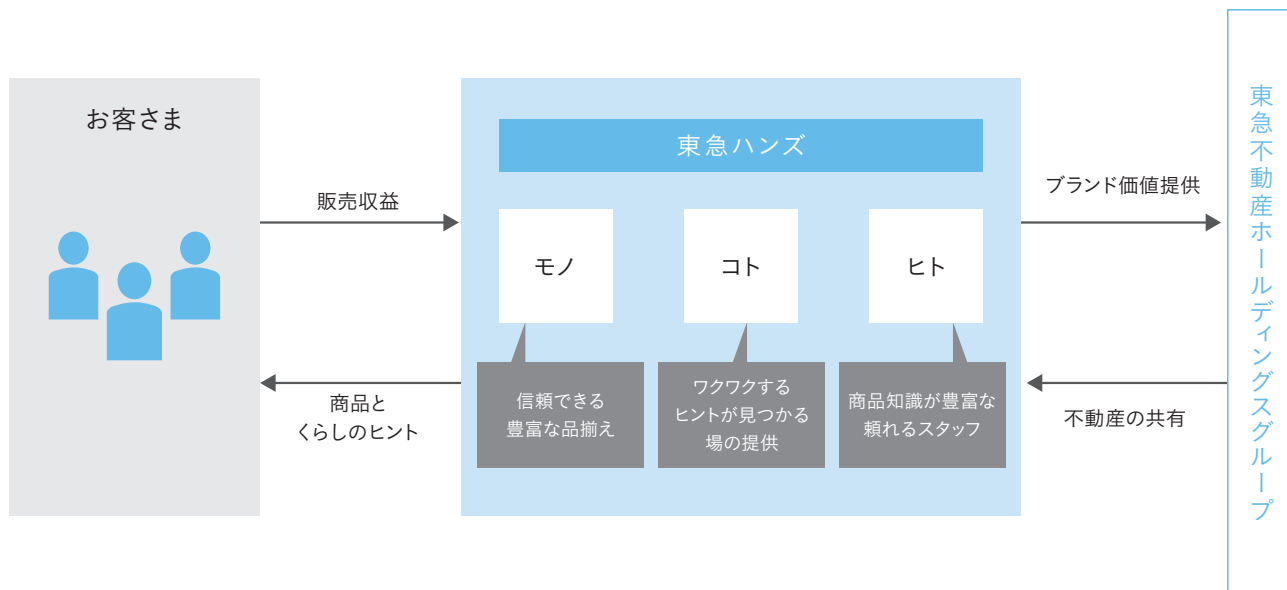
## 2016年度の概況と2017年度の見通し

2016年度の実績は、営業収益972億円(前期比1.5%増)、営業利益3億円(前期比76.3%減)の増収減益となりました。2016年度は、東急ハンズ創業40周年を迎え、さまざまな記念キャンペーンを行うとともに、ヒント・ショーなど独自接客コンテンツの強化を通じて「ハンズ」ブランドの価値向上に努めました。新規出店などにより増収となったものの、既存店の減収や記念キャンペーン実施に伴う販促費の増加などにより減益となりました。新規出店としては「東急ハンズ長崎店」

「東急ハンズらぼーと湘南平塚店」「東急ハンズ金沢店」に加え、海外で3店舗目となる「東急ハンズサンテックシティ店」(シンガポール)など9店舗(FC含む)を開業しました。

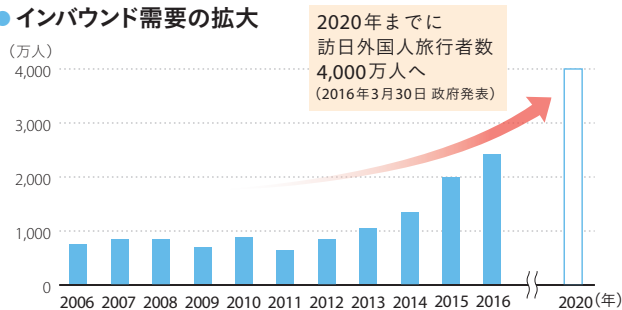
2017年度は、営業収益989億円(前期比1.8%増)、営業利益1億円(前期比44.6%減)の増収減益の見通しです。4月の「東急ハンズあまがさきキューズモール店」をはじめとした新規出店などにより増収を見込みますが、開業費用の増加などにより減益を計画しています。

## ▶ ビジネスモデル



## ▶ 市場環境の変化

### ● インバウンド需要の拡大



訪日外国人旅行者数  
出典：日本政府観光局ホームページより作成

## ▶ セグメントの強み

### ● 独自性の高いブランド力

(株)日経リサーチ ストア戦略サーベイ 第10位 (2017年)

### ● お客さま接点の多さ

ハンズクラブ会員数 約430万人  
(うち、ハンズクラブアプリ会員数 約69万人)

### 中長期的な目標と戦略

## ライフスタイル創造提案No.1ブランド

事業環境は競争の激しい厳しい環境にあります。東京オリンピック開催やインバウンド需要の拡大等の良化要素も見込まれます。また、モノだけの消費からコト消費(体験消費)へとお客さまのニーズがさらにシフトすると予測されます。こうした市場環境において、ハンズ事業では、ハンズの強みである「モノ」「コト」「ヒト」を活かし、ライフスタイル創造提案No.1ブランドとして選ばれる企業をめざします。

特に、マーチャндаイジングについては、売れ筋商品だけでなく、収益力の高いプライベートブランドの専任部署を設けるなど、ハンズブランドの発信力を強化していきます。

同時に、安定的に利益を生み出せる体質への転換も推進していきます。出店戦略は、海外も含めより収益力の高い形態・エリアを厳選したうえで進めていきます。既存店舗においては、地域の客層に合わせた取り組みの強化を図り、お客さまとの接点の拡大を図ります。

ブランド力の源泉となる店頭を担う「ヒト」の強化も進めます。

研修施設「ヒント・ハウス」での実践型教育を強化するなど、提案力豊富な知識で丁寧な接客を行う人材育成に力を入れています。一方、課題となる人材不足の改善に向けて、多様な働き方が可能な勤務形態の整備や業務の標準化を図ることで、ハンズブランドの永続的な成長を進めていきます。

### Column

#### 40周年ハンズ感謝祭

(株)東急ハンズは、2016年に40周年を迎えました。40年間の感謝を込めて、ハンズ感謝祭を開催。シンガーソングライターの山崎まさよしさんによるオリジナルソングの作成や、ハンズスタッフがお客さまのニーズを解決する「ハンズの手、貸します」キャンペーンの実施に加え、業界の垣根を越えさまざまな企業とスペシャルなコラボを実現しました。

今後も新たなヒントが見つかる店でありたい。50周年に向けて、さらなる成長をめざしていきます。



40周年ハンズ感謝祭



商品知識が豊富な頼れるスタッフ



東急ハンズ サンテックシティ店(シンガポール)



# 次世代・関連事業セグメント

海外での事業展開や、注文住宅・リフォーム工事、緑化造園事業など、新たなビジネスフィールドを創造し、拡げています。

## ▶ セグメント概況 (2017年3月末現在)

世界へ拡げる不動産ビジネス  
**アメリカ、インドネシア  
 中国**

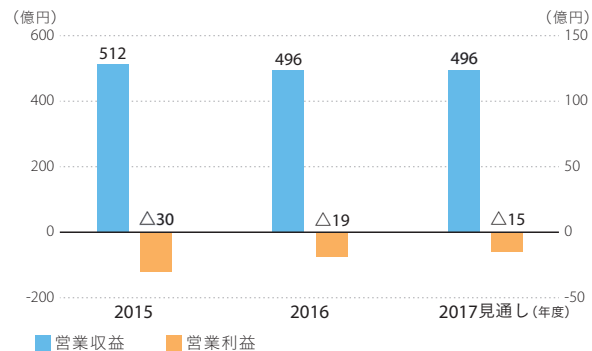
インドネシアにおける  
 マンション開発計画中の戸数

約**4,000戸**

※一部共同事業を含みます。

## ▶ 業績の推移

### ● 営業収益(左軸)と営業利益(右軸)



## セグメント概要

海外事業と関連会社事業を次世代・関連事業と位置づけています。当セグメントでは、事業モデルの進化による新たな需要創出を図り、グループ独自の強みを活かした将来の成長機会の創出を担っています。また、コア事業を発展させるための戦略的な取り組みとして、注文住宅やリフォーム工事、造園業などを行っています。

## Feature 海外事業の戦略

### ありたい姿 海外事業における総合デベロッパーとしてのプレゼンス発揮

海外事業は、安定成長が見込まれるアメリカとアジア圏において成長著しいインドネシアを中心に、事業拡大を進めています。

アメリカにおいては、ニューヨーク マンハッタンの「425パーク・アベニュー」再開発事業を着実に進めることで実績を積み、そのプレゼンスを活かした安定的事業基盤の構築をめざします。アセットアロケーションの観点からも投資を検討していきます。

インドネシアでは、1975年の進出以来、累計約4,500戸の戸建住宅を開発・分譲するなど実績と信用を積み重ねてきました。現在は高級コンドミニアムの開発に取り組んでおり、

「BRANZ Simatupang」「BRANZ BSD」を販売しています。この取り組みが評価され、BCIアジア社が選ぶ2017インドネシアトップ10デベロッパーに東急不動産インドネシア社が選出されました。これはBCIアジア社が東南アジア7カ国にて2011年より行っているもので、インドネシアでは外資系デベロッパー初の受賞となります。今後も、外資系デベロッパーNo.1としてのプレゼンス確立をめざし、自社での開発・販売・管理体制により住宅分譲事業の拡大・安定化を図ります。

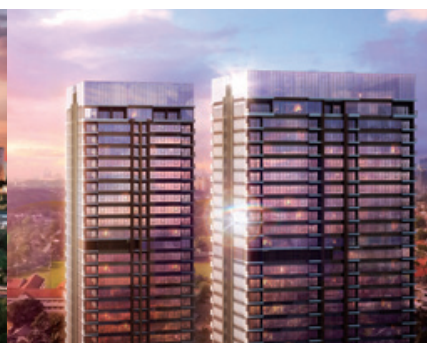
また、中国においても日本人駐在員向けのサービスアパートメント「東和公寓」を運営受託するなど、日本における不動産事業の経験・ノウハウを活かした事業を展開しています。



ニューヨーク「425パーク・アベニュー」



ジャカルタ近郊「BRANZ BSD」



ジャカルタ「BRANZ Simatupang」