

事業戦略

にぎわいのある街をつくる

# 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の提供を通じて、グループの中核を担う強固で独自性のある事業を推進します。

概況 (2018年3月末現在)

※学生レジデンスを含む

オフィスビル延床面積	商業施設延床面積	運用資産残高(AUM)
592千㎡ / 60棟	846千㎡ / 31棟	9,886億円
賃貸住宅管理戸数*	社宅管理戸数	
12.8万戸	9.0万戸	

<b>強み</b> 都心を中心とした優良なオフィスビルポートフォリオ、独自性のある施設づくりや事業の推進力	<b>機会</b> エリア開発ニーズの高まり、ワークスタイルの変化
<b>弱み</b> フラッグシップとなる大型ビルの不足	<b>リスク</b> 投資環境の過熱、エリア間競争の激化

## 提供価値と今後の戦略

都市事業セグメントでは、広域渋谷圏をはじめ、それぞれのエリアのポテンシャルを最大限に引き上げる多彩な都市開発プロジェクトを通じて、グローバル都市・東京の価値向上に取り組んでいます。

オフィスビルでは、ビジネスパーソンへの安心・安全・快適なワーキング環境の提供と「働き方改革」を提案し、商業施設では、生活者への新しい文化・トレンドの発信と豊かな過ごし方を提案しています。地域社会への提供価値としては、街づくりや再開発を通じた防災機能の強化、CO<sub>2</sub>の発生抑制をはじめとした環境への配慮、再生可能エネルギーの普及、物流効率化など、さまざまな課題解決に貢献しています。

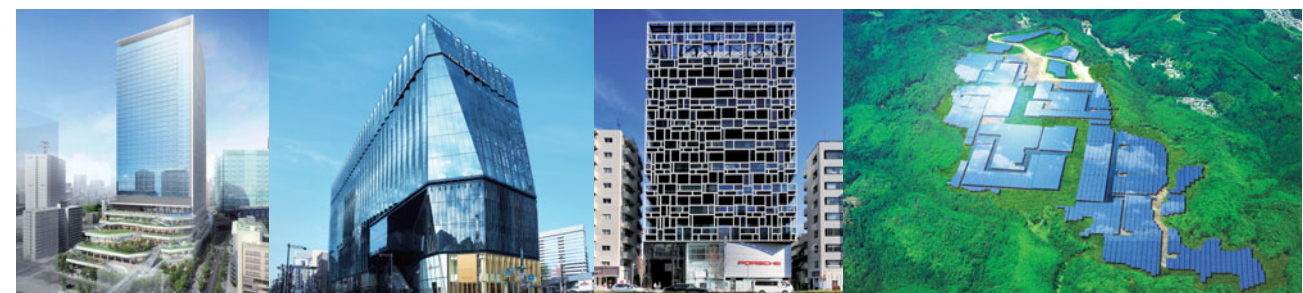
グループの中核を担う都市事業セグメントでは、独自性のあるオフィスビル・商業施設を多数開発・運営しています。運営するオフィスビルのうち、都心4区の物件が約8割、2001年以降の竣工物件が半数以上を占めています。半世紀以上の実績を持つ商業施設においては、立地特性を活かした柔軟な施設開発を特長としています。

近年は、グローバルな都市間競争や国内のエリア間競争が激化しつつあります。東急不動産ホールディングスグループでは、広

域渋谷圏および竹芝地区などの街づくりを行政・地域の方々とともに進め、優良企業の誘致や起業促進を図りながら、エリア価値の向上をめざします。

2020年度までに、「(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」「(仮称)竹芝地区開発計画」といった大型プロジェクトが相次いで開業を迎えます。これらフラッグシップビル開発による街づくりを通じて、安定的なキャッシュ・フローを獲得していきます。また、賃貸住宅管理事業の管理戸数も順調に伸びており、東急住宅リース(株)と、(株)学生情報センターによる管理戸数は、現在の12.8万戸から2020年度末に15万戸まで拡大する計画です。

成長戦略のひとつに掲げている循環型再投資事業においては、オフィスビル・商業施設・賃貸住宅に加え、産業構造の変化に伴い成長が期待できるインフラ・インダストリー分野へも投資領域を広げることによって、関与アセットの拡大を一層加速します。再生可能エネルギー事業や「LOGI' Q(ロジック)」のブランド名称で物流施設の開発を推進するなど、サステナブルな社会の実現に向け、積極的に取り組んでいきます。



(仮称)竹芝地区開発計画 (完成予想図) 東急プラザ銀座 新青山東急ビル 太陽光発電所(奈良県) (完成予想図)

住まいに新しい輝きを照らす

# 住宅事業セグメント

上質で快適なマンションなどの住宅分譲を通じ、お客さまのライフスタイルに応じた豊かな暮らしを提案することにより、住生活を総合的にサポートしていきます。

概況 (2018年3月末現在)

2017年度マンション計上戸数	BRANZ CLUB会員	約10万8千人
1,627戸	BRANZ CLUB会員	約10万8千人



<b>強み</b> 総合デベロッパーの強みを活かした複合開発、グループ一体で提供する入居者向けサービス	<b>機会</b> ライフスタイルの多様化、職住近接ニーズの高まり、都心への人口流入
<b>弱み</b> 事業規模(戸数ボリューム)	<b>リスク</b> 事業用地取得・建設コストの上昇

## 提供価値と今後の戦略

住宅事業セグメントでは、少子高齢化の進行やライフスタイルの多様化など、時代の変化に対応した住まいづくりを行っています。また、防災対策、地域コミュニティの活性化、省エネルギー・環境配慮の取り組みなどを通じ、地域社会に貢献しています。

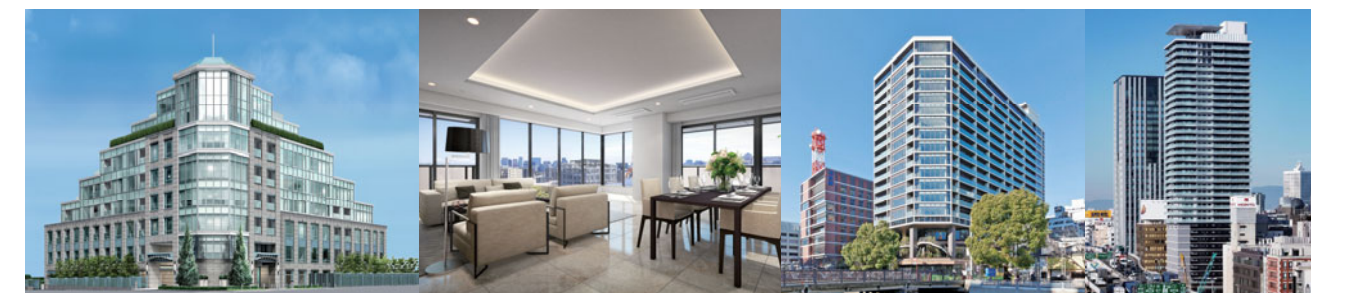
業界初の分譲住宅「東急スカイライン」(1958年)竣工以来、住宅購入者の皆さまに、時代に受け継がれていくデザインと、安全・快適で上質な暮らしを支える住まい、サービスを提供してきました。私たちが培ってきた集合住宅の経験と知恵の結晶が「BRANZ(ブランズ)」です。地域社会に対しては、再開発を通じて、木造住宅密集地域における防災性の向上、老朽化マンションの建て替え・再生、地域活性化などによる「安心・安全で快適な街づくり」に貢献しています。また、デザインや緑化による景観向上やCO<sub>2</sub>削減など、長期的なスパンでの優良な住宅ストック形成に貢献しています。

住宅事業セグメントでは、当社グループならではの総合力を発揮し、業界で独自のプレゼンスを確立することをめざしています。その柱となるマンション事業では、計画・販売・管理・アフターサービスを当社グループで一貫して提供できる体制が、ブランド

力の向上につながっています。

住宅市場を取り巻く環境は、景気動向や国の経済政策、個人消費動向などによって常に変化しています。当社グループとしては、強みである都心物件の開発と並行して、成長戦略にも掲げている「世代循環型の街づくり」を推進し、環境変化に左右されにくい安定した収益基盤の確保をめざします。具体的には、分譲マンションとシニア住宅、商業施設などの複合開発において、ハード・ソフト一体のサービス提供を行う「ライフストーリータウン」を展開することで、地域社会とのつながりを育み、多様な住まい方や健康生活の社会ニーズに対応していく取り組みを進めています。

また、主要都市圏で学生レジデンスの管理運営事業を手がける(株)学生情報センターが、2016年より当社グループに加わったことで、開発から管理運営までグループ一体で行えるようになりました。2017年には学生レジデンス事業を「CAMPUS VILLAGE(キャンパスヴィレッジ)」としてブランド化し、開発を積極的に進めています。



ブランズ六本木 ザ・レジデンス (完成予想図) ブランズ六番町 モデルルーム ブランズ横浜 (2018年竣工) ブランズタワー御堂筋本町 (2017年竣工)



暮らしと建物の一生を支える

## 管理事業セグメント

マンションやオフィスビル、商業施設、公共施設の管理・運営・改修など、不動産に関するトータルサポートの提供により、良質な社会的ストックの形成に寄与するとともに、総合不動産管理会社として圧倒的No.1をめざします。

概況 (2018年3月末現在)

※1 分譲マンションの管理組合から受託する管理戸数  
※2 2018年4月1日現在

マンション管理戸数

822,231戸 (うちマンション総合管理戸数<sup>※1</sup> 520,390戸)

ビル・その他管理件数(指定管理者物件、PFI物件を含む)

1,500件

公営住宅指定管理者戸数

205,856戸<sup>※2</sup>

技術員数

1,554人

**強み** 業界トップクラスの管理戸数、幅広い管理領域  
技術力・専門性の高い豊富な人材

**弱み** 飛躍的な伸長が難しいビジネスモデル

**機会** 改修・リフォーム需要の拡大、公的案件的民間開放

**リスク** 労働力の確保、マンションリプレイス競争の激化  
新築分譲マンション供給数の減少

### 提供価値と今後の戦略

管理事業セグメントを担う(株)東急コミュニティーでは、約半世紀にわたって蓄積してきた不動産管理のノウハウをベースに、マンションやオフィスビル、商業施設、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、良質な社会的ストックの形成を行っています。マンション居住者の皆さまに対しては良質な住環境の創出に貢献しながら、資産価値の維持・向上、および管理コストの適正化に努めています。これらの業務を通じて、世代を超えた居住者間のコミュニティ形成を支援しています。ビルのオーナーさまに対しては、多様な建物の管理実績・ノウハウに基づく提案力を駆使し、建物の個別特性に応じたきめ細かな管理サービスを提供しています。適時適切な改修提案や運営受託など、ワンストップでサービスを提供することによって、資産価値の維持・向上と、収益の最大化に貢献します。

国内の新築分譲マンション供給数は減少しているものの、公共施設・サービスの民間開放、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などが期待されています。このような事業環境のもと、管理事業セグメントでは「お客さま満足・信頼

度」「技術力」「労働環境」「事業領域・生産性」の各分野において、圧倒的なNo.1を実現することで、営業情報や人材など、事業の持続・拡大に不可欠な経営資源の獲得をめざしています。

今後の戦略としては、マンションやオフィスビル、商業施設、公共施設など、多様な管理ストックの積み上げによる事業拡大を志向しています。マンション分野では、(株)東急コミュニティー、コミュニティワン(株)が有するブランドの強みを活かしたリプレイス受注の拡大を加速させます。ビルなどの分野では、空港や物流施設などへの進出を強化します。また、既存の管理ストックを起点に、マンション共用部・専有部の工事業、専有部向けサービス事業を拡大します。

また、(株)東急コミュニティーでは、「最も重要な経営資源は従業員である」という理念のもと、定年延長制度の拡大や、経済産業省と日本健康会議が共同で顕彰する健康経営優良法人としての「ホワイト500」への認定などを通じ、労働力の確保や、従業員の心身の健康の維持向上、働きやすい職場づくりにも取り組んでいます。



仙台空港 旅客ターミナルビル

日本青年館

二子玉川ライズ

小笠山総合運動公園(エコパスタジアム)

お客さまと不動産をつなぐ

## 仲介事業セグメント

不動産の売買仲介・販売・販売受託など、幅広い事業を展開することで養われた総合力で、不動産流通に関するあらゆるお客さまニーズに対し、不動産情報マルチバリュークリエイターとして先進的なサービスメニューや最適解を提供していきます。

概況 (2018年3月末現在)

※買取再販型および開発型の戸数

リバブルネットワーク

国内182カ所(海外3カ所)

売買仲介営業人員数

1,477人

2017年度取扱金額

1兆3,156億円

2017年度不動産販売計上戸数<sup>※</sup>

728戸



**強み** 高いブランド力と幅広いお客さま接点、豊富な  
不動産流通情報、他社にない事業領域の広さ

**弱み** 不動産市場(価格)の影響を受けやすい  
ビジネスモデル

**機会** 既存住宅流通市場の拡大、低金利による  
良好な購入環境の継続

**リスク** 急速なインターネット化・AI化による情報提供価値・  
売買マッチング価値の減少

### 提供価値と今後の戦略

人口減少・少子高齢化が進むなか、仲介事業セグメントでは、社会資本ストックとしての既存住宅流通の活性化に寄与しています。仲介事業を担う東急リバブル(株)では、3つの業界No.1(お客さま評価・事業競争力・働きがい)と、豊富な情報接点と広範な事業領域を活かした「不動産情報マルチバリュークリエイター」をめざしています。お客さまの「売りたい」「買いたい」「借りたい」「運用したい」といった不動産に関する情報・ニーズを、売買仲介・賃貸仲介・不動産販売・コンサルティングなどの多様な事業メニューによって加工し、お客さまに多彩な価値を提供し続けていきます。

仲介事業セグメントは46年にわたる歴史のなかで、当社グループならではの先駆的なサービスや事業を創出し、今日では業界トップクラスの取扱件数・取扱高を誇っています。しかし、インターネットやAIによる情報提供および新たな売主と買主のマッチング手法の登場によって、お客さまの行動も多様化しています。そこで私たちは、既存の仲介ビジネスが提供してきた価値を見つめ直し、豊富な情報接点と広範な事業領域を活かした「情報加工型仲介業」へと発展させることで、お客さまのニーズに応えてい

きます。今後の取り組みとしては、全国規模での新規出店による規模拡大、物流施設やホテルなどオペレーショナルアセットや非住居系商品への取り組みによる事業領域の拡大を進めるとともに、独自のサービス展開、ブランディング戦略などによる差別化策も継続して推進します。これらによって、3つの業界No.1を実現し、不動産情報マルチバリュークリエイターならではの新しい価値を提案し続けていきます。

3つの業界No.1と不動産情報マルチバリュークリエイターの実現には、人材の育成が不可欠です。東急リバブル(株)では、質の高いビジネスマナーや接客スキルを身につけることを目的とした体系的な教育研修プログラムを取り入れています。また、働きがいNo.1達成のため、さまざまな施策を実行。Great Place to Work® Institute Japanが世界共通の基準で調査・評価し一定レベルを超えた企業を発表する2018年版「働きがいのある会社」ランキングの大企業部門(従業員数1,000人以上)で、24位に選出されたほか、女性活躍推進法に基づく「えるぼし」認定の最高位も取得しています。



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

港区・渋谷区のハイグレードマンションに特化した店舗 GRANTACT(グランタクト)



豊かな時間と体験を提供する

## ウェルネス事業セグメント

ウェルネス領域における業界トップポジションの確立をめざし、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きます。

概況 (2018年3月末現在)



- |   |                                  |
|---|----------------------------------|
| <b>強み</b> 先行事業者としての多様なアセットと高いブランド力・運営ノウハウ、豊富なお客さま接点 | <b>機会</b> シニア関連需要の増大、インバウンド需要の拡大 |
| <b>弱み</b> 天候影響を受けやすいビジネスモデル(ホテル、リゾート)               | <b>リスク</b> 労働力不足(生産年齢人口の減少)      |

### 提供価値と今後の戦略

ウェルネス事業セグメントでは、アセット開発・運営を通じ、高齢化問題の解決支援、地方創生への寄与を実現するとともに、よりよい生き方を追求する新たなライフスタイルを世の中に提案し、新しい時代の要請に応えることをめざしています。

リゾート施設を利用するお客さまに対しては、日常を超えた環境・快適な空間を整備することにより、一年を通じたさまざまなリゾートライフ・体験と豊かな時間を提供しています。フィットネスクラブ事業では、心身の健康維持・増進、健康寿命の延伸といった会員さまのニーズに応えています。シニア住宅・ケア住宅の入居者の皆さまに対しては、充実したシニアライフや安心の介護・看護・健康関連サービスを提供し、将来不安の払拭・軽減などに貢献しています。

ウェルネス事業は、当社グループが時代に先駆けて多彩な施設やサービスを開発・運営してきた歴史があり、不動産業界のなかでも独自性が際立つ存在です。業績は順調に推移しており、「人生100年時代」ともいわれる超高齢社会の到来、人々の健康意識の高まり、富裕層およびインバウンド需要の拡大、さらにはホテル・ヘルスケア関連のオペレーショナルアセットへの投資拡大などが追い風となっています。

こうした良好な事業環境のもと、事業戦略としては、総合デベロッパーとして先駆的に築いてきた都市型ホテル・リゾート・シニア住宅・健康事業のリソースを基盤に、先行事業者利益を確固たるものとし、ウェルネス領域における業界トップポジションの確立をめざしています。この戦略と目標に沿って、長年培ってきた開発力・運営力、メニューの多さを活かした事業展開、スケールメリットを享受できる仕組みの構築を進めています。具体的には、施設が立地するエリア全体のマネジメントや、自社施設にとどまらない複合的な事業の機会創出を図っています。労働力不足による人材採用難という業界共通の課題には、IT・省力化ツールの活用やマルチスキル人材の育成など、複数の施策を組み合わせることで対応していく考えです。さらに、循環型再投資事業を検討することにより、2020年度までに当社グループにおける5本目の収益の柱(新たなコア事業)へと成長させる方針です。



東急ハーヴェストクラブ 軽井沢&VIALA (2018年開業)

ハイアットリージェンシー 瀬良垣アイランド 沖縄 (2018年開業)

東急スポーツオアシス

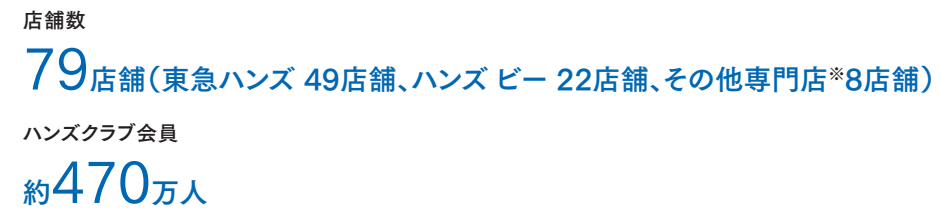
暮らしの楽しみを創り出す

## ハンズ事業セグメント

東急ハンズは「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」のため、多種多様な商品を取り揃えることで、暮らしを充実させるヒントの提供を通じたライフスタイル創造・提案No.1ブランドの確立をめざします。

概況 (2018年3月末現在)

※ハンズカフェ、ハンズエキスポ



- |  |   |
|--|---|
| <b>強み</b> 独自性のある高いブランド力と知名度、豊富な品揃えと商品知識を持つスタッフ | <b>機会</b> ライフスタイル重視・コト消費の増加、インバウンド需要の拡大               |
| <b>弱み</b> 競合店の有無に影響を受けやすいビジネスモデル               | <b>リスク</b> ECの拡大に伴う店頭小売シェアの縮小、ショールーミング化、追随企業の増加と競争の激化 |

### 提供価値と今後の戦略

ハンズ事業セグメントにとってのお客さまは、一般消費者であり、なかでも「日々の暮らしをより豊かに、より便利にしたい」「趣味やこだわりを持った生活を楽しみたい」という意識を持った人々です。こうしたお客さまに対して、私たちは「モノ(信頼できる豊富な品揃え)」「コト(ワクワクするヒントが見つかる場)」「ヒト(商品知識が豊富な頼れるスタッフ)」という3つの価値を提供しています。ハンズ事業が有するこれらの価値(=強み)を活かして、お客さまニーズに即した商品の提案や、生活・趣味などの問題解決につながるコンサルティングセールスを実施しています。

圧倒的なブランド力を誇るハンズ事業セグメントは、当社グループの付加価値向上に資する事業と位置づけています。事業環境としては、競合企業が数多く存在し、近年はECの加速度的普及などに伴い、厳しい状況下にあります。その一方で、インバウンド需要の拡大や、国が主導する「働き方改革」によって余暇時間が増え、DIYなどの「コト」消費市場が拡大するなど、時代の変化に対応した商品・サービス施策を推進し、ライフスタイル創造・提案No.1ブランドをめざすとともに、収益構造の転換を図っていきます。

特にマーチャндаイジングについては、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強化に努めています。同時に、IT投資による業務フローの効率化、帳票類の電子化などで、より効率的な働き方や固定費の抑制を図り、安定的に利益を生み出せる体質への転換も推進しています。

出店戦略は、海外も含めて、より集客力の高いエリアを厳選したうえで進めています。また、既存店舗のリプレースや収益力の低い店舗の閉鎖を通じ、着実に収益力を高めるとともに、既存店舗においては、地域ごとの客層に合わせた取り組みを強化し、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」の強化については、提案力と豊富な商品知識を有するシニア従業員を活用することで、接客スキルや商品知識の継承と向上を図ります。一方、課題となっている人材不足の改善に向けては、多様な働き方が可能な勤務制度の充実・拡大や業務効率化に努め、ハンズブランドを支える従業員が安心して長く働ける環境整備を進めています。



東急ハンズ札幌店 (2018年4月移転開業)

豊富な商品知識を有するシニア従業員

各分野のスペシャリストが店主を務める「Hi! Tenshu」プロジェクト(新宿店)



新たなフィールドを開拓する

# 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・戸建リフォーム工事、緑化造園事業など、新たなビジネスフィールドを創造・拡大しています。海外事業においては、総合デベロッパーとしてのプレゼンス発揮をめざします。

概況＜海外事業＞ (2018年3月末現在)

※一部共同事業を含む

世界へ広げる不動産ビジネス

インドネシアにおけるマンション開発計画中の戸数\*

## アメリカ、インドネシア、中国

約4,400戸

- |  |  |
|--|--|
| <p><b>強み</b> 国内で培ってきた開発ノウハウ、外資系デベロッパーとしての高いプレゼンス(インドネシア)</p> <p><b>弱み</b> 特定地域のための海外展開・知名度</p> | <p><b>機会</b> 経済成長の続くアジア各国での事業展開の可能性</p> <p><b>リスク</b> 政治リスク、戦争・紛争・テロなどの海外情勢の悪化、急激な為替変動</p> |
|--|--|

## 提供価値と今後の戦略＜海外事業＞

東急不動産(株)が展開する海外事業と関連会社事業を、次世代・関連事業セグメント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って国内外で新たな需要創出を図り、東急不動産ホールディングスグループ独自の強みを活かした成長機会の創出を担っています。

現在、安定成長が見込まれるアメリカと、高い成長を維持しているアジア圏においては主にインドネシアで、日本国内で培った開発ノウハウを活かした事業を推進しています。アメリカでは、バリューアド型投資に加え、オフィスビルの再開発事業も行っており、投資家ニーズに合った物件の供給や、環境性能が高く、ハイグレードなオフィス空間を提供しています。都市化が進むアジア地域では、日本流の高品質な住空間・サービスを提供することで、住まう方の生活向上に寄与していくとともに、私たちが手がける事業によって、雇用創出にも貢献しています。

今後の推進テーマには、ひとつはアメリカにおいて、早期に安定的事業基盤を構築することを掲げています。まず、ニューヨーク・マンハッタンでの「425パーク・アベニュープロジェクト」を着実に進めることでノウハウを蓄積し、そのプレゼンスを活かした事業

基盤の構築をめざします。アメリカでの安定的成長は、当社グループにとって大きな成長機会になると考えられ、アセットアロケーションの観点からも事業を一層強化する方針です。

もうひとつの推進テーマは、住宅分譲業安定化を目的とした開発・供給・販売体制確立によるインドネシア事業の強化です。インドネシアでは、1975年の進出以来、戸建住宅を開発・分譲し、実績と信用を積み上げてきました。現在は高級コンドミニアムの開発を中心に取り組んでおり、日本国内同様、「BRANZ(ブランズ)」シリーズとして展開を進めています。こうした取り組みが評価され、BCIアジア社が選ぶ「2017年インドネシア 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した。今後も、安定的なマンション供給により利益を創出しながら、外資系No.1デベロッパーとしてのプレゼンス確立をめざします。

また、その他アジア地域でも、国の安定度や市場透明度などを踏まえ、新たな事業展開の可能性を検討しています。



ニューヨーク「425パーク・アベニュープロジェクト」(完成予想図)

インドネシア「BRANZ BSD」(完成予想図)

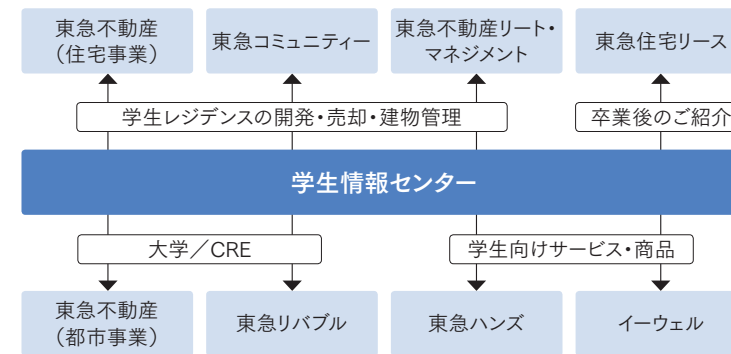
インドネシア「プリボタニカルプロジェクト」(完成予想図)

# 事業間シナジー

当社グループでは、グループ各社が保有するリソース(ストック・顧客情報・人材)を活用し、シナジー創出に取り組んでいます。シナジー創出にあたっては、リソースの補完や付加価値向上のため、外部リソースの活用も進めています。

## 学生情報センターのお客さまを起点としたシナジー創出への取り組み

学生情報センターとのシナジー



シナジー創出の一例が、2016年に当社グループに加わった(株)学生情報センターでの取り組みです。同社は学生レジデンスを主要都市圏で展開し、留学生も含めた学生アルバイトのご紹介やインターンシップの提供といった学生のキャリア形成もサポートするなど、学生・教育機関・マンションのオーナーさまとの豊富な接点を有しています。既存事業との連携で、学生レジデンスの開発から管理運営まで、グループ一体で手がけられるようになりました。都市・住宅事業の成長はもとより、学生を取り巻く新たな市場を通じて、派生する事業機会の獲得に努めています。

## 東急不動産(株)が手がける学生レジデンスを「CAMPUS VILLAGE」としてシリーズ展開

CAMPUS VILLAGE

東急不動産(株)が開発し、(株)学生情報センターが管理運営する学生レジデンスの第1弾「CAMPUS VILLAGE 椎名町」(東京都豊島区)が2018年1月に竣工し、3月に入居を開始しました。「次の社会を担う学生たちへ、安心安全な住環境とともに、新しいライフスタイルを提案する住まい」をコンセプトに、コミュニティ形成の促進やグループ会社(株)イーウェルの福利厚生サービス「WELBOX」を導入するなど、差別化も図っています。



CAMPUS VILLAGE 椎名町 (2018年1月竣工)

## CVCを活用したシナジー創出への取り組み

当社グループでは、オープンイノベーションの考え方を取り入れ、外部の専門機関協力のもと、CVC(コーポレートベンチャーキャピタル)ファンドを活用した取り組みを推進しています。

当社グループが2017年に立ち上げた「TFHD Open Innovation Program」では、「事業領域拡大と競争力強化」「生産性向上と業務効率化」の観点から、また同時に東急不動産(株)が立ち上げた「SHIBUYA Innovation Program」では、「広域渋谷圏を中心とした街の価値向上」の観点から、ベンチャー企業との連携を深めています。

2つのプログラムを通じて、ベンチャー企業やスタートアップ企業への機動的な出資、業務提携やハンズオン支援を行い、事業領域拡大、シナジー創出につなげていきます。

CVCスキーム

