

Our vision

長期ビジョンと価値創造ストーリー

価値創造プロセス

社会課題と向き合いながら独自性のあるビジネスモデルを創造し、ステークホルダーに多様な価値を提供することで、持続可能な社会づくりと成長をめざします。

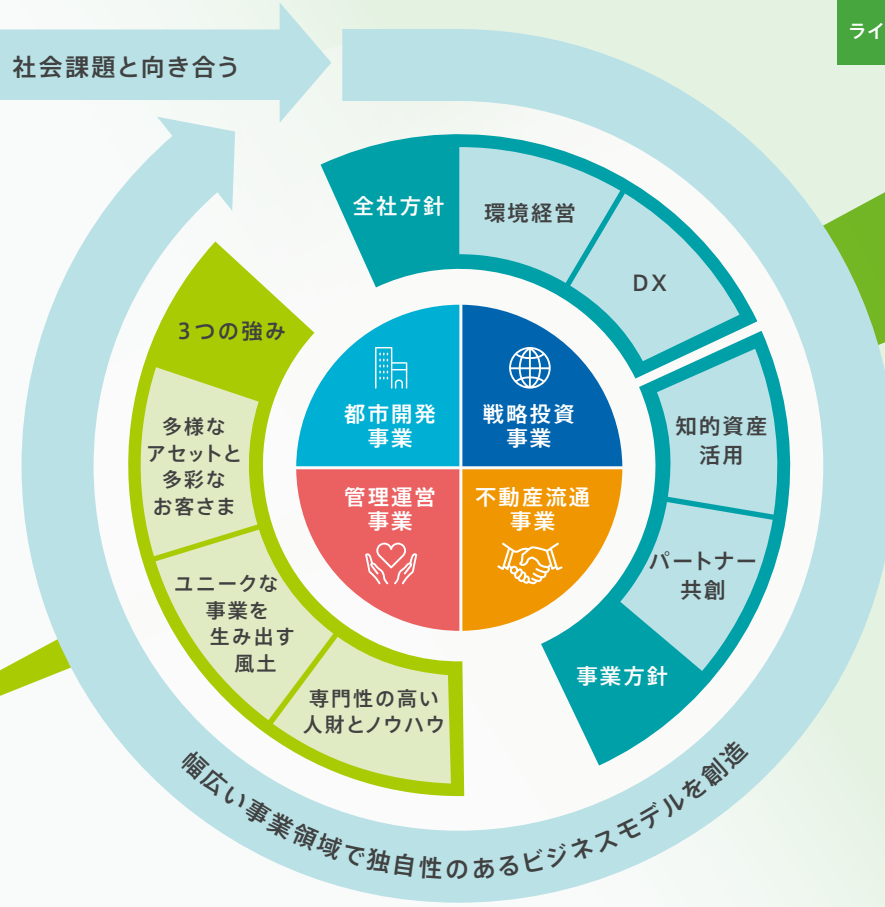
価値を創造し続ける企業グループへ

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

取り組みテーマ(マテリアリティ)

- 多彩なライフスタイルをつくる
- 持続可能な環境をつくる
- 多様な人財が活きる組織風土をつくる
- ウェルビーイングな街と暮らしをつくる
- デジタル時代の価値をつくる
- 成長を加速するガバナンスをつくる

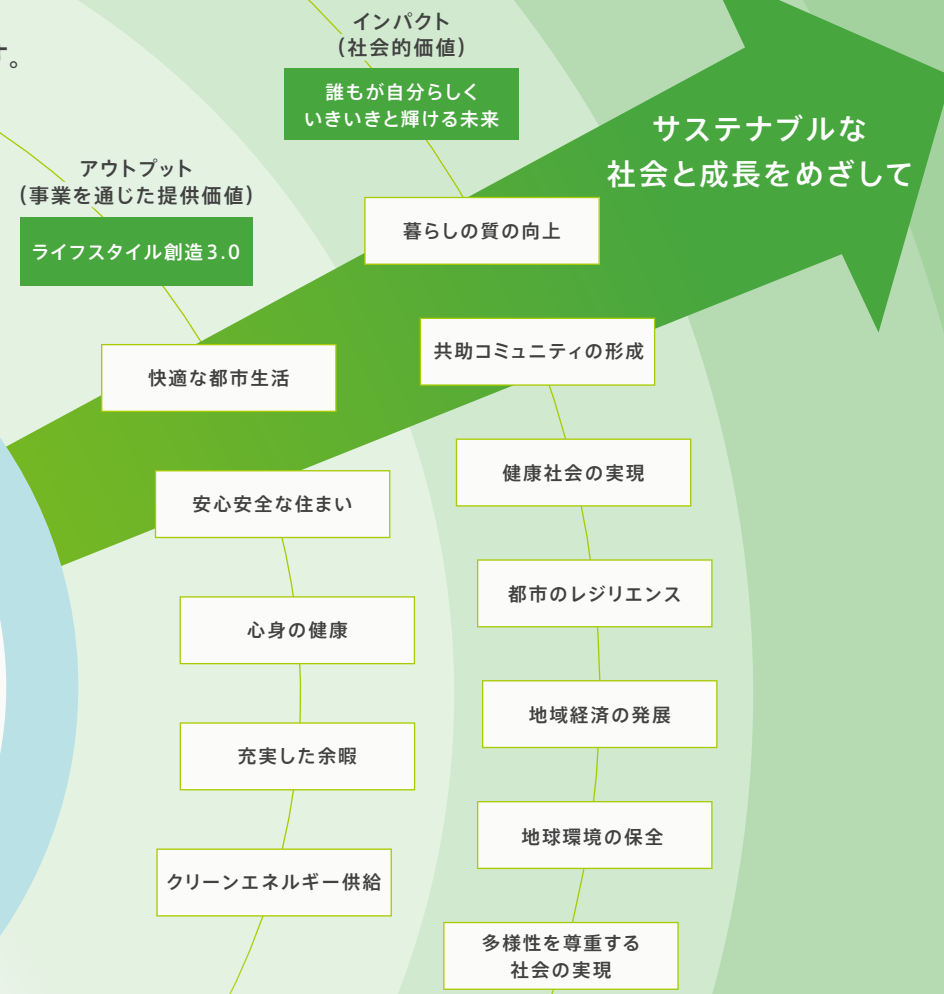
社会課題と向き合う



創業の精神
「挑戦するDNA」



価値創造を支える基盤



持続可能な社会と成長をめざして

- 快適な都市生活
- 共助コミュニティの形成
- 安心安全な住まい
- 健康社会の実現
- 心身の健康
- 都市のレジリエンス
- 充実した余暇
- 地域経済の発展
- クリーンエネルギー供給
- 地球環境の保全
- 多様性を尊重する社会の実現

ステークホルダーへの提供価値

事業活動を通じてお客さまや社会に多様な価値を創出することで、あらゆるステークホルダーの満足度向上を実現し、より良い未来につながります。

お客さま

一人ひとりの多様なライフスタイル・ライフステージに合わせて当社グループの多彩なサービスをシームレスにご利用いただくことでより豊かで便利な生活を実現します。



インパクト (社会的価値)

誰もが自分らしく
いきいきと輝ける未来

暮らしの質の向上

共助コミュニティの形成

健康社会の実現

都市のレジリエンス

地域経済の発展

地球環境の保全

多様性を尊重する
社会の実現

グループ 従業員

ここからでも健康に、モチベーションと志をもって働ける環境を整えることで生産性が高く、広く社会に貢献する人財を輩出します。



ビジネス パートナー

サプライチェーン全体で持続可能な社会づくりに貢献し、当社グループのみならずパートナーの企業成長に寄与します。



地域社会

災害に強く環境と共生した都市開発とコミュニティ形成を通じて地域活性化に貢献するとともに、強靱かつ持続可能なまちづくりを実践します。



株主・投資家

中長期的な企業価値向上により、ESG投資やインパクト投資を含めて魅力ある投資先としての地位を確立します。



サステナブルな
社会と成長をめざして

未来社会

次の世代、さらにその先の世代を見据えて、社会課題の解決に取り組み、美しく豊かな環境の形成と長く愛され続けるまちづくりを実現していきます。

サステナブルな経営の全体像

2030年にめざす姿の実現に向けて、マテリアリティごとに事業機会とリスクを整理し、KPIを定めました。

社会へのアウトプットとインパクトを高め、SDGsのゴールにも貢献します。

マテリアリティ	機会とリスク ■機会 ■リスク	2030年に めざす姿	非財務KPI		SDGs ターゲット	財務KPI		結果と変化
			2030年度目標	2030年度目標		2030年度目標	2030年度目標	
ライフスタイル	生活の多様化	心身ともに 活力ある生活	お客さま満足度 ^{*1}	90%以上	10.3	参考指標 ROE 10%以上 ROA 5%以上 D/Eレシオ 2.0倍以下 営業利益 1,500億円以上 当期純利益 ^{*8} 750億円以上	アウトプット (事業を通じた提供価値) ライフスタイル創造3.0 ●快適な都市生活 ●安心安全な住まい ●心身の健康 ●充実した余暇 ●クリーンエネルギー供給	
	消費者とのミスマッチ		「ライフスタイル創造3.0」に資する商品・サービス	100件以上	12.7			
街と暮らし	心身の健康/防災・減災	誰もが幸せを 感じられる社会	コミュニティ活性化施策	100件以上	11.3			
	街の劣化・衰退		建築物の安心安全対策強化 ^{*2}	100%	11.5			
環境	脱炭素・資源循環への ニーズ拡大 災害激甚化・対応コスト増	脱炭素社会・ 循環型社会	RE100 ^{*3}	2025年達成 ^{*4}	7.2			
			再生可能エネルギー電力利用率	60%以上	7.2			
			CO ₂ 排出量(2019年度比)(SBT ^{*5} 認定)	△46.2%	13.1			
			水使用量	前年度比低減	6.4 12.2			
			廃棄物量(2019年度比)	△11%	12.5			
			環境認証取得 ^{*6} (CASBEE、DBJなど)	100%	9.4 15.5			
			サステナブル調達(型枠木材)	100%	15.2			
緑をつなぐプロジェクト(森林保全面積)	3,000ha	15.2						
事業を通じた環境への取り組み	100件以上	11.6 11.7						
デジタル	toC接点の重要性増大	新しい顧客体験 価値創出	デジタル活用の取り組み件数	100件以上	8.2 17.16			
	リアルの地位低下		DX投資額(2021年度比) ^{*7}	2倍	9.1			
			ITパスポート取得 ^{*4}	100%	4.4			
人財	多様な人財確保 人財獲得の競争激化	イノベーションを 生み出し続ける環境	健康診断受診率	100%	8.5			
			女性採用比率	50%	5.5			
			中核人財における多様性の確保(女性管理職比率)	20%以上	5.5			
			男性育児休暇取得	100%	5.1 5.5			
			LGBTの理解深化(Eラーニング受講率)	100%	10.3			
			サプライチェーンの人権配慮 (強制労働や児童労働に対するデュー・ディリジェンス実施)	100%	10.3			
ガバナンス	ステークホルダーとの深耕	企業価値の 持続的向上	株主・投資家エンゲージメント	300件以上	12.6			
	資金調達コスト増		取締役会の実効性向上(第三者評価)	100%	16.6			
			コンプライアンス行動基準遵守	100%	16.5			

※1. 東急こすもす会アンケート ※2. 大型・非住宅建築物の災害時帰宅困難者対応など ※3. 事業活動で消費する電力を、100%再生可能エネルギーで調達することを目標とする国際的なイニシアティブ ※4. 東急不動産。2022年達成をめざす

※5. Science Based Targetsの略。科学的根拠に基づく温室効果ガス削減の中長期目標 ※6. 非住宅の大型保有物件(延床面積10,000㎡以上)を対象。共同事業など一部除く ※7. 2021年度以降新たに開発、導入するアプリケーションやゼロトラストなどのインフラ関連費用

※8. 親会社株主に帰属する当期純利益

価値創造への取り組みテーマ(マテリアリティ)

当社グループは、ありたい姿を実現するために、事業活動を通じて6つのテーマ(マテリアリティ)に取り組めます。
それぞれのテーマに沿った施策の実行によって、サステナブルな社会の形成に貢献します。

主な社会課題	マテリアリティ	SDGs目標	■ 主な機会	■ 主なリスク	主な対応
<ul style="list-style-type: none"> ●生活スタイルの多様化・IT利用の一般化 ●消費者・顧客志向や、製品・サービスに関する情報開示要請の高まり ●持続可能な社会づくりの必要性増大(災害・震災、資源不足、人口減などへの対応) ●国内既存住宅・建物ストックの増加・老朽化・空き家増加 ●地域コミュニティの見直し・再生化 ●気候変動の深刻化 ●持続可能なエネルギーへのシフト ●DXを通じたイノベーション創出・ビジネスモデル変革の必要性増加 ●社会のダイバーシティ化・女性の社会進出の進展 ●人材不足・育成の必要性増大 ●ワークスタイルの多様化・労働条件・環境改善ニーズの向上 ●企業経営におけるESGの重要性拡大 	 <p>多彩なライフスタイルをつくる 住まい方・働き方・過ごし方を融合させた「ライフスタイル創造3.0」を推進し、心身ともに活力ある生活を実現します。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・住まい方・働き方・過ごし方の多様化 ・あらゆる生活シーンの融合 	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者ニーズとのミスマッチ ・細分化ニーズ対応に伴う効率性悪化 	<ul style="list-style-type: none"> ・ホテルを活用したワーケーションの実証実験 詳細PDFへ ・マンション居住者・組合向けサイト機能拡充 詳細Webへ
	 <p>ウェルビーイングな街と暮らしをつくる 安心安全で快適な生活インフラの構築、共助コミュニティの創造により、誰もが幸せを感じられる社会を実現します。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・コミュニティ形成の重要性増大 ・防災・減災ニーズの高まり ・心身の健康に対する意識の高まり 	<ul style="list-style-type: none"> ・都市間競争における劣後 ・コミュニティ衰退による街の魅力低下 ・資産の維持管理不足による価値低下 	<ul style="list-style-type: none"> ・エリアマネジメント活動を通じたコミュニティ形成 ・企業のサステナビリティ推進に向けた学生インターンシップの提供 詳細PDFへ
	 <p>サステナブルな環境をつくる 環境先進企業として、気候変動などの地球規模の課題に取り組み、脱炭素社会・循環型社会をつくります。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・脱炭素社会・循環型社会への対応ニーズ拡大 ・ESG投資家からの資金調達拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ・気候変動・災害の激甚化 ・環境規制強化などによるコスト増 	<ul style="list-style-type: none"> ・RE100の達成、再生可能エネルギー事業の加速 p.26へ ・分譲マンションへの環境取り組みの促進 p.40へ
	 <p>デジタル時代の価値をつくる デジタル技術の活用により、ビジネスモデル変革に取り組み、新しい顧客体験価値を創出します。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・toC接点活用の重要性増大 ・提供サービスのスケールビリティ向上 	<ul style="list-style-type: none"> ・バーチャル充実によるリアルな地位低下 ・既存事業のディスラプター出現 	<ul style="list-style-type: none"> ・DXを駆使したマンション販売拠点の開発(東京・銀座) p.43へ ・売買仲介のAI査定 詳細PDFへ
	 <p>多様な人財が活躍する組織風土をつくる 人権を尊重し、多様な人財が能力を発揮できる組織風土により、イノベーションを生み出し続けます。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・多様な人財の獲得機会増加 ・多様性によるイノベーション創発 	<ul style="list-style-type: none"> ・人財獲得市場の競争激化・コスト増 ・人権問題発生に伴うレピュテーション低下 	<ul style="list-style-type: none"> ・女性従業員の登用加速と中途採用の強化 ・人権およびサステナブル調達のデュー・ディリジェンス p.59へ
	 <p>成長を加速するガバナンスをつくる あらゆるステークホルダーから信頼されるグループとして、経営の透明性・公平性を高め、企業価値の持続的向上をめざします。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・透明性向上によるステークホルダーとの関係強化 ・ESG投資家からの資金調達拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ・資金調達コストの増大 ・法令違反による信用低下 	<ul style="list-style-type: none"> ・グループ従業員向けのコンプライアンスEラーニングの実施 ・第三者評価を取り入れた取締役会実効性評価の実施 p.63へ

財務・非財務KPI目標および実績

カテゴリー	マテリアリティ	KPI	2030年度目標	2025年度目標	2021年度実績		
財務 目標	財務	ROE	10%以上	9%	5.7%		
		ROA	5%以上	4%	3.2%		
		D/Eレシオ	2.0倍以下	2.2倍以下	2.3倍		
		営業利益	1,500億円以上	1,200億円	838億円		
		当期純利益 ^{※1}	750億円以上	650億円	351億円		
非財務 目標	S 社会	多彩なライフスタイルをつくる	お客さま満足度調査 ^{※2}	90%以上	90%以上	94.7%	
			ライフスタイル創造3.0に資する商品・サービス(累計)	100件以上	50件以上	20件	
	S 社会	ウェルビーイングな街と暮らしをつくる	コミュニティ活性化施策(累計)	100件以上	50件以上	21件	
			建物の安心安全対策強化 ^{※3}	100%	100%	100%	
	E 環境	サステナブルな環境をつくる	RE100 2025年達成 ^{※4}	100%	100%	5.8%	
			再生可能エネルギー電力利用率	60%以上 ^{※5}	65% ^{※6}	4.0%	
			CO ₂ 排出量(2019年度比)	Scope1・2	△46.2%(SBT認定) ^{※5}	2023年度△50% ^{※6}	△9.0%
				Scope3	△46.2%(SBT認定)	定性目標: パートナー(建設会社等)との協働取り組み	△3.7%
			水使用量	前年度比低減	前年度比低減	+7.3%	
			廃棄物量(2019年度比)	△11%	△6%	△11.2%	
			環境認証取得 ^{※7} (CASBEE、DBJなど)	100%	70%	35.0%	
			サステナブル調達(型枠木材)	100%	30%	0%	
			緑をつなぐプロジェクト(森林保全面積)	3,000ha	2,400ha	2,031ha	
			事業を通じた環境への取り組み(累計)	100件以上	50件以上	22件	
	S 社会	デジタル時代の価値をつくる	デジタル活用の取り組み件数(累計)	100件以上	50件以上	30件	
			DX投資額(2021年度比) ^{※8}	2倍	1.5倍	14億円	
			ITパスポート取得割合 ^{※4}	100%	80%	28.7%	
	S 社会	多様な人財が活躍する組織風土をつくる	健康診断受診率	100%	100%	100%	
			女性採用比率	50%	42%	41.2%	
			中核人財における多様性の確保(女性管理職比率)	20%以上	9%	9.2%	
男性育児休暇取得率			100%	100%	43.5%		
LGBTの理解深化(Eラーニング受講率)			100%	100%	30.0%		
サプライチェーンの人権配慮 (強制労働や児童労働に対するデュー・ディリジェンス実施)			100%	50%	41.9%		
株主・投資家エンゲージメント			300件以上	290件以上	275件		
G ガバナンス	成長を加速するガバナンスをつくる	取締役会の実効性向上(第三者評価)	100%	100%	100%		
		コンプライアンス行動基準遵守	100%	100%	97.4%		

※1. 親会社株主に帰属する当期純利益 ※2. 東急こすもす会アンケート ※3. 大型・非住宅建築物の災害時帰宅困難者対応など ※4. 東急不動産。2022年達成をめざす ※5. 長期経営方針策定時に決定(2021年度) ※6. 中期経営計画時(2022年度)に策定
 ※7. 非住宅の大型保有物件(延床面積10,000㎡以上)を対象。共同事業など一部除く ※8. 2021年度以降新たに開発、導入するアプリケーションやゼロトラストなどのインフラ関連費用

マテリアリティ特定プロセス

「ステークホルダーにとっての重要性」「経営にとっての重要性」の2軸で社会課題を整理・分析し、当社グループが優先的に取り組むべき重要6項目を、価値創造への取り組みテーマ(マテリアリティ)として特定しました。

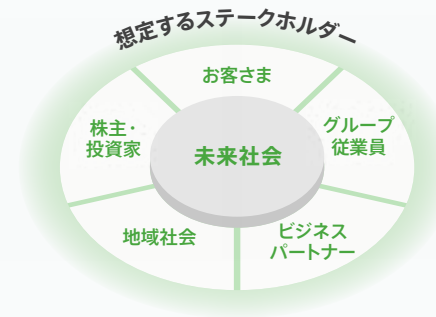
STEP 1 社会課題の把握と 統合・集約

- 561項目の社会課題リストから37項目に統合・集約
社会課題のロングリスト561項目を作成、類似項目を整理するなどして37項目に統合・集約

- 社会課題ロングリストのインプット：
国際的なフレームワーク(SDGs、ISO26000、GRI、SASBなど)、SRI評価機関の指標(FTSE、DJSI)、アナリストレポート、日本政府や経済団体で認識されている課題、他社の動向やステークホルダーの声、グループ会社の認識

STEP 2 ステークホルダーの 期待の確認

- 37項目の社会課題に対するステークホルダーの期待についてヒアリング
- ヒアリング内容およびSTEP 1の結果を整理し、「ステークホルダーにとっての重要性」を評価

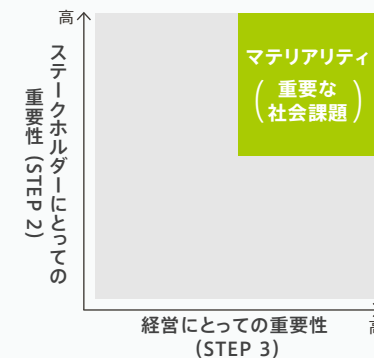


STEP 3 優先順位の高い 経営課題の抽出

- 37項目の社会課題について、各事業会社にとっての重要性および機会・リスクを確認
- 長期経営方針とも照らし合わせながら「経営にとっての重要性」を評価し、グループ全体として優先順位の高い課題を抽出

STEP 4 マテリアリティと 機会・リスクの特定

- 抽出した経営課題を、STEP 2で確認した「ステークホルダーにとっての重要性」と、STEP 3で確認した「経営にとっての重要性」の2軸でサステナビリティ委員会が評価し、グループ経営会議で確認
- 取締役会において、特に重要な6項目を「価値創造への取り組みテーマ(マテリアリティ)」として特定
- マテリアリティごとの機会・リスク、2030年にめざす姿、KPI、SDGsゴール(ターゲット)を整理 [▶ 参照ページ p.20へ](#)



サステナビリティ委員会