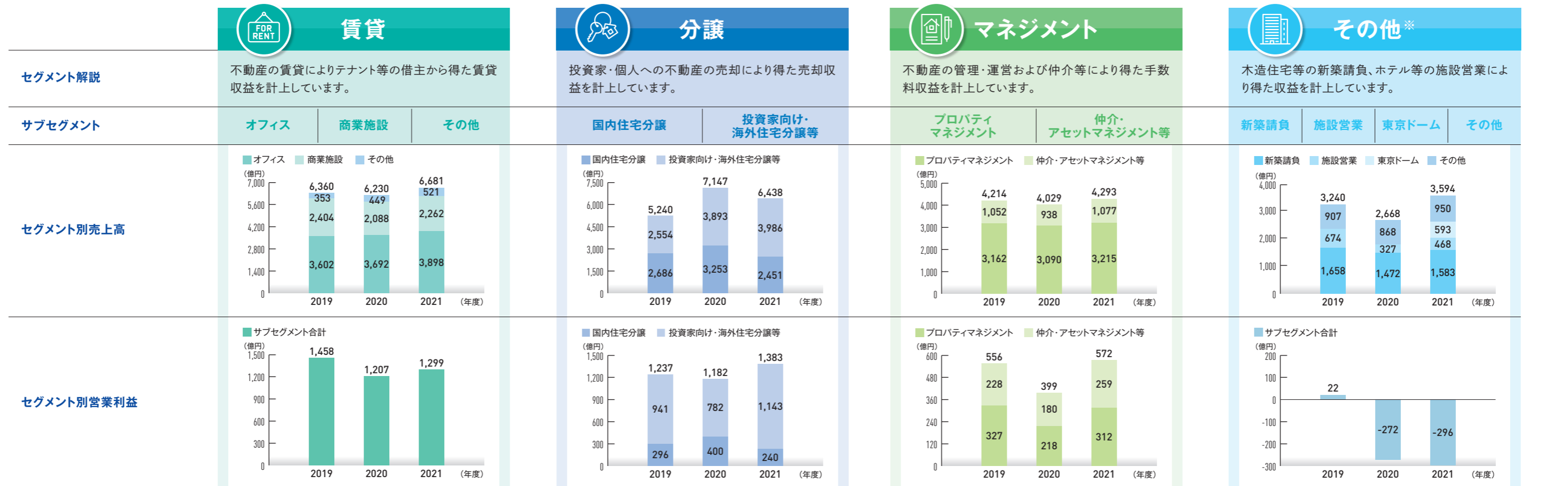
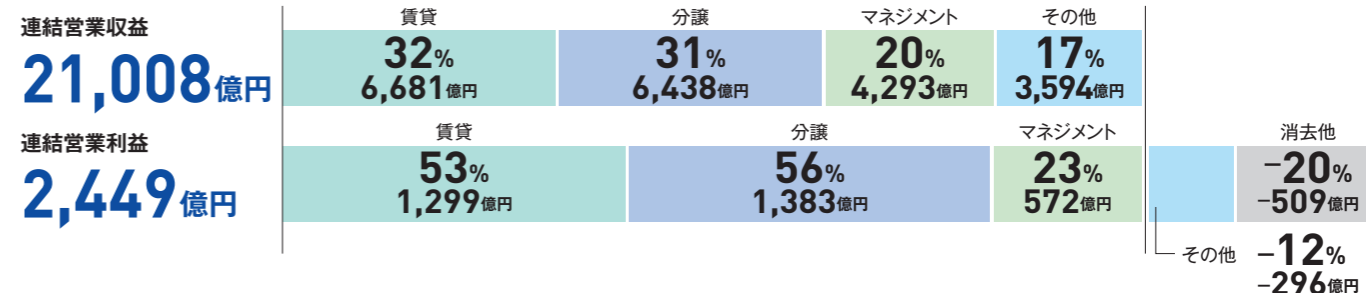


At a Glance

三井不動産グループでは、主な事業活動として「賃貸事業」「分譲事業」「マネジメント事業」に取り組んでおり、これらの形態に合わせ、「賃貸」「分譲」「マネジメント」「その他」の4つの会計セグメントを採用しています。なお、個別のプロジェクトごとに発生する収益や利益は、これらのセグメントごとに分解され、単一もしくは複数のセグメントに計上されます。

2021年度実績



各アセットクラスにおける主要な収益計上先

※ 収益の上がるカテゴリのイメージを記載したものであり、実際とは異なる場合があります。

主なアセットクラス	賃貸			分譲			マネジメント			その他			
	オフィス	商業施設	その他	個人向け		投資家向け	プロパティマネジメント	仲介		アセットマネジメント	新築請負	施設営業	東京ドーム
				国内住宅	海外住宅			法人向け	個人向け				
オフィス	✓					✓	✓	✓	✓				
商業施設		✓				✓	✓		✓				
物流施設			✓			✓	✓		✓				
住宅	中高層			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			
	戸建			✓					✓		✓		
ホテル・リゾート											✓		
東京ドーム												✓	

※ 2021年度より「東京ドーム事業」を含んでいます。

オフィス

市場環境

リスク

- テレワークの浸透等によるオフィス需要の変化
- 2023年、2025年のオフィス供給増加

機会

- 企業・ワーカーのさらなる生産性向上への意識の高まり
- ワークスタイルの変化に伴う働く場所・時間等の多様化
- カーボンニュートラルを目指す企業の取り組み等の拡大

競争優位性

- テナント約**3,000社**との中長期リレーション
- ワークスタイリング会員約**24万人**^{※1}
拠点数約**149**(全国)^{※1}
- 「あらゆる商品セグメント」「幅広いバリューチェーン」を結集した「ミクストユース型の街づくり」のノウハウ
- テナントの経営課題解決に資する多彩なソフトサービス
- 競争力の高い物件ポートフォリオ(立地・商品性能等)
- グループ経営による開発から運営管理までの一貫した安心・安全、災害に強い街づくりの実現 ^{※1} 2022年7月末時点

事業戦略

- 働く場所・時間等、多様な働き方のニーズに合わせたアセット・ソフトサービスの提供による生産性向上に向けた新たな価値の創造
 - オフィスの環境性能の向上や、テナントの脱炭素戦略に資するオフィスサービスの提供^{※2}によるカーボンニュートラルの推進
- ※2 テナントへのグリーン電力の供給等

優良なポートフォリオ

賃貸収益(連結)

約**3,898**億円
(2021年度)

貸付面積(連結)

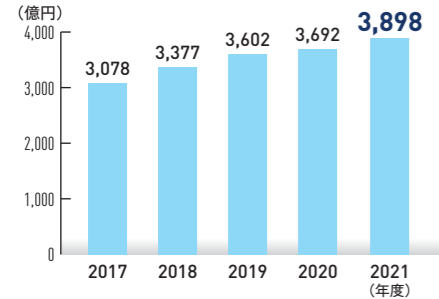
約**3,392**千m²
(2021年度末時点)

貸付面積首都圏比率(単体)

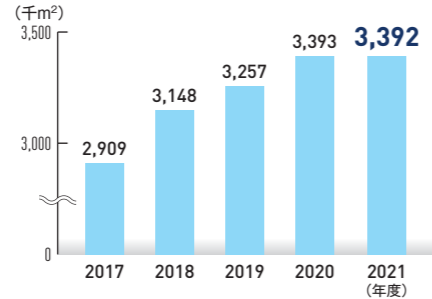
約**90%**
(2021年度末時点)

東京都心部を中心に賃貸収益・貸付面積を順調に拡大

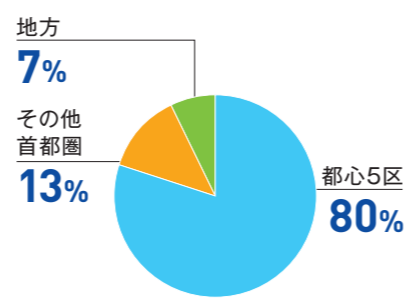
賃貸収益推移(連結)



貸付面積推移(連結)

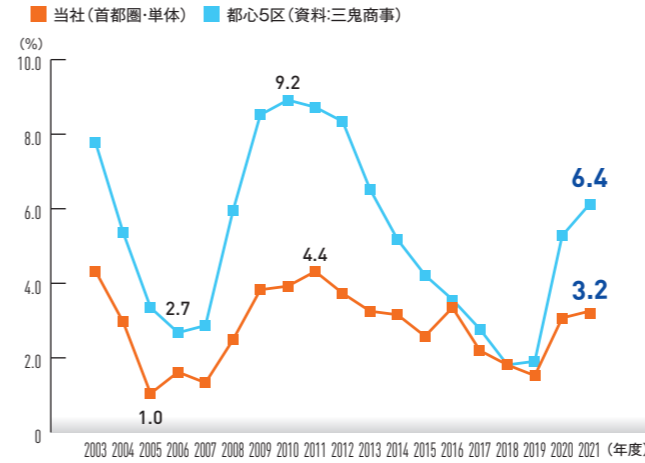


賃貸収益比率(エリア別、2021年度)



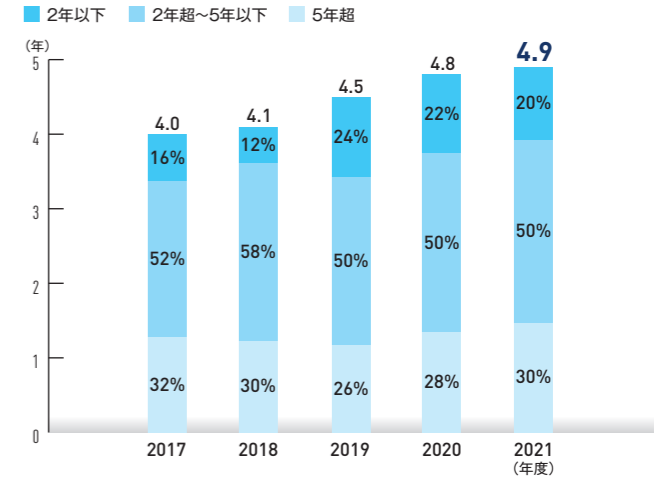
オフィス空室率は市場より低位で推移

オフィス空室率推移(毎年度末時点の空室率)



オフィス契約年数は安定的に増加

オフィス平均契約年数の推移(単体)



今後の開発パイプライン

国内プロジェクト **8**物件 うち東京駅周辺の再開発プロジェクト**6**物件

海外プロジェクト **12**物件 うち欧米**10**物件、アジア**2**物件

(2022年8月末時点。ただし、海外プロジェクトは2022年6月末時点)

八重洲・日本橋周辺における再開発パイプライン



東京ミッドタウン八重洲(2022年8月竣工)



日本橋一丁目中地区(2025年度竣工予定)

顧客(企業・ワーカー)に対し最適な働き方のベストミックスを提供

顧客(企業・ワーカー)ニーズの多様化

ワーカーが働く場に求める要素



事務作業の場
(事務・分析)



知的生産の場
(企画開発・創造・育成・協働)

企業が働く場に求める要素

安心・安全
(感染リスク低)

環境対応

サイバー
セキュリティ

利便性

レジリエンス

BCP

当社グループのオフィス戦略

リモートワークが浸透する一方で、フェイストゥフェイスによるコミュニケーションの重要性も見直されるなか、当社グループは、多様な働く場所・時間、働き方のニーズに合わせて、さまざまなアセット、ソフトサービスを組み合わせ、生産性向上に向けた新たな価値を提供しています。



本社(拠点型オフィス)



分散型オフィス



自宅

戦略を支える主な取り組み

ソフトサービス

当社顧客向け
会員制WEBサイト



当社顧客向け
会員制施設※1



健康経営支援
サービス



新たな働き方を提供する
トータルサービス



働き方の選択肢の拡大

多拠点型
シェアオフィスの提供



コミュニティの構築

企業・団体の集積、
交流、育成・連携



BCP

日本橋・豊洲
スマートエネルギープロジェクト



環境対応

テナントへの
グリーン電力の提供



※1 ラウンジ、ジム、カフェ、会議室等

TOPICS

多様な働き方を実現する 法人向け多拠点型シェアオフィス「WORKSTYLING」



法人向けサービスオフィス

ワークスタイリング
FLEX



オフィス機能の拡張
●BCP対策として
●プロジェクト利用として

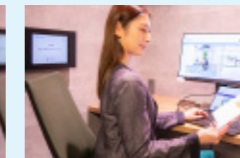
法人向け多拠点型サテライトオフィス

ワークスタイリング
SHARE



ワークスペースの拡張
●自宅や取引先の近くのワークスペースとして
●仕事に集中したい時のワークスペースとして

ワークスタイリング
SOLO
(個室特化型)



全国拠点数

149拠点※2

会員企業数

約900社

会員数

約24万人

(2022年7月末時点)
※2 うち三井ガーデンホテル等との提携:40拠点

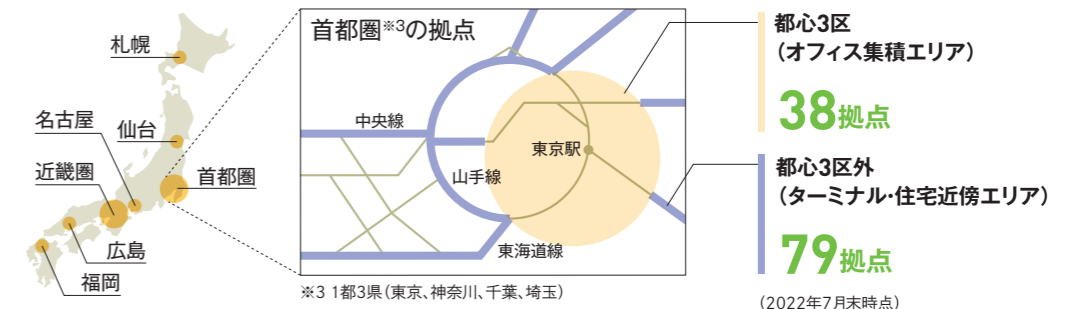
拠点分布と内訳

首都圏 117拠点

近畿圏 17拠点

その他エリア 15拠点

(2022年7月末時点)

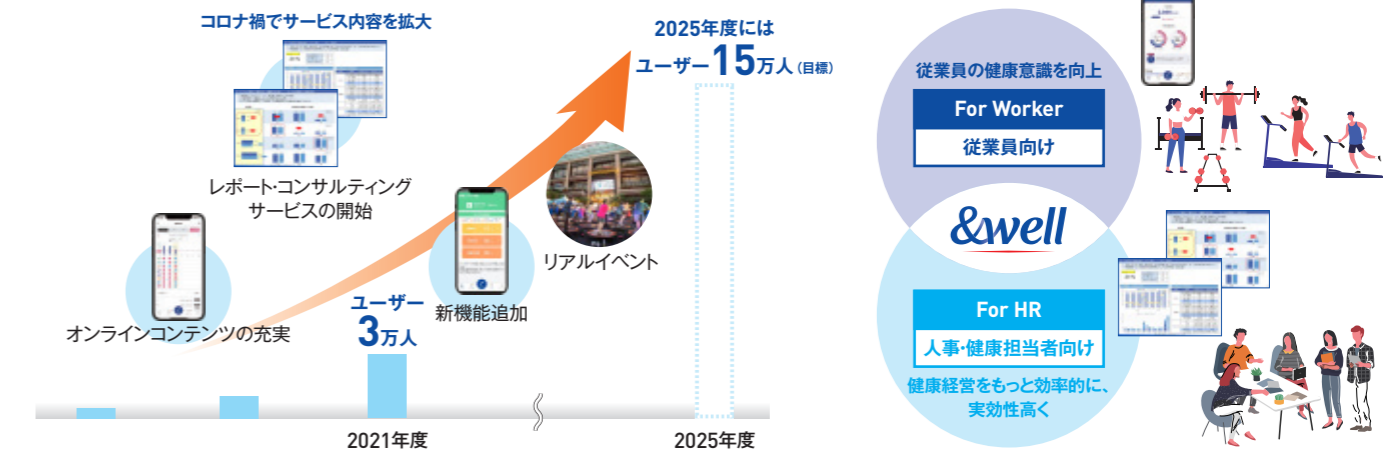


TOPICS

健康経営支援サービス「&well」 導入企業の95%から高評価

「&well」は、当社が特定非営利活動法人健康経営研究会監修のもと、企業の健康経営を支援するサービスです。2022年2月に実施したアンケート調査では、導入企業の95%がコロナ禍において「健康経営推進に『&well』が寄与している」と回答。ユーザー数は約3万人と、コロナ拡大前(2020年2月)から約10倍に増加しています。引き続き、リアル・デジタル両面で、健康経営・ウェルビーイングの支援内容を強化・拡充してまいります。

リアルとデジタルの両面で健康経営・ウェルビーイングの支援を強化・拡充



商業施設

市場環境

リスク

- エネルギー価格をはじめとした物価高による消費マインド低迷懸念
- 感染症の再拡大による営業制約の再発

機会

- コロナ禍を経て再評価されるリアル空間の価値
- 新たな生活様式における需要拡大

競争優位性

- 商業テナント会社数約**2,400社**^{※1} 店舗数約**9,500店**^{※1}
- 三井ショッピングパーク会員数約**1,300万人**^{※2}
- 40年超にわたり蓄積した商業施設企画・開発・テナント営業・運営ノウハウ
- 「ららぽーと」「三井アウトレットパーク」における国内トップクラスのブランド力・集客力
- 商業施設と親和性の高いロジスティクス事業とのシナジー

※1 2022年4月1日時点 ※2 2021年度末時点

事業戦略

- 教育・スポーツ・健康・エンターテインメント・食などを切り口に、五感で得られる感動体験を提供するリアル空間の価値の最大化
- 自社ECサイト「&mall」などを軸に、デジタル技術を活用したリアル施設とオンラインを融合させるオムニチャネル化の推進
- One to Oneマーケティングの推進による会員顧客の利用頻度・購買単価の向上
- 消費者への幅広い購買選択肢の提供とテナントの在庫管理の効率化等を目指した「リアル施設」「ECサイト」「ロジスティクス」を組み合わせた当社ならではの「三位一体化」の推進

優良なポートフォリオ

施設売上高(連結)

約**1兆2,000億円**
(2021年度)

賃貸収益(連結)

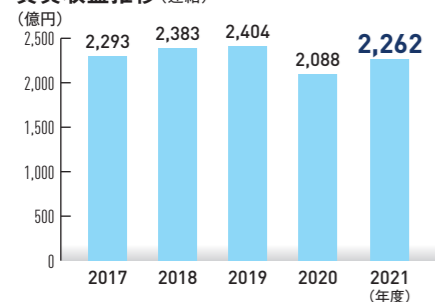
約**2,262億円**
(2021年度)

貸付面積(連結)

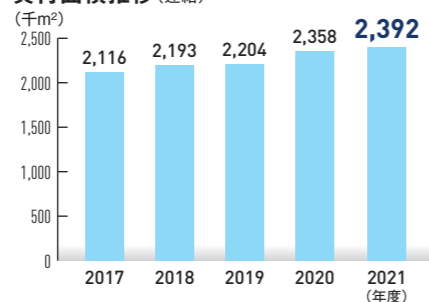
約**2,392千㎡**
(2021年度末時点)

コロナ禍の影響で売上高は一時的に減少、貸付面積は安定的に増加

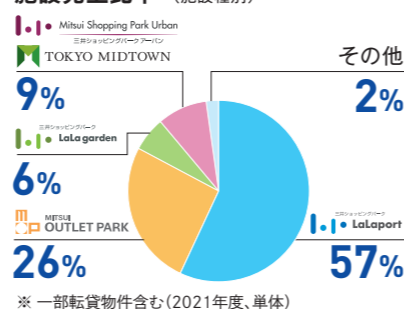
賃貸収益推移(連結)



貸付面積推移(連結)



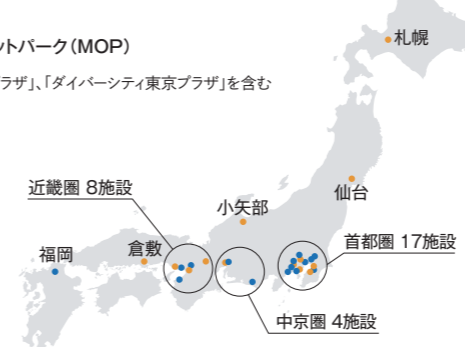
施設売上比率※(施設種別)



首都圏を中心に、国内の大都市圏に厳選出店

出店分布(ららぽーと・三井アウトレットパーク)

- ららぽーと[®]
 - 三井アウトレットパーク(MOP)
- ※ 「ラゾーナ川崎プラザ」、「ダイバーシティ東京プラザ」を含む



エリア別出店数(ららぽーと・三井アウトレットパーク) (括弧内:うち開発中物件数)

	計	ららぽーと	MOP
合計	34(2)	21(2)	13
首都圏	17	12	5
近畿圏	8(2)	5(2)	3
中京圏	4	3	1
その他	5	1	4

今後の開発パイプライン

国内プロジェクト **3** 物件 うち近畿圏**2** 物件 海外プロジェクト **6** 物件 うち台湾**5** 物件、マレーシア**1** 物件

(2022年8月末時点。ただし、海外プロジェクトは2022年6月末時点)

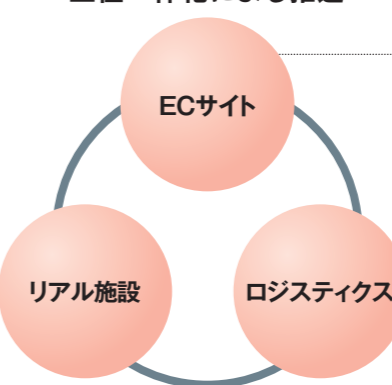
リアル施設・ECサイト・ロジスティクス「三位一体化」による推進

消費者への幅広い購買選択肢の提供とテナントの在庫管理の効率化等を同時に実現

リアルならではの体験価値 集客力の向上

施設売上 (2021年度)	約 1兆2,000億円
会員 (2021年度末時点)	約 1,300万人
商業テナント (2022年4月1日時点)	約 2,400社
総店舗数 (2022年4月1日時点)	約 9,500店

三位一体化による推進



購買・販売行動の時間・ 場所制約解消



三井ショッピングパーク
& mall
総店舗数 **約400店** (2021年度末時点)

リアル商業・EC在庫 一元管理



MFLP
Mitsui Fudosan
Logistics Park
物流拠点 **53棟** 総延床面積 **約420万㎡**
(2022年7月末時点)

TOPICS

店舗スタッフの働きやすさ・働きがいの向上「三井ショッピングパーク Staff Circle」

当社グループが管理・運営する全国の「三井ショッピングパークららぽーと」や「三井アウトレットパーク」等、約40の商業施設で働く約10万人のショップスタッフ向けに店舗マネジメントアプリを導入し、働きやすい環境と豊かなコミュニティを創出する取り組み「三井ショッピングパーク Staff Circle(スタッフサークル)」を開始しました。

主なサポートやサービス

- ① リアルタイムな情報伝達・共有による円滑なコミュニケーションの実現
- ② ショップ運営の生産性向上をサポート
- ③ 従業員証のデジタル化
- ④ スタッフ向けの特典・福利厚生サービスの拡充
- ⑤ オンライン配信による研修や自己啓発サポート

物流施設(ロジスティクス)

市場環境

リスク

- 新規プレーヤー参入等による用地取得競争の激化
- 新規物件の大量供給によるリーシング競争の過熱

機会

- EC市場拡大や荷主のサプライチェーン見直しに伴う物流施設需要の拡大
- 労働力不足を背景としたDX活用の一環の加速

競争優位性

- 国内外**53物件***1におよぶ先進的物流施設の開発実績
- 荷主への直接営業やCREソリューション提供を可能とする厚いテナントリレーション
(オフィステナント約**3,000社***2、商業施設テナント約**2,400社***3等)
- オリジネーターとの共同事業など多様な協業・事業手法
- 業界トップクラスの顧客満足度を実現するMFLPクオリティ
- DXを活用した物流ソリューション提案力

※1 2022年7月末時点 ※2 2021年度末時点 ※3 2022年4月1日時点

事業戦略

- 物流コンサルティング*4を含めた顧客へのソリューション提供による事業企画・リーシング等の実現
- DX活用により入居テナントの配送や庫内の業務効率、従業員満足度を向上させ、MFLPブランドの差別化を推進
- これまでの物流施設開発ノウハウを活かして「データセンター」「アーバン型倉庫」「冷凍・冷蔵倉庫」など新たな商品を積極的に展開し、多様化する顧客ニーズに対応

※4 2018年8月に三井不動産がMFロジソリューションズ(株)を設立

優良なポートフォリオ

当社過去開発物件を含む累計(2022年7月末時点)

国内外の開発・運営施設数

計**53物件**

うち当社保有かつ稼働中 計**14物件**

累計総投資額

約**7,000億円**以上

総延床面積

約**420万㎡**

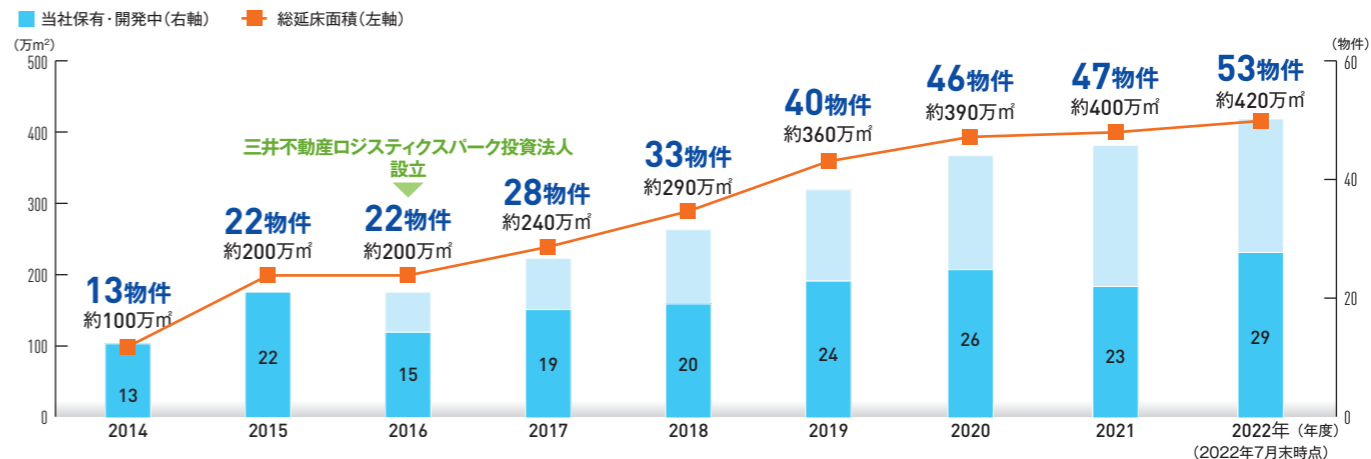
うち当社保有かつ稼働中 約**160万㎡**

主要な展開エリア

首都圏**33物件**

安定的な事業の拡大

各年度末時点 開発・運営施設数、総延床面積の推移



今後の開発パイプライン

プロジェクト **16物件** うち首都圏**7物件**、海外**3物件**

(2022年8月末時点。ただし、海外プロジェクトは2022年6月末時点)

TOPICS

環境や多様性に配慮した最先端の物流施設「MFLP市川塩浜II」

入居テナントの物流に関わる課題解決だけでなく、脱炭素や周辺地域の生態系保全など環境に関する取り組み、多様な人材や働き方をサポートする取り組みなどを通して、持続可能な社会の実現に貢献しています。



MFLP市川塩浜II

- 自家用の太陽光発電設備の設置等により共用部使用電力の100%グリーン化
- 専有部での「グリーン電力」提供サービスによりテナント企業のRE100やESGの課題解決、SDGsの推進をサポート
- グリーンインフラの整備による周辺地域の生態系保全(雨水を利用した「バードパス」、土壌の微生物による水質改善に寄与する「レインガーデン」等)
- 4つの環境認証の取得(ZEB認証(Nearly ZEB)、CASBEE(Sランク)、BELS(5STAR)、DBJ Green Building認証5つ星)
- 多様な人材および働き方をサポートする共用空間を整備(多言語対応サイン、礼拝堂、ジェンダーレストイレ、デッキテラス、カフェテリアラウンジ等)

周辺地域の生態系を保全するグリーンインフラ



バードパス、レインガーデン

多様な働き方をサポートする共用部



デッキテラス



カフェテリアラウンジ

住宅(すまいとくらし)

市場環境

リスク

- 金利上昇・景況感の悪化等による住宅関連需要の減退
- 人口減少による国内住宅関連市場の縮小

機会

- 顧客のライフスタイルの多様化に伴う住宅への意識の高まり
- オンライン商談や電子契約等の顧客への浸透
- 脱炭素社会実現に向けた環境へ配慮した商品企画への注目

競争優位性

- マンション分譲戸数約**23万戸**
- 三井のすまいLOOP会員約**29万人**
- 仲介件数**36年連続No.1のブランドカ**
- 住宅に関するあらゆる商品・サービスのラインナップ
(賃貸・分譲、新築・中古、マンション・戸建、管理・運営・仲介等)
- 都心・大規模・再開発物件を中心とした高い付加価値創造を実現する事業企画・開発力

事業戦略

- グループ企業間での連携強化・相互送客等を通じた事業機会獲得力向上
- 多様な顧客のそれぞれのライフステージにおいて最適な「すまいとくらし」に関する提案とソリューションの提供
- 多様な商品・サービスのワンストップ提供によるロイヤルカスタマーの深化・拡大
- 脱炭素社会実現に向けたZEH、ZEH-Mの導入促進

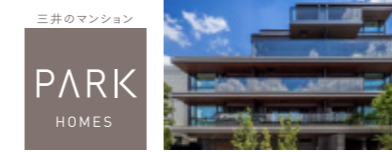
すまいとくらしのあらゆるニーズにワンストップで対応できるグループ総合力

買う 三井不動産レジデンシャル 三井のリハウス	売る 三井のリハウス 三井ホームエステート	貸す・借りる 三井不動産レジデンシャルリース RESIDENT FIRST 三井のリハウス 三井ホームエステート	
建てる 三井ホーム	リフォーム 三井のリフォーム	インテリア 三井デザインテック	運用する 三井不動産リアルティ

分譲(分譲セグメント)

代表的な商品およびブランド

中高層(個人向け)



中高層(投資家向け)



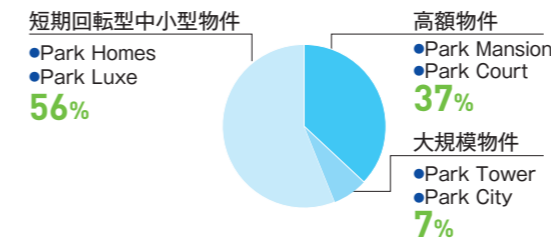
戸建



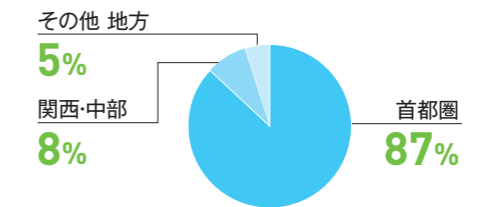
中高層(個人向け)

都心・大規模・再開発を中心とした商品ラインナップにより、高い利益率・契約率を維持

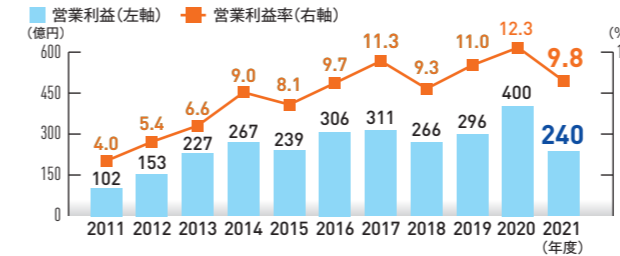
売上割合/ブランド別(2021年度)



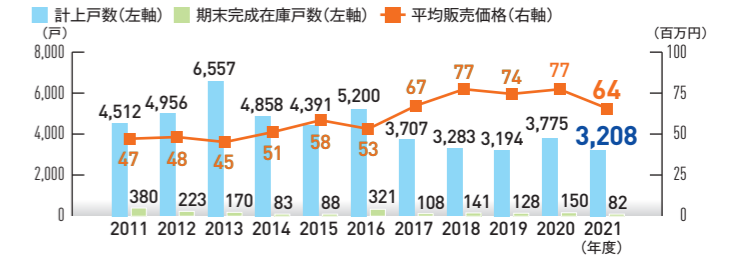
売上割合/地域別(2021年度)



住宅分譲 営業利益、営業利益率の推移



マンション 計上戸数、期末完成在庫戸数、平均販売価格の推移



今後の開発パイプライン

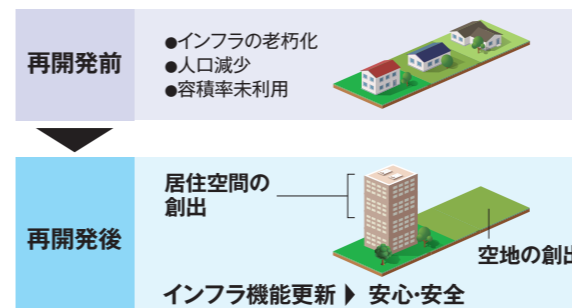
大規模プロジェクト **16** 物件 マンションランドバンク **約27,500** 戸

(2022年8月末時点)

TOPICS

都心の大規模再開発事業が生み出す価値

再開発手法を用いて低利用地の高度利用や街区の整備を図ることで、都心に新たな居住空間を生み出すとともに、人々が憩う空地の創出、安心・安全、賑わいなど、街の魅力を大きく向上させる新たな価値を生み出します。



大規模再開発による価値創造事例

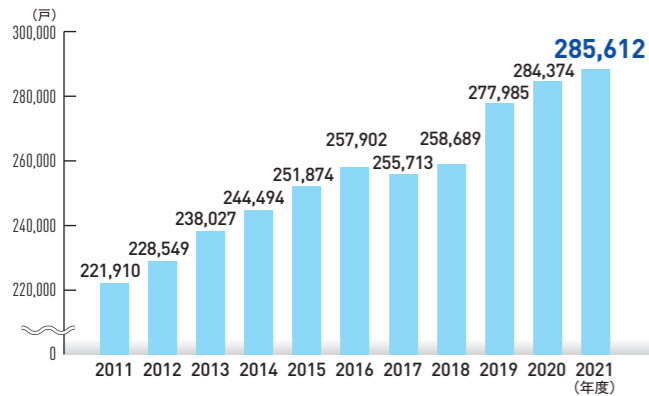


プロパティマネジメント(マネジメントセグメント)

マンション管理戸数 **約28万戸**

長年の実績のなかで培われたノウハウに加え、当社グループの総合力を活かしたマンション管理サービスを提供しています。

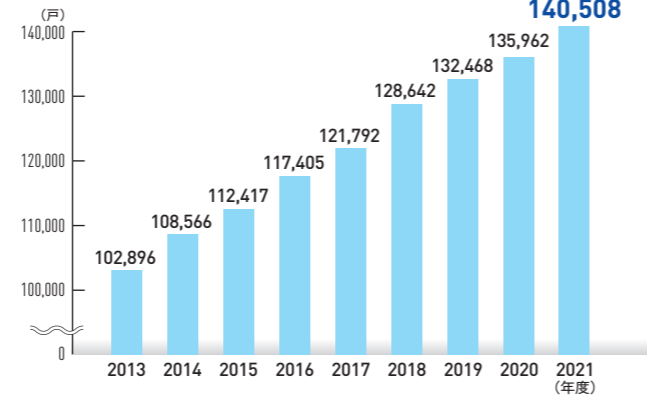
マンション管理戸数推移



賃貸住宅管理戸数 **約14万戸**

建物オーナー・入居者の双方に対して、賃貸マンションの運営・仲介に関するサービスを提供しています。

賃貸住宅管理戸数推移



豊かな暮らしを支える駐車場・カーシェアリングビジネス

管理台数 **約25万台**

「三井のリパーク」は1994年のスタート以来、日本全国で駐車場事業を展開。駐車場経営のサポートを通じて土地の有効活用を行うなど、活気ある街づくりに貢献しています。



会員数 **約32万人**

首都圏、関西圏の三井のリパークを中心に事業を拡大。ミニバンやメルセデスベンツなど、豊富なカーラインナップがカレコの特徴です。



仲介(マネジメントセグメント)

売買仲介取扱件数 **約41,000件**
36年※連続No.1

不動産に関する「売却」「購入」「賃貸」「活用」など、多様化する顧客のニーズに応え、安心・安全な取引を実現しています。

※ 1986年度から2021年度まで



売買仲介実績 (2021年度)

	手数料収入(億円)	取扱件数(件)	取扱高(億円)	店舗数(店)
1 三井不動産リアルティ	901	41,183	18,926	291
2 A社	715	28,750	15,779	199
3 B社	712	38,144	14,533	256
4 C社	398	10,081	9,648	94
5 D社	229	8,226	5,503	71

資料：(株)不動産経済研究所「日刊不動産経済通信2022.5.25」

新築請負(その他セグメント)

耐震性、断熱性など基本性能に優れたツーバイフォー工法を用いて、オーダーメイドの住宅を中心に48年間で約25万棟を超える建物を提供しています。また、住宅に加え、大型施設系建築や海外事業にも積極的に展開を実施しています。

供給棟数

約25万棟
(過去48年間累計)



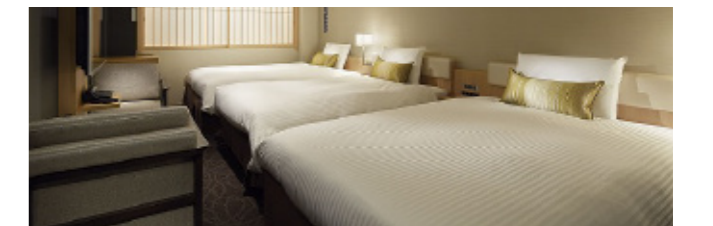
大型施設供給棟数

5,000棟超



その他(その他セグメント)

すまい・オフィス・ホテルなどの分野において、空間デザイン、リフォーム、リニューアルサービスを提供しています。強みである「デザイン力」を活用して、個人・法人問わず、すべてのお客様に対して、領域を問わず幅広い対応を行っています。



TOPICS

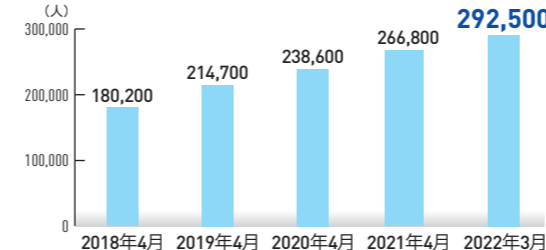
三井のすまいLOOP—「すまいと暮らし」のワンストップソリューションの提供

会員数

約29万人※の顧客基盤

※ 2022年3月末時点

すまいLOOP会員数の推移



「三井のすまいにお住まいの方」に、快適でお得なサービスを提供します。



TOPICS

三井不動産レジデンシャル すまいと暮らしの脱炭素実現に向けた「カーボンニュートラルデザイン推進計画」を策定

2030年度までに温室効果ガス排出量の40%以上削減(2019年度比)を目標の実現に向け、3つの「R」の施策でお客様とともにカーボンニュートラルの実現を目指します。

Reduction: すまいの高性能・高耐久化による省エネルギーの実現

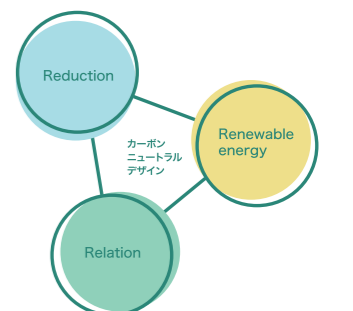
- 2030年度までに全物件でZEH・ZEB水準の環境性能を実現 など

Renewable energy: 再生可能エネルギー導入促進のための仕組みづくりと創エネルギー技術の採用

- 再生可能エネルギー一括受電の導入促進 など

Relation: お客様の暮らしにおいて、ともに「カーボンニュートラル」を実現するための仕組みやサービスの提供

- お客様の行動・選択の後押しとなる仕組みづくり 例) 環境貢献度の見える化・特典提供 など



ホテル・リゾート

市場環境

リスク

- コロナ禍によるインバウンド顧客の回復遅延
- 行動制限やワークスタイルの変化に伴う出張需要の減少

機会

- 国内需要における滞在目的の多様化(「働く」、「暮らす」等)
- 海外渡航制約を受けた国内旅行ニーズの拡大

競争優位性

- 三井ガーデンホテル会員**60万人超**
- 直営客室数約**13,100室(国内外)^{※1}**
- ラグジュアリーから宿泊主体型まで多様な顧客ニーズに合わせたホテル・リゾート13ブランドの展開
- グループ内商品連携によるシナジー発揮(シェアオフィス「ワークスタイリング」との連携、商業テナントリレーションを活かしたレストランテナント誘致、等)

※1 2022年7月1日時点

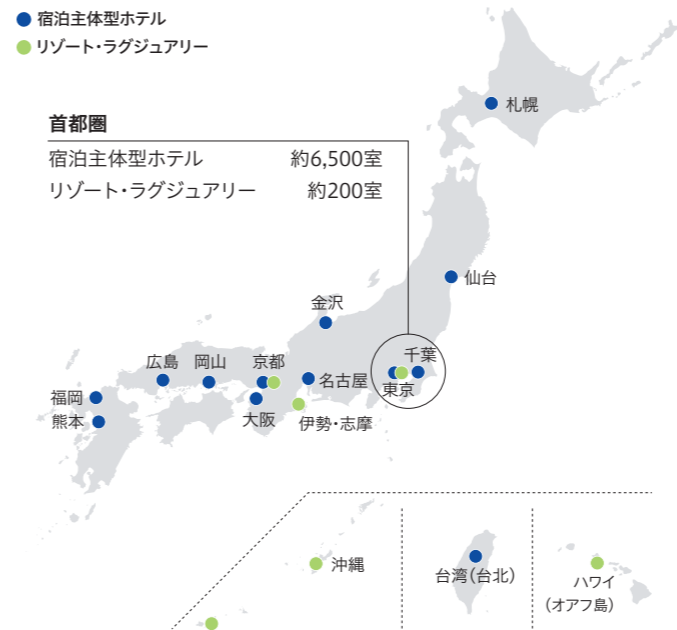
事業戦略

- 「滞在する場」の提供による「働く」「住む」等の新たな需要^{※2}の取り込み
- 会員組織^{※3}のサービス拡充等によるロイヤルカスタマーの拡大・深化
- 海外渡航制約を受けた国内旅行ニーズの積極的な取り込み

※2 テレワーク、短期居住、病院療養・付き添いによる滞在ニーズ等
 ※3 MGH Rewards Club等

国内外の主要都市・観光地におけるホテル・リゾート展開(約13,100室)

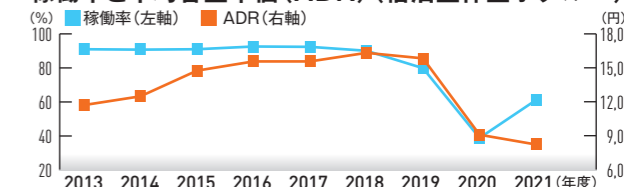
当社ホテル・リゾート施設 展開エリア (2022年7月1日時点)



宿泊主体型ホテル エリア別室数^{※1}

	室数	割合
合計	11,100	85%
東京	5,400	42%
首都圏(東京除く)	1,100	8%
京都	1,300	10%
大阪	500	4%
その他	2,800	21%

稼働率と平均客室単価(ADR)(宿泊主体型ホテル^{※2})



リゾート・ラグジュアリー エリア別室数^{※1}

	室数	割合
合計	2,000	15%
東京	200	1%
沖縄	500	4%
国内その他	600	4%
ホノルル	700	6%

※1 100室単位(2022年7月1日時点) ※2 「東京ドームホテル」を除く

今後の開発パイプライン

客室数(海外含む) **約700室** うち宿泊主体型ホテル**約400室**、リゾート・ラグジュアリー**約300室**

(2022年8月末時点。ただし、海外プロジェクトは2022年6月末時点)

優良なポートフォリオ

物件数・客室数(海外含む)

52施設 約13,100室 (2022年7月1日時点)

多様な顧客ニーズに応えるブランド

宿泊主体型ホテル	リゾート・ラグジュアリー
Mitsui Garden Hotels	Halekulani
THE CELESTINE HOTELS	Halekulani OKINAWA
sequence	Halepuna WAIKIKI
TOKYO DOME HOTEL	はいむるぶし Kohamajima
	熱海後楽園ホテル
	AMANEMU
	NEMU RESORT
	Toba Hotel INTERNATIONAL
	HOTEL THE MITSUI KYOTO
	FOUR SEASONS

TOPICS

「滞在する場」の提供による新たな宿泊需要の獲得

「ホテル×働く」

ホテル客室の個室シェアオフィス化



「ホテル×医療」 病院連携による宿泊需要の取り込み

毎年、国内外からのべ30万人弱が来院する国立がん研究センター東病棟の敷地内に、患者様の治療をサポートする「三井ガーデンホテル柏の葉パークサイド」を2022年7月開業。



TOPICS

生物多様性の保全——サンゴの植樹活動

「ハレクラニ沖縄」では、気候変動や食害などの理由によりサンゴが死滅してしまった場所にサンゴを植え付け、かつてのサンゴ礁の姿を取り戻す活動を実施しています。宿泊されたお客様も参加可能なプログラムとなっており、この活動は、ホテル内の「ハレクラニブティック」において、ペットボトルを再生した原料でつくられたエコバッグの販売による利益の全額を用いて行われています。



東京ドーム

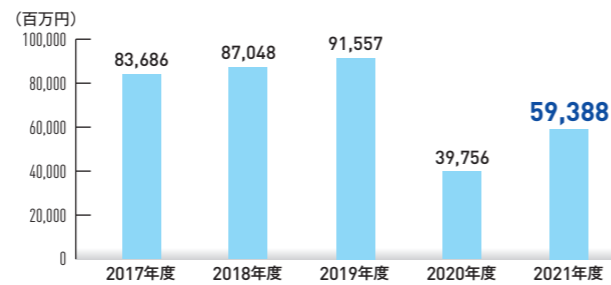
ポストコロナに向けた「東京ドームシティ」の価値向上



スポーツ・エンターテインメントを軸にスタジアム・商業施設・ホテル等が一体となった「東京ドームシティ」の魅力をポストコロナに向けてさらに向上させるため、その中核である「東京ドーム」において、過去最大規模のリニューアルを実施しました。このスタジアムでの改修を手始めに、東京ドームシティ全体をより魅力ある街へと変貌させるべく、スタジアム以外のエリアリノベーションも含め、さまざまな価値向上のための施策に取り組んでまいります。

<参考>東京ドーム事業 売上高推移

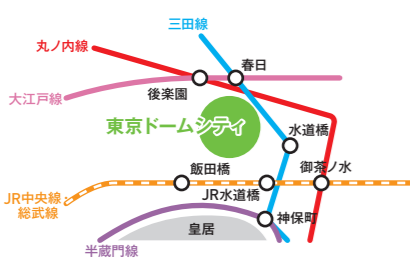
※ 2017年度～2020年度は当社グループ連結前、2021年度は当社グループ連結後の数値になります。



東京ドームシティの強み 都心交通至便立地×集客力を持つ多彩な施設の集合体

立地力

都心かつ交通至便の広大な敷地



東京都心に

約13haの広大な敷地

4路線3駅と隣接、高い交通利便性

東京駅 約6分 羽田空港 約45分

成田空港 約50分

施設力

多様な来街者のニーズを満たす豊富な施設

東京ドーム
全天候型スタジアム、
最大収容55,000人



LaQua
商業施設、
遊園地、スパ



東京ドームホテル
大規模シティホテル



イベントカ

都心における多様なイベントを通じて集客を実現



TOPICS

東京ドームにおいて過去最大規模のリニューアルとDXを実施

① 日本最大級のメインビジョン等新設し、迫力ある映像演出を実現

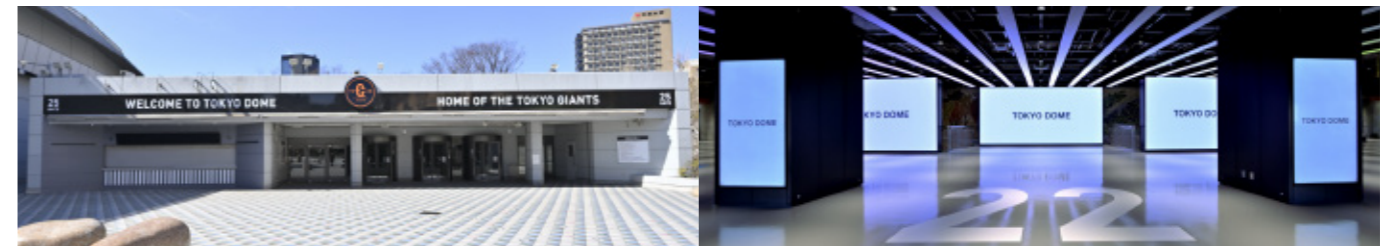
メインビジョン単体の面積としては国内スタジアムで最大規模となるフルカラーLEDメインビジョン(横幅約125.6m、面積約1,050m²)およびライト側とレフト側の外野フェンスそれぞれにフルカラーLEDのリボンビジョン(横幅合計約107m)を新設しました。メインビジョンは従来と比較して面積は約4.4倍に拡大し、画質の面においても国内プロ野球場最高レベル。鮮やかな色彩で映し出した演出映像により、臨場感の高まる観戦体験をお届けします。



提供:読売新聞社

② 入場ゲートおよび場内コンコースのデザイン刷新とデジタルサイネージの導入

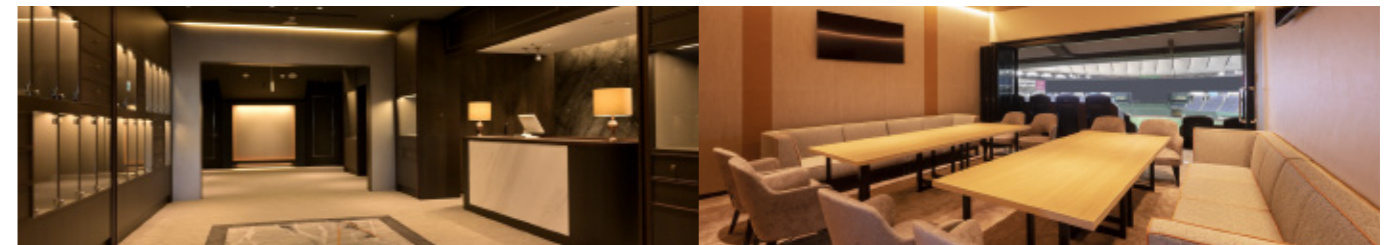
各入場ゲートから観客席に到着するまでのデザインを刷新し、デジタルサイネージを導入しました。全ゲートを新たなデザインに変更し、コンコースにはLEDディスプレイや約260台のデジタルサイネージを設置。快適で洗練された空間へと生まれ変わりました。



③ 観客席の新設、増設およびプレミアムラウンジのフルリニューアル



④ 스위트エリアのフルリニューアル



⑤ 場内の完全キャッシュレス化 P.88

海外事業の飛躍的な成長

市場環境

欧米市場

リスク

- リモートワークなど働き方の変化に伴う、オフィス・住宅に対するニーズの変化
- 建築費を含むインフレの進展と、金融引き締めによる金利上昇リスク

機会

- リアルな場へのニーズの変化に伴う、好立地、高品質物件の選好
- 環境性能の高いオフィス物件に対する需要の増加
- ライフサイエンス業界の成長に伴うラボオフィス需要の増加

アジア市場

リスク

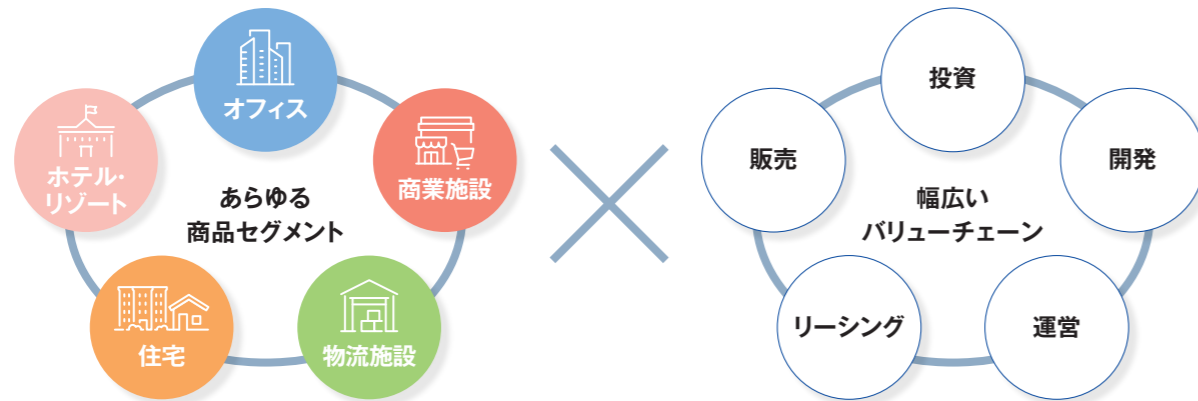
- Eコマースの伸長に伴う、リアル商業施設に対するニーズの変化
- 米中間の緊張関係による地政学リスク
- 中国ゼロコロナ政策など各エリアの新型コロナウイルス対策・規制による経済停滞リスク

機会

- 「体験型」「コト消費」等、リアル商業施設ならではのニーズ拡大
- 経済成長、中間層・個人消費の拡大、都市化の進展などによる、底堅い個人需要

競争優位性

「あらゆる商品セグメント」「幅広いバリューチェーン」「街づくり型事業の開発力」



50年以上の海外事業の歴史

三井不動産アメリカ
(1973年米国三井不動産設立) **40年以上**

英国三井不動産
(1990年設立) **30年以上**

三井不動産アジア
(1972年合弁会社TID社設立) **50年以上**

優秀な現地社員の採用・登用によるローカル化の推進

海外事業に係る連結従業員
(単体、現地法人および運営会社等)

現地採用社員比率 **約9割**

現地法人における管理職

現地採用社員比率 **約5割**

事業戦略

- 国内事業で培った当社グループの強みとパートナー戦略の掛け合わせによる優良な事業の機会の獲得
- マーケット環境変化への対応のため、エリア・商品戦略やサステナビリティ対応などの商品企画の見直しを機敏に実行し競争力を維持・強化

エリア戦略

欧米

高い透明性と流動性が確立されている成熟した不動産マーケットにおいて、オフィス・賃貸住宅を中心に展開



アジア

個人消費が拡大し、都市化が進行している中国・アジア市場の成長を取り込み、分譲住宅・商業施設を中心に展開



海外パートナー戦略

- 各地域で、約**60社**のパートナーと事業を推進

主なパートナー企業

米国	Related Tishman Speyer, Hines	タイ	Ananda
英国	Stanhope, EDGE Technologies	中国	緑城集団
シンガポール	Hong Leong Group	台湾	国泰建設

海外拠点と事業展開エリア

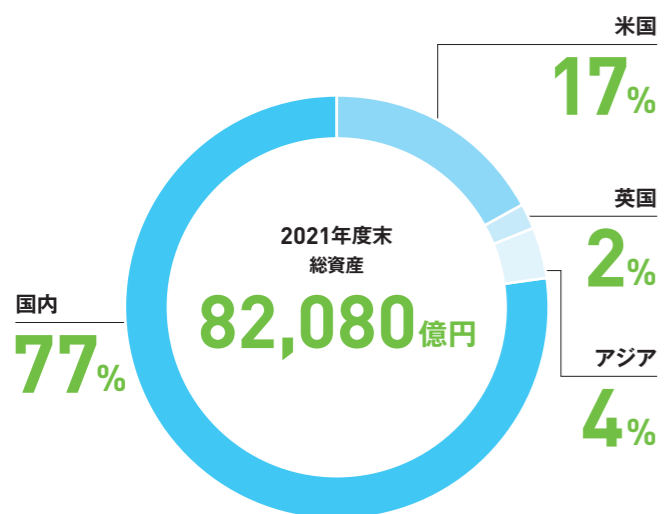


今後の開発パイプライン

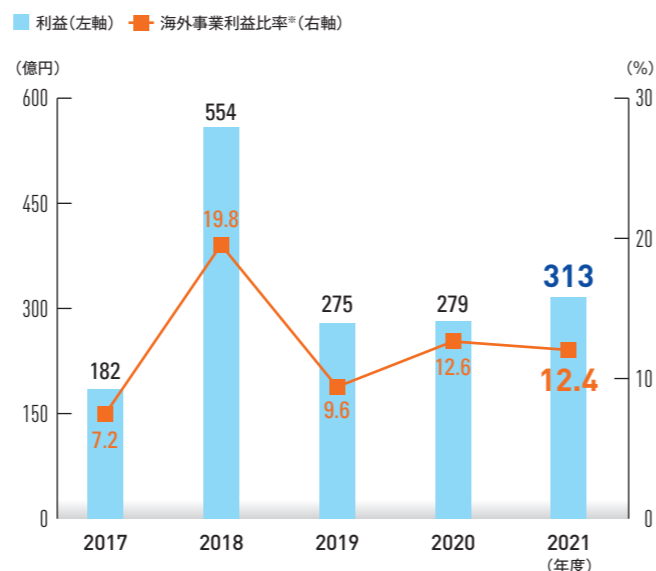


海外におけるポートフォリオ

当社グループ資産のエリア別内訳



当社グループ全体に占める海外事業利益の推移



※ 海外事業利益合計[a] = (連結営業利益 + 海外持分法換算営業利益[b]) × 100
 [a] 海外事業営業利益と海外持分法換算営業利益の合計。
 [b] 海外所在持分法適用会社営業利益または営業利益相当額に当社持分割合を乗じた額と海外所在持分法適用会社に係る関係会社株式売却損益(不動産分譲を目的としたもの)との合計。営業利益相当額は当期純利益から税負担分を考慮し簡便的に算出。



(2022年6月末時点)