

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」「施設営業事業」に取り組んでおり、これらの形態に合わせ、2023年度より「賃貸」「分譲」「マネジメント」「施設営業」「その他」の5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。

会計セグメント概要 (2023年度より「施設営業」セグメントを新設)

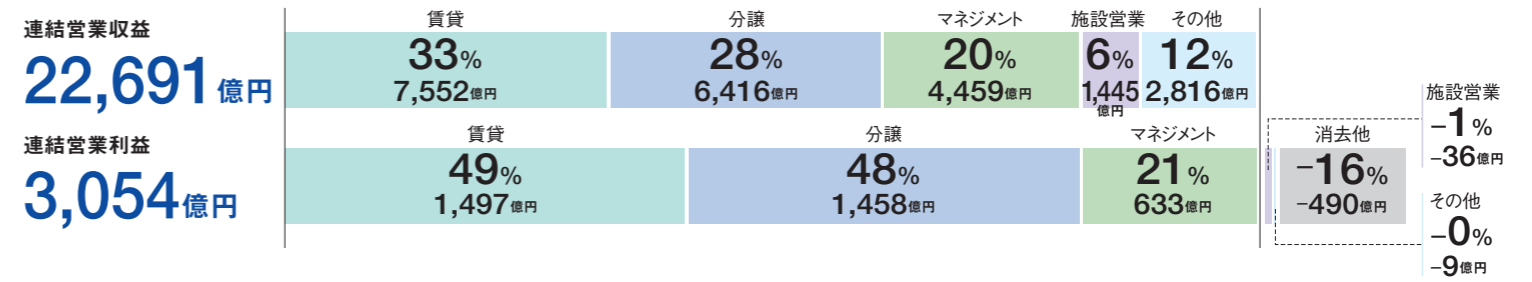
	賃貸			分譲		マネジメント		施設営業 NEW		その他	
セグメント解説	不動産の賃貸によりテナント等の借主から得た賃貸収益を計上しています。			投資家・個人への不動産の売却により得た売却収益を計上しています。		不動産の管理・運営および仲介等により得た手数料収益を計上しています。		ホテル・リゾートや、東京ドームシティ等の施設営業により得た収益を計上しています。		木造住宅等の新築請負や、リフォーム事業により得た収益を計上しています。	
サブセグメント	オフィス	商業施設	その他	国内住宅分譲	投資家向け・海外住宅分譲等	プロパティマネジメント	仲介・アセットマネジメント等	ホテル・リゾート	スポーツ・エンターテインメント	新築請負・リフォーム等	その他

各アセットクラスにおける主要な収益計上先

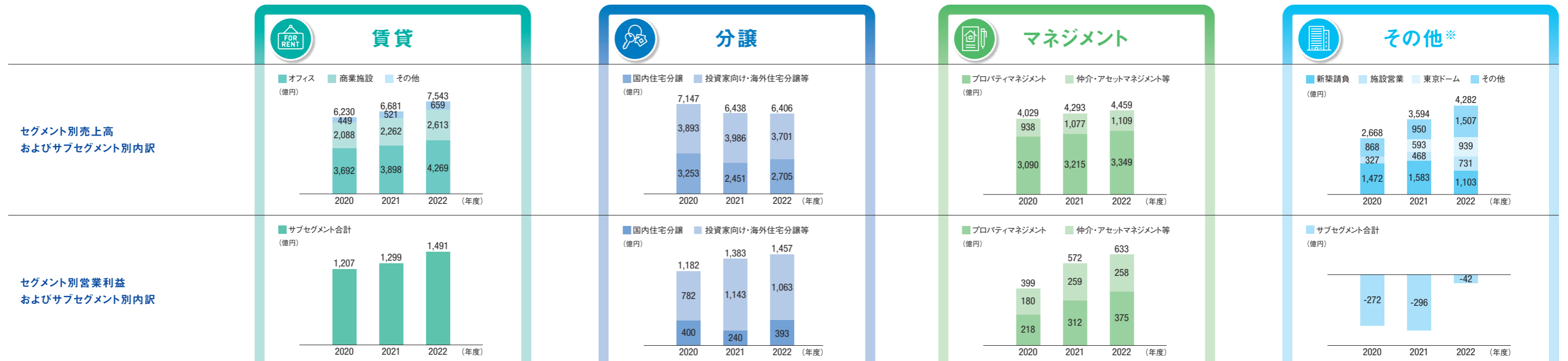
※ 収益の上がるカテゴリーのイメージを記載したものであり、実際とは異なる場合があります。

主なアセットクラス	賃貸			分譲			マネジメント			施設営業		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	ホテル・リゾート	スポーツ・エンターテインメント	新築請負・リフォーム等
				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										✓		

2022年度実績 (2023年度より採用した5つの会計セグメントへ組替後) ※ 四捨五入により、合計値が100%にならない場合があります。



セグメント別売上高・営業利益 (2022年度以前は「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)



※ 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とテナントの誘致競争の激化

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
- リアルコミュニケーションが実現できるオフィスの価値の再認識
- 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***1との中長期リレーション
- ワークスタイリング会員数約**26万人***2 拠点数約**140**(全国)*2
- オフィスだけにとどまらないミクスユース型の街づくりノウハウ
- 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 2023年3月末時点 *2 2023年7月末時点

事業戦略

- 働く場所・時間帯等、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
- 街の要素を施設単体でとらえるのではなく、働く、遊ぶ、暮らすといった人の行動や提供するサービスでとらえた「行きたくない」街づくりの推進
- 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**4,269**億円
(2022年度)

貸付面積(連結)

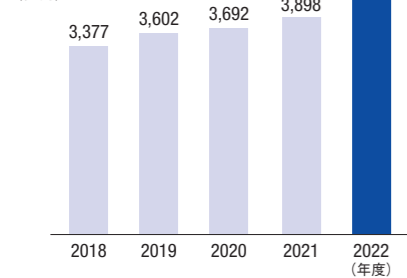
約**3,451**千m²
(2022年度末時点)

貸付面積首都圏比率(単体)

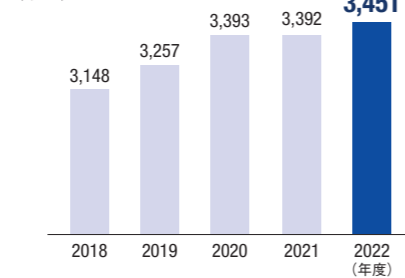
約**90%**
(2022年度末時点)

東京都心部を中心に賃貸収益・貸付面積を順調に拡大

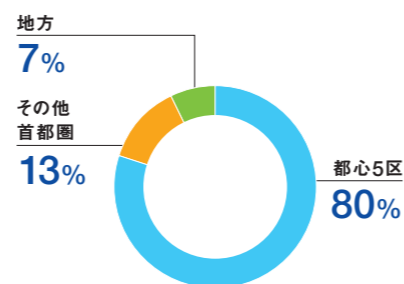
賃貸収益推移(連結)



貸付面積推移(連結)

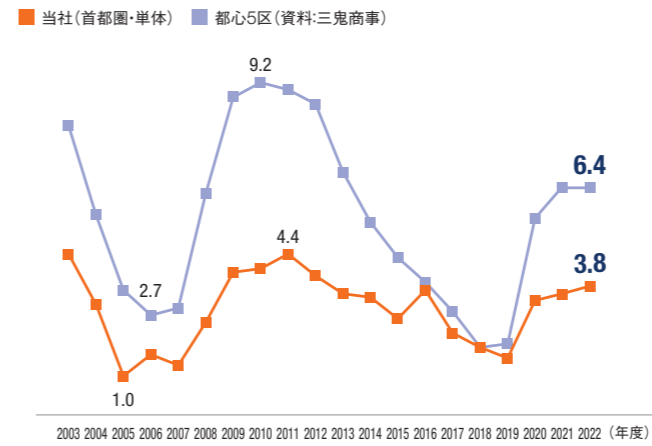


賃貸収益比率(エリア別、2022年度)



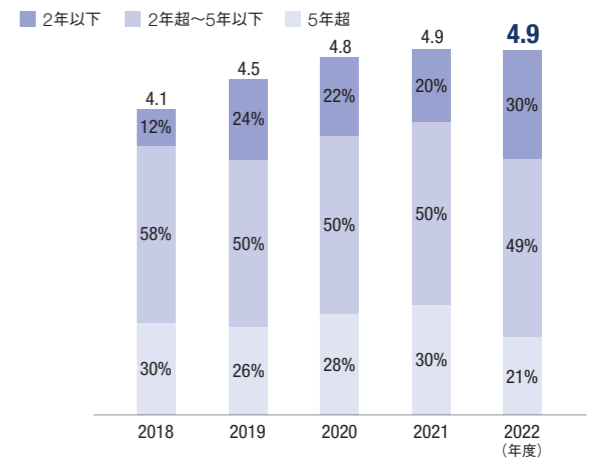
オフィス空室率は市場より低位で推移

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)(年)



今後の開発パイプライン

国内プロジェクト **7**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

(2023年8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



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。



戦略を支える主な取り組み

<p>当社顧客向け 会員制WEBサイト</p> <p>&BIZ 三井のオフィス</p>	<p>当社顧客向け会員制施設*1</p> <p>&BIZ fitness 三井のオフィス</p> <p>&BIZ conference 三井のオフィス</p>	<p>新たな働き方を提案・提供する コンサルティングサービス</p> <p>&BIZ consulting 三井のオフィス</p>
<p>働き方の選択肢の拡大に資する 多拠点型シェアオフィスの提供</p> <p>&WORK STYLING 三井不動産</p>	<p>健康経営推進をワンストップで サポートする総合プラットフォーム</p> <p>&well 三井不動産</p>	
<p>コミュニティの構築 企業・団体の集積、 交流、育成・連携</p> <p>LINK-J Life Science Innovation Network Japan</p> <p>cross U</p>	<p>BCP 日本橋・豊洲・八重洲 スマートエネルギー プロジェクト</p>	<p>環境対応 テナントへの グリーン電力の 提供</p>

*1 ラウンジ、ジム、カフェ、会議室等

TOPICS

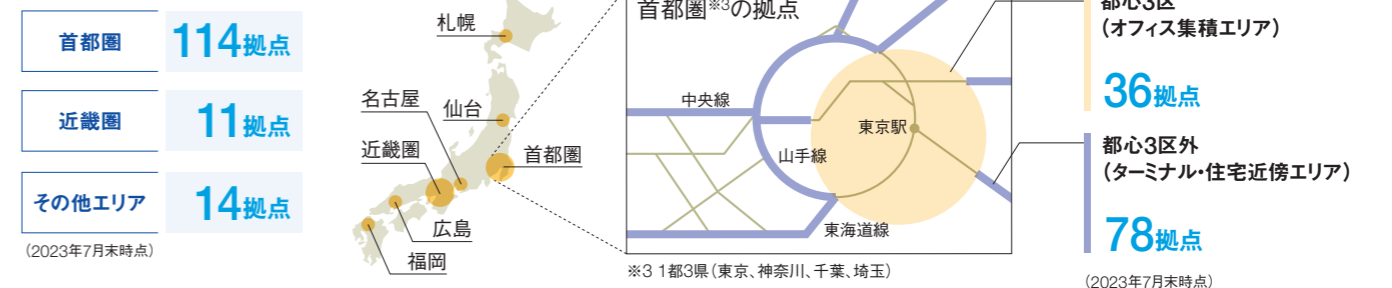
多様な働き方を実現する多拠点型シェアオフィス「WORK STYLING」



全国拠点数	139 拠点*2
会員企業数	約1,000 社
会員数	約26 万人

(2023年7月末時点)
*2 うち三井ガーデンホテル等との提携*31拠点

拠点分布と内訳



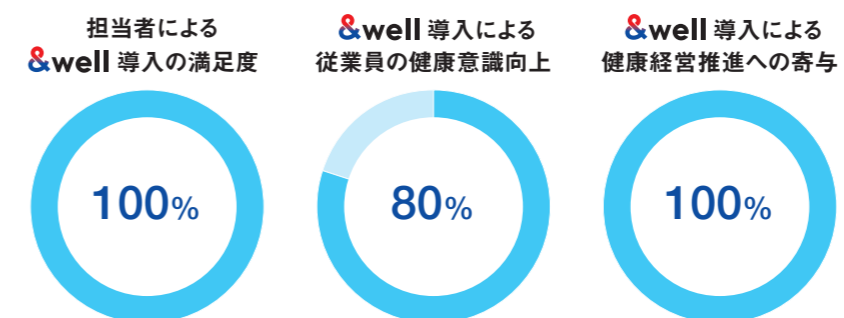
TOPICS

企業の経営課題の健康経営を支援するサービス「&well」

「&well」は経営層・人事と従業員の双方をサポートし、企業の健康経営を支援するサービスです。2023年に実施したアンケートでは導入企業の100%が&wellが健康経営推進へ寄与していると回答、80%が従業員の健康意識が高まったと回答しています。なお、&wellでサポートしている「健康経営優良法人」の取得を目指す企業の全社が、優良法人に選定され、うち3割の企業が初選定、4割の企業がホワイト500に選定、5割の企業の認定評価が

上昇となりました。こういった健康に関する各種取り組みが評価され、三井不動産は健康経営に特に優れた企業として「健康経営銘柄2023」に選定されました。人的資本への投資が求められている現代において、引き続きお客様の経営課題の一つである「健康経営」、「ウェルビーイング」をリアル・デジタル両面でご支援します。

利用企業を対象としたアンケート結果(2023年度)



健康経営銘柄2023への選定



商業施設

市場環境

リスク

- エネルギー価格等の物価高による消費マインド・テナント収益の影響懸念
- EC市場の伸長によるリアル施設売上の影響懸念

機会

- リアルとデジタルを使い分ける消費行動の定着
- インバウンド需要の再拡大

競争優位性

- 商業テナント会社数約**2,500社**^{※1} 店舗数約**9,700店**^{※1}
- 三井ショッピングパーク会員数約**1,350万人**^{※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 2023年4月1日時点 ※2 2022年度末時点

事業戦略

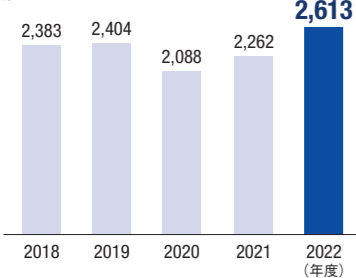
- スポーツ・エンターテインメント等を切り口としたリアルならではの体験の提供による来館・体験価値の最大化
- 自社 EC サイト「&mall」のみならず、アプリ、各種 SNS など、さまざまなチャネルを通じたコミュニケーションの充実により、リアル・デジタルが融合した購買体験を提供
- 顧客接点の拡充・顧客利便性のさらなる向上に向け、自社のみならずさまざまな顧客基盤との接続を強化することで、顧客ロイヤリティを向上
- 消費者への幅広い購買選択肢の提供とテナントの在庫管理の効率化等を目指した「リアル施設」「EC サイト」「ロジスティクス」を組み合わせた当社ならではの「三位一体化」の推進

優良なポートフォリオ

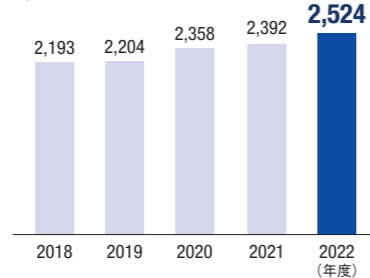
施設売上高(連結) 約1兆4,000億円 (2022年度)	賃貸収益(連結) 約2,613億円 (2022年度)	貸付面積(連結) 約2,524千㎡ (2022年度末時点)
--	---	--

売上高はリオープンにより回復、貸付面積は安定的に増加

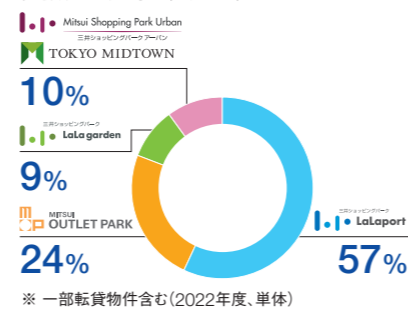
賃貸収益推移(連結)
(億円)



貸付面積推移(連結)
(千㎡)



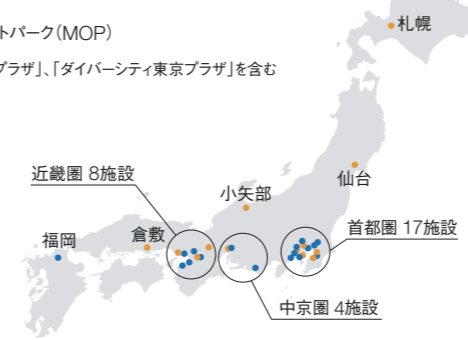
施設売上比率[※](施設種別)



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)

	三井ショッピングパーク	
	ららぽーと	MITSUI OUTLET PARK
合計	34	13
首都圏	17	5
近畿圏	8	3
中京圏	4	1
その他	5	4

今後の開発パイプライン

国内プロジェクト **5** 物件 海外プロジェクト **5** 物件 うち台湾**4** 物件、マレーシア**1** 物件

(2023年8月末時点)

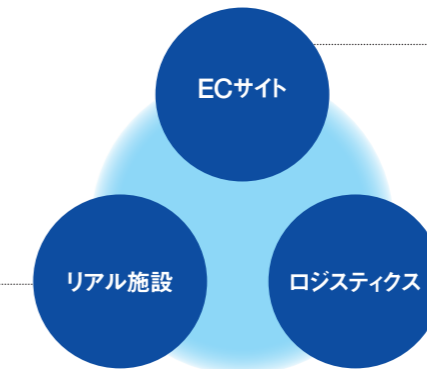
リアル施設・ECサイト・ロジスティクス「三位一体化」による推進

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 (2022年度)	約 1兆4,000億円
会員 (2022年度末時点)	約 1,350万人
商業テナント (2023年4月1日時点)	約 2,500社
総店舗数 (2023年4月1日時点)	約 9,700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



総店舗数 **約420店** (2023年8月末時点)

リアル商業・EC在庫
一元管理



物流拠点 **64棟** 総延床面積 **約530万㎡** (2023年8月末時点)

TOPICS

新たな服のサイクルを生み出す場「KISARAZU CONCEPT STORE」

ファッション業界における余剰在庫の削減や、環境負荷の少ないサプライチェーンの構築という課題解決に向けたトライアルとして、MOP*木更津の隣接地に「KISARAZU CONCEPT STORE」を2023年6月に開設。これまでの商流ではお客様に届けられなかった規格外品やデッドストック品の販売、環境負荷に配慮した新素材やアップサイクル商品、新しいものづくりの技術を紹介するほか、衣類を土壌や環境負荷の少ない燃料などにリサイクルする取り組みの推進など、持続可能な社会の実現に貢献します。

※三井アウトレットパーク





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

- 築古倉庫からの移転ニーズやEC市場拡大に伴う物流の効率化・集約化
- 労働力不足を背景とした、DXによる省人化、機械化ニーズも拡大

競争優位性

- 国内外**64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**2,500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
- 屋上に最大限太陽光発電設備を設置

※1 2023年8月末時点 ※2 2022年度末時点 ※3 2023年4月1日時点

事業戦略

- 三井不動産グループのもつリソースを最大限活用し、顧客および社会全体の物流課題解決に寄与するプラットフォームを提供
- DX活用により労働力不足等物流業界の課題解決に貢献し、MFLPブランド差別化を推進
- 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

優良なポートフォリオ

当社過去開発物件を含む累計(2023年8月末時点)

国内外の開発・運営施設数

計**64**物件
うち当社保有かつ稼働中 計**19**物件

累計総投資額

8,500億円以上

総延床面積

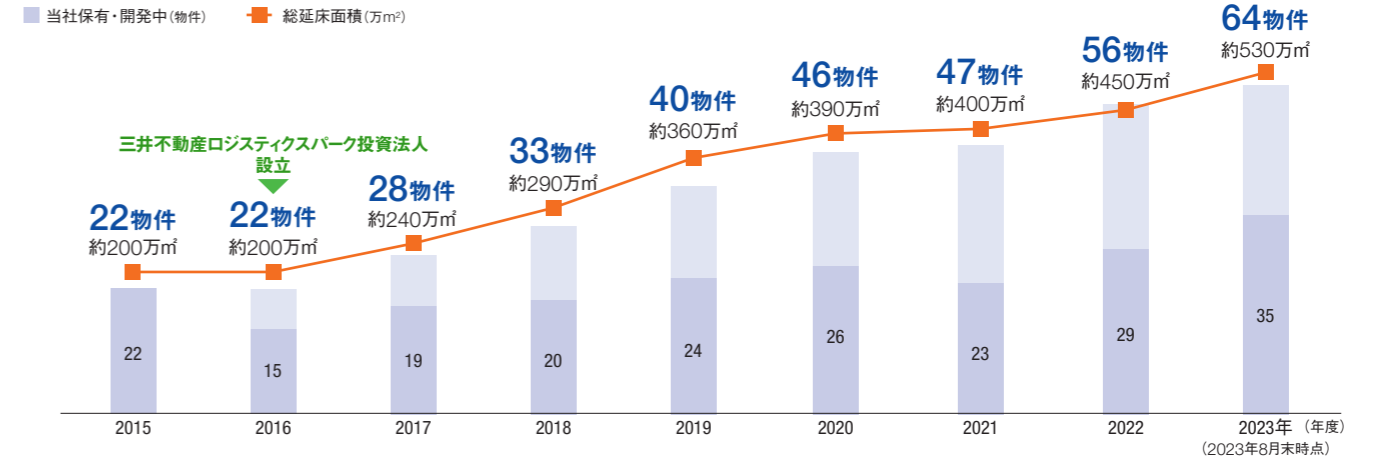
約**530**万㎡
うち当社保有かつ稼働中 約**190**万㎡

主要な展開エリア

首都圏 **39**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 **19**物件 うち首都圏 **9**物件、海外 **5**物件

(2023年8月末時点)

TOPICS

『ZEB』認証取得の環境配慮型グリーンエネルギー倉庫「MFLP海老名I」

MFLP海老名Iは、施設内の使用電力の100%を再生エネルギーとして供給できるグリーンエネルギー倉庫として、三井不動産だけでなく、入居企業のグリーン化計画に合わせた脱炭素支援をしています。

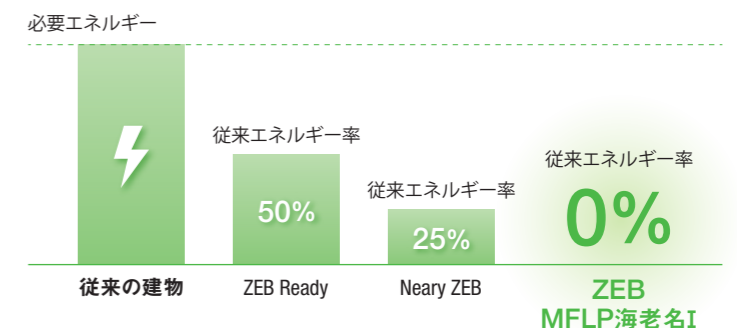


MFLP海老名I

- 太陽光発電設備(設備容量:約2,000kW、発電量:約2,200,000kWh/年)を設置し、発電電力を共用部およびテナント専有部へも供給
- グリーン電力提供サービスにより、利用実態に合わせた施設全体のCO₂排出量実質ゼロを実現
- 建築物省エネ法で定める基準のうち、最高ランクの『ZEB』認証取得
- 環境・社会への配慮がなされた不動産を支援するために日本政策投資銀行が創設した認証制度のDBJ Green Building認証5つ星を取得
- 三井不動産グループが保有する森林由来の木材をエントランスやラウンジの仕上げ材に積極的に活用
- 多様性・周辺環境へ配慮した生態系保全の取り組みとしてグリーンインフラを整備



屋上に設置された太陽光パネル



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
- 新築物件数の減少および建物老朽化によるストック市場への注目

競争優位性

- マンション分譲戸数約**24万戸**^{※1}
- 三井のすまいLOOP会員数約**32万人**^{※2}
- 仲介件数**37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・シニアレジデンス、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

※1 2022年度末時点 ※2 2023年4月末時点

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
- 建替、再開発等のストックビジネスにおけるグループ連携を活かした事業推進

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)



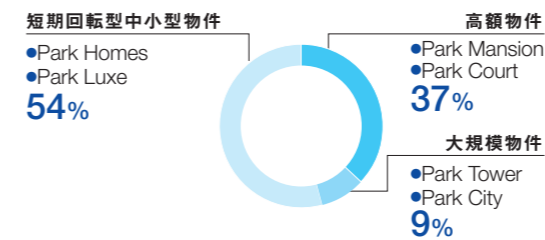
戸建



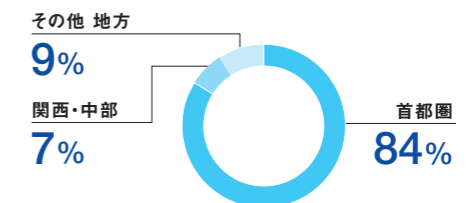
中高層(個人向け)

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

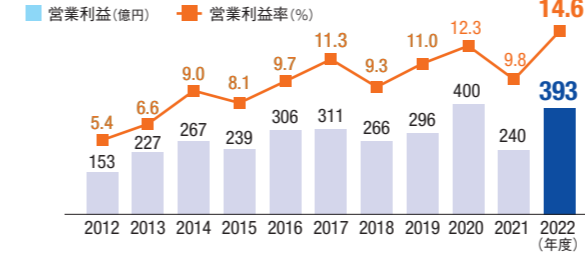
売上割合/ブランド別(2022年度)



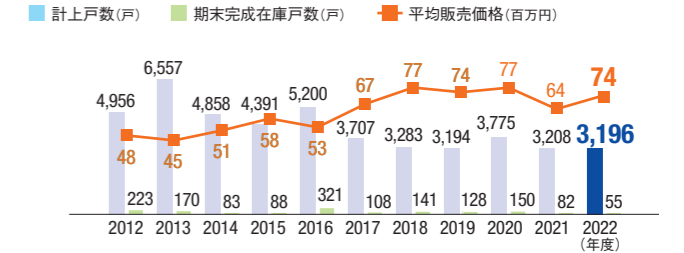
売上割合/地域別(2022年度)



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



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。

再開発前

- インフラの老朽化
- 人口減少
- 容積率未利用

再開発後

居住空間の創出

空地の創出

インフラ機能更新 ▶ 安心・安全

大規模再開発による価値創造事例

パークタワーグランドスカイ
(東京都品川区、2010年竣工)

今後の開発パイプライン

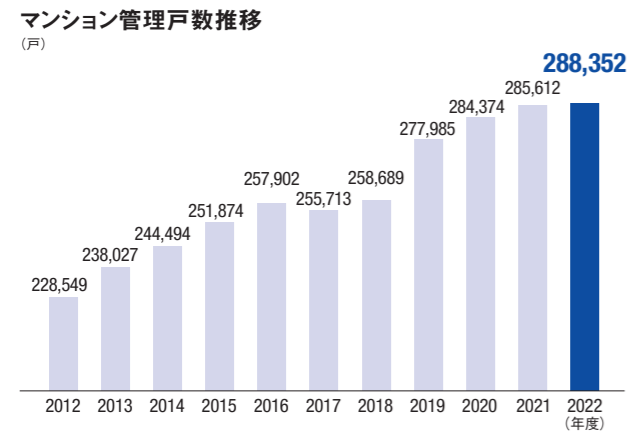
大規模プロジェクト **18** 物件 マンションランドバンク 約 **25,000** 戸

(2023年8月末時点)

プロパティマネジメント(マネジメントセグメント)

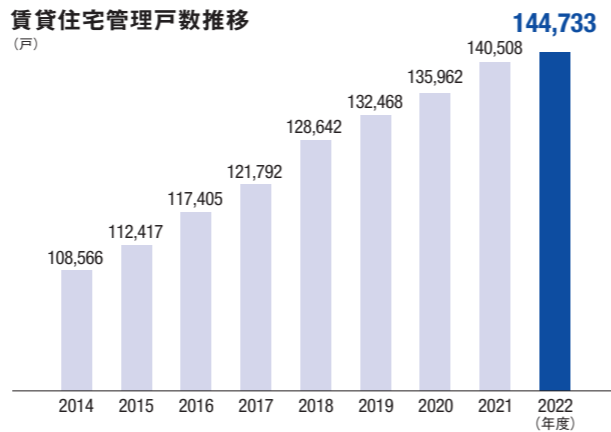
マンション管理戸数 **約29万戸**

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。



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。



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

時間貸し駐車場管理台数 **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。



カーシェアリング会員数 (2023年4月末時点) **約38万人**

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39,000件**
37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2022年度まで



売買仲介実績 (2022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グループ	910	39,106	19,184	291
2 A社	826	29,577	18,213	206
3 B社	725	34,906	13,961	249
4 C社	452	9,985	10,603	88
5 D社	249	8,128	5,661	68

資料: (株)不動産経済研究所「日刊不動産経済通信2023.5.18」

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49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49年間累計)

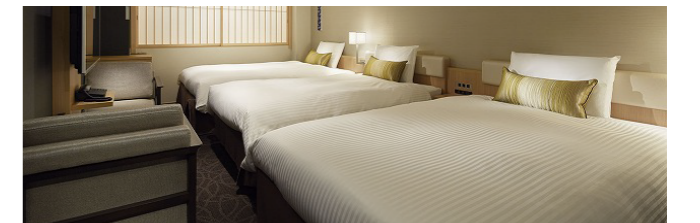


木造施設建築数※ **5,700件以上**
※ 医院、福祉、施設建築

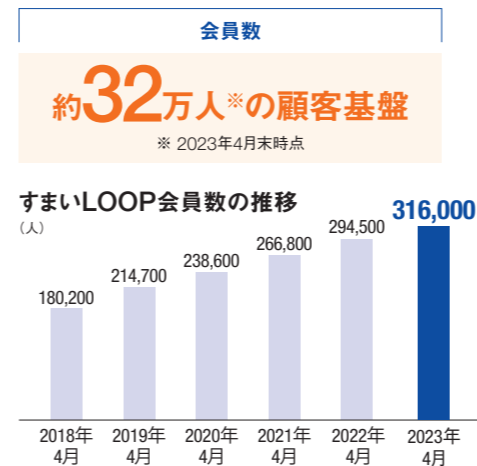


その他(その他セグメント)

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・法人を問わず、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。



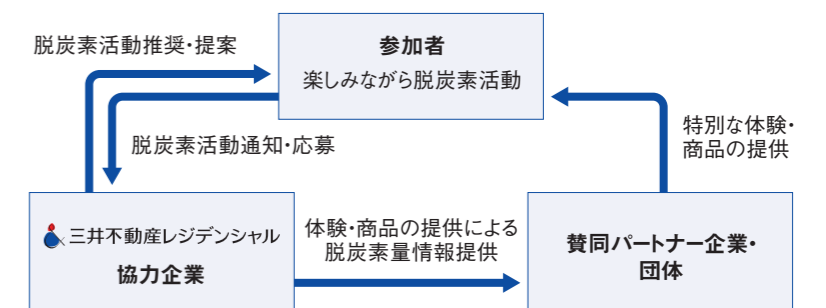
TOPICS 三井のすまいLOOP——「すまいと暮らし」のワンストップソリューションの提供



TOPICS 楽しみながら持続的に脱炭素を実践する「暮らしのサス活」始動

すまいと暮らしにおける脱炭素活動を整理し、入居者に対し脱炭素活動を推奨するとともに、住戸ごとに電気・ガスの使用量のデータを用いてCO₂排出量・削減量をスマートフォン・PC等で見える化、削減量等に応じた特典提供を行う仕組みを三井不動産レジデンシャルの物件に導入※。お客様の脱炭素活動を「楽しく循環・継続できることに」できるよう後押しし、脱炭素社会の実現を目指します。

※ 2022年度以降に設計を開始した首都圏の分譲マンションへ順次導入。



ホテル・リゾート

市場環境

リスク

- インバウンド急回復によるオーバーツーリズムの発生
- 各種物価・水光熱費の高騰に起因する運営コストの増加

機会

- 日本の観光資源に対する国内外からの高い評価
- 訪日外国人数の急回復およびさらなる増加への期待

競争優位性

- 三井ガーデンホテル会員数 **80万人超**^{※1}
- 直営客室数約 **13,300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14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、
当社グループ各会員組織との連携等)

※1 2023年8月末時点

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
- 国内外富裕層向けのラグジュアリー施設展開によるブランド力強化

※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

優良なポートフォリオ

物件数・客室数(海外含む)

53施設 約13,300室 (2023年8月末時点)

多様な顧客ニーズに応えるブランド

宿泊主体型ホテル



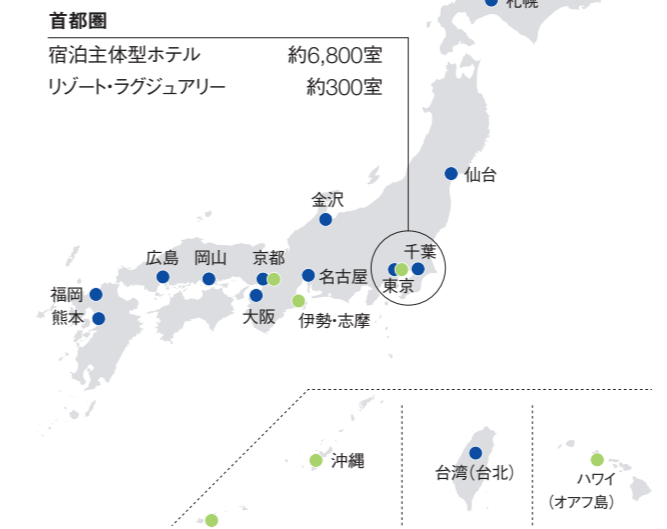
リゾート・ラグジュアリー



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13,300室)

当社ホテル・リゾート施設 展開エリア (2023年8月末時点)

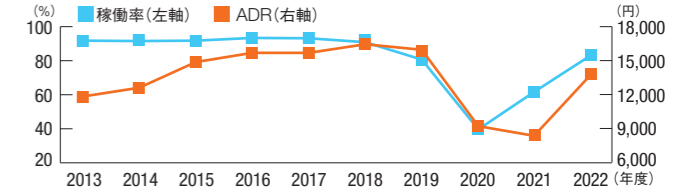
- 宿泊主体型ホテル
- リゾート・ラグジュアリー



宿泊主体型ホテル エリア別室数^{※1}

	室数	割合
合計	11,200	84%
東京	5,400	41%
首都圏(東京除く)	1,400	11%
京都	1,300	10%
大阪	300	2%
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	2,100	16%
東京	300	2%
沖縄	500	4%
国内その他	600	5%
ホノルル	700	5%

※1 100室単位(2023年8月末時点) ※2 「東京ドームホテル」を除く

今後の開発パイプライン

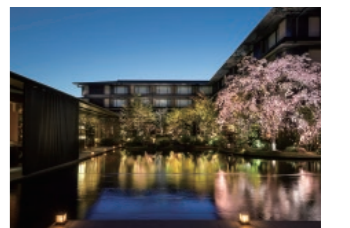
客室数(海外含む) **約1,000室** うち宿泊主体型ホテル**約800室**、リゾート・ラグジュアリー**約200室**

(2023年8月末時点)

TOPICS

フォーブス・トラベルガイドによる最高評価(5つ星)を2年連続受賞

当社リゾート・ラグジュアリーホテルは、高いホスピタリティの提供に尽力し、ESG、DXなどの新たな取り組みも行ってまいります。これらが評価され、「ハレクラニ沖縄」と「HOTEL THE MITSUI KYOTO」では、世界的に権威のある「フォーブス・トラベルガイド」のホテル部門における最高評価(5つ星)を2年連続で受賞しています。今後も、国際水準の高いサービスと日本ならではのきめ細かなおもてなしで、国内外のお客様をお迎えしてまいります。



HOTEL THE MITSUI KYOTO

TOPICS

食品ロス削減に向けた取り組みを加速

当社グループでは、運営ホテルにおける食品ロス削減のため、フードシェアリングサービス「TABETE」の導入を順次開始しています。このサービスは、朝食ビュッフェ等で残った食材やパンを、当社の食品衛生管理要領を遵守したうえで再加熱調理を行い、株式会社コーキングが運営するアプリ「TABETE」アプリ内にて販売する取り組みです。

また、ビュッフェ提供を行うすべてのレストランで、適量分の料理取り分けをレストラン利用者に呼び掛ける啓発活動を行っています。



TABETE で販売している「ランチボックス」(一例)

東京ドーム

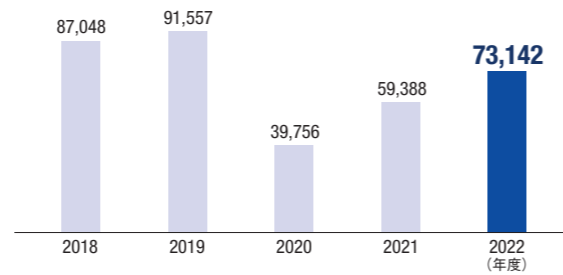
魅力的な空間の創出による「東京ドームシティ」の価値向上



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ニューアルも含め、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

※ 2018～2020年度は当社グループ連結前、2021年度以降は当社グループ連結後の数値になります。
(百万円)



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

イベント力

都心における多様なイベントを通じて集客を実現

プロ野球

その他スポーツ

イベント

コンサート

ビジネス展示会

SPRING SUMMER
WINTER AUTUMN

東京ドームシティ事業 収益の源泉

東京ドームシティにおける各アセットについて、主な収益の源泉を紹介します。

- 東京ドーム**
 - プロ野球・音楽コンサート等 イベント開催による収入
 - 飲食/物販収入
 - 広告収入
 - LaQua**
 - 施設営業収入(アトラクション、温浴施設等)
 - 商業テナント 賃貸収入
 - 東京ドームホテル**
 - 宿泊料
 - 飲食収入
 - ホール 利用収入
 - その他※**
 - 施設営業収入(アトラクション・遊戯施設等)
 - 商業テナント 賃貸収入
 - ホール 利用収入
- ※黄色いビル、後楽園ホールビル、アトラクションズ、ミーツポート、プリズムホール等



TOPICS 東京ドームシティ 各種大規模リニューアルを実施

- ランドスケープの刷新(空間デザイン・ピジョン新設)**
2023年1月より順次着工、2024年夏完成予定
- LaQua(ラクーア)開業20周年リニューアル**
2023年3月～5月リニューアル
- 東京ドーム×吉本興業グループによる“新劇場”の建設**
2024年1月開業予定
- 東京ドームホテル新コンセプトフロア誕生**
2023年2月・3月宿泊開始
- 2023年シーズン 東京ドーム内 座席リニューアル**
2023年3月稼働開始



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の高止まり

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
- 米中関係および両岸の緊張等による地政学リスク

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」

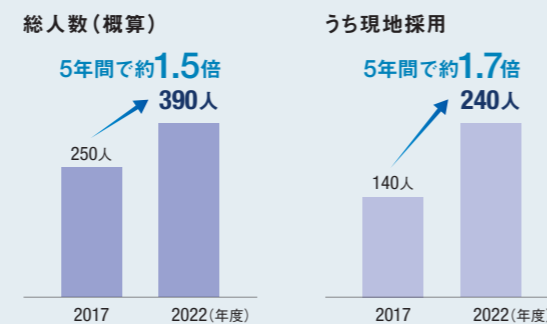


50年以上の海外事業の歴史

- 三井不動産アメリカ (1973年米国三井不動産設立) **約50年**
- 英国三井不動産 (1990年設立) **約30年**
- 三井不動産アジア (1972年合弁会社TID社設立) **約50年**

優秀な現地社員の採用・登用によるローカル化の推進

海外事業人員数(施設運営会社を除く)



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
[欧米]

米国	Related
	Tishman Speyer, Hines
英国	Stanhope, EDGE Technologies

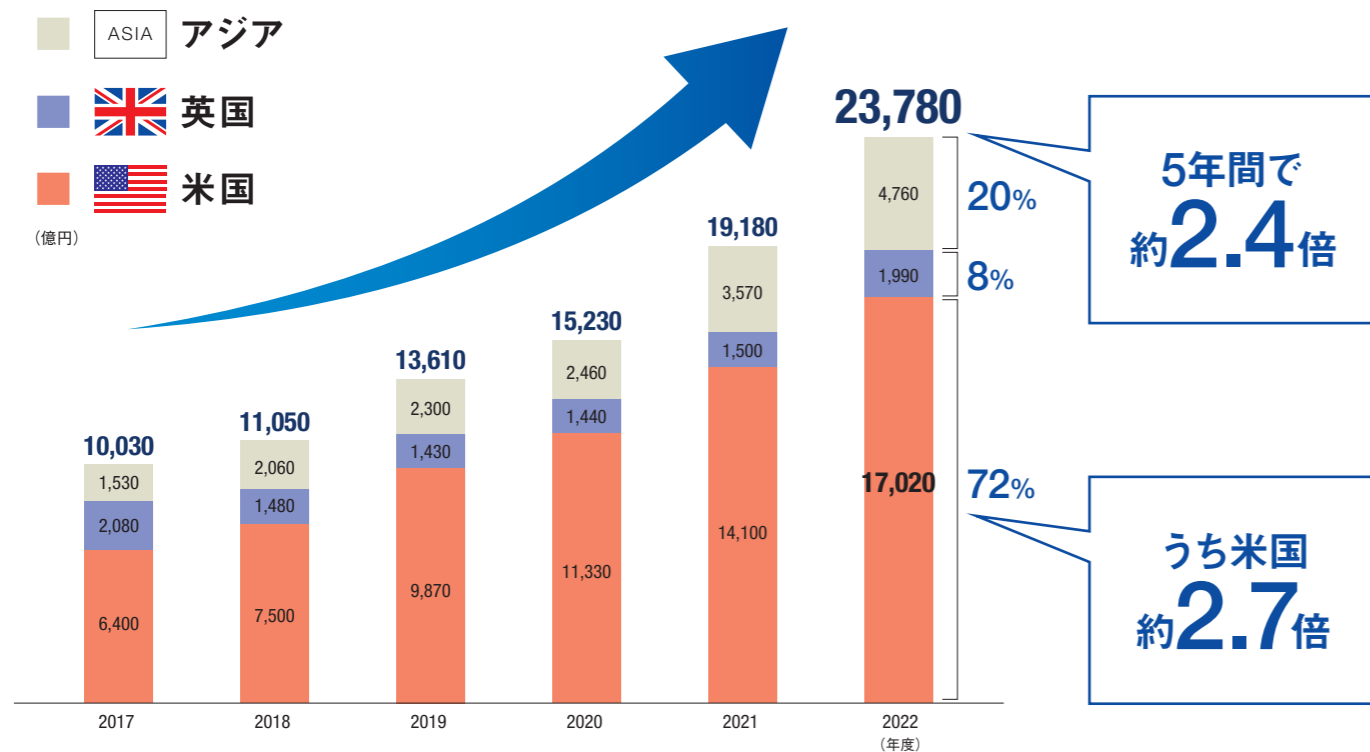
[アジア]

シンガポール	Hong Leong Group
中国	绿城集団
台湾	国泰建設

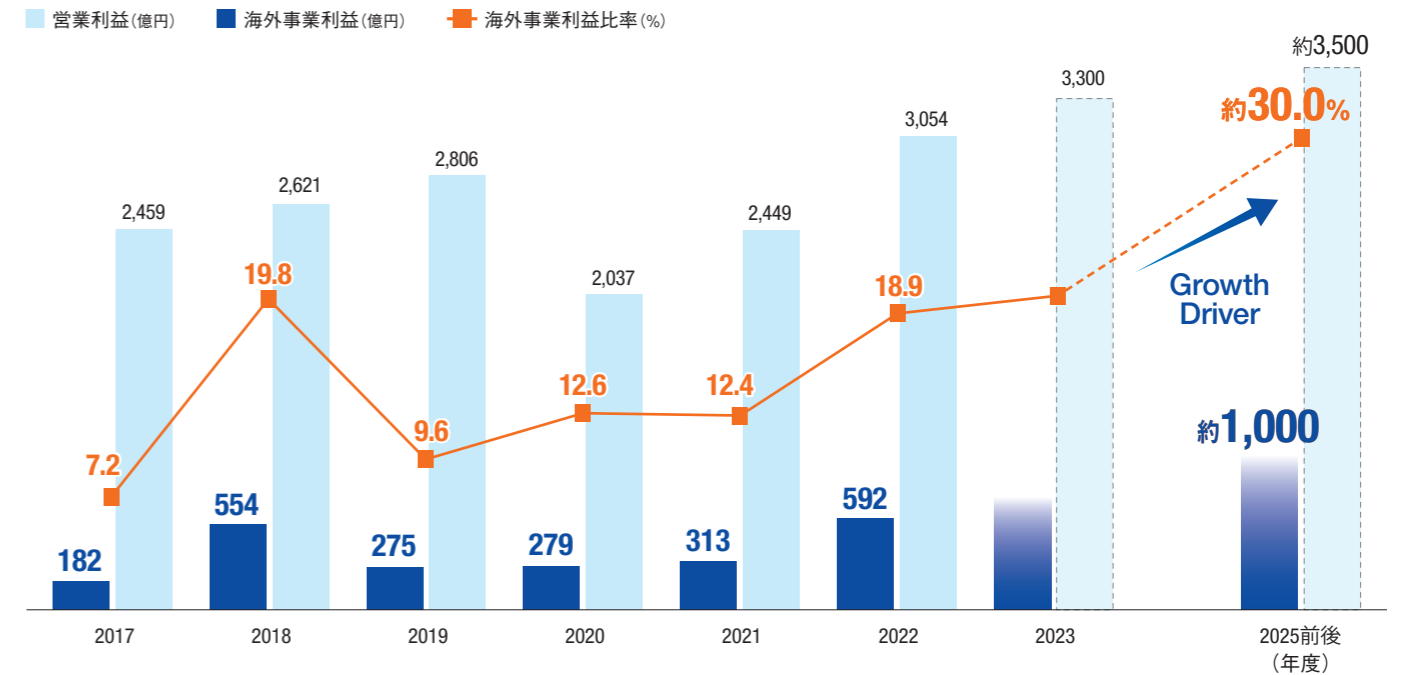
海外拠点と事業展開エリア



海外資産残高の成長



海外事業利益※の成長



※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。

海外稼働プロジェクトの拡大(今後の開発パイプライン)



(2023年6月末時点)