

市場とのデカップリング

当社グループは各アセットの競争優位性に加え、これまで市場に存在しなかった付加価値の高い商品やサービスを創出してきました。それらをお客様に提供することで、市場に新たな需要をつくり出し、そのマーケットやエリアの価値を牽引する「市場とのデカップリング」を実現しています。

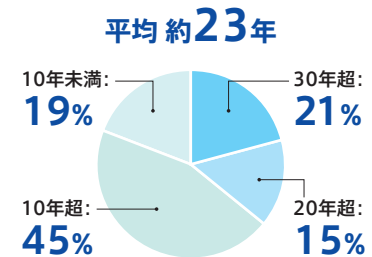
オフィス（都心・ミクストユース物件）

顧客基盤の強さ

- テナント企業数 **約3,000社**
- さまざまな業種
- 高い本社利用率 **8割^{※1}**
- 長期利用の実態 **平均約23年**

※1 大規模テナント100社のうち本社として利用している面積
÷大規模テナント100社の賃貸面積

■ 当社オフィスの継続利用年数^{※2}



※2 当社の1つのビルを継続して本社として利用している場合だけでなく、当社ビルから当社ビルへ移転して継続して本社として利用している場合も継続利用としてカウント。直近に開業した8大物件を除く割合

企画・開発・運営力

- 好立地・高スペック
- 築浅・ミクストユース

+

- ソフトサービス
- 場とコミュニティ

【経営者から選ばれる】

- 外部からテナント誘致 **82%^{※3}**
- 本社設置割合 **86%^{※3}**

【ワーカーが来なくなる】

- 高い出社率 **80%台中盤**
(2023年4月時点)

※3 集計対象：東京ミッドタウン日比谷、日本橋高島屋三井ビルディング、msb Tamachi (S棟、N棟)、日本橋室町三井タワー、豊洲ベイサイドクロスタワー、文京ガーデンゲートタワー、Otemachi One、東京ミッドタウン八重洲

- **低い空室率・安定した賃料収入・さらなるトップラインの成長の源泉**

2023年度末時点オフィス空室率
当社(首都圏・単体) 2.2%
≧ マーケット(都心5区)[※] 5.5%
※出典：三鬼商事(株)

オフィス賃貸収益
5年間で 約1.2倍
2023年度: 4,460億円
≧ 2019年度: 3,602億円

商業施設&スポーツ・エンターテインメント

■ 当社にしかできない、商業施設とスポーツ・エンターテインメントとの連携



- **リアル施設の魅力向上を通じた集客・売上増**
- **感動のある街づくり**

物流施設(ロジスティクス)

■ 競争優位性の高いハード(立地・スペック)×ソフト(サービス)による魅力的な物件群

■ 強固な顧客基盤を活かした荷主への直営業/物流企業との強いリレーション



MFLP・LOGIFRONT東京板橋
2024年9月竣工予定。都内最大[※]の25万m²(延床面積)
※(株)日本ロジスティクスフィールド総合研究所調べ

● 高い競争力

街づくり型施設
マーケット比1.3倍
の賃料での成約事例^{※1}

※1 MFLP・LOGIFRONT東京板橋・MFLP船橋・MFIP羽田等の事例

空室率(築1年以内)
当社開発物件平均: 0%
≧ マーケット 4.4%^{※2}

※2 CBRE調べ/2024.1Q 首都圏大型マルチテナント型物流施設空室率(築1年以上)

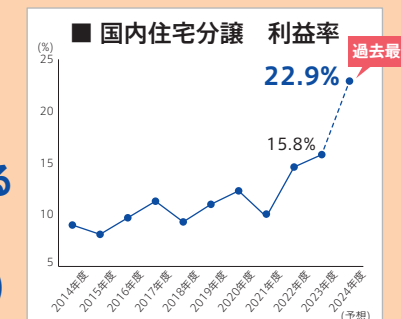
住宅(すまいとくらし)

■ 都心・高額マンション分譲の開発・販売力の強さ

高額マンション(2億円以上/戸)
市場シェア5割超(2023年度)

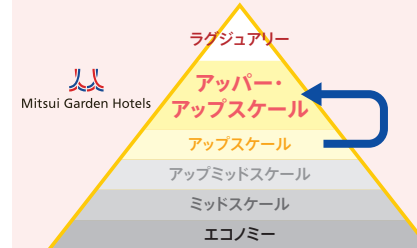


- **都心・高額物件が利益率の増加を牽引**
- **2024年度は過去最高となる国内住宅分譲利益率 22.9%を予定(過去最高)**



ホテル・リゾート

■ ブランドポジションの変化



※Smith Travel Research社が定義するホテルクラス分類

■ インバウンド需要の吸収

- インバウンド宿泊比率(東京)
60%台(2018年度末)
↓
約70%(2023年度末)

- **高いADR成長率**
2023年度+約8,500円強(2022年度比)
金額は過去最高を更新(P.124)
(参考)ホテル系REIT (ADR) +約2,500~5,000円程度^{※1}
※1 2023年1月~12月の暦年ベース

- **ミシュランガイドによる国内最高評価6施設中、4施設^{※2}が当社施設**

※2 ブルガリ ホテル 東京、フォーシーズンズホテル東京大手町、アマネム、HOTEL THE MITSUI KYOTO

