

住宅事業

暮らす

「洗練」と「安心」を理念に、「Brillia」ブランドで分譲住宅事業と賃貸住宅事業を行っています。企画・開発から管理、アフターサービス・修繕、仲介まで、お客様の快適な生活につながるあらゆる業務を一貫して提供する独自の体制によって、質の高い住まいを提供しています。また、近年では投資家向け売却用物件として、賃貸住宅に加え、学生マンションやシニア住宅も開発しています。

基本方針	資産回転型事業の加速・拡大
重点戦略	分譲マンション事業の更なる成長 投資家向け物件売却事業の加速 サービス事業の拡大

関連するマテリアリティ

安全・安心な社会への貢献

顧客・社会の多様なニーズの実現

脱炭素社会の推進

コミュニティの形成・活性化

不動産ストックの再生・活用

循環型社会の推進

アセットタイプ

分譲マンション

賃貸マンション

学生マンション

シニア住宅

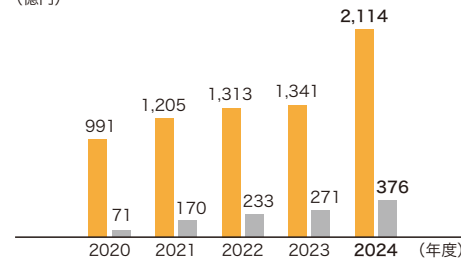
事業分野

分譲事業、投資家向け物件売却事業、管理運営受託、工事等

経営指標

営業収益／事業利益※

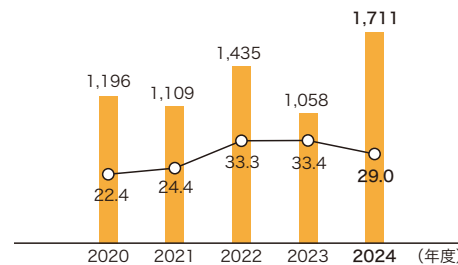
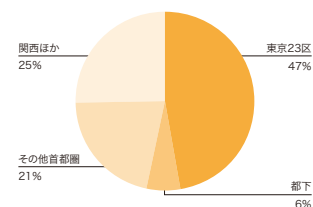
■ 営業収益 ■ 事業利益
(億円)



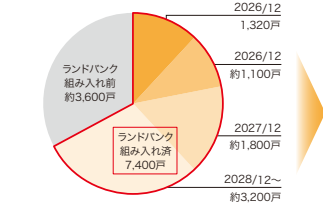
※事業利益 (変更前)

計上戸数／粗利益率

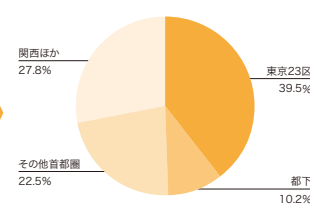
■ 計上戸数 (戸) ○ 粗利益率 (%)

マンション計上 エリア別割合
(2020.1～2024.12)当社事業推進案件戸数
(2024年12月末時点)

合計: 約11,000戸

ランドバンクエリア別割合
(2024年12月末時点)

合計: 約7,400戸



機会

- ライフスタイルの多様化に伴う顧客ニーズの高度化・多様化
- 国内外富裕層・超富裕層の拡大と共働き世帯増加に伴う世帯収入の増加と利便性重視志向の強まり
- インフレに伴う賃貸収入拡大
- 不動産投資ニーズ・投資対象アセットの拡大
- 気候変動や災害激甚化に伴う環境対応など、サステナブルへの社会的ニーズの加速

リスク

- 用地取得競争激化による、都心部をはじめとした土地価格の高騰
- 人口減少による分譲住宅市場規模の縮小
- 人手不足およびインフレに起因した建築費・管理費・労務費などの高騰
- 金利上昇に伴う顧客の購買マインド低下・不動産Capレートの上昇

強み

- 国内屈指ブランド「Brillia」の高い認知度・居住意向
- 再開発・建替えのほか、定期借地権マンションなど豊富かつ多彩な開発実績とノウハウ
- 製販管一体のサービス提供体制
- 安定的な品質の住宅供給体制・トラブル時などの早期連携による高い顧客満足度
- グループ間連携、金融機関や既存取引先など多岐にわたる情報ルート

戦略の方向性

- 「分譲・賃貸・管理」すべての分野において、事業規模の拡大とともに高品質・付加価値の高いサービスを提供し、「Brillia」のブランド基盤を強化し、お客様評価No.1を獲得する。
- 「Brillia」のブランド基盤、豊富な開発実績をもとに高い競争力を発揮し、継続的に用地取得を行うとともに、富裕層のニーズを捉えた商品・サービスの開発など、社会変化を見据えた高付加価値の住まいを提供する。
- 原則として、新築するすべての分譲マンション・賃貸マンションにおいてZEHの開発を目標とし、サステナブルへの社会的ニーズに対応。
- 投資家向け売却用物件においては、社会的ニーズ・消費者ニーズを捉えた新たな商品を提供し、事業領域を拡大する。

ステークホルダーへの提供価値

- 建替え・再開発事業などを通じ、不動産ストックの再生・活用を進めることにより、地域コミュニティの再生・活性化を図り、共助コミュニティを形成する。
- 時代のニーズに合わせて付加価値の高い商品を提供し続けることで、利益成長を遂げ、不動産市場・経済への貢献、資本効率向上による株主・投資家の皆様への還元強化を実現する。

住宅事業

「自分らしい豊かさ」を提供するブランド「Brillia」

当社の住宅事業において成長の基盤となっているのがマンションブランド「Brillia」です。その時代にふさわしい「洗練」と「安心」を追い求め、住まいと暮らしを通じて、お客様一人ひとりに「自分らしい豊かさ」＝「NEW LUXURY」を提供しています。2023年に「Brillia」は20周年を迎え、多くのお客様からの評価を獲得しています。

当社では製造(開発)機能と販売機能を東京建物に集約するとともに、管理部門とも密に連携をとり、製販管一体となって事業を推進しています。これにより、お客様の評価が製造部門へスムーズに共有され、「Brillia」ブランドを継続的に昇華させることができます。お客様の声をいち早く反映させる組織文化・機能に加え、商品評価の向上を企図し、2025年より強みをブラッシュアップしました。お客様に対して「Brillia」のブランド価値・商品性をよりシンプルに伝えることで、商品理解の向上を図ります。

「Brillia」で培ったスピーディーな対応ができる組織力、お客様を中心に据えたものづくり・管理運営のノウハウなどを住宅事業全体で最大限に活かすことで、今後も中核事業の一つとして成長を目指します。

Brilliaブランドの外部評価

首都圏におけるブランド認知度で第2位

日経「マンションブランドアンケート2024」(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県の首都圏在住者の回答結果を抽出)

購入者が選ぶ「SUUMO AWARD」で、最優秀賞、優秀賞を獲得

「SUUMO AWARD」2025年
首都圏版：分譲マンションデベロッパー・販売会社の部「グリーン部門」「ダイバーシティ部門」「創造性・先進性部門」「アフター点検満足度部門」「接客満足度部門」にて優秀賞
関西版：分譲マンションデベロッパー・販売会社の部「内覧会満足度部門」で最優秀賞、「総合評価」「創造性・先進性部門」「品質向上部門」「ハイブランド部門」で優秀賞など

10万戸未満の「マンション管理会社満足度ランキング2024」で7年連続1位

東京建物アメニティサポートは、スタイルアクト(株)の「マンション管理会社満足度ランキング」の管理戸数10万戸未満部門ですべての項目でトップを獲得し、7年連続の1位

※調査実施時期：2024年7月19日～8月31日

Brilliaの5つの強み

01

物語のある
デザイン

02

実感できる快適

03

安全の追求

04

次世代へつなぐ
環境対応

05

寄り添い続ける
サービス

富裕層向けマンションの開発

当社は新中計において、国内で増加している富裕層のニーズを捉えた商品・サービスへの取り組みを強化していくこととしており、用地取得から販売までで専門チームを確立するなど、組織面の整備を進めています。組織面の整備に加え、「Brillia」ブランドを基盤として、「Brillia Tower 堂島」などの高価格帯物件で培ったノウハウを活用していくことで、富裕層に向けた商品設計の確立と継続的な案件獲得を目指していきます。



Brillia 二番町



Brillia Tower 乃木坂

投資家向け物件売却の取り組み

住宅事業においては「Brillia ist」のブランドで、都心部を中心に賃貸マンションを展開しています。さらに近年では、多様化するお客様のニーズに合わせて、学生マンション・ホスピスなども開発しており、多様なアセットの提供と旺盛な投資ニーズを背景とする機動的な売却により、資本効率の向上と安定的な利益創出に寄与しています。



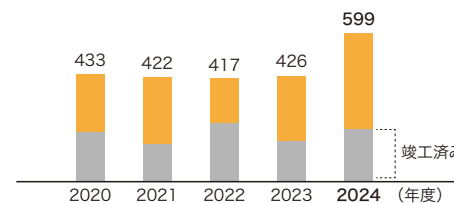
Brillia ist 文京六義園



Brillia ist 大井町



Brillia ist 新御徒町

The CROSS SITE
京成大久保賃貸マンション 販売用不動産残高
(億円)

(2024年12月末時点)

アセットタイプ	物件数(棟)		資産規模(億円)	
	稼働中	開発中	販売用不動産残高	総投資額*
賃貸マンション	9	33	599	約1,150

※各物件の取得時の簿価に取得後発生する建築費等を加味し、総投資額として算出。