

# ASCOT 中期経営計画

---





1. 経営理念	P 2
2. 当社の強み	P 3
3. 業績目標	P 4
4. 環境認識	P 5～6
5. 重点戦略	P 7～12
6. 未来に向けた挑戦	P 13
Appendix 開発ブランドの紹介	P 14～20



## 空間は、もっと人の力になれる。

私達は、「空間」「建物」「不動産」が人々に与える魅力や影響力を通して、人々の暮らし、街、社会をより良いものとする事を、経営理念として掲げております。

私達が携わる全ての建物が持つ信頼感、安心感は、全ての事業のベースです。細かな検査や管理の体制を構築し、「品質はココロ質」を合言葉に、心のこもった高い品質の建物を開発、売買いたします。

人口減少や、高齢化、人口密集などを原因とした社会問題は多数存在します。当社は建物や不動産の力をもって、これらの社会問題の解決に尽力します。また、働き方の多様性、暮らし方の多様性も社会の大きな流れです。これら社会の流れに沿った新規事業の展開も検討し、実行してまいります。



## 2. 当社の強み

### 最適解を見つける企画力

都心の土地での開発は、様々な要素の組合せを、パズルを解くようにして最適化を見つけていく必要があります。

当社は「美意識」「創造性」を軸に、最適解を見つける企画力に長けております。

### エリアセグメント

当社は都心において事業を推進してきた実績に加えて、アンケート調査や座談会を通してお客様のニーズに向き合ってきました。

積み重ねてきたデータをもとに、事業を展開すべきエリアとセグメントを選定し、推進力をもって事業展開を行います。

### ポートフォリオの安定性

ファミリー向け及び単身者向けの分譲マンション、異なる規模や形状の土地で開発する賃貸マンション、オフィスビルや商業ビルなど、当社の開発事業は幅広いポートフォリオを構築しております。

また、収益物件の売買やホテル事業のコンサルティングなど、多様な事業を行うことで事業リスクの分散を図り、安定性のある経営を行っております。

### 人材の多様化

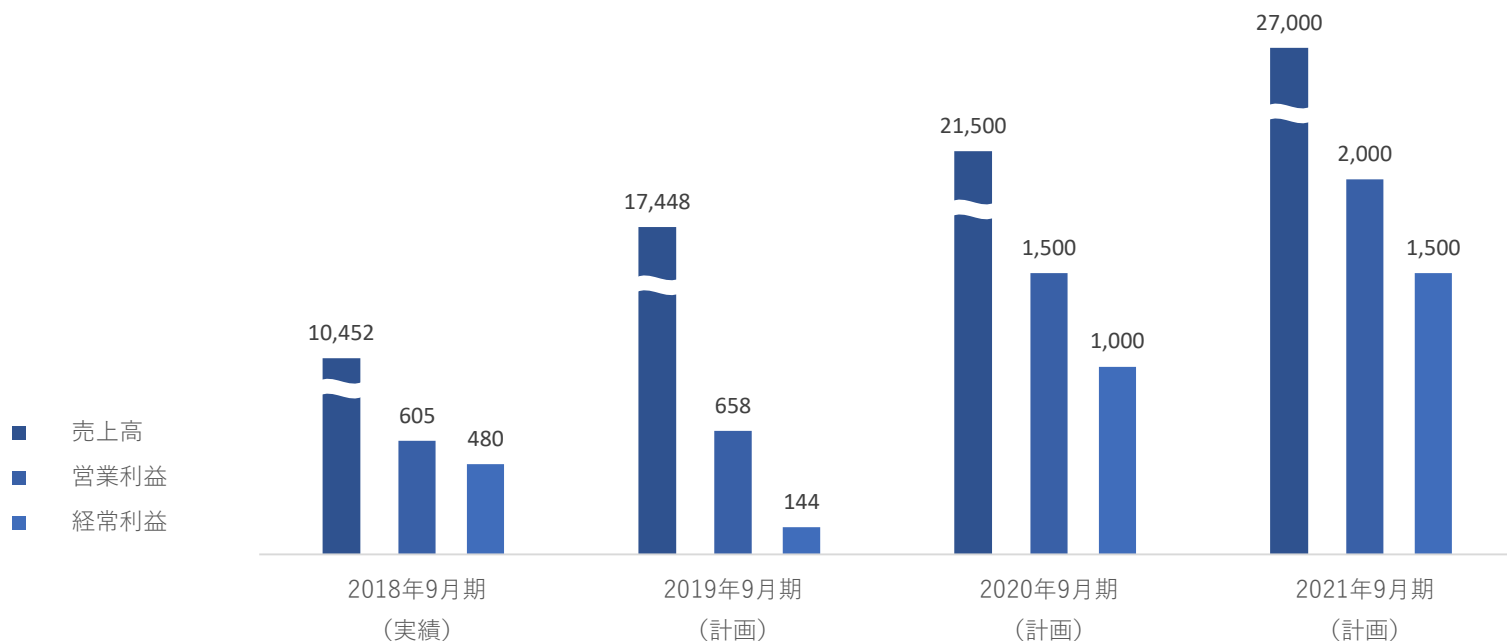
事業規模の拡大に向けて、人材の多様性を高める採用活動を行ってまいりました。

バラエティー豊かな経歴を持つ社員が議論を交わすことによって、より高い企画力と提案力を持った組織を構築しております。

### 3. 業績目標



(百万円)	2018年9月期 (実績)	2019年9月期 (計画)	2020年9月期 (計画)	2021年9月期 (計画)
売上高	10,452	17,448	21,500	27,000
営業利益	605	658	1,500	2,000
経常利益	480	144	1,000	1,500



# 4. 環境認識 - 社会背景に対する認識



技術の進歩、人口構造の変化、経済力のシフトなどのメガトレンドにより社会は急速な変化を迎える



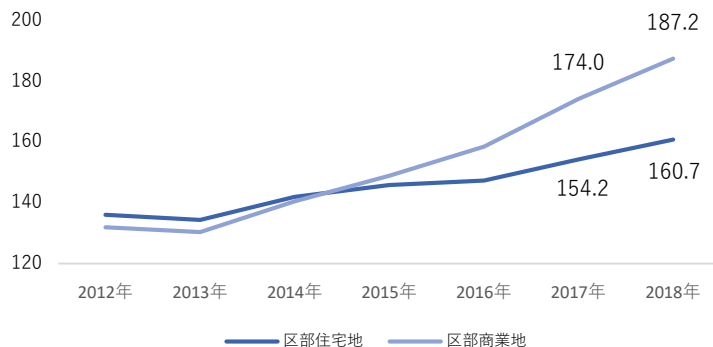
# 4. 環境認識 - 不動産を取り巻く環境



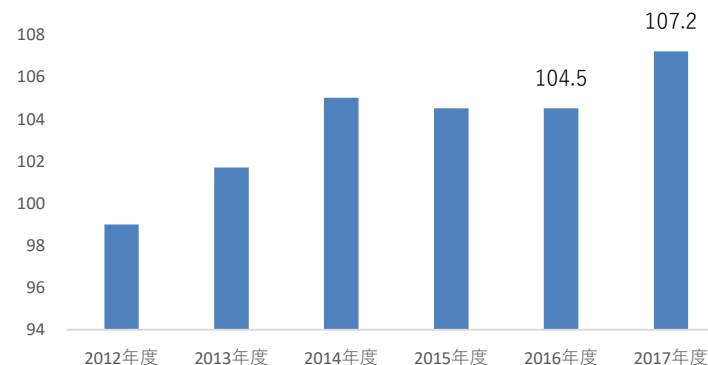
## 不動産を取り巻く事業環境は今後も留意が必要

- ▶ 東京都心部では地価は上昇傾向を維持し、建築費は高止まりの状況にある
- ▶ 賃貸用不動産に対する銀行の新規貸出額は減少傾向
- ▶ 首都圏マンションの契約率は好不調の目安とされる70%を下回る

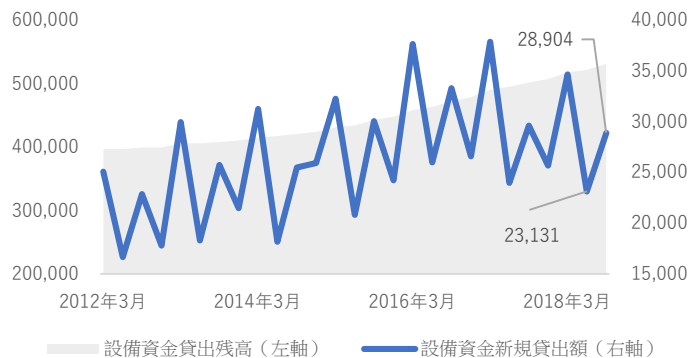
地価指数推移（1983年基準）



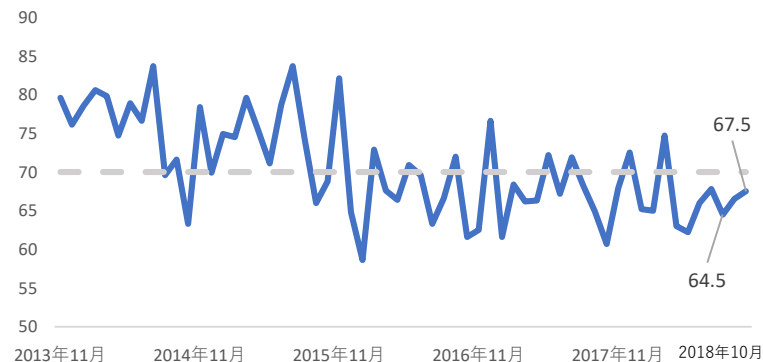
住宅の建築工事費デフレーター（2011年度基準）



不動産業向け 新規貸出・貸出残高



首都圏マンション契約率 (%)



出所：東京都財務局「平均価格推移」、国土交通省「建築工事費デフレーター」、日本銀行「貸出先別貸出金」、不動産経済研究所「マンション契約率（首都圏）」より当社作成

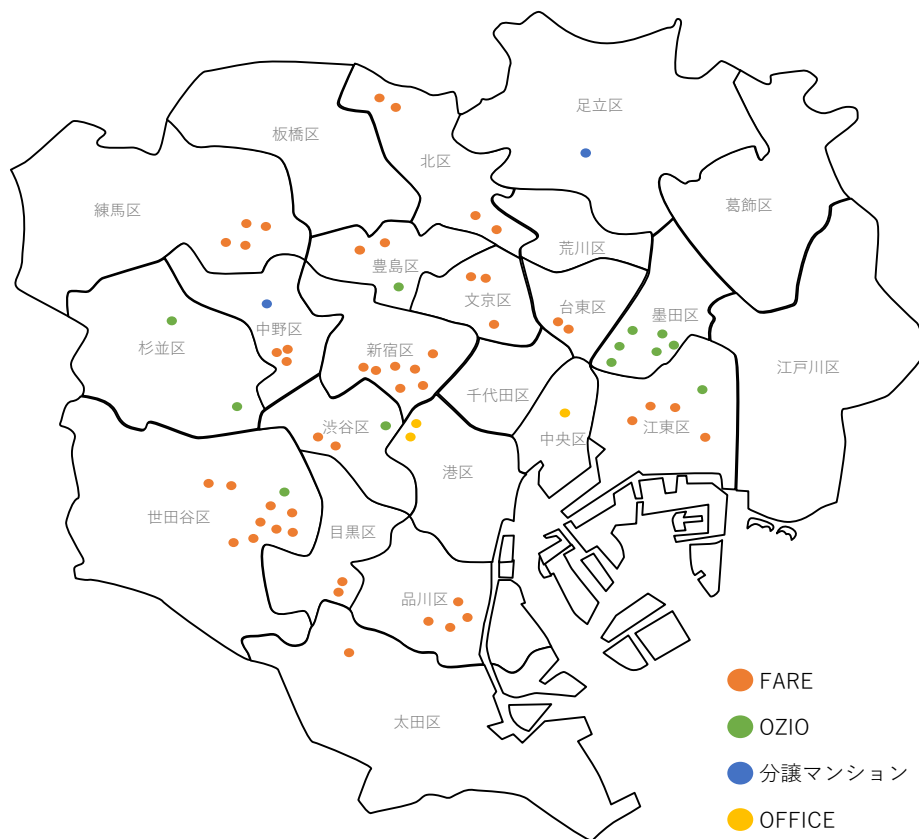
# 5. 重点戦略（1）コア事業の強化



## ① 重点エリアの策定

マーケットの特性と当社の商品性がマッチする新宿区、墨田区、江東区、品川区、世田谷区、練馬区を重点エリアと策定し、更なる用地取得を推進します。

### 進行中プロジェクト



FARE		OZIO		分譲		オフィス	
新宿区	7棟/ 97戸	墨田区	6棟/254戸	足立区	1棟/ 46戸	中央区	1棟/ 6階
文京区	3棟/ 28戸	江東区	1棟/ 46戸	中野区	1棟/ 24戸	港区	2棟/ 4階
台東区	2棟/ 16戸	世田谷区	1棟/ 17戸				
江東区	4棟/ 56戸	渋谷区	1棟/ 20戸				
品川区	4棟/ 66戸	杉並区	2棟/ 45戸				
目黒区	2棟/ 28戸	豊島区	1棟/ 33戸				
大田区	1棟/ 12戸						
世田谷区	9棟/123戸						
渋谷区	2棟/ 23戸						
中野区	3棟/ 27戸						
豊島区	2棟/ 20戸						
北区	4棟/ 47戸						
練馬区	4棟/ 64戸						
<b>合計</b>	<b>47棟/607戸</b>	<b>合計</b>	<b>12棟/415戸</b>	<b>合計</b>	<b>2棟/70戸</b>	<b>合計</b>	<b>3棟</b>

重点開発エリア



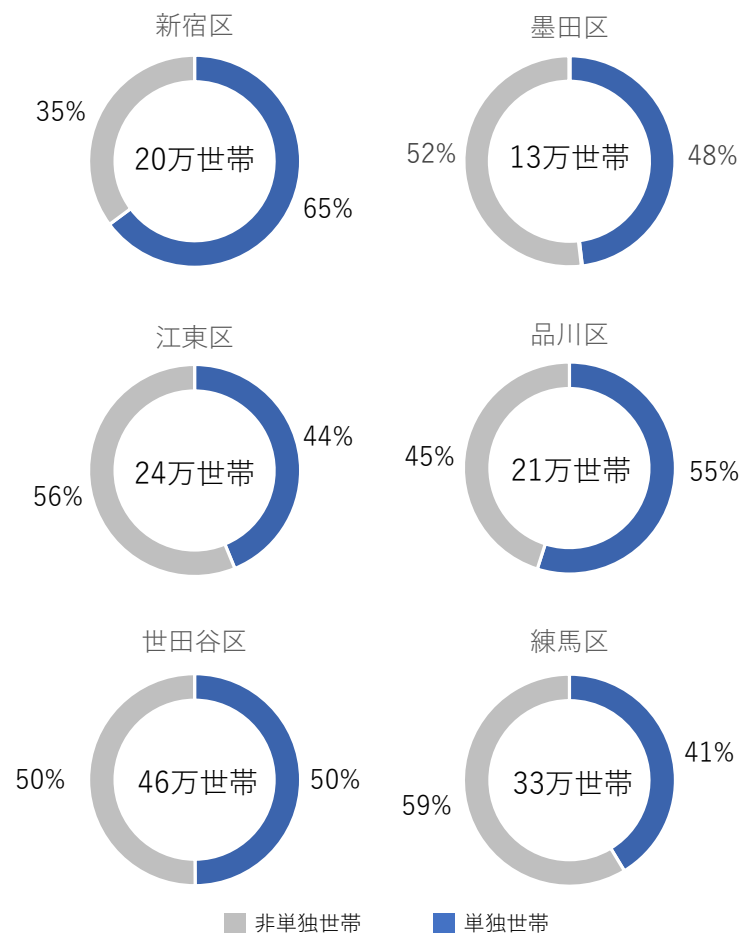
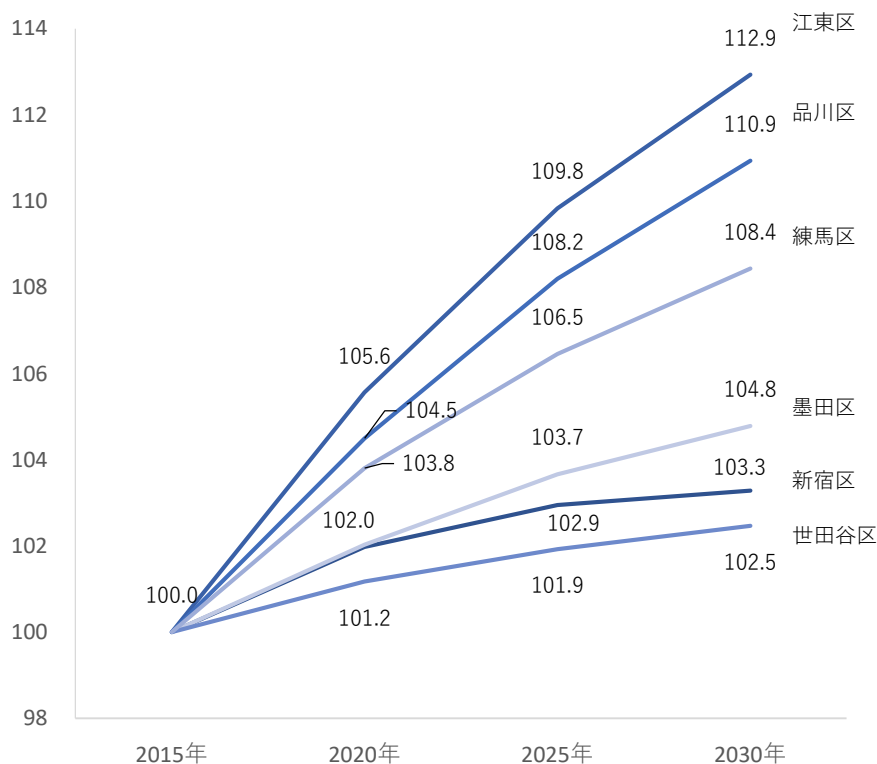
# 5. 重点戦略（1）コア事業の強化



## 重点エリアのマーケット環境

- ▶ 今後10年に渡って人口増加が見込まれる
- ▶ 単独世帯数が一般世帯の40%以上を占め、コンパクト分譲マンション、賃貸マンションに対して安定したニーズを有する

総人口指数（2015年 = 100）は6区とも上昇



出所：国立人口問題・社会保険研究所「日本の地域別将来推計人口（平成30（2018）年推計）」、総務省統計局「平成27年国勢調査」より当社作成

# 5. 重点戦略（1）コア事業の強化



## ② 時代のニーズに合わせたブランド展開

世帯構成の変化に伴い、住まいに対するニーズも大きく変化しております。

特に第一線で活躍し、仕事と生活の双方にこだわりを持つシングル女性のマンション購入ニーズは高まりを見せています。

当社は過去20年間を通して培ってきたデザイン力を生かし、きめ細かなニーズに応えるコンパクト分譲マンションブランドとして「KOHAKU」を立ち上げました。

既存のマンションブランドである「ASCOT PARK」、「FARE」、「OZIO」とともに新たな柱となるよう、事業の拡大を図ります。

一方、オフィスマーケットでは、引き続き空室率が低い水準にあり、賃料は上昇トレンドにあります。

また、働き方の多様化やシェアリングエコノミーの拡大に伴って、スモールオフィスやシェアオフィス等、新しいオフィスのあり方が注目を集めています。

当社はオフィスブランドである「AUSPICE」の開発を推進し、時代のニーズに沿って事業の多角化を図ります。

ASCOT PARK  
(分譲マンション)



FARE  
(賃貸マンション)



OZIO  
(賃貸マンション)



既存ブランド

KOHAKU  
(コンパクト分譲マンション)



新規ブランド

AUSPICE  
(オフィス)



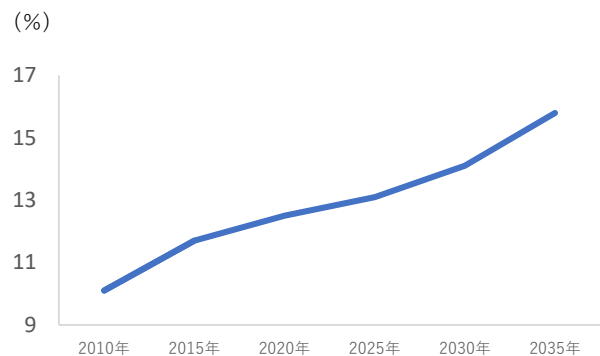
# 5. 重点戦略（1）コア事業の強化



## コンパクト分譲マンションとオフィスを取り巻く環境

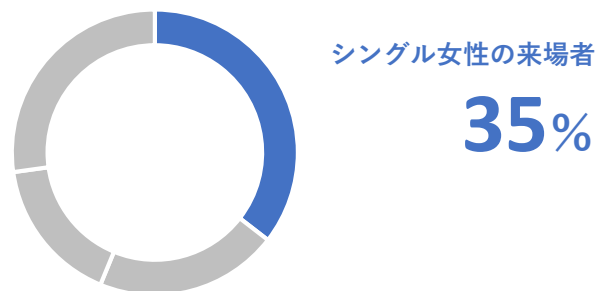
### ➤ 単独世帯の比率

東京都の一般世帯に占める単独世帯の比率は今後も増加傾向



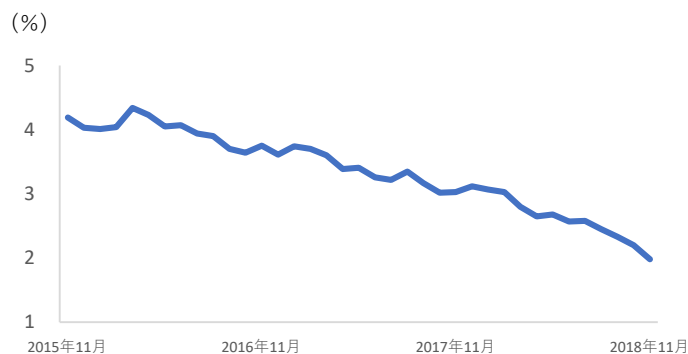
### ➤ シングル女性のマンション購入ニーズ

当社のコンパクト分譲では来場者の35%がシングル女性



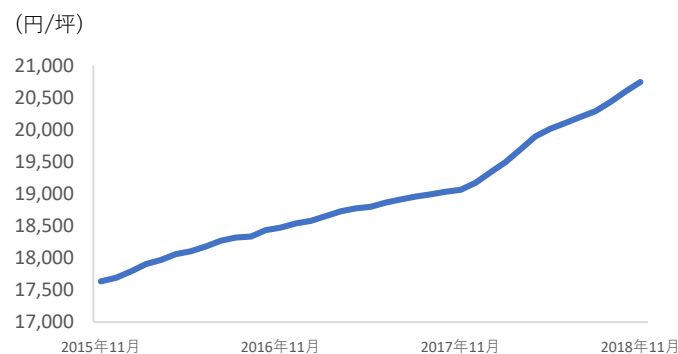
### ➤ 東京ビジネス地区におけるオフィスの平均空室率

平均空室率は過去3年間下降トレンドを継続



### ➤ 東京ビジネス地区におけるオフィスの平均賃料単価

平均賃料単価は59か月連続で上昇



出所：国立人口問題・社会保険研究所「日本の世帯数将来推計（平成26（2014）年推計）」、  
総務省統計局「平成27年国勢調査」「統計から見たわが国の住宅」  
三鬼商事株式会社「オフィスマーケットデータ」より当社作成



## 5. 重点戦略（1）コア事業の強化

### ③ 安定収益の拡大

当社のグループ会社である株式会社アスコット・アセット・コンサルティングを中心に、管理業務の強化を図り、プロパティマネジメントに加えて、アセットマネジメントへの業務拡大を目指します。

また、開発案件とバリューアップ案件に適切な保有期間を設けることによって家賃収入の増加を図ります。

これらの取り組みによって、安定収益の増大を図り、事業の安定性の向上を目指します。

#### PM業務の強化

- › 自社物件のPM業務
- › オーナー様より委託された物件のPM業務

#### 優良な収益不動産の取得

- › 都心エリアにおける高利回り案件
- › 開発用地としての将来性を備えた案件

#### 開発案件の保有

- › 案件の一部を一定期間保有
- › 全ての案件に適切な販売期間を設け、竣工後売却までの期間を保有



#### AMへの業務拡大

- › 自社物件のAM業務
- › オーナー様より委託された物件のAM業務

#### オペレーション業務の機会模索

- › 企画コンサル業務
- › プロジェクトマネジメント業務

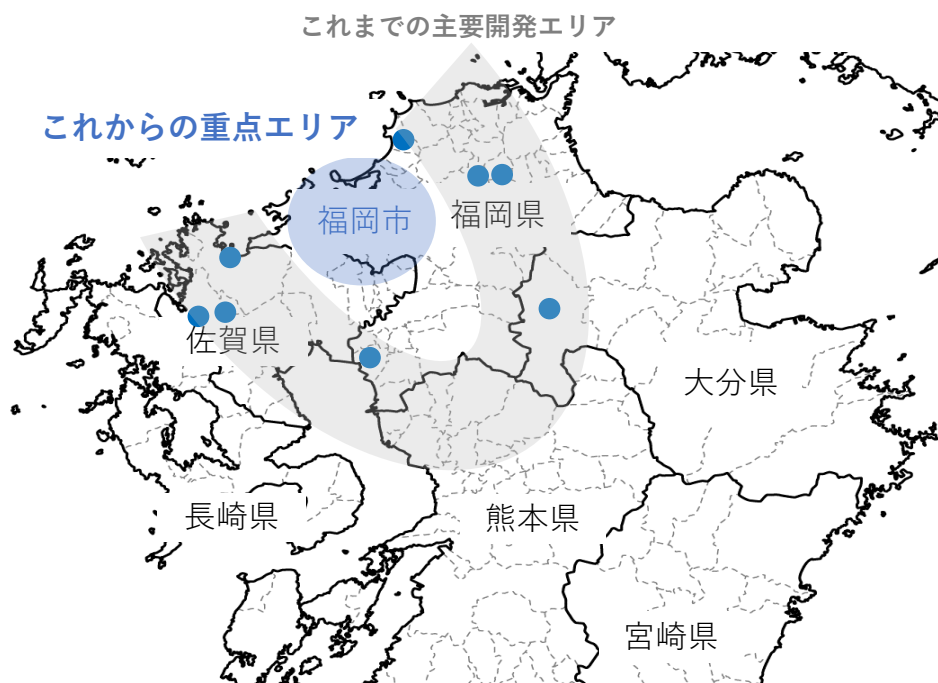
## 5. 重点戦略（2）開発地域の拡大



当社がこれまで事業を展開してきた東京都内に加えて、2018年10月末に100%の株式を取得したシフトライフ社と協力し、福岡県及びその周辺エリアにおける開発を行います。

これまでの主要開発エリアに加えて、福岡市内における分譲マンション開発を重点的に推進します。

これまでのプロジェクト	所在地	住戸数	竣工時期
アメイズ伊万里	佐賀県伊万里市	44戸	2013年2月
アメイズ唐津城内橋	佐賀県唐津市	48戸	2013年7月
アメイズ片島	福岡県飯塚市	39戸	2014年7月
アメイズ三本松	大分県日田市	44戸	2016年2月
ネオス堀池	福岡県飯塚市	55戸	2016年6月
ネオス柳川	福岡県柳川市	55戸	2016年11月
ネオス伊万里	佐賀県伊万里市	48戸	2018年2月
ネオス千鳥	福岡県古賀市	84戸	2018年6月





## 6. 未来に向けた挑戦

### 1. 戦略的提携の機会を積極的に探索し、

#### 他社とのシナジーによって企業価値の向上を目指します。

当社の経営理念に合致し、アスコットのリソースとコラボレーションできる企業と戦略的提携を結ぶ事で、スピーディーな成長を目指します。

具体的には、不動産デベロッパー及びAM事業、PM事業をはじめとした不動産関連事業を展開する企業との提携を通して、コア事業の多角化を目指します。

### 2. 日本の不動産市場に高い投資意欲を持つ海外投資家の

#### ニーズに応える大規模事業へ挑戦します。

アジアを中心に世界中の多くの投資家が日本の不動産市場に高い投資意欲を持つ一方で、土地の取得、事業計画の作成、開発の管理等の面において、課題を抱えています。

当社はこれまでの開発経験を通して培ってきたソーシング能力、企画力、プロジェクトマネジメント能力を活かして、豊富な投資ニーズを事業へと結びつけるべく、大規模事業へ挑戦します。

# Appendix 開発ブランドの紹介



## ファミリー分譲マンションブランド「ASCOT PARK」

メインターゲット

東京都心エリアに通勤し、住まいに「こだわり」をもつ30～40代のファミリー

想定されるニーズ

- ・通勤等の移動時間を短縮し、家族の時間を有意義に過ごせる「都心型ファミリーライフ」を叶える好立地
- ・画一的なデザイン・間取りではなく、住まい手の多様性やこだわりに応えられる空間デザイン
- ・家族が長く安心して暮らせる品質への気配り（機能性、セキュリティ、安全性）

ASCOT PARKの特徴

- ・家族の「居場所」に相応しい、細やかなプランニングと豊かな空間性の追求
- ・都心に暮らす家族の拠り所として、愛着を持てるストーリーと「文化」が編み込まれた住まい
- ・多彩なデザイナーとのコラボレーション、セミオーダーポイントシステム等による独創的な物件づくり



ASCOT PARK両国亀沢



ASCOT PARK東京リバーサイド





## 賃貸マンションブランド「FARE」

メインターゲット

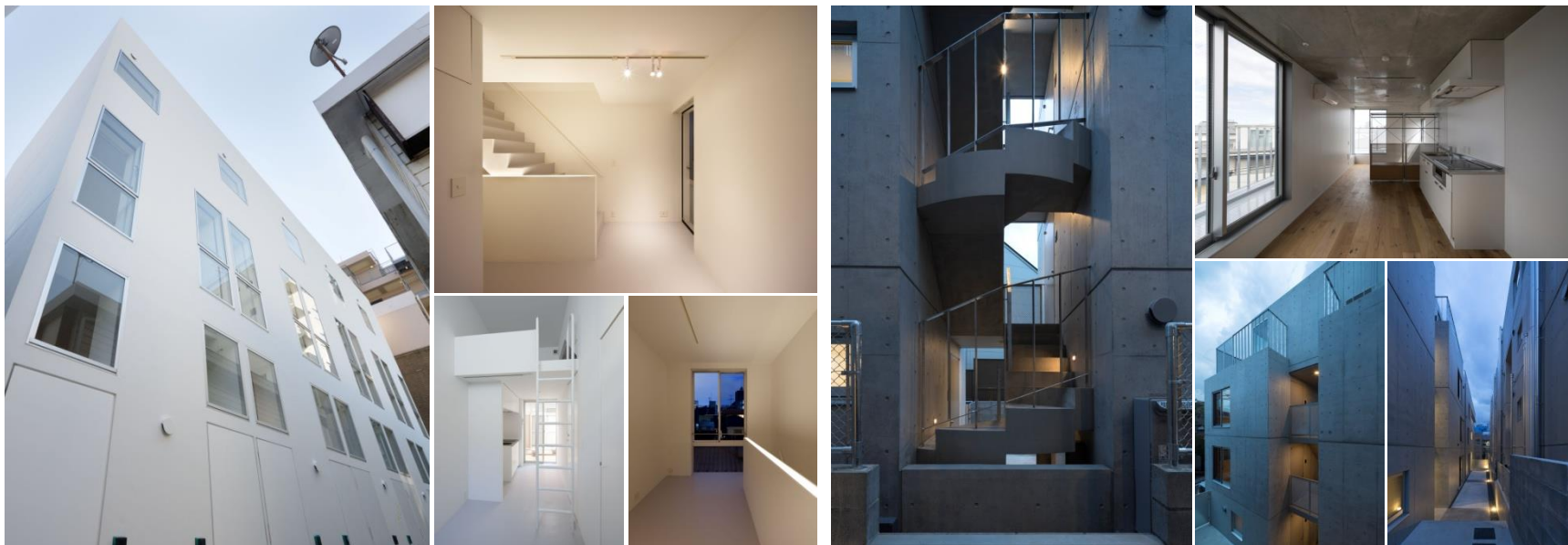
東京都心エリアに通勤・通学し、ライフスタイルにこだわりを持つ20～30歳代のシングル、デINKス ▶ 売却先は個人投資家

想定されるニーズ

- ・ 住戸面積を小さくして家賃を抑えつつ、利便性の高いエリアで「都会暮らし」が楽しめる賃貸マンション
- ・ コンパクトな部屋でもスタイリッシュで刺激的なライフスタイルを実現できる住まい
- ・ 投資対象として、賃料が長期安定し運営コストが適切な物件

FAREの特徴

- ・ 街の特性を取り込み、街とつながる。—— 住まい手にとって「街に住む」感覚が持てる建物
- ・ 住まうことにステータスと高揚感を与えるデザイン・仕掛け・演出により、生活空間にプラスアルファの魅力を付加



FARE代々木上原

FARE下北沢Ⅱ・Ⅲ



## 賃貸マンションブランド「OZIO」

メインターゲット

東京都心エリアに通勤・通学し、ライフスタイルにこだわりを持つ20代、30代のシングル、ディンクス  
▶ 売却先はREIT、ファンド、個人投資家  
想定されるニーズ

- ・ 利便性の高いエリアで上質な「都会暮らし」ができる賃貸マンション
- ・ 競合物件が多い中で、基本性能（機能性、セキュリティー、安全性）が高く住み心地の良い住まい
- ・ 投資対象として、賃料が長期安定し運営コストが適切な物件

OZIOの特徴

- ・ 安心して暮らせる基本性能の高さに加え、住まい手のステイタスとこだわりに応えられる上質な空間デザインを追求



OZIO代々木

OZIO新川



## コンパクト分譲マンションブランド「KOHAKU」

メインターゲット

東京都心エリアに勤務し、ライフスタイルにこだわりを持つ40歳前後のシングル女性

想定されるニーズ

- ・通勤時間を短縮して自分の時間を有意義に使える、都心へのアクセスが良い駅近の好立地
- ・一人暮らしにも安心の高セキュリティー
- ・将来のライフスタイル変化も見据えた資産性の高い物件

KOHAKUの特徴

- ・『家は暮らしの宝石箱でなくてはならない』— ル・コルビュジエの言葉に込められた「自分らしい、キラキラした暮らし」が実現できる住まい。
- ・コンパクトな中にも「凝縮された豊かさ」が詰め込まれた空間
- ・女性の声を取り入れつつ、細部まで機能性と使い心地を追求した間取り & 設備



KOHAKU新中野イメージ



## オフィスブランド「AUSPICE」

メインターゲット

東京都心エリアにオフィスを構える中小企業、大企業の関連会社、支店 ▶ 売却先はREIT、ファンド、個人投資家

想定されるニーズ

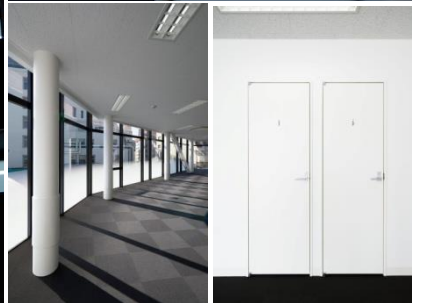
- ・ 住職近接の暮らしを実現できる都心エリアの駅近にある物件
- ・ 中小規模でありながら、最新のビルに相応しい機能性・セキュリティーを有する
- ・ 少人数のIT企業、クリエイターが集まるコワーキングオフィス、スモールオフィス

AUSPICEの特徴

- ・ 人と人が出会い、癒し・刺激が生まれ、より良いビジネスと働く人々の幸せにつながる空間の提供
- AU（会う） + SPICE（刺激） ⇒ AUSPICE
- ・ 集まる人のコミュニケーションを促し、愛着が持てる空間デザイン



AUSPICE赤坂



AUSPICE浅草花川戸

# 受賞歴

空間は、もっと人の力になれる。



1棟1棟にコンセプトを持ち、日本を代表する建築家・デザイナーとコラボレーション  
社外からの評価が高く、FAREシリーズは3年連続でグッドデザイン賞を受賞

受賞時期	2007年	2009年	2010年	2014年	2016年	2017年	2018年
物件名	STYIM 大伝馬	AUSPICE SUIDOBASHI	DAIMYO BEAUTY COMPLEX	ASCOT PARK 日本橋人形町 ATELIER	FARE祐天寺	FARE代々木上原	FARE下北沢 II・III
所在地	東京都中央区	東京都千代田区	福岡県福岡市	東京都中央区	東京都目黒区	東京都渋谷区	東京都世田谷区
用途	賃貸マンション	オフィス	店舗	分譲マンション	賃貸マンション	賃貸マンション	賃貸マンション
規模	地下1階 地上10階建54戸	地下1階 地上5階建	地上5階建	地上10階建 18戸	地上3階建 10戸	地上3階建 8戸	地上4階建×2棟 28戸
コンセプト	1.5層や2層の吹抜 多彩な住戸 変化に富む住空間	ランダムサッシ 雑居ビル街の 多様性を表現	福岡城壁の石積み 地域性と現代性 の融合	全住戸天井高3m アトリエのような 解放感がある 住空間	多彩なプラン 階段室が独自の存 在感を持つ 空間デザイン	全室から空が 感じられる長屋 ミニマルで端正 なデザイン	街のスケールに 溶け込む建物 光と風の通り道
外観							



- 本資料は当社をご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。
- 本資料を作成するにあたっては正確性を期すため慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。  
本資料中の情報によって生じた損害等については、当社は一切の責任を負いません。
- 本資料に記載した予想数値は、現時点で入手可能な情報に基づき判断した見通しであり、実際の業績などは業況の変化等により、本資料予想値と異なる場合があります。

本資料に関するお問い合わせ

株式会社アスコット

経営管理部TEL : 03-6721-0245