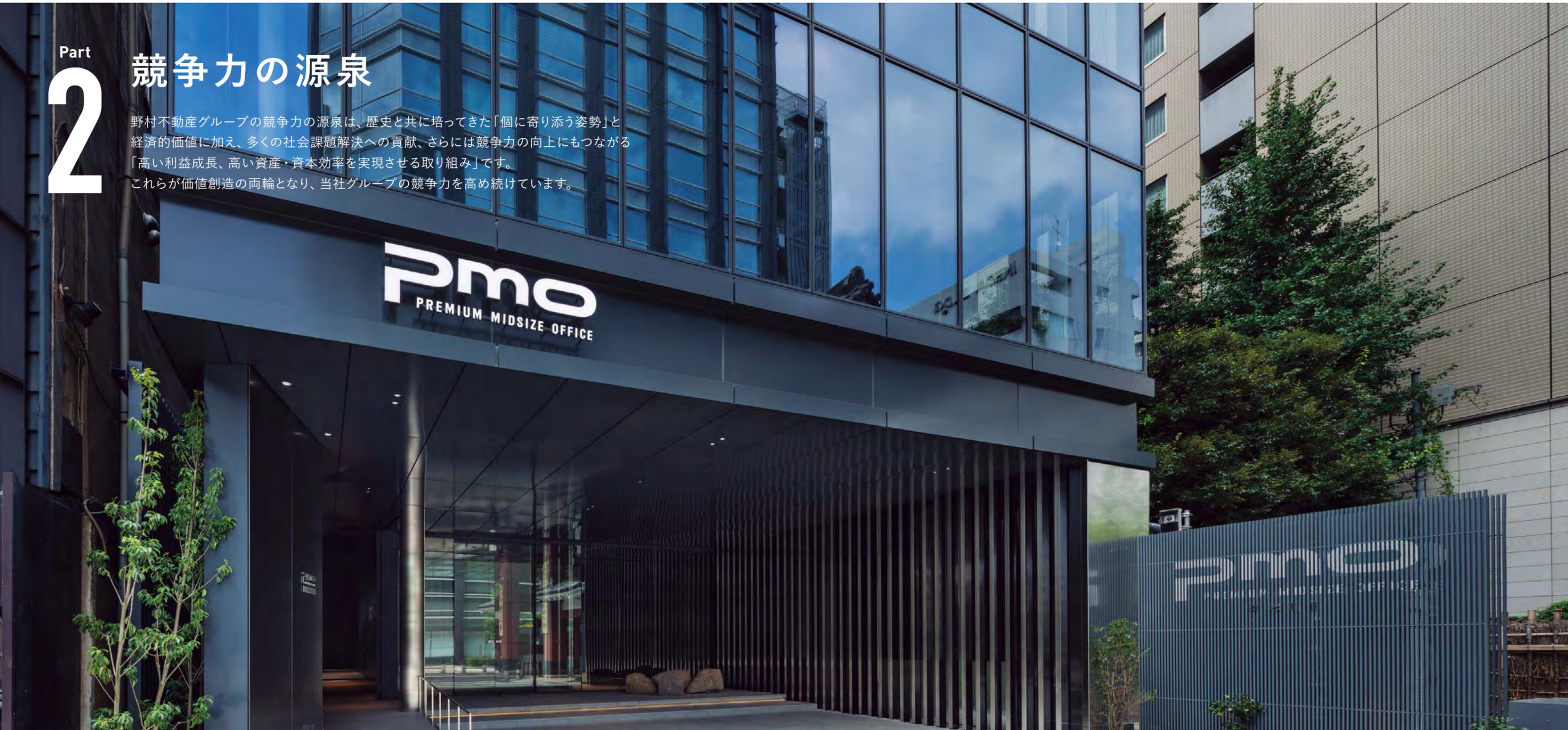


Part 2 競争力の源泉

野村不動産グループの競争力の源泉は、歴史と共に培ってきた「個に寄り添う姿勢」と経済的価値に加え、多くの社会課題解決への貢献、さらには競争力の向上にもつながる「高い利益成長、高い資産・資本効率を実現させる取り組み」です。これらが価値創造の両輪となり、当社グループの競争力を高め続けています。



目次

- 32 競争優位性、事業活動を行う羅針盤となる行動指針
- 34 高い利益成長、高い資産・資本効率を実現させる取り組み
 - 34 1.開発力を起点としたグループバリューチェーンの構築
 - 36 2.独自ブランドの構築
 - 38 3.不動産関連サービスの提供による継続した価値創造
 - 39 4.新たな価値創造につながるナレッジの蓄積・活用
- 42 価値創造を支える強固な経営資本と外部評価・実績

本パートの位置づけ

私たちの事業活動を支える「競争力の源泉」を構成する競争優位性や独自の取り組みについてご説明するとともに、それらを支える経営資本や外部評価をお示ししています。



競争優位性、 事業活動を行う羅針盤となる行動指針

私たちのあらゆる事業活動のベースであり競争力の源泉となるのは、野村不動産グループに根付く「個に寄り添う姿勢」です。「個に寄り添う姿勢」は、当社グループ社員の羅針盤となる行動指針や、競争優位性へと姿を変えながら、当社グループの事業成長を支えています。

当社グループに
根付く
個に寄り添う
姿勢

当社グループに根付く「個に寄り添う姿勢」

私たちは、お客さまとの接点を大切にしながら、事業のあらゆる局面で、“住まい”、“働き”、“憩う”一人ひとりの「個」に徹底的に寄り添い、さまざまな社会課題に向き合い続けてきました。60年以上の歴史を通じて磨き上げられた「個に

寄り添う姿勢」は、「人」を起点とした当社グループ独自の価値創造を支える競争力の源泉です。そして、これこそが野村不動産グループらしさであり、社会がどのように変わろうと“変わらないもの”です。

「人」を起点とした価値創造



磨かれてきた歴史上の背景

創業時の環境 安定したキャッシュ・フローを生み出す賃貸資産がない事業環境

事業機会獲得の手段

人々に寄り添い、期待に応え、信頼を獲得し続けることが次なる事業機会につながる生命線に

「住まい」を軸とした事業拡大

人びとの生活基盤であり、お客さまからの細部に至るこだわりに応え、寄り添い続ける文化を醸成

厳しい事業環境を踏まえた経営判断 (1990年代のバブル崩壊)

バブル経済にて多角化した事業を整理し、コア事業であった住宅事業へ経営資源を集中させ経営危機から脱却。「個に寄り添う姿勢」を徹底して磨き上げた経験・ノウハウの蓄積が「プライド」や「PMO」の誕生へとつながる契機に

当社グループに根付く「個に寄り添う姿勢」を醸成

発揮する力

当社グループに
根付く
個に寄り添う
姿勢

当社グループの競争優位性

当社グループに根付く「個に寄り添う姿勢」に基づき発揮される、競争優位性は「マーケットイン発想」「グループの事業連携・価値創造」「品質へのこだわり」「新たな領域への挑戦心」の4つです。

お客さまや市場からのニーズを起点に、不動産開発やサービス提供、サステナビリティへの取り組みを行い、グ

ループのバリューチェーンを通じて新たな価値を創出し続ける。そして品質に徹底的にこだわった上で、国内外の幅広いアセットタイプやサービスへ価値創造の領域を広げ、挑戦し続ける。

当社グループの持続的な価値創造には、これらの競争優位性が、大きく寄与しています。

マーケットイン発想

お客さまや市場から得たニーズを起点に、不動産開発やサービス提供・サステナビリティへの取り組みを行う。

グループの事業連携・価値創造

グループバリューチェーンにより新たな価値を創出する。

品質へのこだわり

提供する不動産開発やサービスなどについて、品質に徹底的にこだわる。

新たな領域への挑戦心

国内外の幅広いアセットタイプやサービスへ価値創造の領域を広げ、挑戦し続ける。

事業活動における羅針盤

行動指針「私たちが大切にすること」

当社グループは、「私たちが大切にすること」として、社員が事業活動を行う際の羅針盤となる行動指針を定めています。本

指針は、お客さま、社会、社員、いずれにも寄り添い続ける当社の姿勢を、より具体的な考え方や行動として表したものです。

当社グループに
根付く
個に寄り添う
姿勢

お客様第一の精神

私たちは、創業から大切にしてきた「お客様第一」の精神と、信頼や期待に応えていく姿勢を、これからも変わらず守り続けます

独創的発想による新たな価値創造

私たちは、未来を見据えた先見性や、グローバルな視点を大切に、これまでにない自由な発想で、新たな価値を生むことにこだわります

挑戦者であり続ける姿勢

私たちは、常にチャレンジャーであることを忘れずに、謙虚さと向上心を持って、新しいことに挑戦していきます

社会と共に成長していく自覚

私たちは、人や街の未来をつくる責任と誇りを忘れずに、社会に貢献し、常に必要とされる存在であり続けます

生き活きと働くウェルネスの実現

私たちは、生き活きと働くことが会社と自らの成長の源泉であることを認識し、心身の健康を何よりも大切にします

TOPIC

投資家のニーズを捉え、早期参入を実現した物流施設「Landport」

2004年、Eコマースのさらなる需要拡大を見越し、業界でも早期に物流施設開発事業に参入、2007年には高機能型物流施設「Landport」第1号物件を竣工しました。

早期参入を可能にした背景には、資産運用部門において機関投資家の物流セクターへの投資ニーズを的確に捉え、物流ファンドを他社に先駆けて立ち上げたことが大きな要因として挙げられます。投資家との接点を大切に、その信頼に応えようとした現場の取り組みが実を結んだものであり、2022年3月末時点で42棟が事業化されています。

また、「Landport」では、テナントの方々々が快適に働くことができるよう、カフェテリアや倉庫内空調なども配備。環境面においても、CASBEE「A評価以上」、DBJ Green Building認証などの各種認証取得を行うなど、お客さまに、社会に、寄り添った事業を推進しています。



Landport東習志野



施設内のカフェテリア

高い利益成長、高い資産・資本効率を 実現させる取り組み

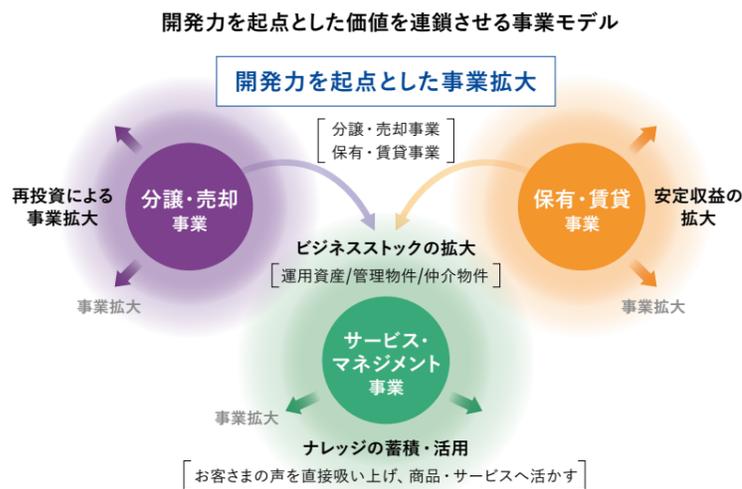
当社グループは中長期経営計画において「高い利益成長と高い資産・資本効率の実現」を重点テーマに据えています。これを支えるのが、グループバリューチェーンの構築をはじめとした特色あるさまざまな取り組みであり、中長期経営計画における「成長に向けた重点戦略」や「事業別戦略」にも強く結びついています。

1. 開発力を起点としたグループバリューチェーンの構築

当社グループは、不動産デベロッパーとしての強みや独自性を発揮した多様な不動産開発を起点に、開発利益の創出を目指す分譲・売却事業、優良な資産の保有による安定的な賃貸収入を獲得する保有・賃貸事業、不動産関連サービスの提供により継続的なフィー収入を得るサービス・マネジメント事業を組み合わせ、価値を連鎖させるグループバ

リューチェーンを構築しています。このグループバリューチェーンは付加価値の最大化につながると共に、各事業の特性を活かした事業ポートフォリオを組むことで、高い利益成長と不動産デベロッパーに求められる株主資本コストを上回る資本効率の両立を可能としています。

高成長を可能とする、開発力を起点とした価値を連鎖させる事業モデルを志向



事業モデルの違い

	当社グループ (不動産デベロッパー)	上場REIT
特徴	分譲・売却、保有・賃貸、サービス・マネジメントを組み合わせ、開発や賃貸、フィーによる利益を得るビジネスモデル	保有・賃貸に特化。利益の90%以上を配当することで、法人税の支払いが免除
求められる姿	利益成長・高ROE	安定性
株主資本コスト	7~8%	2~3%

製造・販売・管理の各プロセスにおける付加価値の最大化

不動産開発事業においては、用地の取得からお客さまへの商品のお引渡し、運営管理に至るまでにさまざまな業務プロセスが存在します。当社グループでは、業界に先駆けて製造・販売・管理が一体となった取り組みを実践し、商品やサービスの品質向上に努めてきました。それぞれのプロセスにおいて徹底的にビジネスを磨き上げ、それらが密接

に連携しあい、その結果としてフロー全体での付加価値の最大化につながります。「プラウド」に代表される住宅分譲事業で培ったこの強みは、「PMO」などの収益不動産開発においても発揮され、現在では海外事業においても当社グループ独自の強みとなっています。

不動産開発事業における主な業務プロセス

用地取得	商品企画設計	施工	販売	管理
<ul style="list-style-type: none"> 幅広い用地取得手法 土地保有者とのコネクション 	<ul style="list-style-type: none"> 土地を有効に使う配棟・建物計画 市場ニーズを捉えた商品企画立案 	<ul style="list-style-type: none"> 独自のマニュアル 現場での日々の改善 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客ニーズの直接把握 商品企画へのフィードバック 	<ul style="list-style-type: none"> 修繕の長期化 DX導入による効率化

特性の異なる事業を組み合わせ、資産・資本効率の高い事業ポートフォリオを構築

当社グループは、不動産デベロッパーとして利益成長とともに資産・資本効率の高い経営を志向しています。財務規律(自己資本比率30%水準)を守りながら、ROA 5%以上の達成を目指し、「分譲・売却」「保有・賃貸」「サービス・マネジメント」といった特性やリスク・リターンが異なるそれぞれの

事業を、市場環境や事業機会、収益変動リスクなどを踏まえながら、事業ポートフォリオとして組み合わせることで、株主資本コストを上回る資本効率と高い利益成長の両立を目指しています。

中長期的な指針 ROE 10%以上

株主資本コスト 7~8%

自己資本比率30%水準のレバレッジ

事業ポートフォリオ全体で ROA 5%以上を達成 → P60「事業ポートフォリオ戦略」

	分譲・売却		サービス・マネジメント		保有・賃貸
事業種別	海外事業 住宅分譲 収益不動産	国内事業 住宅分譲 収益不動産	仲介・CRE事業	資産運用事業 運営管理事業	保有・賃貸事業
事業特性	投資リスク	中~高	中	低	低
	収益変動リスク	高	中	中~低	低
	ROA (効率性)	中		高	
マネジメント方針	収益性の向上により、投資拡大時においても高水準のROAを達成する事業へ			サービス・マネジメント事業の利益成長や賃貸資産ポートフォリオの利益率向上を通じ、安定収益(収益変動リスク低)で、ROA 5%以上を目指す	

TOPIC

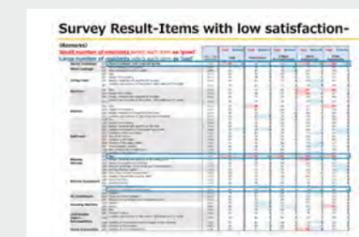
海外事業における当社グループ独自の強みの発揮

一般的にローカルビジネスと言われる不動産ビジネスの海外展開においては、現地パートナー企業へ実務を委託し、日本企業側は「資金の出し手」とどまるケースも多くなります。そのような中、当社では、用地取得や許認可取得など現地パートナーに頼る部分と、商品企画や品質管理・マーケティングなど当社が国内で培ったノウハウが発揮できる部分に分け、不動産開

発プロセスにおける「川上」の工程から携わることで付加価値の最大化に努めています。これらを「KAIZEN」と称し取り組むことで、現地パートナー企業からの信頼を得て、新たなビジネス機会の獲得につながっています。2022年に設立したフィリピンにおける合弁会社 Federal Land NRE Global社は、この成果の一つと言えます。



建設現場での施工チェック(ベトナム)



入居後のCS調査(タイ)



ショールーム展示企画(フィリピン)

高い利益成長、高い資産・資本効率を実現させる取り組み

2. 独自ブランドの構築

「プライド」に代表される商品やサービスのブランドを活用した価値創造は当社グループの大きな特長です。多様な接点を通じて蓄積されたお客さまの声やノウハウなどのナレッジを「ブランド」に集約し、無形資産として活用すること

で、独自のブランド価値の維持・向上に結び付けています。さらに、一貫した「個に寄り添う姿勢」の展開による多様なアセットでの複数のブランド開発力もまた、当社グループの特長であり強みです。

「ブランド」を構築・強化する理由(メリット)

一つとして同じ土地、同じ建物が存在せず、強い個性を持ち、長期に利活用される不動産において、住宅、オフィスなど物件のタイプごとに統一されたブランドは、安心や品質に関する当社グループとお客さまとの固い約束と位置付け

られるものです。当社が提供する一つ一つの商品やサービスへの安心感や信頼を一つの「ブランド」として高めると同時に、お客さまからの認知向上にもつながるなど、不動産業と非常に親和性が高いものです。

不動産の特徴

同じものが存在しない強い個性

不動産には同一の立地条件は存在しないが、人びとの生活基盤として、長期で利活用される

ブランド化の特徴

個々の商品・サービスの信頼性向上

ブランドイメージの確立により、お客さまの認知度や商品への安心感の向上につながる

評価やノウハウを積み上げ新たな価値創造へつなげる → P124-127「主なアセットブランド」

「個に寄り添う姿勢」の展開と発展

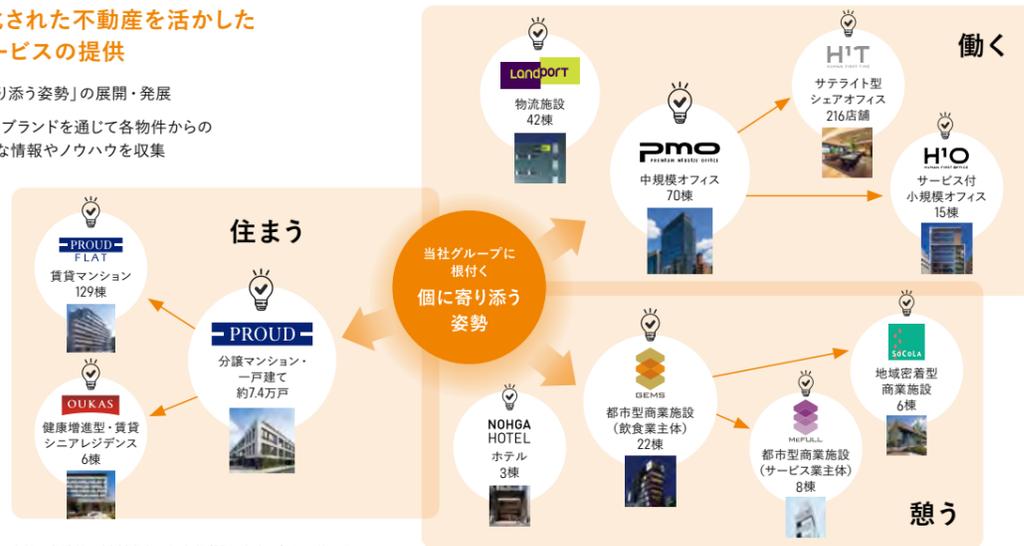
当社は、中規模ハイグレードオフィス「PMO」、高機能型物流施設「Landport」など、競争力のあるブランドと商品を多数開発しています。ブランド開発を成功に導くのは、創業以来育んできた「個に寄り添う姿勢」です。成功体験を横展開するのではなく、そこに「住まい”、“働き”、“憩う”人々のこ

とを第一に考える「個に寄り添う姿勢」を展開・発展させ、競争優位性である「マーケットイン発想」や「品質へのこだわり」などをさまざまなアセットタイプで発揮することで、独自性のある新たな商品やサービスブランドを生み出し続けます。

ブランド化された不動産を活かした開発とサービスの提供

→ 「個に寄り添う姿勢」の展開・発展

特色あるブランドを通じて各物件からのさまざまな情報やノウハウを収集

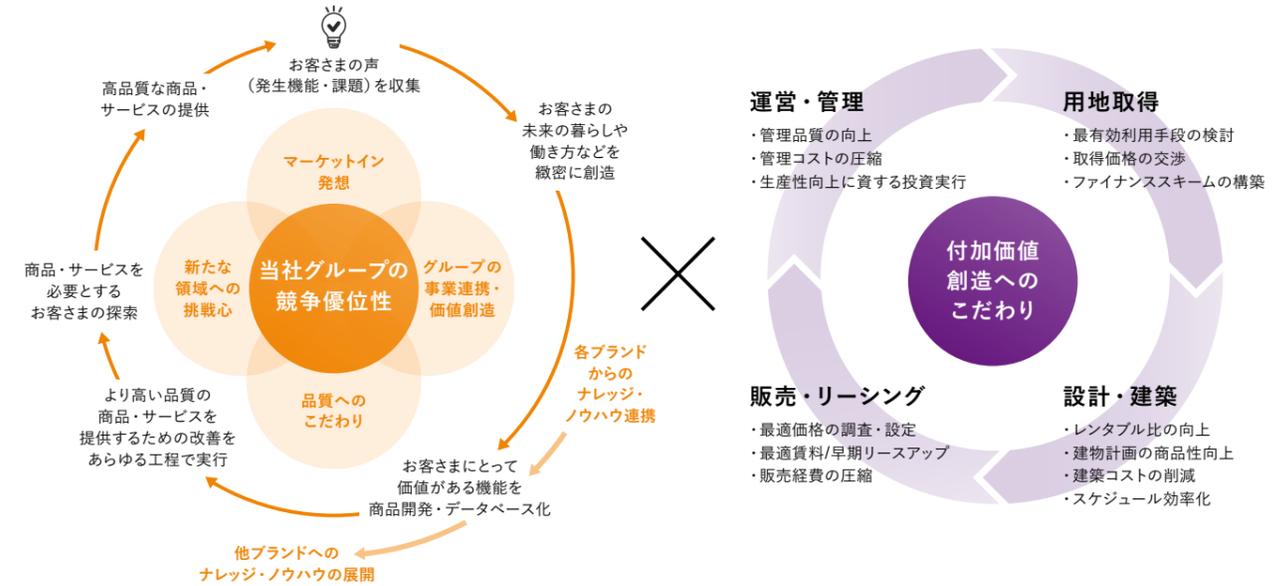


※各アセットの開発実績、店舗数は2022年3月末時点(開発中含む)を記載しています。

不動産×ブランド化による価値向上サイクル

当社グループは、獲得したノウハウや、お客さまからいただくご評価、ご意見などを集約して積み上げ、それを新たな商品・サービスの提供につなげています。そして商品・サービスを提供する際には、各工程における付加価値の創造に

こだわり、その姿勢が新たなノウハウの獲得につながっています。この「価値向上サイクル」を通じ、当社グループ独自のブランド価値の向上を実現しています。



TOPIC

ブランドランキング15年連続No.1を支える「プライド」独自の商品開発「Luxmore(ラクモア)」

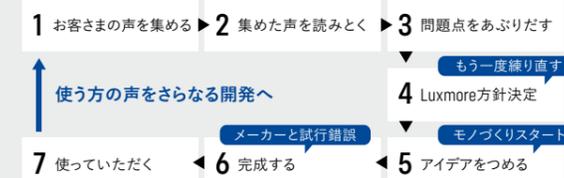
PROUD

「プライド」の「Luxmore(ラクモア)」は、LUX(優雅さ)とラク(楽)を追求し、暮らし心地にとことんこだわった、お客さまの声を実現する「プライド」独自の商品開発の総称です。2007年に開発後、常にお客さまの声を

商品に反映し、暮らしの変化を追求しながら豊かな暮らしの提供へと進化し続けています。住設メーカー単独の商品開発とは異なり、デベロッパーならではのスペース提案の視点で理想の住まいを創りあげます。

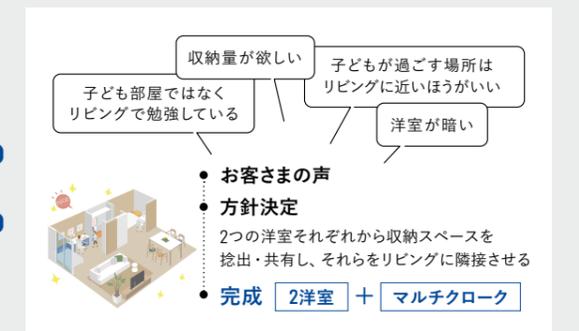
お客さまの声を活かす「Luxmore」の開発

丁寧に集めたお客さまの声から課題をあぶりだし、より快適な住まいの実現に向け、細かくアップデートを繰り返していきます



「プライド」ブランドランキング 15年連続No.1

事例：多様な生活シーンに対応できる暮らしを実現

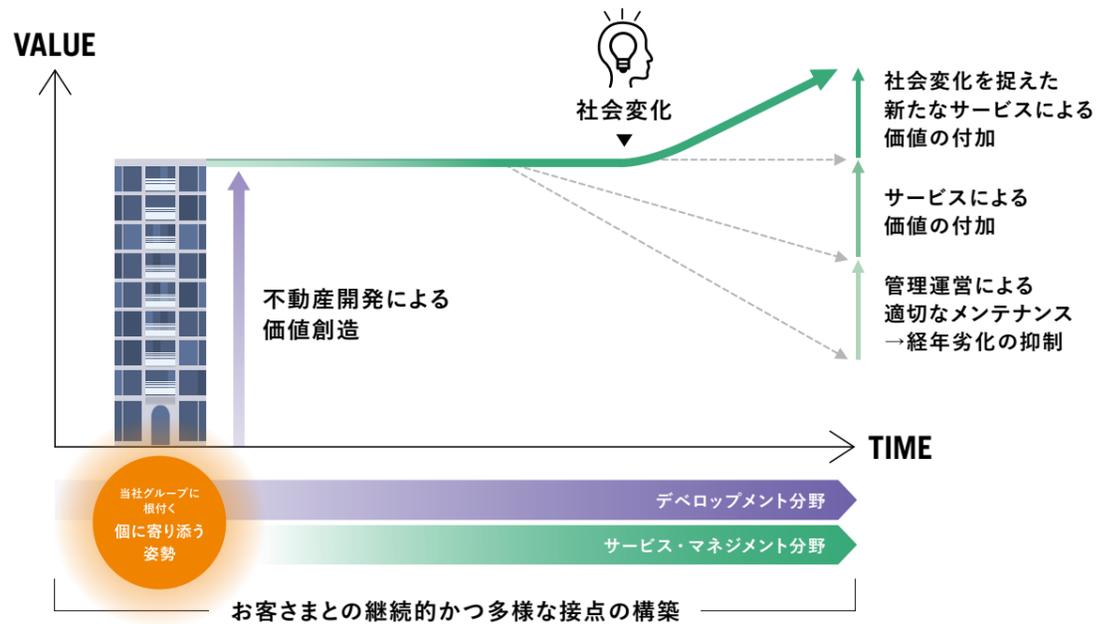


高い利益成長、高い資産・資本効率を実現させる取り組み

3. 不動産関連サービスの提供による継続した価値創造

不動産は長期にわたって人々の生活や企業の活動を支える基盤となるものですが、安心・安全、快適にご利用いただくためには適切な維持管理や修繕への対応が不可欠です。また、長くお使いいただく中では、ライフステージの変化に合わせた住み替えやリフォーム、事業環境の変化に伴うオフィスの移転や生産拠点の再配置などが必要になることもあります。当社グループは開発して終わりではなく、皆さまにお使い

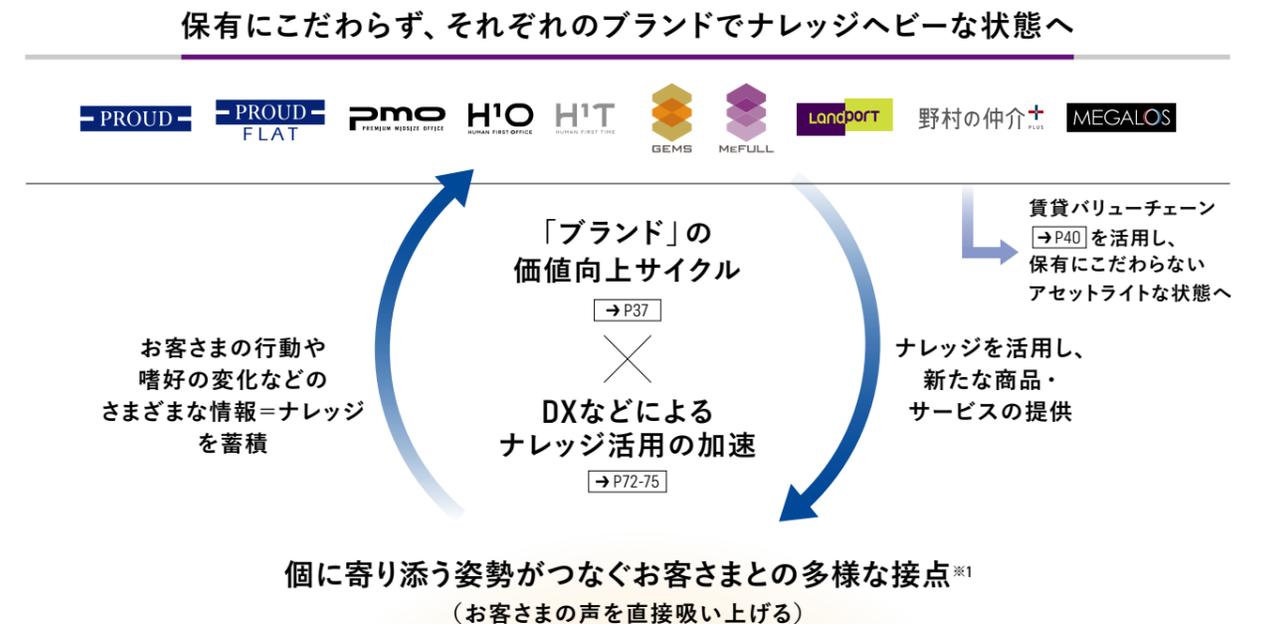
いただき始めた後も快適にご利用いただけるよう、継続してさまざまな不動産関連サービスを提供しています。不動産を利用されるお客さまに寄り添い、接点を持ち続けることで新たな価値創造につながる当社の事業モデルは、お客さまの生活や行動、嗜好の変化を機敏に捉え、未来を先読みした独自の不動産関連サービスの提供を目指しています。



4. 新たな価値創造につながるナレッジの蓄積・活用

不動産には、人々の生活や行動に関する、事業に有益な情報が日々蓄積されています。ライフスタイルやワークスタイルが多様化する社会では、お客さまの行動や嗜好の変化といった情報をナレッジとして収集・蓄積し、新たな商品・サービスの提供へとつなげることが、大きな優位性となります。当社グループは、保有にこだわらない高い資産・資本効率(アセットライト)を志向しながら、お客さまとの多様な接

点を通じて、多くの優良なビジネスストックを活用して新たな価値創造につながるナレッジを蓄積し、それらをDXなどを通じて活用すること(ナレッジヘビー)を目指します。そして、「アセットライト・ナレッジヘビー」の実現には、グループREITやファンドとの相互成長を目指す、当社グループ独自の「賃貸バリューチェーン」が大きく寄与しています。



各部門における不動産関連サービス

デベロップメント分野	住宅部門 <ul style="list-style-type: none"> 住宅における駆けつけ修繕サービス 超高齢社会の到来に対応する健康増進型・賃貸シニアレジデンスの運営 不動産に特化したインターネット広告サービス
	都市開発部門 <ul style="list-style-type: none"> 多様なテナントニーズに応える、グループ保有資産の一貫したリーシング 高品質な商業施設やホテル、サービスオフィスなどの運営 健康な暮らしに貢献するフィットネスサービス
	海外部門 <ul style="list-style-type: none"> 中国・北京やベトナム・ホーチミンシティにおける、現地運営会社を通じたオフィスビルの運営管理
サービス・マネジメント分野	資産運用部門 <ul style="list-style-type: none"> 多様な投資家ニーズに応える、商品ラインナップの拡充 環境認証取得など、さらなるバリューアップに向けた取り組み
	仲介・CRE部門 <ul style="list-style-type: none"> 住み替えの促進を通じて、街の活性化にも貢献する不動産売買サービス 企業の不動産ニーズにワンストップで対応する法人向け仲介・CREサービス
	運営管理部門 <ul style="list-style-type: none"> 長期間にわたって資産価値を維持する、高品質な運営管理 バリューアップにつながる、リニューアル工事や大規模修繕工事

当社グループ独自の不動産関連サービスの例

re:Premium
日本のマンションの未来を築いていく。
アトラクティブ30
マンション大規模修繕工事の長周期化を実現

H1O H1T
HUMAN FIRST OFFICE HUMAN FIRST TIME
「ヒューマンファースト」の事業思想を掲げるさまざまなワークプレイス・サービスを提供

ネットで住みかえ **nomu.com**
個人向け、投資用、事業用などさまざまな不動産情報をネットで提供

● 自社保有物件 133棟

賃貸事業 オンバランス

- ビル等管理物件数 772件
- テナント数 2,000社以上^{※2}

オフィスビル、商業施設など

サービスの提供 オフバランス

シェアオフィス、不動産売買仲介、フィットネス、WEB広告サービスなど

- H1T会員数 約22.2万人
- ノムコム会員数 約25.5万人
- メガロス会員数 約11.0万人

● 野村不動産グループカスタマークラブ会員数 約14.7万人

資産運用事業 オフバランス

オフィスビル、物流施設、商業施設、賃貸住宅など

- 運用物件数 468棟
- 機関投資家顧客数 235機関

住宅分譲事業・運営管理事業 オン・オフバランス

分譲マンション、戸建てなど

- プラウド累計供給戸数 約7.4万戸
- 住宅管理戸数 約18.6万戸

当社グループに根づく個に寄り添う姿勢

※1. 2022年3月末時点の数字を記載。ただし、ノムコム会員数のみ2022年1月末時点
 ※2. テナント数については、当社グループ保有物件およびプロパティマネジメント業務委託物件におけるテナントの合計数を記載

グループREIT・ファンドと構築する「賃貸バリューチェーン」

当社グループと野村不動産マスターファンド投資法人などの当社グループが運用するREIT・ファンドと共に構築する「賃貸バリューチェーン」は、一般的には分譲マンションなどと比べて、統一したブランド化が難しいとされる賃貸資産でもブランド構築を可能なものとし、多様なアセットの開発を支え、またナレッジの蓄積・活用にもつながる当社グループ独自の強みです。当社グループは、開発した特色ある物件を「物件取得パイプライン」を通じてREITやファンドに売却した上で、「マネジメントパイプライン」を通じてサービスを提供し続けることで、売却後もブランド価値の維持を実現しています。これは早期に開発利益を実現化し、新たな開発への取り組みを加速させることが可能となると同時に、グループREITにとってもブランド化された優良な賃貸資産の安定的な取得につながる、相互成長に寄与する取り組みです。

「マネジメントパイプライン」を通じてサービスを提供し続けることで、売却後もブランド価値の維持を実現しています。これは早期に開発利益を実現化し、新たな開発への取り組みを加速させることが可能となると同時に、グループREITにとってもブランド化された優良な賃貸資産の安定的な取得につながる、相互成長に寄与する取り組みです。



POINT 1
グループREITと一体となった価値向上

各アセットにおけるブランド戦略など、当社グループおよびグループREITが一体となって、物件運営を行う仕組みは、互いの価値向上に資するものです。グループREITの保有物件を含めた競争力のあるビジネスストックは、当社グループの大きな競争力となっています。

POINT 2
当社グループとグループREITの相互成長

2015年の「賃貸バリューチェーン」契約締結後、数多くの取引を実行してきました。当社グループにとっては物件売却の優良な出口として、グループREITにとっては高い環境性能など、競争力のある優良物件を取得できるスポンサーパイプラインとして機能しており、相互成長に大きく寄与しています。

ブランド化された競争力あるアセット



REIT・私募ファンドへの売却

79物件 3,968億円

REITからの取得

7物件 511億円

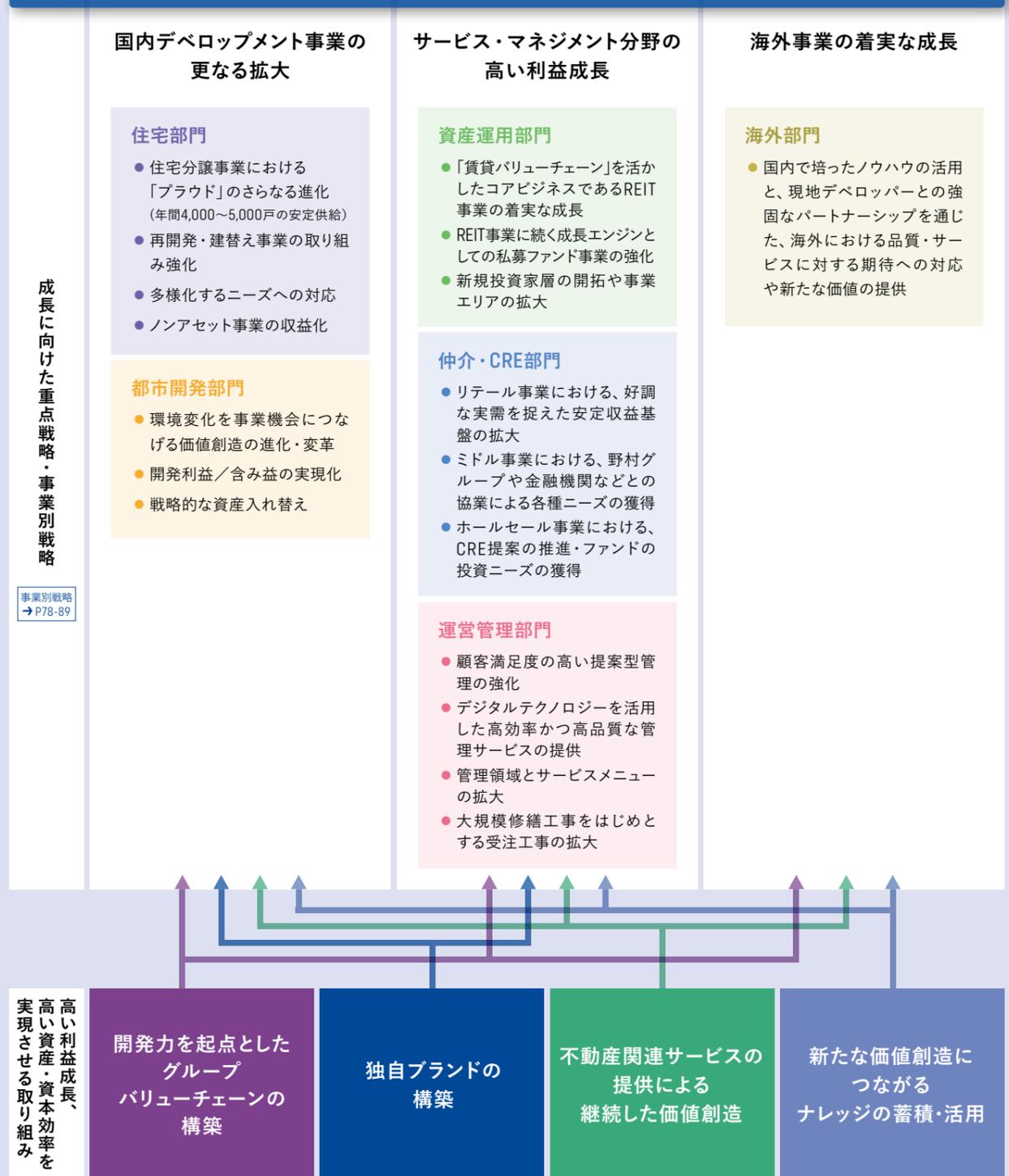
※取得額・売却額は、2022年3月末時点

中長期経営計画と「高い利益成長、高い資産・資本効率を実現させる取り組み」の関連性

当社グループの競争優位性である「独自性のある取り組み」、そしてそれらを支える仕組みは、中長期経営計画での重点テーマや、成長に向けた重点戦略などに強く結びついています。

中長期経営計画 → P56-61

重点テーマ：高い利益成長と高い資産・資本効率の実現



価値創造を支える 強固な経営資本と外部評価・実績

当社グループは、「個に寄り添う姿勢」と「高い利益成長、高い資産・資本効率を実現させる取り組み」を両輪とした価値創造を支える安定した財務基盤、豊富な開発用地ストックや多くの人々との接点を持つ顧客基盤など、強固な経営資本を保持しています。経営資本は、独自の価値創造を通じて、ステークホルダーからの評価や財務・非財務価値の創出につながるとともに、獲得した評価や実績は経営資本に環流し、強化にもつながっています。

ステークホルダーからの高い評価

外部評価

ESG評価：GPIFが採用するESGインデックス5銘柄すべてに選定

2022 CONSTITUENT MSCIジャパン
ESGセレクト・リーダーズ指数

2022 CONSTITUENT MSCI日本株
女性活躍指数 (WIN)



グッドデザイン賞
20年連続受賞



マンションブランド

15年連続No.1^{※2} **PROUD**

収益不動産(都市開発部門)
環境認証取得率 100%^{※3}

格付評価
JCR: A R&I: A-

グループREIT GRESB評価
6年連続 Green Star



不動産会社サイト
(売買仲介)利用者数
13年連続 No.1^{※4}
ネットに住みかえ ノムコム
nomu.com

マンション管理評価
13年連続
No.1^{※5}



60年以上の歴史

財務

売上高：
6,450億円

事業利益：
927億円

ROA: 4.7%

ROE: 9.2%

総還元性向：
44.3%

により積み上げた実績^{※1}

非財務

住宅分譲供給戸数(累計) 約18.1万戸



収益不動産
開発実績(累計)

賃貸住宅
129棟

オフィス
77棟

商業施設
38棟

物流施設
42棟



賃貸バリューチェーン取引実績(累計) REIT・私募ファンドへの売却 79物件 3,968億円

脱炭素に向けた進捗
CO₂排出量削減進捗

Scope1・2: 約14%減
(2020年3月期比)

Scope 3: 約39%減
(2020年3月期比)

人材の強化および
多様化

女性マネジメント職層比率
11.6%

当社グループに
根付く
個に寄り添う
姿勢

競争優位性、
事業活動を行う羅針盤となる行動指針

独自性のある
取り組み

高い利益成長、高い資産・資本効率を
実現させる取り組み

経営

資本

財務資本

自己資本比率: 30.3%

D/Eレシオ: 1.7倍

製造資本

住宅分譲用地ストック: 約1.4兆円

住宅系再開発案件取り組み数: No.1^{※6}

収益不動産用地ストック: 約8,400億円

賃貸可能床面積: 約79.0万㎡

海外事業 総事業費(当社持分):
約5,540億円

運用資産残高: 約1.9兆円

住宅管理戸数: 約18.6万戸

人的資本

連結従業員数:
7,548人

女性従業員比率:
32.4%

一級建築士: 268人

知的資本、自然資本など

不動産開発のノウハウ: 60年以上

資産運用のノウハウ: 20年以上

各種表彰をうける

高い商品企画・デザイン力

顧客基盤

野村不動産グループ
カスタマークラブ会員数:

約14.7万人

テナント数: 2,000社以上^{※7}

HIT会員数: 約22.2万人

メガロス会員数:
約11.0万人

機関投資家顧客数:
235機関

ノムコム会員数:
約25.5万人

※1. 2022年3月期または2022年3月末時点の数字。ただし、ノムコム会員数のみ2022年1月末時点
※2. 日本経済新聞社によるマンションブランドアンケートにおいて、「PROUD」が評価項目のNo.1を獲得した数が最多である年数を当社にて集計
※3. 取得予定含む ※4. Nielsen NetView調査。詳細は <https://www.nomu.com/plus/>

※5. 「住まいサーフィン」管理会社満足度調査ランキング参照 ※6. 当社調べ
※7. テナント数については、当社グループ保有物件およびプロパティマネジメント業務受託物件におけるテナントの合計数