

中期3か年経営計画  
【 Value-up 3 計画 】

2005年3月24日



Town Value-up Management

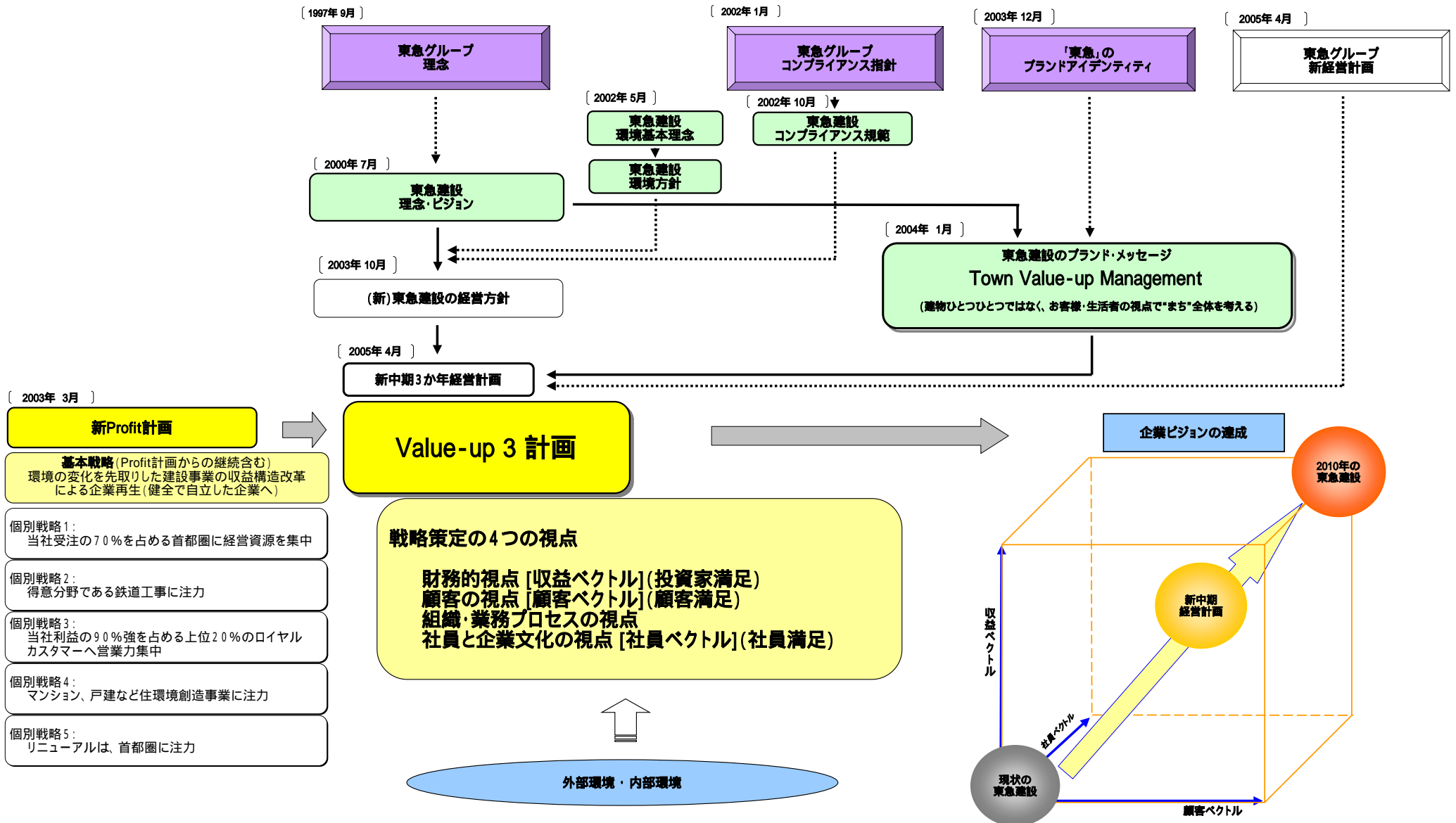
**東急建設株式会社**

<http://const.tokyu.com/>

## 目次

. 本中期経営計画と東急グループ・東急建設の諸施策との関係図 (本計画の位置付け)	1
. ビジョン・基本方針・基本戦略	2
. 戦略マップ	3
. Town Value-up Management の全体像 (Town Value-up Producer 東急建設へのロードマップ)	4
. 連結損益計画・有利子負債残高	5
. 受注高・完成工事高・利益率[単体]	6

・本中期経営計画と東急グループ・東急建設の諸施策との関係図 (本計画の位置付け)



## ビジョン・基本方針・基本戦略

計画名：Value-up 3 計画

\* 投資家満足・顧客満足・社員満足の3つの満足度のValue-up

### ビジョン

投資家満足・顧客満足・社員満足の3つの指標で斯界の最高水準を実現する

\* 斯界：生活環境づくり

### 基本方針

エンドユーザ志向・付加価値提供を目指したTown Value-up Management  
による東急建設ブランドの確立

### 基本戦略

環境の変化を先取りした収益構造改革による企業価値の最大化

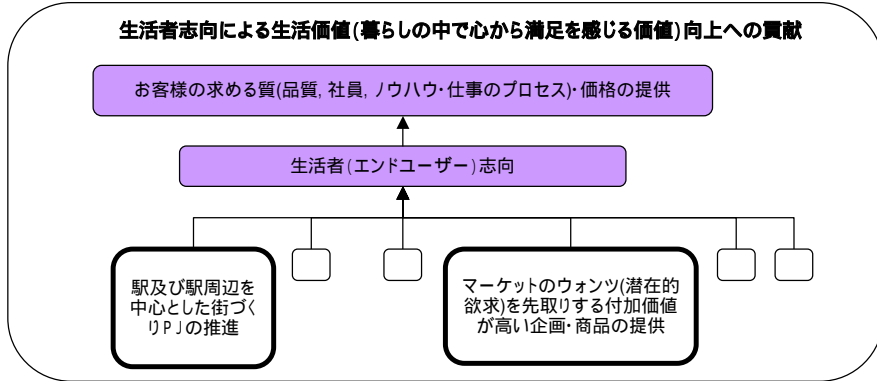
生活者志向による生活価値(暮らしの中で心から満足を感じる価値)向上への貢献

知識創造活動とプロジェクト推進による競争力の強化

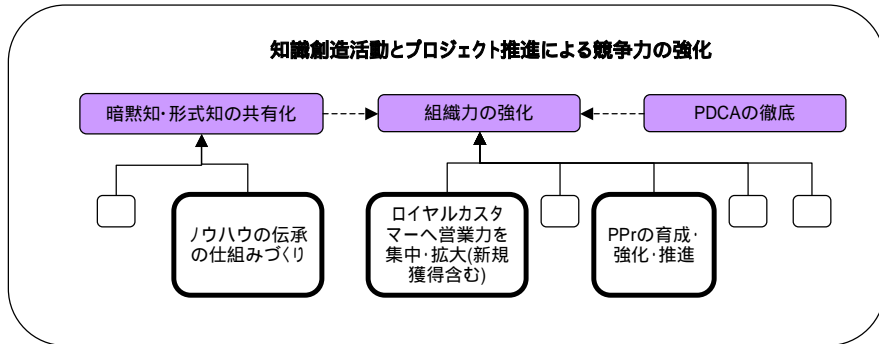
意欲と能力のある社員の創出によるDNA改革

# 戦略マップ

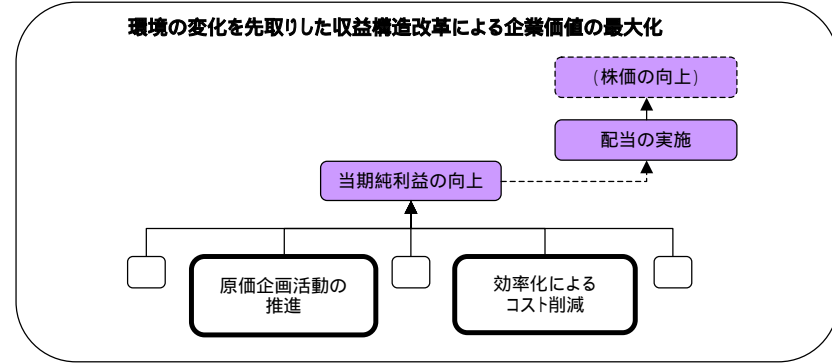
顧客の視点  
[顧客ベクトル]  
(顧客満足)



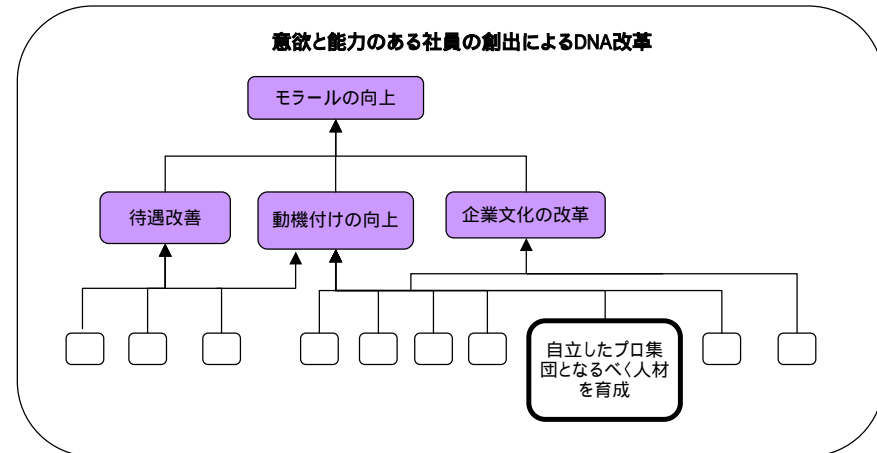
組織・業務プロセスの視点



財務的視点  
[収益ベクトル]  
(投資家満足)

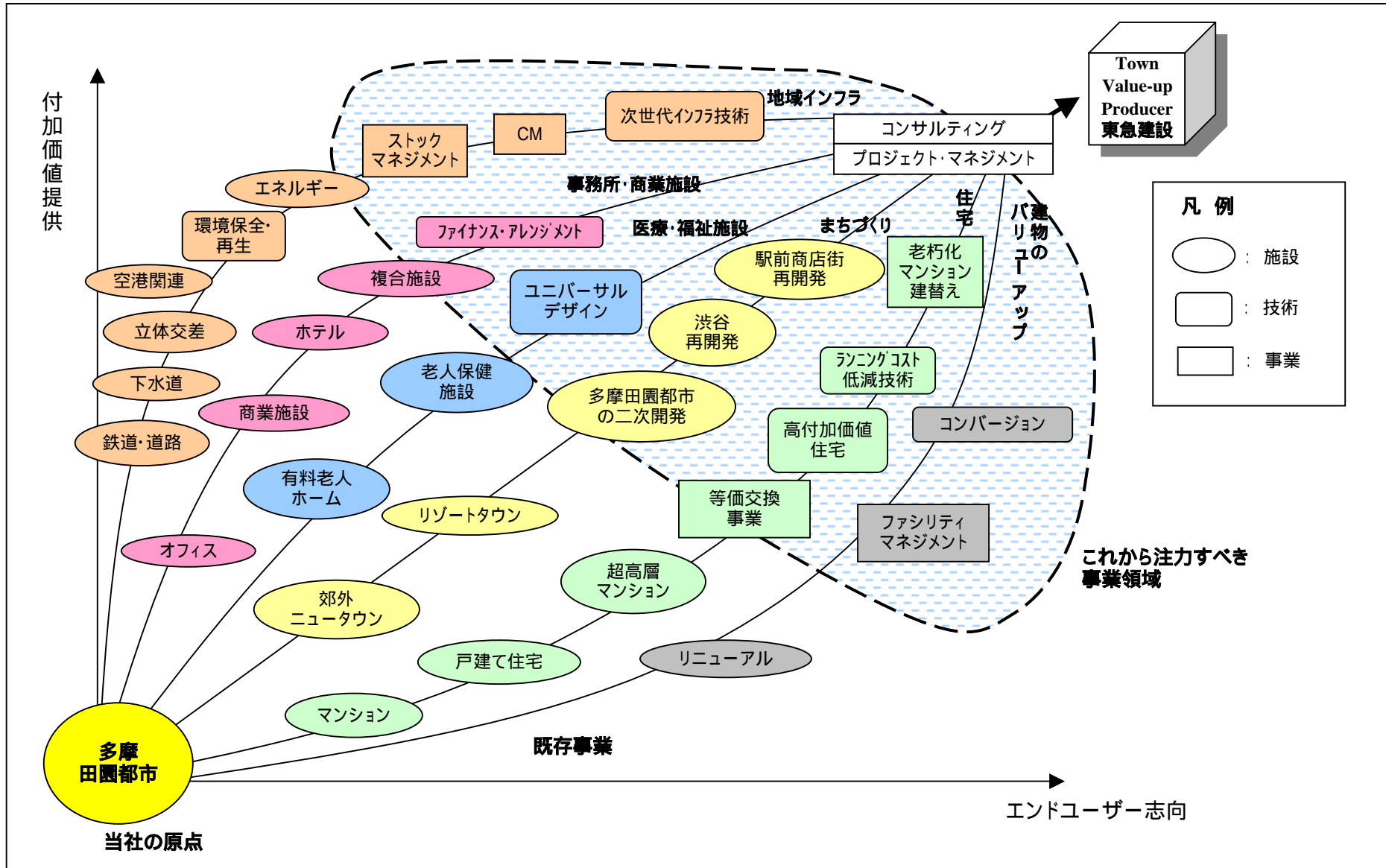


社員と企業文化の視点  
[社員ベクトル]  
(社員満足)



注) ■ : 上位概念・上位の戦略目標 (=戦略課題)

**. Town Value-up Management の全体像**  
(Town Value-up Producer 東急建設へのロードマップ)



\* Town Value-up Producer東急建設 : プロジェクトプロデューサーの集合体により、東急建設自体が街の価値向上に貢献するという意味

**連結損益計画・有利子負債残高**

(単位：億円)

科 目	2005年度計画 (自 2005年4月 1日 至 2006年3月31日)	2006年計画 (自 2006年4月 1日 至 2007年3月31日)	2007年度計画 (自 2007年4月 1日 至 2008年3月31日)
売 上 高	2,962	3,127	3,107
完成工事高	2,933	3,103	3,090
不動産事業等売上高	29	24	17
売 上 原 価	2,707	2,861	2,840
完成工事原価	2,686	2,842	2,827
不動産事業等原価	21	18	12
売 上 総 利 益	255	266	266
完成工事総利益	246	260	262
不動産事業等総利益	8	5	4
販売費及び一般管理費	149	149	150
营 業 利 益	105	116	116
营 業 外 収 益	1	1	1
营 業 外 費 用	13	14	13
経 常 利 益	93	103	104
特 別 利 益	-	-	-
特 別 損 失	1	-	-
税金等調整前当期純利益	92	103	104
法人税、住民税及び事業税	4	4	4
法人税等調整額	38	43	43
少数株主利益	0	0	0
当 期 純 利 益	48	56	56
有利子負債残高	231	209	189

受注高・完成工事高・利益率 [単体]

