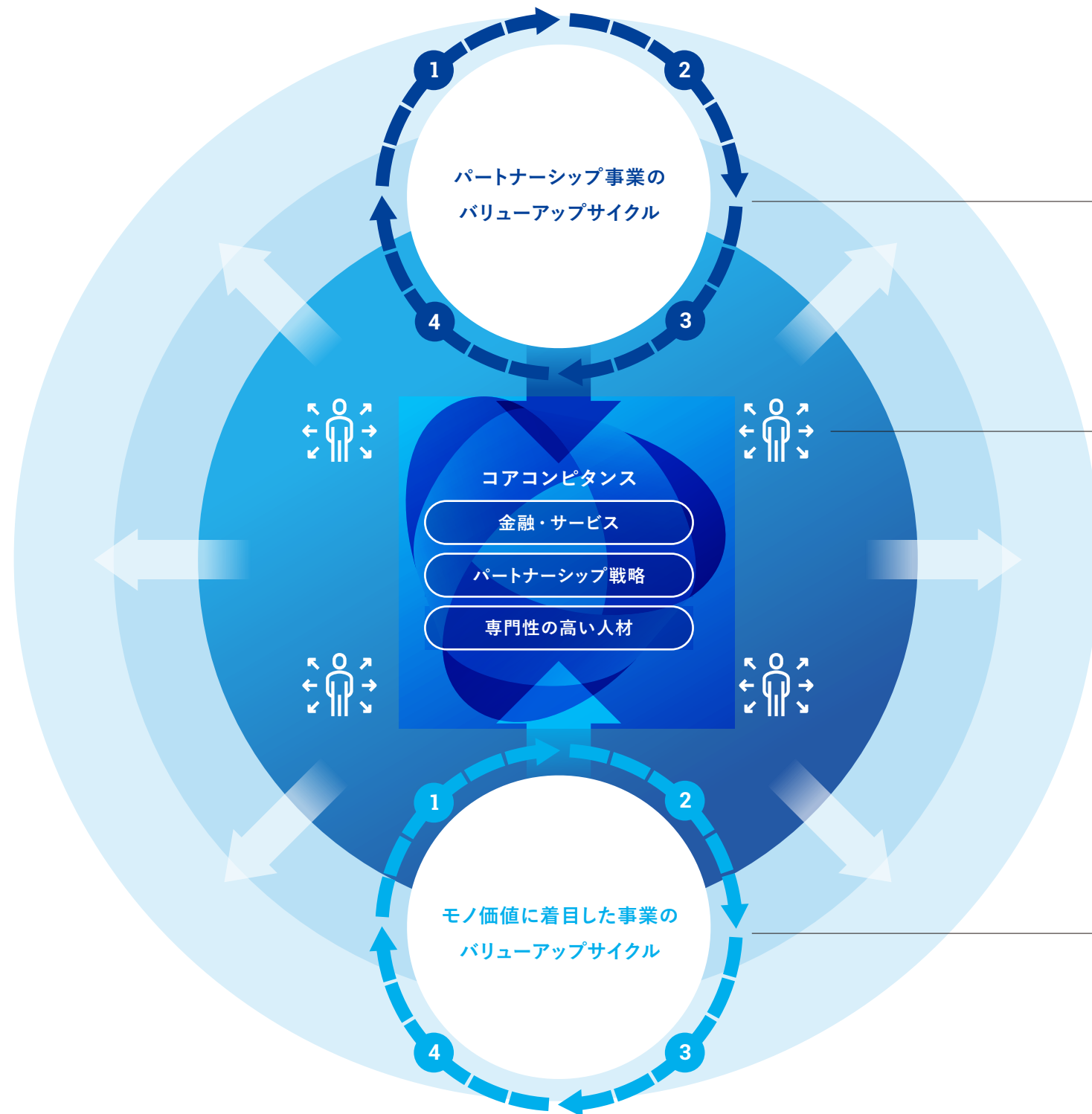


Business Model

東京センチュリーのバリューアップサイクル

当社のコアコンピタンスである金融・サービス、パートナーシップ戦略、専門性の高い人材を融合し、事業特性に沿った2つのバリューアップサイクルを推進することによって、企業価値向上を実現しています。



1 パートナーの課題把握

パートナーの課題解決に資するビジネスを発掘。

2 金融・サービスの融合

金融機能、豊富なアセット、アセットマネジメントノウハウ、幅広い顧客リレーションなど付加価値となる機能を融合。

3 共創による事業成長

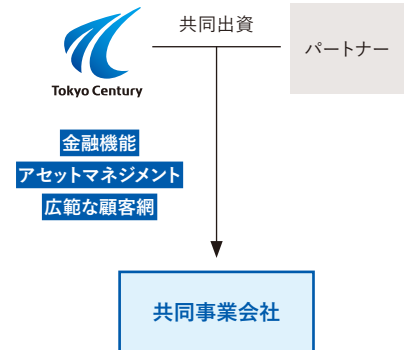
パートナーと共同で事業運営し、リスクの軽減を図る。両社のノウハウを活用し、リターンを生む収益事業へ成長。

4 モニタリング

長期保有による成長を基本戦略とし、事業環境やモニタリング結果によって売却・撤退を判断。

競争力の源泉

パートナーと共同で事業運営し、利益を創出する独自のノウハウ



アセット・パートナーの価値を最大化し、価値創造領域を拡大する多様な専門人材

▶ P.87

高度な専門性を有する多様な従業員の存在により、モノを通じたビジネスモデルの拡大や有力パートナー企業との協業など、参入障壁が高く、幅広い独自の事業推進を可能とします。より創造性の高いビジネス創出を目指し、専門人材を継続的に強化していきます。

1 顧客の課題把握

ファイナンス機能のみではなく、顧客課題をさめ細かく把握し、付加価値となるサービスを提案。

2 アセットの提供

アセットの適切な価値を評価し、顧客のリース料負担を軽減。専門性の高いアセットを保有し、サービスの差別化を図る。

3 付加価値の提供

アセットの提供のみに留まらず、アセットのアフターサービスをリースとともにフルパッケージで提供し競争力を向上。

4 バリューアップ

アセットを適切に整備し、再利用もしくは中古市場で売却するほか、ポートフォリオの適切な入れ替えを図り収益力を向上。

競争力の源泉

専門性の高いアセット

