



商業施設

事業領域 | 商業施設の開発・運営、テナントへの賃貸、投資家への分譲、管理・運営等

市場環境

リスク

- 人口減少や少子高齢化による国内の個人消費支出の縮小
- EC市場の伸長によるリアル施設売上の影響懸念
- 物価高、人手不足等による建築費の高騰

機会

- リアルとデジタルを使い分ける消費行動の定着
- インバウンド需要の再拡大

競争優位性

- 「ららぽーと」「三井アウトレットパーク」等幅広いアセットを全国に展開
- 商業テナント約**2,500社**※、店舗数約**10,800店**※
- 三井ショッピングパーク会員約**1,425万人**※
- 「MSPアプリ」や「&mall」といったデジタルとリアル施設を組み合わせた顧客接点

※ 2025年4月1日時点

事業戦略

- 商業施設、スポーツ・エンターテインメント、EC等の各種サービスを組み合わせた、唯一無二のオムニチャンネル基盤を構築。顧客ごとの新たな体験価値を創出する。
- これまでの事業を通じて培ったリレーションを活かし、出店者・ビジネスパートナーの事業課題を解決するサービスを提供。
- 「商業施設デベロッパー」から「コマーシャル・サービス・プラットフォーマー」への進化を目指し、幅広く価値提供することにより、収益源を多様化、ビジネスモデル革新を図る。

オムニチャンネル基盤の進化

リアルとデジタルを活用した
新たな体験価値を提供



収益源の多様化

リアル施設のメディア化

- 発信力を活かしたイベントの展開
- 集客力を活かした館内広告媒体の販売拡大(ネーミングライツ、デジタルサイネージへの掲出など)

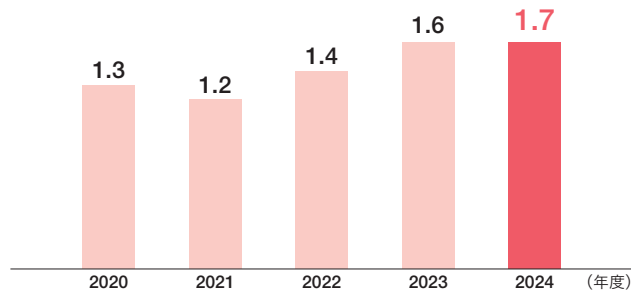


商業施設

業績推移

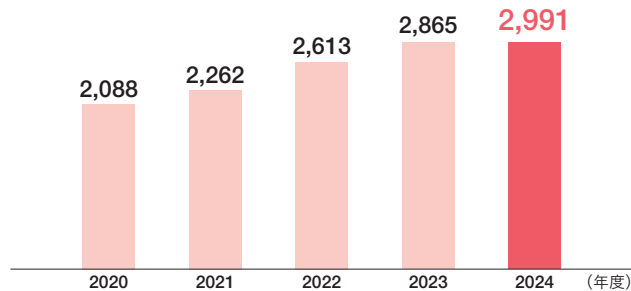
施設売上推移

(兆円)

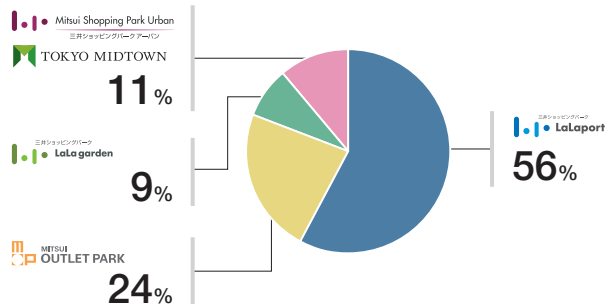


賃貸収益推移(連結)

(億円)



施設売上比率※(施設種別)



※ 一部転貸物件含む(2024年度、単体)

収益の基盤

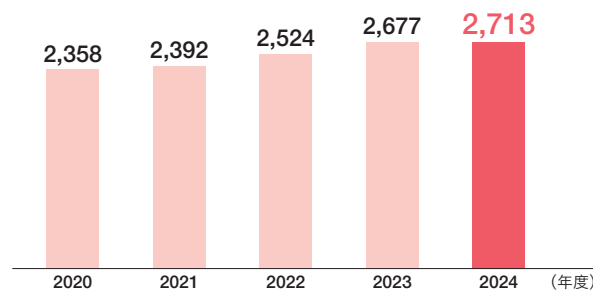
施設展開

85施設
 (2025年7月末時点)

※ MSP施設+ミッドタウン3施設

貸付面積推移(連結)

(千㎡)



テナント数

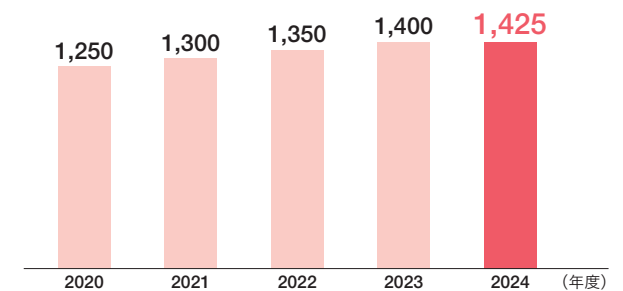
約2,500社
 (2025年4月1日時点)

顧客基盤

約1,425万人
 (2025年4月1日時点)

会員数推移

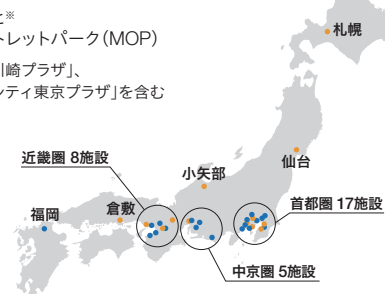
(万人)



首都圏を中心に、国内の大都市圏に厳選出店

出店分布(ららぽーと・三井アウトレットパーク)

- ららぽーと※
- 三井アウトレットパーク(MOP)

 ※「ラゾーナ川崎プラザ」、
 「ダイバーシティ東京プラザ」を含む


エリア別出店数(ららぽーと・三井アウトレットパーク)

	計	ららぽーと	MOP
合計	35	22	13
首都圏	17	12	5
近畿圏	8	5	3
中京圏	5	4	1
その他	5	1	4

(2025年7月末時点)

今後の開発パイプライン (2025年7月末時点)

 国内プロジェクト **5物件** | 海外プロジェクト **2物件** うち台湾 **2物件**