

三井不動產集團 台北市首座區域型購物中心
Mitsui Shopping Park LaLaport 南港
預定將於 2025 年 3 月 20 日開幕

台灣三井不動產(股)公司
2025 年 1 月 23 日

Mitsui Shopping Park LaLaport 南港
匯集威秀影城、LOPIA 日系超市、Kidzania 兒童體驗設施等
約 300 家專櫃進駐 成為北部最具亮點購物中心

三井不動產集團台灣首座大型區域型購物中心 Mitsui Shopping Park LaLaport 已於 2023 年 5 月於台中開幕，接著坐落於台北市南港的第二座 Mitsui Shopping Park LaLaport 也於今日發表預定將於 2025 年 3 月 20 日正式開幕營運。本案為三井不動產集團與中國信託金融控股公司子公司台灣人壽保險(股)公司簽訂南港 C3 地上權開發案內商場營運租賃契約，承租部份地下一樓至地上六樓作為 Mitsui Shopping Park LaLaport 南港的營運據點。三井不動產集團目前在台灣的商業投資事業涵蓋北部、中部、南部，分別各有三座 Mitsui Shopping Park LaLaport，以及三座 MITSUI OUTLET PARK 據點。

本案位處於台北市南港軟體經貿園區，主事業單位為台灣人壽，除了 Mitsui Shopping Park LaLaport 南港即將進駐之外，還規劃了包含租賃辦公室、多功能展演廳、宴會廳等的複合式開發案。本設施鄰近台北市重要的兩條都會交通網絡「捷運板南線」「捷運文湖線」雙線匯集，與台北捷運、台鐵、高鐵三鐵共構的「南港站」也僅有一站的距離。交通的便利性帶動周邊商務以及居住人口逐年成長。緊鄰的『南港展覽館』為目前全台最大的會展中心，每年舉辦超過數十場的各產業展覽與發表會，展覽期間單日可達約 2 萬~17 萬左右人流。附近並有音樂文化創作中心、亞洲第一的軟體產業園區、中國信託金融園區等，每日約有數萬名國內外商務人士在此進出。近年

南港周邊更是住宅案興起，目前位於本設施約 3 公里商圈約有 60 萬人口、5 公里商圈更聚集了約 100 萬的居住人口，包含辦公大樓、飯店等開發案也陸續進駐南港。

未來，本案將與周邊建物，包含南港展覽館、捷運機廠、中國信託金融園區、鄰近的開發案等以連通空橋串聯，提升各個建物間的使用者能夠更加便利的互相往返其中。三井不動產集團期望藉由進駐本案後能夠帶動南港周邊更大的經濟效益與繁榮發展，同時創造更多的就業機會。



本開發案建築外觀示意圖

❖關於「Mitsui Shopping Park LaLaport」

三井不動產集團旗下商業設施事業包含以優惠的價格、輕鬆購買過季商品等為主的『MITSUI OUTLET PARK』；以及以當季、正價商品為主的區域型購物中心『Mitsui Shopping Park LaLaport』等。Mitsui Shopping Park LaLaport 以提供在地居民生活上的需求，匯集了物販餐飲、休閒運動、親子娛樂、藥妝美容、大型書店、日系大型超市等多樣化的品牌及商品。同時，LaLaport 不僅只是滿足顧客日常生活之所需的購物中心，透過舉辦各種文化與教育兼具的互動體驗、情報交流等活動，期望成為區域社會的核心。在依循「Growing Together」的品牌概念下，我們希望實現與設施的品牌廠商、員工、以及在地居民共存共榮，同時帶動區域發展，為社會做出貢獻的目標。



過季、折扣商品為主



當季、正價商品為主

『設施特色』

Mitsui Shopping Park LaLaport 南港以「結 MUSUBI」作為內裝設計概念，集結過去與未來、自然與都市、台灣與日本等多樣化元素於一體，讓設施呈現多元融合的價值感。

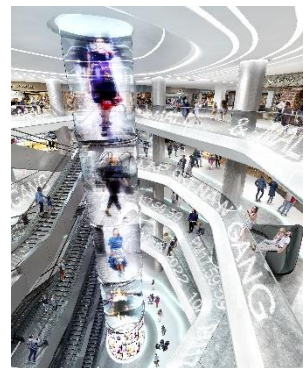
◆彷彿都會中的綠洲，自然與流水所交織出的療癒空間

「**Memory Court**」。挑空區採用即將進駐本設施的「MONCEAU FLEURS」的植栽呈現出充滿洗鍊的設計感。設施中還規劃有瀑布與水的造景，並且結合木材的質感與溫感，以水流流動的線條感堆疊象徵歷史的層次，並搭配柔和的光線為設計的精隨增添空間的明亮感。就算身在都會，卻能感受有如被大自然吹拂療癒的舒適快感。



◆未來與潮流融合的洗鍊空間

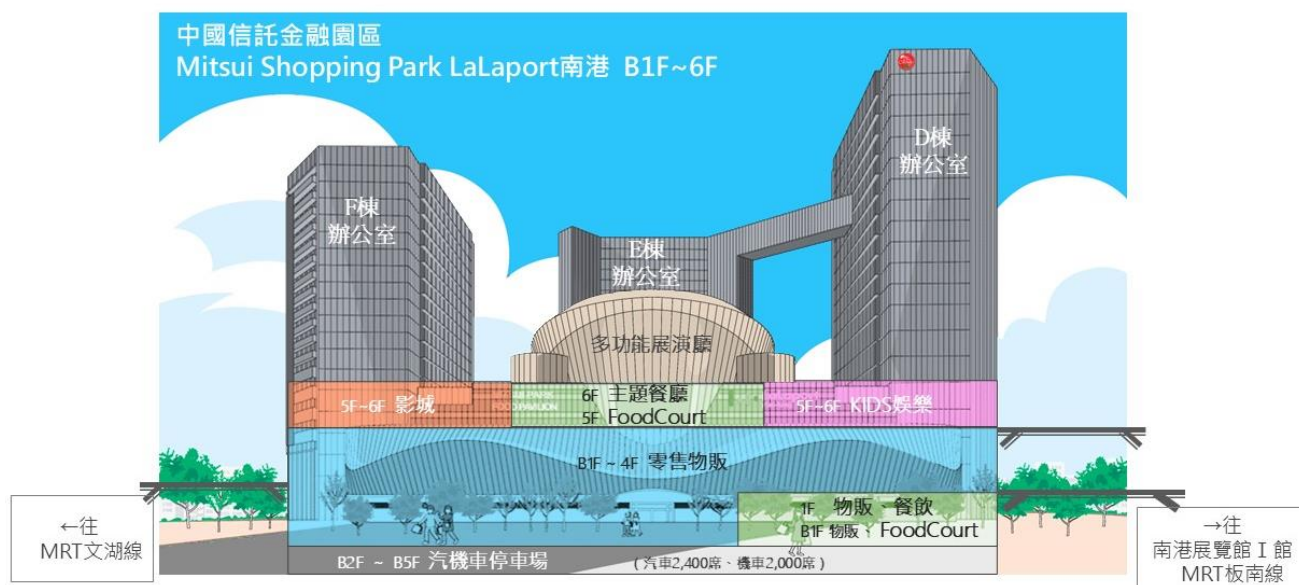
「**Future Court**」。導入最先端數位技術，設置從地下一樓延伸至四樓高的 LED 圓柱型螢幕。透過巨大又充滿爆發力的影像播放，不僅帶給顧客超震撼的視覺享受，更創造出一種既摩登又新潮的氛圍。將軟體園區的移動燈光融合人造透明感的 LED 線條塑造出未來感。洗鍊又兼具未來感的設計，讓來訪的顧客感受只有來到這裡才能體驗到的驚奇與感動。



『品牌特色』

Mitsui Shopping Park LaLaport 南港預計將有包含「威秀影城」、近年積極在台拓點的日系超級市場「LOPIA」、備受親子客層喜愛及期待的兒童職業體驗設施

「Kidzania」，以及國際品牌、日韓品牌、大型生活用品品牌、親子娛樂、知名排隊餐飲等約 300 家專櫃進駐※註 1。不僅只是滿足購物與餐飲的需求，大型生活店的進駐提供周邊居住人口日常生活面上的滿足，加上充滿親子同樂的娛樂設施與各類型活動的規劃，讓來到設施的顧客皆能在此度過一整天的悠閒時光。未來不僅要成為區域居民們喜愛且指定聚會的重要據點，還能提供南港經貿園區、以及往訪展覽館的商務人士們一個適合洽商、餐敘等最適場所。朝向滿足不同世代、不同族群的時間消費型商業設施為目標。（※註 1 部分餐飲品牌將於開業準備完成後陸續開業）



◆『台灣初展店』_物販

「graniph」提供各種圖形商品，包括圖案 T 恤和雜貨等，滿足各個年齡層的朋友，同時每週推出的新作獨創設計，並透過與藝術家作品、繪本、音樂和動畫等多樣化的合作，推出各種不同類型圖案的商品。



petit main 形象圖

「9090」以「文化復興」為概念，受到 90 年代至 00 年代青年文化啟發，推出古著混搭設計的街頭品牌。自 2018 年成立以來，品牌主要透過社群媒體進行運營，並於 2023 年在原宿設立了旗艦店，同時擴展至大阪和名古屋。過去品牌曾與 Aape、umbro、寶可夢等多個合作對象聯手推出聯名系列。



graniph 形象圖

能擁有女孩 & 男孩具潮流設計造型的親子服飾品牌。

「LAKOLE 樂好樂」結合以能在日常生活中展現開心的「樂 LAKU」和禪意中代表每一天都是美好的「日日是好日 nitsinitsikorekoujitsu」二者而誕生了 LAKOLE。將日常所需的服飾、生活雜貨等用品變得更好入手、更美好。



LAKOLE 形象圖

「MARK GONZALES」傳奇滑板選手兼藝術家 Mark



comcoca 形象圖

Gonzales 闖進時裝界，創立美國街頭

服飾同名品牌 MARK GONZALES。Mark Gonzales 以

「GONZ」的外號進行活動，奠定了現代街頭滑板運動的基礎。品牌將藝術總監 Mark Gonzales 的經典天使圖案、趣味手繪畫、充滿個人風格的特色字體及書法標誌融入創

作，展示自由的哲學及獨特隨興的時尚風格。「comcoca」日系快時尚品牌，以實惠價格提供日常時尚新選擇。

◆『台灣初展店』_餐飲

「La Ohana」將廣受日本人喜愛的夏威夷風格引進臺灣，首號店進駐 LaLaport 南港，提供五感充盈的沉浸式餐飲體驗。La 在夏威夷語是太陽、Ohana 是家人的意思，品牌概念是仿造夏威夷度假飯店。從門口設置的香氛機、島嶼風情的背景音樂、度假氛圍的木造及藤編家具，身著夏威夷衫的熱情服務人員、日式和美式的料理選項，到 La

選物紀念品區，在盼望顧客在店內用餐期間就像在度假般放鬆愉快。



La Ohana 形象圖

「**SAPPORO BONE**」於 2015 年在日本北海道設立，主營肉類排餐品牌的 SAPPORO BONE 將海外首店獻給 LaLaport 南港，重現經典日式烤生牛肉與各類排餐餐點。



SAPPORO BONE 形象圖

「三之星ミツボシ」用袴鍋煮出的美味米飯和來自烤肉店的牛肉搭配特製醬汁，完成一道美味的米飯和肉菜。



三之星ミツボシ形象圖

「**韓美膳**」休閒風格的韓國料理店「**韓美膳**」。提供大量的肉類和蔬菜，健康美味的街頭小吃（如芝士熱狗）、紫菜包飯和醬油炸雞等多樣化選擇。以及「**豆腐里**」，以手工製成非基改豆腐與韓式石鍋米飯，打造出美味的韓國風味料理。



韓美膳 形象圖

◆『日系服飾・雜貨&親子生活』

日系品牌一直是台灣消費者的最愛，也擁有非常多的忠實粉絲，此次 LaLaport 南港同樣引進許多台灣消費者喜愛的日系服飾雜貨與親子生活品牌。

ADASTRIA 是台灣引進最多日本時尚潮流服飾的品



HARE 形象圖

牌代表，看好東區南港擁有眾多該品牌客層，此次一舉將旗

下多個品牌中的 10 個雜貨服



CAFE BUSINESS



² NIKKO and ...COFFEE」，可以讓人類體驗到這種難以以這種全新的 LIFE STYLE 從零所創設的咖啡區域。現在全日本共有 8 間門市設置咖啡區，另外也會不定期與不同品牌咖啡業者合作販售。

UNI⁹UE SENSES

niko and ... 形象圖

飾品牌全部進駐 LaLaport 南港。包含年輕族群最喜愛的「niko and ...」將以複合式的旗艦店方式，除了服飾之外 niko and ... COFFEE 也將一同展開，這也是 niko and ... 以複合式的方式首次進駐商場；另外，以質感率性黑白配色為主軸，提升日常穿搭服飾的高雅氣度，融合藝術與流行趨勢的新時代的摩登時尚品牌的「HARE」；融合了當季流行款式與簡約款式的服飾，為少女提供簡單易搭 style 的「repipi armario」；「LOWRYS FARM」以直接概念「現在就想穿」的當季流行趨勢加上「能持續穿搭」的基本款商品一起為所有女性打氣。



repipi armario 形象圖

在台灣擁有高人氣的「BEAMS」；「URBAN RESEARCH」；「relume



BEAMS 形象圖

JOURNAL STANDARD」“just feeling” relume 崇尚的是適當且貼切的時尚風格品牌，不強求追逐流行，提供休閒剪裁和簡約的設計，用質量詮釋的商品是 relume 的特色。



relume 形象圖

「green label relaxing」1998 年創立於東京，品牌理念「Be Happy～時尚讓人每天都心情愉悅～」希望作為契合各種不同生活型態並兼具時尚的店鋪。透過對品質的堅持，捕捉每一季的流行趨勢，以貼近顧客日常的風格，來引領著日本的時尚，是長期受到支持及喜愛的品牌；「Nano universe」起源於大阪，從經營美式休閒風格的兒童服飾開始，以獨特的審美眼光與精選商品，迅速成為大家心中的人氣店鋪；



green label relaxing 形象圖



土屋鞆 形象圖

「土屋鞆製造所」1965 年誕生於日本東京，以製作小學生書包起家，後來用傳承半世紀的職人技藝，創造出與時俱進的皮革魅力與經得起時間考驗的工藝品質，低調不失奢華。近年為了將日本品牌精神與傳統手作之美以更現代化的方式呈現，打造了新的國際化視覺形象，並選定靈感來自日本傳統的藍色系作為新的品牌色



「TSUCHIYA BLUE」；「MARKEY'S」 「笑顔になる子供服を」。以展開笑臉的童裝為主題，匯集了簡單的設計，增加童趣的獨創設計，以及搭配選物品牌等，是間總是讓人充滿期待的日系童裝品牌。以及日本品牌「EPOCH」旗下的森林



MARKEY'S 形象圖

家族也確定將落腳於此，包括經典的人偶、精緻的小屋，以及各種場景和配件，讓您的森林家族更加豐富多彩。

◆『特色生活大店&娛樂』

近年大台北地區的居住人口已有逐漸由北市中心開始向郊外地區擴散的趨勢，以南港地區周邊及鄰近所能涵蓋的區域包含信義區以東、內湖、汐止、甚至北到基隆的居住人口亦是逐年的成長。LaLaport 做為區域型購物中心，除了引進方便商務人士需求的物販與餐飲之外，更期望能顧及到大量的周邊居住人口，提供生活上更便利與更優質生活的商品。LaLaport 南港預計將引進多家特色生活大店以及娛樂設施來滿足居民們的需求。

「淳久堂書店」以「文化交流」為宗旨，成為台日文化的橋樑。涵蓋台日英等多種語系、提供精美的文具與生活雜貨，致力打造能輕鬆享受日本文化的書香空



HANDS 形象圖

間；「**HANDS 台隆手創館**」HANDS 台隆手創館品牌 LOGO 以手寫漢字「手」為象徵，代表 HANDS 不僅用手提供溫暖的服務，亦與顧客一同用手打造理想生活，精選最好商品，為顧客挖掘新鮮事物、激發日常的

HANDS 形象圖

好奇心與喜悅，與顧客共同實現

最美好的生活 PLUS; 「MUJI 無印良品」始終堅持 3 個商品開發的基本原則：1. 嚴選素材 2. 檢討製程 3. 簡化包裝，MUJI 無印良品簡約自然的商品設計，來自於努力追求合理製程的結果。就像是「空的容器」一樣兼具純粹與包容，能夠自在地容納人們的感受與想法。



MUJI 形象圖

「**HOLO+FACE**」不斷思考照片對每個人的重要性與影響力，以「參與你一生每個重要時光」為理念，從服裝規劃，妝髮造型、專業攝影到精緻修圖，打造出「一站式明星級」的服務體驗，讓客戶無需親自參與繁瑣的準備過程，僅需沉浸於精心設計的專業服務環節中。「**NIKE**」打造「NIKE 南港品牌體驗店」全方面提供各類型運動需求商品，適合全家大小一同前來，並導入 Nike by you 訂製服務。

「LOPIA JAPAN」的經營理念 以『食生活♡♡樂比



NITORI 形象圖

亞』為座右銘，用食生活為主，
LOVE LOVE 樂比亞，讓顧客喜愛來
樂比亞，以打造低價格之烏托邦而
誕生的公司。所謂的烏托邦，是讓
人感到快樂、感動、隨時都想前往
之理想國度；「akachan honpo」阿



LOPIA JAPAN 形象圖

NITORI 形象圖

來自日本，擁有創業 90 年以上歷史的母嬰用品專門店。貼近顧客的心思來思考，以微笑育兒為目的打造一站式的購物環境：「NITORI」來自日本北海道的國民家居連鎖品牌，致力於實現「將繽紛的

居家生活呈現給世界上的每一個人。」希望能夠提供顧客以平價預算，就可進行空間搭配樂趣的日式居家生活。

「**KidZania**」台灣首座充滿寓教於樂的體驗設施「KidZania」為 25 年前於墨



實景照片由 KCJ GROUP 株式會社提供

西哥所創立的，概念就是融合「Education 教育」與「Entertainment 娛樂」的

『Edutainment』。讓孩童們除了可以嘗試體驗自己喜歡的工作，透過職業的體驗與學習真實社會的運作，也培養孩童們自我生存的能力，是個『由



實景照片由 KCJ GROUP 株式會社提供

孩童作主的城市』。自確認 KidZania 即將在明年確定登台消息曝光後，獲得熱烈的迴響，KidZania 對於大眾的大力支持深表感謝，很高興能將 KidZania 獨一無二的理念帶給台灣的家庭。同時 KidZania 也要向大眾提醒，近來出現有心人士假冒 KidZania 名義，透過各種社群平台，誘導消費者點擊連結報名活動等手法，進行冒名詐騙。目前台北 KidZania 尚未開放門票販售，請勿相信網路平台不明訊息或任意提供個人資料，避免接觸可疑的網路訊息，以保護自身權益。(※註 2 「KidZania」預計於 2026 年上半年正式營運，台北 KidZania 相關消息將以官方網站：<https://taipei.kidzania.com/en-us/>發布為主)

「**威秀影城**」也確定將會進駐 LaLaport 南港，預計規劃 17 座大小影廳，將是台北市擁有最多影廳的影城，座位數超過 1400 席，雷射投影加上高規影廳音效，滿足觀眾全方位需求，以後逛街、享美食、看電影再也不必往信義區跑了。

◆ 『**美食街_B1+5F**』

LaLaport 南港位處南港經貿園區，除了每日往返園區的商辦員工，加上南港展覽館全年舉辦規模大小不等的國內外展覽活動，每每湧入數萬的參展廠商與參與活動的相關人士。以往特別是附近上班族，或是參展的工作人員及參訪者到了用餐時間總是特別的困擾，不是距離的問題就是選擇性少，LaLaport 南港這次在餐飲的規劃上將充分滿足大家的需求，特別規劃了兩處不同類型的美食街，分別位在設施的 B1 以及 5F。

位於 B1 與 5F 的美食街主打各國特色小吃，特別是針對分秒必爭的上班族以及參展等的商務人士，以及外食族等，提供多樣化的選擇、快速供餐，但同時又保有美味的口感。此次更有多家美食首次進駐北部或是商場。包含「**林聰明沙鍋魚頭**」、「**味穗**」、「**茶嶋咖哩**」與「**福喜滿豬腳排骨**」、多次經日媒報導的日式「**博多鉄板屋台モリちゃん**」、「**Hiro's らぁ麺 Kitchen**」、「**金子半之助**」、「**大阪王將**」等。



「林聰明沙鍋魚頭」(北部首店)嘉義最具代表性的美食，保有南部小吃的傳統與食材講究，堅持用心作料理，獨家口味用料實在，成為台灣的人氣美食，2019 年更獲國際影音平台 Netflix 紀錄片《世界小吃：亞洲篇》跨海拍攝專訪。傳承三代 70 年的台灣小吃，融入一道道嘉義的人情味與懷念的古早味。這次在北部饕客敲碗多年後終於決定進駐 LaLaport 南港。

「味穗」(北部首店)來自章魚燒的發源地-大阪心齋橋，特製章魚燒外酥脆內濕潤，以即使不沾醬也好吃而受到好評及喜愛。也可依照自己的喜好選擇淋上醬汁及配料，變成獨一無二的特製美味。章魚燒粉搭配自製高湯調製而成的麵糊使得表皮相當入味，即使冷掉也不減其美味。



「茶嶋咖哩」(北部首店)鼓勵人們冒險品嚐來自不同國家的咖哩，透過品牌探索各種風味和文化，可以提供消費者一個尋求全球咖哩之旅的機會。

「宗家 源吉兆庵」源吉兆庵依循古法，並且配合時代喜好調整製程，期許將其深遠意境發揚光大。透過和菓子來傳達日本文化的發想，開始了源吉兆庵走向海外的美妙旅程。從台灣出發，希望更多人知道和菓子的美味，以及日本文化的美和心。



「幻日線法式甜點」quatre - quarts 太陽般的閃耀甜點極致味蕾 幻日饗宴 我們是時間的製造者品牌，主張以 4X1/4 作為品牌主張，代表著我們是時間的製造者，強調每一份到客人手上的甜點都是甜點師經過一天規律、精準的計算及流程安排才能孕育出層層堆疊出的美好滋味。

「新建成」成立於 1936 年，傳承品牌對傳統古早味的堅持與熱愛，家族第三代接棒，回歸最單純的家族起點，阿公阿嬤設立餅舖的初衷是希望為下一代帶來好運及美好的未來，這正是新建成餅店的真實精神，象徵著一份無私的「美好祝福」。品牌不變的使命與目標就是讓這份家的美味傳承百年。





「杜甲 A-Ma」杜甲 A-Ma，是亞洲第一間以辣椒為主的辛香料概念體驗店。透過刺激的味蕾探索創辦人走訪產地累積的辣椒知識、故事與記憶。產品以華人傳統家庭必備的醬、油、粉、乾糧及辛香料打造五大系列。主推杜甲香麻醬，融合辣椒、花椒、豆瓣、脆椒，椒麻百搭無限內涵醇厚風味、麻而不辣、椒香四溢，長年為杜甲熱銷商品。

◆ 『主題餐廳』

LaLaport 南港匯聚包含台灣知名排隊餐飲、道地日式料理，以及眾多異國料理餐廳。提供南港周邊商務人士餐會饗宴、家庭團聚餐敘等，充滿特色的精緻料理、享受頂級的味覺饗宴。（※註 3 部分主題餐廳將於設施開幕後陸續開業）

「京昌園」1962 年在日本靜岡創立，致力於傳統燒肉風味，經炙烤後的嚴選食材和秘製醬汁，在口中散發出的極致味道。這就是京昌園的美味，是僅憑美味一詞無法言喻的感動。



「漢來上海湯包」出自五星級餐飲集團，漢來上海湯包提供最頂級的料理與服務，師傅手桿麵皮，捏出皮薄餡豐的上海湯包，湯包上不多不少的 18 摺，是經驗的累積，更是對美味的堅持。除了招牌的湯包系列之外，在這裡還可以同時品嚐到主廚私房菜、清燉湯品和精緻甜點。



「米與多蜜」日式炭火漢堡排「米與多蜜」美味關鍵「米飯、多蜜醬、炭火漢堡排」的美味靈魂三元素：「米飯」嚴選擁有日本基因的斗南町越光米，米粒晶瑩飽滿，入口夾帶著米香，軟中帶 Q 的口感。「多蜜醬」GANKO 本社總料理長笠原隆昌所研發調製，鮮果蔬菜及牛骨高湯歷經 72 小時熬煮，將牛骨中膠原蛋白及甘甜融入醬汁，成就香氣不凡的「秘製多蜜醬」。

※ 『Mitsui Shopping Park LaLaport 南港』 相關設施概要等訊息請參閱附件。

< 附件 1 > 專案概要

所在地	台北市南港區經貿二路 131 號
交通資訊	MRT 文湖線「南港軟體園區站」徒步 1 分 MRT 板南線・文湖線 「南港展覽館站」徒步 3 分
專案主體	台灣人壽取得地上權・投資興建開發複合式建築・當中商業設施部份由三井不動產租賃負責 LaLaport 營運。
事業形態	區域型購物中心
基地面積	約 41,537 m ² (約 12,565 坪)
商場面積	約 157,000 m ² (約 47,000 坪)
店鋪面積	約 70,000 m ² (約 21,500 坪)
店鋪數	約 300 店鋪
結構・建物規模	RC/S 構造 地上 27 層 地下 5 層 / 整體建築設計 李祖原聯合建築師事務所 商場部分：地下 1 層～地上 6 層 / 商場樓層設計 株式會社 船場
施設名稱	「Mitsui Shopping Park LaLaport 南港」
商場開幕	2025 年 (預定)

< 附件 2 > 專案周邊位置圖



❖關於三井不動產集團其他在台事業推進

開發事業	所在地	物件名稱	開幕/竣工
商業設施 事業	新北市林口	MITSUI OUTLET PARK 林口 I 館	2016 年 1 月
		MITSUI OUTLET PARK 林口 II 館	2024 年 11 月
	台中市	MITSUI OUTLET PARK 台中港	2018 年 12 月
		MITSUI OUTLET PARK 台中港 二期	2021 年 12 月
	台南市	MITSUI OUTLET PARK 台南	2022 年 2 月
		MITSUI OUTLET PARK 台南 二期	2025 年(預定)
飯店事業	台中市	Mitsui Shopping Park LaLaport 台中	2023 年 5 月
	台北市	Mitsui Shopping Park LaLaport 南港	2025 年 3 月(預定)
	高雄市	Mitsui Shopping Park LaLaport 高雄(暫稱)	2026 年(預定)
	台北市	MGH Mitsui Garden Hotel 台北忠孝 和苑三井花園飯店 台北忠孝	2020 年 8 月
住宅事業	台北市	敦化北路(暫稱)	2026 年(預定)
	新北市三重	MPARK	2021 年 11 月完工
	台南市安平	UNi PARK	2025 年完工(預定)
	新北市板橋	Jade Park	2026 年完工(預定)
	新北市三重	RiVER PARK	2027 年完工(預定)
	新北市中和	META PARK (一期)	2029 年完工(預定)
		METRO PARK (二期)	
	高雄鳳山	高雄鳳山案(暫稱)	2030 年完工(預定)
	台北市中山	J PARK	2029 年完工(預定)
	新北市三重	三重台北橋案(暫稱)	2029 年完工(預定)

今後，三井不動產集團將持續在台灣展開商業施設、飯店、住宅、物流施設、複合式開發等事業。