

商業施設

市場環境

リスク

- エネルギー価格等の物価高による消費マインド・テナント収益の影響懸念
- EC市場の伸長によるリアル施設売上の影響懸念

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

- 商業テナント会社数約**2,500社**^{※1} 店舗数約**9,700店**^{※1}
- 三井ショッピングパーク会員数約**1,350万人**^{※2}
- 40年超にわたり蓄積した商業施設企画・開発・テナント営業・運営ノウハウ
- 「ららぽーと」「三井アウトレットパーク」における国内トップクラスのブランド力・集客力
- 商業施設と親和性の高いロジスティクス事業とのシナジー

※1 2023年4月1日時点 ※2 2022年度末時点

事業戦略

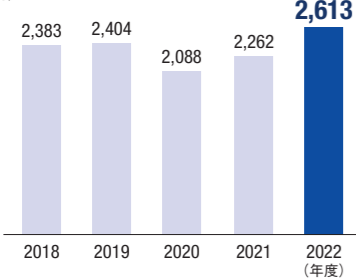
- スポーツ・エンターテインメント等を切り口としたリアルならではの体験の提供による来館・体験価値の最大化
- 自社 EC サイト「&mall」のみならず、アプリ、各種 SNS など、さまざまなチャネルを通じたコミュニケーションの充実により、リアル・デジタルが融合した購買体験を提供
- 顧客接点の拡充・顧客利便性のさらなる向上に向け、自社のみならずさまざまな顧客基盤との接続を強化することで、顧客ロイヤリティを向上
- 消費者への幅広い購買選択肢の提供とテナントの在庫管理の効率化等を目指した「リアル施設」「EC サイト」「ロジスティクス」を組み合わせた当社ならではの「三位一体化」の推進

優良なポートフォリオ

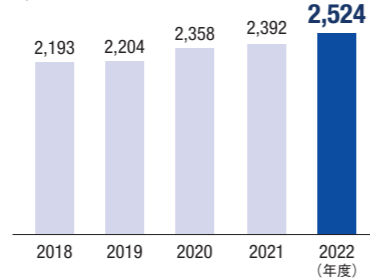
施設売上高(連結) 約1兆4,000億円 (2022年度)	賃貸収益(連結) 約2,613億円 (2022年度)	貸付面積(連結) 約2,524千㎡ (2022年度末時点)
--	---	--

売上高はリオープンにより回復、貸付面積は安定的に増加

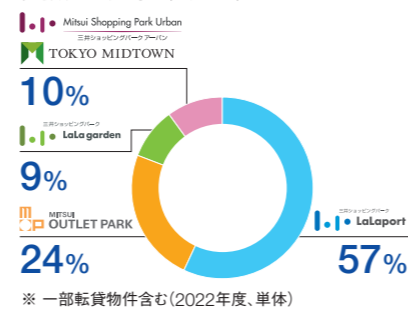
賃貸収益推移(連結)(億円)



貸付面積推移(連結)(千㎡)

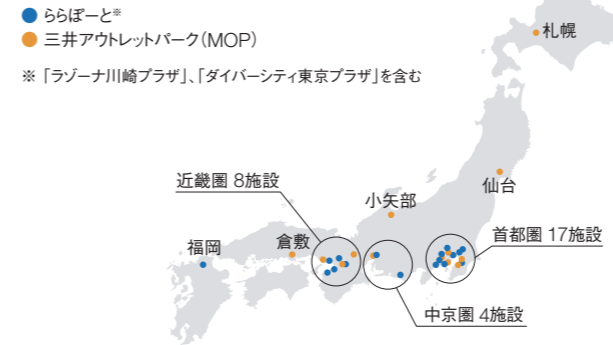


施設売上比率[※](施設種別)



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)



エリア別出店数(ららぽーと・三井アウトレットパーク)

	三井ショッピングパーク	
	ららぽーと	MITSUI OUTLET PARK
合計	34	13
首都圏	17	5
近畿圏	8	3
中京圏	4	1
その他	5	4

今後の開発パイプライン

国内プロジェクト **5** 物件 海外プロジェクト **5** 物件 うち台湾**4** 物件、マレーシア**1** 物件
(2023年8月末時点)

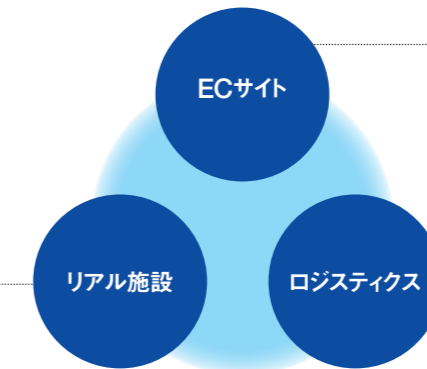
リアル施設・ECサイト・ロジスティクス「三位一体化」による推進

消費者への幅広い購買選択肢の提供とテナントの在庫管理の効率化等を同時に実現

リアルならではの体験価値
集客力の向上

施設売上 (2022年度)	約 1兆4,000億円
会員 (2022年度末時点)	約 1,350万人
商業テナント (2023年4月1日時点)	約 2,500社
総店舗数 (2023年4月1日時点)	約 9,700店

三位一体化による推進



購買・販売行動の時間・
場所制約解消



総店舗数 **約420店** (2023年8月末時点)

リアル商業・EC在庫
一元管理



物流拠点 **64棟** 総延床面積 **約530万㎡** (2023年8月末時点)

TOPICS 新たな服のサイクルを生み出す場「KISARAZU CONCEPT STORE」

ファッション業界における余剰在庫の削減や、環境負荷の少ないサプライチェーンの構築という課題解決に向けたトライアルとして、MOP[※]木更津の隣接地に「KISARAZU CONCEPT STORE」を2023年6月に開設。これまでの商流ではお客様に届けられなかった規格外品やデッドストック品の販売、環境負荷に配慮した新素材やアップサイクル商品、新しいものづくりの技術を紹介するほか、衣類を土壌や環境負荷の少ない燃料などにリサイクルする取り組みの推進など、持続可能な社会の実現に貢献します。

※三井アウトレットパーク

