



2016 会社案内



Index

| | |
|---|-------|
| ■ はじめに | 2 |
| ■ グループ経営理念 | 3 |
| ■ 沿革 | 4 |
| ■ 業績 | 5 |
| ■ 店舗網 | 6 |
| ■ グループ総合戦略 まちづくり戦略 | 7・8 |
| ■ 国内百貨店業 | 9 |
| 高島屋ならではの特征ある店づくり(編集売場、海外ブランド、タカシマヤウオッチメゾン、美術・呉服、催事) | 10~15 |
| お客様接点の最大化(高島屋ファンとの絆づくり、幅広い高島屋ファンづくり、販売チャネルの多様化) | 16~18 |
| ■ 国内・海外グループ事業 | 19 |
| 国内グループ事業 | 20~23 |
| 海外事業 | 24 |

はじめに

高島屋は1831年に京都の地で古着木綿商として創業して以来、日本国内外において常に革新的な取り組みに挑戦し続け、その時代時代の社会やお客様に新しい価値を提案し続けてまいりました。180年以上にわたり、革新し続けてきた歴史は、今や当社の伝統であり、DNAとなっております。

当社は日本国内に百貨店19店舗、また海外ではシンガポール、上海、ホーチミンに3店舗を有しており、これら百貨店業を基軸に、不動産業や建装事業、金融業など、多数のグループ事業を展開しております。

現在、高島屋グループは、街・館の魅力を最大化する「まちづくり戦略」を推進しております。グループで商業デベロッパー機能を担う東神開発のノウハウを活用してショッピングセンターを積極的に展開しているほか、国内では2019年春に日本橋店をコアとする「新・都市型SC」をグランドオープンいたします。また海外では、経済成長が著しいASEAN諸国において、2016年7月にベトナムにサイゴンセンター・ホーチミン高島屋を開業し、2017年度にはタイ・バンコクに店舗を出店する計画を進めております。

創業以来、先人たちは時代の変化の中で伝統を守り、一方で革新を続けてまいりました。

私たちはその歴史に学び、これからの経営・営業活動に活用していく「高島屋アーカイヴス活動」を推進し、「革新性の高い企業づくり」をめざしております。

高島屋グループは、今後も皆様とともに、「伝統と革新」の精神のもと新たな価値を提供してまいりたいと考えております。



「いつも、人から。」

タカシマヤグループは、「人を信じ、人を愛し、人につくす」ことを大切に、社会に貢献します。

〈指針〉

- ◇ ころに残るおもてなし
- ◇ いきいきとした地域社会づくりへの貢献
- ◇ 社会から信頼される行動
- ◇ 未来を切り拓く新たな生活・文化の創造
- ◇ 地球環境を守るためのたゆまぬ努力

〈企業メッセージ〉

『「変わらない」のに、あたらしい。』

伝統があるから、新しくなれる。時代に息づく心地よい価値をこれからも。

守り継ぎたいことはそのままに。時代が求める変化には柔軟に。

心のこもったサービスなど「変えてはならないもの」と、お客様に喜んでいただくために「変えるべきもの」を明確にし、

全員が心をひとつにして、進化してゆく高島屋です。

沿革

1831年の創業以来、180年以上にわたる歴史と伝統を大切にしつつ、新しい価値を国内外のお客様に提供し続けてまいりました。

年表

| 西 暦 | 高島屋の出来事 |
|------|---|
| 1831 | 高島屋創業〈1月〉初代飯田新七、京都烏丸松原上ル西側で呉服商を始める |
| 1876 | アメリカの商社スミス・ペーカー商会来店（外国人との大口取引開始）〈3月〉 |
| 1888 | バルセロナ万国博覧会へ出品、銀牌を受賞〈4月〉 |
| 1898 | 大阪店開店（南区心斎橋筋）〈6月〉 |
| 1899 | リヨン出張所開設〈2月〉（1900年代初頭までに天津、ロンドン、シドニー、ニューヨーク等にも開設） |
| 1900 | 東京店開店（京橋区西紺屋町）〈11月〉 |
| 1904 |  マーク商標登録〈9月〉 |
| 1912 | 京都烏丸店新築開店（烏丸高辻下ル薬師前町）〈6月〉 |
| 1916 | 東京南伝馬町店新築開店（京橋区南伝馬町）〈12月〉 |
| 1919 | （株）高島屋呉服店設立〈8月〉（1930年12月（株）高島屋へ商号変更） |
| 1922 | 大阪長堀店新築開店（南区長堀橋筋）〈10月〉 |
| 1932 | 大阪南海店全館開店（南区難波新地）〈7月〉 |
| 1933 | 東京日本橋店新築開店（日本橋通）〈3月〉 |
| 1952 | バラの包装紙誕生（これ以後、バラの花が当社シンボルとなる）〈9月〉 |



日本橋店

| 西 暦 | 高島屋の出来事 |
|------|--|
| 1958 | ニューヨーク高島屋開店〈10月〉（2010年6月閉店） |
| 1959 | 横浜店開店〈10月〉 ビエール・カルダンとライセンス提携 |
| 1969 | 東神開発 玉川高島屋S・C、玉川店開店〈11月〉 |
| 1973 | パリ高島屋開店（オ・プランタン百貨店内）〈4月〉（2011年8月閉店） 柏店開店〈11月〉 |
| 1992 | 東神開発 柏高島屋ステーションモールオープン〈4月〉 |
| 1993 | シンガポール高島屋S.C.グランドオープン〈10月〉 |
| 1996 | タカシマヤ タイムズスクエア・新宿店開店〈10月〉 |
| 2000 | ジェイアール名古屋高島屋開店〈3月〉 |
| 2002 | 愛媛県松山市にいよてつ高島屋開店〈3月〉 |
| 2007 | 東神開発 流山おおたかの森S・Cオープン〈3月〉 |
| 2012 | 上海高島屋開店〈12月〉 |
| 2016 | サイゴンセンター・ホーチミン高島屋開店〈7月〉 |



玉川高島屋S・C



サイゴンセンター・ホーチミン高島屋

業績

「まちづくり戦略」のもと百貨店の営業力強化を柱として、グループの更なる成長をめざしております。



日本橋店



大阪店



玉川高島屋S・C



シンガポール高島屋S.C.

高島屋グループ2016年2月期営業収益

連結営業収益 **9,296億円**
8,451百万USD[※]

うち国内百貨店売上高 **7,655億円**
6,959百万USD[※]

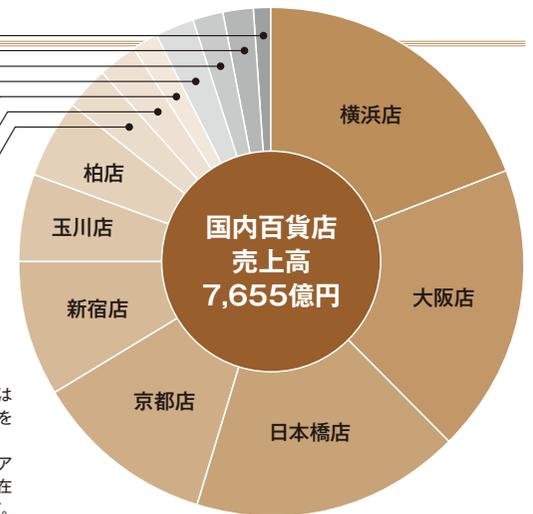
[※]1ドル=110.00円にて算出

国内百貨店(店別売上)

| | |
|------------|---------|
| ■ 横浜店 | 1,420億円 |
| ■ 大阪店 | 1,415億円 |
| ■ 日本橋店 | 1,366億円 |
| ■ 京都店 | 859億円 |
| ■ 新宿店 | 704億円 |
| ■ 玉川店 | 429億円 |
| ■ 柏店 | 357億円 |
| ■ 泉北店 | 186億円 |
| ■ 立川店 | 158億円 |
| ■ 大宮店 | 105億円 |
| ■ (株)岡山高島屋 | 185億円 |
| ■ (株)岐阜高島屋 | 153億円 |
| ■ (株)高崎高島屋 | 152億円 |
| ■ (株)米子高島屋 | 60億円 |

(株)米子高島屋
(株)高崎高島屋
(株)岐阜高島屋
(株)岡山高島屋
大宮店
立川店
泉北店

(注1) 大阪店には堺店を、京都店には洛西店を、横浜店には港南台店を含めております。
(注2) 法人事業部およびクロスメディア事業部の売上高は、それぞれ所在する地区の各店に含めております。



店舗網

国内19店舗、海外3店舗を有し、
国内は東西にバランス良く店舗展開しております。



《会社概要》

| | |
|--------------|--|
| 商号 | 株式会社 高島屋 (英文表示: Takashimaya Company, Limited) |
| 代表者 | 取締役社長 木本 茂 |
| 所在地 | 本社 〒542-8510 大阪府大阪市中央区難波5丁目1番5号 |
| 創業 | 1831年1月10日 |
| 会社設立 | 1919年8月20日 |
| 決算日 | 2月末 |
| 資本金及び発行済株式総数 | 660億2,512万5,471円 3億5,551万8,963株(2016年2月29日現在) |
| 事業概況 | 百貨店業、法人事業、通信販売事業、グループ事業 |
| 店舗 | 国内: 19店舗 海外: 3店舗 |
| 従業員数 | 14,115名(連結) 9,297名(単体) (2016年2月29日現在) |
| 営業収益 | 2016年2月期 929,588百万円(連結) 710,161百万円(単体) |

※持分法適用会社

グループ総合戦略 まちづくり戦略

グループ総合戦略「まちづくり戦略」により、消費環境の変化や消費者の価値観・ニーズの多様化に対応し、お客様満足を追求してまいります。
この戦略はあらゆる経営・営業施策の基本的考え方となっております。

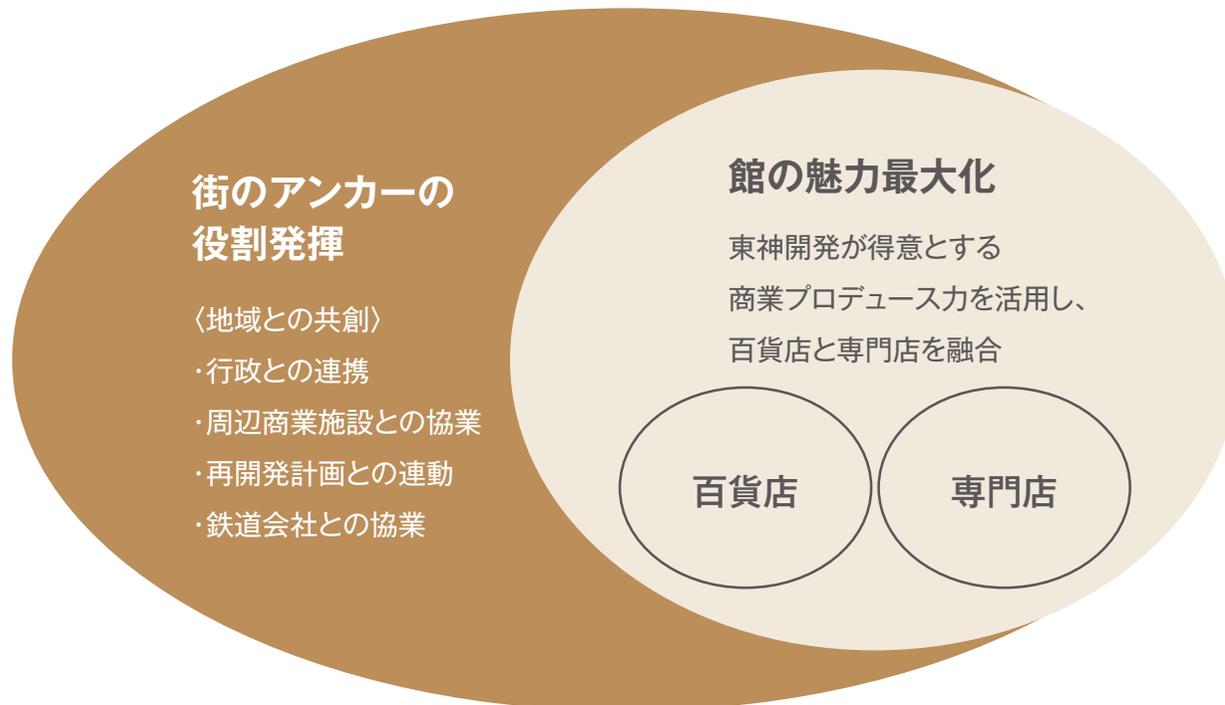
まちづくり戦略には2つの考え方があります。

一つは当社が主体となって街全体に人を集めるアンカーとしての役割発揮であり、行政との連携や周辺商業施設との協業などを進めてまいります。

もう一つが、品揃え、サービス、環境面において百貨店と専門店の融合に取り組み、

館の魅力を最大化することで、まるで町歩きをするかのようなワクワク感や楽しさを提供していくことです。

この戦略を支える東神開発の商業プロデュース力を活用し、当社独自の商業施設づくりを進めてまいります。



玉川高島屋S・C

まちづくり戦略の象徴である「玉川高島屋S・C」。百貨店の編集力を発揮した売場と、流行を捉えた専門店のベストミックスにより、幅広い品揃えを実現してまいります。また百貨店ならではの質の高いサービスを館全体で共通化していくとともに、東神開発ならではの空間演出・館施設管理を行ってまいります。

グループ総合戦略 まちづくり戦略

国内外でその地域環境に合わせた最適な商業施設運営、それによる最大効果を発揮してまいります。

タカシマヤ タイムズスクエア(新宿)

2016年春の新宿駅南口地区基盤整備事業の完成に伴い、入店客数が伸長しております。開店20周年を機に改装を行ったレストラン街や食料品売場など、多くのお客様からご好評いただいております。さらに南館の大幅刷新を行うなど、今後も東神開発と一体となって館全体の魅力を高めまいります。



2015年11月 レストランズパーク改装
2016年3月 食料品売場改装
2016年9月 紀伊国屋サザンシアター-TAKASHIMAYAに参画(南館)
2016年12月 ニトリ導入(南館)
2017年春 11階をインバウンドフロアに改装し、空港型免税店を導入予定

港南台店

営業構造改革を推進する中で、専門店の導入により館の魅力を高め、かつ経営効率の向上に取り組んでおります。



2016年9月 4~5階にニトリ導入

日本橋再開発計画

「新・都市型SC」による日本橋エリアのまちづくりに取り組んでおります。東神開発が主体となって、日本橋店の隣接街区に17,000㎡の専門店エリアを増床し、百貨店と合わせ、新たな館を形成してまいります。



2018年秋
専門店エリア(C街区)オープン
2019年春
全街区グランドオープン

2016年4月

7月

9月

2017年

2018年秋~2019年春

サイゴンセンター(ホーチミン高島屋)

「ホーチミン高島屋」を核テナントとする本格的ワンストップショッピングセンター「サイゴンセンター」を開業。
シンガポール高島屋S.C.における、「百貨店」「不動産」「商業施設運営」の3事業統合による運営ノウハウをベトナム事業にも取り入れております。



2016年7月 サイゴンセンターオープン

サイアム高島屋

タイ・バンコクでの大型複合開発プロジェクト「ICONSIAM(アイコンサイアム)」のショッピングモールにおけるアンカーテナントとして出店いたします。



2017年度 開店予定



国内百貨店業

国内百貨店業は、当社のコア事業であり
グループ売上の8割以上のシェアを占めております。
高島屋ならではの特徴ある店づくりやサービスの充実により
多様化するニーズに対応し、お客様の支持を広げてまいります。

高島屋ならではの特徴ある店づくり —編集売場—

百貨店の魅力や価値を高めていくために、百貨店が得意とする単品集積やスタイルの提案ができる編集売場を展開してまいります。
上質性・話題性・収益性を追求していくとともに、当社の意志をショップや品揃えとして具現化してまいります。

シーズンスタイルラボ

ライフスタイルを持つ大人の女性のためのアイテム編集売場。ディレクターにスタイリストの大草直子氏を起用して今日的な感度の高い品揃えを実現いたしました。
商材の約半数がサプライヤーと共同企画・生産した商品であり、当社の意思を持った品揃えで、高付加価値のファッションを提案しております。

SEASON
STYLE LAB



デニムスタイルラボ

デニムアイテムだけでなく、コーディネートアイテムまでトータルに提案。定番のブランドから旬なブランドまで、高島屋ならではの視点で選び抜いた上質なデニムファッションを多彩にラインアップ。
素材の良さやインディゴブルーの美しさなど、大人のデニムのトータルコーディネートをお楽しみいただけます。

DENIM
STYLE LAB



高島屋ならではの特征ある店づくり —編集売場—

サロン シック セレクト

上質で洗練されたライフスタイルを持ち、ブランドにとらわれず、自分でコーディネートを楽しむお客様のためのラグジュアリーセレクトショップ。

[レディースファッション]
[メンズファッション]

Salon le Chic
SELECT



スタイル&エディット

トレンドを取り入れながらも自分のスタイルを大切にするファッションに敏感なお客様のためのセレクトショップ。洗練された品のよさを感じさせるスタイルを発信。

[レディースファッション]

STYLE & EDIT



CSケーススタディ/CSケーススタディ キッズ

カジュアルスタイルをベースにしながざりげなく「旬」を取り入れるファッションに敏感なお客様に対応したセレクトショップ。

[メンズファッション]
[キッズファッション]

case study
case study kids



高島屋ならではの特徴ある店づくり —海外ブランド—

世界的なトップデザイナーやブランドと独自に提携することにより、ヨーロッパの食料品からファッションまで、海外のトレンドやライフスタイルを提案する商品を展開しております。

ファッション

海外のトップブランドや特徴的な商品を発掘し、国内へ紹介することにより、常に話題性のある売場づくりを行っております。

Carmina Campus (カルミナ カampus)

「ファッションと環境の融合」をテーマとしたハンドバッグブランド。デザイナー・イラリア・ヴェントゥリーニ フェンディの想いが結実したエシカル・ブランド。



食料品

ヨーロッパを代表する食料品の直接買付けを行い、商品を通じて良質な食文化を伝えております。世界の有名チョコレート店やホテル製品の取り扱いなどお客様のライフスタイルの変化や嗜好の変化をいち早く捉え展開しております。

FAUCHON (フォション)

1886年パリ創業。高品質で伝統的な食料品を現代風にアレンジしながら進化し続けるパリの高級総合食料品店をトータルブティックで展開。



PECK (ベック)

1883年ミラノ創業。美食の国イタリアを代表する総合食料品店のベックを、大型店中心にトータルブティック展開。



Dallmayr (ダルマイヤー)

18世紀初頭ミュンヘン創業の高級食料品店。バイエルン地方ならではの伝統的なハム・ソーセージ・ビールなどを中心としたアイテムを大型店中心に展開。



LEROY (ルロワ)

1868年創設。フランス・ブルゴーニュを代表するワインの醸造・販売元。上流階級の顧客を満足させる高品質なワインを提供し続けている名門ワイナリー。



高島屋ならではの特徴ある店づくり —タカシマヤウオッチメゾン—

こだわりのある、非日常のお買物をお楽しみいただける売場づくりに取り組んでおります。

豊富な品揃えや充実したサービスをもつ日本最大級の時計専門売場「タカシマヤ ウオッチメゾン」を2015年にオープンいたしました。

東西2拠点での展開により全国のお客様の需要を取り込むことで、年間100億円の売上をめざしてまいります。

大 阪



大阪店5階(スイスホテル大阪南海内)

オープン日 : 2016年11月3日
ブランド数 : 62ブランド
売場面積 : 約1,100㎡

日本橋



日本橋店斜め向い

オープン日 : 2015年10月7日
ブランド数 : 85ブランド
売場面積 : 約800㎡

高島屋ならではの特徴ある店づくり —美術・呉服—

当社のルーツであるきもの商。呉服の柄の中には美術があり、また扇子や襖絵など日本の暮らしの至るところに美術があります。創業以来の当社の強みである美術・呉服を通じて、伝統・文化を発信してまいります。

美術

1909年に開催された美術展を機に美術販売を始めた当社は、美術作家との交流を深め100余年を迎えました。そして今、現代アートにも目を向け、次世代の新しい才能の発掘にも努めております。



呉服

毎年、最高峰の技術により創り出されたきものを発表する「上品會」は、伝統ある高島屋呉服の柱となっております。その「上品會」を頂点に、全国の産地、名匠とともに、きもの文化、伝統技術の未来への継承に取り組んでおります。



高島屋ならではの特徴ある店づくり —催事—

百貨店ならではの品質や楽しさ、賑わいをお客様に体験していただくために、伝統を継承し芸術文化を紹介する文化催や、時代を捉えた話題性の高い企画催などを開催しております。

高島屋史料館所蔵 日本美術と高島屋 —交流が育てた秘蔵コレクション— (特別展示)豊田家・飯田家 寄贈品展 (2016年10月)

創業185年の歴史の中で、高島屋の名の下に集まった日本画の名品約60点を一堂に展覧し、当社と近代画家たちとのエピソードも交えてご紹介。また、トヨタ自動車創業家の豊田家と高島屋創業家の飯田家から寄贈のコレクションも特別展示いたしました。



連載40周年&コミックス200巻記念 こち亀展 こちら中央区日本橋高島屋内派出所 (2016年9月)

「こちら葛飾区亀有公園前派出所」(著:秋本 治)の連載40周年とコミックス200巻の刊行を記念した展覧会。3万枚超から厳選された原画のほか、立体造形物や映像なども展示。連載終了を惜しむファンの皆様をはじめ、多くのお客様にお楽しみいただきました。



©秋本治・アトリエびーだま／集英社

お客様接点の最大化 —高島屋ファンとの絆づくり—

営業施策のベースとなる顧客政策の実効性を高めていくため、約500万人のカード会員であるお客様に、カード施策や特別なおもてなしを提供しております。

タカシマヤのカード

ポイント機能を持つクレジットカードの「タカシマヤカード《ゴールド》」「タカシマヤカード」「タカシマヤセゾンカード」に加え、現金や他社発行のクレジットカードによるお支払いでもポイントがたまるタカシマヤポイントカードを発行しております。

2016年11月から、クレジットカードでお買物した当日からお買物券に交換いただけるようにしたほか、スマートフォン決済も可能となりました。



タカシマヤカード《ゴールド》 タカシマヤカード タカシマヤセゾンカード タカシマヤポイントカード

タカシマヤ友の会

タカシマヤ友の会では、毎月一定額を12カ月積み立ていただくと1カ月分の積立金額をボーナスとしてプラスしたお買物カードを発行しております。全国の高島屋各店、高島屋オンラインストア、タカシマヤ通信販売でご利用いただけます。



タカシマヤ友の会《ローズサークル》カード

| カード種別 | クレジットカード | ポイントカード | 友の会カード | 合計 |
|--------|----------|---------|--------|--------|
| 会員数(人) | 約220万人 | 約280万人 | 約50万人 | 約500万人 |

※2016年2月末時点

高島屋のお得意様を担当する「外商部」

外商部では専任のスタッフがお客様それぞれのライフスタイルにふさわしい、きめ細かいサービスをご提供しております。



タカシマヤ・イーサロン

外商お客様に限定したWebショッピングサイトです。衣食住を彩り、趣味生活を豊かにする上質な商品のご紹介やイベントのご案内を行っております。

Web決済に加え、外商係員が対応する機能も備えております。



お客様接点の最大化 ー幅広い高島屋ファンづくりー

当社と親和性の高い企業との協業やインバウンド需要に対する取り組みにより、顧客接点を拡大してまいります。

NTTドコモ・ロイヤリティ マーケティングとの協業

NTTドコモとの業務提携により、ポイント連携やマーケティング施策の共同展開など、多面的な取り組みを進めております。当社が全国にバランス良く店舗をもつ強みと、NTTドコモの大きな顧客基盤や、モバイル関連技術におけるノウハウを生かし、街や館への集客増大を図ってまいります。

また10月からはロイヤリティ マーケティングとの提携を開始し、共通ポイント「Ponta」を全国の店舗でためて、使うことができるようになりました。

NTT
docomo



 Loyalty Marketing, Inc.



インバウンド需要に対応した商品・環境・サービスの充実

政府は成長戦略の柱の一つとして、2020年に訪日外国人客数4,000万人をめざしており、2016年10月末時点ですでに2,000万人を突破しています。今後も増える訪日外国人のお客様に高島屋へご来店いただくために、商品・環境・サービスの充実など、さまざまなインバウンド需要に対する取り組みを推進しております。また2017年春には新宿店に空港型免税店をオープンする予定です。

商品

人気ブランド、アイテムの徹底確保。
日本の魅力をベースにした
商品企画の推進。



環境

多言語での表記やご案内、決済手段の
拡充など快適なお買物環境の整備。



玉川高島屋S・C免税カウンター

サービス

VIPカード、優待カード発行などの
サービスの提供。



お客様接点の最大化 —販売チャネルの多様化—

成長分野であるネットビジネスを推進し、いつでもどこでも百貨店の商品をお買い求めいただけるよう販売チャネルを多様化させていくことで、お客様の利便性を高めてまいります。

高島屋オンラインストア

圧倒的なギフトアイテム数で、高島屋ならではの様々な進物体裁に対応。多彩なブランドと人気アイテムを取り揃えた総合ショッピングサイト。



セレクトスクエア

人気のセレクトショップや百貨店ブランドなどのファッションアイテムを扱う高島屋グループのファッション通販サイト。



ローズキッチン

毎日の食料品から老舗の味・スイーツまで、人気のデバ地下グルメを関東地方(1都7県)のお客様にお届けする食料品宅配サイト。





国内・海外グループ事業

ショッピングセンター開発・運営事業、空間設計・内装事業など国内外で幅広い事業を展開。百貨店とのシナジーを発揮しております。

国内グループ事業

多様化するお客様のニーズに幅広く対応するため、国内グループ各社が持つノウハウや強みを結集・活用することで百貨店とのシナジーを発揮し、グループ全体でまちづくり戦略を進めてまいります。

ショッピングセンター開発・運営事業 東神開発(株)

グループの中核事業である商業デベロッパー機能を担っております。現在、国内外で「玉川高島屋S・C」「柏高島屋ステーションモール」「流山おおたかの森S・C」「シンガポール高島屋S.C」など、ショッピングセンターの開発や管理運営を行っております。また2016年7月にベトナム・ホーチミン市に開業した大型複合施設「サイゴンセンター」事業にも参画しております。



玉川高島屋S・C



シンガポール高島屋S.C.



柏高島屋ステーションモール



流山おおたかの森S・C



サイゴンセンター(ホーチミン高島屋)

国内グループ事業

デザイン・設計・内装事業 高島屋スペースクリエイツ(株)

商業施設・文化施設などの、企画から設計・施工まで上質な空間をプロデュースしております。



ミキモト銀座2丁目本店(内装施工)



ヒルトン大阪(内装施工) 写真提供:ヒルトン大阪



高島屋のリフォーム ふあーすと暮らす

個人のお客様向けの住宅リフォームも手掛けています。
本物志向のお客様のご要望に、オーダーメイドでお応えいたします。

クレジットカード事業 高島屋クレジット(株)

生活のあらゆるシーンで安心・便利に使える、魅力ある特典のタカシマヤカードを発行しております。



飲食・レストラン運営事業 (株)アール・ティー・コーポレーション

「鼎泰豊(ディンタイフォン)」「糖朝」をはじめとした様々なレストラン・カフェ事業や、社員食堂、学生食堂の給食事業などを運営しております。



鼎泰豊(ディンタイフォン)

広告宣伝事業 (株)エー・ティ・エー

総合広告代理店として、広告企画制作、マーケティング、セールスプロモーションなどを手がけております。



国内グループ事業

人材サービス・ソリューション事業 (株)センチュリーアンドカンパニー

販売や接客分野を中心とした総合人材サービス企業。人材派遣、アウトソーシング、研修など様々な事業を展開しております。



縫製・加工・催事イベント運営企画事業 (株)タップ

婦人服・紳士服のお直しサービス・リフォーム事業、及び百貨店をはじめとした催事企画・運営事業を展開しております。



友の会事業 (株)高島屋友の会

12カ月間の積み立てで1カ月分のボーナスを付与する「友の会お買物カード」を発行しております。



建物設備管理・物流管理事業 (株)高島屋サービス

ビルメンテナンス業務、物流管理業務など、「信頼」「快適」「安全」の品質方針に基づき、確かなサービス・技術をトータルに提供しております。



酒類販売事業 (株)グッドリブ

ワインの「ルロワ」やシャンパーニュの「ティエノー」など高級洋酒の直輸入から、日本酒まで、酒の卸しと店舗運営を手がけております。



ルロワ

保険代理店事業 高島屋保険(株)

生命保険・損害保険に関するご相談・ご契約など、「お客様の生活をお守りする」保険代理店を展開しております。



国内グループ事業(新規事業)

優れた商品開発力やマーケティング力をもつ企業との提携により、事業領域を拡大し、百貨店とのシナジー効果をもってさらなる成長を実現してまいります。

食品・食関連商品の製造・販売事業、飲食事業 (株)フードアンドパートナーズ

貝印株式会社との合併会社。生産者や食の専門家と連携し、“ヌーベルハッコウ(Nouvelle Hakkou)”をテーマとした日本の食文化を発信するブランドの開発、製造・販売を行っております。2016年11月、新宿店に発酵食品の新たなスタイルを提案する発酵デリカテッセン カフェテリア「Kouji&ko」をオープンいたしました。



海外向け卸・小売販売事業

TAKASHIMAYA transcOSMOS INTERNATIONAL COMMERS PTE.LTD.

トランスコスモス株式会社との合併会社。日本の良質で魅力的な商品を持つ国内企業とそれを求める海外企業、海外消費者とをつなぎ合わせる役割を担う、「プラットフォーム・ハブ」を提供しております。



化粧品・生活雑貨の製造・販売事業 Dear Mayuko (株)

セーレン株式会社との合併会社。繭から生まれた天然タンパク質「セリシン」を主成分としたビューティーケア商品や、生活雑貨の製造・販売を行っております。2016年11月の横浜店でのオープンに皮切りに、日本橋店、ジェイアール名古屋高島屋にてライフスタイル提案型ビューティーブランド「dear mayuko」を展開しております。



空港型免税店事業 A&S高島屋デューティーフリー(株)

全日空商事株式会社・株式会社ホテル新羅との合併会社。3社が持つ強みを発揮し、空港型免税店を運営いたします。2017年春、新宿店に百貨店と一体となったワンストップショッピングを魅力とする空港型免税店をオープンする予定です。



海外事業

地域の皆様をはじめ多くの方々から支持を得て、シンガポール高島屋S.C.は開業から20年以上にわたりご愛顧いただいております。2016年のホーチミン高島屋に続いて、2017年度にはタイ・バンコクにサイアム高島屋が開店予定です。海外事業はASEAN諸国を中心とした事業エリアの拡大をめざしてまいります。

シンガポール高島屋

シンガポール随一の目抜き通り「オーチャードロード」の中心にある国内最大級のショッピングセンターの核テナント。



上海高島屋

上海の高級住宅街である古北地区に立地し、地下鉄10号線「伊犁路（イーリールー）駅」に直結した、上質生活百貨店。



ホーチミン高島屋

ホーチミン高島屋を核テナントとした「サイゴンセンター」が本格的ワンストップショッピングセンターとして2016年7月にベトナム・ホーチミン市にオープン。



サイアム高島屋

タイ・バンコクでの大型複合開発プロジェクト「ICONSIAM（アイコンサイアム）」のショッピングモールにおける核テナントとして2017年度に開店予定です。



