

At a glance ～データで見る高島屋～

当社グループは、コア事業である百貨店業を中心に、商業開発業、金融業、建装業など連結子会社37社によりグループ総合戦略「まちづくり」を推し進め、安定的に成長することをめざしています。

また、グループ経営理念「いつも、人から。」を基本的価値観とし、人的資本経営、ESG経営を通し豊かな社会の実現に貢献していきます。

創業

1831年
(天保2年)

1月10日、高島屋創業。
初代飯田新七が京都烏丸
松原で古着木綿商を始め
ました。



創業者：初代 飯田新七

創業から194年、まちづくりは続く。

2024年度業績

■ 連結総額営業収益

10,327億円
(前年比+8.5%)

■ 連結営業利益

575億円
(前年差+116億円)

■ 事業利益*

634億円
(前年差+130億円)※連結営業利益+
持分法投資利益+受取配当金

■ 連結純利益

395億円
(前年差+79億円)

■ ROE

8.5%

■ 国内百貨店免税売上高

1,160億円
(前年比+68.7%)

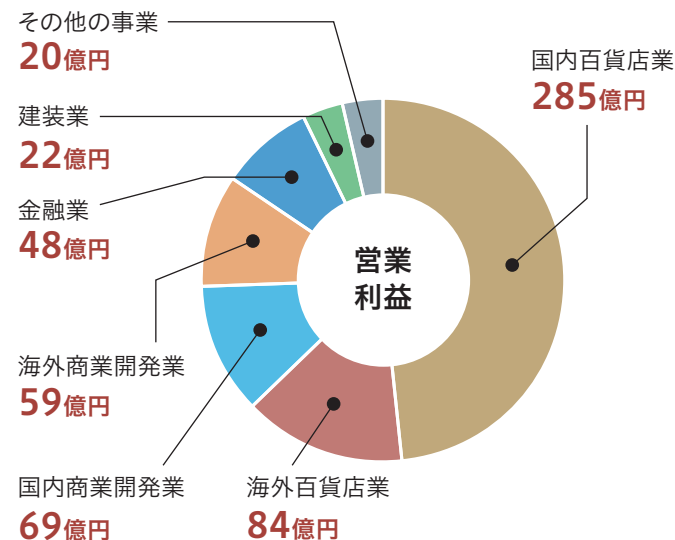
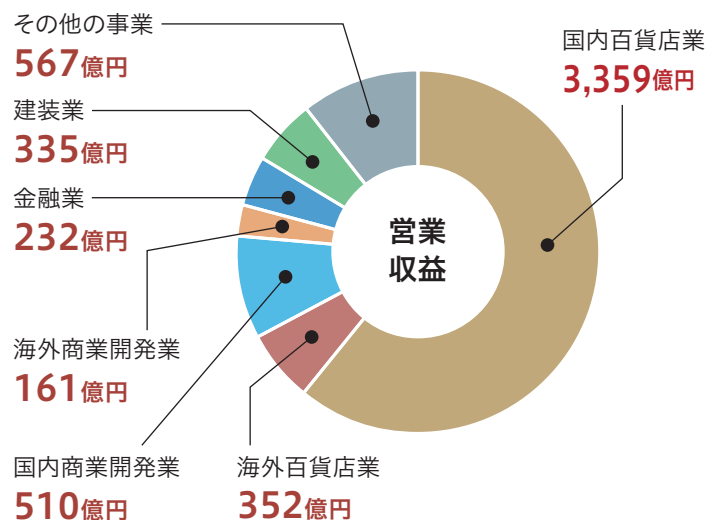
各業界で独自の競争力を持つ優良なグループ会社をASEANおよび国内で展開

■ グループ会社数

37社

※2025年9月末時点

■ 事業セグメント別業績



At a glance ～データで見る高島屋～

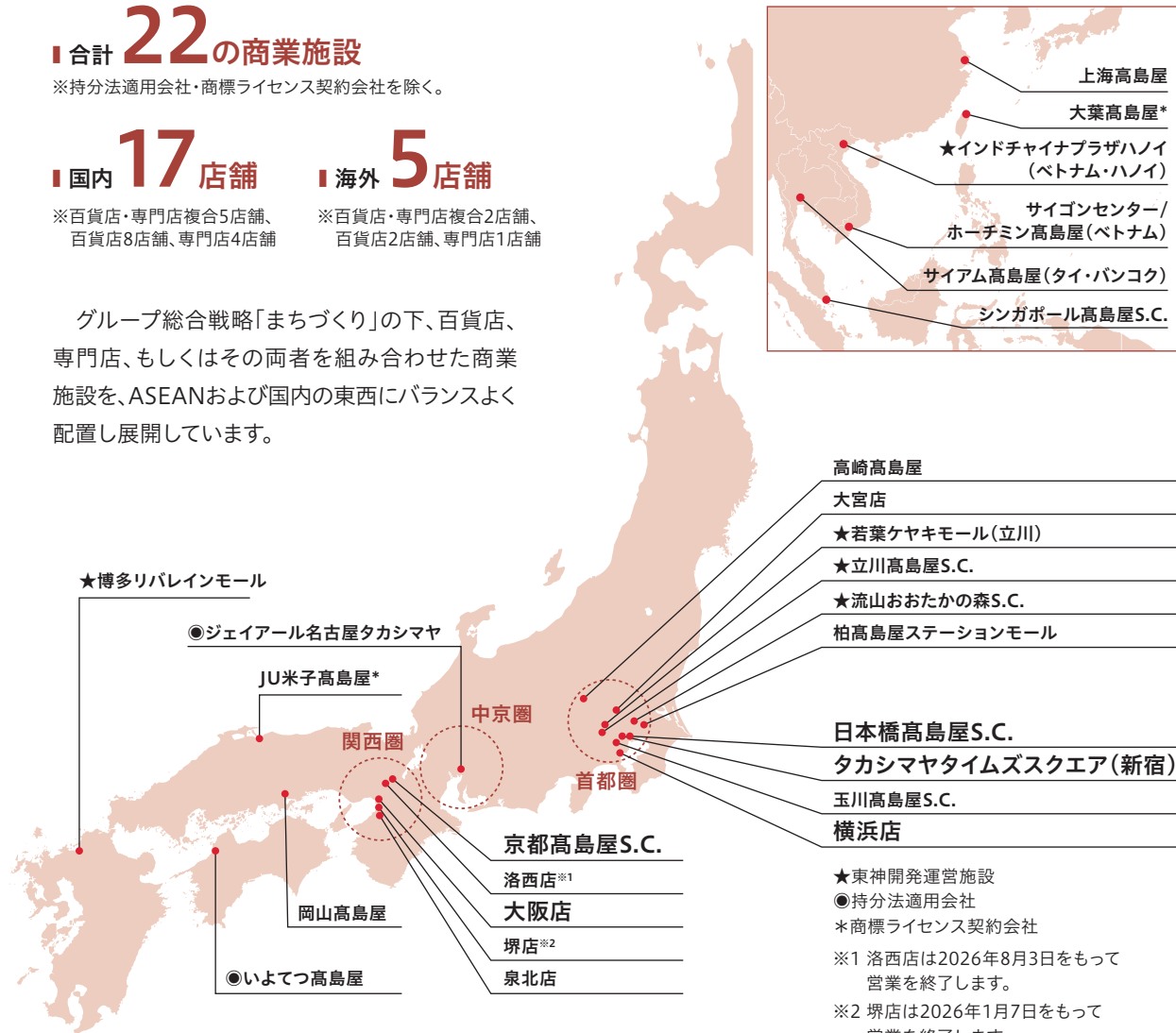
店舗網 (2025年8月末時点)

■ 合計 **22** の商業施設

※持分法適用会社・商標ライセンス契約会社を除く。

■ 国内 **17** 店舗 ■ 海外 **5** 店舗※百貨店・専門店複合5店舗、
百貨店8店舗、専門店4店舗※百貨店・専門店複合2店舗、
百貨店2店舗、専門店1店舗

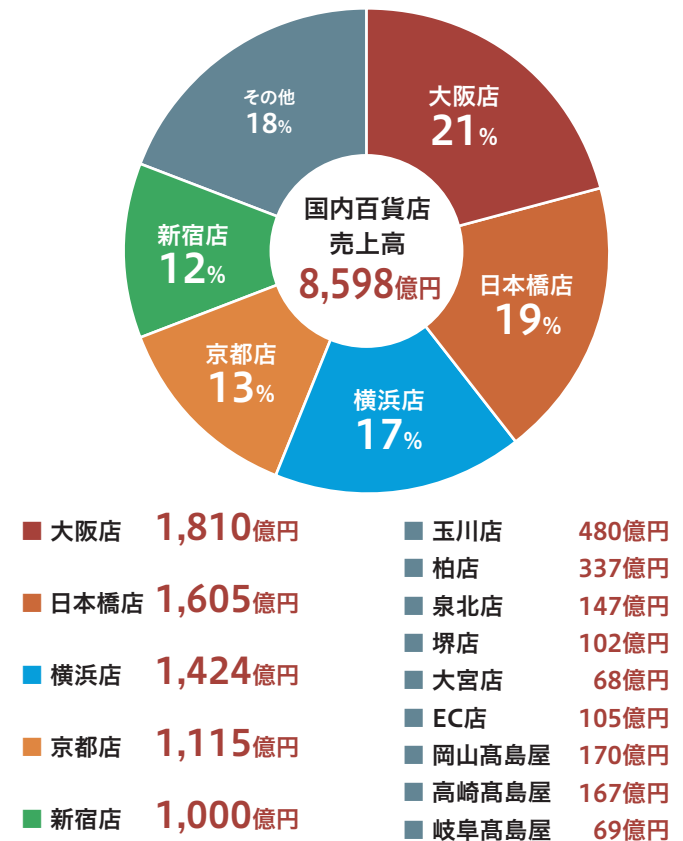
グループ総合戦略「まちづくり」の下、百貨店、
専門店、もしくはその両者を組み合わせた商業
施設を、ASEANおよび国内の東西にバランスよく
配置し展開しています。



国内・アジアに利益創出拠点をバランスよく配置。

百貨店店舗別売上高

異なる特性を強みとして培ってきた大型5店は、それぞれ売上高
1,000億円を超え、全体の8割の売上を占めます。



※京都店には洛西店を含めています。

※国内子会社を含む総計に対するオンラインストア売上高は、EC店の他各店の売上高にも含めています。

※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います。

※収益認識に関する会計基準等を適用前の売上高で記載しています。

※岐阜高島屋は2024年7月31日に営業を終了しております。

At a glance ～データで見る高島屋～

高島屋のカード会員数

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、カード会員様には、ポイント施策や特別なおもてなしを提供し、高島屋ファンのお客様との絆づくりに取り組んでいます。

約 **240** 万人



幅広いお客様との 接点の拡大

毎月一定額を12カ月積み立てて高島屋でお得にお買い物いただける「タカシマヤ友の会（ローズサークル）」とアプリ版の「スゴ積み（高島屋のスゴイ積立）」。幅広いお客様層の獲得につながっています。



業務提携による お客様接点の最大化

当社と親和性の高い企業との協業により、お客様との接点を拡大。幅広い高島屋ファンづくりを進めています。



多様なチャネルの展開により 時間・場所を超えた接点拡大と利便性向上

国内の東西にバランスよく展開するリアル店舗と、ECなどの多様なチャネルを組み合わせ、「いつでも、どこでも」お買物をお楽しみいただける環境を整えることで、お客様との接点のさらなる拡大に取り組んでいます。

年間延べ来店客数

国内商業施設 **2億人超**

※国内百貨店・東神開発運営SCの合算

ECサイト訪問数 **8千万人超**

※高島屋オンラインストアとタカシマヤファッションスクエアの合算

At a glance ～データで見る高島屋～

多様な人材がいきいきと働ける環境づくり。

人材・働き方に関するデータ

当社グループでは、男女を問わず多様な価値観や生活背景をもつ一人ひとりが働きやすく、活躍できる環境整備を進めています。

※注記がない指標については国内グループ(㈱高島屋、国内連結会社および非連結子会社のタカシマヤトランスコスモスインターナショナルコマースジャパン(株)を含む)の数値

社員平均年齢

47.7 歳

社員平均勤続年数

21.7 年

男性:20.7年

女性:22.6年

有給休暇取得率

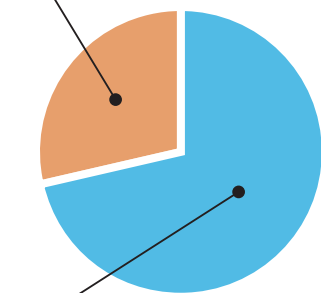
75.4 %

社員離職率

3.1 %

管理職男女比率

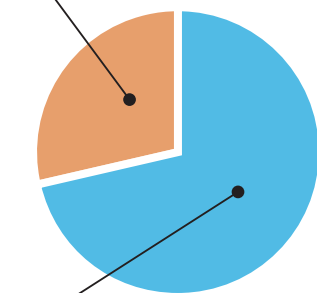
女性:31.1%



男性:68.9%

役員男女比率

女性:31.3%

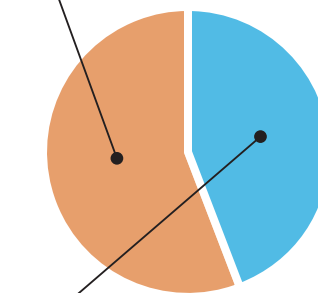


男性:68.7%

従業員男女比率

※連結

女性:55.9%



男性:44.1%

育児介護勤務取得者

489 名

男性育児休業取得率

133.3 %

※当該年度中に育児休業を開始した者/
当該年度中に配偶者が出産した者

表彰・認定



「健康経営優良法人2025」
(大規模法人部門)認定
(2025年3月)

女性が輝く
先進企業2017

女性が輝く先進企業
内閣総理大臣賞
(2017年12月)



厚生労働大臣認定
えるぼし
(2016年6月)



プラチナくるみん
(2015年11月)



ダイバーシティ経営企業
100選
(2014年)



PRIDE指標2024
ゴールド
(2024年11月)

At a glance ～グループを支える幅広い事業～

※各代表者名は、2025年10月1日現在の情報を記載しています。

国内百貨店業

■ (株)高島屋

代表取締役社長 村田 善郎

■ (株)岡山高島屋

代表取締役社長 岡 憲史

■ (株)高崎高島屋

代表取締役社長 倉橋 英一

■ (株)ジェイアール東海高島屋

※持分法適用会社

■ (株)伊予鉄高島屋

※持分法適用会社

1831年の創業以来、さまざまな社会環境変化を捉えながら成長を果たしてきた当社グループにとって、国内百貨店業はお客様との重要な接点であり、「新しいモノ・コトを通じたライフスタイル提案」や「非日常体験の提供」によって、長らくグループのブランド価値の源となってきたコア事業です。

今後のグループ総合戦略「まちづくり」においても、当社グループが手掛けるショッピングセンター（以下、SC）、あるいは、街自体の核を担う存在として、ワンストップサービスやおもてなし、文化性などの魅力をさらに磨きあげ、広くお客様の期待に応えるとともに、「生活・人生に寄り添う身近な存在」であり続けます。

店舗別売上高はP6を参照

生活・人生に寄り添う身近な存在。

国内百貨店業では以下の事業も展開しています

法人事業

百貨店で培ってきた信頼と品質を基盤に、法人・団体クライアント向け商品・サービスを提供しています。贈答・販促・福利厚生などの各分野で、企画提案から納品後のアフターフォローまでを一気通貫で行っています。

2025年度には、大阪・関西万博のパビリオンや新規オープンのテーマパークのユニフォーム製作も担当し、ご好評をいただいています。

EC事業

総合ショッピングサイトである「高島屋オンラインストア」の展開や、(株)セレクトスクエアによる「タカシマヤファッションスクエア」の運営など、グループで販売チャネルの多様化を推進しています。

2024年8月には、コスメ専門オンラインストア「TBEAUT(ティービューティー)」を開設し、新たなファン層獲得と利便性向上に取り組んでいます。

カタログ通販事業

お客様の日常を豊かにする無店舗販売事業として、信頼と通信販売の利便性を融合したカタログ事業を展開しています。紙面ならではの提案力を生かし、ファッションやフード、生活雑貨など幅広い商品を丁寧にご紹介しています。

2024年秋よりテーマに応じた雑誌型の紙面構成へ刷新することで、読み応えあるカタログとしてさらなる魅力向上を図っています。



日本橋高島屋S.C.



タカシマヤタイムズスクエア(新宿)



横浜店



大阪店



京都高島屋S.C.

At a glance 〜グループを支える幅広い事業〜

海外百貨店業

■ タカシマヤ シンガポール LTD.

社長 山本 秀行

■ 上海高島屋百貨有限公司

董事長 竹ヶ原 賢之

■ タカシマヤ ベトナム LTD.

社長 北條 佑生

■ サイアム タカシマヤ(タイランド) CO.,LTD.

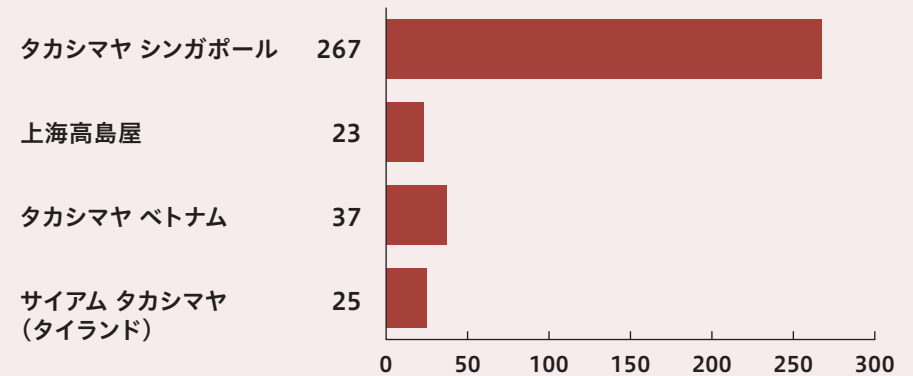
社長 奥森 淳誌

1993年のシンガポール高島屋S.C.開業以来、当社グループは国内だけでなく成長著しいアジアをターゲットとした百貨店業の展開を進めています。現在は上海(中国)、ホーチミン(ベトナム)、バンコク(タイ)にも出店しており、「日本のおもてなし」など百貨店らしさを取り入れながらも、各国特有の文化やニーズに合わせた店舗づくり・品揃えを行っています。

ベトナムでは、2店舗目となるハノイへの出店も準備中です。運営の主体を担うローカルスタッフの人材育成を進めつつ、地域に根差した営業活動を通じてまちづくりの一翼を担います。

アジア各国の文化に根差した店舗づくり。

海外店舗別営業収益(単位:億円)



※国際財務報告基準(IFRS)に準拠しています。



シンガポール高島屋S.C.



上海高島屋



サイゴンセンター/ホーチミン高島屋(ベトナム)



サイアム高島屋(タイ・バンコク)

At a glance 〜グループを支える幅広い事業〜

地域の「マインドシンボル」となるショッピングセンターへ。

国内商業開発業

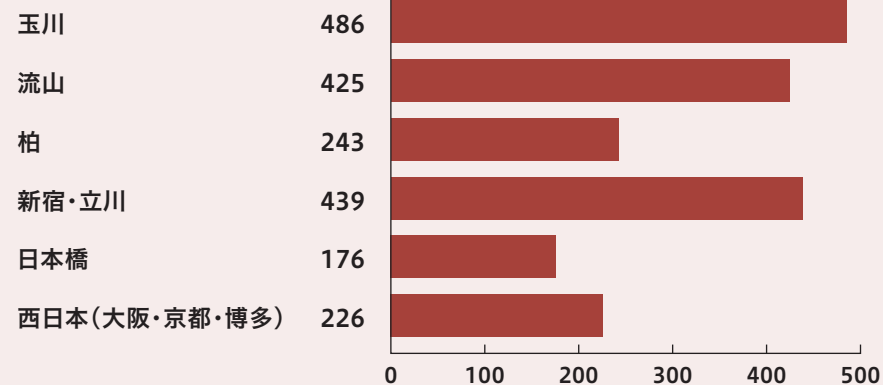
■ 東神開発(株)

代表取締役社長 倉本 真祐

1969年、まだ田園風景が広がる二子玉川の地に、本格的な郊外型SCである玉川高島屋S.C.を開業して以来、東神開発を主体として百貨店核のSCや二子玉川、流山などでまちづくりを推進してきました。SCという単なるハコ(建物)をつくるのではなく、地域を愛し、自然や歴史・文化を大切にしながら、長い時間をかけステークホルダーの皆様とともに心の拠りどころをつくっています。

また、SC=社会インフラとしての機能を追求し、各施設の場所性を生かしたコミュニティとサステナビリティを強化するなど、持続的に成長し得る「次世代型SCへの転換」を進めています。施設づくりにとどまらず、SCにいらっしゃるお客様の「心の中に残る場」の提供を通じて、誰もが「ここで生きたい、ここに行きたいと思える場所がある未来」の実現をめざします。

国内エリア別専門店売上高(単位:億円)



玉川高島屋S.C.



流山おおたかの森S.C.

At a glance ～グループを支える幅広い事業～

海外商業開発業

シンガポール

トーシンディベロップメント シンガポール PTE.LTD.

取締役社長 鈴木 友麻

シンガポール高島屋S.C.の開業は、百貨店を核とするSCモデルの海外における初展開であり、東神開発にとっても初めての海外開発事例となりました。シンガポールでの事業は、約30年の歳月をかけて東神開発全体の事業利益の約4分の1を占めるまでに成長し、その売上規模とクオリティにおいてアジア屈指のSCとして国際的にも高く評価されています。

百貨店核のSCモデルでの成功により蓄積された経営資源は、その後につづくASEAN地域での事業展開の礎となっています。

ベトナム

トーシンディベロップメント ベトナム LTD. ほかに現地事業会社

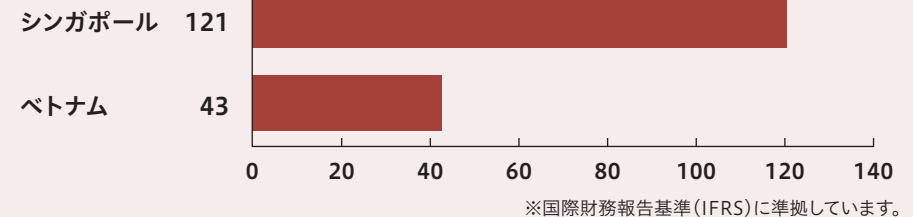
社長 佐藤 寿映

人口増加とともに中間層・富裕層の拡大が続き、消費市場として期待が高まるベトナム。安定した政治体制や良好な日越関係も背景にさらなる成長を見込んでいます。

2016年に開業した、海外2番目の百貨店核SCであるサイゴンセンターは、地元市民から幅広く支持され、ホーチミン市中心部のランドマークとして、同国で最高水準の不動産価値を有する施設と言えます。このようなホーチミンでの成功を足がかりに、現在は首都ハノイでの大規模複合ビル「ウエストレイクスクエア・ハノイ」の開発を推進しています。

百貨店核のSC展開と複合的開発。

海外エリア別営業収益(単位:億円)



ウエストレイクスクエア・ハノイ (ハノイ、2027年以降)

At a glance ～グループを支える幅広い事業～

金融業

■ 高島屋ファイナンシャル・パートナーズ(株)

代表取締役社長 末吉 武嘉

■ ヴァスト・キュルチュール(株)

代表取締役Co-CEO 山本 耕太郎／安東 宏典

■ (株)クレイリッシュ

代表取締役 高木 秀男

当社グループでは金融業を百貨店業・商業開発業に続く「グループ第3の柱」として位置づけ、百貨の品揃えの一つとしての金融サービス拡充を進めています。

高島屋ファイナンシャル・パートナーズにおいては、当社グループの街の魅力を生かしたクレジットカード事業、資産形成・万一の備えなど暮らしのご相談に対するソリューション提案を行うライフパートナー事業、タカシマヤカード«ビジネスプラチナ»を軸に法人オーナー・経営者へのサービス提供を行うBtoB事業などを展開しています。

また、2024年6月にはヴァスト・キュルチュールをグループに迎え、「プライベートバンク × 百貨店」の国内唯一無二の事業モデルを構築しています。

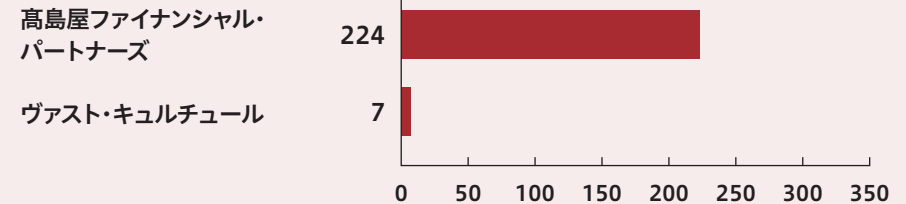
加えて、投融資事業強化の観点から、2025年9月に事業性融資専門のノンバンク事業者であるクレイリッシュの株式の過半数を取得しました。同社は、対面での信用調査に基づく各種法人向け融資事業を展開しており、事業者向け金融、手形割引、売掛債権の売買などにおける安定した能力とノウハウを有しています。百貨店業をはじめとする当社グループのお取引先に対し、金融面でのサポートを行うことでサプライチェーンの安定化・改善を図るなど、事業シナジーを発揮することで持続的成長をめざしています。

そのほか、ファンド事業についても、実現に向けて継続的な検討を進めています。

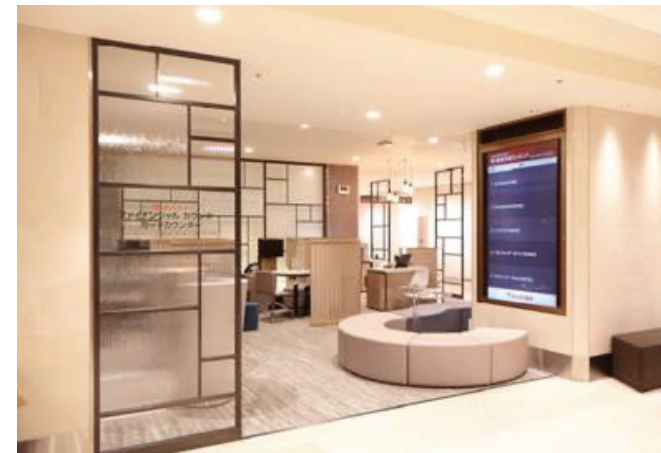

Vaste Culture & Cie.


株式会社クレイリッシュ

金融業 営業収益(単位:億円)



※(株)クレイリッシュの株式取得は2025年9月のため、グラフには記載していません。



タカシマヤ ファイナンシャル カウンター 日本橋店(日本橋高島屋S.C.本館8階)

At a glance ～グループを支える幅広い事業～

建装業

■ 高島屋スペースクリエイツ(株)

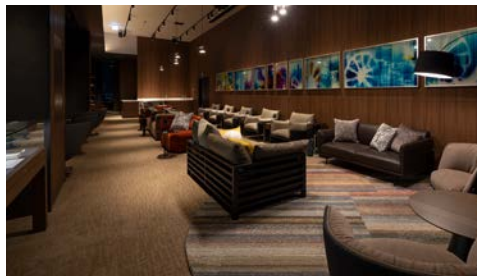
代表取締役社長 山下 恭史

建装業のルーツは、インテリア事業を開始した1878年まで遡ります。

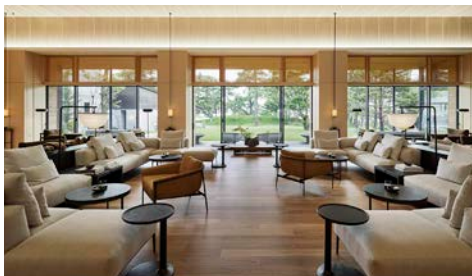
長年培ってきた空間創造の専門性やものづくり力を生かし、現在は当社百貨店やラグジュアリーブランドを含む商業施設、ハイクラスホテル、個人住宅などにおける内装デザイン・施工管理を幅広く手掛けています。

空間デザインを通じ、お客様の夢や想いをかたちにして、上質空間における新たな価値を創造します。さらにその空間で過ごす人々に、こころ豊かな気持ちや“幸せ”そのものをもたらすことをめざしています。

「いい空間と、いい時間で、幸せな人間を増やす。」という高島屋スペースクリエイツの「こころざし」の下、多様なソフト力とハード力を掛け合わせ、業界随一のトータルソリューションを提供し、社会的意義を果たします。



109シネマズプレミアム新宿(2022年12月)

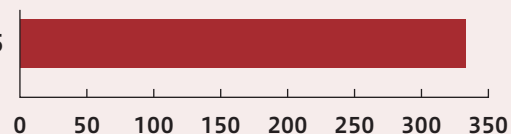


ザ・リッツ・カールトン日光(2021年7月)

建装業 営業収益(単位:億円)

高島屋スペースクリエイツ

335



食品・レストラン業

■ (株)アール・ティー・コーポレーション

代表取締役社長 小美野 亮

「鼎泰豊」「LINA STORES」「糖朝」など個性溢れるレストランを運営するほか、「フォション」のカフェ事業(フォション ル・カフェ)や惣菜事業(フォション ガストロノミ)を運営しています。鼎泰豊は、2025年8月の丸の内オアゾS店のオープンで全国30店舗まで拡大しました。

その他、当社グループ施設の社員食堂や、外部施設の食堂の運営も受託しています。

2024年9月には、セントラルキッチンの新拠点(東京都大田区)が本格稼働しました。既存拠点と併せて活用することで製造加工・調達物流の効率化を図るとともに、百貨店業などとのシナジーを見込める独自性ある商品開発も推進していきます。



鼎泰豊(デインタيفون)



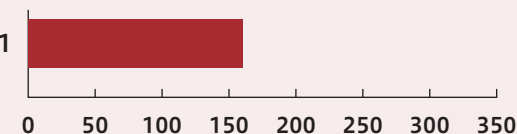
LINA STORES(リナストアズ)

食品・レストラン業 営業収益(単位:億円)

アール・ティー・コーポレーション

161

※アール・ティー・コーポレーションの子会社、(株)アール・ティー・ディーの業績を含みます。



At a glance 〜グループを支える幅広い事業〜

その他事業

人材派遣業

(株)センチュリーアンドカンパニー 代表取締役社長 林 啓行

当社グループの強みを生かした、ハイクオリティな人材サービスを提供。

広告業

(株)エー・ティ・エー 代表取締役社長 伊藤 順彦

デジタル・グラフィック広告企画制作、スペースデザイン、セールスプロモーションなどの総合広告会社。

友の会業

(株)高島屋友の会 代表取締役社長 井上 淑子

業界最大級の会員組織を保有し、お買物積立サービス「友の会お買物カード(ローズサークル)」や「スゴ積み」を展開。

酒類卸売業

(株)グッドリブ 代表取締役社長 亀岡 恒方

「ルロワ」「ティエノー」など高級ワインの直輸入や国内外の酒の卸売、店舗運営。

通販業

(株)セレクトスクエア 代表取締役社長 本田 浩一郎

大人のための高感度ファッション通販サイト「タカシマヤファッションスクエア」を運営。

貿易業

タカシマヤ フランスS.A. 代表取締役社長 多屋 智彦

フランスの食料品やワインなどを当社グループへ輸出するトレーディングカンパニー。

卸売・小売業

タカシマヤ トランスコスモス インターナショナルコマース PTE. LTD.

Managing director 川口 貴明

シンガポールを拠点に日本の良質な商品を海外に向け提案・供給する、卸売・小売販売会社。

卸売・小売業

タカシマヤ トランスコスモス IC ジャパン(株)

代表取締役社長 川口 貴明

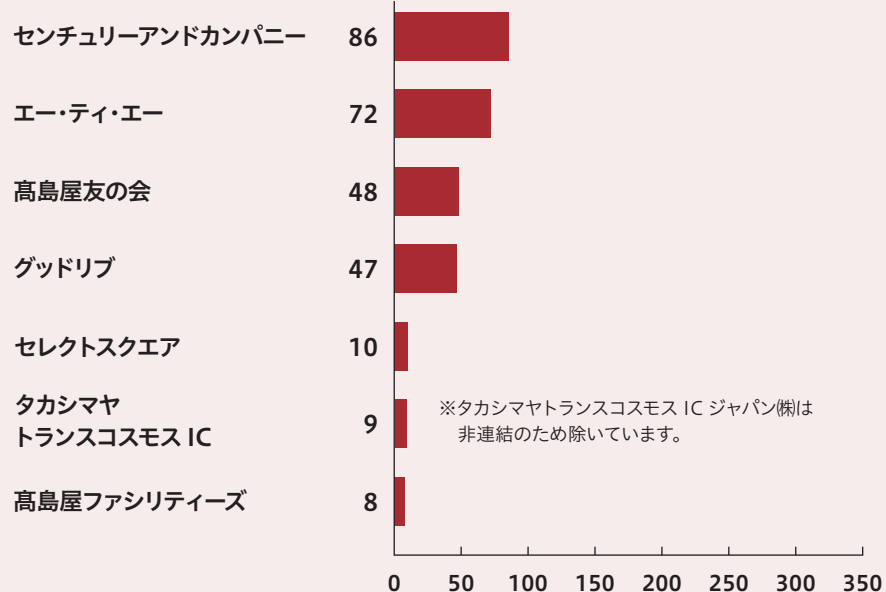
ショールーミング店舗「Meetz STORE(ミーツ・ストア)」の運営と、アジア向け越境EC卸事業を展開。

ファシリティマネジメント業

(株)高島屋ファシリティーズ 代表取締役社長 飯塚 武志

当社グループが運営する商業施設や不動産資産の設備管理と保全業務。

その他 営業収益(単位:億円)



※タカシマヤ フランスS.A.は非連結のためグラフには記載していません。

トピックス

(株)エー・ティ・エーが(株)ソアズロックの株式を取得

2025年9月、映像制作に強みを持つ(株)ソアズロック(愛知県名古屋市)の全株式を取得しグループ会社化しました。

ソアズロックが保有する高品質なCG・映像制作技術を取り入れることで、総合広告会社としての事業ラインナップを拡充していきます。



高島屋の歴史 ～革新のDNA～

進取の精神と「おかげにて」の心は、日本の近代化の波に乗って
三都に百貨店を構えるまでに。

1831

創業～

古着木綿商に

1855年には
古着を扱うことを
やめ、呉服木綿商に
その後、
大阪・東京へ進出
外国との取引も開始



1912

京都烏丸店新築開店

商業施設初の鉄筋コンクリート造
全店デパート式陳列売場化
外国人向け売場・客用食堂開設

1930

商号を「株式会社 高島屋」とする

1932

南海店開店
(現在の大阪店)



1933

東京店開店
(現在の日本橋店)



1946

京都店開店

1831年～

1900年～

1930年～

1940年～

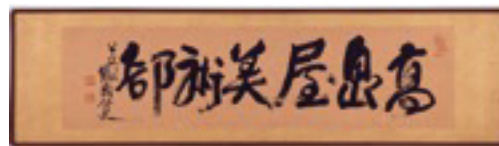
国内外の博覧会出品期

1877～

早くから海外にも
目を向け、
日本の優れた染織品や
美術織物を発信



高島屋は文化の発信地



富岡鉄斎による「高島屋美術部」の揮毫



1911 美術部創設 大家の作品だけでなく、新進画家の登竜門としても果たした役割は大きい

1936

第1回「上品會」開催

今に続く高島屋呉服の柱
伝統的な意匠や
日本が誇る技を展観

黒振袖《豊公錦綾文》大彦
1953(昭和28)年



「いつも、人から。」

「人を信じ、人を愛し、人につくす」ころは、
創業の時代から

1879

丁稚、半元服、元服の区別を廃し、
店員5等級制度を定める

1931

各地に均一店10銭ストアを開設
現場を任されたのは、二十代の若手社員



高島屋の歴史 ～革新のDNA～

高島屋は常に時代を先取りし、 人々に夢と憧れをもたらした。

1951

百貨店初の「北海道物産展」

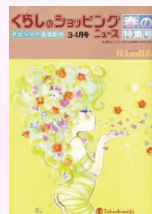
戦後の復興期、
百貨店は人々に
心躍る体験を
届けた



1955

東西に通信販売部を設置

その発祥は
1899年「地方係」に遡る



1959

横浜店開店



1996

タカシマヤタイムズスクエア/
新宿店開店



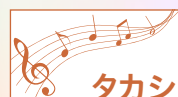
2018

日本橋高島屋S.C.開業

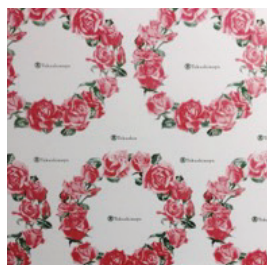
1950年～

1990年～

2000年～



タカシマヤのローズちゃん
バラの包みのタカシマヤ



1952

バラの包装紙採用
以後当社の
シンボルに

1959

ローズちゃんの前身「ハッピーちゃん」の誕生以後、さまざまなご当地ローズちゃんやイベントにちなんだローズちゃんがお客様をお出迎え



世界へ向かい、世界を迎える

海外との積極的な交流が、
お客様の好奇心を刺激



1956

日本初の海外商品催
「イタリアン・フェア」

1958

ニューヨーク高島屋開店
日本の百貨店初の海外店舗

1959

日本初 世界的デザイナーとの
ライセンス契約「ピエール・カルダン」

顧客政策のはじまり

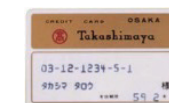
ローズサークルの立ち上げに
はじまり、今につながる

組織顧客化の取り組みを推進

1965 友の会「ローズサークル」発足

1968 外商顧客向け
タカシマヤ クレジットカード発行

1975 銀行自動引き落としのタカシマヤABCカード
(後のタカシマヤカード)発行



高島屋の歴史 ～革新のDNA～

百貨店「高島屋」から「高島屋グループ」へ。

百貨店「高島屋」の培ったブランド力を背景に、
周辺領域から始まった事業が拡大し成長。

1963

東神開発株式会社設立
1969年、本格的郊外型SC
玉川高島屋S.C.開業

1973

株式会社高島屋友の会
設立

1988

有限会社センチュリーアンドカンパニー
グループ会社化(1989年株式会社化)

1993

シンガポール高島屋S.C.開業

1995

株式会社エー・ティ・エー設立

2001

高島屋スペースクリエイツ株式会社
設立グループにおけるインテリア事業
の始まりは、1878年、創業の地の
南隣の段通専門店「南店」に遡る

2001

株式会社アール・ティー・
コーポレーション設立

2012

上海高島屋開店

2012

株式会社セレクトスクエア
グループ会社化

2016

ホーチミン高島屋開店

2018

サイアム高島屋開店

2020

高島屋ファイナンシャル・
パートナーズ株式会社設立
高島屋カード、
高島屋保険の合併に始まる、
グループ金融事業の
メインプレーヤー

1960年～

1980年～

2000年～

2010年～

2020年～

グループシナジーの発揮

国内百貨店業における創出利益だけでは
なく、シナジー発揮によるグループ会社
それぞれの成長によって、当社グループの
経営基盤はより強固なものになっています。

グループ連結利益の推移 ■ 国内百貨店 ■ グループ会社

