

「まちづくり」の進化と深化

グループ総合戦略 ～まちづくり～

当社グループのまちづくりは2つの考え方から成り立っています。

1つ目は「街のアンカーとしての役割発揮」であり、具体的には、当社グループの施設を中心とした街の賑わいや人流創出、地域社会・行政との連携・共生などを意図しています。

2つ目は「館の魅力最大化」です。これはグループ各事業のノウハウを結集し、お客様のライフタイムバリューを追求した当社グループならではの新たな商業施設づくりを推進することです。

私たちはこれまでも、国内外において上記の考え方に基づくまちづくりを推進してきました。

Where?

価値の創出

街のアンカーとしての役割発揮

館（商業施設）の集客力で街の賑わいを創出、
地域との共生をめざす

館の魅力最大化

グループノウハウを結集し、
お客様満足を追求した
独自の次世代商業施設づくり



国内における面的開発

玉川高島屋S.C. 発展の歴史

郊外での立地創造に挑んだ経緯から“街に開かれ、街と融合したSCづくり”を基本姿勢に掲げる玉川高島屋S.C.。外周部の環境整備に留まらず、面的開発の推進によって回遊・散策を楽しめるまちづくりを実現しています。

2001年～2014年にかけては、国道旧246号沿いの町工場跡や路面駐車場を、緑に彩られた商業施設に転換させた「246ストリート開発」を実施。マロニエコートやアイビーズプレイスなど、20年近くをかけて街に広がりを持たせてきました。

またSCの館内では表現しにくい、風情のある“裏路地”の創造をテーマに、石畳など京町屋を思わせる佇まいの「柳小路」エリアの開発により、街の奥行きを演出しています。



1977年
南館開業



2003年
南館増築



2001年
マロニエコート
開業



2000年
ケヤキコート
開業



1998年
ガーデンアイランド開業
※2024年閉館



2004年～2010年
柳小路開業



1969年
本館・東館開業



2014年
アイビーズプレイス開業

国内における面的開発

玉川高島屋S.C. 直近のリニューアル事例

開業55周年を迎える2024年を契機とし、中長期リニューアル計画を推進。2023年秋、計画の土台となるコンセプト「原点回帰:TAMAGAWAホームタウン構想」を策定し、地域住民にとって“ちょうど良い”場所を提供し、地域とのエンゲージメントを強化していくための、3つの基本戦略を掲げました。今後も計画を推進していきます。



担当者の声

東神開発(株) 事業創造本部 施設計画グループ グループマネージャー 武笠 俊彦

私が所属するチームが手掛けたプロジェクト「P.」は、メンバーとともに幾多の困難を乗り越えることで完成にこぎつけた案件です。一般的なフードコートと異なり、複数店舗のスタッフが1つのオープンカウンターキッチンシェアすることで、独特なライブ感やカウンター席利用者との自然なコミュニケーションを生み出す効果を果たしています。このシチュエーション創出の源泉が今回独自の施設開発アプローチです。内装や家具、照明

などすべての空間要素を当社が企画設計し、統一したコンセプトの環境をつくることで、4つの個性的なコンテンツが併存する複雑さの中にも不思議と“居心地の良い場づくり”が実現できたと思います。

今回のプロジェクトは、過去に培った開発ノウハウに頼ることができず、構想から施工段階まで試行錯誤の日々が続きましたが、今後「不動産」から「人々の居場所」づくりを当社が志向する上で貴重な礎を築くことができたと感じています。

2022年

プロジェクト始動

2023年

基本戦略コンセプト策定

原点回帰:TAMAGAWAホームタウン構想

1

回遊導線のコンパクト化

館の役割明確化と商業エリアの再編

2

エンターテインメント性の醸成

賑わい・楽しみ、ショッピング以外の娯楽を提供

3

アソシエーションの創出

地域住民同士の結びつき、地域との共生

2024年～2025年

一部計画具現化

～2027年

計画進行中

2025年3月

南館アトリウム
ガーデン
リニューアル

「まちと呼応するデジタルアートと『呼吸する』建築・ディスプレイ」をコンセプトに、インパクトとデザイン性のある6メートル四方の大型LEDキューブをはじめとする計3台を、南館のファサードに新設。“可変的な情報発信”の形が誕生しました。建物を覆っていたルーバーを撤去することで、閉ざされていたアトリウム空間を街に開放。二子玉川駅を挟む街の東西をつなげる玉川高島屋S.C.全体のハブとしての役割を担います。

2025年4月

西館ストリート
フードコート「P.」

西館ストリートの歩道を一部拡張し、植栽帯も一新。公園のように居心地よく過ごせる新しい通りにリニューアルしました。ストリートの中間には、フードコート「P.」をオープン。地域に根差し、多様な文化やスタイルを発信する4つの店舗で構成され、食を通じた新たなつながりを創出することをめざしています。今後も、訪れることそのものが目的になるような場所＝ディステネーションを生み出すことをめざし、地域の個性や建物が経た時間を大切に、地域とともに歩むSCを創り出していきます。

2027年

食料品フロア
一体化
全面リニューアル

現在、地下1F食料品フロアの「一体化全面リニューアル計画」が進行中。百貨店の品揃えや編集力、サービスや顧客基盤と、専門店の運営体制のスキームや品揃えなど、当社グループの持つ強みを生かしながら、フロア・サービスの“シームレス化”をめざしています。フロアにおいては、百貨店と専門店が混在するゾーンを再編。サービスにおいては、決済手段も含め統一を図り、お客様の利便性向上を実現します。加えて、催事の特徴化やイートインなどの新たなコンテンツの導入により、売場の魅力向上を図っていきます。

地域とともに歩む「まちづくり」への貢献

流山市・井崎市長 × 東神開発・倉本社長 対談

自然と人が調和する流山市の発展と、 流山おおたかの森S.C.が 果たしていく役割



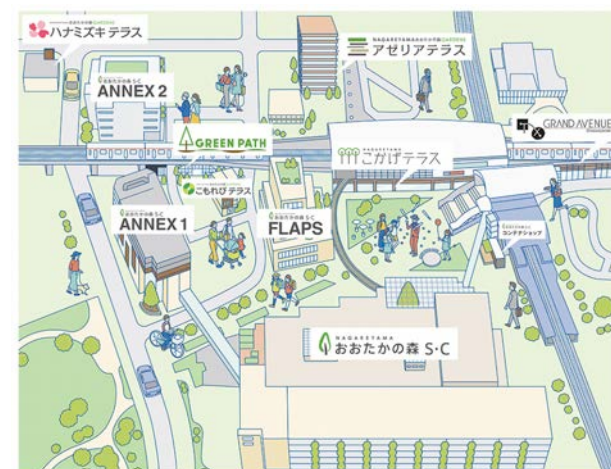
千葉県流山市長
井崎 義治 様

東神開発(株)
代表取締役社長
倉本 真祐

流山市は住民の多様なニーズに応えながら、愛される街として全国でも特筆すべき成長を遂げてきました。常住人口は子育て世代を中心にこの10年間で20%以上も増加しています。

中でも、市内の賑わい創出に大きく貢献してきたのが、当社グループの東神開発が開発・運営する流山おおたかの森S.C.です。

流山市の成長過程、また、流山おおたかの森S.C.開業以来の発展と地域貢献、今後の展望について、流山市・井崎市長と東神開発・倉本社長が語ります。



流山おおたかの森エリアマップ(2025年9月現在 全10館体制で運営)

地域とともに歩む「まちづくり」への貢献

2003年に井崎市政がスタート。 流山市の未来のために掲げたビジョン。

一流山市の発展を予感

「緑豊かで上質な住環境と快適な都市環境」の実現へー



井崎市長 私は1989年から流山市に居住していますが、当時から緑豊かで美しく、落ち着いた街であることに魅力を感じていました。一方、街としての知名度は千葉県内でもかなり低く、もどかしい思いをしていたことも事実です。

そんな時、つくばエクスプレス（以下TX）が2005年に開通するという計画が持ち上がり、沿線の区画整理も進むことになったのです。私は流山市の発展を予感し、自らが先頭に立ちビジョンを掲げて戦略的にまちづくりをしていきたいと考え、2003年に市長になりました。

掲げたビジョンは「緑豊かで良質な住環境と快適な都市環境を整備し、選ばれる街になること」。DEWKS（デュークス＝共働きの子育て世代）を戦略的ターゲットとして彼らに選ばれるまちづくりをスタートさせました。その中で、「快適な都市環境」の実現には私の掲げるビジョンに共感いただける強力

なディベロッパーとの連携が不可欠だったのです。公募（※）の結果、東神開発がパートナーに選ばれたことを聞いた時は非常に嬉しかったですね。玉川での開発実績を知っていたから。

（※）独立行政法人都市再生機構（UR都市機構）が実施

流山市のポテンシャルに期待して挑んだ取り組み。

ー井崎市長の熱意と街のポテンシャルに 期待と確信があったー

倉本 井崎市長が掲げるまちづくりのビジョンには共感するところが非常に多かったです。それと同時に、流山おおたかの森エリアは3つの点で大きなポテンシャルを秘めていると感じました。

1つ目は交通の利便性です。流山おおたかの森駅は、TXと東武野田線（東武アーバンパークライン）の接続駅となっており、多くの乗降客数とそれに比例した多くの入館客数を見込めることが商業立地としては重要なポイントでした。

2つ目は周辺商圈が比較的豊かであることです。加えて、井崎市長の進めるまちづくりによって、今後もエリア全体のさらなる成長が期待できると考えました。

そして、3つ目はストーリー性のある自然です。オオタカが棲息する森があるという事実や、「流山おおたかの森」という駅名がこの場所にある種の物語性を醸し出しており、ここから「森のタウンセンター」というコンセプトを導き出したのです。

井崎市長 流山おおたかの森S.C.については、開発の検討段階において、住民のさまざまなライフスタイルにおけるニーズを充足するために流山市としても要望をさせていただきましたね。

倉本 そうですね。出店テナントについて、具体的な業種や業態、千葉県初のコンテンツなど、さまざまなリクエストをいただき、それらをできるだけ実現できるよう進めていきました。

一方、流山おおたかの森駅とSCをデッキでつなぐことなど、当社側から流山市に要望したことももちろんあります。

ー「タカシマヤフードメゾン」という独自のグループ コンテンツを持っていたからこそ、近隣競合SCとの 大型テナント争奪戦を優位に進められたー

倉本 計画実施にあたっての最大の課題は「安定した集客」でした。当時は駅周辺に住宅が所々にしか見当たらないような状況でしたので、集客力がある大型テナントの誘致は必須の課題でした。ところが、隣駅の柏の葉キャンパスエリアでも同規模の競合SCの開発が進んでおり、当然、商圈が重複するためテナントの争奪戦が起きました。

テナント誘致を当社が優位に進められた大きな要因の一つが、「タカシマヤブランド」です。当社グループだからこそ実現可能なデパ地下業態「タカシマヤフードメゾン」が開発され、



「デパ地下」の魅力ある店舗を集結させた「タカシマヤフードメゾン」

地域とともに歩む「まちづくり」への貢献

出店を決定したことが多くのテナントの興味を惹き、その後の出店交渉に弾みがつきました。また、「タカシマヤフードメゾン」に加え、大型食品スーパーも誘致したことで「食のダブルアンカー」を形成し、沿線や近隣住民の皆様により毎日常足を運んでいただける身近なSCの形をつくることができました。



—自然と緑が豊かな街

「グリーンチェーン戦略」へのこだわり

倉本 次に、井崎市長肝煎りの政策である「流山グリーンチェーン戦略」の実現に向けたプランを実行しました。自然と緑を街の価値ある財産とし、個々の開発事業における環境価値を連鎖させていくことで街全体の豊かな環境価値を創造するという井崎市長ならではの考え方にも、非常に共感しましたね。

井崎市長 「流山グリーンチェーン戦略」は市長就任当初からの宿願であり、都市緑化について多くのノウハウを持つ東神開発と連携すれば、この戦略の象徴的な取り組みができると考えていたのです。先ほどのテナント誘致に関する要望に加えて、「緑豊かで良質な住環境」の実現に向けてはSC外周部の植樹についてもリクエストさせていただきました。実際のでき

あがりも非常に素晴らしいもので、東神開発の対応力には感謝しています。

約20年かけて流山市と進めてきた、 流山おおたかの森S.C.開発。

—「森のタウンセンター」流山おおたかの森S.C.が 2007年に開業—

倉本 「森のタウンセンター」をコンセプトに、2007年にSC本館を開業しました。開業当初の足元人口は未だ希薄でしたが、「TXで都心まで30分、多くの自然があり、駅前にはSCとデパ地下もある」というメリットが徐々に認知され、流山おおたかの森エリアへのDEWKSの流入が加速していきました。2011年の震災影響で一時減速したものの、その後はお客様が定着し、SCの経営も安定していったと言えます。

井崎市長 2009年以降、流山市を象徴するキャッチコピーとして「母になるなら、流山市。」「父になるなら、流山市。」を掲げています。子育てがしやすいことはもちろん、お母さんもお父さんもそれぞれの人生を謳歌していける街であることを表現したものです。このコピーは街のブランディングにも大きく寄与したと考えています。

—さらなる街の発展を確信し、面的開発へ—

倉本 本館の運営が安定したタイミングで、周辺を面的に開発するフェーズに移行しました。井崎市長のさまざまな政策により人口増加が続き、流山おおたかの森エリアのポテンシャルがさらに高まっていくことを確信したからです。

例えば、2018年に「こかげテラス」を開業させましたが、この

時にはTXの協力も仰ぎ、流山おおたかの森駅に「こかげテラス口」という新たな改札口を作っていただきました。流山市はもちろん、他の事業者の共感も得ながら私たちの取り組みが着実に拡大していることを実感したエピソードです。

直近では、2022年のANNEX2開業に合わせてTXの高架下に「GREEN PATH」というプロムナードを整備しました。これは、周辺施設をつなぐハブとして機能するとともに、人々の憩いの空間にもなることを企図したものです。

現在の流山おおたかの森S.C.と流山市について。

—コミュニティづくりに注力—

井崎市長 東神開発の面的開発によって、流山おおたかの森エリアには緑豊かで快適な「サードプレイス」が実現しました。現在は、これを活用して流山市だからこそできるコミュニティづくりに注力しています。場所性を生かしたコミュニティづくりは「まちづくり」の大切な要素です。流山市では市内在住のアーティストを「にぎわいアーティスト」として募集、認定し、市民が主役となるイベントを積極的に支援しています。

倉本 SC本館の前に広がる、流山市所有の「森のまち広場」がその場所です。この運営・管理を当社が行っています。音楽演奏やフリーマーケットなど年間150回以上のイベントを開催し、官民一体となった地域コミュニティ形成に取り組んでいます。

公共のスペースで市民や民間企業が自由にイベントを開催するということは、なかなかできることではありません。「この街のポテンシャルは凄い!」という、当初抱いた期待は正しいものでした。

地域とともに歩む「まちづくり」への貢献

井崎市長 現在、マンションをはじめとする市内の新規住宅はほぼ完売、中古住宅市場も活況です。今後もDEWKSを中心とする人口増加を見込んでおり、それに伴いお子さんもさらに増えていくはずですよ。

流山おおたかの森S.C.には、流山に住み続ける価値を住民の皆様に実感していただける象徴として機能を発揮し続けていただくことを期待しています。

流山おおたかの森S.C.がめざす未来。

一次世代型SCへの転換と包括連携協定締結

倉本 今後、流山おおたかの森S.C.においても次世代型SCへの転換を進めていく必要があると思っています。その重要な要素の一つが「社会インフラとしての機能整備」です。流山おおたかの森S.C.は、「誰もが知っていて、便利な場所にある大きな施設」という社会インフラとして機能し得る資質を既に備えています。昨今増加する激甚災害が発生した際の避難所としての機能のほか、希薄化しつつある人々のつながりを再度生み出す交流の場としての機能、文化・芸術の発信拠点

としての機能など、地域保全・活性化に今まで以上に貢献していく考えです。

2023年には流山市と当社で包括連携協定も締結しました。これまで社会課題解決は主に行政の役割とされてきましたが、今後は民間企業にも、ビジネスを通じて社会課題解決に向き合う「ソーシャルグッド」な姿勢が強く求められていくでしょう。

—SC(ショッピングセンター)から

SCC(サステナブルコミュニティセンター)へ—

倉本 これからのSCに必要な要素は「コミュニティ」と「サステナビリティ」であると捉えています。人口減少社会において国内SC業界においても一定の淘汰が進んでいくことは不可避です。その中で、地域に根差し、地域の社会課題を解決し、地域の発展に貢献するSCこそが持続的に成長していけるのではないのでしょうか。流山おおたかの森S.C.が先導的な役割を果たすべく、SCからSCC(サステナブルコミュニティセンター)へとさらに進化させていきたいですね。



さまざまなイベントを通じてコミュニティ形成の場となっている「森のまち広場」

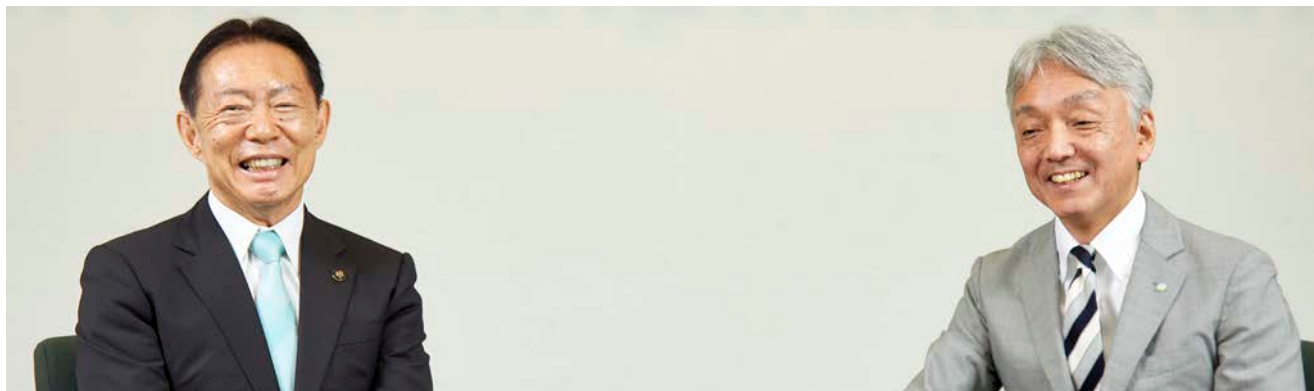
トピックス

流山おおたかの森S.C.が 「第8回地域貢献大賞(倉橋良雄賞)」・ 「国土交通省都市局長賞」を受賞

一般社団法人日本ショッピングセンター協会主催『第10回日本SC大賞・第8回地域貢献大賞』において、流山おおたかの森S.C.が『第8回地域貢献大賞(倉橋良雄賞)』ならびに『国土交通省都市局長賞』を受賞しました。

流山市との連携によって、新たな鉄道の開業、住宅開発の進展を見越しながら、長期的なまちづくりの視点で必要機能を提供し続けていること、また子育て共働き層に優しいSCとして、地元生活者からも「自分たちのSC」という意識が高いと評価されたことが受賞理由です。

また、テナントスタッフ向け食堂の設置を計画するなど、ES(従業員満足)の意識が高いことも評価されています。



アジアに広がる「Takashimaya」

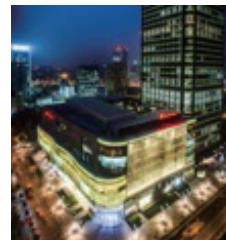
ASEANにおける百貨店モデルの展開

シンガポール高島屋S.C.で培った開発ノウハウやASEANにおけるグループプレゼンスを礎に、百貨店を核とするSCのビジネスモデルをアジア各国で展開しています。シンガポール、中国、タイ、ベトナムそれぞれの地域特性や文化に寄り添い、現地のお客様や観光客の皆様に親しまれています。



シンガポール高島屋S.C.

シンガポール最大の繁華街オーチャードロードに所在。百貨店のシンガポール高島屋を核に、約140の専門店で構成されています。日本での経験を踏まえたきめ細やかな運営が高い評価を受け、現地のランドマークとして親しまれています。現在はASEANを代表する百貨店にまで成長し「Takashimaya」のプレゼンスを高め、当社グループの海外事業展開の礎となっています。



上海高島屋

上海屈指の高級住宅街・古北エリアに位置する生活提案型百貨店。開業から10年余り、現地のお客様に支持されています。



ハノイ高島屋S.C.

ベトナム第2の基幹事業拠点となる「ウエストレイクスクエア・ハノイ」の1期計画として建設中。高島屋が核テナントとして出店し、海外で3番目の百貨店核SCとなります。

1993年

2012年

2016年

2018年

2027年(予定)



ホーチミン高島屋 (サイゴンセンター)

経済成長が著しく魅力的な市場として期待が高まるベトナムのホーチミン市中心部に位置するサイゴンセンターの核テナント百貨店。シンガポール高島屋S.C.で培ったノウハウを取り入れ運営を行っています。



サイアム高島屋

タイ・バンコクのチャオプラヤー川西岸に位置する大型複合施設「ICONSIAM(アイコンサイアム)」の核テナント百貨店として開業。タイの商業施設と日本の百貨店を融合させ、現地のライフスタイルに合わせた品揃えで現地のお客様の人気を得ています。

海外拠点でのブランド力強化と現地連携

海外においても、地域やお客様、従業員とともに取り組むさまざまな施策を通してブランド力を磨いています。また、グループ総合戦略「まちづくり」のもと、「Takashimaya」のブランド力を生かした事業開発も進んでいます。

トピックス

ベトナムに富裕層向け住宅内装事業を手掛ける新会社を設立

高島屋スペースクリエイツは、現地の住宅事情に合わせた富裕層向け住宅内装事業を手掛ける新会社「Takashimaya Interior Ltd.」を設立しました。経済発展著しいベトナムでは、大規模な住宅開発が進められており、生活水準の向上に伴う日本クオリティの住宅内装需要も一層高まっていくと見込まれています。ベトナム国内における当社グループの認知度、ホテルやラグジュアリーブランドの内装事業で培った高島屋スペースクリエイツの持つ高い技術と実績を生かし、住宅内装事業の需要を取り込んでいきます。



【シンガポール高島屋S.C.】シンガポール高島屋で開業以来30年以上勤務

Division 1&2 Deputy General Manager **ドロシー・シア**

現地スタッフの活躍は、日本の百貨店の強みとローカライズの両立に不可欠です。雇用の流動性が高いシンガポールで、開業当初から高島屋で働き続ける理由を「常に成長のチャンスがあった。『お客様第一主義』の共通認識のもと、チームで助け合う文化が会社に根付いていることが魅力」と語ります。

アジアに拡がる「Takashimaya」

商業と非商業の組み合わせによる安定的成長と資本効率向上の両立

サイゴンセンター（ホーチミン）事業の成功により、ベトナムにおける当社グループや東神開発のプレゼンスが向上し、ビジネスチャンスが拡大してきています。

長期保有型と短期回収型の組み合わせ

従前より当社グループでは、安定的、持続的な利益成長に資する資産を自ら保有する「持つ経営」を志向しています。

近年、資本効率の向上が従来以上に求められていることから、今後は住宅分譲など短期的に資金回収を図る事業にも取り組みます。

非商業分野に対する投資拡大

ベトナムにおいては当社グループの中心事業である「商業」のみならず、オフィス、住宅、教育施設などの非商業分野にも積極的に投資、収益基盤拡大を図っています。

「収益基盤の強化」と「資本効率の向上」を両立する事業ポートフォリオの構築

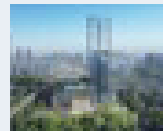
長期保有型

安定的・持続的な利益成長を実現する基幹事業



百貨店核SC
サイゴンセンター

2016年開業。ホーチミン高島屋のほか、約150の専門店によって構成されています。商業のほか、オフィス・ホテル・サービスアパートからなる複合施設。規模は地上42階地下6階、延べ約20万㎡にも及ぶ大型開発です。現在は、さらなる規模の拡大とクオリティの向上をめざす増床計画が進行中です。



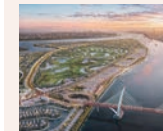
大規模複合ビル
ウエストレイク
スクエア・ハノイ

首都ハノイ市内の好立地に建設中の大型プロジェクト。1期計画は「Hanoi Takashimaya S.C.」として2027年秋に開業予定。街の成長と歩調を合わせた段階開発を想定し、2期計画ではSCの増床、大規模オフィスの開発により国際的な交流拠点が誕生する予定です。

商業分野

短期回収型

資本効率向上を意識した投資の実施



住宅分譲事業
ロイヤル
アイランド
プロジェクト

ベトナム最大手ディベロッパーによるハイフォン市の大規模タウンシップ開発に日系パートナーとともに参画しています。同国においては今後、住宅分譲を重要な事業ドメインに位置づけていく方針です。

非商業分野



オフィス
A&Bタワー
既存優良物件の取得



教育施設
ザ・デューイスクール
学校不動産事業への出資

現地有望企業・成長企業とのアライアンスによる事業領域拡大

事業開発の手法として、外食運営事業や学校運営事業など、主力事業とのシナジーが期待できる有望業種・成長業種への出資を実施しています。今後も、ベトナム国内で増加する中間層・富裕層のニーズが高いウェルネス・ヘルスケアなどの成長分野において、優良企業とのアライアンスにより事業領域の拡大を図ります。

● 相互出資による長期安定的な賃貸借の実現



2022年、学校運営事業を行う「Edufit international Education Corporation」との共同出資により学校不動産事業に参画。賃貸借の長期安定化を目的に、同社の学校運営事業にも出資しています。

学校事業は、2021年2月に「THE DEWEY SCHOOLS」の「タイホータイ校」を開校した後、2024年8月には2校目となる「オーシャンパーク校」を開校。今後、2030年までに複数開校を検討しています。

● 拡大する不動産事業における有力コンテンツの確保

● 将来成長に伴う高収益事業からの配当益獲得

TAKAHIRO
TAKAHIRO CORPORATION

2019年、ベトナム国内で複数の外食チェーン店を展開している「Takahiro」社に出資。国内の経済成長に伴い、外食産業も成長。ベトナムにおいては高収益事業とされる外食事業への出資により、配当益の獲得を狙います。

今後展開するSC事業やオフィス事業においても、有力なコンテンツとしての導入も見据えています。

WEBコンテンツの充実

ホームページのリニューアル

ウェブサイト・高島屋各店ホームページやアプリ、SNSや動画による情報発信とコンテンツの充実を図ることで、商圏の制限なく幅広いお客様にリーチをしていきます。リアル店舗に加え、バーチャルにおいてもお客様との継続的な接点を創出することで、エンゲージメントを高めています。

2025年には各店ホームページを、お客様が知りたい情報にアクセスしやすく、より使いやすいデザインにリニューアルしました。



NEW 自動翻訳機能搭載

テキスト表記を増やし、4言語(英語・繁体字・簡体字・韓国語)自動翻訳対応を可能にしました。

NEW 今日の高島屋

今日開催されているイベント情報、期間限定の催しやPOP UP情報にすぐにアクセス可能になりました。

メインコンテンツ

バナーデザインを見やすく改善しました。また、SEO対策(検索エンジン最適化)により新規流入数増をめざします。

NEW PICK UP

各店の特徴的なコンテンツを読み物記事として掲出。最新情報や人気コンテンツの露出を高め、新たなファンを取り込みます。

NEW メニューの固定表示

お客様によく探されているメニューにいつでもアクセスできるよう、固定メニューを新設しました。(スマートフォン)

オンラインストア機能強化と品揃え拡充

高島屋オンラインストア



圧倒的なギフトアイテム数で、高島屋ならではのさまざまな進物体裁に対応。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。母の日や誕生日などパーソナルギフトに加え、ギフトにもご自分用にも嬉しい趣味雑貨やリビング用品も充実させています。



タカシマヤファッションスクエア



人気の百貨店ブランドやセレクトショップなどのファッションアイテムを扱う当社グループのファッション通販サイト。店頭でも受け取ることができるお直しサービスや店頭在庫の可視化により、OMO(Online Merges with Offline)施策の充実を図っています。



TBEAUT(ティービューティー)

TBEAUT

ラグジュアリーブランド、ナチュラル・オーガニックコスメなどデパコスならではの品揃え。「すぐに選べる、私のコスメ。」をコンセプトに、化粧品のお買物が便利に楽しくなるコスメサイトです。



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、人気のデパ地下グルメを1都13県のお客様のご自宅にお届けする食料品宅配サイトです。

配送対象:宮城県・福島県・茨城県・栃木県・群馬県・埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県・山梨県・長野県・岐阜県・静岡県・愛知県
※一部除外地域がございます。

