髙島屋グループ経営理念

「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」こころを大切にし、
社会に貢献します。

5つの指針

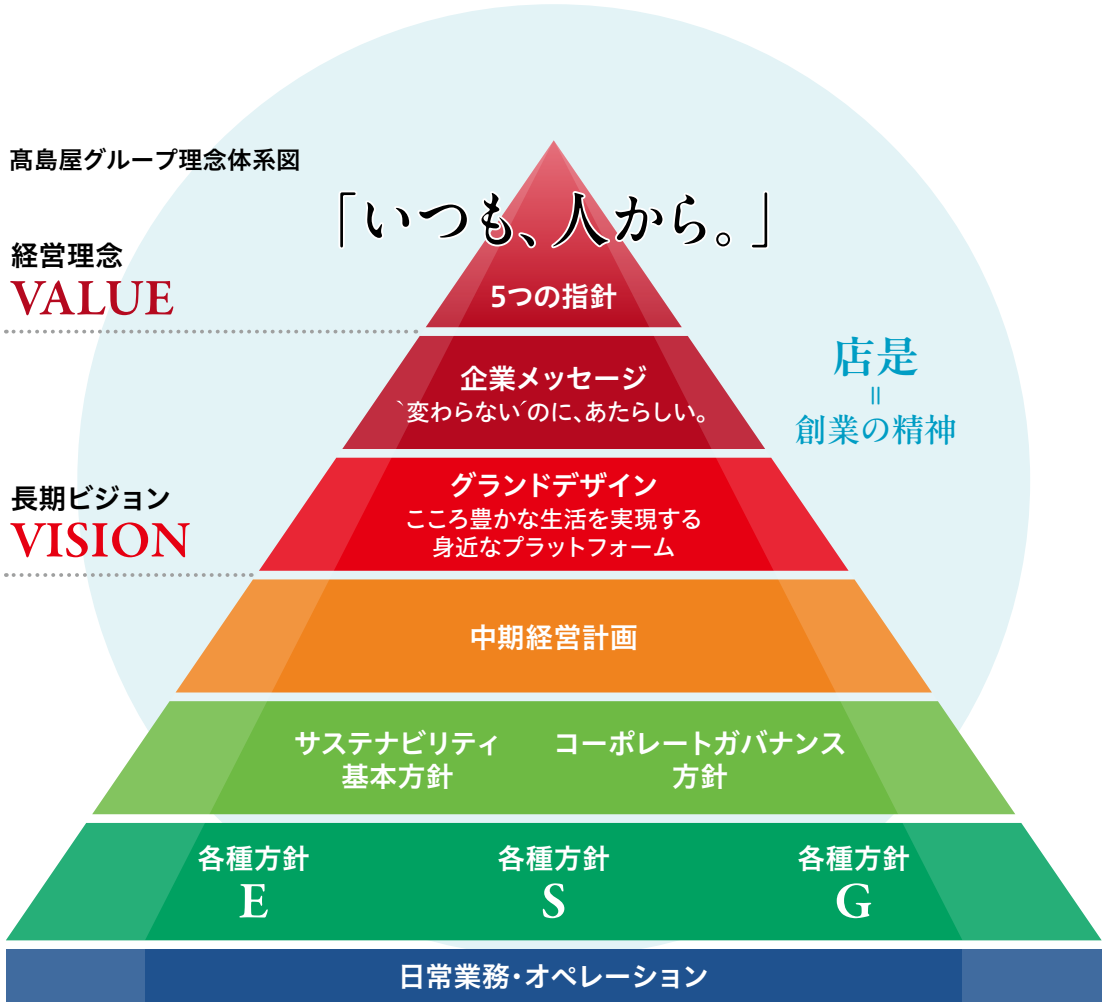
◇こころに残るおもてなし
◇未来を切り拓く新たな生活・文化の創造
◇いきいきとした地域社会づくりへの貢献
◇地球環境を守るためのたゆまぬ努力
◇社会から信頼される行動

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、進化してゆく髙島屋です。



創業の精神　店是（てんぜ）

- 確実なる品を廉価（れんか）にて販売し、自他の利益を図るべし
- 正札掛値（しょうふだかけね）なし
- 商品の良否は、明らかにこれを顧客に告げ、一点の虚偽あるべからず
- 顧客の待遇を平等にし、いやしくも貧富貴賤（ひんぷきせん）に依りて差等を附すべからず

髙島屋グループのビジネスモデルの特徴

当社グループの大きな特徴は、百貨店単体の魅力にとどまらず、商業施設全体として価値を高める「百貨店核のショッピングセンター（SC）」モデルにあります。百貨店は、各店舗において多様で上質な商品やサービスをワンストップで提供するとともに、おもてなしなど、「人」の力による付加価値を創出しています。また、催事等を通じた文化発信機能も培ってきた魅力の一つです。こうした百貨店の各種機能に、専門店や金融、レストランなどをSC全体の中に組み合わせることで、日常からハレの日まで、多様な来店動機を創出しています。お客様層やご利用シーンの広がりを生み出すことにより、SC全体の集客力と収益機会の向上につなげています。

これを可能にしているのが、商業開発業の東神開発をはじめ、金融業・建装業・食品レストラン業などの各グループ会社の総合力です。百貨店核のSCを基軸にグループアセットを効果的に活用し、各事業が相互に連携することでグループシナジー発揮を追求しています。これにより、単一業態では実現しにくい複合的な価値提供が可能になります。

また、当社グループは、西日本・東日本の双方に基幹店舗を展開するほか、シンガポール、中国、ベトナム、タイなどアジア地域でも事業を展開しています。異なる生活文化、消費動向、都市機能を的確に捉え、その地域にふさわしい商品・サービス・空間を提供することで、各国のお客様に支持されるまちづくりを進めています。国内外の複数の利益創出拠点を有していることは、環境変化に対する対応力を高めるとともに、成長機会を広げる重要な強みとなっています。

さらに、長年にわたり築いてきた幅広い顧客基盤も、当社グループの重要な強みであり、大切なグループ資産です。店舗での接客、個人・法人に対する担当制販売サービスである外商によるきめ細かな対応、カード・金融サービス、EC・通販など、リアルとデジタルの多様な接点を通じて、お客様一人ひとりとの関係性を深めています。お客様の嗜好やライフスタイルの変化を捉え、商品・サービスの提案力を高めることで、世代をまたぐ継続的なご利用と信頼関係の構築につなげています。

当社グループは、これらの魅力や強みをさらに磨きあげ、変化する社会やお客様のご期待に柔軟に対応しながら、地域とともに成長するまちづくりをこれからも続けていきます。そして、国内外の多様な地域において、人々が集い、楽しみ、こころ豊かに過ごせる場を提供することで、持続的な企業価値の向上を実現していきます。

