

# 第151期 中間 株主レポート

2016年3月1日から8月31日まで

 Takashimaya

大きなヘチマに数匹のアリが描かれた本作は、1909年(明治42年)に開催された高島屋初の美術展覧会「現代名家百幅画会(げんだいめいかひやくふくがかい)」に出品された竹内栖風の作品。このたび百年以上の時を経て所在が判明し、高島屋史料館に収蔵されました。これを契機に、今年10月、日本橋店で開催した「高島屋史料館所蔵 日本美術と高島屋」展にて展示いたしました。

竹内栖風〈小心胆大〉



## 株主の皆様へ

---



平素は格別のご高配を賜り、御礼申しあげます。このたび第151期中間株主レポートが整いましたのでお届けいたします。

### **お客様満足を追求し、 ニーズに幅広く対応する「まちづくり戦略」**

今期は連結で減収となりましたが、全社一丸となり日本国内外で経費の効果的活用に取り組んだ結果、前年並みの営業利益を確保することができました。

当社ではお客様満足を追求し、ニーズに幅広く対応するグループ総合戦略「まちづくり戦略」を推進しております。

この戦略には二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もあります。このまちづくり戦略を支える東神開発の商業プロデュース力は当社ならではの強みであります。

まちづくり戦略において、たとえばタカシマヤ

タイムズスクエア(新宿)では、今春の新宿駅南口地区基盤整備事業完成に伴い、就労人口や来街者の増加を好機と捉え、改装や集客策に取り組んでおります。この動きをさらに進化させるべく、9月には「紀伊國屋サザンシアターTAKASHIMAYA」の劇場運営に携わり、12月には専門店のニトリを導入することで、館全体の魅力を一層高めてまいります。

再開発計画が進む日本橋エリアにおきましては、「新・都市型SC」のオープンに向けた準備を進めております。地方郊外店におきましても、まちづくりの視点をもって営業構造改革を推進し、地域・行政密着型の店づくりを行ってまいります。

館の魅力を最大化するには、流行を捉えた鮮度高い専門店と百貨店の編集力を発揮した売場の融合が不可欠であります。百貨店業におきましては、特徴化MD戦略を推進し、上質で話題性ある品揃えをめざしてまいります。

街や館への集客という観点では、新たなお客様との接点の拡大や、文化催の開催に取り組んでおります。その一つとして、NTTドコモとの協業により、ポイント連携やインバウンド施策、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、既存のお客様だけでなく、潜在的な高島屋ファンへのアプローチも狙いとしております。また訪日された中国本土のお客様が帰国してからも専用アプリを通じて、日本の良品を購入できる越境販売もこの冬スタートする予定であります。

文化催につきましては、当社の創業以来の精神や芸術家との関係を育み深めてきた歴史を多くのお客様に知っていただくこと、10月に「高島屋史料館所蔵 日本美術と高島屋」展を日本橋店で開催いたしました。

海外事業におきましては、今年7月、「ホーチミン高島屋」を核テナントとする本格的ショッピングセンター「サイゴンセンター」をベトナムに開業いたしました。シンガポールで成功した、「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の事業にも取り入れております。

今後も高島屋グループの総力をあげて、国内外でまちづくり戦略を推進し、お客様満足を追求してまいります。引き続き株主の皆様のご支援・ご愛顧のほど、よろしくお願い申し上げます。

2016年11月

取締役社長 木本 茂

# グループ総合力を発揮する、まちづくり戦略

当社を取り巻く消費環境は著しく変化し、また消費者のニーズも多様化しております。お客様満足を追求し、ニーズに幅広く対応するために、街の集客におけるアンカーとしての役割を発揮していくとともに、館の魅力の最大化を推進してまいります。

## ●タカシマヤ タイムズスクエア(新宿)

今年4月、「タカシマヤ タイムズスクエア」の周辺環境は、新宿駅南口地区基盤整備事業の完成により、大きく変化し、就労人口や来街者が増加しております。こうした環境変化に対応すべく、昨年のレストラン街に続き、本年は食料品売場の改装を行ってまいりました。9月からは「紀伊國屋サザンシアター TAKASHIMAYA」の運営に携わり、総合文化発信の拠点としたほか、12月には大型専門店「ニトリ」を導入するなど、館全体の魅力を高めてまいります。

なお2019年春にフルオープン予定の日本橋再開発計画につきましては、日本橋店の隣接地区に2018年秋完成予定の17,000㎡の専門店エリアを増床し、「新・都市型SC」によるまちづくりを推進してまいります。



タカシマヤ タイムズスクエア



紀伊國屋サザンシアター-TAKASHIMAYA

## ●サイゴンセンター

海外においてもその地域に合わせたまちづくりを推進してまいります。7月には、ベトナム・ホーチミン市に「ホーチミン高島屋」を核テナントとする大型複合施設「サイゴンセンター」をオープンいたしました。シンガポールでの経営資源や成功事例を生かし、「百貨店」「不動産」「商業施設運営」の3事業を統合した運営を取り入れております。

また2017年度には、タイ・バンコクに「サイアム高島屋」の開業を予定しています。現地有力企業との協業により、民間投資では過去最大となる不動産開発「アイコンサイアム」の核テナントとして出店いたします。



サイゴンセンター・ホーチミン高島屋

# 国内百貨店の取り組み

## 《特徴化MD》

上質性、話題性といった視点から、特徴化売場や独自商品の開発を推進してまいります。

その一つとして9月から、大人の女性に向けたショップ、「シーズンスタイルラボ」を展開しております。百貨店が得意とする単品編集の買いやすさと、ディレクターにスタイリストの大草直子氏を起用し、感度の高い品揃えを実現いたしました。

また国内繊維製造業が参加する研究チーム「繊維未来塾」との連携により、日本の良質な素材や技術を使った商品開発を進めており、衣料品をはじめ、タオル、寝具など幅広く商品を展開してまいります。

## 《特徴催》

話題性のある文化催によって集客を図ってまいります。

### 興福寺中金堂再建・法相柱柱絵完成記念 興福寺の寺宝と畠中光享展

創建から1300年以上の間、優れた仏教美術を育み、守り続けてきた法相宗大本山興福寺。現在、約300年ぶりに興福寺の「中金堂（ちゅうこんどう）」再建事業が進められ、2018年に落慶が予定されています。日本画の畠中光享画伯が法相の祖師を描いた大柱、「法相柱」も再興されます。本展ではその落慶に先駆けて、大柱に貼りあげ前の祖師画14点を初公開するとともに、興福寺所蔵の宝物、畠中光享画伯の代表作・新作を展示いたします。

〈会期〉日本橋店:2017年1月11日(水)→23日(月)、横浜店:5月19日(金)→29日(月)、  
大阪店:8月23日(水)→9月4日(月)

※会期は都合により変更になる場合があります。



無著菩薩(部分)2016年

菩薩立像(千体仏のうち)  
平安時代 興福寺蔵

## 《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、さらなる成長を実現してまいります。

### ● 発酵デリカテッセン カフェテリア Kouji&ko

日本の伝統として受け継がれてきた発酵技術が、今あらためて注目を集めています。こうした動きに着目し、発酵技術を使ったメニューを提供する、発酵デリカテッセン カフェテリア「Kouji&ko」が11月16日、新宿店にオープンいたしました。「Kouji&ko」は伝統的な発酵を文化ととらえ、敬意を示しながらも、同時に既存のイメージにとらわれず、“目で見ても、食べてもおいしい感動”を生み出していき、新たなスタイル「ヌーベルハッコウ (Nouvelle Hakkou)」をコンセプトにしています。デリ、サラダからスイーツまで、すべての料理に発酵の力を生かし、「新たなおいしさ」をご提案します。Kouji&koは、新たな日本の食を発信する、当社と貝印株式会社の合併会社フードアンドパートナーズのブランドです。



### ● 高純度セリシンを配合したビューティーブランド dear mayuko

「dear mayuko」は“一生モノのキレイをつくる。”をコンセプトに掲げ、今秋、ライフスタイル提案型ビューティーブランドとして誕生いたしました。繭に含まれる天然の保湿成分セリシンを配合したスキンケアを中心に、ボディケア、ヘアケア、雑貨までの商品展開でスタートいたします。11月9日の横浜店のグランドオープンに続き、11月23日にはジェイアール名古屋高島屋に、12月1日には日本橋店にグランドオープンいたします。

dear mayukoは、日本独自の技術を使ったビューティーブランドの開発・拡販を行う、当社とセーレン株式会社の合併会社Dear Mayukoのブランドです。



# 国内百貨店の取り組み

---

## 《お客様接点の拡大と、利便性向上》

当社と親和性の高い企業との協業により、お客様接点を拡大していくとともに、潜在的な高島屋ファンへのアプローチを行ってまいります。

### ●NTTドコモ・ロイヤリティ マーケティングとの協業

現在、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、ドコモの会員数5,900万人という大きな顧客基盤や、スマホを通じて得られるビッグデータ・技術という強みを生かし、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、約7,800万会員を有する共通ポイント「Ponta」が全国の店舗でたまる・つかえるサービスを開始いたしました。



NTT  
docomo



### ●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カ月間お積み立ていただくと、12カ月後に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お渡しするサービスで、新規会員数が順調に増えております。お買物カードは「株主様ご優待カード」との併用もでき、さらに優待施設のご利用など、各種特典がございます。通信販売カタログやオンラインストアでのお買物の決済にもご利用いただけます。



# 国内グループ事業

## ● 東神開発

日本で初めての本格的郊外型ショッピングセンターを開発して以来、国内外でSCの開発、管理運営を行うなど、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。高島屋グループ総合戦略である「まちづくり戦略」におきましては、商業プロデュース力を生かし、百貨店と専門店の融合を具現化させる中心的役割を果たしております。また東神開発の100%子会社である、トーシン・ディベロップメント・シンガポールにつきましては、既存のシンガポール事業に加え、ベトナムのサイゴンセンター事業など、当社の成長の柱となるASEAN地区における新規事業の開拓に取り組んでおります。



玉川高島屋S-C

## ● 高島屋クレジット

高島屋ブランドのクレジットカードを発行しております。2016年11月から高島屋でお買物をした当日から、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への対応を行うなど、利便性向上への取り組みを進めております。今後、拡大する電子決済市場に対応し、さらなる成長をめざしてまいります。



## ● 高島屋スペースクリエイツ

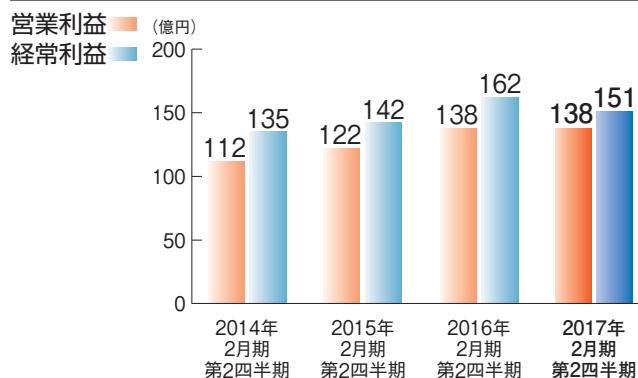
135年を超える空間創造の歴史に裏付けされた実績とノウハウに基づき、商業施設やホテル、文化施設、個人住宅等の内装の設計施工を行っております。訪日外国人のさらなる増加や、2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催を好機と捉え、収益増大を図ってまいります。



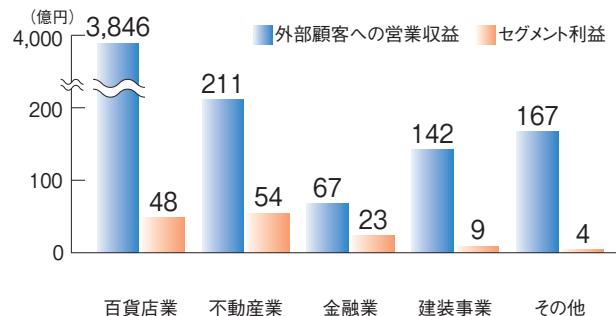
ヒルトン名古屋 バーKIWAMI(写真提供:ヒルトン名古屋)

## 前年並みの営業利益を確保

国内百貨店は減収となったものの、経費の効果的活用に取り組んだ結果、営業増益となりました。また、連結子会社ではベトナムのホーチミン高島屋開業準備に伴う経費増や、円高による為替影響などの減益要因がありましたが、東神開発や高島屋クレジット、高島屋スペースクリエイツなどの国内子会社が堅調に業績を伸ばした結果、前年並みの営業利益を確保することができました。一方、経常利益は為替差損の計上により、親会社株主に帰属する四半期純利益は前年の株式売却に伴う特別利益の反動減により、いずれも減益となりました。



### セグメント情報 (2017年2月期第2四半期)

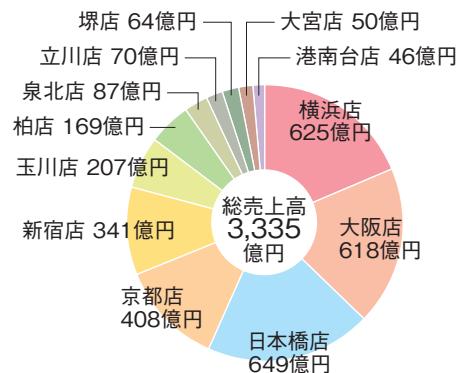


## 単体業績

### 営業収益



### 店別売上高 (2017年2月期第2四半期)



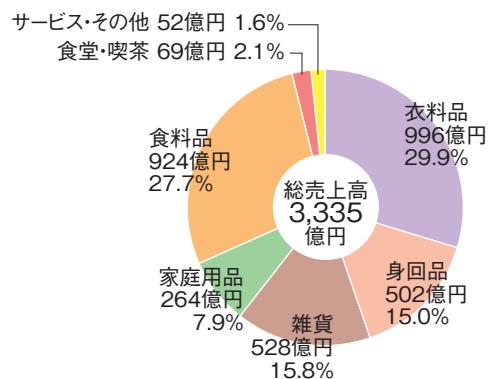
### 営業利益



注:1.京都店には洛西店を含めております。

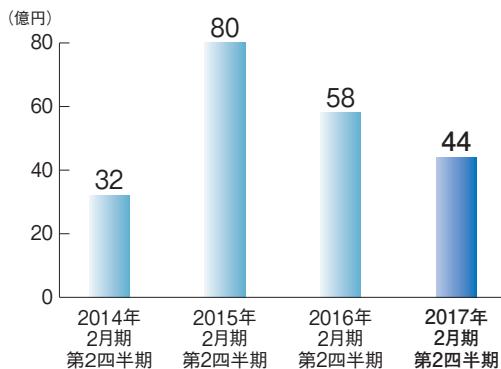
注:2.法人事業部およびクロスメディア事業部の売上高は、それぞれ所在する地区の各店に含めております。

### 商品別売上高 (2017年2月期第2四半期)



注:円グラフの%は全体に占める構成比

### 四半期純利益



## 収支計画

2017年2月期 連結収支計画 (2016年3月1日から2017年2月28日まで)

	営業収益 〔売上高〕		営業利益		経常利益		親会社株主に 帰属する当期純利益	
	億円	%	億円	%	億円	%	億円	%
通 期	9,250	△0.5	340	+3.1	360	△4.7	200	△16.1
	[8,612	△0.5]						

(注) 営業収益〔売上高〕、営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益におけるパーセント表示は、対前年増減率

〈ご参考〉 2017年2月期 単体収支計画 (2016年3月1日から2017年2月28日まで)

	営業収益 〔売上高〕		営業利益		経常利益		当期純利益	
	億円	%	億円	%	億円	%	億円	%
通 期	7,024	△1.1	111	+1.5	139	△1.6	69	△29.4
	[6,906	△1.3]						

(注) 営業収益〔売上高〕、営業利益、経常利益、当期純利益におけるパーセント表示は、対前年増減率

## 中間配当金について

当社では、将来に備え経営基盤を強化することにより安定的な配当水準を維持することを基本スタンスとしながら、業績や経営環境を総合的に勘案し、株主の皆様への利益還元を図ってまいります。この方針のもと、当期の1株当たり中間配当金につきましては、6円とさせていただきます。

※より詳細な財務情報は、当社ホームページ「IR情報」をご参照ください。  
<http://www.takashimaya.co.jp/corp/ir/>

## 株式情報

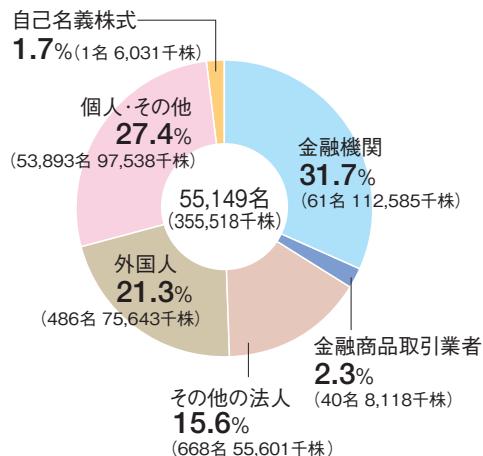
### 株式数および株主数

(2016年8月31日現在)

発行可能株式総数	600,000,000株
発行済株式総数	355,518,963株
株主数	55,149名

### 株式分布状況

所有者別

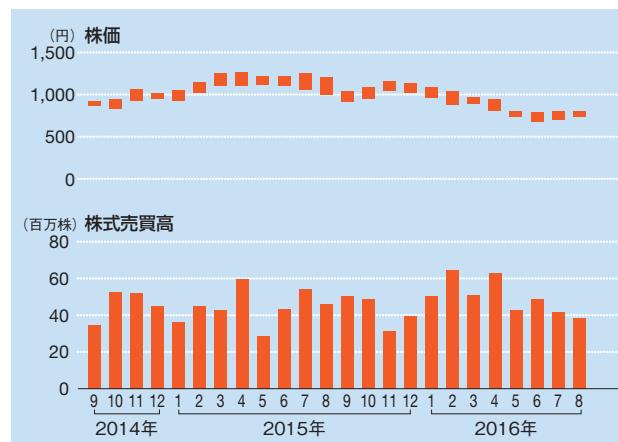


### 大株主

株主名	持株数	持株比率
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	28,737 <sup>千株</sup>	8.2%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	20,928	6.0
エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社	17,774	5.1
資産管理サービス信託銀行株式会社 (投信受入担保口)	10,753	3.1
日本生命保険相互会社	9,923	2.8
高島屋共栄会	6,742	1.9
BBH FOR VANGUARD INTERNATIONAL VALUE FUND - EDINBURGH	6,314	1.8
STATE STREET BANK WEST CLIENT - TREATY 505234	5,582	1.6
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口9)	4,958	1.4
相鉄ホールディングス株式会社	4,805	1.4

(注) 持株比率は、自己株式 (6,031千株) を控除して計算しております。

### 株価 (高値・安値) および株式売買高の推移



# 株主優待制度のご案内

毎年2月末日及び8月31日現在の株主名簿に記載された1,000株以上ご所有の株主の皆様  
に「株主様ご優待カード」を発行いたします。

通信販売カタログの送付をご希望の株主様は、  
受付フリーダイヤル ☎ 0120-111-777まで、お申し込みください。



## 株主様ご優待カードのご案内

- (1) ご優待カードのご利用により、高島屋各店での割引対象商品のお買物につき、10%（1円未満切り捨て）を割引いたします。
- (2) お支払いには、現金、当社の商品券、タカシマヤバラカード、タカシマヤギフトカード、全国百貨店共通商品券、百貨店ギフトカード、友の会お買物カード（いよてつ高島屋を除く）、ギフト券（クレジット会社等発行）がご利用いただけます。また、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、外商お得意様用の各カードもご利用いただけます。
- (3) 他のご優待割引、ポイントサービスとの併用はできません。クレジットカードでのお支払い時は、クレジットカードのポイントはつきません。
- (4) ご優待カードをご持参されない場合は、割引いたしかねます。
- (5) 割引対象外の品目、ブランド  
商品券、タカシマヤギフトカード、全国百貨店共通商品券、百貨店ギフトカード、ギフト券類、金・銀・白金の地金類、たばこ、食堂（イートインコーナー含む）、喫茶、旅行費用、荷具・送料、修理・加工料、箱代、保険料、ルイ・ヴィトン、ティファニー、ベルルッティ、ブルガリ、カルティエ、エルメス、フォクシー、ディズニーストア、ポケモンセンター、シャネルブティック、シャネルジュエリー、パテック・フィリップ、その他各店で特に指定する売場・商品等については、割引対象外とさせていただきます。
- (6) 代金引き換え配達のご利用方法  
通信販売または売場でのお買物で、ご注文の際にご優待カードご利用の旨をお申し出いただいた場合に限り、商品配達時に代金引き換えのお支払い方法で、ご優待カードをご利用いただけます（ただし、いよてつ高島屋を除く）。
- (7) オンラインストアでのお支払い方法  
コンビニエンスストア、ネット銀行、ペイジー（金融機関ATM等）、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、外商お得意様用の各カード及び友の会お買物カードでのお支払いになります。  
(注) オンラインストア及び通信販売のお支払いにおいて、友の会お買物カードをご利用いただく場合は、事前に高島屋各店友の会窓口にて「認証コード」のご登録が必要となります。

(8) 高島屋文化催の無料入場

ご優待カードのご提示により、3名様まで高島屋各店で開催いたします有料文化催に無料でご入場いただけます。

(9) ご優待カードは株主様ご本人とご家族の方がご利用いただけます。

(10) ご優待カードは他人に譲渡・売買・貸与（ただし、上記（9）の場合を除く）等をされた場合は無効とし、ご利用いただけません。

（注）株主様ご優待カードご利用時に、ご本人確認をさせていただく場合がございます。ご協力をお願い申し上げます。

(11) ご優待カードを紛失された場合、再発行いたしかねますのでご承知おきください。

(12) ご優待カードの分割発行はいたしかねますのでご承知おきください。

(13) ご優待カードは高温多湿な場所や、磁気を帯びたもの（テレビ・オーディオ機器・冷蔵庫等）の近くに置かないようご注意ください。また携帯電話やスマートフォン、ハンドバックや財布等の磁石留め具など、強い磁気を発するものとの接触や、一緒に携帯することで磁気が劣化する場合がありますのでご注意ください。

## 取扱店舗

高島屋各店 大阪店、堺店、京都店、洛西店、泉北店、日本橋店、横浜店、港南台店、新宿店、玉川店、立川店、大宮店、柏店、タカシマヤフードメゾンおたかの森・新横浜・岡山 各店  
タカシマヤスタイルメゾン海老名店（ららぽーと海老名内）

岡山高島屋 岐阜高島屋 米子高島屋 高崎高島屋 ジェイアール名古屋タカシマヤ いよてつ高島屋  
タカシマヤ通信販売 高島屋オンラインストア

## 郵送時期および有効期間

対象株主	郵送時期	有効期間
2月末日現在の株主	5月下旬（定時株主総会終了後）	ご優待カード到着日より同年11月30日まで
8月31日現在の株主	11月下旬	ご優待カード到着日より翌年5月31日まで

## 株主優待制度についてのお問い合わせ

株式会社高島屋 総務部 〒103-8265 東京都中央区日本橋2丁目4番1号  
TEL (03) 3668-7063 （受付時間：10：00～18：00）

## 株主メモ

事業年度	毎年3月1日から翌年2月末日までの1年間
配当金受領株主確定日	2月末日 中間配当を実施するときの株主確定日は、8月31日です。
定時株主総会開催時期	5月
公告方法	電子公告をもって行います。ただし、事故その他のやむを得ない事由によって電子公告ができない場合は、日本経済新聞に掲載いたします。 (ホームページアドレス <a href="http://www.takashimaya.co.jp/">http://www.takashimaya.co.jp/</a> )
単元株式数	1,000株
証券コード	8233
株主名簿管理人 特別口座の口座管理機関	東京都千代田区丸の内1丁目4番5号 三菱UFJ信託銀行株式会社
連絡先	〒137-8081 東京都江東区東砂7丁目10番11号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部  0120-232-711 (受付時間：土・日・祝祭日等を除く平日9:00~17:00)

(ご注意)

- 株券電子化に伴い、株主様の住所変更、買取請求その他各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関（証券会社等）で承ります。口座を開設されている証券会社等にお問い合わせください。株主名簿管理人（三菱UFJ信託銀行）ではお取り扱いできませんのでご了承ください。
- 特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、上記特別口座の口座管理機関である三菱UFJ信託銀行にお問い合わせください。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店にてもお取次ぎいたします。

ホームページアドレス <http://www.takashimaya.co.jp/>



本冊子は環境保全のため、再生紙を使用し、「植物油インキ」で印刷しています。