

老舗名	高島屋 C組 3班
Q.1	創業当時からのこだわりは何ですか。
A.1	<p>高島屋は、1831年京都・烏丸(からすま)の地に創業以来、常にお客様にご満足頂き、また地域・社会への貢献を目指して現在に至っています。その伝統と実績を支えてきたものが「店是(てんぜ)」であり、創業の精神として今日まで生きています。</p> <p>◆店是(=創業の精神)・・・</p> <ul style="list-style-type: none"> ○確実なる品を廉価にて販売し、自他の利益を図るべし ○正札掛値なし ○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に依りて、差等を附すべからず <p>◆経営理念(1988より)</p> <p>「いつも人から。」：人を信じ、人を愛し、人につくす(人=お客様、株主様、お取引先様、従業員など)</p>
Q.2	今、一番売れている商品は何ですか。
A.2	<p>「オードリー」：いちごを使った焼菓子。高島屋日本橋店、横浜店のみ販売。連日、B1洋菓子売場に行列ができています。</p>
Q.3	どのようなお客様が来るのですか。(年齢・外国人・会社・個人)
A.3	<p>年齢 20才代～30才代:10%、40才代～50才代:40%、60才代以上 50%～</p> <p>外国人:アジア系(中国、台湾、香港、マレーシアなど)のお客様が増えています。</p> <p>会社:会社としてのご注文を担当する部門(=法人事業部)</p> <p>個人:お医者様、経営者など個人のお客様担当部門(=外商部)</p>
Q.4	長年高島屋が続いている秘密を教えてください。
A.4	<p>店是に基づき、お客様、商品、サービス向上をより大切にして長年にわたり取り組んでまいりました。その事が、お客様からのご信頼を得る事につながり現在の高島屋へのご支持がある、と考えています。</p>
Q.5	どうして「バラ」の包装紙なのですか。
A.5	<p>1952年、当時の社長が趣味として、よくバラの静物画を描いていました。美の象徴として、四季を問わず人々に愛されているバラのイメージがお客様に愛される百貨店にふさわしいとして、シンボルフラワーとしました。</p>
Q.6	ネット販売もされていますが、始めたきっかけと、ネットとお店に直接来るお客様とでは買う商品の違いがあるか教えてください。
A.6	<p>通信販売事業として40年以上前から、①「カタログ販売」がありました。その後時代の変化に合わせて→②「テレビショッピング」→③「オンラインストア」と事業を拡大して、現在はこれら3つの通信販売を扱うクロスメディア事業部があります。</p> <p>○ご来店のお客様:婦人服や婦人雑貨(バッグ、アクセサリーなど)、食料品、高額品(宝石、時計など)</p> <p>○ネット販売のお客様:日用品、食料品、なかでも百貨店が得意とするお中元、お歳暮、おせち料理、ワインなどが人気、オンラインストアでは、お店にない商品も多いので、実際の商品を見てから決めたいというお客様が来店され、ご迷惑をおかけする事もあります。</p>

Q.7	高島屋をこれからどのように発展させていくのか教えてください。
A.7	アジアを中心に海外進出を増やすほか、百貨店と異なる会社とご一緒に新しい会社を作ったり、お店の周辺地域の再開発を進めています。例:2016年ベトナム・ホーチミン市、2017年 タイ・バンコク市出店、2019年 日本橋二丁目再開発計画
Q.8	重要文化財になった理由は何ですか。
A.8	高橋貞太郎の当初(1933年)設計部分と近代建築の手法をふんだんに取り入れた村野藤吾の設計による増築部分から成り立っており、その全体が一体不可分の建築作品として完成度が高く、我が国の百貨店建築を代表するものの1つとして重要である。と評価され、2009年(平成21年)6月30日に「意匠的に優秀なもの」として百貨店建築として初めて正式に指定されました。
Q.9	どの季節が一番お客様が多いですか。
A.9	春(3月、4月、5月)と秋(10月、11月)は大型催事やファッションで、またお中元(6月、7月)、お歳暮(11月、12月)の時期も多いです。一般的には昔から、商売では真冬、真夏の2月、8月はお客様が少ないと言われます。
Q.10	他の百貨店にはない、自慢の商品やサービスを教えてください。
A.10	商品:「味百選」全国からよりすぐられた老舗の味を集めた催し物 毎年4月、11月開催 サービス:重要文化財見学ツアー(日本橋店 毎月第2金曜日無料)、お茶出しサービス(日本橋店 土日祝)