

あなたの笑顔を絶やさぬために

日本一であり続けます



TSURUHA HOLDINGS COMPANY OUTLINE

株式会社ツルルホールディングス
<https://www.tsuruha-hd.co.jp>





代表取締役社長

鶴羽 順

FOR YOUR SMILE

お客様の生活に豊かさと余裕を提供するために、
さらなる企業価値の向上を推進していきます。

高齢化社会が到来し、人びとの「いつまでも健康で美しくありたい」との願いはより一層高まり、お客様のニーズも多様化しています。

ツルハは、お客様の健康と豊かな暮らしづくりを応援するために、「しんせつ第一」「信用第一」をモットーに、地域のみなさまに親しまれ、愛される店づくりを追求し成長してまいりました。健康を自己管理するセルフメディケーション意識の向上なども受け、誰もが気軽に相談できる、身近なドラッグストアへの期待は、これまで以上に高まるものと思います。

ドラッグストア業界は現在、規制緩和、異業種からの参入、再編・淘汰の時代を迎えており、経営環境が今後はさらに厳しくなるものと予想されます。こうした環境の

変化に対応するため、各種業務の集約によるグループ全体の運営効率の向上を進めています。また、ドラッグストアのナショナルチェーン機構を目指し積極的に業務・資本提携や買収等M&A手法を活用し、さらなる革新と収益基盤の拡大ならびに企業価値の向上を図ってまいります。

これからも「日本一のドラッグストアチェーン」を目指し、全国のみなさまと信頼の絆を深めてまいりますので、引き続き、ご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。



1929年北海道旭川市において、
売場面積わずか9坪の薬局「鶴羽薬師堂」の創業から始まりました。

- 1929年 5月 北海道旭川市に鶴羽薬師堂創業
- 1956年 8月 ツルハ薬局に屋号変更
- 1963年 6月 北海道旭川市に(株)ツルハ薬局(現(株)ツルハホールディングス)を設立
- 1975年 5月 (株)クスリのツルハコントロールセンター(現(株)ツルハ)を北海道旭川市に設立
- 1987年 6月 関東1号店(六郷店:東京都)開店



- 1989年 7月 店舗数100店舗となる
- 1998年 6月 (株)ツルハが日本証券業協会に株式を店頭登録
- 2001年 2月 (株)ツルハが東京証券取引所市場第二部に上場
- 2002年 5月 (株)ツルハが東京証券取引所市場第一部銘柄に指定



2003年 3月 ツルハポイントカード誕生



- 2005年 11月 株式交換により(株)ツルハを(株)ツルハホールディングスの完全子会社とする
- 11月 ツルハグループの持株会社として東京証券取引所市場第一部へ上場
- 2006年 8月 店舗数500店舗となる
- 5月 (株)くすりの福太郎(千葉県)を株式交換により子会社化
- 2009年 2月 (株)ウェルネス湖北(島根県)の株式を取得し子会社化
- 2010年 10月 タイ国・サハグループとの業務提携
- 2012年 4月 店舗数1,000店舗となる



2012年 7月 タイ国1号店(ゲートウェイ・エカマイ店)開店



- 2013年 12月 (株)ハーティウォンツ(広島県)の株式を取得し子会社化
- 2014年 8月 ツルハグループ「LINE」公式アカウントを開設
- 2015年 8月 (株)ハーティウォンツが株ウェルネス湖北を吸収合併し、
「(株)ツルハグループドラッグ&ファーマシー西日本」に社名変更
- 10月 (株)レディ薬局(愛媛県)の株式を取得し子会社化
- 2017年 9月 (株)杏林堂グループ・ホールディングス(静岡県)の株式を取得し、
同社および(株)杏林堂薬局(静岡県)を子会社化
- 2018年 5月 (株)ビー・アンド・ディーホールディングス(愛知県)の株式を取得し、
同社および(株)ビー・アンド・ディー(愛知県)を子会社化
- 8月 店舗数2,000店舗となる
- 9月 (株)ツルハが金秀商事(株)(沖縄県)とフランチャイズ契約を締結
- 11月 新プライベートブランド「くらしリズム」誕生



2019年 11月 ツルハグループスマートフォンアプリ誕生



- 2020年 5月 (株)ツルハがJR九州ドラッグイレブン(株)(福岡県)の株式を取得し子会社化
- 6月 (株)ツルハホールディングス代表取締役社長に鶴羽順が就任



2025年 7月 ベトナム社会主義共和国1号店(リー・トゥ・チョン店)開店

地域医療の担い手として、よりお客様の身近で、
安心できるサービスをお届けしたい。
そんな思いを共有し、
目標を大きく掲げてともに歩んでいけるパートナーづくりが、
ツルハホールディングスの業務・資本提携の基本的な考え方です。
さらに、それぞれの提携企業が持つ強みを生かしながら、
グループシナジーを向上させ、
多様化するニーズにお答えできる
新たなサービスを提供し続けます。

FOR YOUR SMILE

お客様の生活に豊かさと余裕を提供する



ツルハグループ

事業会社(本社所在地)



ツルハ
北海道札幌市



くすりの福太郎
千葉県鎌ケ谷市



ツルハは愛知県のビー・アンド・ディーも運営しています



レデイ薬局
愛媛県松山市



FGN
ツルハグループ
ツルハグループ
ドラッグ&ファーマシー西日本
広島県広島市



杏林堂薬局
静岡県浜松市



ツルハグループドラッグ&ファーマシー西日本は福岡県のツルハドラッグも運営しています



ドラッグイレブン
福岡県大野城市



ドラッグストア事業

当社グループの中核をなすドラッグストア事業は、地域集中出店によるシェア拡大を早期に図るドミナント戦略を推進し、お客さまにとって、いつも身近にあるという「安心」と「信頼」のドラッグストアを目指しています。グループ体制の確立によるローコストオペレーション効果を商品価格へ反映させるほか、地域や特性に合わせた多彩なタイプの店作りを行い、お客さまの視点に立った、地域に愛され、喜ばれる日本一のドラッグストアチェーンの構築に取り組んでいます。

調剤薬局事業

地域の皆様の「かかりつけ薬局」を目指し、医薬分業に対応した調剤部門【治療機能】とセルフメディケーション意識の高まりに応えるOTC部門【予防機能】での総合的なサービスを提供するための体勢作りを力を入れています。地域の皆様にわかりやすく親切な健康相談、服薬指導などを行えるよう、調剤研修センターを利用した薬剤師のスキルアップや、グループ内で実施している学術発表大会を通して専門知識の向上などを行なっております。

グループサポート会社(本社所在地)

ツルハグループマーチャンダイジング



東京都港区

グループ全般に係る商品の調達および流通に関する企画、商談、調達、プライベートブランド商品の企画開発、販売促進、インターネット等での通信販売業務

ツルハフィナンシャルサービス



北海道札幌市

グループにおける保険代理店業務および経営指導管理

ツルハグループ

40都道府県に広がる
ネットワーク

地域別店舗数 (2025年7月31日時点)

総店舗数(国内) **2,681** 店舗
うち 調剤薬局数 **1,001** 店舗

北海道エリア

**ツルハ
ドラッグ** **440** 店舗

海外 (タイ王国)

**TSURUHA
DRUG
STORE** **24** 店舗

海外 (ベトナム)

**TSURUHA
DRUG
STORE** **1** 店舗



中国エリア

Wants **235** 店舗

※広島中央薬局1店舗を含む

FGN
ツルハグループ

WELMAGO **104** 店舗

レディ

41 店舗

東北エリア

**ツルハ
ドラッグ** **592** 店舗

関東甲信越エリア

**ツルハ
ドラッグ** **282** 店舗



247 店舗

中部・関西エリア

**ツルハ
ドラッグ** **107** 店舗

**ツルハ
ドラッグ** **B&D** **51** 店舗

レディ **10** 店舗

吞森堂 **103** 店舗

四国エリア

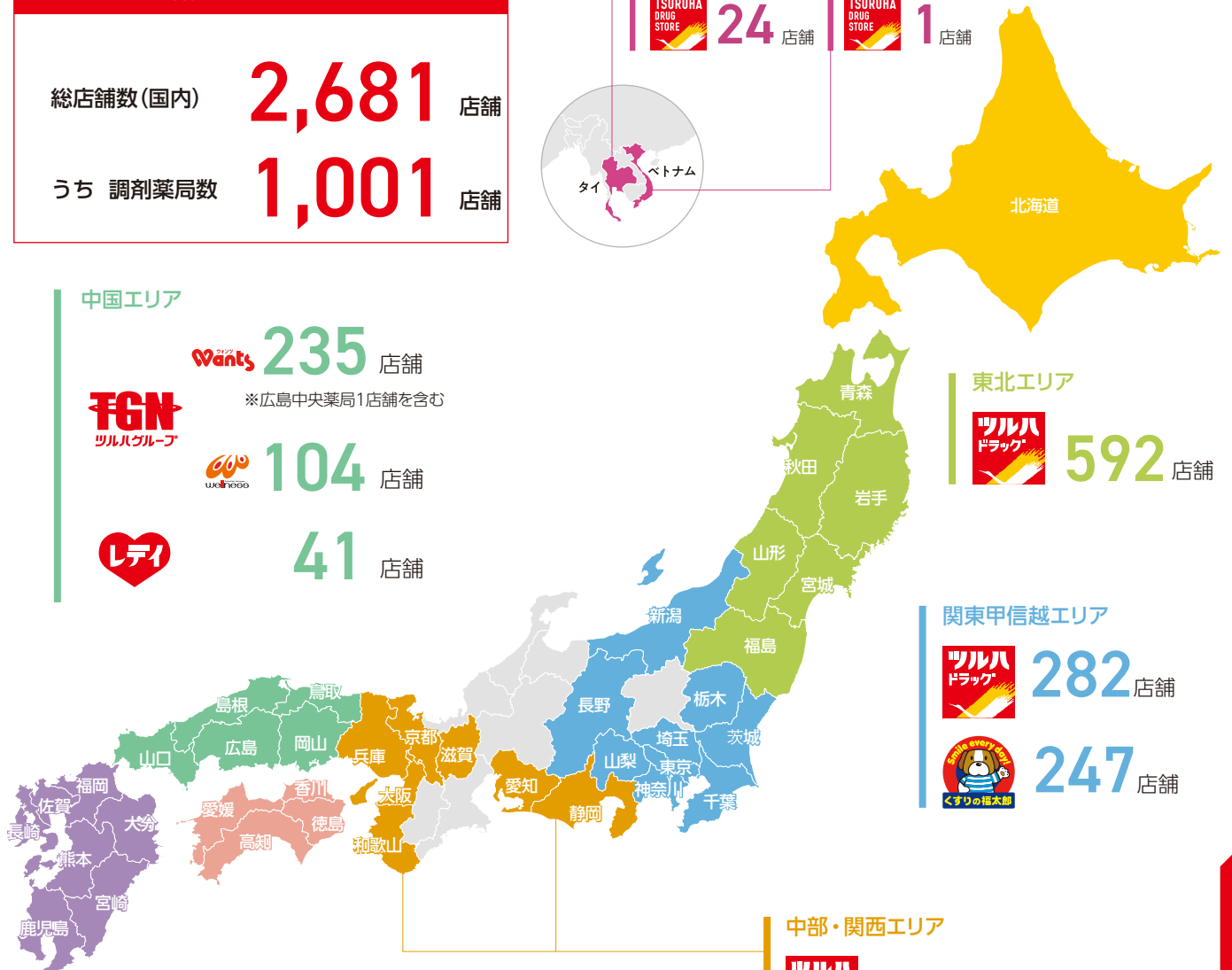
**ツルハ
ドラッグ** **20** 店舗

レディ **204** 店舗

九州・沖縄エリア

FGN **ツルハ
ドラッグ** **44** 店舗

11 **201** 店舗



沖縄



求められるサービスを、心満たすカタチで。

専門性深耕への取組み

お客様の満足度を高め、既存店の競争力を強化するための戦略として専門性の深耕を推進しています。ツルハグループでしかできないサービスの提供を目指し、カウンセリング体制を拡充。さらには調剤薬局の併設や介護支援への取り組みを通して地域医療の担い手として信頼を広げてゆきます。

豊富な知識と高いカウンセリング技術

- 医薬品資格者の専門知識向上
- ビューティカウンセラーの接客スキル向上
- 管理栄養士の活動推進



トータルビューティコンテスト

メイクアップ技術をはじめ、カウンセリングから商品の提案、スキンケアに関するアドバイスまで、総合的な化粧品のカウンセリング技術を競う社内コンテストを開催しています。コンテストを通して化粧品に関するスキルアップを図ることで、店舗でのカウンセリングに活かしています。



利便性向上への取組み

便利で信頼されるドラッグストアを目指して、さらなる利便性の向上に取り組んでいます。見やすく買いやすい売場レイアウトを徹底し、生活スタイルに合わせて営業時間の見直しを実施するなど、利便性を高める店舗機能を充実しています。

より身近で便利なドラッグストアへ

- 豊富な品揃え
- 見やすく買いやすい売場づくり
- 食品の取り扱い拡大

多様化する暮らしのニーズへの対応

- 宅配サービス
- 電子マネー決済・チャージ端末の導入
- ドライブスルー調剤



精肉・青果の取扱店舗



地域の、いちばんの薬局

そんな深い信頼感を、築き上げたい。

ツルハグループが目指しているものは、店舗の数を増やすことだけではありません。一つひとつの店舗が、その地域のかけがえのない存在となり「いちばん頼りになる」ドラッグストアでありつづけるために。より深い絆を結ぶサービスの提供へと、つねに前進しています。そんな取り組みの一環として、地域医療の担い手としての自らの役割をしっかりと見つめ、調剤分野を一段と強化。さらには介護ネットワークの中核となるサポート体勢の整備を進めています。

調剤分野の強化

地域医療の担い手として、ツルハグループでは、どこの医療機関にかかろうとも、身近にある常に同じ薬局で薬をもらうことができる「かかりつけ薬局」としての機能を備えた調剤薬局の併設を推進しています。将来的には、ツルハグループの店舗ネットワークを活かし、お客様がどの店舗に行かれても、安心して調剤を受けられる仕組みを構築して行きます。また、地域のみなさまの健康を守るために「親切でわかりやすく」をモットーに健康相談、服薬指導等を行い、多くの患者さんから評価をいただいています。

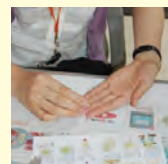
介護ネットワーク

地域の身近な健康アドバイザーとして、ドラッグストアが果たす介護サービスの重要性をいち早く認識し、サービス推進に取り組んでいます。居宅介護支援事業所では、ケアマネージャー（介護支援専門員）が、ご本人・ご家族様に介護が必要になったとき、安心して日常生活を送ることができるようお手伝いさせていただいています。また、介護用品専門コーナーでは、介護される高齢者も、介護する家族も、ちょっと日常生活に不便を感じる人も、皆が“いきいき”として、少しでも、“楽に”生活できる用品を、実際に手にとって選べるように展示し、専門のスタッフがお客様の幅広い介護相談に応じています。今後もドラッグストアとして、地域医療、介護ネットワークを担う地域のサポートセンターを目指します。



店頭セルフチェック(自己採血)

自己採血キットを用いて調剤薬局の店頭で患者様に採血を行っていただき、検査結果をもとに当社薬剤師が健康に関するアドバイスを行う「店頭セルフチェック」は、短時間で手軽に健康チェックができ、セルフメディケーションの拡大につながる取組みとして期待されています。



最新の調剤機器を積極導入

ツルハグループでは患者様への服薬指導時間の確保や、待ち時間を短縮するため、調剤PTPシート全自動払い出し装置や散剤調剤装置・全自動水剤分注装置などの最新調剤機器を積極導入し、より安全で正確な調剤を実現しています。



調剤過誤防止システム

錠剤、散剤、シロップの独自の過誤防止システム。処方せんの情報をレセプトコンピューターから無線LANで情報を送り、誤りがあれば警告を発してミスを防止。また薬剤師の精神的負担軽減によりスムーズな業務の遂行をもたらす効果も発揮しています。



学会発表・論文発表・実証実験

ツルハグループでは様々な(外部)学会での研究発表等を実施しています。社内の学術発表大会で優秀な成績を収めると、日本薬学会などで発表する機会が与えられます。10年以上前から継続して学会発表を実施、2019年には全国および海外の学会で30演題の研究発表を実施しました。



●ツルハグループ 薬剤師の活動情報はこちら
<https://www.tsuruha-hd.com/pharmacist/>



ツルハグループ学術発表大会

薬剤師の専門性強化、スキルアップを目的とし、社内の学術発表会を実施しています。自ら設定したテーマで、調査・研究した成果を発表。審査員やコメンテーターとして、大学教授などが多数参加し、常に最新の知識や学びを得られる場があります。



●ツルハグループ 学術発表大会の情報はこちら
<https://www.tsuruha-hd.com/pharmacist/presentation/>





デジタル戦略の推進

最適な情報を最適なタイミングで発信するために
アプリをはじめとしたデジタル施策を強化します

ポイントカードアプリ



ツルハグループ各社のスマートフォンアプリは、ポイントカード機能や楽天ポイントとの連携、アプリ限定クーポンの配信等の機能を搭載し、リリース以来多くのお客様にご利用いただいております。

今後、このアプリを通じてお客様に合わせた最適な商品や生活スタイルを提案することを目指し、ID-POS（購買行動データ）分析の基盤構築を進めています。全国2,000店舗を超えるネットワークを生かし、販売促進・マーケティング等におけるデジタル戦略の推進を図ります。



●詳細情報はこちら

ポイントが
貯まる

お得な
クーポン

トピックス
店舗検索

2025年 9月末時点
(2020年2月スタート)

グループ全体
1180万
ダウンロード達成

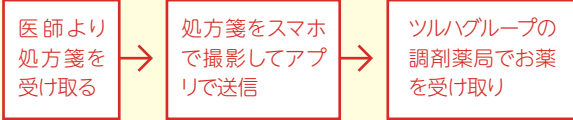
お薬手帳アプリ (EPARK)

アプリから処方箋の
予約も可能です

スマートフォンにお薬の情報を保存しておくことで、災害時や、その他緊急時に活用できるようにした電子お薬手帳です。

- ①お薬手帳
- ②処方箋予約
- ③EPARKポイントが貯まる
- ④薬局検索
- ⑤病院検索・予約
- ⑥予防接種記録
- ⑦健康管理機能

●詳細情報はこちら



インターネット・通信販売の展開

「ツルハグループe-shop」では、薬、サプリメント、健康・美容・ダイエット用品など多彩な商品構成で、ますます拡大する通販ニーズにお応えしています。

SNS



ツルハグループでは、店舗毎にLINEアカウントを取得しており、より地域に根差した情報配信を行っています。

※一部LINEを実施していない店舗もございます



地域のお客様の健康で快適な生活をサポートするため、医薬品、健康食品、化粧品といったヘルス&ビューティケア（HBC）商品にとどまらず、医療用品、介護用品、育児用品、日用雑貨、食品など、商品を幅広く取り揃えております。また、正確な販売管理と適正な在庫管理を行い、効率的な店舗オペレーションを実現しております。

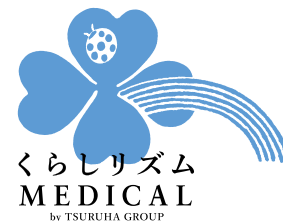
くらしリズム & くらしリズムMEDICAL（医薬品）

「くらしリズム」はツルハグループのプライベートブランドです。

365日、ていねい品質。

安全第一のお薬から、便利な日用品まで、ていねいに考えて、ていねいに作ること。確かなクオリティと適正な価格、心のもった接客で、1人ひとりの暮らしに、ていねいに寄り添うこと。それが、「くらしリズム」の約束です。

ちょっぴり元気がない日も、なんだかワクワクする日も、いつも、あなたのリズムに寄り添いたいから。さあ、「くらしリズム」と健やかな日々へ。



ブランドコンセプト

お客様の日々のくらしのリズムを整えること。健やかで豊かな生活の一助となる商品をご提案すること。それがドラッグストアの存在意義だと考えております。今後、ツルハグループはこれまで以上にその意識を高め、良質な商品を打ち出し、日々を健やかに過ごしたい、元気で豊かな生活を享受したい、そういった世の中の期待に応えて参ります。「くらしリズム」はその取り組みの旗印となるブランドです。

●くらしリズムのホームページ
<https://kurashi-rhythm.com/>



ブランドマークの意味

「くらしリズム」で、くらしの幸せをつかむ。このマークはその象徴です。幸せのシンボルである「四つ葉のクローバー」、「てんとう虫」、「虹」（どれも見つけると嬉しいモチーフ）の3つを1つにしました。来店されたお客様にこのクローバーを見つけていただき、1つでも多く持ち帰っていただきたい。そんなツルハグループの想いを込めています。





くらしリズム 一部商品のご案内



リリナ フラワートイレットロール

価格もお手頃で、くらしリズムと同じクローバー柄で、他のモノと比べても可愛さ感覚で使用できます。従業員もかなりの人数が自宅ですべての商品です。また、「鶴の恩返し」として、商品の購入に応じ「ピンクリボンほほえみ基金」に寄付をしています。この試みは、不安な気持ちを相談できるがん相談ホットラインの運営に役立てていただいています。



くらしリズムキレキレドライ 10枚

ドライタイプで、指紋も油污れもしっかり落とせます。袋入りなので、スーツの胸ポケットに入れてもスッキリして目立ちません。1枚ずつきれいに取り出せるのでバラバラになる心配も無用です。また、スマートフォンやタブレットの液晶画面の汚れ落としに使えるので、オススメの一品です。



ハトムギ化粧水・ハトムギ高保湿ジェル

ハトムギ種子エキス配合でお風呂上がりの保湿に最適。化粧水はリニューアル時に容器をボトルからポンプタイプに変更したことで使いやすくなったため、お客様にも好評をいただいております。どちらもずっと肌なじむので、あっという間にしっとり肌、お手頃価格で気兼ねなくたっぷり使用できます。顔も体もしっかりケアして乾燥知らずの清潔肌を目指せます。



敏感肌用スキンケアブランド セラアクア

敏感肌用化粧品の市場は、付加価値商品も増え、また環境や体調などの影響により肌上好調の波がある「ときどき敏感肌・ゆらぎ肌」という考え方も定着しつつあり、拡大しています。ツルハグループは、40年間の敏感肌研究で培った知見と開発力のあるファンケルと、その市場に見えるお客様のニーズを捉えた新たな敏感肌用スキンケアラインを発売いたしました。日々お客様と接している現場での使用感テストによる率直な意見を取り入れた共同開発で、販売を通じブランドを育てていく新注力商品です。



くらしリズム商品を使用した献立のレシピのご紹介



緑菜三味

- 材料
①緑菜三味/2袋 ②じゃがいも/大2個
③たまねぎ/小1/2個 ④ベーコン/1枚
⑤ミニトマト/4個 ⑥プロセスチーズ/1枚
⑦マヨネーズ/大さじ2 ⑧酢/大さじ1
⑨塩こしょう/少々

- 作り方
①/じゃがいもは芽をとり皮をむいたら3cm角に切る。たまねぎは皮をむきスライスにし、濡らしたキッチンペーパーで包み耐熱皿にのせ、ラップをかけた500Wの電子レンジで10分温める。
②/じゃがいもに串がすっと通るまで加熱したらキッチンペーパーを取り除きフォークで粗くつぶす。
③/ベーコンは1cm角に切りフライパンで炒める。ミニトマトは半分に、チーズは1cm角に切る。
④/②に③のベーコン、ミニトマト、チーズと緑菜三味、マヨネーズ、酢、塩こしょうを加えて混ぜ合わせたら完成。

●コメント
ポテトサラダに緑菜三味をプラスするだけでとっても簡単！青汁の主張が強くなり、甘みがポテトサラダの隠し味になります。ご家族みんなで楽しんでください。



緑菜ポテトサラダ



ルイボスティ

- 材料
①ルイボスティ/192ml ②精白米/160g
③鶏もも肉/40g ④ごぼう/20g
⑤にんじん/20g ⑥油揚げ/10g
⑦しめじ/15g ⑧濃口醤油/12ml
⑨和風だし/0.6g ⑩酒/8ml ⑪小ねぎ/2g

- 作り方
①/ルイボスティは1Lの水に対し2パックの水を出しておく。
②/鶏もも肉は細切りにし、ごぼうはささがき、にんじんは油揚げは短冊切りにそれぞれ切る。しめじは大きいものがあれば縦半分に切る。
③/炊飯器に洗米した米、①、②を入れ、そこにしょうゆ、和風だし、酒を入れて炊飯にする。
④/炊き上がったご飯を茶碗に盛りつけ、小ねぎをちらす。

●コメント
ルイボスティを使うことで香りもよく、風味や色も出るの、ちょっとした減塩効果や彩りも期待できます。具材とルイボスティも意外と良く合っておりおいしいです！



炊き込みご飯

今日の頑張りが、明日の栄養になる。



グループ教育の特徴

ツルハグループの原動力はなんといっても『人』です。人間味溢れ且つ自ら考え行動が出来る人材こそが、企業の未来形成するものと考え、社員教育に重点を置き、階層別・職能別・ポートツールといった教育プログラム構成、コースを設けております。

階層別、職能の研修の充実は勿論、それぞれ現場で教える側、教わる側の両立場から、いつも簡単に解り易くグループの基準なるツールを用いて、教育を進める事が出来るツールと環境を整えたツルハグループ教育プログラムも全店に用意されています。



階層別プログラム

各社の企業風土大切にしながら、全体での経営理念実現と各階層別に設けた理想の社員像に沿ったプログラム用意。期待される役割とその遂行力を高め知識、能力、実行を身に付け、実践にむけての動機付けを図ります。

職能別プログラム

グループの柱となるヘルス&ビューティを中心に、近年は管理栄養士活動を含み専門性教育を充実。販売スキルアップや、お客様から頼りにされる(顧客作り)スタッフを目指し、商品知識は勿論、売り方や養生法等、ロープレを多様化した実践的プログラムです。

サポートツール

店舗スタッフを中心に、本人の都合に合わせていつでも学ぶ事が出来るツールを充実。動画やWebをはじめ、PPT資料等のテキスト多彩に準備。また教える側の教材としても活用できる様にカスタマイズされています。

【各種研修では…】

- 1 グループネットワークを最大化し、共有した講師陣と教育内容で、質の高い教育プログラム用意しています。
- 2 ディスカッションやロープレを多様化し、直ぐに使える、表現出来る!参加型プログラム目指しています。
- 3 項目により、各社の垣根を越えた交流研修を通じて、新たな気づきや繋がりにより視野の拡大を図ります。

教育プログラム項目

階層別研修はパート・アルバイト研修、新入社員研修をはじめとして基本応対・動作研修。そこから階層毎にオペレーション研修、リーダーシップ研修、トップマネジメント研修を設けています。

職能別研修は柱である医薬、化粧品担当者の研修や接客コンテスト、メイクコンテストの充実、管理栄養士、外国人スタッフ、本部スタッフ等の研修を設けています。

サポートツールは店舗PCを活用してでも、個人のモバイルでも勉強する事が可能な教育ツールの充実を図っています。



地域のみなさまにいつも健康で毎日を快適に、笑顔で過ごしていただくために。ツルハグループは、様々な商品やサービスの提供を通して、お客様の健康と美容をサポートしていきたいと考えています。お客様の声に耳を傾け、一緒に夢を実現すべく、地域支援・社会貢献活動に取り組んでいます。

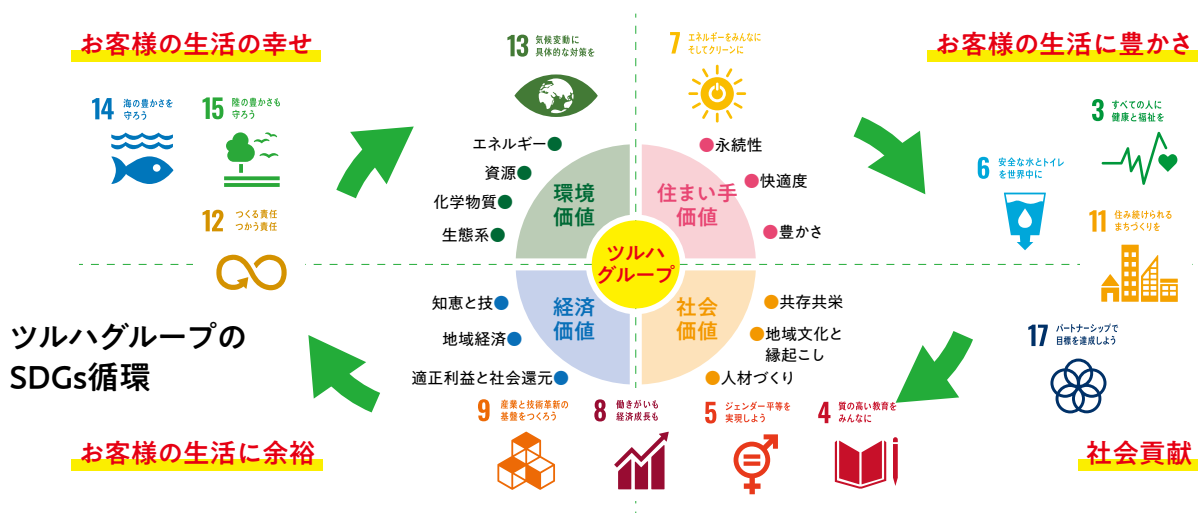
SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



環境・社会に対する取り組み

地球環境に配慮した持続可能な社会を目指して
プラスチック製レジ袋の削減に取り組んでいます

ツルハグループ各社で使用しているレジ袋の仕様を見直し、バイオマスプラスチックを30%配合した袋に変更しました。また省令改正による2020年7月1日からのレジ袋有料化に伴い、地球環境保護活動のさらなる推進を図るべく、レジ袋の販売による利益を各種団体へ寄付する取り組みを進めています。



ツルハフェスタ

健康と美容に関するカウンセリングやミニセミナー、メイクレッスン等を通し、暮らしに役立つ情報提供するイベントを開催し毎年多くのお客に来場いただいています。



パークゴルフ健康大会

健康維持・増進役立てていただくとともに地域のみなさまとのふれあいを楽しんでいただく「パークゴルフ健康大会」を全国各地で開催しています。



ツルハグリーンウォーク

札幌市の野外公園にて毎年『ツルハグリーンウォーク』を開催しております。抽選で当選された300組のご家族をお招きし、クイズやゲームなどのチェックコーナーをまわりながら大自然を満喫していただけます。



車椅子の寄贈

社会貢献一環として各介護・福祉施設等不足している車椅子を各地の社会福祉協議会を通して寄贈するこの企画は、2000年11月より開始し、2024年11月までに累計約4,040台の車椅子を寄贈しました。



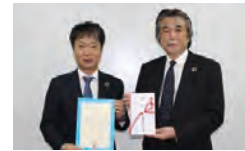
植樹&木育

抽選で当選された親子総勢80名の皆様が、札幌駅よりバスで近郊の植樹場所へ移動。大自然のど真ん中で植樹体験を楽しんでいただけます。午後からは屋内に移動し、様々な形や大きさの木々を用い、思い思いのものを組み立ててお持ち帰りいただけます。



レジ袋有料化における販売収益の寄付

ツルハグループは、2020年7月1日よりツルハグループ各店舗で開始したレジ袋有料化におけるレジ袋の販売収益総額3,000万円を日本ユニセフ協会に寄付し、未来ある世界の子どものための支援活動に役立てております。



2010年10月

タイ国の流通大手・サハグループと
業務提携契約を締結しました。

2011年にサハグループと共同出資でタイ国内にドラッグストア事業を運営するための合併会社「Tsuruha (Thailand) Co.,Ltd」を設立。タイ国をはじめとする東南アジア諸国へ、ツルハブランドのドラッグストアチェーンの海外展開を推進していきます。



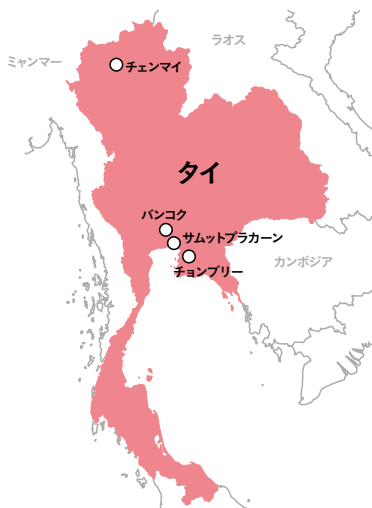
タイ国内へ出店

2012年7月、バンコク中心部のショッピングセンター「ゲートウェイ・エカマイ」内にタイ国での1号店を出店しました。店舗はエカマイ駅直結のメインフロアの一部に位置しています。医薬品、化粧品をはじめ日用品や食品まで幅広いラインナップを取り揃えた日本と同様のドラッグストアはタイではこれまで例がなく、現地のお客様からも好評をいただいております。



「ツルハ式ドラッグストア」の展開

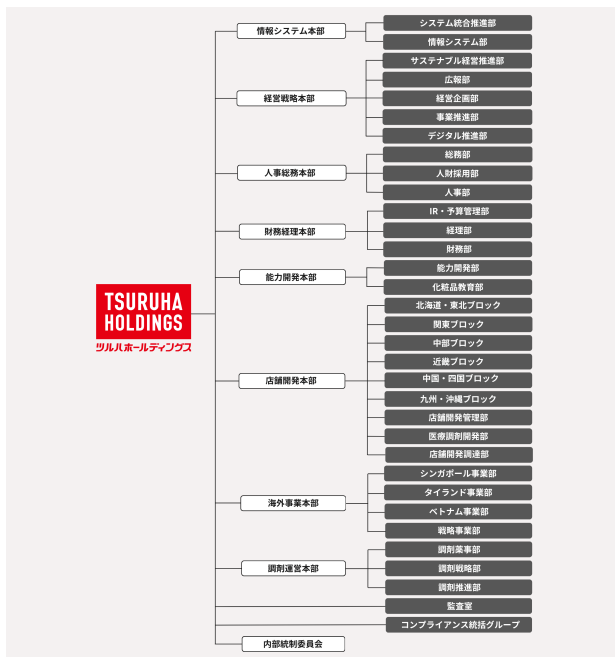
2013年7月には、日本の郊外型店舗と同等の250坪の売場面積を持つ大型店をシラチャに開店しました。豊富な品揃えと健康・美容に関するカウンセリングサービスを提供する「ツルハ式ドラッグストア」のさらなる展開拡大を目指し、タイ国内での早期ドミナント化を図っています。



会社概要

会社名	株式会社ツルハホールディングス
本社所在地	〒065-0024 北海道札幌市東区北24条東20丁目1-21
代表者	代表取締役社長 鶴羽 順
設立	1963年(昭和38年)6月
資本金	11,626百万円(2025年2月期)
決算日	毎年2月末
事業内容	グループ会社の各種事業戦略の実行支援および経営管理
電話番号	011-783-2755(代)

組織図

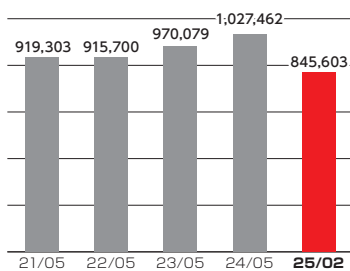


役員

代表取締役社長	鶴羽 順
取締役執行役員	桐澤 英明
取締役執行役員	村上 正一
取締役執行役員	八幡 政浩
取締役執行役員	遠山 和登
取締役(社外)	田中 若菜
取締役(社外)	奥野 宏
取締役監査等委員(社外)	佐藤 はるみ
取締役監査等委員(社外)	岡崎 拓也
取締役監査等委員(社外)	浅田 龍一
取締役監査等委員(社外)	中山 泰男
執行役員	小橋 義浩
執行役員	小河路 直孝
執行役員	有馬 康幸
執行役員	半澤 剛
執行役員	野村 和彦
執行役員	春田 康行
執行役員	木根 崇臣
執行役員	尾島 徳仁
執行役員	三宅 隆太郎
執行役員	藤田 和郎
執行役員	田中 純一
執行役員	柴崎 孝宗
執行役員	高橋 康司

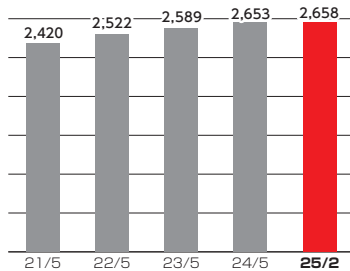
売上高

売上高(単位:百万円)



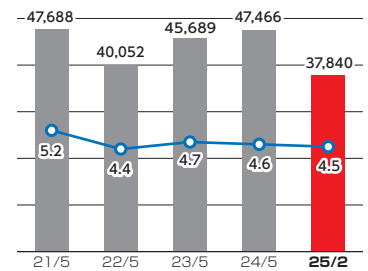
店舗数

店舗数(単位:店)



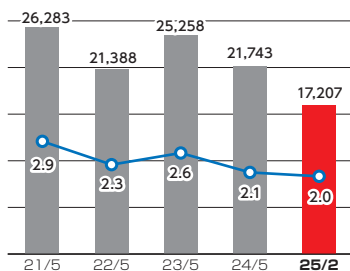
経常利益

■経常利益(単位:百万円)
●売上高経常利益率(単位:%)



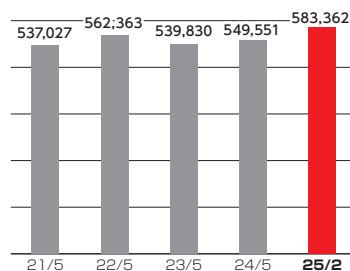
当期純利益

■当期純利益(単位:百万円)
●売上高当期純利益率(単位:%)



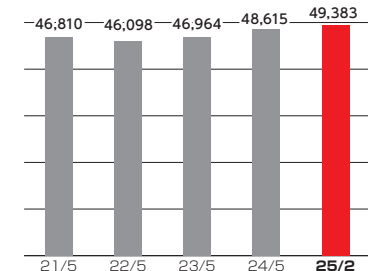
総資産

総資産(単位:百万円)



グループ従業員数

全従業員数(単位:人)



※2025年2月期は決算期変更により9.5か月の数値となっております。