

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

CAMPANY OUTLINE

株式会社ツルハホールディングス
<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（最根県）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)ハーティオンツ（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)ハーティオンツが(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)レイディ薬局（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（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 J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
2022年 4月 東京証券取引所市場第一部から新市場区分「プライム市場」へ移行
2024年 5月 (株)ツルハが(株)ビー・アンド・ディーを吸収合併
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
12月 (株)ウエルシアホールディングス（東京都）を株式交換により完全子会社化
ウエルシアグループとの経営統合が実現し日本全国47都道府県への出店達成



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

一番そばにある一番に



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



レディ薬局
愛媛県松山市



くすりの福太郎
千葉県鎌ヶ谷市



杏林堂薬局
静岡県浜松市



TGN
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



ドラッグイレブン
福岡県大野城市



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



ウエルシア薬局
東京都千代田区



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に力を入れています。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

TSURUHA HOLDINGS STORE LOCATIONS

TSURUHA GROUP

国内 **5,676** 店舗
連結店舗数

うち調剤薬局数 **3,318** 店舗

※ FC・海外店舗除く

2026年2月28日現在

海外(タイ王国)

TSURUHA DRUG STORE **23** 店舗

海外(ベトナム)

TSURUHA DRUG STORE **1** 店舗

海外(シンガポール)

welcia **11** 店舗

北海道エリア

ツルハドラッグ **445** 店舗

コクミン **8** 店舗

東北エリア

ツルハドラッグ **597** 店舗

welcia **99** 店舗

ハートドラッグ **100** 店舗

コクミン **1** 店舗

関東エリア

ツルハドラッグ **203** 店舗

welcia **949** 店舗

MAC **163** 店舗

11 **11** 店舗

MASAYA **4** 店舗



248 店舗



54 店舗



52 店舗



142 店舗

中国エリア

Wants **235** 店舗

TGN ツルハグループ **106** 店舗

レディ **42** 店舗

welcia **25** 店舗

金光薬品 **23** 店舗

びんぽう **100** 店舗

コクミン **3** 店舗

MASAYA **7** 店舗

MASAYA **3** 店舗

近畿エリア

ツルハドラッグ **70** 店舗

レディ **11** 店舗

welcia **352** 店舗

ダックス **74** 店舗

びんぽう **6** 店舗

コクミン **84** 店舗

MASAYA **13** 店舗

NARCIS **1** 店舗

中部エリア

ツルハドラッグ **159** 店舗

ツルハドラッグ B&D **11** 店舗

杏林堂 **104** 店舗

welcia **553** 店舗

21 **21** 店舗

コクミン **1** 店舗

MASAYA **2** 店舗

NARCIS **3** 店舗

九州・沖縄エリア

TGN ツルハグループ **46** 店舗

11 **199** 店舗

welcia **14** 店舗

コクミン **14** 店舗

よどやドラッグ **22** 店舗

MASAYA **2** 店舗

NARCIS **1** 店舗

四国エリア

ツルハドラッグ **20** 店舗

レディ **206** 店舗

welcia **20** 店舗

よどやドラッグ **26** 店舗

びんぽう **17** 店舗

MASAYA **4** 店舗

事業会社店舗数

11 監ドラッグイレブン **199** 店舗

監プレひまわり **123** 店舗

ツルハ **1,505** 店舗

welcia ウエルシア薬局監 **2,219** 店舗

コクミン **163** 店舗

監すりの福太郎 **248** 店舗

シミズ薬品監 **74** 店舗

監ふく薬品 **22** 店舗

TGN ツルハグループ **387** 店舗

監丸大サクラ薬局 **100** 店舗

監ウエルパーク **142** 店舗

レディ **259** 店舗

監よどや **26** 店舗

MASAYA **51** 店舗

監杏林堂薬局 **104** 店舗

監クスリのマルエ **54** 店舗

※その他
海外24店舗
FC加盟店11店舗
(北海道2店舗/近畿4店舗/九州・沖縄5店舗)



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生かしています。



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



精肉・青果の取扱店舗

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





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、その地域のかげ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け、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制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わらずとも、身近にある常と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。

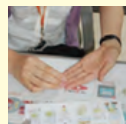
介護ネットワーク

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り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、社内の学術発表大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 薬剤師の活動情報はこちら
<https://www.tsuruha-hd.co.jp/pages/pharmacist/>



●ツルハグループ 学術発表大会の情報はこちら
https://www.tsuruha-hd.co.jp/pages/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5,000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

2026年2月末時点
(2020年2月スタート)

グループ
全体 **1260** 万
ダウンロード達成

ポイントが
貯まる

お得な
クーポン

トピックス
店舗検索

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



医師より
処方箋を
受け取る

処方箋をスマホ
で撮影して
アプリで送信

ツルハグループ
の調剤薬局で
お薬を受け取り

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&ビューティーケア（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。確かなクオリティと適正な価格、心のこもった接客で、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、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。

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。

●くらしリズムのウェブサイト
<https://kurashi-rhythm.com/>



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財こそが、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、職能別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

各社の企業風土を大切にしながら、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を用意。期待される役割とその遂行力を高め知識、能力、実行力を身に付け、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べる事が出来るツールを充実。動画やWebをはじめ、PPT資料等のテキストを多彩に準備。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を用意しています。
- 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！参加型プログラムを目指しています。
- 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品や、化粧品担当者の研修、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、店舗や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。

階層別プログラム

- ＜経営幹部＞
 - 経営幹部公開セミナー
 - 海外研修
- ＜管理職＞
 - 新人SV研修
 - SV公開セミナー
 - 店長カスタマイズ研修
 - SV研修
 - 店長発表会
 - 店長研修（上級・ベタラン）
 - 新人店長研修
- ＜一般社員＞
 - 店長候補者・店長代行研修
 - 店舗運営・社歴別研修
- ＜新入社員＞
 - フォローアップ研修
 - 新入社員研修
 - 中途社員研修
- ＜パート・アルバイト＞
 - 新人研修、新店立上研修

職能別プログラム

- 海外研修
- NIPPONセミナー
- 本部スタッフ研修
- 登録試験対策講座
- 管理栄養士の取組
- ヘルスケア
- スキルアップ研修
- 登版者（継続）研修
- 登版者（基礎）研修
- 化粧品外部研修
- 化粧品新人育成
- 化粧品セミナー
- トータルビューティコンテスト
- メイク集中講座

サポートツール

- 根と幹
- Web勉強会
- 社内動画コンテンツ
- お客様の声
- ありがとう！感謝感謝集
- 通信教育講座
- 強化品説明POP
- 覆面調査（レジ・オムツ）
- 登録デジタル講習とスマホ教材
- 登録試験直前メール
- 化粧品ハンドブック
- 接客コンテスト



コロナ過でのオンライン研修



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に使っている商品です。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、指紋も油汚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パリと目立ちません。1枚ずつきれいに取ら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を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によって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。どちらもずっと肌になじむため、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します。



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に好不調の波がある「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



緑菜三昧



緑菜ポテトサラダ

- 材料
①緑菜三昧/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しょうゆ/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、チーズと緑菜三昧、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昧をプラスするだけでもとっても簡単！青汁の主張が強くない、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めそうです。



ルイボスティー



炊き込みご飯

- 材料
①ルイボスティー/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/ルイボスティーは1Lの水に対し2パックを水出ししておく。
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、そこにしゅうゆ、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。

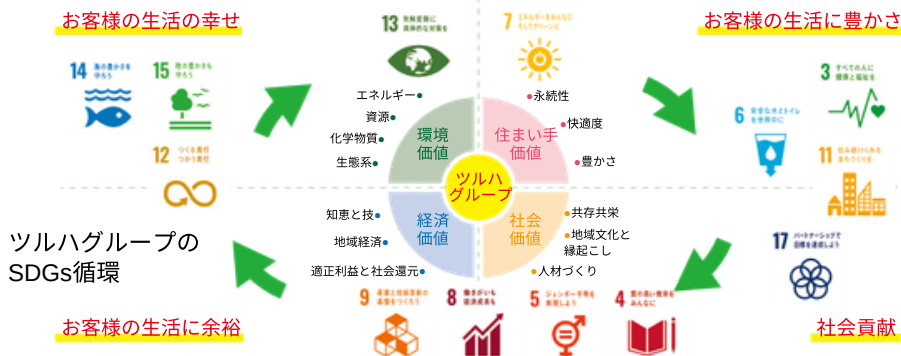
- コメント
ルイボスティーを使うことで香りもよく、風味や色も出ることで、ちょっとした減塩効果や彩りも期待できます。奥粉とルイボスティーも意外と良く合っておりおいしいです！

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。

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を提供するイベントを開催し、毎年多くのお客様さまに來場いただいています。



パークゴルフ健康大会

健康維持・増進に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めていただく「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』を開催しています。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きます。



車椅子の寄贈

社会貢献の一環として介護・福祉施設等で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名のみな様が、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きます。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きます。



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。



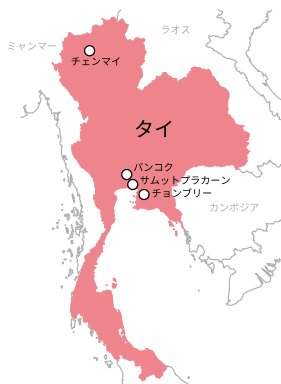
タイ国内へ出店

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角に位置して
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

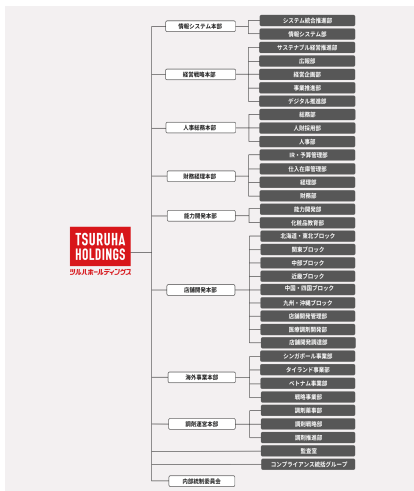
2013年7月には、日本の
郊外型店舗と同等の250
坪の売場面積を持つ大型
店をシラチャに開店しま
した。豊富な品揃えと健
康・美容に関するカウ
ンセリングサービスを提供
する「ツルハ式ドラッグ
ストア」のさらなる展開
拡大を目指し、タイ国内
での早期ドミナント化を
図っています。



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	12,300 百万円（2026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



代表取締役社長

取締役執行役員

取締役執行役員

取締役執行役員

取締役

取締役（社外）

取締役（社外）

取締役監査等委員（社外）

取締役監査等委員（社外）

取締役監査等委員（社外）

取締役監査等委員（社外）

執行役員

執行役員

執行役員

執行役員

執行役員

執行役員

執行役員

執行役員

執行役員

執行役員

執行役員

執行役員

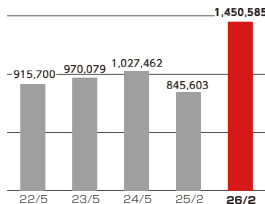
執行役員

執行役員

順明登浩夫菜宏一也男子一浩孝幸剛彦行臣仁隆太郎一宗司
鶴羽澤英和
桐山橋義昭若龍拓泰寿正政直康剛和康崇徳隆太郎純孝康
遠山橋義昭若龍拓泰寿正政直康剛和康崇徳隆太郎純孝康
小橋田中野田崎山置上正一
吉田中若龍拓泰寿正政直康剛和康崇徳隆太郎純孝康
田中若龍拓泰寿正政直康剛和康崇徳隆太郎純孝康
奥野田崎山置上正一
浅田崎山置上正一
岡崎山置上正一
中崎山置上正一
玉置上正一
村上正一
八幡政直
小河路直
有馬康
半澤剛
野村和彦
春田康行
木根崇臣
尾島徳仁
三宅隆太郎
藤田和郎
田中純一
柴崎孝宗
高橋康司

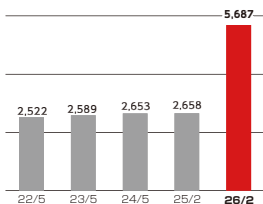
売上高

売上高（単位：百万円）



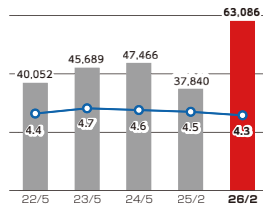
店舗数

店舗数（単位：店）



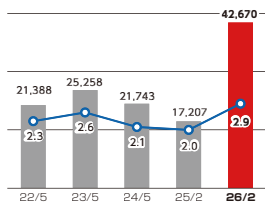
経常利益

■経常利益（単位：百万円）
●売上高経常利益率（単位：%）



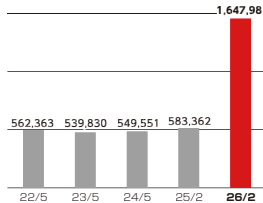
当期純利益

■当期純利益（単位：百万円）
●売上高当期純利益率（単位：%）



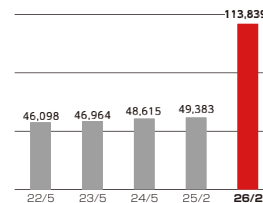
総資産

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。