

Kintetsu Department Store Integrated Report

2021

近鉄百貨店 統合報告書



kintetsu

近鉄百貨店

百貨店の、その先へ

百貨店の枠を超え、「暮らしを豊かにするプラットフォーマー」へと変革する。

経営方針

1. 創造と革新の姿勢をもって、積極果敢に目標と取組む
2. 顧客第一の精神に徹し、まごころと感謝の念をもって奉仕する
3. よりよき生活の提案者を目指し、魅力ある店づくりに努める
4. 相互信頼を基盤として、取引先との共存共栄をはかる
5. 理解と協調にもとづく人間関係を樹立し、働きがいのある職場環境をつくる

編集方針：本統合報告書は、株主・投資家の皆様をはじめとしたすべてのステークホルダーの皆様に、近鉄百貨店グループが持続的な企業価値向上に向け、どのように事業ポートフォリオを変革しようとしているかについて理解を深めていただくために発行しています。編集にあたっては、経済産業省が発表した「価値協創ガイダンス」などを参照しています。

対象期間：主に2020年度(2020年3月1日～2021年2月28日)を対象としていますが、発行時点の最新情報も可能な限り掲載しています。

対象組織：株式会社近鉄百貨店および連結子会社

将来の見通しに関する注意事項：本統合報告書における業績予測に関する記述は現時点で入手可能な情報に基づき、当社が判断した予測であり、潜在的なリスクや不確実性その他の要因が内在されています。従って、様々な要因の変化により、実際の業績は、見通しと大きく異なる可能性があることをご承知おきください。

contents

事業紹介	03 事業内容
	04 事業領域

トップコミットメント	05 「百貨店」から「百貨店」へ。
------------	-------------------

価値創造	07 価値創造の歴史
	09 価値創造モデル

経営戦略	11 長期戦略
	12 中期経営計画

サステナビリティ	17 ESG方針と重要課題の設定
	18 地域共創の実現
	21 地球環境への貢献
	23 個人と企業の相互の絆と成長
	25 コーポレート・ガバナンス

財務・非財務情報／ 会社概要	28 財務情報
	29 非財務情報
	30 会社概要

近畿・中部地方を中心に百貨店・商業施設を展開しています。



7 社

商業開発事業 ※ (株)近鉄百貨店

- バリエーション豊富な商業施設の運営
- 外部企業との不動産開発、PM受託
- 専門店導入による業態再生
- 街づくり事業の推進

総合人材サービス業 ※ (株)Kサポート

卸・小売業	内装業	運送業	人材派遣業
(株)ジャパンフーズクリエイト (株)シュテルン近鉄	(株)近創	近畿配送サービス(株)	(株)Kサポート

商圈人口

当社商圏では、大阪南部を中心に、人口約600万人、足元沿線商圏顧客約260万世帯もの豊かな人口を有しています。

190万人

※KIPSカード、近鉄友の会、外商など

近鉄百貨店アプリ

38万人

※2021年10月末現在

137社

当社グループは、近鉄グループホールディングス株式会社を親会社とし、約140社からなる近鉄グループの一員で、流通事業の中核として沿線価値向上を担っています。近鉄グループは運輸、不動産、流通、ホテル・レジャーなど、暮らしにかかわる多様な事業を展開しています。

運輸

- 流通

- その他

- 不動産

- ホテル・レジヤー

- (株)近鉄・都ホテルズ
- KNT-CTホールディングス(株)
- (株)海遊館
- 他



「百貨店」から「百価店」へ。

～お客様の暮らしの変化に寄り添い、新たな価値を創造、提供する事業者への変革～

新型コロナウイルス感染症により、世界は大きく変化しました。コロナ禍による経済への影響は甚大で、当社においても臨時休業や時短営業など、過去に経験したことのない状況に直面いたしました。

しかしながら、どのような困難な状況においても、当社は創業より小売業として地域社会の暮らしを支え、人と人との繋がる「場」を提供し続けてまいりました。今後も変わることなく、地域社会へ貢献し、人々の暮らしを豊かにするパートナーであり続けるため、全力で取り組んでまいります。

10年後のあるべき姿を目指して

4月に発表した新たな中期経営計画(2021-2024)では、まず10年後のビジョンを「くらしを豊かにするプラットフォーム」と設定し、その実現にむけて2024年度を最終年度とする中期経営計画を策定しました。

基本方針として次の3点を重点的に進めてまいります。

まず1点目が「あべの・天王寺エリアの魅力最大化」です。旗艦店であるあべのハルカス近鉄本店については、国内外の超広域から集客できる店づくりを目指し再構築する

とともに、あべの・天王寺エリアを世界中の人が集まり、楽しんでいただける街とするため、エリアブランディングを強化します。

2点目は、「地域中核店・郊外店のタウンセンター化」です。店舗構造改革をさらに推進し、地域のニーズにあった大型専門店やFC店舗の効果的な導入によりローコスト運営を実現し、利益体質の店づくりをすすめます。また、地域産品の発掘、販売など、地域共創型の店づくりにも注力いたします。

3点目は、「新たな挑戦による収益事業化」です。FC事業については、フランチャイザーになることも目指し、既存事業の強化と新規業態の開発に取り組み、マルチに展開いたします。EC事業については、強みであるギフト、食品、化粧品のほか、生活用品、SDGs対応商品など広く提案するサイトを構築します。越境ECでも、販路の拡大や商品力の強化により、外部への事業拡大を推進します。

これらの戦略を着実に実行することで、顧客の暮らし方が大きく変化する今、その変化に寄り添い、商品としての「百貨」ではなく、新たな「価値」を創造し提供する事業者への変革を推し進めてまいります。

世界的な価値観の変化を受け、ESG経営を推進します

新型コロナウイルスのパンデミックにより、人々の意識や価値観は大きく変化し、安心・安全な暮らしや地球環境に対する関心が高まりました。

当社は地域生活にかかわる小売企業として、地域社会の課題解決に取り組み「豊かで持続可能な社会」の実現に貢献するため、「地域に寄り添い、地域と生きる」をESG方針として決めました。重要課題である「地域共創の実現」「地球環境への貢献」「個人と企業の相互の絆と成長」に対し、ESG推進委員会を設置し取り組みを進めています。

それぞれの課題をSDGsと紐付け、各店での地域共創活動や、衣料品の引き取り、食品ロス削減へのアクションなど、お客様やお取引先様のご協力を賜りながら活動を展開しています。

また、ダイバーシティの観点から、従業員全員が性別や障がいの有無、出産、育児などライフイベントの状況にかかわらず、働きがいをもって勤務できる環境整備を進め、「ワークライフバランスの充実」と「生産性の高い働き方」とを両立できるよう取り組んでまいります。

企業価値の向上と持続的成長のために

2020年度については緊急事態宣言発出に伴う休業や時短営業の影響で厳しい結果となりましたが、一方でコスト構造改革を強力に推進し、徹底した販管費削減により、損益分岐点を引き下げることで収益体質の改善を

図りました。

新型コロナの影響がまだ不透明ではありますが、中期経営計画に掲げる事業構造改革とコスト構造改革により、計画最終年度である2024年度は連結で営業利益65億円、当期純利益40億円を目標とし、ROEについては連結で10%以上を継続的に達成できる経営体質の構築を目指します。

当社は、経営理念に「市民生活の向上と地域社会の発展に貢献し、もって社業の繁栄と成長を期する」を掲げ、企業の社会的責任を果たしつつ、企業価値を向上させることを経営の根幹としています。この観点から、コーポレート・ガバナンスについても、すべてのステークホルダーの皆様と良好な関係を築き、経営の透明性・公正性を高めていきたいと考えています。

最後に、現時点で新型コロナウイルスの状況は、ワクチン接種が一定の効果を見せているものの、完全な収束まではまだ一定の期間を要することが想定されます。引き続き、基本的な感染防止対策を徹底するとともに、この変革の時代にお客様にとって無くてはならない暮らしのパートナーとして価値ある暮らしを提供し続けるため、グループ丸となりさらなる事業構造改革に取り組んでまいります。ステークホルダーの皆様には、今後ともご支援とご理解を賜りますようお願いいたします。

代表取締役社長執行役員

秋田 拓士

価値創造の歴史

経営理念

わが社は百貨店業としての使命を遂行し、市民生活の向上と地域社会の発展に貢献し、もって社業の繁栄と成長を期する

創業の時代

阿倍野・天王寺界隈活性化のため大鉄百貨店（現あべのハルカス近鉄本店）が開業、当社の礎がスタートしました。

1920年
京都物産館開業

1920年
合名会社京都物産館設立

1926年
京都物産館新館完成（百貨店形態の店舗を開業）

1931年
商号を合名会社丸物に変更

1934年
株式会社丸物に改組（資本金150万円）

1936年
大軌百貨店開業
（現上本町店）



1937年
大鉄百貨店開業
（現あべのハルカス近鉄本店）



興隆の時代

近畿・中部地方へと事業領域を拡大。
地域に寄り添いながら、暮らしを支えるパートナーとして発展してきました。

1960年
「近鉄ストア」の名称で
営業開始
（現和歌山店）①



① 近鉄ストア

1960年
四日市近鉄百貨店開業
（現四日市店）②



② 四日市近鉄百貨店

1966年
㈱東海ストア名古屋店開業
（現名古屋店）③



③ ㈱東海ストア名古屋店

1972年
奈良店開業④



④ 東大阪店

1978年
東大阪店開業⑤



⑤ 生駒店

1986年
橿原店開業⑥



⑥ 草津近鉄百貨店

1997年
生駒店開業⑦



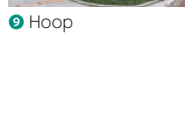
⑦ 生駒店

草津近鉄百貨店開業
（現草津店）⑧



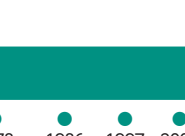
⑧ Hoop

2000年
Hoop開業⑨



⑨ Hoop

2008年
and開業⑩



⑩ and

2010年
上本町YUFURA開業⑪



⑪ 上本町YUFURA



② 四日市近鉄百貨店



④ 奈良店



⑥ 橿原店



⑧ 草津近鉄百貨店



⑩ and



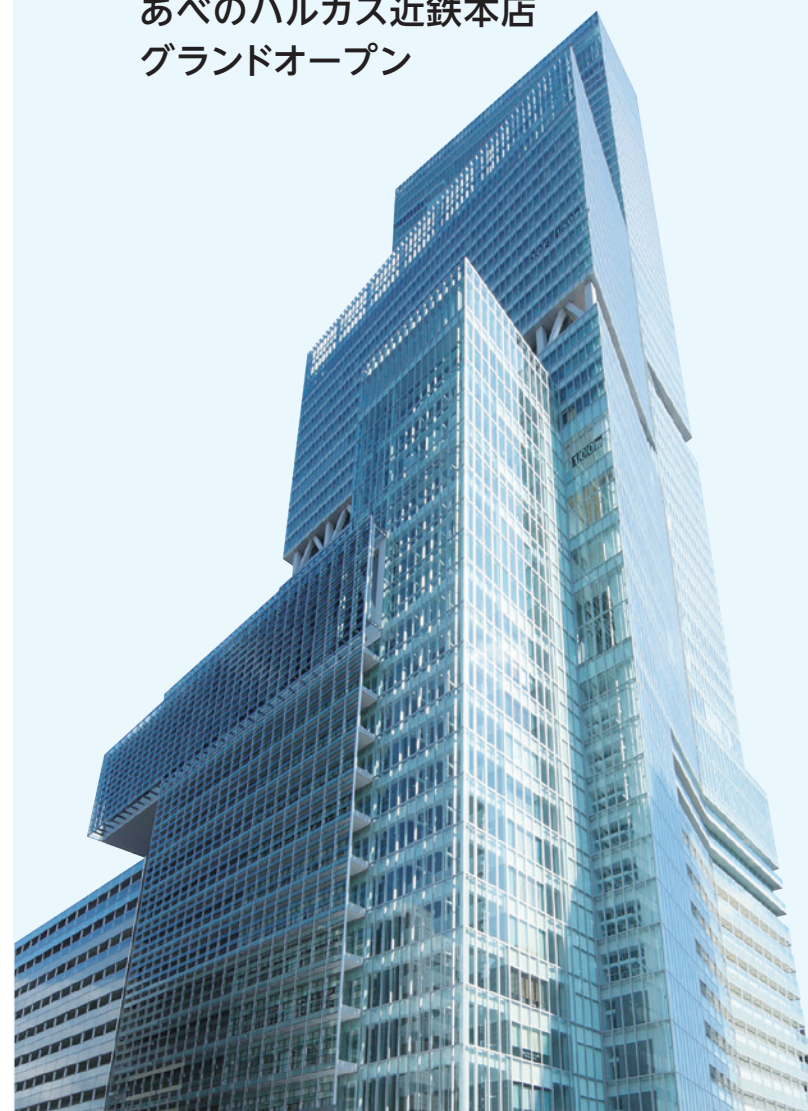
⑪ 上本町YUFURA

「挑戦の時代」

2014年にあべのハルカス近鉄本店がグランドオープン。

さらに、「共創型マルチディベロッパー」への変革を目指し、将来の発展に向けた様々な事業モデルの構築に挑戦しています。

2014年 あべのハルカス近鉄本店 グランドオープン



あべのハルカス近鉄本店の進化

旗艦店としての魅力向上のため、2016年以降段階的に改装を実施し国内外の超広域から集客できる店づくりを進めています。



地域共創の取り組み

奈良店の「大和路ショップ」など、各店において地域の事業者、生産者、団体、行政などと連携し、地域の活性化につながる新たな事業を共創しています。2020年には草津店が地域共創型百貨店を目指し全館リフレッシュオープンしました。



FC事業の拡大

2015年FC事業第一号店となる「ファミリーマート天王寺公園エントランス店」を皮切りに事業を拡大。「モノ」の販売だけでなく、「コト」「サービス」などに関する様々な業態とFC提携し、衣・食・住領域においてマルチに展開しています。



EC事業の強化

国内インターネット販売に加え、2018年から越境EC事業にも参入しB to Bビジネスも展開。国内外でのEC事業を強化しています。



インバウンドの対応強化

2015年にフォーリンカスタマーズサロンをオープン。また、専任チームによる対外営業も強化し、国外への認知度向上を進めています。



1920
1926
1931
1934
1936
1937
1949
株式を大阪証券取引所に上場

1960
1966
1972
1977
1978
1986
1997
2000
2001
商号を株式会社京都近鉄百貨店に変更

2008
2009
2010
当社（旧株式会社京都近鉄百貨店）は、2001年2月28日に旧株式会社近鉄百貨店を吸収合併し、同日、商号を株式会社近鉄百貨店に、また、本店の所在地を大阪市阿倍野区に変更しました

2013
2014
2015
2016
東京証券取引所と大阪証券取引所の統合に伴い、株式を東京証券取引所に上場

2018
2020
2021
中期経営計画（2018-2020年度）スタート
中期経営計画（2021-2024年度）スタート

2014

価値創造モデル

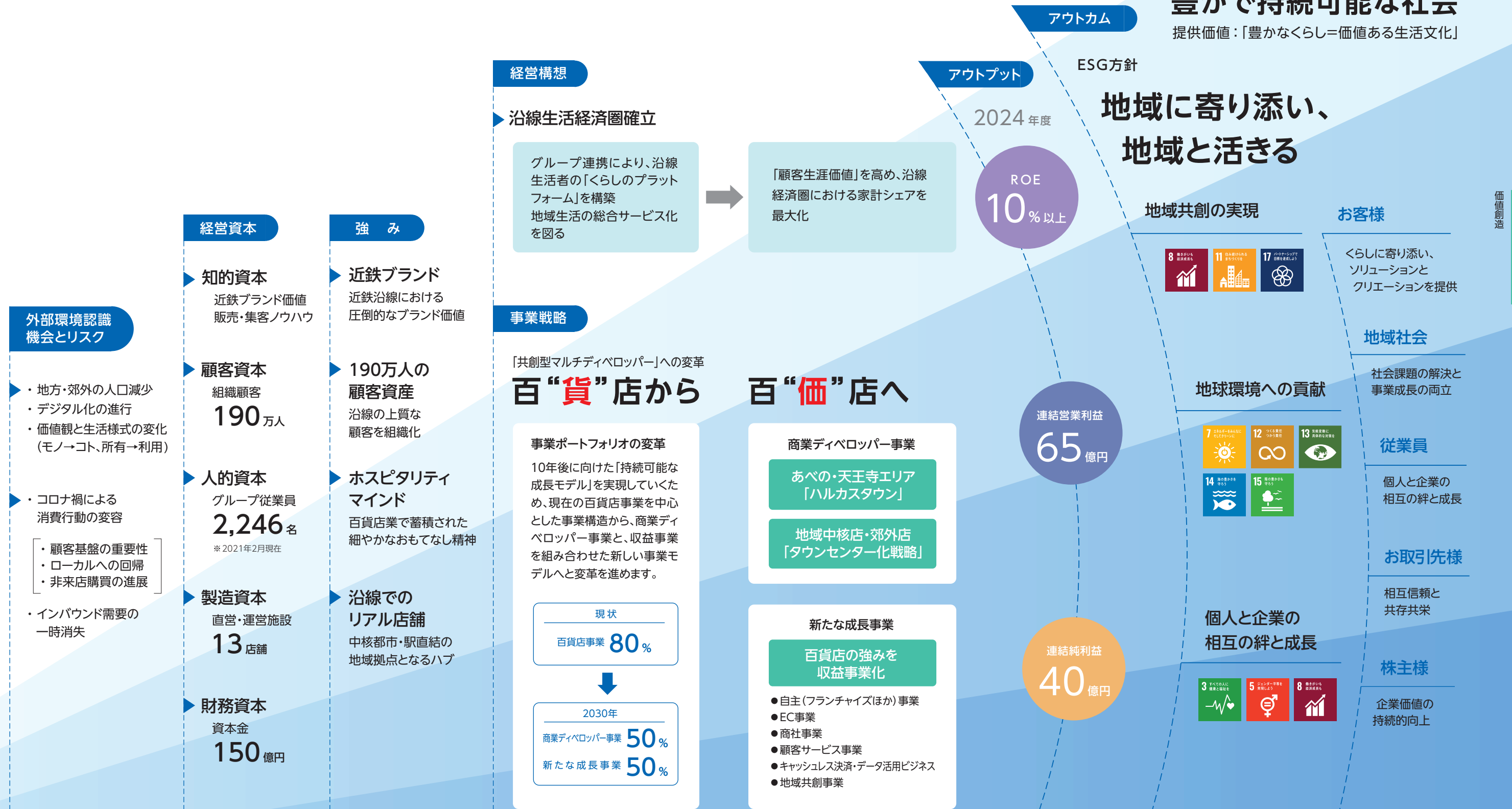
目指す姿

「くらしを豊かにするプラットフォーマー」となる

2030年度

豊かで持続可能な社会

提供価値：「豊かなくらし=価値ある生活文化」



長期戦略 ～ 2030年 新たな飛躍に向けて ～

2030年の日本は、健康寿命の延伸やデジタル技術の浸透、価値観とライフスタイルの変化により“豊かで持続可能な社会”の構築が進むものと思われます。そのような社会を踏まえ、当社の目指す姿として、「くらしを豊かにするプラットフォーム」をビジョンとして掲げます。

目指す姿

「くらしを豊かにするプラットフォーム」となる

私たちは、持続可能な社会の実現に向けて“くらしのプラットフォーム”を構築し、生活者のための総合サービスを提供することで、「豊かなくらしと価値ある生活文化」を創造します。

重点テーマ

沿線価値向上

沿線の魅力開発
「暮らしたい」・「働きたい」・
「訪れたい」

地域価値向上

地域コミュニティを
支援する仕組みづくり

生活価値向上

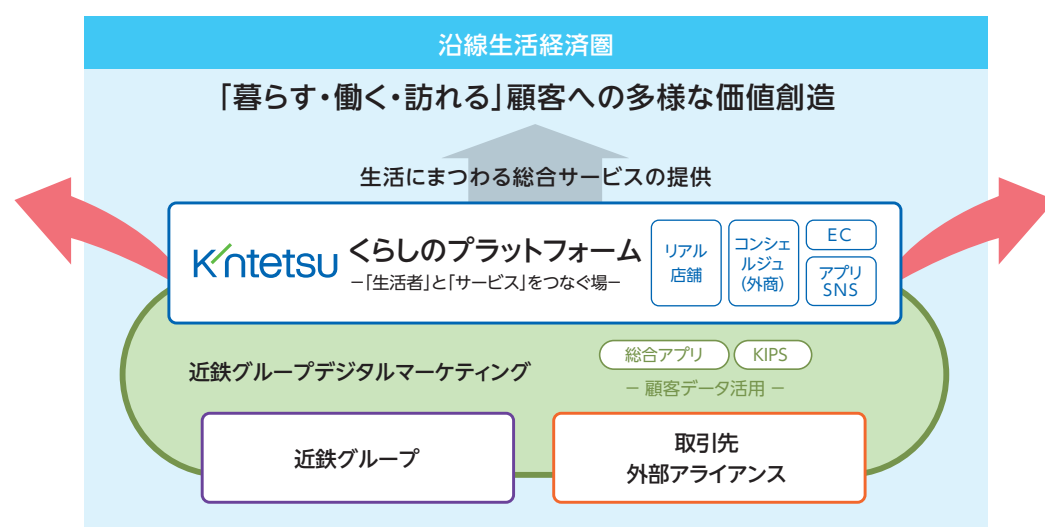
生活の総合サービス化

業態価値向上

デジタル技術を
活用した新たな
ビジネスモデルの構築

「くらしを豊かにするプラットフォーム」とは

当社の顧客基盤であるカード顧客190万人と足元・沿線商圏にお住まいの600万人を中心に、この商圏に「暮らす・働く・訪れる」顧客と、当社および当社が連携するお取引先、近鉄グループ各社・外部アライアンス先等が提供する「モノ・コト・サービス」を、当社が持つ顧客接点である「店舗」や「外商」、「EC」、「アプリ・SNS」などを通じて、「つなぐ場」を提供する事業者になることを意味します。



中期経営計画（2021-2024年度）

くらしを豊かにする共創型マルチディベロッパーへの変革

百“貨”店 から 百“価”店 へ

2021年からの4年間を、構造改革と事業ポートフォリオの変革による

「新たなビジネスモデル」を創造する期間と位置づけます。

顧客の暮らし方が大きく変わっていく中で、その変化に寄り添い、単なるモノ売りとしての「百の貨」ではなく、新しい価値「百の価」を創造し提供する事業者を目指します。

基本方針



あべの・天王寺エリア
「ハルカスタウン」の魅力最大化



百貨店の強みの収益事業化



地域中核店・郊外店の
タウンセンター化



成長を支える機能と基盤強化

数値目標

計画最終年度（2024年度）



65 億円



40 億円



10.0 % 以上



5.0 % 以上

投資計画

4ヵ年（2021-2024年度）

200 億円

あべの・天王寺エリアや、地域中核店・郊外店のタウンセンター化、施設管理の合理化、デジタル化等に110億円を戦略的に投資し、構造改革・事業ポートフォリオの変革を推進します。



あべの・天王寺エリア「ハルカスタウン」の魅力最大化

目指す姿 あべの・天王寺エリアのグローバル化 ― 西日本の国際化の玄関口へ ―

(1) 旗艦店 あべのハルカス近鉄本店のさらなる収益力の強化

国内外の超広域から集客していくために、魅力あるコンテンツを集積します。特選ゾーンの確立と集客機能を再構築するとともに、客層幅の拡大に向け、新たな価値を創造するライフスタイルを重視した新ゾーンの開発を行います。

取り組み進捗

旗艦店としての魅力を向上 売場改装の取り組み

2021年春から段階的に、あべのハルカスオープン以来初めてとなるタワー館の大型改装を実施しています。4月には、10階に台湾発の食雑貨セレクトショップ「神農生活」をオープンし、1階特選洋品売場では、イタリアのハイジュエラー「ブルガリ」を新たに導入しました。また、地下2階グロサリーコーナーはフランチャイズ形態で運営する「成城石井」に生まれ変わり、食品売場の強化を図りました。



神農生活



ブルガリ

衣・食・住・サービスが混在する 新たなフロアを創造します

中層階のファッションゾーンに、ファッション×コスメ×雑貨×食などを「スクランブル」=混在させた、新しいフロアの構築を目指し、5月に「ファッションプロジェクト推進部」を立ち上げました。9月に人気の女性ファッション雑誌「FUDGE」と提携したショールームをオープン。雑誌に掲載されている一部の商品を手にとり確かめることができる体験型イベントで、購入にはQRコードから特設サイトに入り、オンライン決済で手軽に購入することができます。



FUDGE SHOWROOM

(2) 「あべの・天王寺エリア」 街づくり事業の推進

あべの・天王寺エリアを世界から人が集まり、楽しんでいただける街とするため、ハード・ソフト両面にわたる街づくりを、周辺企業や施設との連携を推進しながら、エリアブランディングを強化します。

(3) インバウンド需要の再創出

アフターコロナも見据え、モノからコト・サービス全般を含めた提案により、個人旅行客や東南アジア諸国からの訪日客の取り込みを強化し、需要の再創出を図ります。

取り組み進捗

ハード面／ソフト面両面から 取り組みを行っています

ハード面では、Hoop南側隣接地を取得し、Hoop・and両館やまちの賑わいにつながる小型商業施設を2024年開業に向けて計画しています。

ソフト面では、毎月21日実施の「ええやんまちフェス」等の交流イベントや、あべの・天王寺エリアでのパートナー企業となった地域SNS「ピアッザ」の活用、周辺企業と共同してエリアマネジメントの組織化を図っています。



ピアッザ



地域中核店・郊外店のタウンセンター化

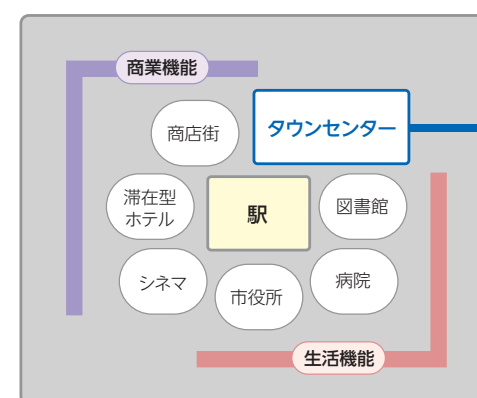
目指す姿 駅前立地と顧客基盤を活かした地域生活に「なくてはならない存在」へ

(1) 街づくり型複合商業サービス施設 = 「タウンセンター」への変革

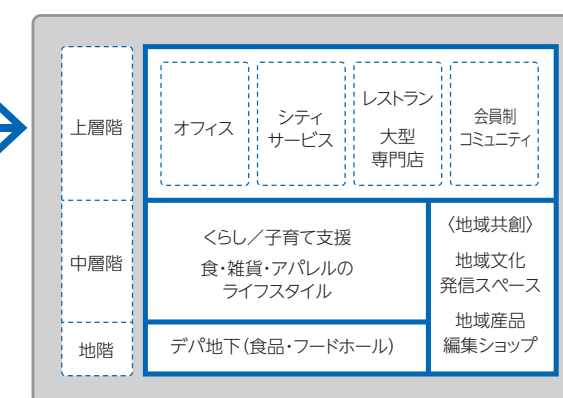
タウンセンター化とは、今後、地方・郊外において駅を中心としたコンパクトシティ化が進む中、駅前立地の強みと当社の顧客基盤を活かし、商業機能に加えて生活機能・コミュニティ機能を融合した複合商業サービス施設への転換を図るものです。

食料品フロアのさらなる充実や地域のニーズにあった大型専門店の導入、地域コミュニティの確立、行政・医療をはじめとしたシティサービスの導入など魅力あるコンテンツを整備し、地域生活にとって「なくてはならない存在」となることを目指します。

地域中核都市駅前「コンパクトシティ」構想



「タウンセンター」フロア構成イメージ



取り組み進捗

地域とつながる 「地域共創型百貨店」へ

草津店の「プラグス マーケット」や四日市店の「ブックパティオ」などイベントスペースやレストスペースを利用した地域との交流イベントを開催しています。コロナ禍で大変な今こそ地域の皆様の支えとなる店づくりを進めています。



「プラグス マーケット(草津店)」



「ブックパティオ」前 クリスマスコンサート(四日市店)

(2) 店舗運営体制の効率化

タウンセンター化に伴い、各店舗の運営体制を百貨店型から、少人数で運営管理するテナント中心の商業ディベロッパー型に移行します。顧客サービス・業務内容・オペレーションなども変更し、店舗運営の効率化を図ります。

(3) 地域共創事業の取り組み

地域生活にかかわる小売企業として、地域の事業者、生産者、団体、行政などと連携し、地域文化の発信や地域産品の発掘・販売等、地域の活性化につながる事業を共創します。

取り組み進捗

郊外店の地域共創型モデルを創造します

2020年2月に滋賀県と「産業振興等に関する協定」を締結し、地産地消商品の共同販売をスタート。2021年5月には、橿原店が橿原市と「包括連携協定」を締結しました。

地域と協力し、地域の人々の暮らしを豊かにする施設を目指して取り組みます。



橿原市との包括連携協定締結式

Ⅲ 百貨店の強みの収益事業化

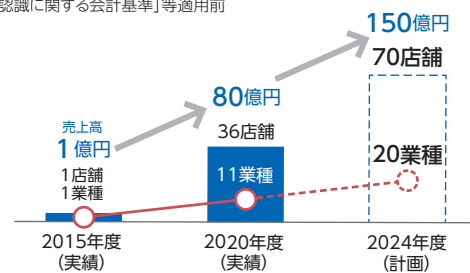
(1) 自主(フランチャイズほか)事業の進化

フランチャイズ事業は、既存業態の多店舗化と新たな事業導入による事業拡大に取り組み、さらなる収益事業へと成長を図ります。

また、フランチャイズ業態をミックスした売場や当社独自の「食、住、サービス」を組み合わせた新しい小売フォーマットを開発していきます。

フランチャイズ 業種・店舗数目標

※「収益認識に関する会計基準」等適用前



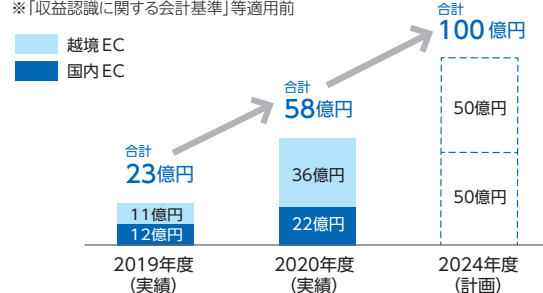
(2) EC事業の強化

リアル店舗の補完機能から、ポートフォリオの一角を担う事業としての成長を図ります。

国内ECでは、強みであるギフト、食品、化粧品等に加え、こだわりの食品やSDGs対応商品など幅広く提案するサイトを構築するとともに、外部モールとの連携を強化します。

EC事業売上高目標

※「収益認識に関する会計基準」等適用前



(3) 外商機能の顧客サービス事業への変革

当社の資産である「顧客」に関する取り組みを、外商機能を核に顧客マネジメントを一元化し、「エリアのコンシェルジュ」として、近鉄グループ内外のあらゆるモノ・コト・サービス・情報を幅広く提供する新たな収益事業「顧客サービス事業」へと変革します。

また、長期的には、キャッシュレス決済・顧客データを活用した新たな収益事業の検討を進めます。

取り組み進捗

台湾で人気の食雑貨セレクトショップが日本初上陸!

2021年4月、あべのハルカス近鉄本店に台湾発の食雑貨セレクトショップ「神農生活」の日本1号店をフランチャイズ形態でオープンしました。オープン後多くのお客様に台湾気分をお楽しみいただいています。また、当社が日本のフランチャイザーとして神農ブランドを拡大することを目指します。



茶市場



神農生活

取り組み進捗

ネットショップでのコンテンツ拡充の取り組み

近鉄百貨店ネットショップでは、高付加価値型商材だけでなく、デイリー性にも富んだ生活用品等も充実。巣ごもり需要にも対応した百貨店クオリティの冷食事業の拡大や、地方百貨店と連携した「全国ご当地おすすめ名産品」、廃棄ロス低減サイト「KIKI MARKET」等、コンテンツの充実も図っています。

来店不要で電話で注文・決済できるサービス「でんわdeオーダー」もスタートし、さらに便利にお買物を楽しんでいただけます。



全国ご当地おすすめ名産品

Ⅳ 成長を支える機能と基盤強化

(1) デジタル技術の活用による多様な“つながり”と“利便性”の拡充

デジタル技術を活用してお客様と多様な手段で、「いつでも・どこでも・誰とでも」つながる環境を整備し、発信力と利便性を強化していきます。

取り組み進捗

郊外店であべのハルカス近鉄本店の商品をお買物「ハルカスオンラインショッピング」

「ハルカスオンラインショッピング」は、郊外店とあべのハルカス近鉄本店の対象ショップをオンラインでつなぎ、ハルカスのショップ係員が接客。郊外店のサロンにいなながら本店の商品が購入できる「WEB接客サービス」です。郊外店では取り扱いのないブランドやショップを多数ご利用いただけます。

2021年8月の四日市店を皮切りに、奈良店、草津店、和歌山店でもスタート。今後橿原店にも導入予定です。

デジタル技術を活用し、さらに便利にお買物を楽しんでいただけるよう、サービス拡充に取り組みます。



情報のデジタル化に向けて強化「近鉄百貨店アプリ」

2019年9月からスタートした近鉄百貨店アプリは、現在会員約38万人(2021年10月末現在)と、当初の目標を大幅に超えるスピードで拡大しています。最新情報やお得なクーポンを定期的にお届けするほか、お気に入りショップの特別な情報をタイムリーに発信するマイページ機能など情報のパーソナライズ機能も設けています。また、アプリポイント「Kマイル」を貯めると抽選にチャレンジできるお楽しみ機能も装備。

さらに便利に、使いやすく。どんどん進化していきます。



(2) 事業パフォーマンスを最大化する多様な働き方と組織体制

構造改革を進めていくためには、従業員一人ひとりが働きがいを感じ、活躍できる環境の整備と、生産性の高い働き方との両立が不可欠です。これらを実現する環境整備や制度設計を進めていきます。また、事業ポートフォリオの変革に対応できるよう組織体制づくりを進めていきます。

(3) 財務戦略

- 株主資本の充実、有利子負債の圧縮により、財務基盤の強化を優先して取り組みます。
- 業績に応じた安定的な株主還元を実現します。

(4) グループ会社の成長戦略

近鉄百貨店グループ各社では、当社の機能子会社としての役割や、近鉄グループ中心の経営からの脱却を図ります。それぞれの専門性を強化するとともに、事業領域を拡大させていきます。

- (株) ジャパンフーズクリエイト …………… 中食・外食産業分野への取引を強化
- 近畿配送サービス(株) …………… 配送ネットワークの再構築による事業構造改革
- (株) Kサポート …………… 人材派遣業から「総合人材サービス業」への変革

ESG方針と重要課題の設定

環境問題をはじめとする社会問題がより拡大、複雑化するなかで、地域とそこに暮らす人々に対する企業の社会的責任はますます大きくなり、「地域社会の発展」と「持続可能な社会の実現」に向けてESGを推進していくことは、企業として目指すべき姿であります。当社はESGをより一層推進していくため、「ESG方針」と取り組むべき3つの重要課題を定めました。

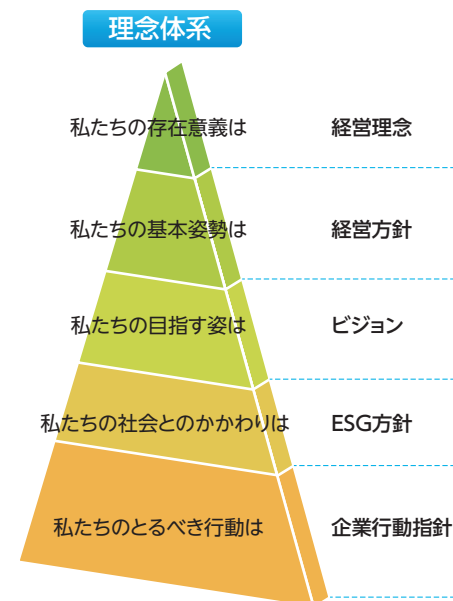
ESGの推進は、「誰ひとり取り残さない」、「持続可能な社会の実現」を目指すSDGsの目標とも結びついており、経営戦略の柱として取り組むことにより、SDGsの目標達成に貢献し、社会課題の解決と地域社会および企業の持続的成長を目指してまいります。

ESG方針

地域に寄り添い、地域と生きる

ー 私たちは、地域社会の課題解決に取り組み、人と暮らしにやさしい社会を共創します ー

重要課題	主な取り組み内容
① 地域共創の実現 地域社会の課題解決に取り組み、インクルーシブな店づくり、街づくりを推進します   	I. 地域共創事業の推進 地域、行政と連携した街づくり型複合商業サービス施設の実現(2024年)
	II. 地域の防災インフラとしての取り組み 災害支援体制の構築(2024年)
② 地球環境への貢献 環境に配慮した事業活動とサプライチェーンマネジメントを通じて、地球環境の保全に取り組みます     	III. ユニバーサルデザインへの取り組み 高齢者、障がい者、外国人等への施設環境サイン整備(2024年)
	I. 温室効果ガス排出量削減 - 温室効果ガス排出量50%削減/2015年比(2030年) - 温室効果ガス排出量ゼロ化(2050年)
③ 個人と企業の相互の絆と成長 一人ひとりが働きがいを感じる環境づくりにより、人と企業の成長を目指します   	II. サプライチェーン全体のマネジメント - お取引先の行動原則を策定、浸透(2024年) - オリジナル容器包装の50%を環境配慮型包装資材へ切替(2030年)
	III. 食品ロスの削減 - 食品廃棄物排出量20%削減/2019年比(2030年) - 食品リサイクル50%の実現(2030年)
	I. ワーク・ライフ・バランスの実現 - 男性育児休暇取得100%(2024年) - 育児・介護離職率0%継続(2021年以降継続) - 健康経営優良法人認定の取得(2024年)
	II. ダイバーシティの推進 - 女性管理職比率25%達成(2030年) - 再雇用制度の70歳延長早期実現(2030年) - 障がい者雇用率2.5%達成(2024年)
	III. キャリア形成の支援 キャリア形成支援制度の導入(2024年)



地域共創の実現

地域とともに成長・発展する地域共創型の百貨店として、地域の皆様との交流、地域産業の発展、活性化に寄与する取り組みを実施しています。今後も地域の持続的な発展を目指し、地域への社会貢献を推進してまいります。

地域の価値向上・活性化の取り組み

地域産品の紹介

大和路ショップ(奈良店)

「ならくらし」(奈良の地でつむがれてきた丁寧でうまい豊かな暮らし)をコンセプトにした「大和路ショップ」において、奈良ならではの魅力ある商品を集積し、奈良の魅力を再発見できる店づくりを行っています。



紀州路(和歌山店)

和歌山店では、和歌山県の名産品を取り揃えた「紀州路」において、県の産業の魅力、自然の魅力、食の魅力を紹介しています。



伊勢路テラス(四日市店)

四日市店では、三重県ならではの魅力を発信する活動「いいよん!よっかいち」を進めています。この活動の象徴となる「伊勢路テラス」では、四日市店が地域の事業者様と協力し、その良さや魅力をお客様へ発信していくことで、地域コミュニティや地域経済の活性化に取り組んでいます。



近江路(草津店)

草津店の「近江路」では、滋賀の新たな魅力を発見し、地域の内外に発信することを目的とし、滋賀県内の各市町村の名産品や地域産品を取り揃えています。



プラグス マーケット(草津店)

草津店では、「近鉄百貨店」×「東急ハンズ」のコラボショップ「プラグス マーケット(Plugs Market)」を2020年2月よりFC方式で展開しています。「プラグス マーケット(Plugs Market)」は、東急ハンズと地方・郊外百貨店、地方自治体等が協業して地方再発見、地域共創を推進する新たな事業スキームであり、草津店が第1号店となっています。ショップ内では、地域資源発掘型の販売催事やワークショップを展開し、滋賀県の隠れた地場産品をはじめ、地域のライフスタイルに密着した商品を紹介し、滋賀の魅力を、地元はもとより広域にも発信しています。



ハルチカマルシェ (あべのハルカス近鉄本店)

あべのハルカス近鉄本店では、奈良県や三重県など近鉄沿線の高鮮度の野菜、農産物、加工品約100種を販売する「ハルチカマルシェ」を2021年10月にオープンしました。沿線地域で生産された農産物を直売所から直接仕入れ、収穫から店頭へ並ぶまでの時間を短縮することで、より新鮮な状態でお客様にお届けします。近鉄百貨店が生産者とお客様とを結ぶネットワークのハブとなり、農村地域の活性化、沿線価値向上を目指しています。



ハルチカマルシェ

地方百貨店協業 「全国ご当地おすすめ名産品」ページ開設

地方百貨店がECで協業し、各社の地元産品の特集ページを相互リンクさせた協同ウェブページ「全国ご当地おすすめ名産品」を立ち上げました。現在8社が参加しており、各百貨店が取り扱う地方名産品を商圏外である全国の百貨店ネットユーザーに紹介することで、地域経済の活性化に取り組んでいます。



全国ご当地おすすめ名産品

「和歌山県紀南エリアの 生産者応援プロジェクト」(和歌山店)

和歌山店では、和歌山県紀南エリアの生産者応援プロジェクトとして、「広域商工会くまの協議会」と共同で「地域のいいもの発見市」を開催しました。これは、地域の生産者が少しでも売り上げをあげることで商業の振興を図るもので、地域の事業者の経営の一助となることを目指すものです。



地域のいいもの発見市

地域社会との繋がり

「ええやんまちフェス」の開催

2019年12月から毎月21日には、あべの・天王寺、上本町、新今宮、四天王寺のエリア内の施設や企業などが連携し、「ええやんまちフェス」を開催しています。街の結束を高め、街の賑わいを創出することを目的に、マルシェやワークショップ等を実施しています。また、「あべの・天王寺ええEXPO」などテーマに沿ったイベントを地域で企画し、開催しました。



コミュニティデザインプロジェクト「縁活」が 『2021年度グッドデザイン賞』を受賞

あべのハルカス近鉄本店を舞台に市民活動団体と地域の皆様が様々なプログラムを展開するプロジェクト「縁活」が『2021年度グッドデザイン賞』を受賞しました。「縁活」は現在、390の市民活動団体、150名の個人ボランティアとの連携により、毎月約60の市民活動プログラムをあべのハルカス近鉄本店内で実施しています。コミュニティデザインの継続した取り組みを評価いただき、今回の受賞に至りました。



主な活動実績

● 縁活サンタ「森のクリスマス」

地域の子ども達が優しい思いを込めて描いた絵をもとにオーナメントを作り、淀川キリスト教病院・こどもホスピスへあたたかなクリスマスを届けるプログラムを2016年より毎年実施しています。お届けするオーナメントは縁活活動団体、ボランティア、近鉄百貨店労働組合、お客様と一緒に制作しました。



こどもホスピスエントランス

● 東日本大震災被災地応援！ 「いしのまきカフェ」(かぎかつこ)

2014年に縁活活動団体・ボランティアが得意分野を活かしてサポートし、被災地の高校生が考案したカレーを販売しました。2016年、2018年、2021年には「高校生百貨店」として東北物産展に出展しました。

安全・安心の取り組み

安全で安心な店舗環境づくり

お客様が安全に、安心してお買い物を楽しんでいただけるように、施設や設備に係る様々なリスクに備えることのほか、防犯・防災への取り組みを強化するなど、商品やサービス、売場環境の両面で、お客様を最優先する環境づくりを進めています。

緊急時の対応として、各店における自衛消防組織の設置をはじめ、緊急地震速報訓練や防火・防災に関する訓練、救命講習などの実施、緊急時行動マニュアルの配布を通じ、災害が各店で起こったときの人命保護、パニック防止に向けた取り組みを進めています。また、事業継続計画(BCP)および地震対策マニュアルの整備、従業員の安否確認システムの導入・活用を通じ、店舗の早期復旧に寄与するシステムと連絡体制の整備を進めています。

品質管理の徹底

品質表示マニュアルや食品衛生管理マニュアルの整備を通じ、品質管理および衛生管理に取り組んでいます。特に、食の安全・安心に関しては、近鉄グループの(株)くらし科学研究所による定期的な品質チェックのもと、厳しく管理するとともに、食品担当者を対象とした食品衛生講習会を実施しています。また、お取引先との連携により、商品の品質表示調査を定期的の実施するとともに、社員研修をはじめ、従業員への表示に関する教育を適宜行っています。

地球環境への貢献

未来に向けて、地球環境を守り、次世代へ持続可能な社会を実現していくことは、私たちの使命だと考えています。環境にやさしい設備の導入など店舗環境面での省資源・省エネへの取り組みに加え、お客様とともにできる活動を通じてCO₂の削減や循環型社会の実現に取り組み、地球環境の保全に貢献してまいります。



省エネ化の取り組み

LED化の推進・省エネ型機器の導入

あべのハルカス近鉄本店は、全面的にLED照明を使用し、省エネを効果的に推進しています。また、あべのハルカス近鉄本店以外の各店でも順次照明のLED化を推進し、全店の照明器具全体の約92%がLED照明になって



あべのハルカス近鉄本店タワー館8階

います。これまでの照明LED化により、年間約1,854万Kwhの電力量が節減され、約8,400トンのCO₂削減効果があると推定されます。さらに、空調設備、昇降機等の更新時にも省エネ型の機器を導入するなどの環境対策も行っています。

あべのハルカス

当社が地下2階から14階まで、あべのハルカス近鉄本店として出店している日本一の高さを誇る超高層複合ビル「あべのハルカス」は、百貨店の冷房で発生した廃熱エネルギーをホテルやオフィスの給湯、暖房に利用するなどビル全体として、省エネルギーの取り組みを行っています。

循環型社会の実現に向けての取り組み

衣料品回収プロジェクト「次へ活かす服」

不要になった衣料品の回収を行う衣料品回収プロジェクト「次へ活かす服」を各店で開始しました。「次へ活かす服」では、株式会社shoichiと協業し、お客様が不要になった衣料品を店頭で回収します。回収した衣料品は、



同社が主催するボランティアプロジェクト「TASUKEAI 0 PROJECT(助け合いゼロプロジェクト)」の一環として、東南アジアの孤児院や養護学校などへの寄付を行います。衣料品回収プロジェクトを通じて、お客様とともに循環型社会の実現に向けての取り組みを実施しています。

食品廃棄物のリサイクル (あべのハルカス近鉄本店)

あべのハルカス近鉄本店のレストラン街や地階の生鮮食品売場で発生する生ゴミは、分別のうえ、専用のディスポーザーに投入しています。ディスポーザーで粉碎された生ゴミは、「あべのハルカス」の地下に設置された「メタン発酵槽」に送り込まれ、バイオガスを発生させ、熱や電気をつくり、発電や給湯に利用されています。

廃棄ロス削減の取り組み

「もったいないフード」情報を 近鉄百貨店アプリでお知らせ

近鉄百貨店アプリを活用して、廃棄になる可能性が高まっている商品の情報を「もったいないフード」としてお知らせし、ご購入いただくことで、フードロスの削減につながる取り組みを行っています。各店の食品売場に廃棄になりそうな商品がある場合は、近鉄百貨店アプリの各店ごとのマイページに投稿し、情報はマイページ登録されているお客様に配信されます。



廃棄ロス削減サイト「KIKI MARKET」

2021年9月、フードロスをはじめとする廃棄ロス削減のため、(株)クラダシと協業し、賞味期限が迫った商品などをネット上で販売する社会貢献型ショッピングサイト「KIKI MARKET(キキ マーケット)」をオープンしました。サイトでは、食品を中心に、化粧品、日用品、雑貨などを取り扱っています。



省資源の推進

「HAPI ECO(ハピエコ)」の推進

環境保全を目的とした取り組みとして、「HAPI ECO(ハピエコ) エコで、地球にハッピーなこと。」をテーマに様々なエコ活動を実施しています。

- お客様からのアイデア募集「エコ活募集」
ホームページ上でお客様からエコに関するアイデアを募集しています。
- 社内に「HAPI ECO隊」を結成
各店の社員が中心となって「ハピエコ隊」を結成し、毎日の業務の中でできるエコに関するアイデアを出し合い、社内やお客様に共有しています。



- 「HAPI ECO WEEK」を開催し、環境にやさしい商品を販売しています。
- 「HAPI ECO」ホームページで環境にやさしい商品をご紹介します。

容器・包装資材削減への取り組み

レジ袋、紙製手提袋等の容器・包装資材の見直しを適宜実施し、環境に配慮した素材への変更を行っています。また、2020年7月以降のレジ袋有料化や近鉄百貨店オリジナルエコバッグ、日本百貨店協会スマートワールバッグの販売、簡易包装の呼びかけなど、お客様へのご協力をお願いしながら、容器・包装資材の削減に向けた取り組みを推進しています。

個人と企業の相互の絆と成長

当社は百貨店の枠を超えた事業の多角化を加速していきます。そのようなか、それぞれの事業運営を担える資質・能力を備えた人財を育成し、併せて従業員の多様な働き方に対応できる労働環境整備に取り組んでいます。



ワーク・ライフ・バランスの実現

従業員がやりがいを感じながら働き、プライベートも充実できるよう、ワーク・ライフ・バランスの実現に向けた取り組みを積極的に行っています。今後も従業員が生き生きと活躍できるよう、各種支援策の充実に努めていきます。

【介護・傷病支援】

少子高齢化が進む中、家族の健康や介護の問題に直面した場合や傷病の際なども、安心して働き続けることができるよう、各種制度を整備しております。

介護支援	介護休職	・要介護者1人につき最長1年利用可能
	介護短時間勤務	・要介護者1人につき最長3年利用可能 ・5、6、7時間勤務から選択可能
	介護休暇	・要介護者が1人の場合は年間に5日可能など
傷病支援	傷病休職	・同一傷病につき最長1年利用可能
	傷病短時間勤務	・5、6、7時間勤務から選択可能

【短日数勤務制度】

介護・傷病と仕事の両立やキャリア形成の支援を行うため、週3日または4日勤務を可能とする制度を導入しております。

取得事由	利用期間
介護	最長 3年
傷病	最長 6ヵ月
キャリア形成	1年または6ヵ月

【在宅勤務制度】

主に傷病や介護と仕事との両立支援を目的として、在宅勤務を行える制度を導入しております。

【特別有給休暇制度】

通常の休日や休暇だけでは対応できない長期間にわたる傷病や介護という特殊な事情に備えて、失効する年次有給休暇を積み立てることができる制度です。2021年3月からは取得事由に不妊治療を追加しました。

取得事由	・業務上によらない傷病のための療養 ・要介護者の介護 ・不妊治療
------	--

【半日年休制度】

年次有給休暇の取得率向上のため、2020年10月から半日単位での取得が可能になりました。

制度概要	・1年間で最大6日(年12回)取得可能
------	---------------------

【リフレッシュ休暇制度】

勤続10年、20年および30年に達した日から1年の間に取得できる特別休暇制度です。

制度概要	日数
	・連続した13日あるいは連続した9日と4日に分割して取得可能

ダイバーシティの推進

社会的、文化的価値観の異なる多様な人財が組織にもたらす様々な影響が、新たな発想やイノベーションなどを生み出し、それがお客様満足の向上および当社の成長と発展につながるの考えのもと、今後も積極的に推進してまいります。

【女性活躍推進】

結婚、出産、育児などライフイベントの期間においても仕事と家庭を両立できるよう支援策の充実を図るとともに、女性のさらなる管理職登用にに向けた職場風土の醸成や環境整備に積極的に取り組んでいます。

【女性活躍推進法に基づく認定制度「えるぼし」の取得】

2019年3月、「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律(女性活躍推進法)」に基づく認定制度である「えるぼし」の最上位評価である「3つ星」を取得しました。



【外国人労働者の活用】

インバウンド需要の拡大対応のみにとどまらず、異なる文化の導入がもたらす様々な好影響を、当社の今後の成長につなげてまいります。

【育児支援】

子育て期間中もキャリアを継続できるように、各種制度を設けています。育児休業取得率について、女性は100%の維持、男性も取得率向上を目指し取り組んでいます。

育児支援	育児休業	・1子につき1回、最長、子が満2歳に達するまで利用可能
	育児短時間勤務	・最長、子が中学校就学前まで利用可能 ・5、6、7時間勤務から選択可能
	子の看護休暇	・1時間単位での取得が可能
	育児時間	・1日2回、1回につき30分取得可能
	その他	・育児短時間勤務者向けのキャリアセミナーの実施 ・育児休職者の交流会の実施

※下線部は法定を上回る制度



育児休職者交流会(2017年撮影)

キャリア形成

百貨店事業以外の新たな事業にチャレンジする中で、長期的・戦略的視野に立った人財配置や各種研修等を積極的に行うことで、それぞれの事業運営を担える資質・能力を備えた人財育成を目指しております。

【資格取得支援制度】

事業の多角化を推進するにあたって必要不可欠な各種資格の取得を促すため、資格取得に係る費用補助等を行っております。(宅地建物取引士、SC経営士など)

【社内資格制度】

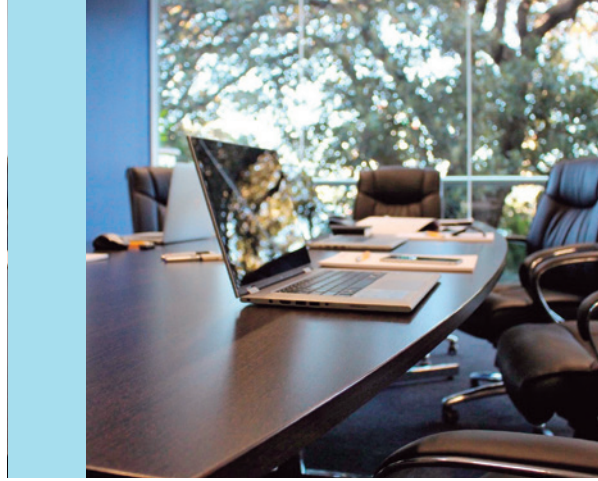
プロの販売員の育成を目的として、ソムリエやシューフィッターなど社内資格制度を設けるなど、販売力強化に向けた活動を積極的に行っております。

【各種研修制度】

従業員が充実した業務経験を積めるよう、OJT体制を整備するとともに、年度ごとに「人財育成プログラム」を策定し、その計画に基づき各種研修するなどOFF-JTの充実にも注力しております。

コーポレート・ガバナンス

当社は、コーポレート・ガバナンスの充実を重要な経営課題の一つと捉え、ステークホルダーとの間に良好な関係を築くとともに、経営の透明性と公正性を高め、経営監督機能の強化、コンプライアンスの推進を柱とするコーポレート・ガバナンスの充実を図ります。



近鉄百貨店（グループ）企業行動指針の制定

当社では、経営理念に基づき、法令・ルールはもとより、社会規範を尊重し、良識ある事業運営を心がけ、企業の社会的責任を果たすため、全ての役員、従業員がその趣旨を理解し、お客様と社会に奉仕・貢献するための日常の業務遂行の基準を、近鉄百貨店（グループ）企業行動指針

としてまとめております。企業行動指針においては、当社のステークホルダーである、お客様、お取引先、株主・投資家、地域・社会および社員との間で良好な関係を築くことを定めております。

近鉄百貨店（グループ）企業行動指針（抜粋）

1. 総 則

企業の社会的責任を自覚し、事業運営に関する法令・ルール、社会規範を遵守するとともに、企業倫理に則った企業行動が確保されるよう十分に配慮します。

2. お客様との関係

販売活動に関する法令・ルールを遵守し、社会規範、企業倫理を踏まえ、公正な販売活動を行うとともに、お客様第一の精神に徹し、お客様に満足していただける優れた商品とサービスを提供します。

3. お取引先との関係

お取引先との取引においては、関連する法令・ルールを遵守し、相互信頼と公正な取引関係のもとにお取引先との共存共栄を図ります。

4. 株主、投資家との関係

株主、投資家等に対して、当社の財務内容や事業活動状況等の経営情報を適時、適切に開示し、透明性の確保に努めます。

5. 地域、社会との関係

地域、社会との連携と協調を図り、良好な関係を維持することにより、地域、社会の一員としての責任を果たし地域の発展に寄与するとともに、社会性、公共性を勘案し、必要な社会貢献を行います。また、反社会的勢力に対しては、毅然とした態度で対応し、これらの脅威には屈しません。

6. 社員との関係

差別のない客観的で公正な雇用、異動、人事考課を行い、相互理解と相互信頼に基づき社員同士が尊重しあい、差別やいやがらせのない職場環境を確保するとともに、活力ある企業風土を樹立します。また、社員の心身のゆとり、豊かさを実現できるよう努め、快適、安全で清潔な職場環境作りに努めます。

コーポレート・ガバナンス体制

当社は企業統治の基本として監査役制度を採用し、会社の機関として、会社法に定める株主総会、取締役、取締役会、監査役、監査役会および会計監査人を設置しております。

また、任意の仕組みとして執行役員制度を採用しており、経営の意思決定・監督機能を担う取締役と業務執行機能を担う執行役員の役割を区分することにより、迅速で効率性の高い企業経営を行っております。

(1) 取締役会

取締役は10名ですが、うち2名は社外取締役であり、取締役会の監督機能の強化を図っております。取締役会は、議長を取締役会長が務め、原則として毎月1回開催するほか、必要に応じて臨時取締役会を開催し、取締役会規程に定める付議事項を決議・報告しております。

(2) 指名・報酬委員会

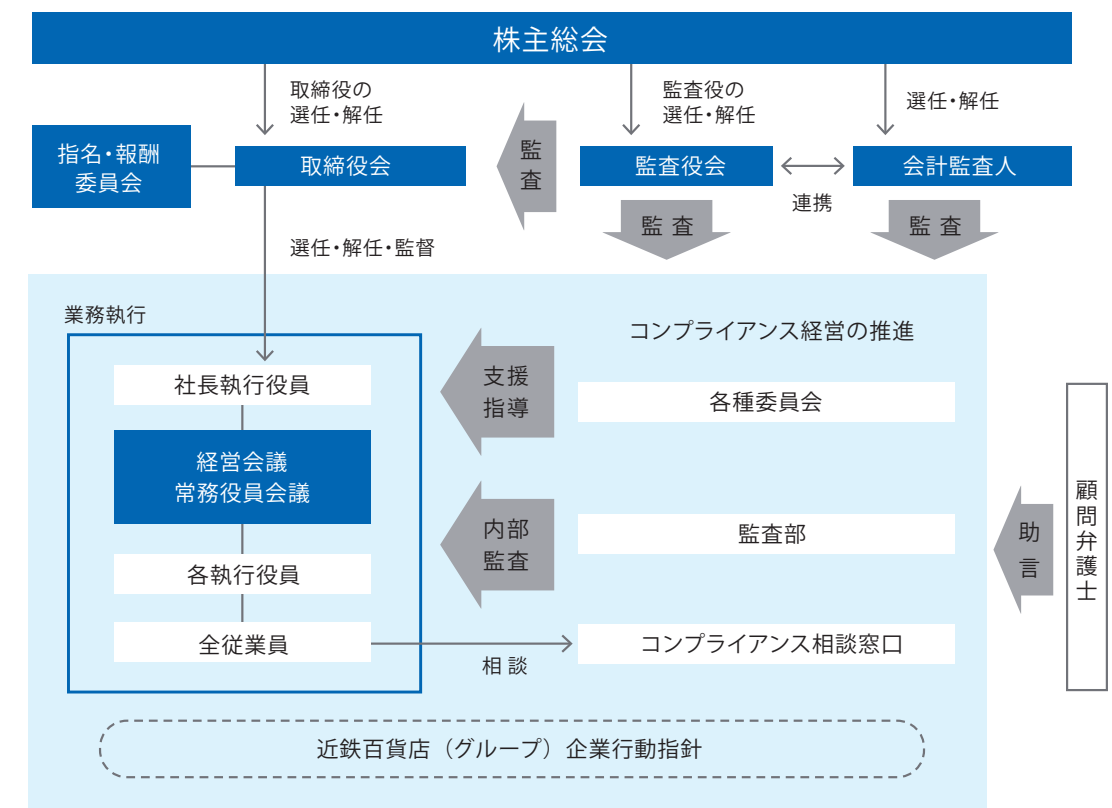
取締役会の諮問機関として、取締役会長および社長執行役員並びに独立社外取締役および独立社外監査役で構成される指名・報酬委員会を設置しており、毎年1回以上開催することとしております。同委員会では取締役等の指名と報酬に関して審議し、その結果を取締役会に報告しております。

(3) 監査役会

監査役は4名ですが、うち2名は社外監査役であり、監査の厳正、充実を図っております。監査役会は原則として毎月1回開催し、監査役会規程に定める付議事項を決議・協議・報告しております。

(4) 会計監査人

有限責任あずさ監査法人と監査契約を締結しております。



取締役会実効性の分析・評価

当社の取締役会は、定期的に取り締役会の実効性の分析・評価を行っております。2021年2月には、取締役および監査役全員を対象として自己評価を実施し、その結果に基づいて取締役会で分析・評価を行いました。

その結果、当社の取締役会の構成や運営状況について取締役および監査役の自己評価は概ね肯定的であることに加え、新規事業への取り組み等付議案件以外の報告もあり、取締役会の活性化が図られているほか、競業取引や利益相反に関連する内容も適切に付議されてい

ることが確認でき、取締役会の実効性は十分に確保されていると判断しております。

一方で、子会社の経営状況・本店以外の各店の経営課題についてのより詳しい報告を期待する意見や、取締役会機能のより一層の充実のため、多様性の確保について検討するよう求める意見も提示されました。

これらの結果に基づき、当社は、継続的に取締役会の機能向上に取り組んでまいります。

コンプライアンス・リスクマネジメント

リスク管理・コンプライアンス推進の体制

当社では、グループ会社を含めたリスクを適切に管理することを目的に、基本的な事項を定めた「リスク管理規程」を制定し、リスク管理機関の役割や管理体制をはじめ、リスクレベルに応じた対応等を定めています。また、全社におけるリスク管理および重大リスク発生時の各部門の対応を効果的・効率的に調整することを目的に、リスク管理委員会を設置し、平常時を含めたリスク管理体制の運営を行っています。

コンプライアンス相談制度

当社グループで働く従業員（お取引先従業員を含む）から企業行動にかかわる法令、社内規則および倫理規範に反する行動に関し、内部通報・相談を受け付ける窓口として、「近鉄百貨店（グループ）コンプライアンス相談窓口」を設け、適切な措置を講じるための体制をとっています。

個人情報管理

当社では、お客様の情報を紛失または漏洩することがないように、「個人情報保護方針（プライバシーポリシー）」および「個人情報保護管理規程」を策定するとともに、「売場における個人情報管理の手引き」や「百貨店の個人情報保護Q&A」など、マニュアル類を整備・配布し、従業員への教育等を通じて、これらの方針・規程等の周知徹底を図っています。

公正取引の推進

当社では、独占禁止法、下請法および景品表示法に規定される禁止行為を防止するため、取引にかかわる諸問題を改善し、公正な取引慣行の確立と推進を図ることを目的として、公正取引推進委員会を設けています。また、お取引先へのアンケート調査を継続的に実施し、問題の早期発見と是正に努めています。

財務情報

連結財務情報

(単位：百万円、%)

	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
財務数値					
売上高	266,477	282,211	282,700	283,466	218,351
売上総利益	62,516	65,791	66,585	65,739	49,454
販売費及び一般管理費	59,454	60,904	60,700	61,210	51,475
営業利益	3,062	4,887	5,884	4,529	△ 2,020
経常利益	2,698	4,420	5,478	4,479	△ 1,293
親会社に帰属する当期純利益	1,715	1,462	4,853	3,225	△ 4,949
包括利益	2,459	1,927	4,305	2,882	△ 4,392
総資産					
株主資本	29,214	30,674	35,527	37,944	32,186
純資産	30,539	32,465	36,769	38,843	33,643
有利子負債（借入金）	25,479	20,908	16,712	14,688	17,216
営業活動によるキャッシュ・フロー					
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 5,019	△ 4,680	△ 5,493	△ 6,925	△ 3,608
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 6,068	△ 7,094	△ 4,519	△ 3,156	1,481
設備投資					
減価償却費	5,827	5,616	5,507	5,982	5,957
1株当たり情報					
1株当たり当期純利益（円）	42.49	36.21	120.21	79.87	△ 122.58
1株当たり純資産（円）	756.35	804.04	910.65	962.03	833.24
1株当たり配当金（円）	—	—	20.00	20.00	—
財務指標					
売上総利益率	23.5	23.3	23.6	23.2	22.6
売上高販管費比率	22.3	21.6	21.5	21.6	23.6
売上高営業利益率	1.1	1.7	2.1	1.6	△ 0.9
自己資本当期純利益率（ROE）	5.9	4.6	14.0	8.5	△ 13.7
総資産営業利益率（ROA）	2.3	3.8	4.6	3.5	△ 1.6
自己資本比率	23.1	25.3	28.4	29.8	27.3
配当性向	—	—	16.6	25.0	—

非財務情報

従業員 (近鉄百貨店)

			単位	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
従業員の状況	社員数	男性	人	983	951	903	878	854
		女性		873	845	820	799	789
		合計		1,856	1,796	1,723	1,677	1,643
	平均年齢	男性	歳	46.3	47.0	47.6	48.0	48.5
		女性		38.8	39.2	40.3	41.0	41.5
		合計		42.8	43.3	44.1	44.7	45.2
	平均勤続年数	男性	年	21.9	22.6	23.2	23.6	24.1
		女性		16.3	16.8	17.6	18.4	18.8
		合計		19.3	19.8	20.6	21.1	21.6
障がい者雇用率※			%	2.07	2.07	2.28	2.31	2.35
年間総労働時間			時間	2,044.6	2,036.5	2,028.3	2,024.0	1,931.2
年間所定外労働時間(1人平均)			時間	174.5	168.9	180.6	171.7	90.7
年休取得率			%	42.1	48.7	56.4	53.3	33.8

※ 各年6月1日現在

エネルギー (近鉄百貨店)

	単位	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
電力	千kwh	125,984	120,076	118,074	115,663	103,273
都市ガス	千m³	3,925	4,011	3,697	3,569	3,193
エネルギー総量 (原油換算)	kl	36,976	35,534	34,642	33,878	30,214
エネルギー使用原単位※	kl/百万㎡×h	14.68	14.06	14.14	13.87	13.68
エネルギーの使用に伴って発生する 温室効果ガス排出量	t-CO2	71,781	68,667	59,454	49,489	42,162

※ 総使用量 (kl換算)／延床面積 (百万㎡)×営業時間 (h)

包装資材 (近鉄百貨店)

	単位	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
プラスチック製の容器・包装 (レジ袋等)	kg	208,869	210,736	200,777	187,483	73,682
紙製の容器・包装 (手提袋、包装紙等)	kg	784,552	807,517	775,874	726,667	423,105
段ボール	kg	33,160	27,835	28,522	25,307	22,037
包装資材総量	kg	1,026,581	1,046,088	1,005,173	939,457	518,824

会社概要

会社概要

会社名	株式会社近鉄百貨店
英訳名	Kintetsu Department Store Co.,Ltd.
設立	1934年 (昭和9年) 9月
代表者	代表取締役社長執行役員 秋田 拓士
本店所在地	大阪市阿倍野区阿倍野筋1丁目1番43号
資本金	15,000百万円
事業内容	百貨店業、卸・小売業、その他事業
上場証券取引所	東京証券取引所 市場第一部
決算期	2月末日
売上高	連結／218,351百万円 個別／197,002百万円 (2020年度)
従業員数	連結／2,246名 個別／1,643名 (2021年2月末現在)
店舗 (10店舗)	あべのハルカス近鉄本店 (大阪市阿倍野区) 上本町店 (大阪市天王寺区) 東大阪店 (大阪府東大阪市) 奈良店 (奈良県奈良市) 橿原店 (奈良県橿原市) 生駒店 (奈良県生駒市) 和歌山店 (和歌山県和歌山市) 草津店 (滋賀県草津市) 四日市店 (三重県四日市市) 名古屋店 (名古屋市中村区)
商業施設	Hoop (大阪市阿倍野区) and (大阪市阿倍野区) 上本町YUFURA (大阪市天王寺区)

株式の状況 (2021年8月31日現在)

発行可能株式総数	100,000,000株
発行済株式の総数	40,437,940株
株主数	19,273名

大株主

株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
近鉄グループホールディングス(株)	25,487	63.1
(株)日本カストディ銀行 (りそな銀行再信託分・近畿日本鉄道(株) 退職給付信託口)	1,445	3.6
(株)奥村組	1,160	2.9
(株)大林組	1,159	2.9
(株)きんでん	1,152	2.9
近鉄共栄持株会	701	1.7
(株)竹中工務店	694	1.7
(株)近鉄エクスプレス	515	1.3
(株)三菱UFJ 銀行	500	1.2
日本マスタートラスト信託銀行(株) (信託口)	316	0.8

(注) 1. 持株数は千株未満を切り捨て、持株比率は表示桁未満を四捨五入して表示しております。
2. 持株比率は、自己株式 (61,085株) を控除して算出しております。

役員一覧 (2021年5月28日現在)

代表取締役取締役会長	高 松 啓 二
代表取締役社長執行役員	秋 田 拓 士
取締役専務執行役員	尾 原 謙 治
取締役専務執行役員	吉 田 茂
取締役常務執行役員	大 原 康 敬
取締役常務執行役員	中 川 勝 博
取締役常務執行役員	八 木 徹
取締役	小 林 哲 也
取締役	向 井 利 明
取締役	吉 川 一 三
監査役 (常勤)	長 田 宏
監査役 (常勤)	辻 究
監査役	井 上 圭 吾
監査役	若 井 敬
常務執行役員	長 野 公 俊
常務執行役員	宮 崎 幸 一
常務執行役員	千 原 昌 和
執行役員	梶 間 隆 弘
執行役員	北 村 浩
執行役員	吉 川 和 男
執行役員	首 藤 恭 子
執行役員	杉 野 欣 一

近鉄百貨店グループ会社一覧

近畿エリアを中心に、百貨店業を核とした総合小売業を展開。
グループ各社の協業により競争力アップを図っています。

百貨店業	内装業
(株)近鉄百貨店 ● (株)近鉄友の会	● (株)近創
卸・小売業	運送業
● (株)ジャパンフーズクリエイト ● (株)シュテルン近鉄	● 近畿配送サービス (株)
	人材派遣業
	● (株)Kサポート
	● 子会社

