Kintetsu Department Store Integrated Report

2022

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、「く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2021年度（2021年3月1日～2022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

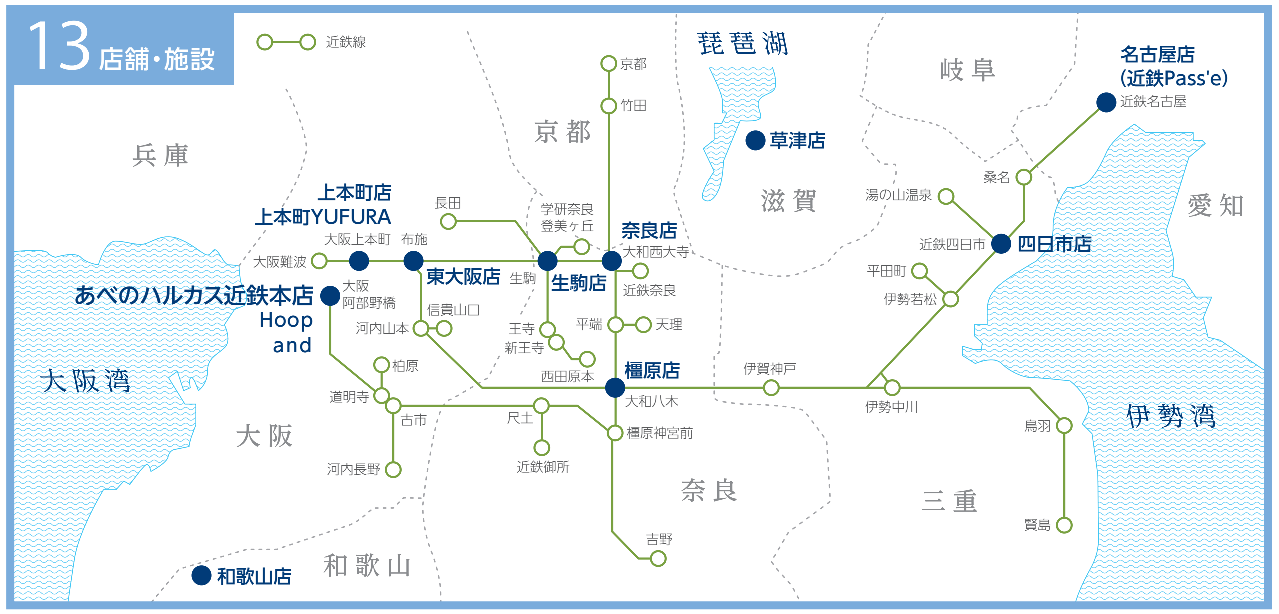
将来の見通しに関する注意事項：本統合報告書における業績予測に関する記述は現時点で入手可能な情報に基づき、当社が判断した予測であり、潜在的なリスクや不確実性その他の要因が内在されています。従って、様々な要因の変化により、実際の業績は、見通しと大きく異なる可能性があることをご承知おきください。

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“価”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

事業内容

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。



あべのハルカス
近鉄本店

上本町店

東大阪店

奈良店

橿原店

生駒店

和歌山店

草津店

四日市店

名古屋店(近鉄Pass'e)

Hoop(フープ)

and(アンド)

上本町YUFURA

近鉄百貨店グループ　7社

当社グループは当社、子会社6社で構成されており、卸・小売業、内装業、運送業などの事業活動を展開しております。

(株)近鉄百貨店
(株)近鉄友の会

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	近鐵配送サービス(株)	(株)Kサポート

商業開発事業　※(株)近鉄百貨店

百貨店業で培った強みを生かし、商業開発事業の強化・成長を目指します。

- 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

近鉄グループホールディングス(株)からの業務委託である「近鉄おしごとステーション」のほか、「人材派遣・人材紹介」「業務請負」「業務代行」「教育研修・コンサルタント」など、百貨店で培われた技術や専門知識、信頼を強みに、近鉄グループ内外の企業にビジネス展開しています。

事業領域

商圏人口　260万世帯　600万人

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。

組織顧客　190万人

※KIPSカード、近鉄友の会、外商など

総会員数175万人の「KIPSカード」は、近鉄電車、近鉄グループの商業施設、レストラン、ホテルなどでの利用でポイントがたまる・使えるほか、一部の店舗ではカード提示で割引やサービスも受けられます。

KIPSクレジットカード

KIPSポイントカード

近鉄友の会

外商

近鉄百貨店アプリ　54万人

※2022年9月末現在

近鉄百貨店でご利用いただけるスマートフォンアプリ。最新情報やクーポンのお届け他、アプリポイント「Kマイル」機能、会員証・会員カード登録機能を搭載。登録数約54万人※を突破し、多くのお客様にご活用いただいています。

近鉄グループ　265社

※2022年9月末現在

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た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、国際物流、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。

近鉄グループホールディングス(株)

運輸	国際物流	ホテル・レジャー
近畿日本鉄道(株) 近鉄バスホールディングス(株) 他	(株)近鉄エクスプレス 他	(株)近鉄・都ホテルズ KNT-CTホールディングス(株) アメリカ近鉄興業(株) (株)海遊館 (株)きんえい 他

不動産	流通	その他
近鉄不動産(株) 三重交通グループホールディングス(株) 他	(株)近鉄百貨店 近鉄リテールホールディングス(株) ((株)近鉄リテーリング、(株)近商ストア) 他	近鉄ケーブルネットワーク(株) 近畿車輛(株) 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～

国内外の社会・経済・環境の変化やパンデミックの影響により、お客様の価値観やライフスタイルは大きく変化しています。新型コロナウイルスはまさに禍ではありますが、一方で私たちの原点である「地域のお客様が求める暮らしの価値を創造し提供する。」を再認識し、事業構造改革へと展開することができました。当社は、どのような困難な状況においても、創業より地域の皆さまの暮らしを支え、人と人が繋がる「場」を提供してまいりました。今後も地域社会へ貢献し、人々の暮らしを豊かにする事業者であり続けるため、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

私たちは、2021年4月に発表した中期経営計画(2021-2024)において、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マー」とし、次の3点を重点項目としています。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と沿線・近隣に住まわれる方々に日々楽しんでいただける「暮らしのランドマーク」を目指し、再構築を進めています。従来の百貨店の発想を超えた開発手法「スクランブルMD」により、客層の幅と商品領域の拡大、滞在型機能の充実を図るとともに、隣接するHoopやandとその機能を補完し合いながら、「新しい暮らしの価値」をご提供してまいります。また、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。草津店、四日市店を皮切りに実施している店舗構造改革を全店で推進、その地域のニーズにあった大型専門店やフランチャイズ運営店舗の導入、生活機能やコミュニティ機能を融合した「街づくり型複合商業サービス施設」とするとともに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、企画・販売など、地域共創活動や本店でご好評を頂いている「スクランブルMD」も取り入れて展開してまいります。

3点目は、「新たな挑戦による収益事業化」です。フランチャイズ事業については、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、越境ECと併せて事業拡大を推進しています。

また、当社外商員が近鉄沿線経済圏顧客のエリアコンシェルジュとして、近鉄グループのモノ・コト・サービスと連携し、新たな価値としてご提供いたします。

これらの戦略を着実に実行することで、お客様の暮らしの変化に寄り添い、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変革してまいります。

世界的な価値観の変化を受け、ESG経営を推進します

パンデミックや社会情勢不安等により、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事業者として、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、地域と活きる」をESG方針としています。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んでいます。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。今後、小売業にとどまらず自らも生産者となり、また生産者ネットワークを構築し、地域経済の活性化や安心な食を提供するなど、従来の百貨店の枠を越えることにもチャレンジしたいと考えています。一方、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

私たちは、今後、事業構造改革を迅速に実行し、さらに収益を上げることでジャンプアップし、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、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。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・公正性を高めてまいります。

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を提供し続けるため、グループ社員・役員が一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。みなさまには、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設）

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）❶

1960年
四日市近鉄百貨店開業
（現四日市店）❷

1966年
㈱東海ストア名古屋店開業
（現名古屋店）❸

1972年
奈良店開業❹

1978年
東大阪店開業❺

1986年
橿原店開業❻

1997年
生駒店開業❼

草津近鉄百貨店開業
（現草津店）❽

2000年
Hoop開業❾

2008年
and開業❿

2010年
上本町YUFURA開業⓫

❶ 近鉄ストア

❷ 四日市近鉄百貨店

❸ ㈱東海ストア名古屋店

❹ 奈良店

❺ 東大阪店

❻ 橿原店

❼ 生駒店

❽ 草津近鉄百貨店

❾ Hoop

❿ and

⓫ 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ＢtoＢ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 1960 1966 1972 1977 1978 1986 1997 2000 2001 2008 2009 2010 2013 2014 2015 2016 2018 2020 2021

1949 株式を大阪証券取引所に上場

1977 商号を株式会社京都近鉄百貨店に変更

2001 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

2009 株式会社中部近鉄百貨店、株式会社和歌山近鉄百貨店を合併

2013 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 中期経営計画（2018-2020年度）スタート

2021 中期経営計画（2021-2024年度）スタート

1920 1960 2014

価値創造

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」

アウトカム

外部環境認識 機会とリスク

- ・地方・郊外の人口減少
- ・デジタル化の進行
- ・価値観と生活様式の変化（モノ→コト、所有→利用）
- ・コロナ禍による消費行動の変容
  - ・顧客基盤の重要性
  - ・ローカルへの回帰
  - ・非来店購買の進展
- ・インバウンド需要の一時消失

経営資本

知的資本
近鉄ブランド価値
販売・集客ノウハウ

顧客資本
組織顧客
190万人

人的資本
グループ従業員
2,225名
※2022年2月現在

製造資本
直営・運営施設
13店舗

財務資本
資本金
150億円

強　み

近鉄ブランド
近鉄沿線における圧倒的なブランド価値

190万人の顧客資産
沿線の上質な顧客を組織化

ホスピタリティマインド
百貨店業で蓄積された細やかなおもてなし精神

沿線でのリアル店舗
中核都市・駅直結の地域拠点となるハブ

経営構想

沿線生活経済圏確立

グループ連携により、沿線生活者の「くらしのプラットフォーム」を構築
地域生活の総合サービス化を図る

→

「顧客生涯価値」を高め、沿線経済圏における家計シェアを最大化

事業戦略

「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

事業ポートフォリオの変革

10年後に向けた「持続可能な成長モデル」を実現していくため、現在の百貨店事業を中心とした事業構造から、商業ディベロッパー事業と、収益事業を組み合わせた新しい事業モデルへと変革を進めます。

現状
百貨店事業 80%

↓

2030年
商業ディベロッパー事業 50%
新たな成長事業 50%

商業ディベロッパー事業

あべの・天王寺エリア「ハルカスタウン」

地域中核店・郊外店「タウンセンター化戦略」

新たな成長事業

百貨店の強みを収益事業化

- ●自主（フランチャイズほか）事業
- ●EC事業
- ●商社事業
- ●顧客サービス事業
- ●キャッシュレス決済・データ活用ビジネス
- ●地域共創事業

アウトプット

2024年度

ROE
10%以上

連結営業利益
65億円

連結純利益
40億円

ESG方針

地域に寄り添い、地域と活きる

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

お客様
くらしに寄り添い、ソリューションとクリエーションを提供

地域社会
社会課題の解決と事業成長の両立

従業員
個人と企業の相互の絆と成長

お取引先様
相互信頼と共存共栄

株主様
企業価値の持続的向上

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マー」**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マー」となる

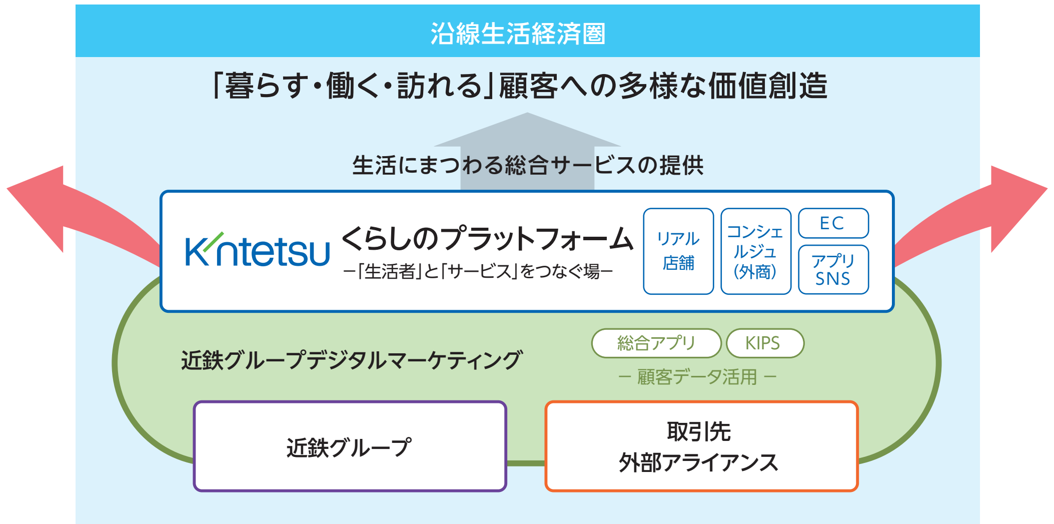
私たちは、持続可能な社会の実現に向けて“くらしのプラットフォーム”を構築し、
生活者のための総合サービスを提供することで、**「豊かなくらしと価値ある生活文化」**を創造します。

重点テーマ

沿線価値向上	地域価値向上	生活価値向上	業態価値向上
沿線の魅力開発 「暮らしたい」・「働きたい」・「訪れたい」	地域コミュニティを支援する仕組みづくり	生活の総合サービス化	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マー」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

- Ⅰ あべの・天王寺エリア「ハルカスタウン」の魅力最大化
- Ⅱ 地域中核店・郊外店のタウンセンター化
- Ⅲ 百貨店の強みの収益事業化
- Ⅳ 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）

連結営業利益 65億円	連結当期純利益 40億円
ROE 10.0％以上	ROA 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。

基本方針 I

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新たな価値を創造するライフスタイルを重視したスクランブルMDの開発を進めることで、集客機能の再構築と客層の拡大を図ります。

取り組み進捗

旗艦店としての魅力向上のための積極的改装

2021年春から始まったあべのハルカス近鉄本店の大改装も順調に進んでいます。台湾発の食雑貨セレクトショップ「神農生活」は日本初出店。身近で海外気分が味わえるとお客様に喜んでいただいております。また、「ブルガリ」や「セリーヌ」など高級海外ブランドの導入、菓子や食品売場では西日本初など新ショップも多数オープンし、旗艦店として広域からのお客様にお越しいただくための改装を行っております。

衣・食・住・サービスが混在する新たなフロアを創造しています

新しい取り組みとして、ファッションゾーンにおいて、"スクランブルMD"の展開にチャレンジしております。従来の年齢軸やカテゴリーによる売場づくりではなく、ライフスタイルや価値観を基に楽しんでいただける売場を、服飾品と食品や雑貨、イベントまで取り入れた売場づくりです。"スクランブルMD"を取り入れた「サロンドゲート」「ファーレアナザークローゼット」「いろどりマルシェ」の3つの売場を本店内にオープンし、今後も引き続き新しい売場づくりに取り組んでまいります。

本店 ファッション
プロジェクト推進部
部長　渡辺克代

サロンドゲート

いろどりマルシェ

(2)「あべの・天王寺エリア」街づくり事業の推進

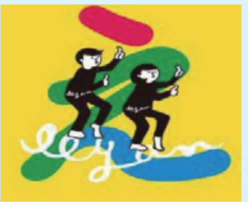
あべの・天王寺エリアを世界から人が集まり、楽しんでいただける街とするため、ハード・ソフト両面にわたる街づくりを、周辺企業や施設との連携を推進しながら、エリアブランディングを強化します。

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新たな施設を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。


ええやんまちフェス

(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。

基本方針 II

地域中核店・郊外店のタウンセンター化

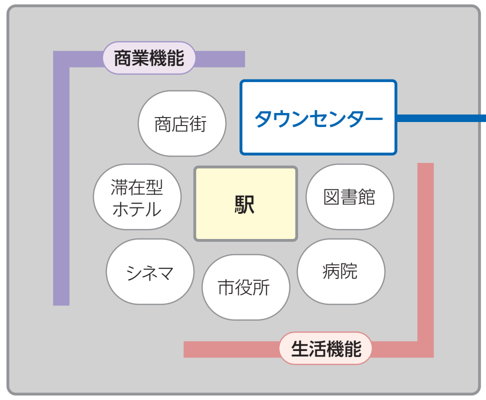
目指す姿　駅前立地と顧客基盤を活かした地域生活に「なくてはならない存在」へ

(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

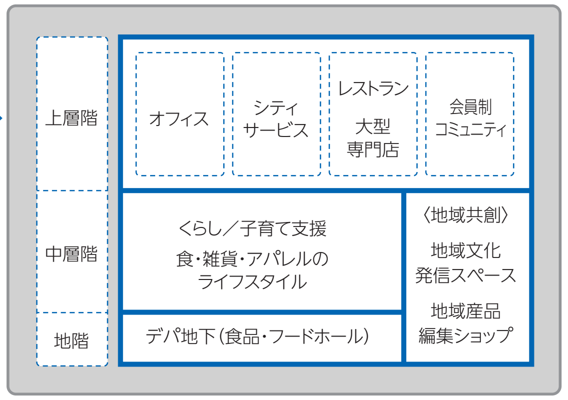
タウンセンター化とは、今後、地方・郊外において駅を中心としたコンパクトシティ化が進む中、駅前立地の強みと当社の顧客基盤を活かし、商業機能に加えて生活機能・コミュニティ機能を融合した複合商業サービス施設への転換を図るものです。

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

2022年4月、近鉄百貨店四日市店において、ハンズとのコラボレーションによる地域の暮らしに密着し、魅力を発見、発信するマーケット「Plugs Market」をオープンいたしました。「Plugs Market」の近鉄百貨店での導入は、国内1号店である近鉄百貨店草津店に次いで2店舗目となります。「Plugs Market」は、ハンズが「地域を元気に!」をキーワードに、地域密着型で特徴ある店づくりを進めるパートナー企業と共に、地域の魅力を発見、発信するマーケットを創るハンズの業態の一つです。売場は「伝え場(イベントゾーン)」、「モノの場(ハンズ商品展開ゾーン)」、「話し場(テナントゾーン)」の特徴ある3つのゾーンで構成され、地域の魅力最大化、活性化を目指しています。

「Plugs Market(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事業者として、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構築します

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月に橿原店が橿原市と「包括連携協定」を締結。2022年4月には、三重県と「産業振興等に関する協定」を締結しました。相互に連携、協力し、地域の活性化と地域の人々の暮らしを豊かにするための取り組みを行っています。

三重県との連携協定締結式

基本方針

Ⅲ 百貨店の強みの収益事業化

(1) 自主(フランチャイズ)事業の進化

フランチャイズ事業は、既存事業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、フランチャイズ事業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。

当社のフランチャイズ事業は2015年よりスタートし、2022年11月の時点で、16業種47店舗まで拡大しました。2021年度は売上高約100億円を達成し、今後も既存事業の強化と新規事業の開発に取り組み、早期に20業種70店舗、売上高150億円達成を目指しています。

また、収益事業の柱であるフランチャイズ事業の取組・選定基準については、消費動向の変化に対応し、「量から質」へシフトすることにより、新たな需要を取り込み、更なる収益拡大を図ります。

営業政策本部 FC事業部 部長 奥野浩之

取り組み進捗

台湾で人気の食雑貨セレクトショップ「神農生活」

2021年4月、あべのハルカス近鉄本店に日本1号店としてオープンした台湾発のセレクトショップ「神農生活」は、台湾ではおなじみの家庭料理や雑貨などを通じて、現地の雰囲気を楽しむことができると好評を得ております。2022年の6月から9月にかけて、関東地区の百貨店に期間限定で初出店しました。今後もフランチャイザーへの挑戦を視野に、外部への出店を行ってまいります。

フルーツカフェ「フルフルール」をオープン

2022年8月、あべのハルカス近鉄本店12階「あべのハルカスダイニング」にフルーツカフェ「フルフルール」の第1号店をオープンしました。"旬のフルーツを一番おいしいタイミングで提供すること"にこだわり、時季に合わせた旬のフルーツだけを厳選し、提携企業の契約農家から独自の物流ネットワークでお客様に提供しています。11月には奈良店に第2号店をオープンし、今後も近鉄百貨店各店への展開を予定しています。

(2) EC事業の強化

国内ECでは、強みであるギフト、食品、化粧品等のコンテンツを強化するとともに、リアル店舗とECの融合(OMO)施策により、充実したネットショップを目指します。

既存コンテンツでは、取り扱い商品・アイテムの拡充に取り組んでいます。百貨店ならではの高付加価値型商材の拡充を図るほか、「神農生活」「コクミンドラッグ」等、当社の自主(フランチャイズ)事業で展開する商材の取り扱いを拡大します。さらに「美と健康」等デイリー性にも富んだ生活用品等も拡充します。

また、ネットショップで購入した商品を店舗で受け取るサービスの拡大を図り、店舗への来店客を増やす取り組みを推進します。

取り組み進捗

「全国ご当地おすすめ名産品」

地方百貨店連携の取り組みとして2021年9月に4社でスタートした「全国ご当地おすすめ名産品」は、2022年12月現在、東北・中部・関西・中国・九州の各地方から合計11社での展開となりました。

各地の名産品を紹介するとともに、地域経済の活性化を目的として、引き続き拡大を図ります。

全国ご当地おすすめ名産品

(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。

基本方針

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

情報のデジタル化に向けて強化「近鉄百貨店アプリ」

近鉄百貨店アプリは、現在会員約54万人(2022年9月末現在)、1年前から約50%増と、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受け取れるマイページ機能など、自分好みに情報を設定することもできます。

お楽しみ機能も充実。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ほか、アプリ会員さま限定で、人気商品の抽選販売やお買いあげ抽選会、売場商品の人気投票やスタンプラリー等も実施しており、大勢のお客様からご好評をいただいています。

さらに楽しく便利に、使いやすく。近鉄百貨店アプリはどんどん進化していきます。

近鉄百貨店アプリ画面

(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。

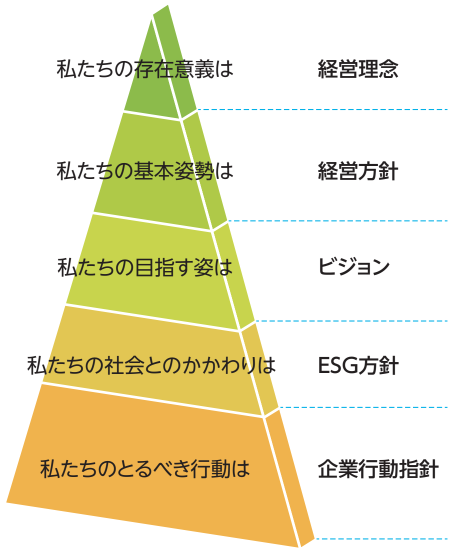
(株)ジャパンフーズクリエイト	水産業での新たな取引先開拓とアフターコロナに向けた小売部門等の販路拡大
近畿配送サービス(株)	配送ネットワークの再構築による基盤強化と「総合物流事業」へ向けた取り組みの推進
(株)Kサポート	人材派遣業から「総合人材サービス業」への変革
(株)近創	環境・空間を総合的にクリエイト・デザイン・提案する企業へと進化

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。

理念体系



ESG方針

地域に寄り添い、地域と活きる

― 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 ―

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）
	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）
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 	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）
	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）
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 	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

「Plugs Market」（四日市店）

2022年4月、近鉄百貨店四日市店において、「ハンズ」とのコラボレーションによる地域の暮らし密着・発見、発信型マーケット「Plugs Market」をオープンしました。「Plugs Market」は、ハンズが「地域を元気に」をキーワードに地域密着型で特徴ある店づくりをパートナー企業と共に進めるハンズの業態の一つです。近鉄百貨店では、国内1号店である近鉄百貨店草津店に次いで2店舗目になります。売場は、地元三重の産品や日替わりベーカリーなどを販売する「伝え場」、ハンズの商品展開ゾーンである「モノの場」、くらしに役立つ専門店ゾーンである「話し場」の特徴ある3つのゾーンで構成され、地域の魅力最大化と活性化を目指しています。

「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るおい豊かな暮らし）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!よっかいち」を進めており、この活動の象徴として、「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つなげています。

「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。

和歌山大学とのコラボ（和歌山店）

和歌山大学観光学部の学生が、全国でも有数の果物の産地である和歌山県紀の川市で収穫される果物を使ったアイスギフトの商品開発とデザインを考案し、お中元限定ギフトで販売いたしました。学生の皆さんが桃、苺、柿などの紀の川市の果物をたくさんの人に食べてもらいたい、フルーツ王国紀の川市をアピールしたいという思いからこの企画が実現いたしました。

ハルチカマルシェ（さくらライナー）

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地域で生産された高鮮度の野菜、農産物、加工品を直売所から直接仕入れ販売する「ハルチカマルシェ」において、奈良県吉野郡大淀町の「近鉄ふぁーむ花吉野」で生産した新鮮な野菜を、大阪阿部野橋駅と吉野駅間を結ぶ「さくらライナー」で輸送し、収穫当日に販売する取り組みを2022年7月から開始いたしました。近鉄グループが連携し、トマトやレタスなどの新鮮な野菜を、環境に配慮した輸送方法によりお客さまにお届けしています。

地域社会との繋がり

緑活の取り組み

「緑活」は、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です。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実施しています。

(主な活動内容)

● ひまわり架け橋プロジェクト

2016年に緑活ボランティアの提案で始まった被災地応援プログラムで、毎年継続して実施しています。福島からひまわりの種を取り寄せ、百貨店屋上や地域で愛情いっぱいに育て、熊本などの被災地へ種を贈り、元気の架け橋をつないでいます。緑活ボランティアや認定NPO日本レスキュー協会によって被災地へ届けられた種は、多くの方に元気を与えています。

2022年10月22日・23日には、「HYOGO・KOBE2022ぼうさいこくたい」に参加し、地域で助け合う活動を発信することができました。

● 緑活×食育

子どもたちが参加する、食育に関連したさまざまな緑活プログラム・ワークショップを開催しています。「はじめての“弁当の日”プロジェクト」では、初日に子どもたちと一緒にお弁当の中身を考え、2日目に百貨店で食材を買い、お弁当を作りました。「食育ツアー(百貨店でお魚を探して図鑑を作ろう)」では、食料品売場を探検し、売場に並んでいる食品から「お魚」を探して、「お魚図鑑」を作り学ぶプログラムを実施しました。

● 敬老の日お手紙プログラム

敬老の日に子どもたちが、おじいちゃん、おばあちゃんに“ありがとう”と“大好き”を伝えるプログラムです。あべのハルカス近鉄本店内の街ステーションに設置したポストにお手紙を投函すると、おじいちゃん、おばあちゃんに子どもたちの想いを届けることができます。2015年にスタートしたプログラムは毎年参加する子どもたちも多く、あたたかな思いが広がるプログラムです。ご家族の楽しい大切な思い出がつながることを目指しています。

● 緑活サンタ「森のクリスマス」

地域の子どもたち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緑活活動団体、ボランティア、近鉄百貨店労働組合、お客様が一緒になって製作しました。

「ええやんまちフェス」の開催

2019年12月から、毎月21日に、あべの・天王寺エリアの企業・団体が連携し、街の賑わいを創出することを目的に「ええやん まちフェス」を開催し、マルシェやイベント等をエリア内の各施設で実施しています。2021年11月には、「ええやん まちフェス まるっと文化祭」を開催し、関西の大学や学生団体が日頃の授業等での取り組みを発表する「ハルカス学園祭」などの学生参加企画を実施しました。また、2022年3月に、あべのハルカス近鉄本店において、天王寺区に本社があるパイン(株)の特集コーナーのほか、地元で人気のグルメや雑貨など、話題のショップが集結した「あべの・天王寺ええEXPO」を開催しました。さらに、2022年10月・11月の7日間にわたり、大阪府下の高校からのべ約1,400名の高校生が参加し、バンド演奏やダンスなどを披露するイベントを開催しました。

東北六県味と技めぐりの開催(あべのハルカス近鉄本店)

あべのハルカス近鉄本店では、2022年3月に東日本大震災から11年を迎える東北地方の魅力を伝える催事「東北六県味と技めぐり」を開催しました。「高校生百貨店」では、関西の高校生と宮城、福島、岩手の高校生総勢約50名がタッグを組み、物販コーナーで約35種類の商品を販売し、現地生産者の想いを届けました。

大阪芸術大学との連携

2022年3月に、株式会社近鉄百貨店と学校法人塚本学院大阪芸術大学は、包括連携協定を締結いたしました。芸術・アートを取り入れた集客力のあるイベントの開催や百貨店内のイベントへの学生の積極的な参画、チラシやポスターのデザインを依頼するなどの活動を通して、大阪を中心に関西の活性化と人財育成を目指します。

安全・安心の取り組み

安全で安心な店舗環境づくり

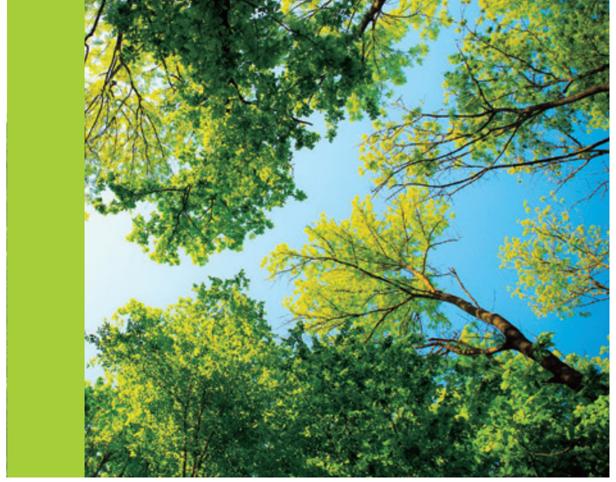
お客様が安全に、安心してお買い物を楽しんでいただけるように、施設や設備に係る様々なリスクに備えることのほか、防犯・防災への取組みを強化するなど、商品やサービス、売場環境の両面で、お客様を最優先する環境づくりを進めています。緊急時の対応として、各店における自衛消防組織の設置をはじめ、緊急地震速報訓練や防火・防災に関する訓練、救命講習などの実施、緊急時行動マニュアルの配布を通じ、災害が各店で起こったときの人命保護、パニック防止に向けた取組みを進めています。また、緊急地震速報システムにより、地震発生の速報を受信したときには、自動的に店内放送を行うとともに、事業継続計画(BCP)および地震対策マニュアル、従業員の安否確認システムを活用し、、店舗の早期復旧に寄与するシステムと連絡体制を整備しています。

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、食品衛生法の改正にともなう「HACCP」の考え方を取り入れた衛生管理をお取引先との連携により実施し、食中毒予防に取り組んでいます。また、食品担当者を対象とした食品衛生講習会、商品の品質表示調査を定期的に実施し、食品衛生管理体制の強化を行っています。

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CO_2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。



省エネルギーの取り組み

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98%がLED照明になっています。これまでの照明LED化により、年間約2,115万Kwhの電力量が節減され、約9,380トンのCO_2の削減効果があると推定しています。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。

あべのハルカス近鉄本店タワー館8階

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。

省資源・リサイクルなどの取り組み

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2021年から各店で実施し、2022年にはあべのハルカス近鉄本店の婦人服フロア「サロン・ド・ゲート」において期間限定で実施するなど、お客様の認知度の向上を図りました。「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。お引き取りした衣料品は、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。

2021年8月の開始から2022年8月までの期間で、全店で合計約27,000枚の衣料品をお引き取りさせていただき、その多くはアジアの国々へ送られています。

「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。

- 「HAPI ECO WEEK」
  「HAPI ECO WEEK」を年2回（5月頃、9月頃）開催し、エコに限らず地球環境をはじめとしたSDGsに関連した商品の販売やイベントを実施し、活動を強化しています。
- お客様からのアイデア募集「エコ活募集」
  ホームページで、お客さまからエコに関するアイデアを募集し、紹介しています。
- 「HAPI ECO（ハピエコ隊）」の結成
  各店の社員が中心となり、「HAPI ECO（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、社内外で共有しています。隊員はエコ意識を高めるため、オリジナルバッジを着用し活動しています。

HAPI ECO エコで、地球にハッピーなこと。

- エコ関連商品・サービスの紹介
  エコバッグなどのエコ関連商品やサービスなどをホームページで紹介しています。

廃棄ロスサイト「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。

SDGsをテーマにしたギフトを特集

2022年のお中元・お歳暮ギフトにおいて、「SDGs」をテーマにした商品を特集し、販売しました。お菓子の数をあえて1個減らし、その1個分の代金を募金金額としてお預かりする商品や、障がい者の雇用の場を創出しているチョコレート工房のギフト、生育の過程で排出される廃棄物を再利用することで、海や川の環境改善に取り組んでいる鶏肉を使ったギフトなど、「SDGs」を意識した商品を取り上げました。

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砕された生ゴミは、「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。

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クの販売、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。また、2022年4月1日に施行されました「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律」の施行に伴い、フォーク、スプーン、ストローなどのプラスチック使用製品の排出抑制について、お取引先へのご協力のお願いや店内ポスターや店内放送によるお客さまへのご協力の呼びかけを行っています。

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ます。そのような中、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

柔軟な働き方や介護・傷病支援のための各種制度を整備することによる、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まいります。

【 育児・介護・傷病と仕事の両立支援 】

仕事との両立に対する不安を解消し、安心して働き続けることができるよう、介護・傷病の際の支援制度を設けています。

●介護、傷病支援

家族の介護が必要となった場合に、休職制度は最長1年、短時間勤務制度は最長3年利用することができます。長期療養からの復職者に対しても最長6カ月利用できる短時間勤務制度を導入しており、復職時には産業医による面談を行うなど、スムーズな職場復帰をサポートする体制を整えています。

●特別有給休暇制度

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を設けています。不妊治療を目的として利用することも可能です。

【 柔軟な働き方 】

●短日数勤務制度、在宅勤務制度

主に傷病や介護との両立支援を目的として、週3日または4日勤務を可能とする短日数勤務制度や在宅勤務制度を設けております。短日数勤務制度はキャリア形成のためにも利用することができ、多様化する従業員のニーズに対応しています。

●半日年休制度

ワーク・ライフ・バランスの充実のため、2020年10月から半日年休制度を導入しています。2021年度は延べ1,517日の取得がありました。

●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休暇制度で、20年および30年の際は人間ドックも無料で受診することができるため、健康増進の一助ともなっています。

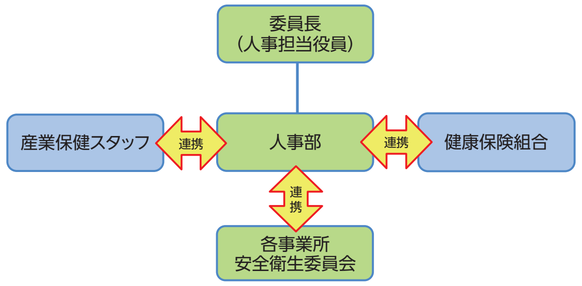
【 健康経営の推進 】

●健康経営の取り組みの第一歩として「近鉄百貨店健康経営宣言」を行いました。今後は、2024年度までの健康経営優良法人の取得認定を目指し、各種施策に取り組んでまいります。

健 康 経 営 宣 言

地域のみなさまやお客様の「健康」、「笑顔」であり続けたいという思いに応えるためには、近鉄百貨店で働くすべての従業員が「健康」、「笑顔」であり続けなければなりません。全社をあげて積極的に健康維持・増進に取り組み、磨き上げられた心身でいきいきと活躍することで、社会への貢献を果たしてまいります。

近鉄百貨店 健康経営推進体制



ダイバーシティの推進

「豊かなくらしと価値ある生活文化を創造する」ことは、当社の持続的な企業価値向上に繋がると考えています。その使命を果たすのは能力、適性、性別、年齢、働き方など多様さを持つ従業員たちであり、その力は組織の競争力の源泉であって、さらにお互いを尊重しながら議論することで多様性が融合し、新たな価値となっていきます。これらを組織の大きな推進力とするため、当社は従業員満足（Employee Satisfaction）の最大化を目指しています。

【 女性活躍推進 】

●管理職登用に向けた職場風土の醸成に積極的に取り組むと共に、出産・育児などライフイベントの期間においても、仕事と家庭を両立させながら職務経験を積めるよう支援制度を充実させています。

女性管理職比率	● 目 標　2030年度 25% ● 実 績　2021年度 8.7%

●2019年3月に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・3つ星を取得しました。

えるぼし認定マーク

支援制度	育児休業、産後パパ育児休業、育児短時間勤務、子の看護休暇、在宅勤務制度（月8回まで）、その他（キャリアセミナー、育児休職者交流会）

【 育児支援 】

●育児中も仕事と両立できるように支援制度を充実させています。育児休業取得率について、女性は100%を維持し、男性は30.8%（2022.7時点）（政府目標2025年30%）を達成しています。

【 障害者雇用 】

●2021年に法定雇用率を長年達成し続けていることが評価され「障害者雇用優良事業所」（大阪府）として表彰を受けました。

●継続的に職域開拓を行い、各々の能力や特性に合わせた働きがいのある職域で活躍しています。

【 シニア人財の活躍推進 】

●若年層にとってシニア人財の活躍は自らの将来のキャリアパス像を具体的に描くことにもつながることになるので、シニア人財の活躍をさらに推進するという観点から、定年後の再雇用制度としての特別嘱託制度の見直しや定年延長への対応について検討しています。

キャリア形成

百貨店事業の枠に捉われず、新たな事業にチャレンジし、さまざまな部門で活躍できる積極性と柔軟性を兼ね備えた人財育成を目指しております。

【 人財育成プログラム 】

年度ごとに「人財育成プログラム」を策定し、その計画に基づき研修を実施しています。階層別研修ではそれぞれのステージに合わせた各種研修を行うことで知識の深耕を図ります。また、百貨店事業のみならず、拡大している新たな事業で活躍するために必要な専門知識を学ぶ、事業別研修にも取り組みます。

【 社内資格制度 】

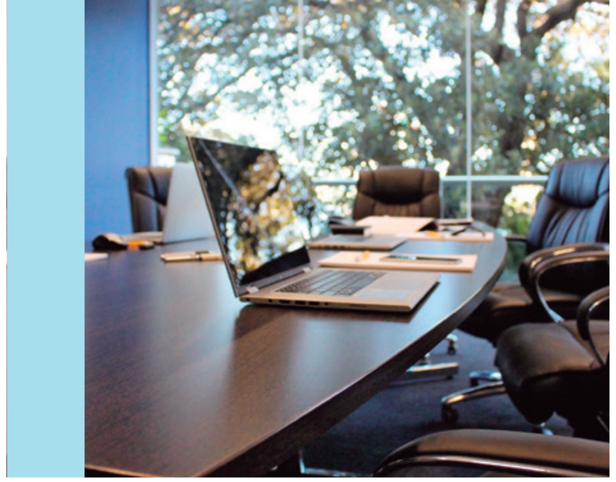
接客サービスに有効なカラーコーディネイター、シューフィッターなど公的・民間資格の中から当社が接客サービスに有効として指定した資格（全45種）を保有し、接客サービスでその専門知識・技能を発揮できる販売員を認定しています。現在約1,000名の認定者が、販売のスペシャリストとして店頭で活躍しています。

【 自己申告制度 】

自ら積極的に活躍できるよう、必要な能力・スキルを習得・向上させ発揮することとあわせて、自身のキャリアアップや働き方について考える機会（自己申告制度）を提供しています。また、さまざまな職務に対する見識を広めるために、ジョブローテーションを実施しております。

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。

パートナーシップ構築宣言の公表

当社は、「未来を拓くパートナーシップ構築推進会議」の趣旨に賛同し、「パートナーシップ構築宣言」を公表いたしました。「パートナーシップ構築宣言」は、サプライチェーン全体の取引先や価値創造を図る事業者との連携と共存共栄を進めることで、新たなパートナーシップを構築すること、下請事業者との望ましい取引慣行を遵守することなどを社内外に明確に示すものです。

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

取締役会の多様性を確保するため、独立社外取締役として当社初の女性取締役である廣瀬恭子氏を選任しております。

経済人としての豊富な経営経験と高い見識はもちろんのこと、百貨店業を営む当社として不可欠な女性目線での助言を期待しております。

取締役
廣 瀬　恭 子　氏

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

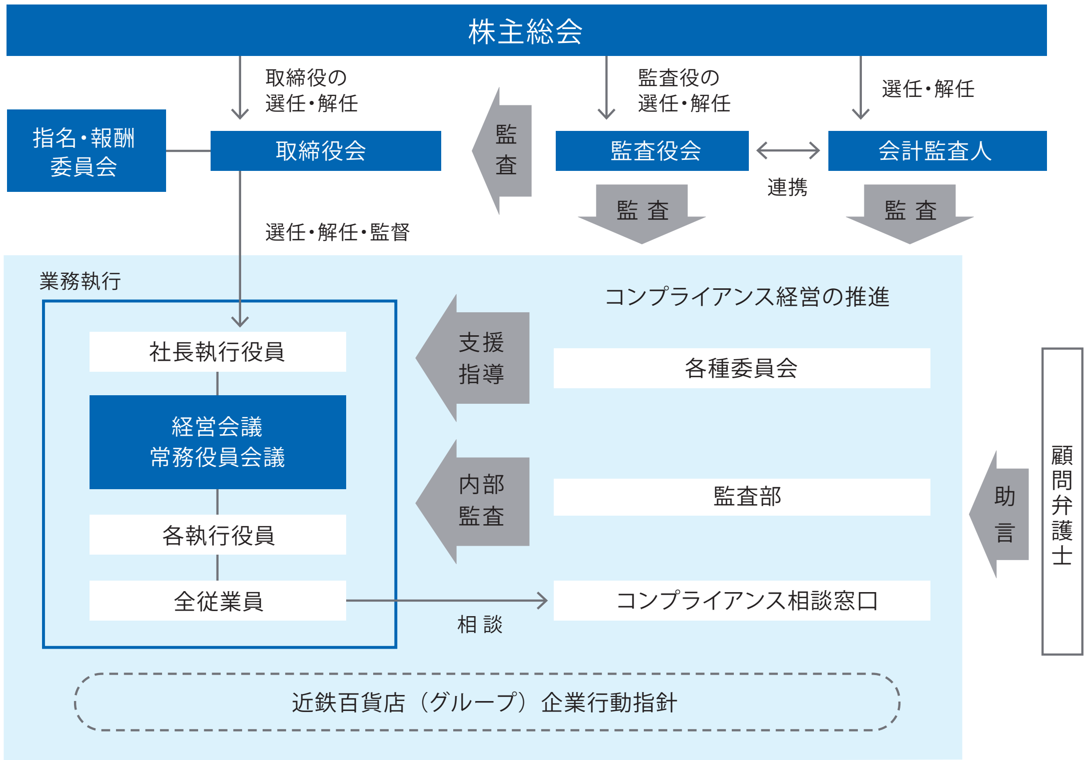
取締役会の諮問機関として、取締役会長および社長執行役員並びに独立社外取締役および独立社外監査役で構成される指名・報酬委員会を設置しており、毎年1回以上開催することとしております。同委員会では取締役等の指名と報酬に関して審議し、その結果を取締役会に報告しております。

(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、定期的に取締役会の実効性の分析・評価を行っております。2022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、東証新市場区分への対応など、重要事項が適切に付議されるなど、会社経営の在り方について、より深い議論ができるようになっており、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、「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、％）

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度（※）
財務数値					
売上高	282,211	282,700	283,466	218,351	**98,146**
売上総利益	65,791	66,585	65,739	49,454	**48,289**
販売費及び一般管理費	60,904	60,700	61,210	51,475	**49,689**
営業利益	4,887	5,884	4,529	△ 2,020	**△ 1,399**
経常利益	4,420	5,478	4,479	△ 1,293	**△ 572**
親会社に帰属する当期純利益	1,462	4,853	3,225	△ 4,949	**△ 775**
包括利益	1,927	4,305	2,882	△ 4,392	**△ 686**
総資産	128,307	129,256	130,512	123,420	**119,384**
自己資本	30,674	35,527	37,944	32,186	**31,765**
純資産	32,465	36,769	38,843	33,643	**33,311**
有利子負債	20,908	16,712	14,688	17,216	**16,841**
営業活動によるキャッシュ・フロー	12,040	10,046	9,999	4,297	**2,505**
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 4,680	△ 5,493	△ 6,925	△ 3,608	**△ 3,304**
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 7,094	△ 4,519	△ 3,156	1,481	**△ 715**
設備投資	4,067	6,033	6,255	3,534	**4,248**
減価償却費	5,616	5,507	5,982	5,957	**6,080**
1株当たり情報					
1株当たり当期純利益（円）	36.21	120.21	79.87	△ 122.58	**△ 19.21**
1株当たり純資産（円）	804.04	910.65	962.03	833.24	**825.03**
1株当たり配当金（円）	―	20.00	20.00	―	**―**
財務指標					
売上総利益率	23.3	23.6	23.2	22.6	**49.2**
売上高販管費比率	21.6	21.5	21.6	23.6	**50.6**
売上高営業利益率	1.7	2.1	1.6	△ 0.9	**△ 1.4**
自己資本利益率（ROE）	4.6	14.0	8.5	△ 13.7	**△ 2.3**
総資産営業利益率（ROA）	3.8	4.6	3.5	△ 1.6	**△ 1.2**
自己資本比率	25.3	28.4	29.8	27.3	**27.9**
配当性向	―	16.6	25.0	―	**―**

※ 当社は2021年度期首より「収益認識に関する会計基準」を適用しております。

非財務情報

従業員（近鉄百貨店）

			単位	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
従業員の状況	社員数	男性	人	951	903	878	854	**806**
		女性		845	820	799	789	**772**
		合計		1,796	1,723	1,677	1,643	**1,578**
	平均年齢	男性	歳	47.0	47.6	48.0	48.5	**49.3**
		女性		39.2	40.3	41.0	41.5	**42.0**
		合計		43.3	44.1	44.7	45.2	**45.7**
	平均勤続年数	男性	年	22.6	23.2	23.6	24.1	**24.8**
		女性		16.8	17.6	18.4	18.8	**19.2**
		合計		19.8	20.6	21.1	21.6	**22.1**
障がい者雇用率※			%	2.07	2.28	2.31	2.35	**2.37**
年間総労働時間			時間	2,036.5	2,028.3	2,024.0	1,931.2	**1,943.3**
年間所定外労働時間（1人平均）			時間	168.9	180.6	171.7	90.7	**115.5**
年休取得率			%	48.7	56.4	53.3	33.8	**48.2**

※ 各年6月1日現在

エネルギー（近鉄百貨店）

	単位	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
電力	千khw	120,076	118,074	115,663	103,273	**102,150**
都市ガス	千㎥	4,011	3,697	3,569	3,193	**3,187**
エネルギー総量（原油換算）	kl	35,534	34,642	33,878	30,214	**29,924**
エネルギー使用原単位※	kl/百万㎡×h	14.06	14.14	13.87	13.68	**12.95**
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-CO_2	68,667	59,454	49,489	42,162	**43,880**

※ 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	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
プラスティック製の容器・包装（レジ袋等）	kg	210,736	200,777	187,483	73,682	**51,425**
紙製の容器・包装（手提袋、包装紙等）	kg	807,517	775,874	726,667	423,105	**405,906**
段ボール	kg	27,835	28,522	25,307	22,037	**22,780**
包装資材総量	kg	1,046,088	1,005,173	939,457	518,824	**480,111**

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　スタンダード市場
決算期	2月末日
売上高	連結／98,146百万円 個別／81,643百万円（2021年度）
従業員数	連結／2,225名 個別／1,578名（2022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 （2022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	22,052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㈱	25,487	63.1
㈱日本カストディ銀行（りそな銀行再信託分・近畿日本鉄道㈱退職給付信託口）	1,445	3.6
㈱奥村組	950	2.4
㈱大林組	949	2.4
㈱きんでん	942	2.3
近鉄共栄持株会	694	1.7
野村信託銀行㈱（近鉄百貨店 株式需給緩衝信託口）	639	1.6
日本マスタートラスト信託銀行㈱（信託口）	579	1.4
㈱竹中工務店	567	1.4
㈱近鉄エクスプレス	515	1.3

（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（61,446株）を控除して算出しております。

役員一覧 （2022年5月26日現在）

代表取締役取締役会長	髙松 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	八木 徹
取締役	小林 哲也
取締役	向井 利明
取締役	吉川 一三
取締役	廣瀬 恭子
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
上席常務執行役員	中川 勝博
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
常務執行役員	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
執行役員	小山 修
執行役員	速水 正明
執行役員	荻野 眞弓

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
- (株)近鉄百貨店
  - ● (株)近鉄友の会

卸・小売業
- ● (株)ジャパンフーズクリエイト
- ● (株)シュテルン近鉄

内装業
- ● (株)近創

運送業
- ● 近畿配送サービス(株)

人材派遣業
- ● (株)Kサポート

● 子会社

Kintetsu
近鉄百貨店