# Kintetsu Department Store Integrated Report

近鉄百貨店　統合報告書

2026



Kintetsu

近鉄百貨店





「くらしを豊かにするプラットフォーマー」を目指して

# お客さまともっと“つながる場”を創造します

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













# Contents


トップコミットメント
03 トップコミットメント

事業紹介
07 事業内容
事業領域

価値創造
09 価値創造プロセス
価値創造の歴史

経営戦略
11 長期ビジョン
12 中期経営計画
15 DX戦略

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

財務情報／会社概要
25 財務情報
26 会社概要


### 編集方針

本統合報告書は、株主・投資家の皆さまをはじめとしたすべてのステークホルダーの皆さまに、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2.0」などを参照しています。

### 対象期間

主に2025年度（2025年3月1日～2026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
（2026年2月末現在の連結子会社、非財務情報は単体です。）

### 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。




代表取締役社長執行役員
梶間 隆弘

あべのハルカス近鉄本店　地下2階惣菜売場

# 「百貨店」から、人々の心を豊かにする「百“価”店」へ

近鉄百貨店は、創業から90年余りの歳月を地域社会とともに歩んでまいりました。その道のりは決して平坦なものではなく、時代の大きなうねりや社会構造の変容、未曽有のパンデミック、そして物価高騰や消費行動の多様化など、常に変化する事業環境への即応と自己変革を強く求められてきた歴史でもあります。この先行き不透明な時代において当社が持続的な成長を遂げるためには、社会の変化を鋭敏にとらえ、スピード感をもって次なる成長へと舵を切ることが不可欠であります。

私たちはその都度、「これからの時代において、百貨店が果たすべき真の役割とは何か」と自らに問い続けてまいりました。そして見出した答えが、単にモノを販売する場所に留まらず、お客さま一人ひとりのくらしに寄り添い、人生に彩りをもたらす新たな「価値」を創造・提案する存在になるということです。この強い決意を込め、私たちは自らの社業を従来の「百貨店」から「百“価”店」へと進化させていくことを宣言いたしました。この思いを具現化するため、当社は「2036年創業100周年に向けて」という長期ビジョンを掲げ、2025年度より「中期経営計画(2025～2028年度)」をスタートさせました。過去の構造改革で築き上げてきた強固な経営体質を土台に、近畿圏1府4県に及ぶ広域ネットワーク、「食の近鉄」ブランド、フランチャイズ事業や自主事業といった多角的な事業展開などを最大限に活かし、さらなる飛躍を目指します。

中期経営計画の初年度となった2025年度におきましては、「2025大阪・関西万博オフィシャルストア」の出店をはじめとする積極的な取り組みが大きく結実いたしました。万博会場内ストアやあべのハルカス近鉄本店での関連イベントを通じて関西の玄関口としての役割を果たし、国内外の多くのお客さまに当社の魅力を発信できたことは大きな手応えとなっております。業績面におきましても、徹底したコストコントロールと百貨店業の牽引により、連結営業利益は前年比25.5%

増を達成いたしました。この成果は、中期経営計画の最終年度目標を初年度にして前倒しで達成するものであり、過去最高益に迫る歴史的な好業績となりました。

計画2年目を迎える本年度は、万博関連の反動といった特殊要因を見込んでおりますが、これらを除いたベースの営業力・顧客基盤は極めて堅調です。当社は現状維持に甘んじることなく、常に新しい価値を創造し続ける企業へと深化を遂げていく所存です。

## あべのハルカス近鉄本店から始まる未来と「百“価”店」への加速

あべのハルカス近鉄本店は、開業10周年を経て、いま新たな飛躍の時を迎えています。あべの・天王寺エリアは、関西有数のターミナルでありながら、足元商圏に多くの居住人口を抱え、歴史と文化、人々のくらしが息づく魅力あふれる街です。私たちは同店を、新たな体験や感動を生み出す「価値創造百貨店」へ再構築するため、大規模なリモデルを本格的に推進しております。

あべのハルカス近鉄本店の強みであり、お客さまから絶大なご支持をいただく“デパ地下”におきましては、「毎日が楽しい」「何度も行きたくなる」空間を目指し、食品売場全体の3割以上をリニューアルしております。洋菓子売場の刷新に続き、本年度は惣菜売場の約6割に及ぶ大規模な改修を実施いたしました。厨房機能を移設して売場面積およびショップ数を拡大し、全国初登場を含む16ショップを導入して関西屈指のブランド数を実現したほか、取引先と連携した「ハルカスならでは」の限定メニュー開発を進め、「食の近鉄」としての価値を大きく磨き上げております。今後は菓子売場、生鮮売場改装へと連動させ、さらなる魅力を創出してたゆまぬ進化を図ります。

また、食の改装を一巡させた次のステップとして、ファッションおよび中・上層階の本格的な構造改革に着手いたします。一人ひとりの好みや悩みに寄り添う「パーソナルコンシェルジュ」の導入や、「美と健康」をワンストップで提案する「ビューティーウェルネスゾーン」、ジェンダーやトレンドにとらわれない「次世代ファッションフロア」を開設してまいります。さらに、体験や学びを提供する子どもフロア、共感・拡散を生む「推し活フロア」などを導入し、様々な世代が自分らしく心豊かな時間を過ごせる空間を創出いたします。

さらに本年度の象徴的な取り組みとして、地方創生プロジェクト「ハルカス・ニッポン博覧会」を本格的に立ち上げました。これは、百貨店が従来の「モノを売る場」を超え、地域の歴史や文化を体感・発信し、人と人をつなぐコミュニティハブ機能を発揮するチャレンジです。一つの都道府県にスポットを当て、催事場にとどまらず本店全館で地域の魅力を発信する圧倒的な規模感で展開いたします。近鉄グループ各社と連携した観光案内やEC展開などを組み合わせ、日本各地の魅力をあべのの地から全国・世界へ発信してまいります。

あべの・天王寺エリア全体におきましても、あべのハルカス近鉄本店に加え、近接する「Hoop」「and」「あべのウェルビーイングテラス」の4館でエリア全体の魅力を最大化する「ハルカスタウン」の醸成を進めております。4年間で総額100億円規模の投資を計画しており、Hoopにおきましては、国内初となるデジタルアクティビティ常設複合アミューズメント施設「カプコミクス(CAPCOMIX)」のオープンやフードコートの改装により、若年層をはじめとする新たな客層の拡大を図っております。

地域店におきましても、前中期経営計画で達成した「全店黒字化」を盤石な土台とし、低層階への高収益かつ集客力の高い百貨店機能の集約と、中・上層階への専門性・話題性の高い大型テナントや行政・サービス機能の導入による「価値提供型」店舗への進化を加速させています。橿原店における奈良県の貸展示室誘致など、各地域のニーズに即した独自の店舗構造改革を推進いたします。

こうした店舗の魅力向上とともに重要なのが、近鉄グループのシナジーと顧客基盤の最大化です。これまで培ってきた「外商」「KIPSカード」「友の会」といった約188万人の組織顧客に加え、近鉄グループ各社の顧客を当社の顧客候補として再定義いたしました。不動産、ホテル、旅行といった多角的な事業を展開するグループの強みを活かし、富裕層向けの「チーム制外商」やデジタルツールを活用した多面的なおもてなしにより、顧客生涯価値(LTV)の最大化を推し進めます。



あべのハルカス近鉄本店　2階ウエルカムガレリア
ハルカス・ニッポン博覧会(島根編)にて

## 新たな事業ポートフォリオの構築と社会課題へのアプローチ

既存の百貨店事業の深耕にとどまらず、将来を見据えた新たな事業ポートフォリオを構築することも、持続的成長に向けた不可欠なテーマです。グループが持つ強みや資産を活用し、高収益体質への転換を図ってまいります。

これまで「地域との共創」として育んできた農業事業につきましては、収益化を見据えた「新たな事業ポートフォリオ」の一角へと発展・集約させていきます。大阪府河南町の休耕地等を活用した「はるちかファーム」において、社員自らが生産・運営に携わり、自社栽培いちご「はるかすまいる」の生産や6次産業化を推進しております。さらに、本年度からは新たに「マンゴー」の出荷を開始いたしました。高品質なフルーツの自社生産から加工・自社店舗での販売までを一貫して手掛ける独自モデルを確立し、農地の保全と地域経済の活性化、そして新たな収益軸の確立を高い次元で両立してまいります。

また、国際的なイベントへの参画として、横浜で開催される「2027年国際園芸博覧会（GREEN×EXPO 2027）」への出店に向けた準備を着実に進めております。万博等の大規模イベントで培った店舗運営・商品企画ノウハウをフルに発揮し、当社の魅力を広域に発信いたします。

グループ子会社におきましても、建装事業を手掛ける株式会社近創が、デザインから施工までを一貫してこなす強みを活かして外資系ホテル等の外部受注を大幅に拡大しております。今後は施工体制の拡充を進め、高収益事業の柱へと育てていく方針です。さらに、食品事業を手掛ける株式会社ジャパンフーズクリエイトでの惣菜ショップ展開など、多彩な事業形態による成長の種まきを加速させております。



梶間社長と社員の対話ミーティング

## サステナビリティ経営の推進と地域との深い結びつき

近鉄百貨店は、経営理念である「市民生活の向上と地域社会の発展への貢献」に基づき、ESG（環境・社会・ガバナンス）の観点を経営の中心に据えています。地域社会の課題解決に取り組み、地域に寄り添い、地域とともに活きる姿勢こそが、当社の持続可能な成長の根幹であります。サステナビリティ施策をよりわかりやすくお客さまや地域にお届けする取り組みとして、当社では「E～COTO CHOICE（え～ことチョイス）」を展開しております。これは、人・くらし・環境に優しい選択肢を売場やイベントを通じて提案する活動です。

また、あべのハルカス近鉄本店で10年以上続く「縁活（エンカツ）」プロジェクトは、毎月約60のプログラムを通じて市民活動団体やボランティアと協働し、地域の多様な課題解決と賑わい創出に取り組む独自のコミュニティ形成モデルとして高く評価されております。

環境への取り組みにおきましても、2050年カーボンニュートラルの達成に向け、省エネ設備の導入や衣料品回収などを推進しております。多様なステークホルダーの皆さまと手を取り合い、持続可能な社会の実現と企業の成長を両立させてまいります。

## 「人的資本経営」の推進とDXによる現場力の最大化

不確実性が高まる現代において、企業の持続的成長を支える最大の源泉は「人」にほかなりません。当社では、経営層が会社の存在意義を自らの言葉で語る取り組みに着手いたしました。経営層一人ひとりの「価値創造宣言」を起点として「百“価”店」への変革を加速させるとともに、その想いを全社員へ浸透させ、全社一丸となって企業の価値向上に邁進してまいります。社員一人ひとりが自らの「価」を見出し、その能力を最大限に発揮できる環境を整えることこそが、私たちが推進する「人的資本経営」の本質であります。

私は社長就任以来、トップと現場が同じ目線で未来を語り合う風土づくりを目指し、売場を巡って従業員と直接対話する「カジュアルミーティング」を開催してまいりました。現場から挙がる真摯な意見や改善への熱意こそが当社の宝であり、成長の原動力であると確信しております。私が一貫して掲げてきた「現場力の最大化」は、努力が正当に報われる企業風土を私自身が先頭に立って築いていくという決意その



EXPO 2027 オフィシャルストア あべのハルカス店

ものです。

この意図を仕組みとして結実させるため、当社は2027年度より人事制度の抜本的改定を実施いたします。キャリアパスの明確化、適所適材の人財配置、公正な評価と処遇を軸に、挑戦し長く活躍できる仕組みを構築いたします。また、組織のボトムアップを目指す新規事業提案制度「近鉄イノベーションラボ」を通じたチャレンジ文化の醸成や、フレックスタイム制、在宅勤務、短時間勤務制度の拡充、定年延長、カスタマーハラスメント基本方針の策定など、すべての社員が安心して働ける環境整備を推進しております。女性活躍推進（えるぼし認定）や健康経営の成果を踏まえ、多様な「百“価”店人財」の創出に全力を注ぐ所存です。

そして、新たな時代の「現場力」を裏付ける基盤となるのが「デジタルトランスフォーメーション（DX）の推進」です。社員へのスマートフォン貸与やGoogle Workspaceの導入により情報共有のスピードを飛躍的に向上させたほか、生成AIの業務定着、グループ顧客データ基盤を活用した顧客生涯価値（LTV）最大化などを強力に進めております。リアル店舗が持つ温かい接客とデジタルの利便性を高度に融合させ、業務効率化と顧客体験（CX）の向上を高い次元で両立させてまいります。

## 資本コスト・株価を意識した経営と株主価値の向上

当社は、持続的な企業価値向上と中長期的な株主価値の最大化に向けて、「資本コストや株価を意識した経営」を徹底してまいります。現状の株主資本コストを十分に意識したうえで、収益性の向上と最適な資本構成を追求し、中期経営計画の目標を着実に達成してまいります。

株主還元におきましても、財務健全性を確保しながら業績に応じた還元を一層強化する方針へとシフトいたしました。「連結配当性向30%目安」という新目標とあわせて、株主優待制度の利便性向上を図るなど、株主の皆さまとの信頼関係をより一層深めていく所存です。

なお、東京証券取引所スタンダード市場における「上場維持基準（流通株式比率25%以上）」への適合に関する取り組みにつきましては、当初の計画期間を大幅に前倒しして、流通株式比率26.6%に達して適合を完了いたしました。投資家の皆さまからのご期待に応えるべく、今後も経営の透明性を高め、積極的なIR対話を継続してまいります。

## 結びに

近鉄百貨店は、創業から2036年で100周年という大きな節目を迎えます。私たちの歴史は、時代の変化を恐れず、常に新しい可能性に向かって挑戦し続けてきた歴史そのものであります。現在進めている中期経営計画は、私ども自身の変革に対する強い意思表示であり、未来に向けた約束でもあります。

私たちは「百貨店」という従来の概念を超え、人々の心とくらしを豊かにする「百“価”店」として、社会に、そしてお客さま一人ひとりの人生に新たな感動の物語を紡いでまいります。強固な経営基盤の整備と着実な成長を通じ、地域の未来をともに切り拓く企業として邁進してまいりますので、ステークホルダーの皆さまにおかれましては、今後とも変わらぬご支援とご期待を賜りますよう、心よりお願い申しあげます。

# 事業内容

## 近鉄百貨店は近畿・中部地方を中心に百貨店・商業施設・医療モールを展開しています。

**13**店舗・施設


上本町店



東大阪店


奈良店


橿原店


あべのハルカス
近鉄本店


生駒店


和歌山店


草津店

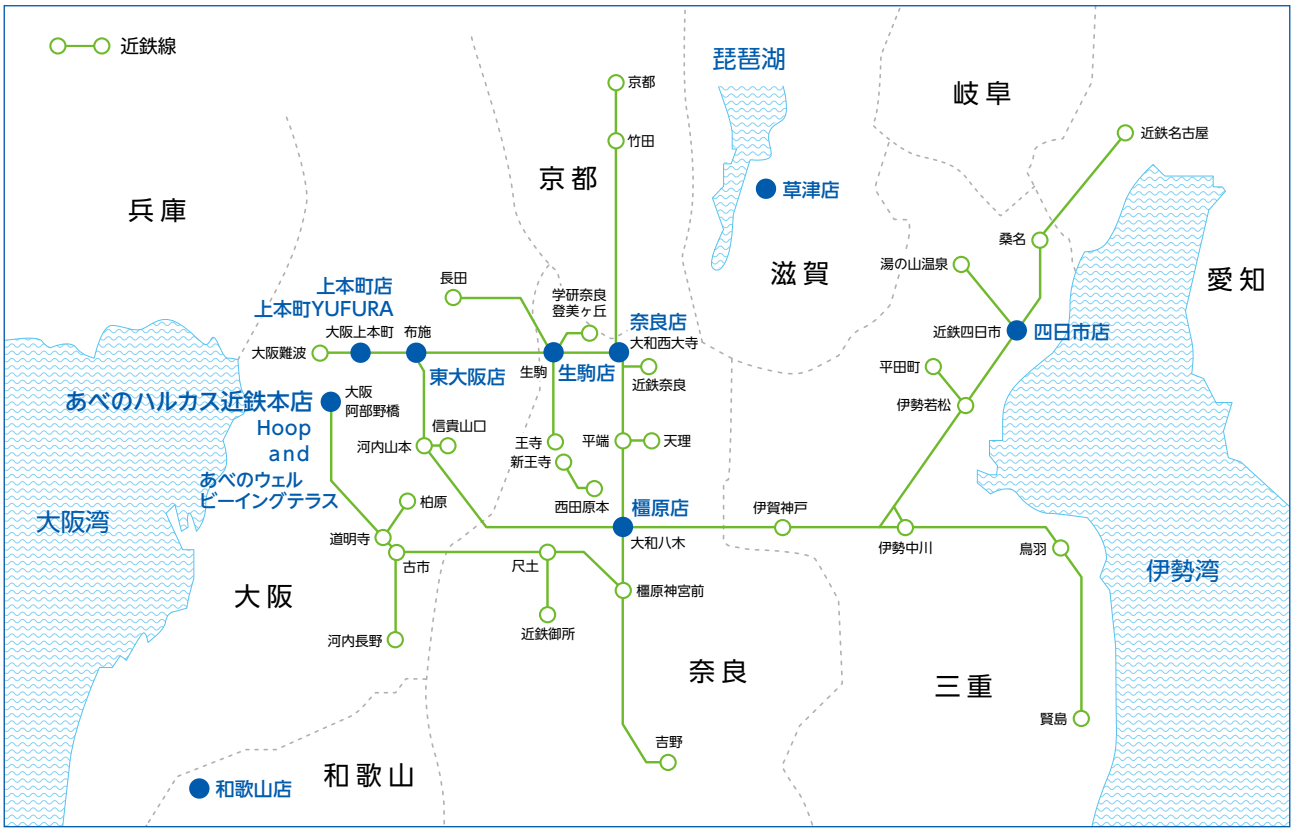

四日市店


Hoop（フープ）


and（アンド）


上本町YUFURA


あべのウェルビーイングテラス



## 近鉄百貨店グループ

**6社**　当社グループは当社、子会社5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



**(株)ジャパンフーズクリエイト**

サーモン加工の水産事業を始め、ギフト・催事事業や近鉄百貨店各店で寿司、惣菜等の自社ブランド店舗等を展開しています。豊かな食生活の提案者として新たなお取引先さま開拓や販路拡大を図り、「食」で地域社会に貢献する事業会社への転換を目指しています。

卸・小売業




**(株)シュテルン近鉄**

メルセデス・ベンツの正規販売店として、新車・認定中古車を手がけています。大阪・奈良で4店舗を展開し、販売からアフターサービスまでの一貫した体制のもと、正規販売店ならではの質の高い商品とサービス提供によって、多くのお客さまから高い信頼をいただいています。

内装業



**(株)近創**

近鉄グループの一員として多岐にわたるネットワークを活かし、百貨店、ホテル、文化施設から飲食・小売店舗に至るまで、企画・設計、施工、家具什器製作、装飾・ディスプレイなどを総合的に承っています。

運送業



**近畿配送サービス(株)**

近鉄百貨店グループの物流部門を担う企業として、近鉄百貨店の商品の宅配事業、各店への商品調達・輸送、館内物流などを主力事業としております。「正確・迅速・丁寧」を基本とした質の高い物流サービスを提供し、社会の生活文化の向上に貢献してまいります。

# 事業領域

## 圧倒的な市場ボリューム

大阪南部を中心に、強固な沿線ネットワークを構築。
抜群の知名度と豊かな人口規模を背景に、強固な顧客ポテンシャルを有しています。

組織顧客

**188万人**　※KIPSカード、近鉄友の会、外商など
※2026年8月末現在

## 近鉄グループ

**253社**　※近鉄グループホールディングス(株)を含む
※2026年3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)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、くらしにかかわる多様な事業を展開しています。

## 多様な顧客アプローチ & デジタル接点

### KIPSカード／KIPSアプリ




KIPSクレジットカード　KIPSポイントカード

**総会員数：168万人**

近鉄グループ共通ポイントが貯まる・使える、日々のくらしに密着したお得なカードです。

### 近鉄百貨店アプリ

2026年6月にDL数100万人を突破!11月にはさらに便利で使いやすいアプリへリニューアルします。

### 近鉄友の会



積立ボーナス等の優待制度のほか、KIPSアプリ利用によりカードレス決済が可能。

### 外商




専属の担当者が特別のおもてなしをご提供。限定イベントやプレミアムな商品などの情報をご案内しています。

# 価値創造プロセス

インプット　ビジネスモデル

## 外部環境

人口減少・高齢化

インフレ
金利アップ
為替変動

デジタル化を含めた技術の進化

消費二極化
富裕層世帯増
節約志向継続

SDGsを意識した経営

人的資本を重視した経営

資本コストや株価を意識した経営

## 経営資源

**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
188万人
※2026年8月末現在

**人的資本**
グループ従業員
1,954名
※2026年2月末現在

**製造資本**
直営店・運営施設・医療モール
13店舗

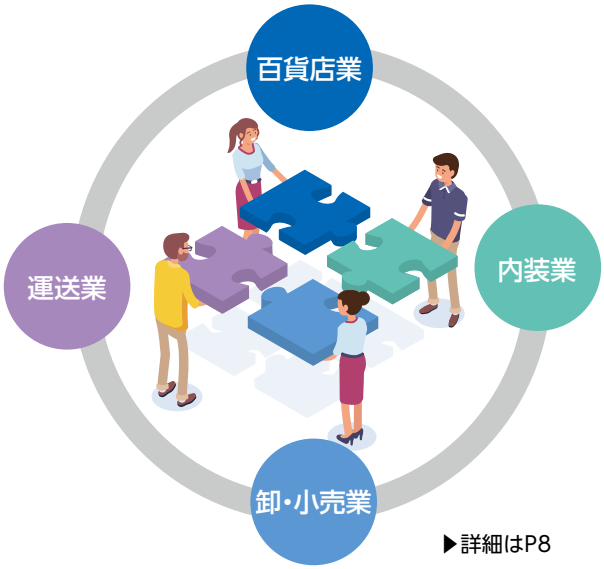
**財務資本**
資本金
150億円

## 中期経営計画(2025～2028年度)

新たな価値創造事業会社
＝百“価”店へと生まれ変わる

1. 「百“価”店事業」への進化(事業の進化・深耕)
2. 新たなポートフォリオへの種まき(事業の拡大)
3. 将来への基盤整備(社会構造変化への対応)
4. 「資本コストや株価を意識した経営」の実現

### グループ会社との連携




▶詳細はP8

再投入

# 価値創造の歴史

**1920年**
京都物産館開業

**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)



**1960年**
「近鉄ストア」の名称で営業開始(現和歌山店)
四日市近鉄百貨店開業
(現四日市店)


近鉄ストア

**1972年**
奈良店開業


東大阪店

**1978年**
東大阪店開業

**1986年**
橿原店開業


橿原店

**1997年**
生駒店開業
草津近鉄百貨店開業(現草津店)


生駒店

2036年
長期ビジョン

# 「くらしを豊かにするプラットフォーマー」となる

## アウトカム

**お客さま**
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

**お取引先さま**
相互信頼と共存共栄

**株主さま**
企業価値の持続的向上

### 社会的価値

**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

**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

**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

▶詳細はP16

### 経済的価値

**「豊かなくらしと価値ある生活文化」を
創造・提供し、商圏顧客のLTV最大化を目指す**

2028年度
連結営業利益 65億円
ROE 9.0%以上

**2000年**
Hoop開業



Hoop

**2008年**
and開業



and

**2010年**
上本町YUFURA開業



上本町YUFURA

**2014年**
あべのハルカス近鉄本店
グランドオープン



**2025年7月**
あべのウェルビーイングテラス開業



あべのウェルビーイングテラス

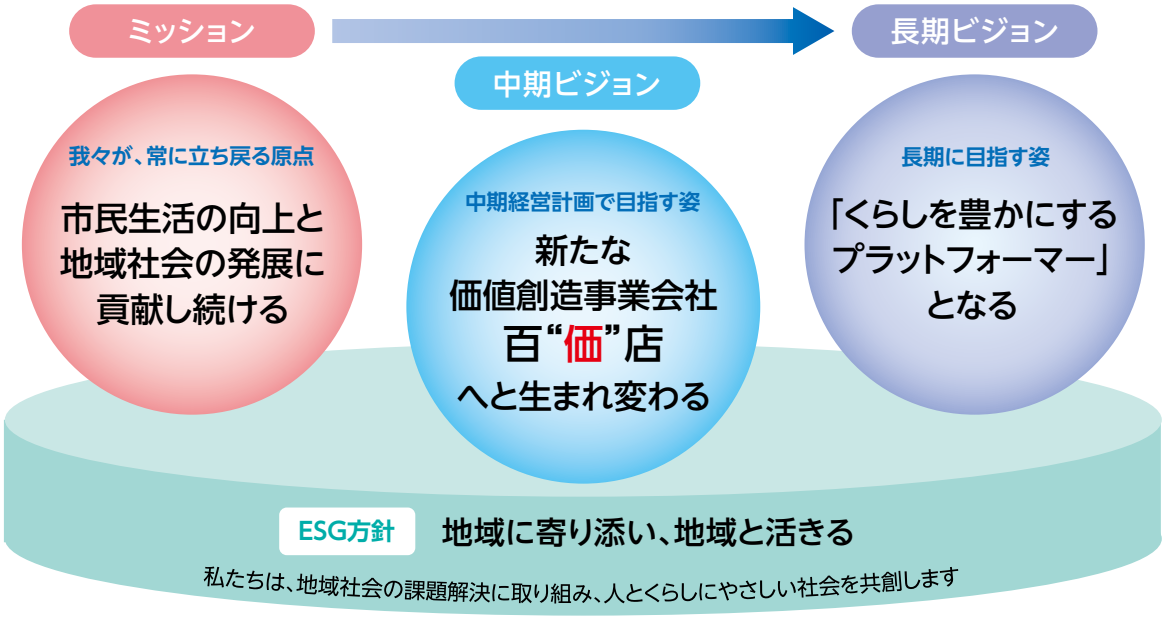
# 長期ビジョン ～2036年創業100周年に向けて～

**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

2036年に大軌百貨店開業から数えて創業100周年を迎える当社は、これまでも様々なチャレンジをし続け、常に進化してまいりました。近鉄グループを代表する小売業として今後もこの進化への歩みを止めず、「豊かなくらしと価値ある生活文化」を創造・提供し、商圏顧客のLTV（顧客生涯価値）最大化を目指します。

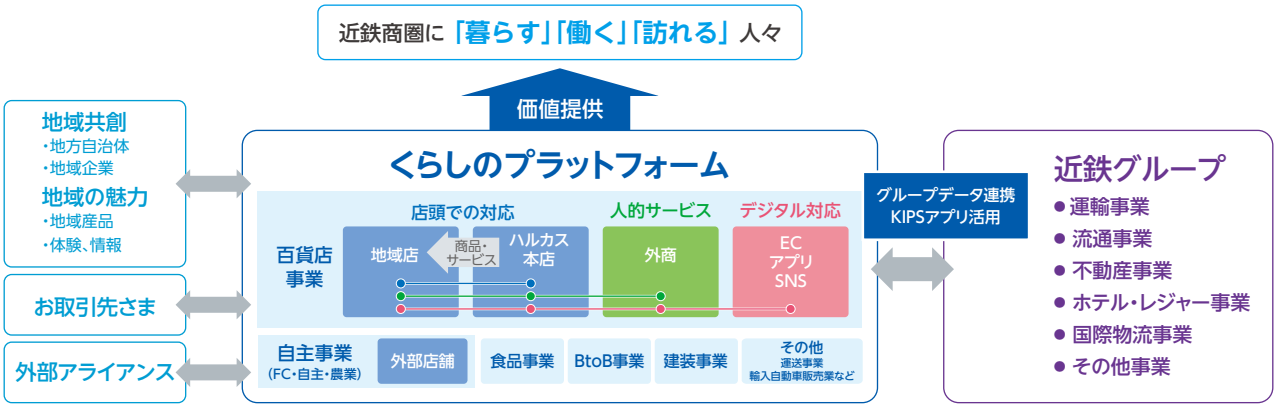
**経営理念**　わが社は百貨店業としての使命を遂行し、市民生活の向上と地域社会の発展に貢献し、もって社業の繁栄と成長を期する




**Q. くらしを豊かにする“プラットフォーマー”とは?**

**A. お客さまに“つながる場”を提供すること**

近鉄商圏に「暮らす」「働く」「訪れる」人々に向けて、多種多様な「価値」を提供する“場”を意味します。これまでの百貨店事業で培った「店頭での接客力」「外商というお客さまに寄り添う人的サービス」「デジタル対応」といった様々な顧客接点を活かし、百貨店内の事業のみならず近鉄グループ力も活かした様々なモノ・コト・サービスを提供する企業を目指します。



# 中期経営計画(2025-2028年度)

中期ビジョン

## 新たな価値創造事業会社=百“価”店へと生まれ変わる

本中期経営計画(2025-2028年度)は、事業環境の変化に対応し、事業・体制を進化・深耕させる期間と位置づけています。あべのハルカス近鉄本店・外商を核に、既存事業をより強固にしながら、事業ポートフォリオの拡大に向け、新たな核となる事業の種まき・育成を行うとともに、社会構造変化に対応した将来への基盤整備により、持続的な成長を図り「くらしを豊かにするプラットフォーマー」を目指します。 ▶詳細はP13・14

| 数値目標 | 計画最終年度(2028年度) | | |
|---|---|---|---|
| 連結営業利益 | 65億円 | ROE | 9.0%以上 |

| 投資計画 | 2025-2028年度計 | | |
|---|---|---|---|
| 350億円 | (別途)戦略的出資枠 | 約100億円 | |

### 基本方針1 「百“価”店事業」への進化

**(1)旗艦店あべのハルカス近鉄本店「リモデル」**

全館の約3割をリモデルし、「価値創造百貨店」へ進化します。デパ地下をはじめ中・上層階のリニューアルによって、顧客層の拡大を目指し、都市型百貨店としての魅力を高め、次世代顧客の獲得を図ります。また、コミュニティ型スペースや体験提供を強化し、訪れる楽しさを創出します。

**(2)あべの・天王寺エリアの魅力最大化**

あべのハルカス近鉄本店を中心に、4年間で100億円の投資を計画しています。このエリアは交通利便性に優れ、緑や文化が豊かな文教地区です。医療モールの新設や商業施設のリニューアルを通じて、訪れる人々も住む人々も、一日中楽しく過ごすことのできる個性を確立し、「ハルカスタウン」の魅力を一層高めていきます。

**(3)全社顧客戦略**

全社顧客の再定義により新たな顧客政策を推進、近鉄商圏の顧客生涯価値(LTV)の最大化につなげます。カード別から顧客層別の政策へ転換、近鉄グループ顧客ID統合を活用します。また、富裕層への対応を強化し、外商売上高を約20%増加させます。

**(4)地域店の進化**

地域店は、地域の価値向上に貢献し、駅前立地のインフラ機能として、それぞれの地域のマーケットに必要なモノ・コト・サービスを提供し、「なくてはならない」存在であり続けます。

**(5)自主事業の進化**

業種・店舗数を拡大してきたフランチャイズ形態については、「量」から事業の生産性向上を目指す「質」への転換を図ります。フランチャイズ事業で培ったノウハウを百貨店事業の深耕や新たな事業ポートフォリオの構築など他の事業に活かし、さらなる成長を図ります。

### 基本方針2 新たな事業ポートフォリオへの種まき

グループの強みを活かし、食品製造・小売事業や建装事業の強化を進めます。また、法人外商の商事事業への取り組みや、フランチャイズ事業を基にした外部施設進出を図り、将来の成長の柱を育成します。地域との共創を通じて、協業推進やシナジー創出にも取り組みます。

### 基本方針3 将来への基盤整備

**(1)人的資本経営**

事業成長の基盤として人への投資を重視し、2027年度に人事制度を改革します。従業員が働きたいと思える環境を整え、チャレンジ精神を育む新規事業提案制度を導入するなど、個々の価値を最大限に引き出します。

▶ 人的資本の取り組みについてはP21・22にも記載しています

**(2)DX(デジタルトランスフォーメーション)戦略**

全社一体でDXを推進し、顧客とのつながり強化やリアル店舗のDX、ワークスタイル変革に注力します。4年間で約20億円の投資を計画し、システムの全体最適化も進めます。

▶ DX戦略の取り組みについてはP15にも記載しています

### 基本方針4 「資本コストや株価を意識した経営」の実現

全体戦略においての投資と還元のバランスを重視し、さらなる企業成長を図ります。あべの・天王寺エリアへの集中投資や自主事業の強化を通じて、連結ROE9.0%以上を目指し、収益性向上を図ります。また、株主還元方針を見直し、財務健全性を維持しつつ、業績に応じた株主還元を強化し、株主との関係性を深める取り組みを進めます。

# 中期計画(2025-2028年度)の取り組み進捗

## 店舗・街づくり

### 旗艦店あべのハルカス近鉄本店のリモデル

リモデルの第一フェーズとして、お客さまからの支持が高い食品売場において、「何度も行きたくなる」デパ地下の構築を目指した大型改装に着手しました。2025年6月洋菓子売場、2026年4月惣菜売場と段階的なリニューアルを実行し、着実に成果をあげています。次のステップとして、中・上層階、ファッションフロアの本格的な改装に取り組み、新たな価値と体験を提供する場を創出することで、収益力強化とブランド価値向上を実現していきます。



地下2階惣菜売場

新しい価値を提供する売り場 ＋ 体験・サービス

| 次世代ファッションフロア | ビューティーウェルネスゾーン | “好き!”を起点とした推し活フロア |
|---|---|---|
| ジェンダー等にとらわれない<br>次世代顧客がターゲット<br><br>パーソナルコンシェルジュ | いつまでも美しく健康でいたい<br>ワンストップ型ゾーン | 「没入体験」「推し活」<br>「収集・コレクション」の3軸で構成 |
| | 「あそび・まなび・体験」の子どものフロア | 地方創生フロア |
| | 物販に加えて機能性を充実 | 豊かな地域資源とお客さまをつなぐ |

### EXPO 2027 オフィシャルストア あべのハルカス店

あべのハルカス近鉄本店 ウイング館3階に、2027年国際園芸博覧会のオフィシャルストア「EXPO 2027 オフィシャルストアあべのハルカス店」をオープンしました。

また、横浜市で開かれる国際園芸博覧会の会場では、オフィシャルストアとしても出店します。国内だけでなく世界中から訪れる皆さまと一緒にイベントを盛り上げます。

EXPO 2027 OFFICIAL STORE


EXPO 2027 オフィシャルストア あべのハルカス店

### 「ハルカスタウン」の魅力最大化

ハルカスタウンを構成する施設の一つ「Hoop」では、スポーツ・ファッション・アミューズメントの複合施設を目指した全館リニューアルが完了しました。

館内には国内初となる、カプコンの人気キャラクターをテーマにした、デジタルアクティビティが楽しめる体験型アミューズメント施設「CAPCOMIX」がオープン。若年層を中心とする新たな顧客層の獲得により、「ハルカスタウン」の回遊性向上と賑わい創出に寄与しています。



CAPCOMIX外観

# 戦略・イノベーション

## 地方創生プロジェクト始動

あべのハルカス近鉄本店では、日本全国の豊かな地域資源と国内外のお客さまとを結ぶ「地方創生のハブ」となるべく、地方創生プロジェクトを始動しました。その象徴として2026年5月よりスタートした「ハルカス・ニッポン博覧会」は、従来の物産展の枠組みを大きく超えるものです。生産者、地方自治体、そして近鉄グループ各社との強固なパートナーシップのもと、特産品のみならず、その背景にある歴史・文化、作り手の想いを多角的に発信しています。

今後は、本取り組みをECやギフトカタログとも連動させることで、継続的な関係を築くとともに、地方創生をテーマとした「専用フロア」の新設を計画しています。

**2026年開催実績** ※2026年10月末現在

| | | | |
|---|---|---|---|
| 鹿児島編 | 5月 6日(水)～ 5月12日(火) | 徳島編 | 9月23日(水)～ 9月29日(火) |
| 山形編 | 6月 3日(水)～ 6月 9日(火) | 宮城編 | 9月30日(水)～10月 6日(火) |
| 沖縄編 | 6月17日(水)～ 6月23日(火) | 新潟編 | 10月 7日(水)～10月13日(火) |
| 島根編 | 8月22日(土)～ 9月 1日(火) | 高知編 | 10月28日(水)～11月 3日(火) |
| 秋の北海道編 | 9月 9日(水)～ 9月22日(火) | | |



ハルカス・ニッポン博覧会ホームページ

## 近鉄イノベーションラボ発「女性のためのウェルネス事業」

当社では、2025年度より、社員の挑戦風土醸成と新規ビジネス創出を目指す「近鉄イノベーションラボ」を開始しました。初年度の最優秀賞に選出された「女性のためのウェルネス事業」は、2026年6月にあべのハルカス近鉄本店にて体験会を実施。多くのお客さまにご参加いただき、非常に高い関心とご好評をいただきました。

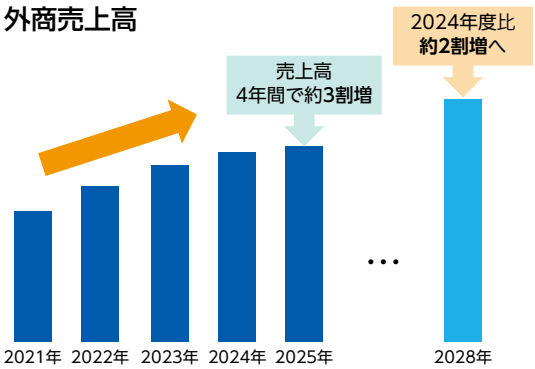


「ウェルネススタンド」健康測定×展示(未来の美容室)の体験型イベント

## 外商の強化

多様化するお客さまのニーズにお応えし、様々な取り組みにより継続的な成長を図っています。

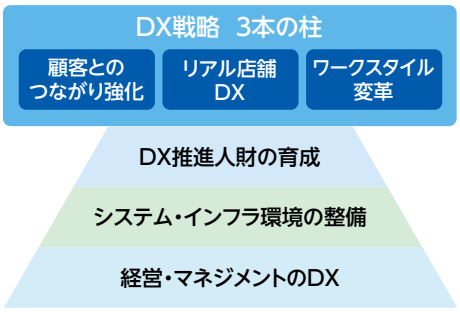
- SNS広告によるWEB申込の推進
- チーム制導入やキャリア人財活用等、多様な販売体制を構築
- アプリなどデジタルを活用したお客さまとのコミュニケーションを強化
- 特選ブランド路面店や高級家具ショールームのご案内を強化



※収益認識会計基準適用前

# DX戦略

当社のDX戦略は「顧客とのつながり強化」「リアル店舗DX」「ワークスタイル変革」の3本柱で構成されています。この3本柱を軸に、データとデジタル技術を最大限に活用し、すべての事業と実務領域において、DXへの取り組みを加速させます。あわせて、個別最適のデジタル導入にとどまらず、全社視点での企業・業務プロセス変革を強力に推進します。その牽引役となる人財を育成するとともに、各事業部門が自らの役割として変革に主体的に取り組む体制を整えています。

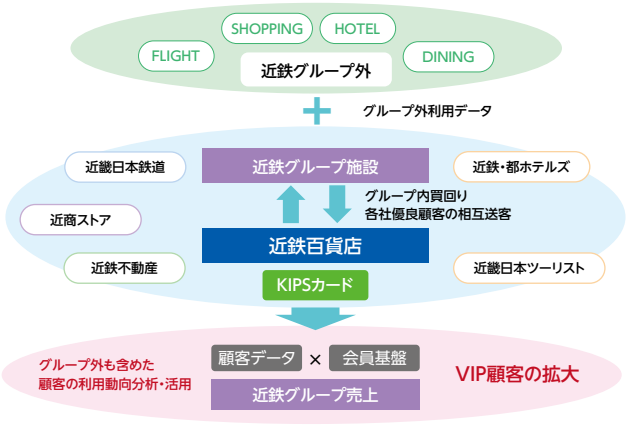



## 顧客とのつながり強化

### 顧客総合政策データ活用の成功事例

グループCDP(Customer Data Platform)データ基盤の活用

当社は顧客総合政策を推進し、当社既存顧客だけではなく近鉄グループ内の顧客(潜在顧客)に対してもつながりの強化に取り組み、グループCDPデータ基盤を活用し、アプローチを行うことで当社をご利用いただけるように各種施策を実施しています。新たな取り組みとしてKIPSアプリやメルマガを顧客接点として活用し、従来ご利用のなかった潜在顧客にも当社をご利用いただけるようになりました。




## リアル店舗DX

百貨店ならではのリアルな体験とデジタル技術の融合による、新たなお買い物体験の提供を目指しています。具体的には、ECサイトの仕組みを店頭販売や催事等の事前予約決済に活用して店頭オペレーションを効率化することで、列に並ばずよりスムーズで快適にお買い物できる店舗体験を実現しました。また、売場予算策定AIの構築や、商品発注業務の可視化・デジタル化に着手し、デジタルを活用した店舗のローコスト運営をさらに進めています。

## ワークスタイル変革

従業員の生産性を高め、創造性を最大限に引き出すための環境整備を進めています。社員へのスマートフォンの貸与に加え、Google Workspaceの導入による「コラボレーション基盤」の整備により、働く場所や時間にとらわれないスピーディーな情報伝達や意思決定が可能になりました。こうした全社的なデジタル環境の浸透を土台として、2026年度は生成AIの活用をさらに定着させます。AIのサポートで日々の業務品質を向上させ、人時生産性を最大化することで、従業員がより価値ある仕事に集中でき、働きがいが高まる企業風土への変革を進めます。

## システム方針とDX人財

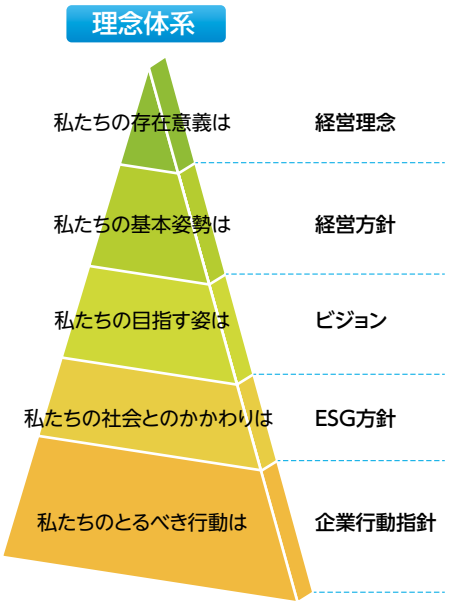
インフラ面を支える「システム方針」としては、クラウドへの移行を促進し、全体最適化・セキュリティ環境の継続的な強化を図ります。変革を牽引する体制構築と人財育成については、経営層向け勉強会や「DX推進責任者」の任命に加え、各部門で主体的にDXを進める「DX推進リーダー」の継続的な育成(2030年までに目標150名)を行っています。あわせて、生成AI講習会を実施するなど、全社一体でのデジタルリテラシーの向上とマインド変革を進めています。

# 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、地域と活きる

ー私たちは、地域社会の課題解決に取り組み、人とく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 | |
|---|---|---|
| ① 地域共創の実現<br>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 | 地域の魅力発信 |
| | | 地域、行政と連携した街づくり |
| | Ⅱ. 地域の防災インフラとしての取り組み | 災害支援体制の継続 |
| ② 地球環境への貢献<br>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. $CO_2$排出量削減 | Scope1+2排出量削減<br>2030年までに対2015年比▲50% |
| | | Scope1+2排出量削減<br>2050年までに実質ゼロ化 |
| | Ⅱ. サプライチェーン全体のマネジメント | 特定プラスチック使用製品の提供量<br>2030年までに対2022年比▲25% |
| ③ 個人と企業の相互の絆と成長<br>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 | 育児休職取得率100% |
| | | 健康経営優良法人認定の取得継続 |
| | Ⅱ. ダイバーシティの推進 | 女性管理職比率<br>2030年までに25% |
| | | 再雇用制度の70歳延長段階的導入 |
| | | 障がい者雇用率は法定雇用率以上を維持 |

# 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、地域の皆さまとの交流、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

### 地域の賑わい創出（橿原店）

橿原店は、2026年に開業40周年を迎えました。4月には、全国のお菓子が揃う自主売場「おやつめぐり」を新たにオープン。

また、地域共創の一環として5月には「Kashiharaつながりマーケット」を開催し、県内11市町村から約110社の企業が参加、地元商材の魅力を発信しました。7月には「飛鳥・藤原の宮都」が世界文化遺産に登録されたことを記念し、地元の銘酒での鏡割りや振る舞い酒といった特別イベントの実施や限定記念商品の販売等で地元の皆さまとともにお祝いいたしました。さらに、8月には「奈良県橿原文化会館ギャラリー」を店内に開設。お買い物だけでなく地域の皆さまが集い賑わう場を提供し、地域の活性化に貢献しています。



飛鳥・藤原の宮都記念商品の販売


奈良県橿原文化会館ギャラリー

### 県内初のショップ導入（和歌山店）

和歌山店は「地域のインフラ機能」としての価値向上を目指し、4月に大規模な売場改装を実施しました。駅前の立地を活かし、「オンデーズ」「マリメッコ」「ジェラート ピケ」といった県内初出店となる人気ブランドやカプセルトイ専門店「ガチャガチャの森」を導入することで、20～40代の次世代顧客向けMDを強化し、地域住民にとって「なくてはならない店」であり続けるための店づくりを推進しています。

### 開業90周年（上本町店）

上本町店は、2026年9月に開業90周年を迎えました。上本町の街と百貨店が歩んできた歴史を貴重な写真とともに振り返る「上本町の歩み展」の開催や、上本町界隈の商店をめぐるスタンプラリーイベントの実施、地元の老舗飴菓子メーカーとコラボレーションしたオリジナルパッケージのど飴の制作など、地域とより深くつながり、皆さまのくらしをより豊かにするプラットフォームとしての役割強化に取り組みました。

90th anniversary
上本町店開業90周年記念
大感謝祭



上本町店開業90周年記念 のど飴

### 農業事業

2023年から農業事業に参入し、大阪いちご「はるかすまいる」に加え、大阪産完熟マンゴー「はるかSweet」が今夏本格的に出荷スタートしました。生産事業活動の中で、沿線価値の向上や地域活性化に取り組み、就農人口の減少や土地の再活用といった地域が抱える課題解決に取り組んでいます。





# 地域社会とのつながり「縁活（エンカツ）」の取り組み

「縁活」は、あべのハルカス近鉄本店にある「街ステーション」を舞台に、市民活動団体やボランティア・地域の方々・百貨店、そしてお客さまが一緒になって、日々のくらしや社会をちょっとよくする活動を楽しみながら継続して行っていくプロジェクトです。現在約390の市民団体が登録し、約160名のボランティアとともに活動をしています。各種相談会や体験会、展示・工作など様々なプログラムを日々開催して、「街ステーション」だけでなく、あべの・天王寺地域全体に新しい賑わいを生み出しています。

GOOD DESIGN AWARD 2021年度受賞

あべのハルカス近鉄本店「縁活」プロジェクトが2021年度GOOD DESIGN賞を受賞しました。

（主な活動内容）

### ● パープルデー大阪2026（パープルデー大阪×縁活）

国際的な「てんかん」の啓発キャンペーンであるパープルデーを3月に開催。「てんかんをもつ人を、ひとりぼっちにしない」というメッセージとともに、体験ワークショップや交流カフェなど、多彩な内容を通じて「てんかん」に対する理解を深める機会を提供しました。






### ● お客さま参加型防災訓練および地域防災イベント「あべてんBOSAIスイッチ」

9月1日の「防災の日」にあわせ、百貨店としての地域防災への貢献を目指し、地域住民や地域の小学生にご参加いただく「お客さま参加型防災訓練」を2025年に初開催しました。

本訓練では、例年の従業員による訓練に加え、阿倍野消防署をはじめとする地域の協力団体と連携し、百貨店ならではの「お客さまを巻き込んだ避難訓練」や「災害疑似体験・実動訓練」を実施。これにより、災害時の連携強化と地域の皆さまの防災意識向上を図りました。

また、あべの・天王寺の団体・企業・地域と協働する地域防災イベント「あべてんBOSAIスイッチ」も開催し、地域全体で防災について考えるきっかけを創出しました。



### ● 「Osaka Art & Design 2026」に参加

大阪の街を巡りながらアートやデザインに出会う周遊型エリアイベント「Osaka Art & Design 2026」に参加しました。障がいのある方々と地域や学生がともに創り上げる「ハルカスコロコロ大作戦！」を通じ、人と人とのつながりを象徴する共創アートの世界をお届けしました。





### ● 縁活ワンワンプロジェクト

盲導犬などの補助犬の育成と引退後の支援を行うプロジェクトです。営業中の百貨店で盲導犬候補生の歩行訓練、お買い物訓練に加え、交流会もあわせて実施しました。人に寄り添う補助犬の育成や引退犬支援について、社会で考えていくきっかけ作りに取り組みました。





### ● 縁活サンタ「森のクリスマス」

淀川キリスト教病院・こどもホスピスへクリスマス装飾を行っています。地域の子どもたちが、「ホスピスの子どもたちやそのご家族が心温まるクリスマスをすごせますように」と優しい思いを込めて描いた絵をもとに、縁活活動団体、ボランティア、近鉄百貨店労働組合、お客さまがオーナメントを製作し、お届けしました。2026年1月には活動が10年を迎えた節目として、「森のクリスマス10年展」を開催。展示やトークセッションを行い、想いが出会う場を創出しました。



# 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おります。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、お客さま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。

## 省資源・リサイクルなどの取り組み

### 容器・包装資材削減

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、「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律」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、お取引先さまへのご協力の呼びかけを行っています。

特定プラスチック製品　使用量削減目標

| 2025年度使用量実績(※原単位) | 対2022年度 | 削減目標 |
|---|---|---|
| 0.225 | ▲15.7% | 2030年までに対2022年度▲25% |

※単位設定:特定プラスチック製品使用量合計(kg)/対象売場の売上高(百万円)
特定プラスチックとは商品の販売またはサービスの提供に付随して無償で提供するプラスチック使用製品(容器包装を除く)

### 食品廃棄物のリサイクル

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。

**もったいないを美味しく解決!**

本来は廃棄になる自社栽培の規格外いちごを活用し、“いちごの多幸感を毎日のくらしに”をコンセプトとしたお菓子やジャム等の加工品シリーズを近鉄百貨店各店で販売開始しました。

- 大阪いちごラングドシャ
- 大阪いちごジャム　など



## 店舗横断で「サステナブルな取り組み」を推進

近鉄百貨店は、2026年度より、サステナブルな活動のテーマ統一として「E～COTO CHOICE(え～ことチョイス)」を本格始動いたしました。当社は中期経営計画(2025～2028年度)において、「地域に寄り添い、地域と活きる」をESG方針の柱としています。「E～COTO CHOICE」は、地球、地域、そしてそこに暮らす人々にとって「え～こと(良いこと)」を、お客さまが毎日のくらしの中で楽しみながら選択(CHOICE)していただくための活動のシンボルです。

人と地域と地球の未来にえ～ことを
E~COTO CHOICE
え～ことチョイス

### 「E～COTO CHOICE」が大切にする、3つの“え～こと”

1. 地球にえ～こと　衣料品回収「次へ活かす服」、長く使う文化を応援
2. 地域にえ～こと　地域の魅力発見、農業事業、「縁活(エンカツ)」の取り組み
3. みんなにえ～こと　誰もが輝ける健やかな社会づくり、大学との共創による学びと地域活性化の推進

E～COTO CHOICE 公式サイト　URL: https://www.d-kintetsu.co.jp/pages/hapieco/

# 気候変動への取り組み　TCFD提言に沿った情報開示

## (1)ガバナンス

当社は、気候変動対応を含むESG全般の推進のため「ESG推進委員会」を設置しています。当委員会は取締役会が監督し、社長執行役員が委員長を務め、環境問題に関する責任を担っています。当委員会は副社長執行役員や専務執行役員、常務執行役員などで構成されています。原則年1回以上開催し、脱炭素化のリスク・機会の分析や具体的施策の検討を行います。重要な業務執行については、適時取締役会等の会議体で審議しています。

中期経営計画の長期ビジョンに、ESG方針と重要課題への継続的な取り組みが反映されました。

## (2)リスク管理

当社は、ESG推進委員会において、気候変動リスクの識別、評価、管理の一連のプロセスを実施しています。具体的な実施プロセスとして、シナリオの予測に基づく将来的なコストの試算や、現在の財務情報などの定量値を含めた重みづけを実施し、優先的に対応を必要とするリスクを特定しています。

現在当委員会で協議された気候変動リスクについては、リスク管理委員会へ共有を行うための協力体制を整えており、全社のリスク管理プロセスと統合しています。

## (3)指標と目標

当社は「ESG方針」と重要課題を策定しており、気候変動対応を管理する際の指標として、Scope1+2の$CO_2$排出量を使用しています。2015年度のScope1+2の$CO_2$排出量に対して、2030年度に50%削減し、2050年度には実質ゼロ化することを目指しております。なお、2025年度の排出量は36.4%の削減となりました。

## (4)戦略

当社は、気候変動が将来及ぼす可能性のある影響を把握し、事業戦略に織り込むことを目的として、シナリオ分析を行っています。外部機関の公表する複数のシナリオを用い、「世界の平均気温が産業革命期以前と比較して4℃以上上昇する場合」と、「パリ協定に基づき、気温の上昇を1.5℃に抑える場合」の2つの世界観を想定し考察いたしました。

特に影響のあるリスクは異常気象による被害や、カーボンプライシング制度の導入によるコスト増加と想定しています。その対応としてエネルギー効率の向上など適応と緩和の両面で検討と活動を行っております。

### リスク・機会一覧表

| 気候関連リスク・機会の種類 | | | 時間軸 短期 | 時間軸 中期 | 時間軸 長期 | 近鉄百貨店にとって特に重要な気候関連リスク・機会 | 評価 | 対応策 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| リスク | 移行 | 政策・規制 | | ● | ● | (炭素税の導入)<br>● 化石燃料・電力由来の$CO_2$排出に対する課税で、操業コストが増加<br>● 省エネ設備・再生可能エネルギー導入などの設備投資コストが増加 | 中 | ● エネルギー使用量の削減<br>● 高効率機器への切り替え<br>● Scope3のサプライチェーンマネジメント |
| | | 市場 | | ● | ● | (エネルギーコストの変化)<br>● 再生可能エネルギー拡大による電力会社の負担増に伴い、電力価格が高騰 | 中 | ● エネルギー使用量の削減<br>● 再エネ調達方法の最適化を検討 |
| | 物理 | 急性 | | ● | ● | (異常気象の激甚化)<br>● 大規模な自然災害による店舗閉鎖、商品調達停止等による営業損失の発生<br>● 浸水による電源設備故障など建物復旧に伴う費用が発生 | 大 | ● BCP対策<br>● 分散調達 |
| 機会 | | 評判・市場 | | | ● | (顧客行動変化)<br>● 豊かなくらしと価値ある生活文化を創造・提供し、顧客LTV最大化<br>● 顧客行動変化による市場創出 | 大 | ● お取引先さまとの協働による取り組み<br>● 環境配慮商品の販売やPR |

# 個人と企業の相互の絆と成長

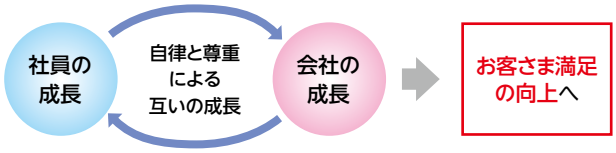



事業の成長・拡大の根源は「人」です。当社が新たな価値創造事業会社「百“価”店」へと生まれ変わり、今後も皆さまにとって無くてはならない存在であり続けられるよう、社員一人ひとりが持つ“個の力”の最大化および、より多様な働き方に対応できる労働環境整備に取り組んでいます。

一人ひとりが持つ“価”を見出し・育て・最大限発揮・次代へつないでいくための人的資本経営を目指しています。

## 人財コンセプト

### 自律した 百“価”店人 の創出




入 社

**価の発見 人財の確保**

| | |
|---|---|
| キャリア人財の採用強化 | 当社の将来を担う若手社員（新卒社員）の確保はもちろんのこと、DX人財や外商人財など、各事業で即戦力として活躍いただけるキャリア採用にも力を入れています。 |

**価の育成 人財育成**

| | |
|---|---|
| 選択式教育メニューの拡充 | 自ら学ぶ意欲を醸成すると同時に社員が望むキャリア形成を支援するため、自ら学びたいものを自由に選択できる教育カリキュラムを拡充しています。 |
| 女性活躍推進 | アンコンシャスバイアス研修や女性管理職交流会など、組織や個人の意識醸成に積極的に取り組んでいます。<br>えるぼし認定マーク |

**価の発揮 処遇・職場環境の整備**

| | |
|---|---|
| 充実の支援制度 | 働きやすい環境整備を目指して、社員が仕事と家庭を両立できるよう、各種支援制度の充実を図っています。<br>● 育児短時間勤務制度・・・子が中学校に入学するまで、1日の勤務時間を5、5.5、6、6.5、7時間の中から選ぶことができます。<br>● 介護短日数・短時間勤務制度・・・2025年4月から、要介護者一人につき通算で最長5年間取得できるようにしました。<br>● フレックスタイム制度・・・2024年3月から一部の部門でフレックスタイム制を導入しています。 |
| 副業の解禁 | 社員の多様な価値観や働き方を尊重し、優秀な人財の確保や社内では得がたい知見を活かしたイノベーション創出につながることを目指し、2024年3月から副業を認めています。 |
| 服装・身だしなみの原則自由化 | 従業員の多様性を尊重し、一人ひとりが輝ける職場づくりにつなげるべく2024年11月から、服装・身だしなみを原則自由化しています。 |
| 健康経営の推進 | ワーク・ライフ・バランスの向上や両立支援施策の充実などの取り組みが評価され、2026年3月に「健康経営優良法人2026（大規模法人部門）」として4年連続認定されています。<br>2026 健康経営優良法人 KENKO Investment for Health 大規模法人部門 |
| 定年の段階的引き上げ | 豊富な知識と経験を持つベテラン人財が、より長く活躍できるよう、また、その知識と経験を後進に引き継ぎ当社の今後のさらなる成長につなげていくため、2026年度から定年を60歳から61歳に引き上げましたが、今後も段階的に65歳まで引き上げていきます。 |

**価の伝承 長く活躍できる仕組み**

退 職

Topics

### 時間単位年休制度の導入

ワーク・ライフ・バランスのさらなる推進を目的として、2026年3月から年次有給休暇の時間単位での取得を可能としました。まずは年間で最大1日分までであるものの、導入からの半年間で延べ403人が同制度を利用しており、特に店頭で販売業務に従事する社員から「急な私用が発生した時も、売場運営への影響を最小限におさえながら、休むことができるようになった」などと好評です。

### 自己申告や社内公募による人財配置

社員が望むキャリア形成を支援するため、また、適所適材による組織のさらなる活性化を図るため、自己申告や社内公募による人財配置を進めています。直近では、2027年国際園芸博覧会会場内オフィシャルストア運営スタッフの公募を行い、熱意と意欲のある社員を順次担当部署に配置していますが、今後もできるかぎり多くのマッチングを実現させていきたいと考えています。

## 人的資本経営に関する主な指標

### 1 採用に関する指標と目標(KPI)※1

| 項　目 | 単位 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 | 2024年度 | 2025年度 | 目標値 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 新卒正社員採用数 | 人 | 19 | 14 | 15 | 18 | 38 | |
| うち女性 | 人 | 15 | 8 | 15 | 14 | 30 | |
| 女性採用比率 | % | 80.8 | 68.2 | 77.4 | 84.4 | 80.3 | |
| 女性管理職比率 | % | 8.7 | 8.6 | 10.0 | 11.1 | 12.6 | 2030年度　25.0% |
| 新卒等離職者数※2 | 人 | 6 | 4 | 2 | 3 | 5 | |
| 平均月間残業時間 | 時間 | 9.6 | 11.8 | 13.4 | 14.2 | 13.7 | |
| 障がい者雇用率 | % | 2.37 | 2.47 | 2.35 | 2.72 | 2.62 | 法定雇用率以上を維持 |
| 正規雇用労働者の中途採用比率 | % | 26.9 | 36.4 | 51.6 | 60.0 | 37.7 | |

※1　正社員のみ(障がい者雇用率は全従業員が対象)　※2　就職後3年以内に離職した人数で、離職理由や離職後の就業の状態にかかわらず離職者として算出

**平均勤続年数および離職率**

- 平均勤続年数　男性…25.1年　女性…20.0年　男女…22.2年(2026年2月28日現在)
- 離　職　率(※)　2.18%(2025年度)

※算出方法 ＝ (A)のうち2025年度中に自己都合退職した者(定年退職や契約期間満了退職を除く) ／ 2025年3月1日に社内に在籍する社員(A)

### 2 社内環境整備に関する指標※3

有給休暇取得率　(単位 %)

| 項　目 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 | 2024年度 | 2025年度 |
|---|---|---|---|---|---|
| 有給休暇取得率 | 48.2 | 65.9 | 78.1 | 66.0 | 64.1 |

育児休職等に関する数値と目標　(単位 %)

| 項　目 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 | 2024年度 | 2025年度 | 目標値 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 育児休職取得率 | [男性] 30.8 [女性] 100 | [男性] 33.3 [女性] 100 | [男性] 85.7 [女性] 100 | [男性] 250.0 [女性] 100 | [男性] 75.0 [女性] 100 | [性別問わず] 100 |

健康経営に関する数値 [肥満率の低減・高ストレス者割合の低減]　(単位 %)

| 項　目 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 | 2024年度 | 2025年度 |
|---|---|---|---|---|---|
| 肥満率 | 24.2 | 24.4 | 24.7 | 25.4 | 26.5 |
| 高ストレス者割合 | 12.7 | 13.6 | 15.5 | 14.8 | 14.6 |

労働災害発生件数　(単位 件)

| 項　目 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 | 2024年度 | 2025年度 |
|---|---|---|---|---|---|
| 労働災害発生件数 | 8 | 8 | 11 | 27 | 20 |

※3　全従業員が対象(社員・常勤嘱託・エキスパート・パートナー・特別嘱託・アシスタントを含む)

# コーポレート・ガバナンス

## 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。

さらに、多様性を確保するため、新たに女性1名を含む2名の独立社外取締役が選任され、女性役員は取締役2名、監査役1名の計3名となっております。

### (1)取締役会

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。

下記に「コーポレート・ガバナンスに関する報告書」を掲載しております。
https://www.d-kintetsu.co.jp/corporate/ir/corporate-governance/cg_report.html

下記にコーポレート・ガバナンス体制図を掲載しております。
https://www.d-kintetsu.co.jp/corporate/ir/corporate-governance/governance-system.html

### 新任独立社外取締役



取締役
**伊東 知康 氏**

株式会社ワコールの代表取締役社長執行役員を務めるなど、経済人として豊富な経営経験と高い見識を有し、また当社グループから独立した立場で当社グループ経営への助言をいただくことを期待しております。



取締役
**平山 みゆき 氏**

フリーアナウンサー、バイリンガルMCとして広く活躍し、国際的な視野と広い知見に優れており、ライフスタイル全般に関する感性が高く、また当社グループから独立した立場で当社グループ経営への助言をいただくことを期待しております。

## 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。2026年3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、結果に基づいて取締役会で分析・評価を行いました。

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、多様な専門性をもつ社外取締役から率直かつ活発な意見が出され、組織の活性化が図られていることが確認でき、当社の取締役会は重要事項の意思決定および業務執行の監督を適切に行うための体制は十分に確保されていると判断しております。

一方で、経営会議や常務役員会議で議論されている中長期的な課題を、審議中の段階であれ、取締役会に情報提供されることにより、議論が活性化するといった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

### コンプライアンス推進委員会の設置

当社ではコンプライアンス経営を推進するため、代表取締役社長執行役員が委員長を務める「コンプライアンス推進委員会」を設置しています。同委員会はコンプライアンス推進を所管する部門と連携し、運用状況を定期的に把握・監督することで、法令・企業倫理の遵守を推進します。

### 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。

### リスク管理の体制

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。

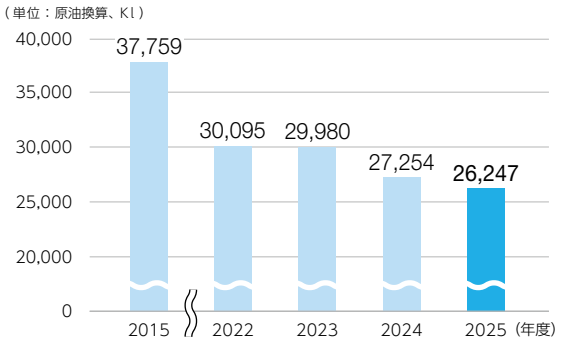
また、全社におけるリスク管理および重大リスク発生時の各部門の対応を効果的・効率的に調整することを目的に、リスク管理委員会を設置し、平常時を含めたリスク管理体制の運営を行っています。

下記にリスク管理体制図や事業等のリスク、安全安心の取り組みを掲載しております。
https://www.d-kintetsu.co.jp/corporate/ir/corporate-governance/riskmanagement.html

# 非財務情報

### エネルギー使用量

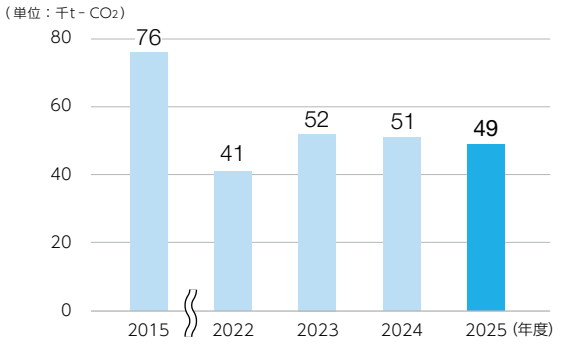
※2025年4月～2026年3月実績



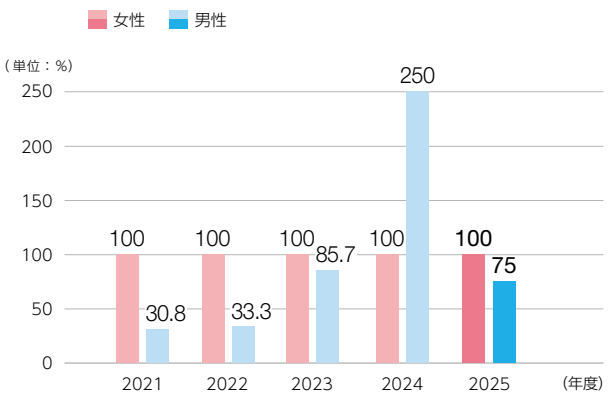

※「電気需要平準化評価原単位」の廃止に伴い、2024年度より新基準の係数で算出。

### $CO_2$排出量

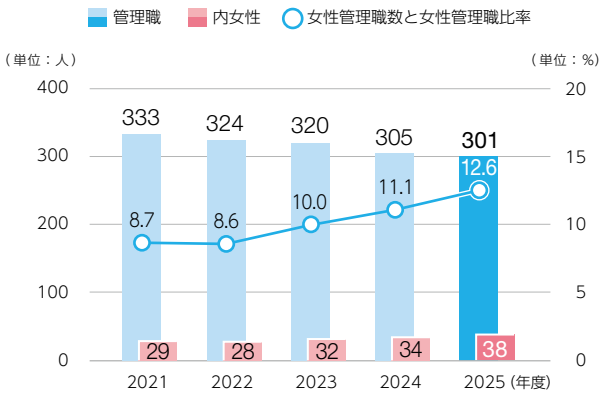
※2025年4月～2026年3月実績




### 育児休職取得率※




### 女性管理職数と女性管理職比率




※ 全従業員が対象（社員・常勤嘱託・エキスパート・パートナー・特別嘱託・アシスタントを含む）

# 財務情報

## 連結財務情報

(単位:百万円、%)

| | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 | 2024年度 | 2025年度 |
|---|---|---|---|---|---|
| **財務数値** | | | | | |
| 売上高 | 98,146 | 107,848 | 113,506 | 115,107 | **125,450** |
| 売上総利益 | 48,289 | 53,440 | 55,634 | 58,166 | **63,768** |
| 販売費および一般管理費 | 49,689 | 51,873 | 51,731 | 52,812 | **57,049** |
| 営業利益 | △ 1,399 | 1,566 | 3,902 | 5,353 | **6,718** |
| 経常利益 | △ 572 | 1,945 | 3,864 | 5,148 | **6,613** |
| 親会社に帰属する当期純利益 | △ 775 | 1,893 | 2,777 | 3,484 | **3,709** |
| 包括利益 | △ 686 | 2,085 | 3,393 | 3,592 | **5,427** |
| 総資産 | 119,384 | 118,343 | 115,364 | 114,388 | **124,729** |
| 株主資本 | 31,765 | 32,848 | 34,963 | 36,114 | **41,645** |
| 純資産 | 33,311 | 34,586 | 37,317 | 38,576 | **45,825** |
| 有利子負債(借入金) | 16,841 | 12,584 | 6,041 | 4,623 | **2,192** |
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 2,505 | 7,564 | 10,170 | 6,730 | **15,234** |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | △ 3,304 | △ 3,022 | △ 2,194 | △ 3,900 | **△ 12,495** |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | △ 715 | △ 5,403 | △ 7,490 | △ 3,970 | **△ 669** |
| 設備投資 | 4,248 | 2,911 | 3,700 | 4,087 | **4,920** |
| 減価償却費 | 6,080 | 5,947 | 5,686 | 5,139 | **5,137** |
| **1株当たり情報** | | | | | |
| 1株当たり当期純利益(円) | △ 19.21 | 47.38 | 69.44 | 87.85 | **93.56** |
| 1株当たり純資産(円) | 825.03 | 862.82 | 934.50 | 990.04 | **1,136.27** |
| 1株当たり配当金(円) | — | 10.00 | 10.00 | 20.00 | **20.00** |
| **財務指標** | | | | | |
| 売上総利益率 | 49.2 | 49.6 | 49.0 | 50.5 | **50.8** |
| 売上高販管費比率 | 50.6 | 48.1 | 45.6 | 45.9 | **45.5** |
| 売上高営業利益率 | △ 1.4 | 1.5 | 3.4 | 4.7 | **5.4** |
| 自己資本利益率(ROE) | △ 2.3 | 5.6 | 7.7 | 9.2 | **8.8** |
| 総資産営業利益率(ROA) | △ 1.2 | 1.3 | 3.3 | 4.7 | **5.6** |
| 自己資本比率 | 27.9 | 29.2 | 32.3 | 33.7 | **36.7** |
| 配当性向 | — | 21.3 | 14.5 | 23.2 | **21.8** |

※ 2024年度において、連結子会社であった株式会社Kサポートが、2024年10月1日付で株式会社ツーリストエキスパーツ(現株式会社近鉄HRパートナーズ)に吸収合併され、合併後の新会社株式の一部を売却したため、子会社・関連会社ではなくなり、連結範囲から除外しました。

# 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　梶間隆弘 |
| 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／125,450百万円<br>個別／104,768百万円 |
| 従業員数 | 連結／1,954名(2026年2月末日)<br>個別／1,503名(2026年2月末日) |
| 店舗(9店舗) | あべのハルカス近鉄本店(大阪市阿倍野区)<br>上本町店(大阪市天王寺区)<br>東大阪店(大阪府東大阪市)<br>奈良店(奈良県奈良市)<br>橿原店(奈良県橿原市)<br>生駒店(奈良県生駒市)<br>和歌山店(和歌山県和歌山市)<br>草津店(滋賀県草津市)<br>四日市店(三重県四日市市) |
| 商業施設 | Hoop(大阪市阿倍野区)<br>and(大阪市阿倍野区)<br>上本町YUFURA(大阪市天王寺区) |
| 医療モール | あべのウェルビーイングテラス(大阪市阿倍野区) |

## 株式の状況(2026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 | 43,723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<br>(りそな銀行再信託分・<br>近畿日本鉄道㈱退職給付信託口) | 1,445 | 3.6 |
| 日本マスタートラスト信託銀行㈱<br>(信託口) | 903 | 2.2 |
| 近鉄共栄持株会 | 708 | 1.8 |
| ㈱近鉄エクスプレス | 515 | 1.3 |
| ㈱奥村組 | 276 | 0.7 |
| ㈱大林組 | 276 | 0.7 |
| ㈱きんでん | 268 | 0.7 |
| KNT-CTホールディングス㈱ | 256 | 0.6 |
| 近鉄保険サービス㈱ | 220 | 0.5 |

(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(61,760株)を控除して算出しております。

## 役員一覧(2026年5月26日現在)

| | | | |
|---|---|---|---|
| 取締役会長 | 秋田　拓士 | 常務執行役員 | 吉川　和男 |
| 代表取締役社長執行役員 | 梶間　隆弘 | 常務執行役員 | 小山　修 |
| 代表取締役副社長執行役員 | 長野　公俊 | 執行役員 | 荻野　眞弓 |
| 代表取締役専務執行役員 | 八木　徹 | 執行役員 | 畑中　弘樹 |
| 取締役常務執行役員 | 和束　紀明 | 執行役員 | 藤田　弘樹 |
| 取締役 | 小林　哲也 | 執行役員 | 卯図　直樹 |
| 取締役 | 廣瀬　恭子 | 執行役員 | 清水　一広 |
| 取締役 | 伊東　知康 | 執行役員 | 花川　京子 |
| 取締役 | 平山　みゆき | 執行役員 | 庄司　直弘 |
| 監査役(常勤) | 白川　正彰 | 執行役員 | 佐伯　匡由 |
| 監査役(常勤) | 首藤　恭子 | 執行役員 | 高橋　邦夫 |
| 監査役 | 井上　圭吾 | 執行役員 | 川瀬　雅一 |
| 監査役 | 笠松　宏行 | 執行役員 | 渡辺　克代 |


Kintetsu
近鉄百貨店