

Kintetsu Department Store Integrated Report

近鉄百貨店 統合報告書

2025



Kintetsu

近鉄百貨店



地域とともに、豊かな暮らしを創造します。

未来を見据え、お客さまに新たな感動を。

あべのハルカスは、
もっと魅力的に進化中！

これからも、お客さまとともに歩み続けます。

伝統を大切に、革新でおもてなしを。

「暮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 “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

まごころ込めて、最高のサービスをお届け。

感謝の気持ちを忘れず、笑顔でお迎えします。

近鉄百貨店は、お客さまの暮らしに寄り添います。



Contents

トップコミットメント	03 トップコミットメント
価値創造	07 価値創造プロセス 価値創造の歴史
事業紹介	09 事業内容 11 事業領域
経営戦略	12 長期ビジョン 13 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
財務・非財務情報／ 会社概要	24 財務情報 25 非財務情報 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2024年度（2024年3月1日～2025年2月28日）を対象としています。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
（※2025年2月末現在の連結子会社）

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。



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2階ウエルカムガレリアにて

「百貨店」から、人々の心を豊かにする「百“価”店」へ

私たち近鉄百貨店は、創業から90年余りの歳月を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ありませんでした。時代のうねり、社会の変容、そして未曾有のパンデミック。

その都度、私たちは問い続けました。「百貨店とは、一体何のためにあるのだろうか」と。

そして、私たちが見出した答えが、お客さま一人ひとりの暮らしに寄り添い、人生に彩りをもたらす「価値」を創造する存在になること。私たちはこの思いを込め、社業を「百“価”店」へと進化させていくことを決意いたしました。

この思いを具現化するため、私たちは「2036年創業100周年に向けて」の長期ビジョンを掲げ、このたび「中期経営計画(2025～2028年度)」を策定いたしました。この計画は、過去4年間で築き上げてきた、安定した利益を創出する強固な経営体質を土台に、さらなる成長を目指すものです。

あべのハルカスから始まる、未来への旅

私たちの旗艦店、あべのハルカス近鉄本店は、開業から10周年を経て、今、新たな出発の時を迎えています。店舗を構えるこのあべの・天王寺という街が、古くから歴史と文化、そして人々の暮らしが息づく場所であるように、私たちはこの店舗を「価値創造百貨店」として再構築いたします。

都市型百貨店として、ラグジュアリーゾーンの拡張や、お客さまの「こだわり」や「価値観」にお応えできる「プレミアムサロン(仮称)」の新設を通じて、これまでにない特別な体験をご提供します。それは、ただ商品を選ぶだけではない、心の琴線に触れるような、パーソナライズされたおもてなしの場となります。

そして、お客さまから絶大なご支持をいただくデパ地下は、私たちの誇りであり、強みです。近隣にお住まいの方々も

もちろん、広域からお越しになるお客さまにも、心が躍るような、毎日が楽しい食体験をお届けします。食品売場の約3割を刷新し、「ハルカスならではの」新たなブランドや、地域と連携した「地域の美味しい」を発信してまいります。

さらに、ライフスタイルや感性の変化に対応し、ファッション、健康、住空間といったくらしのあらゆる場面で、お客さまの心が豊かになる提案を続けてまいります。ファッションコンシェルジュ・サロンを新設し、ブランドの垣根を超えてお客さまに寄り添うコーディネート提案し、お買い物を通じてお客さまとのかけがえのない絆を育んでいきます。

近鉄商圈の顧客LTV(顧客生涯価値)を最大化

私たちはこれまでも「外商」「KIPSカード」「友の会」といった多様なチャネルを通じて、お客さま一人ひとりと深い信頼関係を築いてまいりました。さらに、2024年8月より近鉄グループ顧客IDを活用する「KIPSアプリ」を導入することで、百貨店だけではなく、グループ全体として近鉄商圈のお客さまとの接点を増やすことができるようになりました。今後のさらなる成長のため、新たな顧客戦略を推進し、外商部を中心にアattendサービス、ライフコンシェルジュサービスやデジタル技術の活用などでコンテンツを広げ、お客さまの様々なライフスタイル、ライフステージに寄り添う事業を展開してまいります。

地域との共創、そして未来を育む

私たちの事業は、常に地域との共創の上に成り立っています。

地域に寄り添い、地域と生きる存在として、私たちは地域社会の発展に貢献してまいります。

前中期経営計画期間において、地域店の全店黒字化という大きな成果は、地域に根差した店舗が、人々の暮らしにとって「なくてはならない」存在であり続けるための、揺るぎない礎となりました。今後も、駅前という立地の優位性を最大限に活かし、地域に必要なモノ・コト・サービスを提供し続ける「価値提供型」店舗へと進化させていきます。

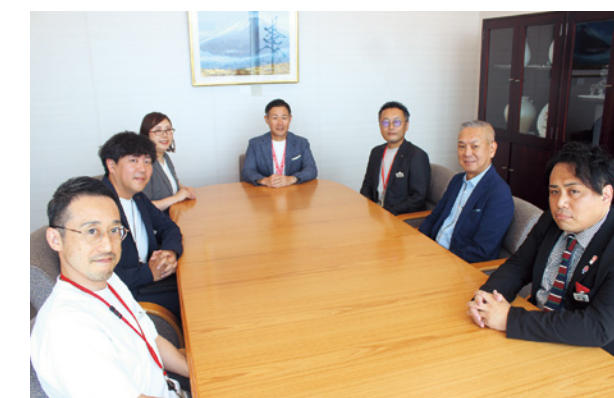
また、私たちは「地域共創」を、単なる活動ではなく、私たちの事業の重要な取り組みとして深化させます。大阪府河

南町の休耕地を活用した自社農場でのいちごやマンゴーの生産は、社員自らが土に触れ、作物を育む喜びを感じる、私たちの新たな挑戦の一つです。今後も将来を見据えた新たな「成長の柱」となる自主事業など、積極的に取り組みます。

人々の営みと、その礎を支える

不確実性が高まる現代において、私たちの成長の源泉は、何よりも「人」にあります。社員一人ひとりが、自らの“価”を見出し、それを最大限に発揮できるような環境を整えること。これが、私たちが目指す「人的資本経営」です。社長就任以来、従業員と向き合うことに注力してまいりました。というのも、百貨店業界はバブル期を境に縮小傾向が続いており、停滞マインドがはびこっているのではないかと、心配していたのです。そこで、従業員アンケートを実施し、大規模、小規模にかかわらず直接話す機会を設けました。結果は、予想に反して、従業員の持っている熱い思いをヒシヒシと感ずることができました。もちろん、職場の状況や制度への不満など耳が痛くなる意見もたくさんありましたが、それは会社をよりよくしたい、もっと頑張りたい、という現れであり、まだまだ当社は成長できるという強い意志を感じました。そこでまた、私自身がずっと目指してきた「現場力の最大化」こそ最も重要なことであり、創業100周年を前にしたこの時期にこそ、取り組むべきことと確信しました。

在宅勤務制度やフレックスタイム制の導入は、社員のワークライフバランスを支えるための小さな一歩に過ぎません。私たちは、さらに一歩踏み込み、従業員一人ひとりが働きがいを感じ、生き生きと活躍できる環境を築き、相互の成長を促してまいります。2027年度には人事制度の抜本的改革を



梶間社長と課長級社員によるカジュアルミーティング

予定しており、人財の確保から、育成、処遇・職場環境の整備、長く活躍できる仕組みまで、キャリアパスを明確にし、公正な処遇と適材適所の人財配置を目指します。

また、今年度より取り組む新規事業提案制度「近鉄イノベーションラボ」は、社員のチャレンジ精神と経営マインドを育む、未来への投資と考えています。全社員を対象に近鉄百貨店が取り組むべき事業提案を募集しました。すでに応募期間は終了しておりますが、参加を義務づけたわけではないにもかかわらず、自主的に発想豊かな多種多様な提案が届きました。第一回目なので、ぜひ、提案の中から事業を実現させ、社員一人ひとりがチャレンジする社内風土を醸成したいと思います。

一方、今後の事業展開を考える中で必須なものが、DX推進だと考えています。デジタル技術は、私たちをより遠くへ、より深く、お客さまとつなぐための大切なツールになります。全社のデジタルリテラシーを向上させ、DX推進人財を育成することで、リアルな店舗体験とデジタルの利便性を融合させ、お客さまの暮らしに新たな価値と体験を創造します。この取り組みは、単なる業務効率化に留まらず、少人数化でも高品質なサービスを維持・向上させるための重要な基盤となります。社員全員にスマートフォンを貸与し、生成AIの活用を拡大するなど、働く環境そのものを変革し、お客さまへのサービスの向上を目指します。



外資部と沖縄訪問

新たな事業の種をまく

私たちは、百貨店事業の進化に加え、将来を見据えた新たな事業ポートフォリオへの種まきを進めています。当社グループの強みや資産を活用して多角化を目指します。食料品の製造・販売から飲食事業など、新規事業を立ち上げ新しい価値を提供していきたいと考えています。また、建装事業では、長年百貨店をはじめ商業施設の空間創造で培ったノウハウを活かし、グループ外のお客さまへも積極的に魅力ある空間の提案を行い、事業領域を拡大します。加えて、法人外商の商事機能も強化し、企画開発から卸・販売まで手掛ける事業体を目指し、新たなビジネスチャンスを創出します。高収益部門へ成長したフランチャイズ事業の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に活かしていきます。

株主の皆さまとの共創

私たちの成長は、株主の皆さまのご支援があつてこそです。これまでの安定的な配当方針に加え、2025年度からは連結配当性向目標(30%目安)を設定し、業績に応じた株主還元を強化してまいります。財務健全性を維持しつつ、市場との積極的な対話を通じて、皆さまとの関係性をさらに深め、ともに未来を創造してまいります。株主優待の利便性向上など、株主の皆さまに寄り添う施策も進めてまいります。

ESG経営の推進

近鉄百貨店のサステナビリティは、企業の経営理念である「市民生活の向上と地域社会の発展への貢献」を根幹としています。この理念のもと、「地域に寄り添い、地域と活きる」というESG方針を掲げ、地域との共存共栄、地球環境への配慮、社員一人ひとりの成長という3つの柱を中心に、様々な取り組みを進めています。それは、これまでご説明してきた「2036年創業100周年にむけて」具現化しようとする中期経営計画とも合致するものです。

地域との絆を深める「地域共創型百貨店」

私たちは、地域とともに成長・発展する「地域共創型百貨店」を目指しています。地域の魅力ある産品を発掘し、販売



することで地域経済の活性化に貢献します。また、あべのハルカス近鉄本店では市民活動団体やボランティアと連携したプロジェクト「縁活(エンカツ)」を毎月約60プログラム展開しています。すでに10年以上継続している活動で、その内容は、盲導犬の育成支援や、森林保全につながる間伐材を使ったワークショップなど多岐にわたります。市民参加型の活動を通じて、地域社会が抱える課題解決に積極的に取り組んでいます。

環境負荷の低減に向けた取り組み

地球全体の気候変動による災害の発生が顕著になっている深刻な状況を鑑み、2050年のカーボンニュートラルを目標に、LED照明や省エネ機器の導入を積極的に進め、エネルギー使用量の削減に努めています。衣料品回収プロジェクトや、容器・包装資材の削減など、資源の有効活用にも力を入れています。

また、あべのハルカス近鉄本店では、ビル全体でレストラン街などから出る生ごみをバイオガスに変換し、熱や電気として活用する設備も導入しており、お客さまやお取引先さま、近鉄グループとの連携など、様々なステークホルダーのご協力を得ながら、継続して取り組んでいます。

個人と企業の相互の絆と成長

当社の成長を支える重要課題の一つである人的資本については、前述のとおりですが、ワーク・ライフ・バランスの実現のため、フレックスタイム制や在宅勤務制度を導入し

たほか、育児・介護と仕事の両立を支援する制度も充実させています。男性の育児休業取得率も高く推移しています。また、2025年3月にはカスタマーハラスメントに対する基本方針を策定するなど、安心して働ける職場環境づくりを推進しています。さらに、健康診断やメンタルヘルス対策など、従業員の健康をサポートする「健康経営」にも力を入れています。

これらの取り組みは、SDGs(持続可能な開発目標)の達成にも貢献するものであり、近鉄百貨店はこれからも、社会課題の解決と企業の持続的な成長の両立を目指していきます。

結びに

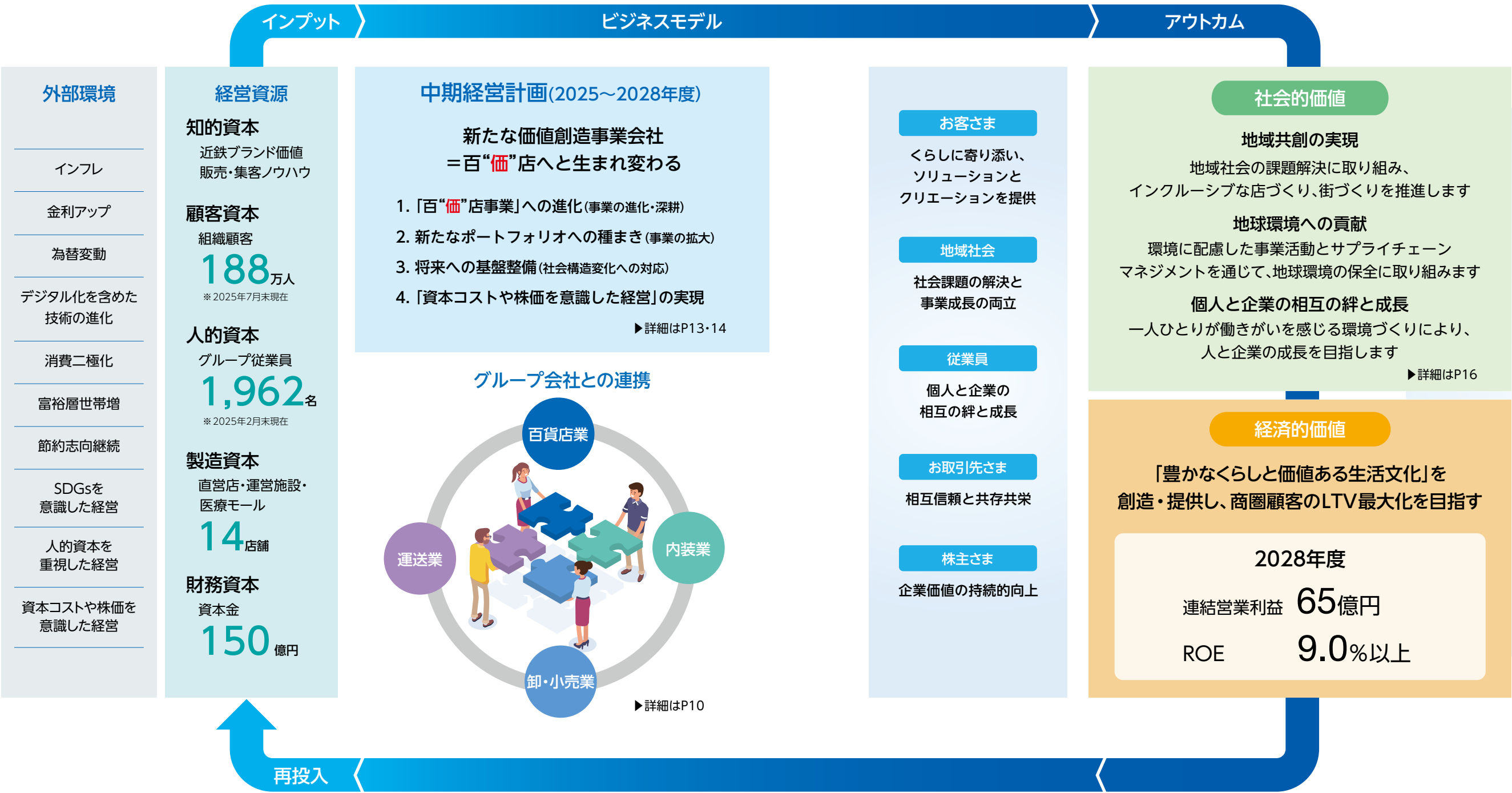
近鉄百貨店は、創業から、常に変化を恐れず、果敢に挑戦し続けてきました。この中期経営計画は、私たち自身の変革への決意であり、未来へ向けた熱い想いの結晶です。私たちは、百貨店という枠を超え、人々の心を豊かにする「百“価”店」として、社会に、そしてお客さまの暮らしに、新たな物語を紡いでいくことをお約束いたします。2025年に開催された大阪・関西万博では、会場内オフィシャルストアの出店や、ハルカス本店での関連イベントを通じて、関西の玄関口としての役割を果たし、日本、そして世界の皆さまに、近鉄百貨店の魅力を発信してまいりました。

これからも、温かいご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

価値創造プロセス

2036年
長期ビジョン

「くらしを豊かにするプラットフォーム」となる

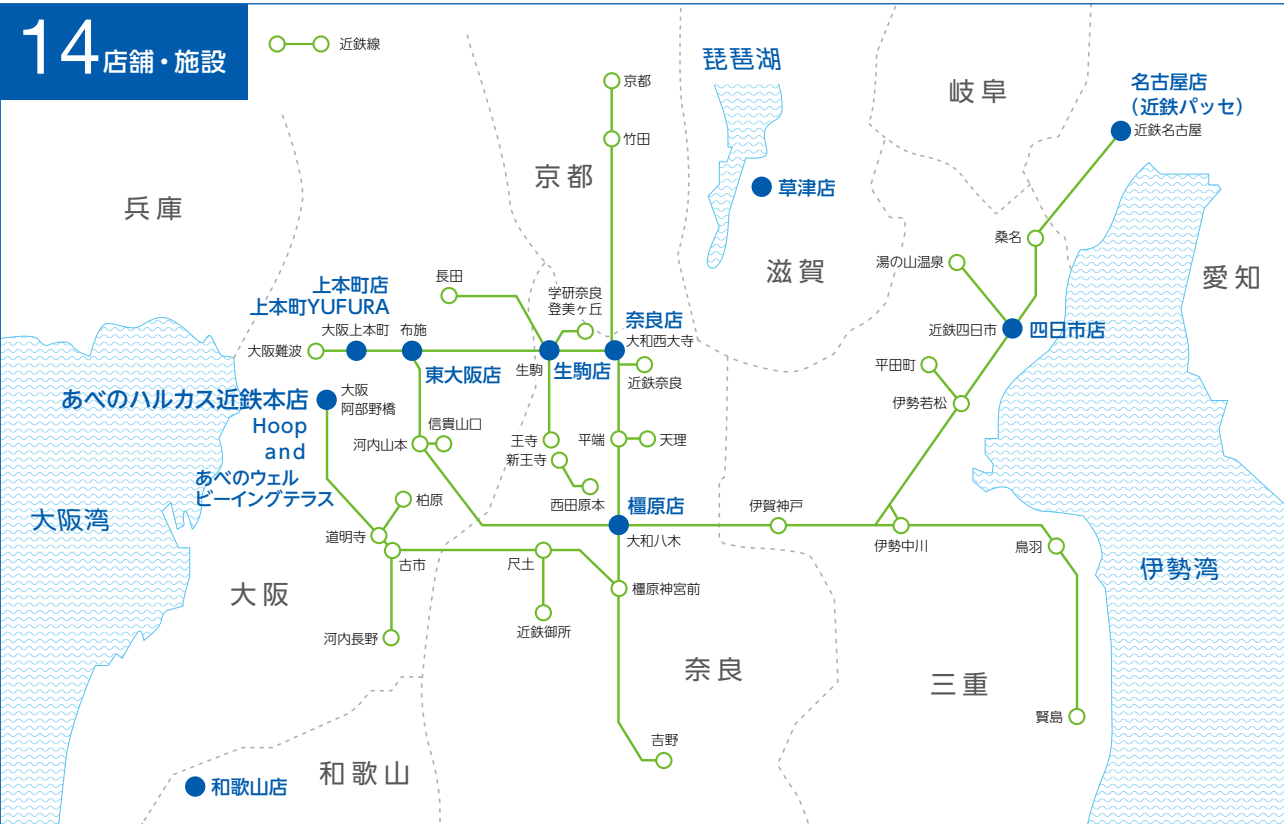


価値創造の歴史



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。



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・活魚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

■ 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

188万人

※KIPSカード、近鉄友の会、外商など
※2025年7月末現在

総会員数164万人の「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。



近鉄百貨店アプリ



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のほか、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。

KIPSアプリ



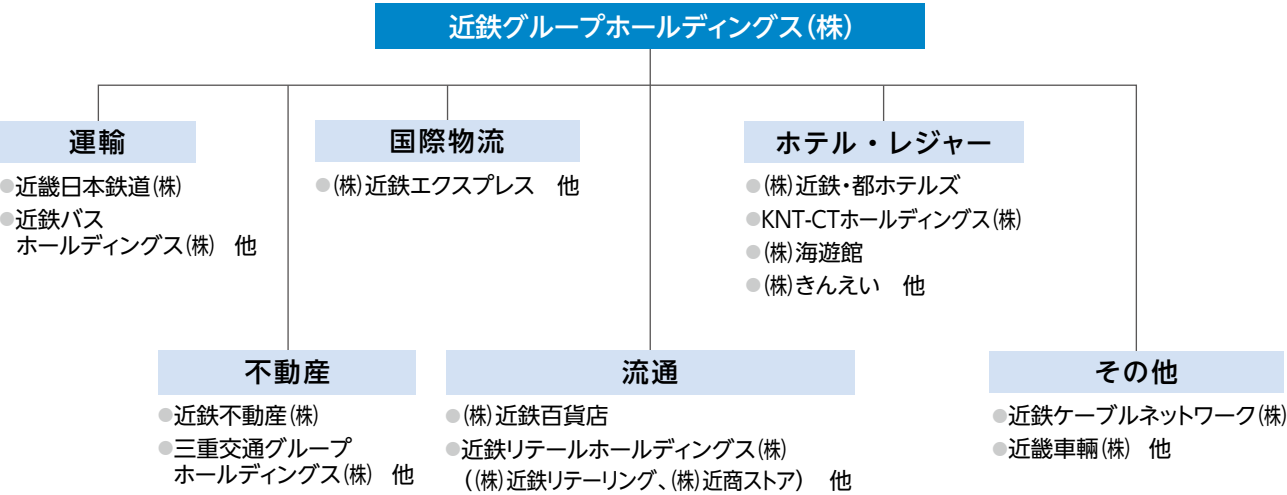
スマートフォンでKIPSポイントの付与・利用等ができる「KIPSアプリ」が2024年8月からスタートしました。

■ 近鉄グループ

251社

※近鉄グループホールディングス(株)を含む
※2025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。

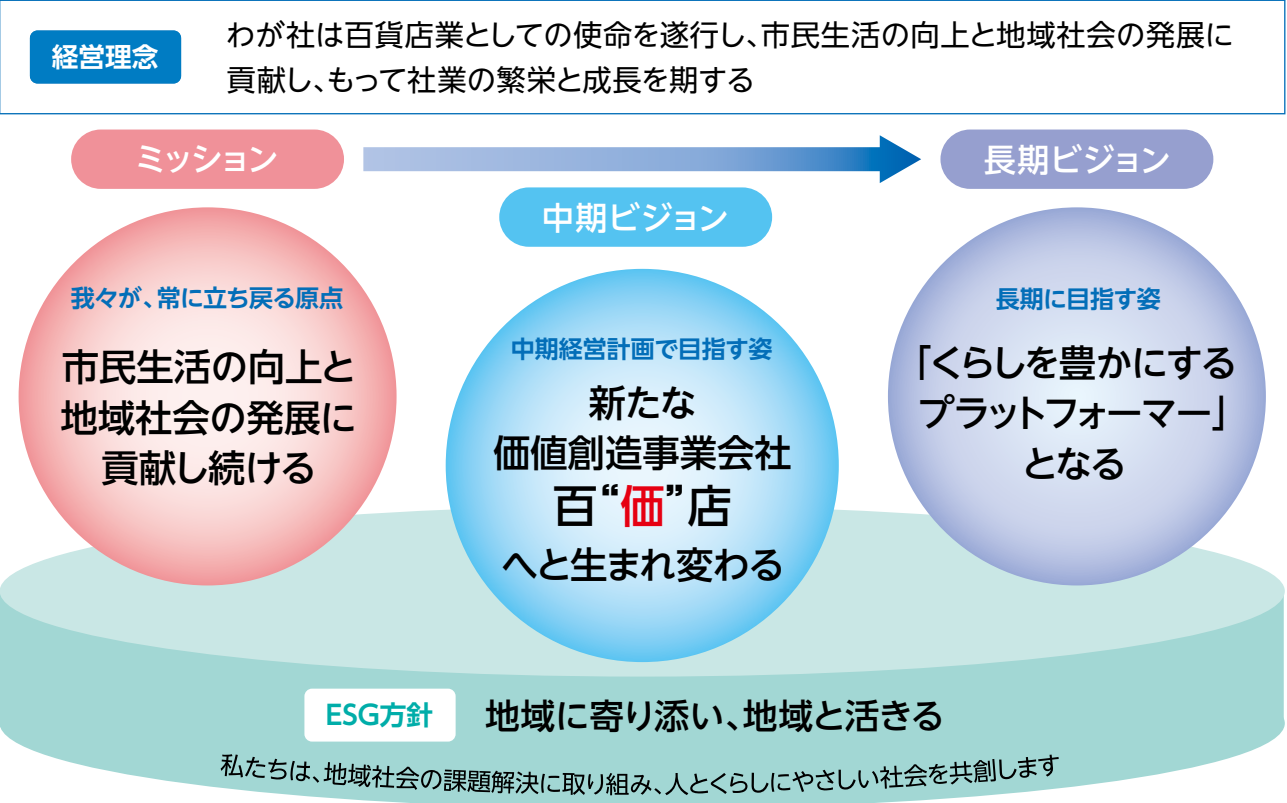


長期ビジョン ～2036年創業100周年に向けて～

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

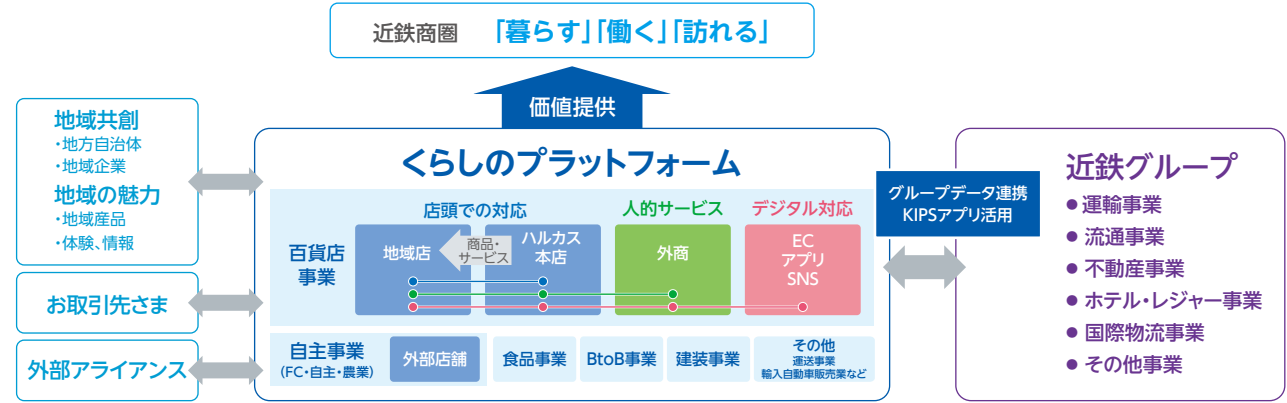
2036年に大軌百貨店開業から数えて創業100周年を迎える当社は、これまでも様々なチャレンジをし続け、常に進化してまいりました。近鉄グループを代表する小売業として今後もこの進化への歩みを止めず、「豊かなくらしと価値ある生活文化」を創造・提供し、商圏顧客のLTV(顧客生涯価値)最大化を目指します。



Q. くらしを豊かにする「プラットフォーマー」とは?

A. お客様に“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

今後の4年間で、あべのハルカス近鉄本店・外商を核に、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ます。
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。

数値目標	計画最終年度(2028年度)	投資計画	4カ年(2025-2028年度)
連結営業利益	65億円	成長投資	200億円
		更新投資	150億円
		収益基盤である「あべの・天王寺エリア」への積極投資に加え、将来の成長への基盤整備に対する投資も実施いたします。	
ROE	9.0%以上	別途	戦略的出資枠 約100億円
		事業成長を押し上げる投資が見込める場合、借入枠も活用します。	

Q: 「百“価”店」とは?

A: モノだけではない、新たな価値提供を目指すこと

「百“価”店」には、モノを表す「貨」ではなく、多様な価値提供を表す「価」を使うことで、従来の百貨店業にとらわれず、お客さまの変化にあわせたサービスや事業へのチャレンジも含め、会社自体が生まれ変わり、新たな価値を提供していきたい思いを込めています。

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」

開業10周年を迎えたあべのハルカス近鉄本店は、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。ラグジュアリーゾーンの強化やデパ地下のリニューアルを通じて、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。医療モールや商業施設のリモデルを通じて、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。あべのハルカス近鉄本店に「プレミアムサロン(仮称)」を新設し、接遇やサービス面を強化して外商売上高を約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

Topics

大阪・関西万博の取り組み

関西拠点の百貨店として大阪・関西万博会場にオフィシャルストアを出店しました。百貨店のノウハウを活かし、大阪・関西の人気企業とのコラボ商品や、地元企業とのオリジナル商品を開発・販売し、世界に向けて大阪・関西、日本の魅力を発信いたしました。また、あべのハルカス近鉄本店の店内でもオフィシャルストアを拡大したり、関連イベントを行いました。



2025大阪・関西万博 会場内オフィシャルストア 西ゲート店 KINTETSU



©Expo 2025

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を進めます。

▶ DX推進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。

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、事業部門とDX推進担当部門が共同する推進体制を整え、DXを牽引する人財の育成にも取り組んでいます。

1 DX戦略 3本の柱

顧客とのつながり強化

当社はデータを活用した新たなお客さまとのつながりの強化に取り組んでいます。今年度からは近鉄グループホールディングスの構築したグループ顧客データ基盤を活用し、今まで取得できなかったKIPSの外部利用データをもとに新たな沿線富裕層を発掘し新規顧客の獲得を目指します。また、人流データなどの外部データを利用して、当社店舗や競合施設の来訪者情報が正確に把握可能となるため、欠落していた品揃えやサービスを充実させるための店づくりやテナント誘致活動に活用していきます。

リアル店舗DX

百貨店ならではのリアルな価値体験とデジタル技術を融合させた、新たなお買い物体験の創造を目指します。将来的にはあべのハルカス近鉄本店の商品を各店舗で購入できる仕組みや、スマートフォンを活用したお客さまの利便性向上やコミュニケーションなど、新しい取り組みも検討しています。また、各店舗業務のDXとして、新たなデジタルツールの導入やAI活用による省力化・少人化に取り組んでいます。まずは事務業務の見直し、アルバイトのシフト・勤怠管理や営業資料作成などの効率化を進め、デジタルを活用した店舗のローコスト運営を目指します。

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に、働き方変革を積極的に進めています。業務全般の仕組みについて変革する視点を持ち、まずは不要な業務・効果の低い業務の廃止に取り組んでいます。また、2025年9月に社員全員へスマートフォンを貸与し、モバイル端末に適したグループウェアを導入したことで、働く場所や環境に捉われないスピーディーな意思決定や情報伝達が可能となりました。さらに生成AIの積極的な活用により、定型業務にかかる時間を削減し、AIとの対話を通じた新たな視点や発想を得ることで、業務品質を向上させています。今後もAIを活用し、事務作業の大幅な削減と生産性の高い業務へのシフトを進めていきます。

2 システム方針

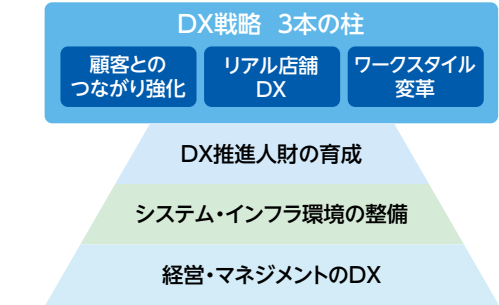
当社のシステム方針はスリム化を重視し、全体最適化を図ります。既存システムのクラウドへの移行を促進し、セキュリティ環境の強化、拡張性を持ったシステムを構築します。また、基幹システムやPOSシステムといった大型システムの更新については、部門最適から全社最適への転換をすすめ、業務効率化を図ります。

3 DX人財の継続した育成と体制の構築

当社では全社一体となってDXを推進するために、全社のデジタルリテラシー向上と、変革を牽引するDX推進人財の育成に力を注いでいます。経営層向け研修の実施や、各部門にDX推進責任者を設置するなど、経営層や管理監督職がDXを牽引する体制を整えるとともに、各業務部門が主体的にDXを進めるために、部門ごとに「DX推進リーダー」を配置し、研修を通じてマインドの醸成やIT デジタル知識を習得しながら、業務変革に取り組んでいます。現在全社で約40名が任命されていますが、今後も段階的に育成し、2030年には150名まで増員していく予定です。



DX推進リーダー研修
ワークショップの様子



Topics

当社は経済産業省が定めるDX(デジタルトランスフォーメーション)認定制度に基づき、「DX認定事業者」の認定を2025年7月1日に取得しました。



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 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 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めます 	I. CO2排出量削減	Scope1+2排出量削減 2030年までに対2015年比▲50% Scope1+2排出量削減 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 対2022年比▲25%を継続
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	育児休職取得率 取得率100%を継続(性別を問わず) 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 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

I 地域との取り組み

あべのウェルビーイングテラスオープン

2025年7月に医療モール「あべのウェルビーイングテラス」をオープンしました。地域住民の「ウェルビーイング」な生活を支援することを目的に、地上4階建ての医療モール内にクリニックのほか、レストランや調剤薬局を備えています。あべのハルカス近鉄本店・Hoop andとともに「ハルカスタウン」の一部として地域住民やエリア外からのお客さまに新たな価値を提供します。



近畿大学×近鉄百貨店

包括連携協定を締結する近畿大学との取り組みの一環として、近畿大学の学生がデザインしたショッピングバッグを「バレンタインショコラコレクション2025」の期間中に近鉄百貨店の9店舗で使用しました。この取り組みは2025年に5年目を迎え、地元の大学とのコラボレーション企画として定着しています。



地域の魅力発信

大和路ショップ(奈良店)、紀州路(和歌山店)、伊勢路テラス(四日市店)、近江路(草津店)や、「プラグスマーケット」(草津店・四日市店・橿原店・上本町店)では、地域産品を紹介するコーナーを常設することにより、地域の魅力をお客さまへ発信し、地域経済の活性化に取り組んでいます。

学校法人立命館×近鉄百貨店

2025年10月、学校法人立命館と近鉄百貨店は連携・協力に関する協定を締結しました。立命館大学びわこくさつキャンパス内には、近鉄百貨店がフランチャイズ形態で運営する「ファミリーマート立命館大学BKC/S店」がオープンし、今後もあべの・天王寺エリアおよび草津エリアに焦点を当て、地域の活性化と、新たな価値創造に向けた取り組みを進めてまいります。



ファミリーマート立命館大学BKC/S店

農業事業

2023年から農業事業に参入し、近鉄いちご「はるかすまいる」に加え、2024年度より近鉄マンゴー「はるかSweet」の生産を開始、今夏より販売しています。生産事業の活動の中で、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

I 「縁活(エンカツ)」の取り組み



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。

「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、そしてお客さまと一緒に、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の市民活動団体が登録し、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・工作など様々な社会貢献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。

(主な活動内容)

● パープルデー大阪2025 (パープルデー大阪×縁活)

てんかんに対する理解を深め、患者やその家族を支援するための国際的な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展示プログラム、交流カフェ、音楽ステージなど、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。



● 次世代へ TSUNAGU 写真展

阪神・淡路大震災から30年をむかえた2025年1月。縁活ボランティア・学生と一緒に「次世代へ TSUNAGU 写真展」を開催しました。神戸の語り部さんよりお話を伺い、「人と防災未来センター」や西宮市から提供いただいた震災当時の写真と同じ場所を巡り、同じ構図で写真を撮りました。歳月の流れとともに、震災の風化は進み、震災を知らない若者が増えていく中で「忘れないこと」「思いをつなぐこと」を大切に、学生たちが感じた思いとともに展示しました。



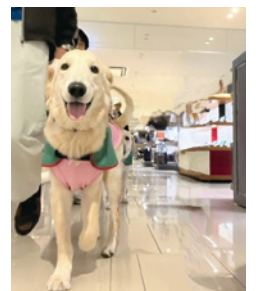
● ひまわり架け橋プロジェクト

ひまわり架け橋プロジェクトとは「福島ひまわり里親プロジェクト」から取り寄せた種をハルカス屋上や地域で愛情いっぱい育て、ひまわりの種を被災地に届け、元気の架け橋をつなぐ被災地応援プログラムです。縁活活動団体や縁活ボランティア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。



● 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。2024年11月11日には、開店前の百貨店で盲導犬候補生の歩行訓練を開催しました。縁活ボランティアとの交流会もあわせて実施し、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しました。



● 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。



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

2024年度使用量 実績（※原単位）	対2022年度	削減目標
0.184	▲31.1%	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!
規格外いちごを使用した「はるかすまいる de Chocolat」
2025年1月、自社農場で育てた「はるかすまいる」の規格外品を使用したチョコ菓子を各店の「バレンタインショコラコレクション2025」会場をはじめ、近鉄グループ流通3社等で販売しました。

店舗横断で「サステナブルな取り組み」を推進

当社は2021年から、不要になった衣料品の回収を各店にて実施するなど、循環型社会の実現に向けた取り組みを実施してきました。今後は地球環境だけでなく、「地域にいいこと」や「みんなにいいこと」にもテーマを広げて、店舗横断プロジェクトとして取り組んでまいります。

Topics

2024年11月、あべのハルカス近鉄本店では「ぶつぶつ交換百貨店」を開催しました。“ぶつぶつ交換”という懐かしくも新たな体験を通じて、参加するお客さまが『自分には必要なくなったけど、捨てるにはもったいない』と感じているものを会場に持ち寄り、ほかの参加者とコミュニケーションを取りながら物と物を交換し、自分にとって価値あるものとの出会いをお楽しみいただきました。



あべのハルカス近鉄本店
2階ウエルカムギャラリー

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から権限移譲され、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CO₂排出量を使用しています。2015年度のScope1+2のCO₂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、2024年度の排出量は33.4%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			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
			短期	中期	長期			
リスク	移行	政策・規制		●	●	(炭素税の導入) ●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 ●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 ●高効率製品への切り替え ●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) ●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 ●高効率製品への切り替え
	物理	急性		●	●	(異常気象の激甚化) ●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 ●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 ●分散調達
機会		評判・市場			●	(顧客行動変化) ●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 ●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 ●環境配慮製品の積極的な投資やPR

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、あわ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めます。



下記 URL に「人財育成方針」と「社内環境整備方針」を掲載しております。
https://www.d-kintetsu.co.jp/corporate/sustainability/initiatives/individuals_companies.html

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	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	目標値
新卒正社員採用数	人	21	19	14	15	18	
うち女性	人	18	15	8	15	14	
女性採用比率	%	85.7	78.9	57.1	100.0	77.8	
女性管理職比率	%	8.4	8.7	8.6	10.0	11.1	2030年度 25.0%
新卒等離職者数※2	人	4	8	5	5	2	
平均月間残業時間	時間	7.6	9.6	11.8	13.4	14.2	
障がい者雇用率	%	2.35	2.37	2.50	2.59	2.72	法定雇用率以上を維持
正規雇用労働者の中途採用比率	%	25.0	26.9	33.3	40.0	60.0	

※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 … 25.4年 女性 … 20.3年 男女 … 22.6年 (2025年2月28日現在)
・離職率(※) 1.89% (2024年度)
※算出方法 = $\frac{(A) \text{のうち} 2024 \text{年度中に自己都合退職した者(定年退職や契約期間満了退職を除く)}}{2024 \text{年} 3 \text{月} 1 \text{日に社内} \text{に} \text{在籍する社員} (A)}$

2 社内環境整備に関する指標 ※3

項 目	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
有給休暇取得率	38.5	48.2	65.9	78.1	66.0

項 目	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	目標値
育児休職取得率	[男性] 14.3 [女性] 100	[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	(性別問わず) 100

※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)

項 目	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
肥満率	25.3	24.2	24.4	24.7	25.4
高ストレス者割合	12.3	12.7	13.6	15.5	14.8

項 目	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
労働災害発生件数	9	8	8	11	27

“個の力”の最大化を目指して

今後、少子高齢化がさらに進むことが予想される中にあるのは、社員一人ひとりが生活背景や年齢に関係なくいきいきとその持てる“個の力”を最大限発揮できる環境を整備することがより重要であるという考えのもと、様々な取り組みを実施しております。

【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の実施など、組織や個人の意識醸成に積極的に取り組んでいます。



えるばし認定マーク

【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。

● 育児短時間勤務制度

子が中学校に入学する前まで利用できます。2023年11月からは、育児保育支援補助金を導入し、保育施設の利用料の一部補助を行っています。

● 介護短日数・短時間勤務制度

要介護者一人につき通算で最長5年間取得できるよう、2025年4月から延長しました。

● 傷病短日数・短時間勤務制度

病気療養から通常勤務に戻る「ならし期間」として、2025年4月から取得可能期間を延長し、同一傷病につき最長1年間取得することが可能です。

● 勤務形態のオプション

短日数勤務では、週3日または週4日を選択できます。また、短時間勤務では、1日の勤務時間を5時間、5.5時間、6時間、6.5時間、または7時間の中から選ぶことができ、個々の状況にあわせた柔軟な働き方が可能です。

● フレックスタイム制導入

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。

【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。

【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。

【障がい者雇用】

当社は長年法定雇用率を達成し続けており、2021年には大阪府から「障がい者雇用優良事業所」として表彰を受けました。

【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年度から段階的に定年を現行の60歳から65歳まで引き上げていきます。

【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策の充実などの取り組みが評価され、2025年3月に「健康経営優良法人2025(大規模法人部門)」として3年連続認定されています。



Topics

Kintetsu こども参観日の開催

2025年8月、社員の子どもを対象にお父さん・お母さんがどのような会社で仕事をしているのかを実際に見て、体験するイベントを開催しました。



名刺交換の様子

「近鉄イノベーションラボ2025」スタート

自らチャレンジする社内風土への改善、人財育成、新規ビジネス創造を目的に、社員から新規事業の提案を募集する取り組みを2025年度から開始しました。



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います。

(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>

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・評価を行っています。2025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、取締役会付議基準に該当しない事項、新規事業の進捗や取り組み状況等について報告することにより、非常勤役員が当社事業の内容について理解を深めることができるよう取り組み、

社外取締役からも多くの意見や質問が出ており、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、資料の情報量が多く、説明が詳細すぎることがあるため、付議の順序や説明の仕方を工夫し、より深い議論ができるようにするべきであ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>

財務情報

連結財務情報

(単位:百万円、%)

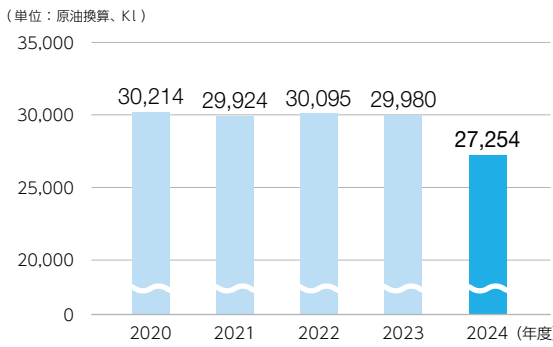
	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
財務数値					
売上高	218,351	98,146	107,848	113,506	115,107
売上総利益	49,454	48,289	53,440	55,634	58,166
販売費および一般管理費	51,475	49,689	51,873	51,731	52,812
営業利益	△ 2,020	△ 1,399	1,566	3,902	5,353
経常利益	△ 1,293	△ 572	1,945	3,864	5,148
親会社に帰属する当期純利益	△ 4,949	△ 775	1,893	2,777	3,484
包括利益	△ 4,392	△ 686	2,085	3,393	3,592
総資産	123,420	119,384	118,343	115,364	114,388
株主資本	32,186	31,765	32,848	34,963	36,114
純資産	33,643	33,311	34,586	37,317	38,576
有利子負債(借入金)	17,216	16,841	12,584	6,041	4,623
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,297	2,505	7,564	10,170	6,730
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 3,608	△ 3,304	△ 3,022	△ 2,194	△ 3,900
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,481	△ 715	△ 5,403	△ 7,490	△ 3,970
設備投資	3,534	4,248	2,911	3,700	4,087
減価償却費	5,957	6,080	5,947	5,686	5,139
1株当たり情報					
1株当たり当期純利益(円)	△ 122.58	△ 19.21	47.38	69.44	87.85
1株当たり純資産(円)	833.24	825.03	862.82	934.50	990.04
1株当たり配当金(円)	—	—	10.00	10.00	20.00
財務指標					
売上総利益率	22.6	49.2	49.6	49.0	50.5
売上高販管費比率	23.6	50.6	48.1	45.6	45.9
売上高営業利益率	△ 0.9	△ 1.4	1.5	3.4	4.7
自己資本利益率(ROE)	△ 13.7	△ 2.3	5.6	7.7	9.2
総資産営業利益率(ROA)	△ 1.6	△ 1.2	1.3	3.3	4.7
自己資本比率	27.3	27.9	29.2	32.3	33.7
配当性向	—	—	21.3	14.5	23.2

※ 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。
※ 対象組織：株式会社近鉄百貨店と連結子会社（2025年2月末現在の連結子会社）
※ 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日付で株式会社ソ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。

非財務情報

エネルギー使用量

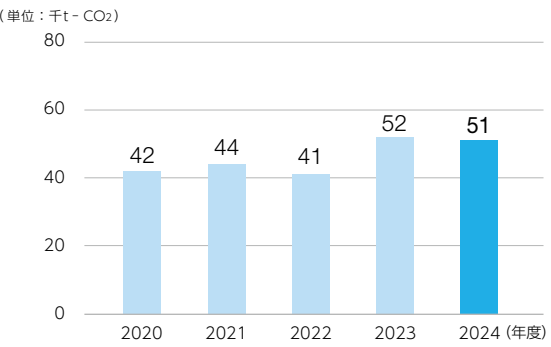
※2024年4月～2025年3月実績



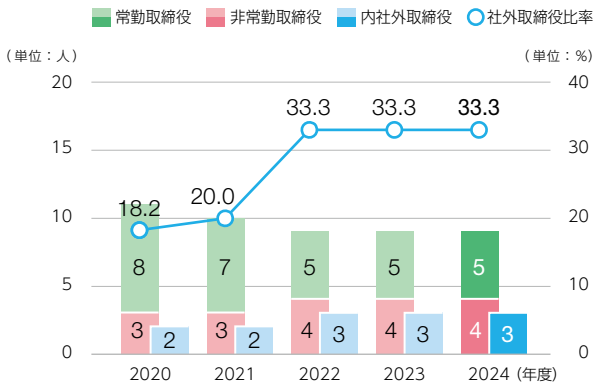
※「電気需要平準化評価原単位」の廃止に伴い、2024年度より新基準の係数で算出。

CO₂排出量

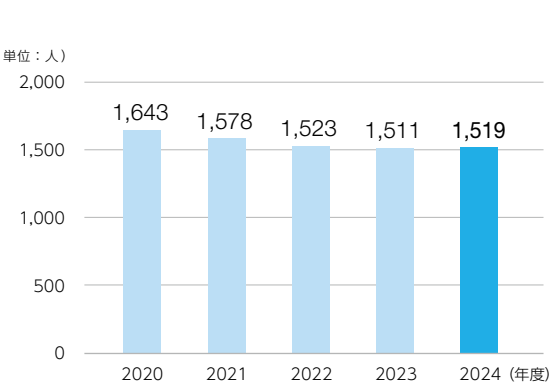
※2024年4月～2025年3月実績



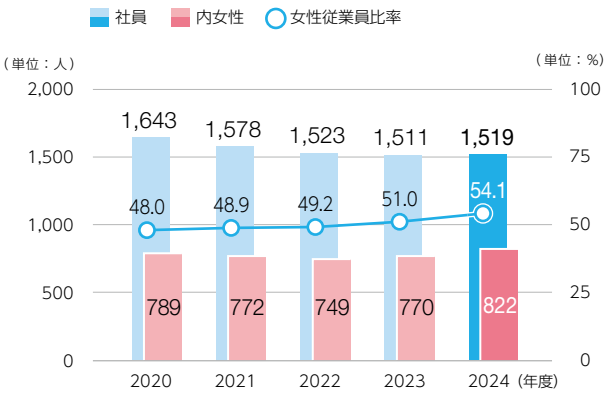
取締役数と社外取締役比率



従業員数



女性従業員数と女性従業員比率



非財務情報は単体の数値です。

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／115,107百万円 個別／94,630百万円
従業員数	連結／1,962名(2025年2月末日) 個別／1,519名(2025年2月末日)
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)
医療モール	上本町YUFURA(大阪市天王寺区) あべのウェルビーイングテラス(大阪市阿倍野区)

役員一覧(2025年5月22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	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	北村 浩	執行役員	藤田 弘樹
取締役	小林 哲也	執行役員	和束 紀明
取締役	向井 利明	執行役員	卯冨 直樹
取締役	吉川 一三	執行役員	清水 一広
取締役	廣瀬 恭子	執行役員	森永 英昌
監査役(常勤)	長田 宏	執行役員	花川 京子
監査役(常勤)	首藤 恭子	執行役員	庄司 直弘
監査役	井上 圭吾	執行役員	佐伯 匡由
監査役	笠松 宏行		

株式の状況(2025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	36,773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	63.0
(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
日本マスタートラスト信託銀行(株) (信託口)	1,006	2.5
野村信託銀行(株) (近鉄百貨店株式需給緩衝信託口)	680	1.7
近鉄共栄持株会	677	1.7
(株)近鉄エクスプレス	515	1.3
(株)奥村組	276	0.7
(株)大林組	276	0.7
(株)きんでん	268	0.7
KNT-CT ホールディングス(株)	256	0.6

(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(61,547株)を控除して算出しております。

