Kintetsu Department Store Integrated Report 2023

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2.0」などを参照しています。

対象期間：主に2022年度（2022年3月1日～2023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

トップコミットメント	03	「百貨店」から「百“価”店」へ
価値創造	05	価値創造の歴史
	07	価値創造モデル
事業紹介	09	事業内容
	11	事業領域
経営戦略	12	長期戦略
	13	中期経営計画
サステナビリティ	18	ESG方針と重要課題の設定
	19	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
	27	コーポレート・ガバナンス
財務・非財務情報／会社概要	31	財務情報
	32	非財務情報
	33	会社概要





2023年9月、2025大阪・関西万博オフィシャルストア第1号店オープン記念イベントにて
（左から2番目　当社代表取締役社長執行役員　秋田 拓士）

「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～

長く続いたコロナ禍での社会経済活動の制限がようやく解消され、店頭ではコロナ前同様の賑わいが見られるようになりました。これまで取り組んできた事業構造改革の成果が、今花開こうとしています。一方で、このパンデミックの経験や社会情勢不安等により人々の意識や価値観が大きく変化し、安心・安全な暮らしや地球環境に対する関心が高まっています。

私たちはお客様の暮らしの変化に寄り添い、お客様が求める暮らしの価値を創造し提供し続けます。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。

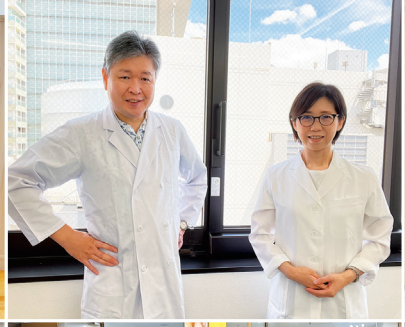
私たちは、2021年４月に発表した中期経営計画(2021-2024)において、10年後のビジョンを「くらしを豊かにするプラットフォーマー」とし、次の3点を重点項目としています。1点目が「あべの・天王寺エリア「ハルカスタウン」の魅力最大化」です。旗艦店であるあべのハルカス近鉄本店については、国内外の超広域から集客できる店づくりと沿線・近隣に住まわれる方々に日々楽しんでいただける「暮らしのランドマーク」を目指し、再構築を進めています。従来の百貨店の発想を超えた開発手法「スクランブルMD」により、客層の幅と商品領域の拡大、滞在型機能の充実を図るとともに、隣接するHoopやandとその機能を補完し合いながら、「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店舗構造改革を全店で推進、それぞれ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」を構築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「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。高収益事業の大きな柱として注力するフランチャイズ事業は、想定を上回るペースで進捗しています。なかでも、初の本格的レストラン事業としてオープンした「ベビーフェイス　スカイテラス」は、連日多くのお客様で賑わい手ごたえを感じています。今後も既存事業の強化と新規業態の開発をさらにすすめ、マルチに展開してまいります。

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

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超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」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。皆様には、今後ともご支援とご理解を賜りますようお願いいたします。

代表取締役社長執行役員

秋田 拓士

価値創造の歴史

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

創業の時代

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

1920年
京都物産館開業

1920年
合名会社京都物産館設立

1926年
京都物産館新館完成（百貨店形態の店舗を開設）

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


❶ 近鉄ストア

1960年
四日市近鉄百貨店開業
（現四日市店）❷


❷ 四日市近鉄百貨店

1966年
㈱東海ストア名古屋店開業
（現名古屋店）❸


❸ ㈱東海ストア名古屋店

1972年
奈良店開業❹


❹ 奈良店

1978年
東大阪店開業❺


❺ 東大阪店

1986年
橿原店開業❻


❻ 橿原店

1997年
生駒店開業❼


❼ 生駒店

1997年
草津近鉄百貨店開業
（現草津店）❽


❽ 草津近鉄百貨店

2000年
Hoop開業❾


❾ Hoop

2008年
and開業❿


❿ and

2010年
上本町YUFURA開業⓫


⓫ 上本町YUFURA

1920 1926 1931 1934 1936 1937 1949 1960 1966 1972 1977 1978 1986 1997 2000 2001 2008 2009 2010

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

1920　1960

「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、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。



FC事業の拡大

FC事業は2015年のファミリーマート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。



外商事業の強化

当社の資産である「顧客」に関する取り組みを、外商機能を核として、あらゆるモノ・コト・サービス・情報を幅広く提供する「顧客サービス事業」へと変革します。



インバウンドの対応強化

フォーリンカスタマーズサロンを設置。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。



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

2014

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

2024
あべのハルカス10周年

2014

価値創造モデル

目指す姿

「くらしを豊かにするプラット

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
2,142名
※2023年2月末現在

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

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

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%

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

ESG方針

地域に寄り添い、地域と活きる

アウトプット

2024年度

「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

ROE 10%以上

連結営業利益 65億円

連結当期純利益 40億円

百“価”店へ

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
  - ●外商事業
  - ●商社事業
  - ●地域共創事業

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

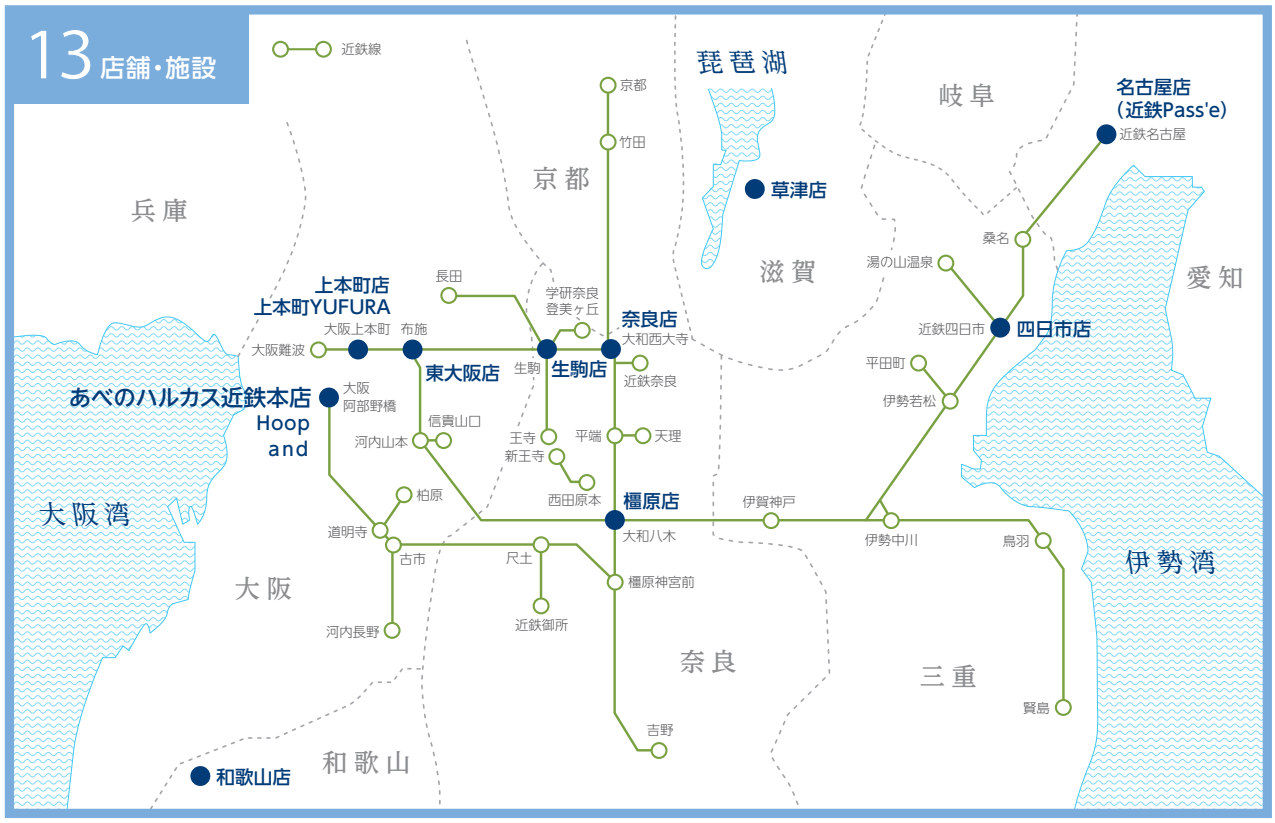
相互信頼と共存共栄

株主様

企業価値の持続的向上

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

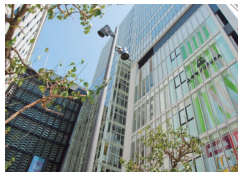


名古屋店(近鉄Pass'e)



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



(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、多くのお客様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。

労働者派遣業



(株)Kサポート

近鉄グループの求人サイト「近鉄おしごとステーション」を運営するほか、「人材派遣」「業務請負」「業務代行」「教育研修」など、百貨店で培われた専門知識を強みに、総合人材サービス会社への変革を目指します。

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

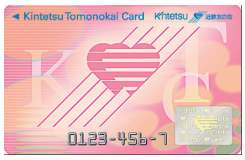
総会員数168万人の「KIPSカード」は、近鉄電車、近鉄グループの商業施設、レストラン、ホテルなどでの利用でポイントがたまる・使えるほか、一部の店舗ではカード提示で割引やサービスも受けられます。



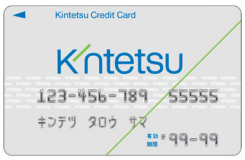
KIPSクレジットカード



KIPSポイントカード



近鉄友の会



外商

近鉄百貨店アプリ

68万人

※2023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の他、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68万人※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

260社

※2023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、流通事業の中核企業会社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
- 近畿日本鉄道(株)
- 近鉄バス ホールディングス(株)

他

国際物流
- (株)近鉄エクスプレス

他

ホテル・レジャー
- (株)近鉄・都ホテルズ
- KNT-CTホールディングス(株)
- (株)海遊館
- (株)きんえい

他

不動産
- 近鉄不動産(株)
- 三重交通グループ ホールディングス(株)

他

流　通
- (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

その他
- 近鉄ケーブル ネットワーク(株)
- 近畿車輌(株)

他

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

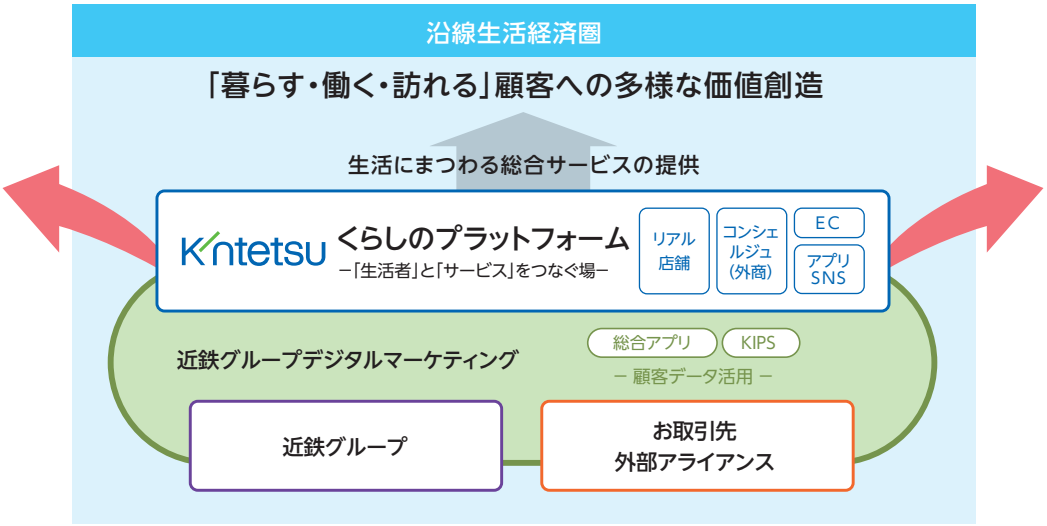
私たちは、持続可能な社会の実現に向けて“くらしのプラットフォーム”を構築し、
生活者のための総合サービスを提供することで、**「豊かなくらしと価値ある生活文化」**を創造します。

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・天王寺エリアの魅力最大化や、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　ー 西日本の国際化の玄関口へ ー

(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います。

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、服飾品と食品や雑貨、イベントまで取り入れたライフスタイルや価値観を基に楽しんでいただけるような売場づくりです。「スクランブルMD」を取り入れた「サロンドゲート」「いろどりマルシェ」「美sion Terrace」をオープンし、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。



営業政策本部
MD企画開発部
部長　渡辺克代



サロンドゲート



美sion Terrace

(2) 「あべの・天王寺エリア」街づくり事業の推進

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

(3) インバウンド需要の再創出

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

取り組み進捗

オフィシャルストア第1号店がオープン

大阪・関西万博をより一層盛り上げるため、「2025大阪・関西万博オフィシャルストア あべのハルカス店」を9月にオープンしました。大阪・関西万博公式キャラクターミャクミャクの商品をはじめとする公式ライセンス商品を販売しています。

また、「ファミリー」をテーマに2025年の大阪・関西万博に関する情報発信を行い、お客様にとって大阪・関西万博が待ち遠しくなるような売場を目指していきます。



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、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。

取り組み進捗

「Plugs Market」(橿原店)

2022年11月、近鉄百貨店橿原店において「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、草津店、四日市店に次ぐ3店舗目になります。地場産品を常設で扱う「伝え場」では「大和の素(す)」「大和のおもてなし」「大和の伝統」のテーマで、ギフトに良し、日常に良し、まほろばライフを楽しめるいいものを県内各地からご提案しています。



「Plugs Market」(橿原店)

郊外店における大型改装の取り組み(奈良店)

2022年11月、奈良店に「ケーズデンキ」をオープン。これはタウンセンター化実現のための大型改装の一環であり、他にも奈良の魅力を発信するコーナーを拡大、衣・食・雑貨をミックスさせた「スクランブルMD」の売場を導入するなど地域の「なくてはならない存在」を目指します。



ケーズデンキ



フルフルール



ハンプティーダンプティー



北海道どさんこプラザ

(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

紀の川フルーツフェア

2022年12月、近鉄百貨店和歌山店と紀の川市は、観光庁の「地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出事業」に採択されました。「フルーツ王国の看板土産商品」の開発と、持続的な百貨店販路の確立に向けて取り組みを行っています。

Kinokawa Fruits Tourism Bureau Kintetsu

今回の事業を表すロゴデザイン。「紀の川フルーツ観光局」と「近鉄百貨店」のロゴがドッキング

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2023年9月の時点で、21業種58店舗まで拡大しました。今後も既存事業の強化と新規事業の開発に取り組み、早期に売上高200億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り組み・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 自主・FC事業部　部長 奥野浩之



取り組み進捗

本格的レストラン事業へ参入
「ベビーフェイス スカイテラス あべのハルカス店」をオープン

2023年4月、あべのハルカスダイニング14階に、本格的レストラン事業としては初めてとなる「スカイテラス」をオープンしました。ブティックホテルを彷彿とさせる開放的な空間、長さ約10メートルのビバレッジバー(ドリンクバー)を備え、スペシャリスト厳選のコーヒーや紅茶、日本茶などのドリンクを多彩なお食事やスイーツとともに、外の景色と一緒に満喫していただけます。オープン以来たくさんのお客様にお越しいただき、ご好評をいただいております。



株式会社不二家との初共同開発ブランド「Pekolicious(ペコリシャス)」オープン

2023年9月、あべのハルカス近鉄本店地下2階にオリジナルスイーツブランドをオープン。ブランドコンセプトから商品、パッケージ、店舗デザインにいたるまで企画・開発を当社女性社員も参加しながら、株式会社不二家とともに取り組むというオリジナルブランドならではの事業となりました。今後もお客様のニーズや嗜好に沿って当社の独自性を高めてまいります。



(2) 外商事業の強化

お客様のあらゆるニーズに対応できるよう、百貨店の枠を超えた商品やお取引先様の開拓に取り組んでいます。例えば不動産やクルーザーなど、売場で取り扱いのない「モノ・コト・サービス」も取り扱っています。

(3) 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。

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68万人(2023年9月末現在)であり、当初の目標を大幅に超えるスピードで拡大しています。

お気に入り店舗の最新情報やお得なクーポンを定期的にお届けするほか、会員証をご登録いただくことで、カード会員様限定ご優待会などの特別な情報を受け取ることができます。

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

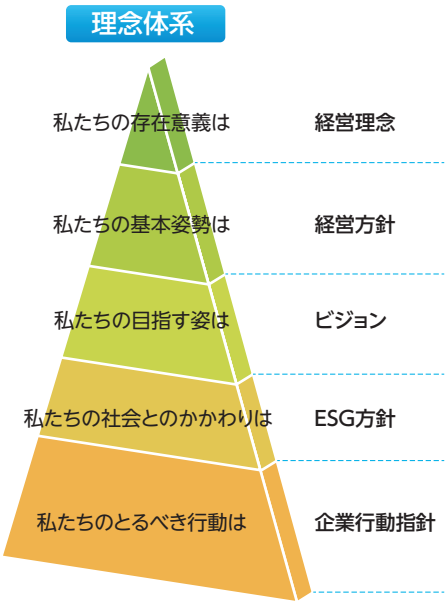
近鉄百貨店グループ各社では、当社の機能子会社としての役割や、近鉄グループ中心の経営からの脱却を図ります。それぞれの専門性を強化するとともに、事業領域を拡大させていきます。

(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 …… 労働者派遣業から「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。



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、人と暮らしにやさしい社会を共創します ー

重要課題	主な取り組み内容(単体)	
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	● 男性育児休職取得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年継続)
	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

地域との取り組み

全国のアンテナショップの展開拡大

あべのハルカス近鉄本店・奈良店「北海道どさんこプラザ」や「まるごと高知inあべのハルカス」など今後も常設・期間限定のアンテナショップを展開し、取り組み地域を全国へ拡大してまいります。お客様には旅行気分でリアルに各地域の産品を発見できる楽しみを、各地域の生産者・行政には販路の拡大につながるチャレンジの場を百貨店で提供いたします。



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）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、地域の魅力をお客様へ発信し、地域経済の活性化に取り組んでいます。

上本町店では近鉄電車「伊勢志摩お魚図鑑」で運ぶ「とれとれ鮮魚市」スタート

伊勢・松阪で獲れた鮮魚（前浜物）を、「伊勢志摩お魚図鑑」車両で運搬し、上本町店で販売する「とれとれ鮮魚市」を毎週金曜日に開催しております。地域・沿線の魅力ある産品を発掘し、近鉄グループで協業することでさらなる地域貢献を図ります。



大阪芸術大学×あべのハルカス近鉄本店

バレンタインフェアでは、あべのハルカス近鉄本店との包括連携協定を締結する大阪芸術大学デザイン学科の生徒がフォトパネルを制作しました。「思わずスイーツを撮りたくなる」のテーマ通り来場者の映えるスポットとして人気を呼びました。学生にとっては貴重な経験を積める機会として、百貨店にとっても斬新でユニークなアイデアが楽しい売場演出となりました。



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「近大味めぐりおせち」の販売をしました。内容は、世界初の完全養殖に成功した「近大マグロ」などの海産物、農学部の実習で収穫したサツマイモや、学生サークル「GABRi(ガブリ)」が今回のおせちのために育てた近大プロデュースの素材を使用するとともに、学生がデザインした風呂敷に包んでお届けしました。地元の大学とのコラボレーションを継続することで、地域の活性化を推進しています。



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。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）

● 縁活10周年

2013年にスタートしたプロジェクト「縁活（エンカツ）」が10周年を迎えました。縁活は市民活動団体と地域の皆様が、楽しくて日々の暮らしや地域、そして「社会をちょっとよくする」プログラムを展開することを目的にした百貨店発のプロジェクトです。2021年に「グッドデザイン賞」を受賞しました。

GOOD DESIGN AWARD
2021年度受賞

● 縁活×食育

近鉄沿線の高鮮度の野菜や加工品を取り揃える「ハルチカマルシェ」と縁活がコラボして、こどもたちが新鮮なお野菜を販売する「ハルチカキッズマルシェ」が登場しました。類農園奈良農場で実際に小松菜の収穫や袋詰め、POP製作などお店づくりをこどもたちが体験。2階のウエルカムガレリアで販売しました。





● ひまわり架け橋プロジェクト

2016年に縁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。縁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。



● 敬老の日お手紙プログラム

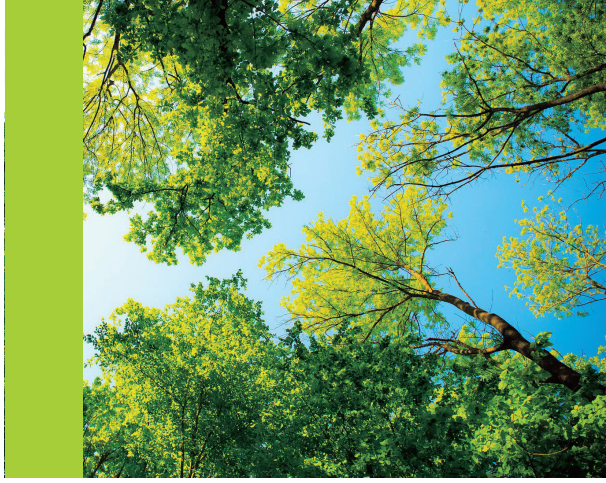
敬老の日に子どもたちが、おじいちゃん、おばあちゃんへ“ありがとう”と“大好き”を伝えるプログラムです。あべのハルカス近鉄本店内の街ステーションに設置したポストにお手紙を投函すると、おじいちゃん、おばあちゃんに子どもたちの想いを届けることができます。2015年にスタートしたプログラムは毎年参加する子どもたちも多く、あたたかな思いが広がるプログラムです。ご家族の楽しい大切な思い出がつながることを目指しています。



● 縁活サンタ「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縁活活動団体、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。





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2,120万Kwhの電力量が節減され、約9,540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2023年8月までの期間で、全店で合計約45,000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、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、お客様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。

●大阪芸術大学とのコラボ

お客様から回収した不用品やハンガーなどの百貨店内で発生した廃棄物をアップサイクルして、大阪芸術大学の学生がオブジェを制作する取り組みをしています。



●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」

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）」を運営しています。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、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」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・店内放送によるお客様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

2022年度使用量実績（※原単位）	削減目標
0.267	2030年までに▲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）

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みます。



人的資本経営

人と企業の持続的な成長

人財の採用および育成

人財育成方針

百貨店の枠を超えた事業開発を進めていく中で、従業員の多様性を尊重し人財価値を高めることで、持続的な企業価値向上を目指します。

1 採　用

- さまざまな事業展開に貢献できる、柔軟な発想の人財を採用します。
- 情報開示を強化し、入社後のミスマッチを軽減することで離職率の低下に努めます。
- 新たな事業開発を推進するための専門人財のキャリア採用を積極的に進めます。
- 新卒一括採用に限定せずに、多様な人財の採用に取り組みます。

2 育　成

- 入社から10年間は、ジョブローテーションを通じ、現場力を身に付けます。また、管理・監督職を目指すうえで必要であるコンセプチュアルスキルを総合的に学ぶ機会を創出します。
- 管理・監督職は、会社の方向性や注力する事業を理解し実現するために、部下育成と業務変革を担う人財として育成しています。
- 管理職昇格後は、経営層を目指すマネジメント人財と、専門性を高めて業績を上げるプロフェッショナル人財の育成に取り組みます。
- 兼業・副業の受入れを検討し、社員が異なる環境で能力・知見・人脈を広げる機会を創出することで、当社における新たな価値創造につなげます。

働きやすい環境

社内環境整備方針

従業員にとって働きやすく、働きがいをもって能力を如何なく発揮し活躍できる環境整備を目指します。

- 福利厚生、諸制度の充実に努めています（短時間勤務制度、休職制度、評価の透明性等）。
- 管理・監督職を対象としたハラスメント研修、女性活躍推進セミナー、部下育成・指導研修等の実施により、従業員の個が活きる職場環境創出に取り組みます。
- 公正かつ適正な評価と配置、優秀かつ意欲ある人財の積極的な管理職登用により、如何なく能力を発揮できる環境を整備しております。

人的資本経営に関する主な指標（単体）

1 採用に関する指標と目標（KPI）

項　目	単位	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	目標値
新卒正社員採用数	人	13	17	21	19	14	
うち女性	人	10	11	18	15	8	
女性採用比率	%	76.9	64.7	85.7	78.9	57.1	
女性管理職比率	%	7.8	8.3	8.4	8.7	8.6	2030年度　25%
新卒等離職者数	人	6	11	3	3	8	
平均月間残業時間	時間	15.1	14.8	7.6	9.6	11.8	
障がい者雇用率	%	2.27	2.33	2.35	2.37	2.50	法定雇用率以上を維持
正規雇用労働者の中途採用比率	%	38.1	22.7	25.0	26.9	33.3	

※正社員のみ（障がい者雇用率は全従業員が対象）

平均勤続年数および離職率

- 平均勤続年数　男性 … 25.2年　女性 … 20.0年　男女 … 22.6年（2023年2月28日現在）
- 離　職　率（※）　2.68%（2022年度）

※ 算出方法 ＝ （A）のうち2022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） ／ 2022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

項　目	単位	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	目標値
有給休暇取得率							
有給休暇取得率	%	56.4	53.3	38.5	48.2	65.9	
※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）							
育児休職等に関する数値と目標							
育児休職取得率	%	男性 12.6 女性 100	男性 21.4 女性 100	男性 14.3 女性 100	男性 30.8 女性 100	男性 33.3 女性 100	2024年度 男性 100% 女性 100%
育児・介護離職率	%	0	0	0	0	0	0%を維持
※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）							
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＞							
肥満率	%	—	23.9	25.3	24.2	24.4	
高ストレス者割合	%	11.6	13.1	12.3	12.7	13.6	
※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）							
労働災害発生件数							
労働災害発生件数	件	20	10	9	8	8	
※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）							

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。

【 介護・傷病と仕事の両立支援 】

●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 】

●在宅勤務制度

育児・介護短時間勤務者の両立支援を目的として、在宅勤務制度を設けています。

●短日数勤務制度

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。2022年度は延べ2,190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 】

●ワーク・ライフ・バランス向上や、仕事と治療の両立支援などの取り組みが評価され、経済産業省と日本健康会議が共同で実施する「健康経営優良法人2023（大規模法人部門）」に認定されました。今後も健康経営の推進のため、各種施策に取り組んでまいります。

2023
健康経営優良法人
Health and productivity

ダイバーシティの推進

多様な人財が組織にもたらす様々な影響が、新たな発想やイノベーションなどを生み出し、それがお客様満足および当社の成長と発展につながるとの考えのもと、今後も積極的に推進していきます。

●法定を上回る充実した育児関連諸制度

制　度　名	制　度　内　容
育児休職制度	子が満2歳に達するまで。 連続5日間の範囲内で有給休暇が取得可能な制度も導入。
育児短時間勤務制度	子が中学校就学前まで。 5時間、6時間、7時間から選択可能。在宅勤務制度も導入。

【 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　2022年度 8.6%

●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

●**アンコンシャス・バイアス研修**

性的役割分担意識（思い込み）のフラット化に向け、役員はじめ全社員に対してアンコンシャス・バイアス研修を実施します。

【 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。育児休職取得率について、女性は100%を維持し、男性は33.3%（2023年2月時点）（政府目標2025年30%）を達成しています。

●**育児保育支援手当**

保育施設利用の経済的負担を考慮し、保育料の一部を補助する育児保育支援手当の制度導入を図ります。

支援制度	育児休職、産後パパ育児休職、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）

【 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。

●2023年10月に当社従業員が優秀な成績で就業・定着していることが評価され、「永年勤続障害者」の表彰を受けました。

【 シニア人財の活躍推進 】

●今後も当社が持続的に成長していくためには、豊富な知識と経験を有するシニア人財の活性化が必須であるため、定年後65歳までの再雇用制度を2023年4月に見直し、意欲・能力のある人財がより活躍できる環境を整備しました。

キャリア形成

百貨店事業の枠に捉われず、新たな事業フィールドにチャレンジし活躍できるイノベーティブな発想力と幅広い業務遂行能力を兼ね備えた人財育成を目指します。

【 人財育成プログラム 】

「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、百貨店事業の枠を超えた事業展開を進めるうえで必要な専門知識を学ぶための事業別研修にも取り組みます。

【 社内資格制度 】

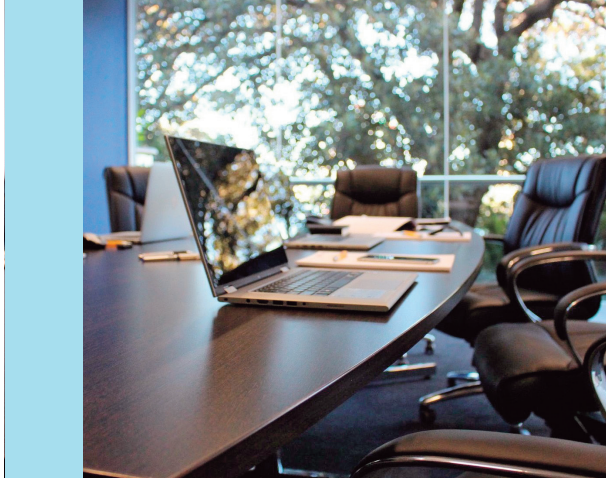
接客サービスに有効なカラーコーディネーター、シューフィッターなど公的・民間資格の中から当社が接客サービスに有効として指定した資格（全45種）を保有し、接客サービスでその専門知識・技能を発揮できる販売員を認定しています。現在約1，000名の認定者が、販売のスペシャリストとして店頭で活躍しています。

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

5. 地域、社会との関係

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

6. 社員との関係

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

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お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。

パートナーシップ構築宣言

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

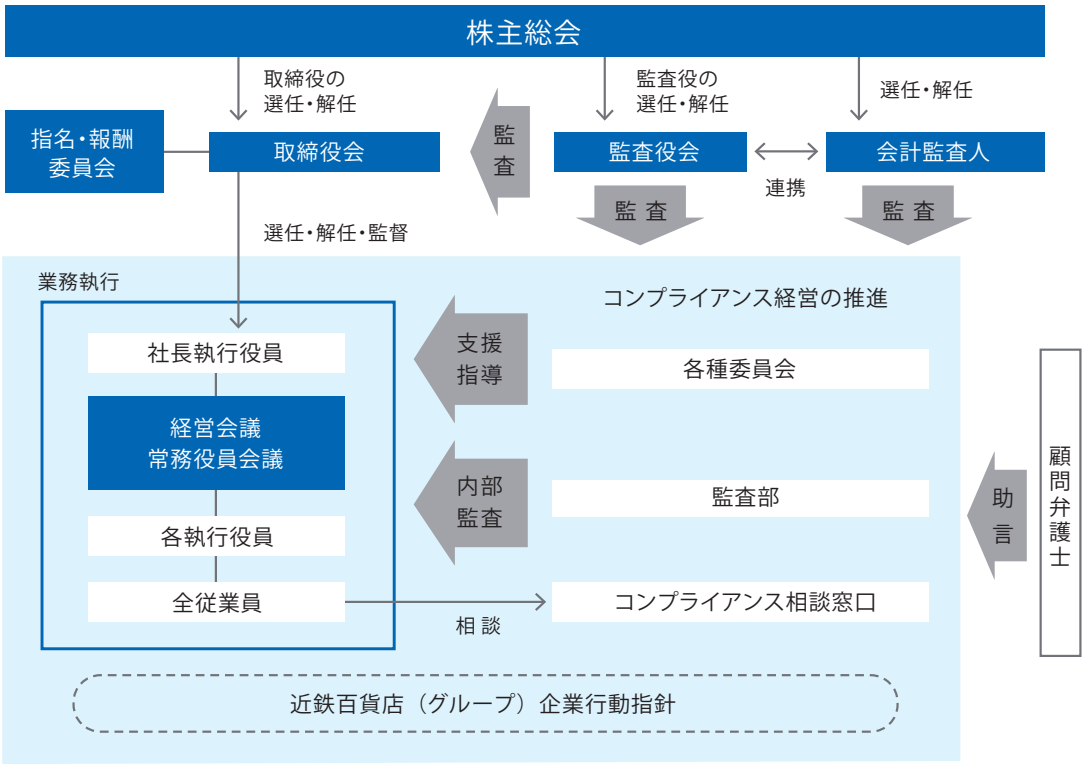
取締役会の諮問機関として、取締役会長および社長執行役員並びに独立社外取締役および独立社外監査役で構成される指名・報酬委員会を設置しており、毎年1回以上開催することとしております。同委員会では取締役等の指名と報酬に関して審議し、その結果を取締役会に報告しております。

(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や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・あべのハルカス近鉄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

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。

安全・安心の取り組み

安全で安心な店舗環境づくり

お客様が安全に、安心してお買い物を楽しんでいただけるように、施設や設備に係る様々なリスクに備えることのほか、防犯・防災への取り組みを強化するなど、商品やサービス、売場環境の両面で、お客様を最優先する環境づくりを進めています。緊急時の対応として、各店における自衛消防組織の設置をはじめ、緊急地震速報訓練や防火・防災に関する訓練、救命講習などの実施、緊急時行動マニュアルの配布を通じ、災害が各店で起こったときの人命保護、パニック防止に向けた取り組みを進めています。また、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

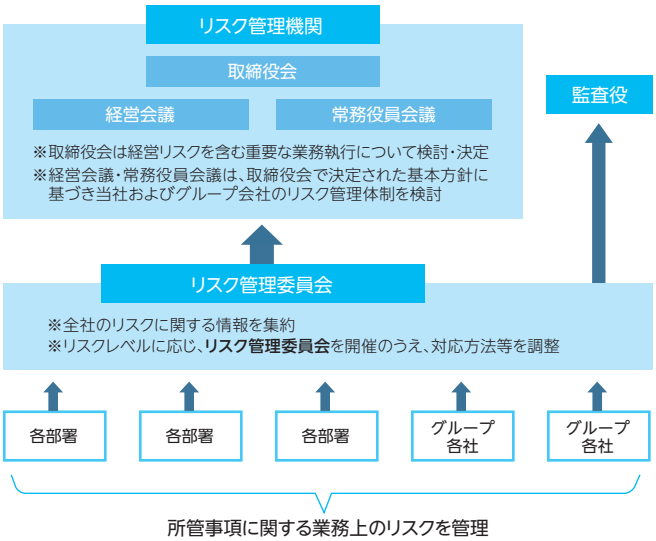
品質表示マニュアルや食品衛生管理マニュアルの整備を通じ、品質管理および衛生管理に取り組んでいます。特に、食の安全・安心に関しては、近鉄グループの（株）くらし科学研究所による定期的な品質チェックのもと、厳しく管理するとともに、食品衛生法の改正にともなう「HACCP」の考え方を取り入れた衛生管理をお取引先との連携により実施し、食中毒予防に取り組んでいます。また、食品担当者を対象とした食品衛生講習会、商品の品質表示調査を定期的に実施し、食品衛生管理体制の強化を行っています。

リスクマネジメント

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。



事業等のリスク

主要なリスク	想定されるリスク	リスクへの対応
新たな感染症の拡大による影響	新たな感染症の流行に伴う、 • 店舗休業、営業時間の短縮 • 消費マインドの低下 • クラスター発生等による店舗運営人員の不足	• 国等および小売業の各種ガイドラインの遵守 • 在宅勤務およびWEB会議の利用拡大 • ネット販売・外商部門の強化など行動様式の変化に応じた事業戦略への転換
経営環境	• 地方・郊外の人口減少 • 景気悪化・消費の低迷 • 流通業界における競争激化	• ESG経営の推進 • 店舗構造改革、コスト構造改革の推進 • 各店舗の商圏特性に合わせた店づくり • 新規事業の戦略的拡大
商品取引	• 製造・販売する商品の品質や食品の安全性に対する信用毀損の発生 • 取引先の倒産による売掛金の回収不能等による損失の発生	• 関係法令の遵守状況の確認および定期的な品質・衛生管理のモニタリング • 掛売先の与信管理の実施
法律の規制、制度の変更	独占禁止法等の各種法規制に抵触した場合における社会的信用の失墜、企業活動の制限	• 関係法令・規則の制定、改正等の動向についてのモニタリングの実施 • 弁護士等専門家への相談および意見聴取 • 社員教育等による法令遵守の周知徹底
災害	大規模な地震等災害発生に伴う、 • 店舗等の復旧にかかる多額の費用と時間の発生 • 仕入先被災による商品調達の停滞 • 経済全体の消費マインドの冷え込み	• 緊急地震速報の受信装置の主要店舗への設置、危機管理マニュアル作成・配布 • 消防法に基づく定期的な検査・訓練等の実施 • 社会的責任を果たすことを目的とした事業継続計画（BCP）の策定
情報管理	• 自然災害の発生、コンピュータウイルスの感染等に伴うPOS等各種情報システム機能不全による営業支障 • 個人情報漏洩等による社会的信用の失墜	• 電源の二重化、バックアップシステム構築、不正侵入防止プログラムの実施 • 個人情報保護管理規程などの社内規程等の整備、情報システムのセキュリティ向上、従業員教育の充実
資金調達・金利変動のリスク	• 経営不安による資金繰りの悪化 • 急激な金利変動	• 取引金融機関との間で情報交換 • 一定程度を長期固定金利で調達 • 銀行取引以外の信金調達方法の検討
ESG経営への取り組みの遅れ	• ステークホルダーからの信用失墜 • 気候変動リスク • 炭素税規制による増税リスク	• ESG推進および取り組み状況の開示 • シナリオ分析の導入 • 再生可能エネルギーの導入

財務情報

連結財務情報

（単位：百万円、％）

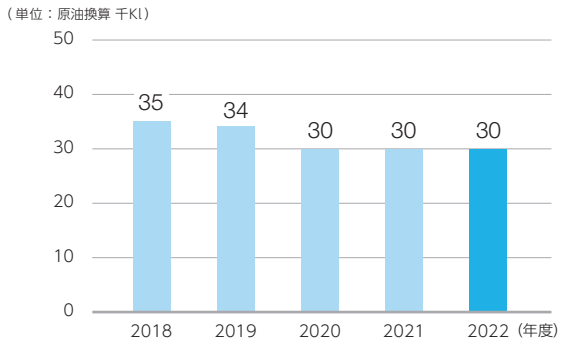
	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
財務数値					
売上高	282,700	283,466	218,351	98,146	**107,848**
売上総利益	66,585	65,739	49,454	48,289	**53,440**
販売費及び一般管理費	60,700	61,210	51,475	49,689	**51,873**
営業利益	5,884	4,529	△ 2,020	△ 1,399	**1,566**
経常利益	5,478	4,479	△ 1,293	△ 572	**1,945**
親会社に帰属する当期純利益	4,853	3,225	△ 4,949	△ 775	**1,893**
包括利益	4,305	2,882	△ 4,392	△ 686	**2,085**
総資産	129,256	130,512	123,420	119,384	**118,343**
株主資本	35,527	37,944	32,186	31,765	**32,848**
純資産	36,769	38,843	33,643	33,311	**34,586**
有利子負債（借入金）	16,712	14,688	17,216	16,841	**12,584**
営業活動によるキャッシュ・フロー	10,046	9,999	4,297	2,505	**7,564**
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 5,493	△ 6,925	△ 3,608	△ 3,304	**△ 3,022**
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 4,519	△ 3,156	1,481	△ 715	**△ 5,403**
設備投資	6,033	6,255	3,534	4,248	**2,911**
減価償却費	5,507	5,982	5,957	6,080	**5,947**
1株当たり情報					
1株当たり当期純利益（円）	120.21	79.87	△ 122.58	△ 19.21	**47.38**
1株当たり純資産（円）	910.65	962.03	833.24	825.03	**862.82**
1株当たり配当金（円）	20.00	20.00	—	—	**10.00**
財務指標					
売上総利益率	23.6	23.2	22.6	49.2	**49.6**
売上高販管費比率	21.5	21.6	23.6	50.6	**48.1**
売上高営業利益率	2.1	1.6	△ 0.9	△ 1.4	**1.5**
自己資本利益率（ROE）	14.0	8.5	△ 13.7	△ 2.3	**5.6**
総資産営業利益率（ROA）	4.6	3.5	△ 1.6	△ 1.2	**1.3**
自己資本比率	28.4	29.8	27.3	27.9	**29.2**
配当性向	16.6	25.0	—	—	**21.3**

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

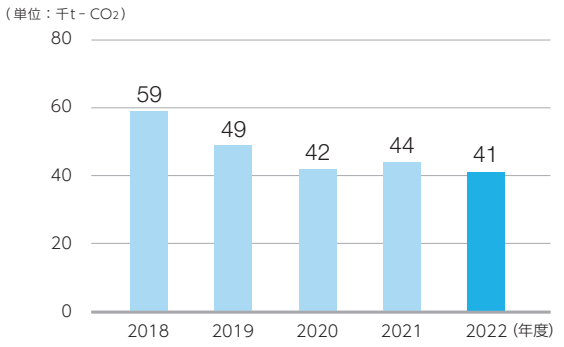
エネルギー使用量

※2022年4月～2023年3月実績

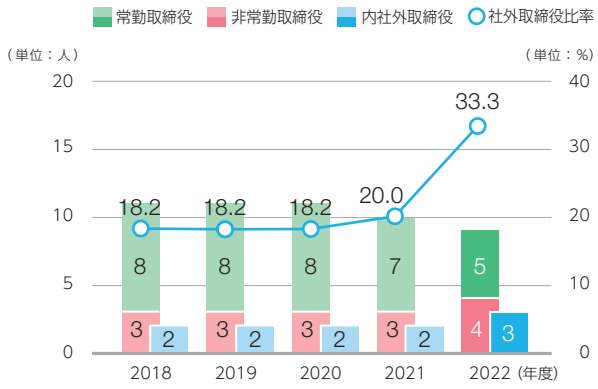


CO_2排出量

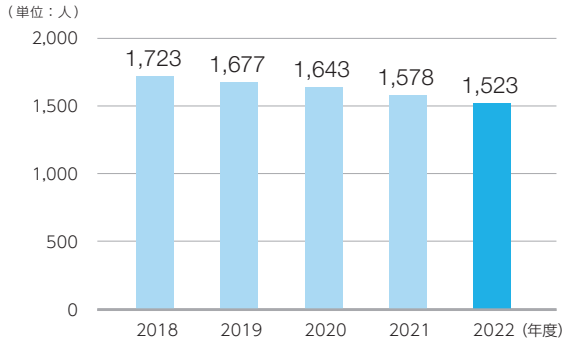
※2022年4月～2023年3月実績



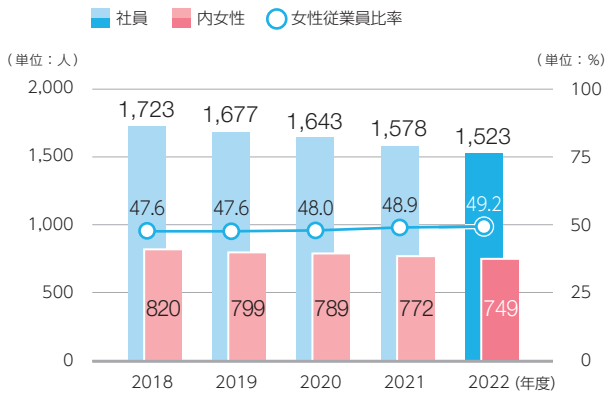
取締役数と社外取締役比率



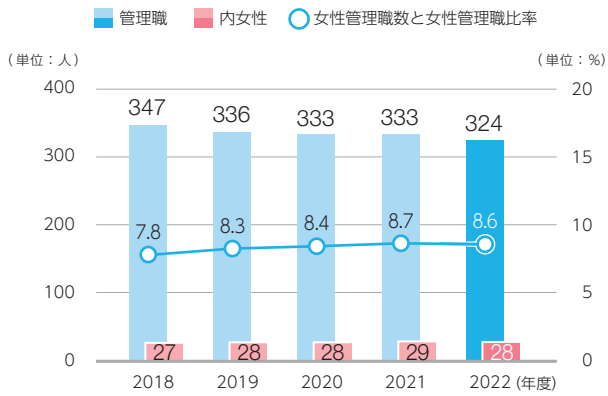
従業員数



女性従業員数と女性従業員比率



女性管理職数と女性管理職比率



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　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／107,848百万円 個別／91,155百万円(2022年度)
従業員数	連結／2,142名(2023年2月末現在) 個別／1,523名(2023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 (2023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	25,546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	63.0
㈱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
野村信託銀行㈱ (近鉄百貨店　株式需給緩衝信託口)	800	2.0
㈱奥村組	740	1.8
㈱大林組	739	1.8
日本マスタートラスト信託銀行㈱(信託口)	736	1.8
㈱きんでん	732	1.8
近鉄共栄持株会	726	1.8
㈱近鉄エクスプレス	515	1.3
㈱三菱UFJ銀行	467	1.2

(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(61,421株)を控除して算出しております。

役員一覧 (2023年5月25日現在)

代表取締役社長執行役員	秋田　拓士
代表取締役専務執行役員	千原　昌和
取締役専務執行役員	長野　公俊
取締役常務執行役員	八木　徹
取締役常務執行役員	梶間　隆弘
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
常務執行役員	北村　浩
常務執行役員	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
執行役員	畑中　弘樹
執行役員	藤田　弘樹
執行役員	和束　紀明

Kintetsu
近鉄百貨店