Kintetsu Department Store Integrated Report 2024

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2023年度（2023年3月1日～2024年2月29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（※2024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。



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





「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～

「ビジョン」

当社は創業以来、小売業を通して地域社会の発展に貢献することを目指し、事業活動を行ってまいりました。経営理念においても、「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」と定めております。さらに、2021年から取り組んでいる現在の中期経営計画策定に先立ち、私たちは将来のあるべき姿として“「くらしを豊かにするプラットフォーマー」となる”というビジョンを掲げ、取り組んでいます。主たる商圏になる近鉄沿線生活経済圏に「暮らす・働く・訪れる」お客様に、当社や近鉄グループ各社、また当社が連携するお取引先様をはじめ、さまざまな企業や団体等が提供する「モノ・コト・サービス」を、当社の「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。持続可能な社会実現に向けて、生活にまつわるサービスを総合的に提供することで、「豊かなくらしと価値ある生活文化」を創造することを目指し、今後もお客様の暮らしの変化に寄り添い、「百の貨」ではなく、新しい価値「百の価」を提供する、「百価店」の確立を目指し取り組んでまいります。

私は、5月に社長執行役員に就任しました。現中期計画の最終年度であり、結果を出さねばならないという重圧を感じるところもございますが、長く店舗運営に携わり、コロナ禍には店長という立場で長期間の店舗休業を経験したこと、その際にお客様から百貨店への期待や信頼を店頭で改めて肌で感じることができ、当社が目指すべき方向に間違いがないと確信しております。また、入社以来、お取引先様の方々も交え、売場でスタッフと一緒になって、新しい取り組みや改革に挑戦してきたという自負もあり、できる限り現場を回り、現場の声を聞きながら、自分が信じる当社があるべき姿を追求していきたいと考えております。

「事業戦略」

当社では、コロナ禍で人の流れや経済活動が停滞する厳しい状況を乗り越え、各店舗においては将来を見据えた改装やコスト構造改革と高収益事業の拡大による事業構造改革を強力に推し進め、今後の成長の礎となる事業基盤の構築をスピード感をもって進めております。

私たちは現在、都心型店舗と郊外型店舗、それぞれの商圏特性やニーズを踏まえた店舗戦略の二極化により、お客様にとって「価値」ある店づくりに取り組んでいます。

具体的には、あべのハルカス近鉄本店では、都心型の総合百貨店として、強みである「食」の強化をはじめ、新規ブランド導入による特選洋品フロアの拡充、MDのスクランブル化による新しいフロアの構築に取り組み、旗艦店としての集客力、収益力の向上を図っています。加



えて、2024年はハルカス開業10周年にあたり、近鉄グループ全体で地域の皆様方とともにあべの・天王寺エリアを盛り上げ、賑わいと活気溢れる街づくりを進めています。百貨店においても、一年を通じてハルカス限定の記念商品やさまざまなイベント・サービスのご提供をしています。

地域・中核店においては、地域特性に応じた改装を実施し、地域生活にとって「なくてはならない存在」として、生活機能・商業機能・コミュニティ機能を融合した「タウンセンター」化の推進を継続しています。

また、好調に推移しているフランチャイズ事業についても、引き続き新規ブランドの導入や多店舗化など強化を進め、生産事業など新しい事業にも積極果敢に挑戦し、高収益事業構造への転換を推し進めます。

「サステナビリティ経営の推進」

「地域に寄り添い、地域と活きる」というESG方針は、事業戦略とも連動しております。

地域社会の課題解決に積極的に取り組み、地域とそこに暮らす人々とともに、「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、近鉄沿線を主要商圏として事業を展開する企業として、使命であり、目指すべき姿であります。

当社が取り組むべき重要課題と認識しているのは、①「地域共創の実現」、②「地球環境への貢献」、③「個人と企業の相互の絆と成長」です。当社が事業を持続的に成長させていくために、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各店で積極的に展開しています。地域産品の発掘や販売、地元大学や行政との協業を重ね、駅前立地を活かした「タウンセンター」として、「地域共創」「地域貢献」の拠点の役割を果たしたいと考えております。昨年は新しいチャレンジとして、当社社員自らいちごの生産者となり、当社内や近鉄グループ内の一部店舗において販売しました。お客様に非常に高評価をいただき、引き続き固定観念にとらわれない新しい事業にもチャレンジしていきます。また、2050年のカーボンニュートラルに向け、設備の更新やエネルギー使用量の低減、食品ロスの削減、衣料品の引き取りなど、地球環境の保全に貢献できる事業活動を、お客様やお取引先様のご協力を賜りながら展開しております。一方、当社は百貨店の枠を超えた事業の多角化を加速しており、それぞれの事業運営を担える資質や能力を備えた人財の育成を目指しています。同時に、従業員全員が性別や障がいの有無、ライフイベントの状況などで働きづらさや不安を感じることなく、個々の能力を発揮し、キャリア形成の機会の支援となる、多様な働き方に柔軟に対応できる労働環境整備に取り組み、人事制度の拡充を図っています。

今後も、地域に新たな価値を創造する「価値創造事業会社」への変革を目指して取り組んでまいりますので、一層のご支援・ご愛顧のほど、よろしくお願い申しあげます。

代表取締役社長執行役員

梶間 隆弘

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


❸ ㈱東海ストア名古屋店

1966年
㈱東海ストア名古屋店開業
（現名古屋店）❸


❹ 奈良店

1972年
奈良店開業❹


❺ 東大阪店

1978年
東大阪店開業❺


❻ 橿原店

1986年
橿原店開業❻


❼ 生駒店

1997年
生駒店開業❼


❽ 草津近鉄百貨店

草津近鉄百貨店開業
（現草津店）❽


❿ and

2000年
Hoop開業❾


❾ Hoop

2008年
and開業❿


⓫ 上本町YUFURA

2010年
上本町YUFURA開業⓫

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

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

2008　2009　2010
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。



自主(フランチャイズ)事業

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
182万人

人的資本
グループ従業員
2,103名
※2024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

182万人の顧客資産
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



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

地球環境への貢献



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

個人と企業の相互の絆と成長

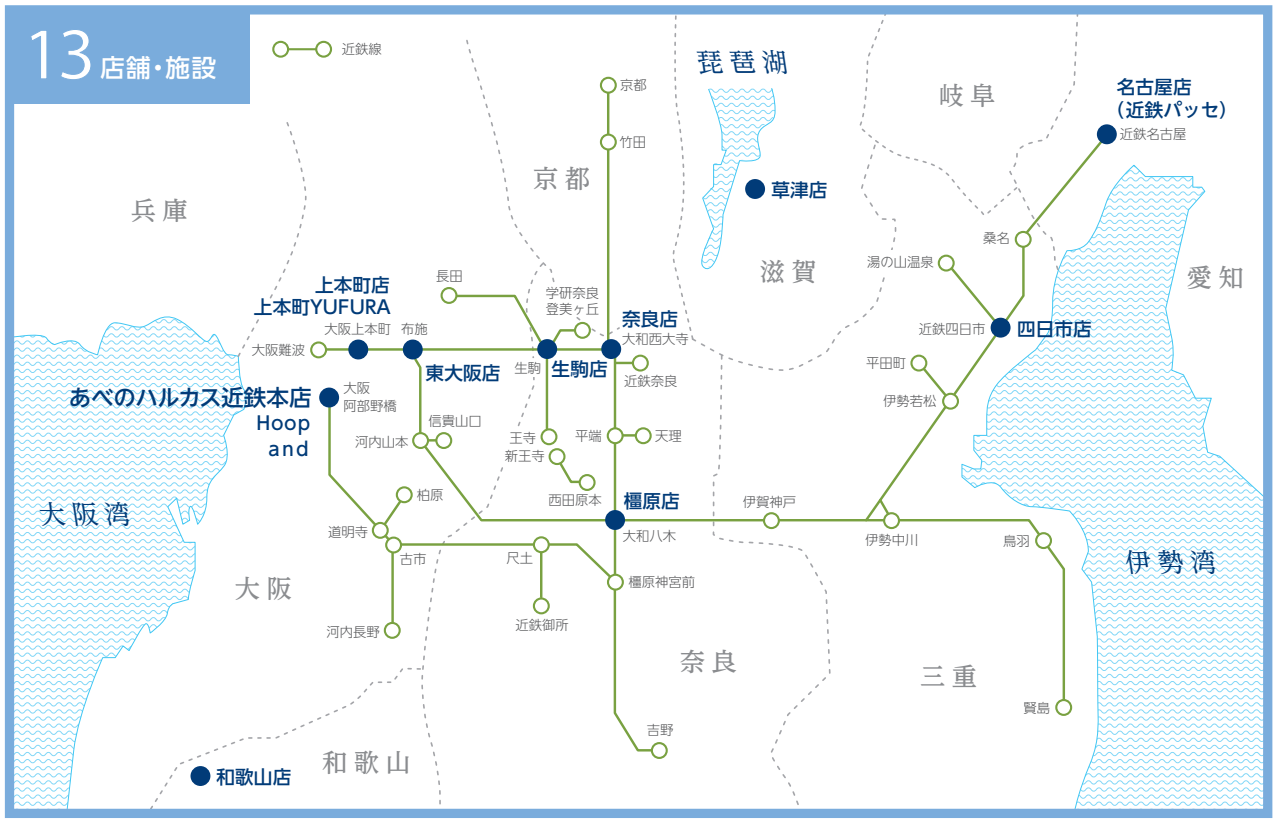


株主様

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



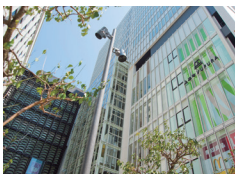
名古屋店(近鉄パッセ)



Hoop(フープ)



and(アンド)


上本町YUFURA

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。



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様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。

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

182万人

※KIPSカード、近鉄友の会、外商など
※2024年6月末現在

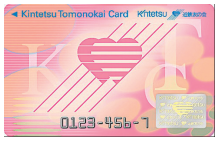
総会員数164万人の「KIPSカード」は、近鉄電車、近鉄グループの商業施設、レストラン、ホテルなどでの利用でポイントがたまる・使えるほか、一部の店舗ではカード提示で割引やサービスも受けられます。



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

82万人

※2024年8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82万人※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

255社

※2024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)
- 近畿車輛(株)

他

取り組み進捗

2024年8月、KIPSアプリをスタート

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」が当社でも使えるようになりました。当社は中期経営計画において「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」を掲げており、新規アプリでお客様の利便性向上を図ります。



KIPSアプリ画面イメージ

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

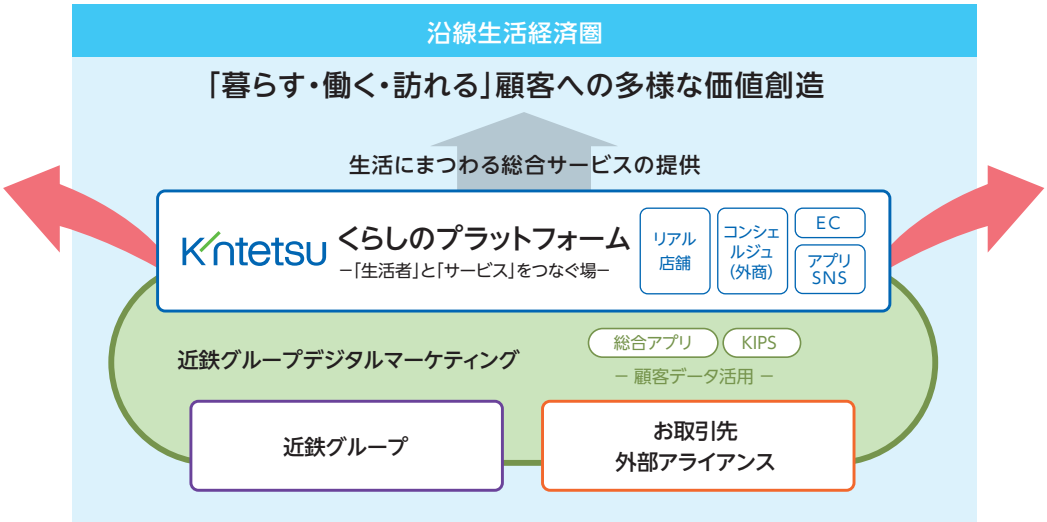
私たちは、持続可能な社会の実現に向けて“くらしのプラットフォーム”を構築し、
生活者のための総合サービスを提供することで、**「豊かなくらしと価値ある生活文化」**を創造します。

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182万人と足元・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様、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　― 西日本の国際化の玄関口へ ―

(1) 旗艦店 あべのハルカス近鉄本店のさらなる収益力の強化

国内外の超広域から集客していくために、魅力あるコンテンツを集積します。特選ゾーンの確立と新たな価値を創造するライフスタイルを重視した「スクランブルMD」の開発を進めることで、集客機能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み、台湾発の食雑貨セレクトショップ「神農生活」は、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いております。

あべのハルカス10周年「花咲く誕生祭アニバーサリーフェア」

2024年3月、あべのハルカス10周年を記念して、記念セレモニーを実施しました。また、10周年限定商品約400種類を各階で多彩に展開したり、写真展などのイベントを実施しました。これまでのお客様からのご愛顧に感謝し、あべのハルカス近鉄本店でしか体験できない「モノ・コト」を提供いたします。



あべのハルカス開業10周年記念セレモニー
(中央右)一日店長　オール阪神氏

進化するハルカスダイニング

2023年から2024年にかけて、ハルカスダイニングに新しいレストランが次々オープンしました。トレンドの多彩なメニューやサービスにより、常に新鮮で魅力的な体験を提供いたします。


スカイテラス



TOKYO MERCATO


伊勢十


24世紀ラーメン

(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

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2023年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

スクランブルMDを取り入れたライフスタイル提案売場

「ユープラスゲート(上本町店)」

あべのハルカス近鉄本店で培ったスクランブルMDのノウハウを生かし、上本町店1階に高感度なファッションからヘアケア用品まで幅広いアイテムを取り揃えた、「ユープラスゲート」をオープン。地域のニーズに合わせた、上質なライフスタイルを提案します。



郊外店における改装の取り組み

草津店では2023年6月に百貨店で唯一の「たねや」・「クラブハリエ」併設ショップをリニューアルオープン。今回のリニューアルでは、より一体感があり、お買い回りがしやすい店舗意匠を採用しました。また、2024年4月には「スカイテラス」業態の「ロビーガーデン by スカイテラス」を滋賀県初出店。長さ約10メートルのビバレッジバー(ドリンクバー)と、ホテルを彷彿とさせる開放的な空間が特徴です。改装により食品・レストランフロアの活性化を図ります。



クラブハリエ



たねや



ロビーガーデン by スカイテラス

(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

「ハローワーク ミニ!」を開設

2024年5月、奈良店5階にハローワークの就職支援サービスや各種情報提供、就活準備支援を行う駅チカ拠点を開設しました。奈良県民参加型の就活セミナーや、キャリアカウンセリング、また職場体験機会の提供により、中小企業と求職者が出会う場づくりを担っています。



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2024年9月の時点で、26業種69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。

本店　営業政策統括部　自主・FC事業部　大川　茂



取り組み進捗

「カインズ　あべのand店」がオープン

2024年9月、大阪市内初となる「カインズ」をand1階・2階にオープンしました。1階には、デイリー需要の高いアイテム、2階には、家事が楽しくなるカインズの人気アイテムを取り揃えました。駅チカという好立地でキッチン用品や収納用品など生活に欠かせないアイテムが揃う商業施設へ進化しました。



フランチャイズ3店舗となる、「コクミンドラッグ　近鉄生駒店」をオープン

当社では、お客様のニーズに幅広く対応するため、登録販売士の資格取得に取り組んでいます。

上本町店、あべのハルカス近鉄本店に続く3店舗目を、2024年4月、生駒店2Fにオープンしました。ブランドメイクやカウンセリング化粧品などを充実させ、日用品も多数取り扱っています。



(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。

また女性スタッフを中心とした、専門のアテンドチームを新たに立ち上げました。



(3) EC事業の強化

百貨店の強みであるギフト、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)デジタルトランスフォーメーション(DX)推進への取り組み

当社はデジタルを活用したビジネスモデルを創出し競争力を高めるとともに、お客様によりご満足いただける新たな価値体験の提供を目指しています。そのために、デジタル技術の導入と人財育成の両面から、DX=デジタル変革を強力かつ迅速に推進する環境の整備を進めています。

社会の変化を受け入れDXを推進するために、企業文化に対するアプローチも重視しています。各部門が主体的・持続的に新たな取り組みに挑戦し、さらに成功事例やアイデアを部門間で相互に学び活用する体制を整えることで変革マインドを全社に浸透させ、よりチャレンジが奨励される企業への成長を目指します。

総合企画本部DX推進部　竹越　理与子



取り組み進捗

DX推進リーダーの育成

DXの推進に向け、当社では2023年度に20名をDX推進リーダーとして任命しました。この20名は部門を問わず様々な職種の人財から選抜されており、各部門の核となってDXをリードする役割を担っています。

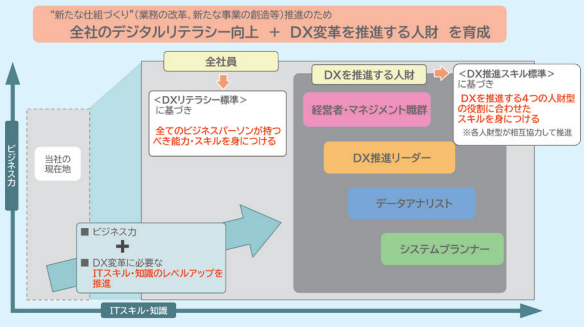
- **定期勉強会**
  ITの基礎やトレンドについて学び知識を深めるとともに、変革人財としてのマインドの醸成に取り組んでいます。
  (重点項目)情報セキュリティ・データ活用・生成AI



- **業務改革への取り組み**
  DX推進リーダーによる業務改革も進んでいます。一例として、商品政策部ではお取引先様や商談にかかる情報をデータ化し一元管理しました。これにより属人化していた情報が可視化され、情報共有がスムーズに行えるようになり、業務効率が改善し生産性の向上に繋がりました。

- **生成AI**
  当社独自環境のKintetsu-GPTを構築し、DX推進リーダーが先行して実務での利用を開始しました。現在は利用を全社員に拡大し、先行したDX推進リーダーが中心となり、効果的な使い方を共有して業務活用を進めています。さらに、自由な発想でビジネス課題に取り組むため「生成AIアイデアコンテスト」を実施し、当社における活用の可能性を探索しました。

- **今後の方向性**
  2025年度以降は現在の20名に加え、新たなDX推進リーダーを段階的に育成・増員していきます。そして、各部門が主体となりDXを推進できる体制を強化するだけでなく、経営層や管理監督職をはじめとして全社一体となってDXを推進するために、全従業員を対象としたDXリテラシー向上にも取り組みます。



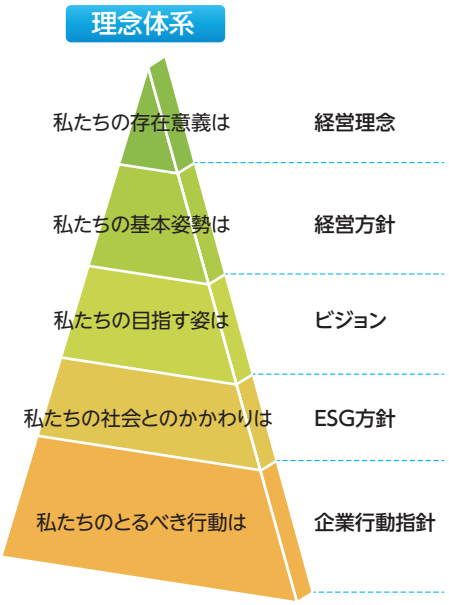
(2)財務戦略

- 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。

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

あべのハルカス近鉄本店・奈良店「北海道どさんこプラザ」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。

「はるかすまいる」販売開始

2023年12月、自社農場で栽培した近鉄いちご「はるかすまいる」をあべのハルカス近鉄本店で販売開始しました。

また順次、近鉄百貨店各店での販売に取り組んでおります。このような生産活動の中で、沿線価値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へ寄与してまいります。



大阪芸術大学 × あべのハルカス近鉄本店

大阪芸術大学は産学連携プロジェクトの一環として、あべのハルカス近鉄本店で実施した「バレンタイン　ショコラ　コレクション2024」会場にて、デザイン学科の学生がフォトパネルを、音楽学科の学生が会場BGMを制作しました。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、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、近畿大学が生産する素材等を使用したバレンタイン商品を近鉄百貨店で販売しました。そのうちのひとつ、大和の伝統野菜「紫とうがらし」は、奈良県平群町の実習圃場で栽培されたものです。

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

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。

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）

● あべのハルカス10周年「花咲くシードペーパー配布」

あべのハルカス近鉄本店では、3月7日（木）の開業10周年を記念して「花咲く誕生祭アニバーサリーフェア」を開催。お客様とともに10周年をお祝いするプロジェクトとして縁活では縁活活動団体、ボランティア、常盤幼稚園の皆様にご協力いただき、紙漉きの技法を使って様々な植物の種をすき込んだシードペーパーを作成。未来に向かって花咲くよう願いを込めてお客様へ配布しました。



● 縁活×食育「ハルチカキッズマルシェ～はるかすまいる～」

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、縁活がコラボした縁活×食育プログラム「ハルチカキッズマルシェ」を5月、6月に開催しました。近鉄百貨店の自社農場で栽培した近鉄いちご「はるかすまいる」を、子どもたちが収穫から袋詰め、お店づくり、店頭での販売までを体験。未来をつくる子どもたちが、楽しく食育を学ぶ場を今後も継続して創出いたします。





● 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に育て、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。NPO日本レスキュー協会や縁活CSR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本プロジェクトをスタート。12月には「きとひとともうどうけんとひろば」を開催。盲導犬や引退犬、パピー犬、キャリアチェンジ犬が登場し、お客様と触れ合いました。また事前の勉強会に参加した学生ボランティアが考案・製作したチャリティーグッズを、お渡ししました。NPO法人木育フォーラムによる間伐材を使ったワークショップも同時開催。今後も、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す。



● 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、お客様がオーナメントを製作しました。



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。さらに、空調設備、昇降機等の更新時にも省エネ型の機器を導入するなどの環境対策も行っています。

あべのハルカス

当社が地下2階から14階まで、あべのハルカス近鉄本店として出店している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排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

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、お取引先様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

2023年度使用量実績（※原単位）	対2022年度	削減目標
0.232	▲13.1%	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）

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。



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。

●「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。

エコで、地球にハッピーなこと。

●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。



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

食品廃棄物のリサイクル（あべのハルカス近鉄本店）

あべのハルカス近鉄本店のレストラン街や地階の生鮮食品売場で発生する生ゴミは、分別のうえ、専用のディスポーザーに投入しています。ディスポーザーで粉砕された生ゴミは、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。

規格外キャベツを使用したメンチかつを期間限定販売

2024年4月、立命館大学と株式会社カネ吉ヤマモトフーズとの産学連携により商品化された、滋賀県内の規格外キャベツを使用した「キャベツメンチかつ」を近鉄百貨店草津店の近江路で期間限定で販売しました。滋賀県内における食品ロスの課題解決や地産地消の促進を図る取り組みに賛同し、最終消費者であるお客様へ繋ぐ販売場所としての役割を担い地域の活性化を目指します。



個人と企業の相互の絆と成長

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



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。
- 一部条件つきながらも副業を解禁し、社員が異なる環境で能力・知見・人脈を広げる機会を創出したことで、当社における新たな価値創造につなげていきます。

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んでいます。
- 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います。

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	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	目標値
新卒正社員採用数	人	17	21	19	14	15	
うち女性	人	11	18	15	8	15	
女性採用比率	%	64.7	85.7	78.9	57.1	100.0	
女性管理職比率	%	8.3	8.4	8.7	8.6	10.0	2030年度　25%
新卒等離職者数☆	人	10	4	8	5	5	
平均月間残業時間	時間	14.8	7.6	9.6	11.8	13.4	
障がい者雇用率	%	2.33	2.35	2.37	2.50	2.59	法定雇用率以上を維持
正規雇用労働者の中途採用比率	%	22.7	25.0	26.9	33.3	40.0	

※ 正社員のみ（障がい者雇用率は全従業員が対象）
☆ 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関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 … 22.8年（2024年2月29日現在）
- 離　職　率（※）　2.29%（2023年度）

※ 算出方法 ＝ （A）のうち2023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） ／ 2023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	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	目標値
有給休暇取得率							
有給休暇取得率	%	53.3	38.5	48.2	65.9	78.1	
※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 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	男性 85.7 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	24.7	
高ストレス者割合	%	13.1	12.3	12.7	13.6	15.5	
※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	10	9	8	8	11	
※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 】

●フレックスタイム制

ワーク・ライフ・バランスの充実および、より生産性の高い働き方の実現のため、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。今後は対象部門を拡大するよう取り組みます。

●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。2023年度は延べ3,485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2024（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。

2024 健康経営優良法人 Health and productivity

取り組み進捗

2024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「kintetsuこども参観日」を初開催しました。



梶間社長と名刺交換する様子

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、5.5、6、6.5、7時間から選択可能。在宅勤務制度やフレックスタイム制も導入。

【 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　2023年度 10.0%

●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ています。

取り組み進捗

2024年1月、奈良店・橿原店・生駒店の女性店長（当時）による共同企画として「いちごまつり」を開催。カフェ「フルフルール」では、自社いちご「はるかすまいる」を使用したメニューを提供しました。



【 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85.7%（2024年3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を導入しました。

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、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、お取引先様、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様や価値創造を図る事業者との連携と共存共栄を進めることで、新たなパートナーシップを構築すること、下請事業者との望ましい取引慣行を遵守することなどを社内外に明確に示すものです。

コーポレート・ガバナンス体制

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

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

(1)取締役会

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

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

取締役会は、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。なお、取締役会同様、監査役会の多様性を確保するため、直近では橿原店長を務め、当社業務全般に精通している当社初の女性監査役(常勤)である首藤恭子氏を選任しております。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

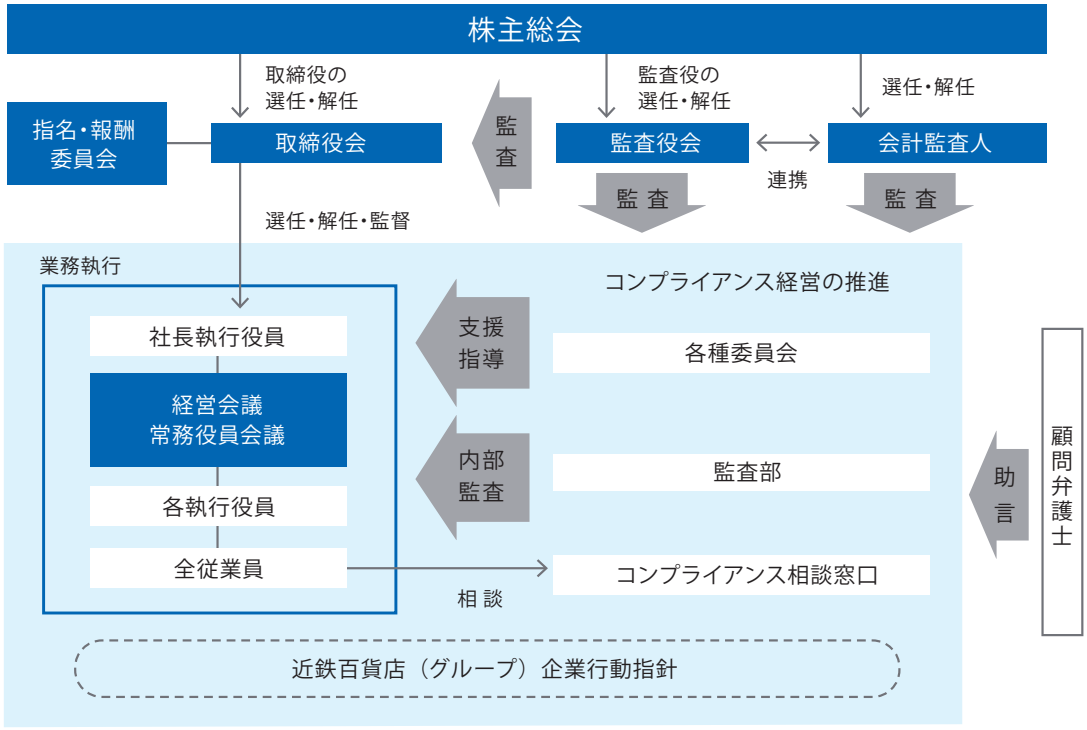
有限責任あずさ監査法人と監査契約を締結しております。



取締役(独立社外)
廣瀬 恭子 氏



監査役(社内常勤)
首藤 恭子 氏



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。2024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、社外取締役からも多くの意見や質問が出ているとともに、議案以外にも若手社員が新たな取り組みの紹介等を説明するなど、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、当社グループの状況についての説明を充実させ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

新規事業のリスク管理

当社は企業の成長、競争力を高めるため従来の枠組みにとらわれることなく新規事業に取り組んでいますが、不確実な要素が多いため、想定されるあらゆるリスクを事前に洗い出し、評価し、対策を講じる体制を強化するため、コンプライアンス推進本部を新設し、様々なリスクに対する検証を行います。

コンプライアンス相談制度

当社グループで働く従業員（お取引先様従業員を含む）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

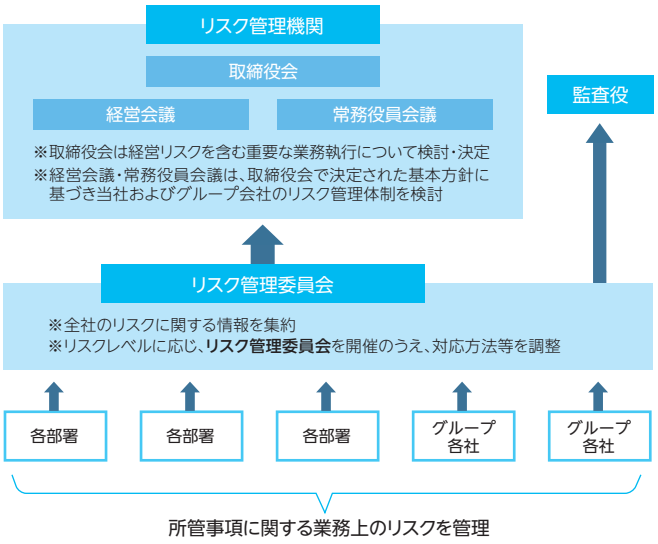
品質表示マニュアルや食品衛生管理マニュアルの整備を通じ、品質管理および衛生管理に取り組んでいます。特に、食の安全・安心に関しては、近鉄グループの（株）くらし科学研究所による定期的な品質チェックのもと、厳しく管理するとともに、「HACCPの考え方を取り入れた衛生管理」をお取引先様との連携により実施し、食中毒を含めた食品事故予防に取り組んでいます。また、厨房調査、表示調査を定期的に実施し、食品衛生管理体制の強化を行っています。

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
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 • お取引先様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
新規事業	• 法律や規制に対する事前確認不足による社会的信用の失墜	• 想定されるリスクに対する事前の洗い出し・検証
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 • 銀行取引以外の資金調達方法の検討
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、%）

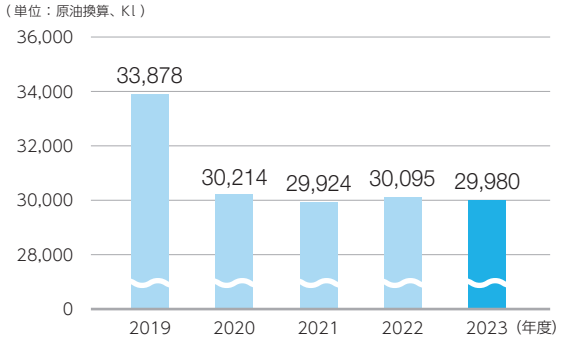
	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
財務数値					
売上高	283,466	218,351	98,146	107,848	**113,506**
売上総利益	65,739	49,454	48,289	53,440	**55,634**
販売費及び一般管理費	61,210	51,475	49,689	51,873	**51,731**
営業利益	4,529	△ 2,020	△ 1,399	1,566	**3,902**
経常利益	4,479	△ 1,293	△ 572	1,945	**3,864**
親会社に帰属する当期純利益	3,225	△ 4,949	△ 775	1,893	**2,777**
包括利益	2,882	△ 4,392	△ 686	2,085	**3,393**
総資産	130,512	123,420	119,384	118,343	**115,364**
株主資本	37,944	32,186	31,765	32,848	**34,963**
純資産	38,843	33,643	33,311	34,586	**37,317**
有利子負債（借入金）	14,688	17,216	16,841	12,584	**6,041**
営業活動によるキャッシュ・フロー	9,999	4,297	2,505	7,564	**10,170**
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 6,925	△ 3,608	△ 3,304	△ 3,022	△ **2,194**
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 3,156	1,481	△ 715	△ 5,403	△ **7,490**
設備投資	6,255	3,534	4,248	2,911	**3,700**
減価償却費	5,982	5,957	6,080	5,947	**5,686**
1株当たり情報					
1株当たり当期純利益（円）	79.87	△ 122.58	△ 19.21	47.38	**69.44**
1株当たり純資産（円）	962.03	833.24	825.03	862.82	**934.5**
1株当たり配当金（円）	20.00	—	—	10.00	**10.00**
財務指標					
売上総利益率	23.2	22.6	49.2	49.6	**49.0**
売上高販管費比率	21.6	23.6	50.6	48.1	**45.6**
売上高営業利益率	1.6	△ 0.9	△ 1.4	1.5	**3.4**
自己資本利益率（ROE）	8.5	△ 13.7	△ 2.3	5.6	**7.7**
総資産営業利益率（ROA）	3.5	△ 1.6	△ 1.2	1.3	**3.3**
自己資本比率	29.8	27.3	27.9	29.2	**32.3**
配当性向	25.0	—	—	21.3	**14.5**

※ 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（2024年2月末現在の連結子会社）

非財務情報

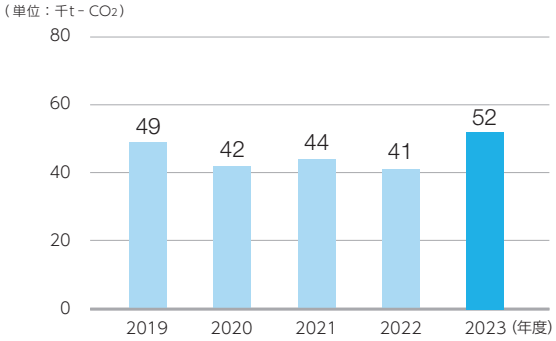
エネルギー使用量

※2023年4月～2024年3月実績



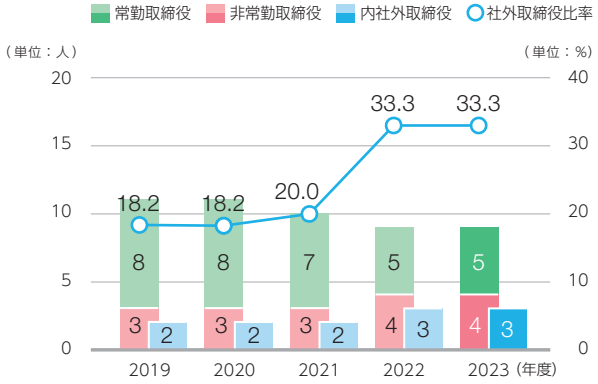
CO_2排出量

※2023年4月～2024年3月実績

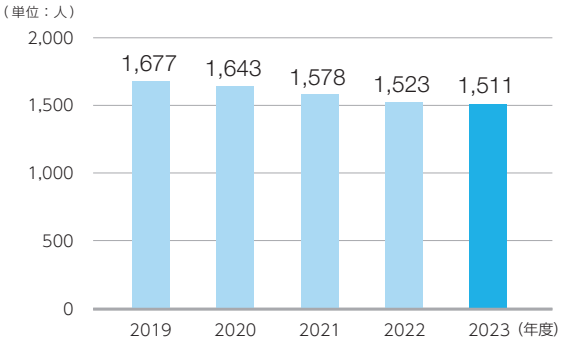


※エネルギー使用量が前年より0.4%減少しているにもかかわらず、CO_2排出量が27.6%増加した要因は、当社が契約している電力会社の電源構成の変化等によりCO_2排出係数が39.5%増加した影響である。

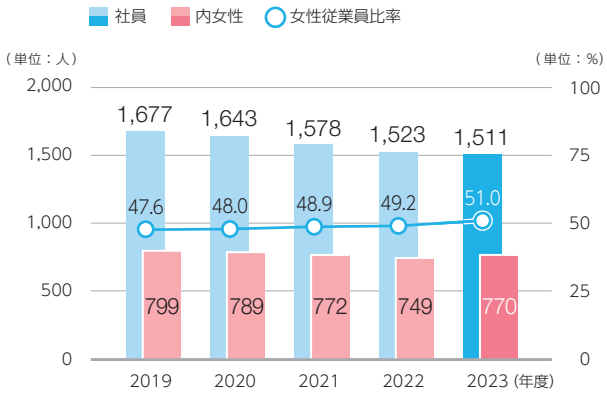
取締役数と社外取締役比率



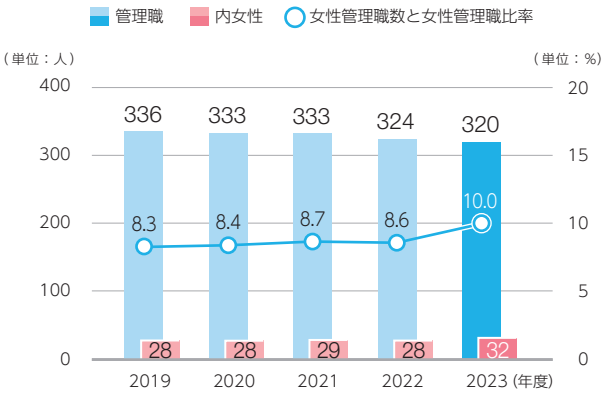
従業員数



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　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／113,506百万円 個別／94,124百万円
従業員数	連結／2,103名(2024年2月末現在) 個別／1,511名(2024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 (2024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	31,139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
日本マスタートラスト信託銀行㈱(信託口)	851	2.1
㈱奥村組	740	1.8
㈱大林組	739	1.8
㈱きんでん	732	1.8
近鉄共栄持株会	716	1.8
㈱近鉄エクスプレス	515	1.3
㈱竹中工務店	440	1.1
㈱三菱UFJ銀行	280	0.7

(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(61,461株)を控除して算出しております。

役員一覧 (2024年5月23日現在)

取締役会長	秋田　拓士
代表取締役社長執行役員	梶間　隆弘
代表取締役専務執行役員	長野　公俊
代表取締役専務執行役員	八木　徹
取締役常務執行役員	北村　浩
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)	首藤　恭子
監査役	井上　圭吾
監査役	笠松　宏行
常務執行役員	吉川　和男
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
執行役員	卯図　直樹
執行役員	清水　一広
執行役員	森永　英昌
執行役員	花川　京子


Kintetsu
近鉄百貨店