





統合レポート2020

Integrated Report







H2O RETAILING

基本理念

地域住民への生活モデルの提供を通して、
地域社会になくてはならない存在であり続けること

グループビジョン

「楽しい」「うれしい」「おいしい」の価値創造を通じ、
お客様の心を豊かにする暮らしの元気パートナー
～地域社会と、子どもたちや地球の未来に貢献したい～

H2O RETAILING

〈 社名の由来 〉

エイチ・ツー・オー リテイリングという社名は、当社グループの基本理念を、地球環境になくてはならない存在である水（H_2O）に置き換えて表現しました。阪急百貨店と阪神百貨店を核に、「競業」と「協業」の中でお客様の暮らしぶりを潤し、洗練された情報を発信し続ける地域社会にとってなくてはならない企業であり続けたいと考えています。

統合報告書 2020

Contents

01 基本理念・グループビジョン

03 H_2Oリテイリンググループ行動規範

04 会社概要・株式概要

05 事業内容

06 事業領域

07 特集
- 新型コロナウイルス対応について

09 トップメッセージ

13 業績ハイライト（連結）

15 安全・安心のために
- 食の安全・安心
- 災害時の安全・安心のために

17 環境への取り組み
- H_2Oリテイリンググループ環境方針
- 省エネの取り組み
- 容器・包装資材削減への取り組み
- リサイクルへの取り組み
- お客様への啓発活動
- 環境データ
- 環境重点目標

21 社会貢献活動
- H_2Oリテイリンググループ社会貢献活動方針
- 事業特性を活かした取り組み

24 自己実現、多様な働き方を目指して
- 人材育成
- サービススキルの向上を目指して
- ダイバーシティの推進
- 人事データ

27 コーポレートガバナンス
- コーポレートガバナンス基本原則
- 企業統治
- コンプライアンス・リスクマネジメント

私たちの行動
（H2Oリテイリンググループ行動規範）

私たちは、すべてお客様のために行動し、お客様の期待と信頼にお応えします。

1 お客様のニーズをいつも的確にとらえ、より良い商品とサービスを提供します。

2 お客様との約束は必ず守り、お申し付けには素早く、誠意をもって対応します。

3 商品、サービス、売場環境すべてに「安全」・「安心」を最優先します。

4 商品やサービスについて、正しく表示し、適切な説明をします。

5 お客様の個人情報は、適正に管理・運用します。

私たちは、誠実に、チャレンジ精神をもって業務に取り組みます。

1 時代の変化に敏感であり、いつも前向きに、自ら考え、自ら実行し、結果を出していきます。

2 社会の規範や法令、就業規則などの会社ルールを正しく理解し守ります。

3 商品、金品など会社の財産や重要な情報を、適切に管理・運用し、不正に利用しません。

私たちは、いつもベストな状態で業務に取り組める職場環境の維持に、全員で取り組みます。

1 コミュニケーション豊かで、風通しの良い明るい職場づくりに努めます。

2 ひとりひとりの個性を大切にし、人権やプライバシーに心配りします。

3 セクハラ、パワハラなどハラスメントや差別につながる行為はしません。

私たちは、公正な取引のルールを守り、お取引先との良好なパートナーシップを築きます。

1 お取引先に対し、優越的な地位を濫用せず、不当な要求をしません。
また、カルテルや談合など不公正な取引はしません。

2 お取引先とは、礼儀正しく、節度あるお付き合いをし、社会の常識を外れた贈答や接待を受けません。

3 著作権や商標権など、他者の知的財産権を侵しません。

私たちは、社会への貢献のために、自ら積極的に行動します。

1 情報を隠さず正しくタイムリーに示し、社内外の利害関係者と良好な関係を築きます。

2 持続可能な社会の実現に向け、環境保護や社会貢献など自ら積極的に行動します。

3 反社会的な組織、団体、個人などからの不当な要求にはいっさい応じません。

会社概要

商号	エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社 H2O RETAILING CORPORATION
本店所在地	大阪市北区角田町8番7号
設立日	1947年3月7日 2007年10月1日 商号変更
資本金	17,796百万円
従業員数(連結)	9,570人
URL	https://www.h2o-retailing.co.jp

主なグループ会社

株式会社阪急阪神百貨店	百貨店の運営
株式会社エイチ・ツー・オー食品グループ	食品事業の経営企画・管理
イズミヤ株式会社	スーパーマーケットの運営
株式会社阪急オアシス	スーパーマーケットの運営
株式会社エイチ・ツー・オーアセットマネジメント	不動産の管理・開発
株式会社阪急商業開発	商業施設の運営
株式会社大井開発	ビジネスホテルの経営

その他のグループ会社に関してはホームページをご覧ください click

取締役・執行役員一覧

取締役会長(取締役会議長)	鈴木 篤
代表取締役社長	荒木 直也
代表取締役副社長	林 克弘
代表取締役	山口 俊比古
取締役	角 和夫
取締役常勤監査等委員	小西 敏允
取締役監査等委員(※)	番 尚志
取締役監査等委員(※)	中野 健二郎
取締役監査等委員(※)	石原 真弓
取締役監査等委員(※)	関口 暢子
常務執行役員	黒松 弘育
執行役員	宇野 賢次
執行役員	今井 康博
執行役員	渡邊 学

※東京証券取引所の定める独立役員として指定しています。

株式概要

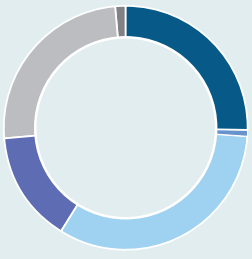
発行可能株式総数	150,000,000株	上場取引所	東京証券取引所	株主数	43,763名
発行済株式総数	125,201,396株	証券コード	8242		

大株主の状況

株主名	持株数(千株)	出資比率(%)
阪神電気鉄道株式会社	14,749	11.93
阪急阪神ホールディングス株式会社	10,336	8.36
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	7,274	5.88
株式会社髙島屋	6,259	5.06
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	5,256	4.25
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口9)	3,528	2.85
イズミヤ共和会	2,737	2.21
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口5)	1,909	1.54
H2Oリテイリンググループ従業員持株会	1,668	1.35
DFA INTL SMALL CAP VALUE PORTFOLIO	1,414	1.14

※出資比率は発行済株式の総数から自己株式(1,558,219株)を除いた数に基づき、算出しています。

所有者別株式分布状況



政府・地方公共団体	0.0%
金融機関	25.3%
金融商品取引業者	0.8%
その他の法人	32.8%
外国法人等	14.9%
個人その他	24.9%
自己株式	1.2%

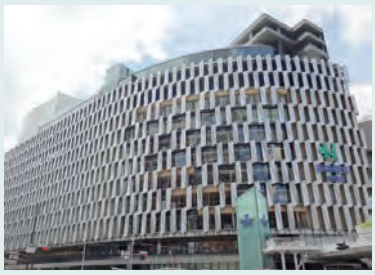
本ページ記載の数字データは、すべて2020年3月31日時点のものです。

事業内容

百貨店事業

阪急阪神百貨店は、阪急百貨店と阪神百貨店、合わせて16店舗の百貨店を運営しています。阪急うめだ本店はモノだけでなく、その背景にあるコト（文化的価値）を提案する「劇場型百貨店」として、当社グループのブランドイメージを発信しています。国内外を問わず広域からの集客を牽引し、西日本最大の売上を誇る地域一番店です。また、阪神梅田本店は2014年より建て替え工事を開始し、2018年に第I期棟が開業、2021年秋のグランドオープンを予定しています。これら両本店をハブ拠点とし、現在、お客様と商品がリアル店舗とデジタルでつながる新しいタイプの百貨店づくりに取り組んでいます。





阪急百貨店	12店舗
阪神百貨店	4店舗

食品事業

当社グループは「食」を重要な分野と捉え、製造・加工から食品スーパーでの販売まで、「食」に関連する一連の事業を展開しています。

イズミヤは、関西エリアを中心に展開し、現在、店舗の建て替え工事やGMS（総合スーパー）から食品スーパーへの業態変更を継続して推進しています。また、阪急オアシスは、「専門性」「ライブ感」「情報発信」をキーワードとした「高質食品専門館」をコンセプトに、京阪神エリアで食品スーパーを展開しています。両社は商品管理やオペレーションの統合を進めることで、競争力の強化と収益の向上を図っています。





イズミヤ	105店舗※
阪急オアシス	78店舗
製造会社	4社

不動産事業

ショッピングセンターの運営や、ビルメンテナンスサービスの提供など、不動産の開発、運営、管理に関連する事業を展開しています。阪急商業開発では、2019年12月に「洛北阪急スクエア」を増床リニューアルオープンしました。



その他事業

ビジネスホテルやコンビニエンスストアなど、小売を中心にさまざまな業態開発に取り組んでいます。食品の個別宅配サービスを行う、阪急キッチンエール関西は、外出自粛による巣ごもり消費の増加に伴い売上を伸ばしています。また、コスメのセレクトショップ「フルーツギャザリング」を展開するエフ・ジー・ジェイなど当社グループ外の商業施設にも出店できる専門店ビジネスの拡大も図っています。

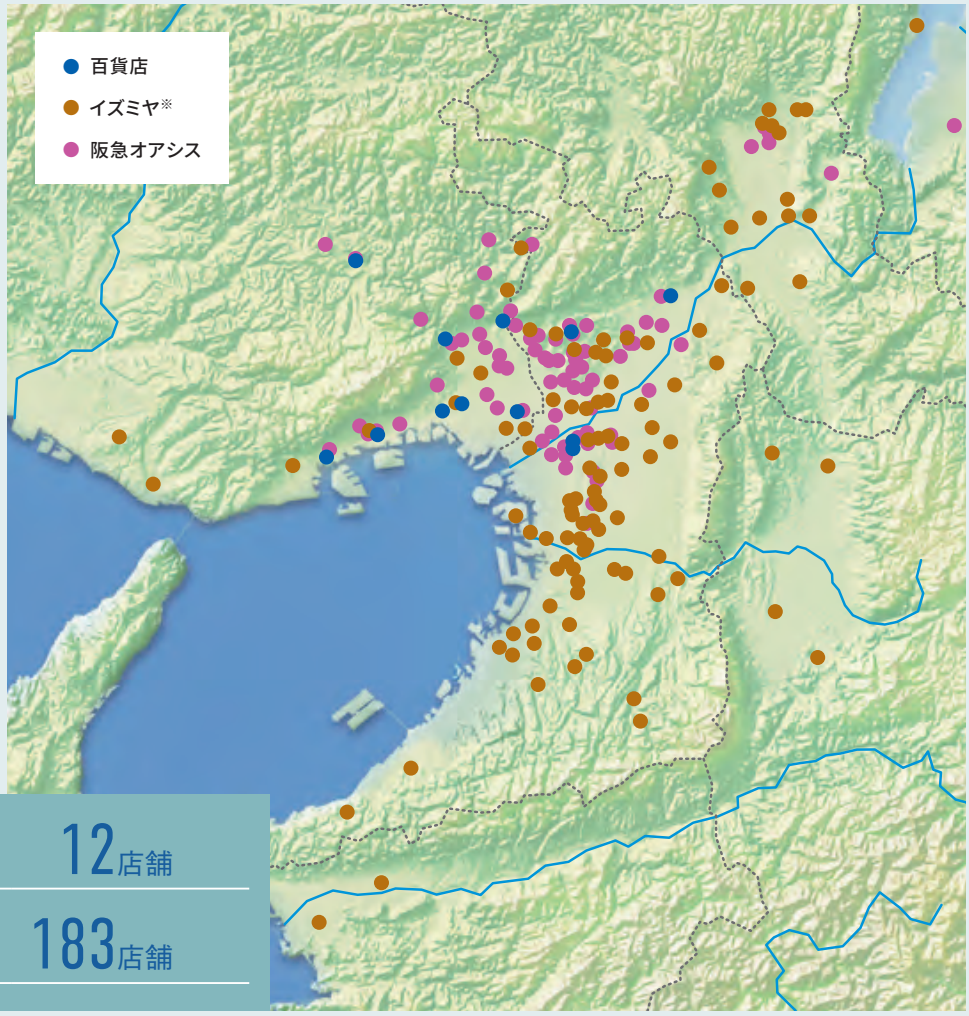


記載の数字データは、日付表記のあるもの以外はすべて2020年9月30日時点のものです。

事業領域

当社グループが基盤とする関西商圏は、約2,000万人の人口を抱える大都市圏です。再開発が進む国内有数の商業激戦区である大阪・梅田エリアを拠点に、コア事業である「都市大型商業」の百貨店と「食品事業」の食品スーパーやGMSなど、合わせて約200店舗を展開しています。両事業の磨き上げと強化を図ることにより関西におけるマーケットシェア拡大を推し進めています。

関西ドミナントエリアにおける店舗数



百貨店	12店舗
食品スーパー・GMS	183店舗

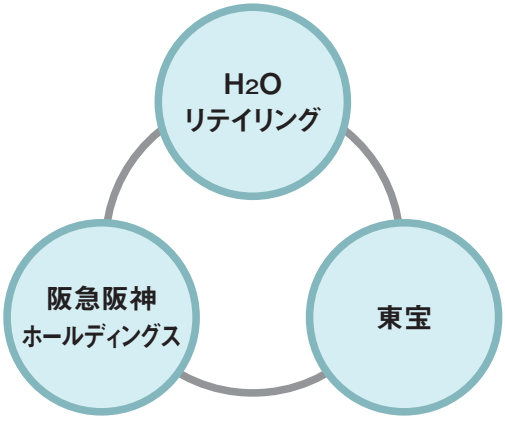
阪急阪神東宝グループ

当社グループは、生活文化を創造する「阪急阪神東宝グループ」の一員です。

阪急阪神東宝グループは、当社及び阪急阪神ホールディングス、東宝を中心に構成される企業グループです。百貨店、スーパーマーケット、都市交通、不動産、ホテル、エンタテインメントなど、さまざまな事業を通して、魅力ある街づくりを進めています。

グループ全社数	202社 5団体
売上高	1兆9,227億円
従業員数	35,627人

（2019年度末時点）



詳しくは、ホームページをご覧ください click

※カナート、H2O商業開発が運営する店舗を含みます。

click このマークをクリックするとホームページが表示されます。

新型コロナウイルス対応記録

社長を本部長とするグループ対策本部を設置し、お客様と従業員の安全を最優先に、感染防止対策や店舗の営業に関する意思決定、および店舗の従業員の感染が判明した場合の対応など、グループとして迅速に行ってまいりました。

また、4月8日に政府の緊急事態宣言が発令された後も、お客様と従業員の安全対策に万全を期したうえで、ライフラインとしての役割を果たすべく、一部の店舗を除き、阪急・阪神両百貨店の本店、支店の食品売場及びイズミヤ・阪急オアシスのほぼ全店で営業を継続してまいりました。

■お客様の安全対策

入店時の検温や、マスク着用、手指消毒など、お客様にもご協力いただきながら、レジ精算や商品購入の列でのソーシャルディスタンスの確保、ビニールシートの設置など飛沫感染防止に努めるとともに、「3密」を避けるために、阪急うめだ本店の祝祭広場をはじめとする集客を目的とした、イベントの開催や大型催事等を当面見合わせることで混雑緩和に取り組んでまいりました。





食品スーパーにおける感染防止対策の様子



阪急うめだ本店入口に消毒液を設置

■従業員の安全対策

従業員通用口においても検温を実施。また、従業員食堂や休憩室、商談スペースなどでは間仕切りを設置し「密」を避けるとともに、後方部門の従業員はリモートワークを実施し、オンライン会議システムを活用して社内外との打ち合わせを行うなど、従業員の健康を守ることにも最大限配慮し続けています。



従業員通用口にサーモグラフィを設置



阪急うめだ本店 従業員食堂

■グループ横断の応援・協力体制

緊急事態宣言期間中は、各社内での応援はもとより、グループ内の業種業態を超えた応援・協力体制を組むことで、グループ全体の従業員が一致団結して、お客様の日々の生活を支えてまいりました。



百貨店の従業員から志願者を募り、グループの食品スーパーを支援

株主総会で初のライブ配信

6月23日に「第101期定時株主総会」を、大阪市北区の梅田芸術劇場メインホールで行いました。今年度は新型コロナウイルス感染防止のため、さまざまな対策を講じての開催となりました。多くの企業が来場を控えるよう呼びかけるなか、当社でも、株主様には書面・インターネットによる議決権の事前行使を強くおすすめしました。また、今回初めて、株主総会の様子を視聴していただけるように、インターネットで動画をライブ配信しました。結果として出席者数を抑え、所要時間の短縮を図ることができました。





第101期定時株主総会

動画の一部は、YouTube でご覧いただけます click

神戸の街からエール

神戸阪急では、新型コロナウイルス感染症医療の最前線で従事している関係者へ感謝の意を表す、神戸市の「＃Light It Blue」に参加。6月11日、18日、25日に店の外壁をブルーにライトアップしました。

また、同店では「神戸から、笑顔の未来へ〜心おどる風が吹く、この街から〜」と題したメッセージツリーを展示。オーナメントとして、神戸阪急でともにお客様へ笑顔を届けてきたアーティストをはじめ、さまざまな分野で活躍する40名以上の方々からメッセージが到着しました。



神戸阪急の外壁をブルーにライトアップ

コンコースウィンドーを3カ月ぶりに再開

阪急うめだ本店の顔でもあるコンコースウィンドーを7月29日、3カ月ぶりに復活。

「お客様の気持ちに寄り添い、お客様を優しく元気にする共感創造空間」というコンセプトに賛同していただいた関西のクリエイターとコラボレーションし、実現しました。

メッセージは「何気ない日常が、輝いて見える」。

写真家、家具職人、舞台・映像美術造形作家、ファッションデザイナー、インテリアデザイナーの5組がそれぞれの世界観を表現しました。



ROGGYKEI 「自然の中で」

click このマークをクリックするとホームページが表示されます。

トップメッセージ

—「楽しい」「うれしい」「おいしい」のお客様の心を豊かに—
多彩な顧客接点を通じ、新たな企業価値の

「地域住民への生活モデルの提供を通して、地域社会になくてはならない存在であり続けること」。当社グループは、この基本理念をもとに関西商圏を主たる経営基盤として、百貨店事業やスーパーマーケット事業を核としたビジネスを展開してまいりました。

新グループビジョンと方向性

2020年4月、社長就任にあたり、事業環境の大きな変化に対応するため、当社グループを貫く新たなビジョンを策定いたしました。

「楽しい」「うれしい」「おいしい」の価値創造を通じ、お客様の心を豊かにする暮らしの元気パートナーであること ～地域社会と、子どもたちや地球の未来に貢献したい～

これは、私たちが提供する価値の本質を追求し、地域のお客様の真の豊かさに貢献していく姿勢を表しています。

当社グループは多様な業態を展開し、お客様と多彩な接点を持っています。この特性を生かし、グループビジョンのもと、日常から非日常、リアル店舗での体験からオンラインでのコミュニケーションまで、顧客との関係を深める新たなビジネスモデルの構築を目指します。

併せて既存コア事業である「都市大型商業」と「食品事業」が提供する本質的な価値「楽しい、うれしい、おいしい」を一層磨き上げていかねばなりません。都市大型商業ではさらに独自性を高めた店舗モデルの構築に取り組み、食品事業においては、イズミヤの分社化とスーパーマーケット事業の再構築を行い、収益力強化を図ってまいります。



新グループビジョン

「楽しい」「うれしい」「おいしい」の価値創造を通じ、お客様の心を豊かにする暮らしの元気パートナーであること
～地域社会と、子どもたちや地球の未来に貢献したい～

目指す方向性

① 多彩な顧客接点を数多く持つ特性を活かしたお客様との新しい関係づくりとビジネスモデル構築
② コア事業「都市大型商業」「食品事業」の磨き上げと強化

アフターコロナの時代認識	デジタル化 オンライン化進行	EC デリバリー 急拡大	コミュニケーション スタイル変化	おうち時間の 再認識	地元・ローカル 意識の高まり	地球・社会・地域・人とのつながりや貢献、仕事観
新たな視点	リアルとデジタルを融合した 新たなビジネスモデル（OMOモデル）開発			ビジョン志向ワークスタイルへの変革		

価値創造により、創出に挑む

代表取締役社長　荒木直也





■ OMOモデルの推進

2020年、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、人々の生活や環境は瞬く間に変化しました。デジタル化の進行やECの拡大、コミュニケーションのオンライン化。さらに、家族や地域社会など身近なコミュニティの見直し、社会や人とのつながり方といった価値観にも変化が現れています。

私たちはこうした新たな生活様式や価値観に対応すべく、新たなビジネスモデル、OMO（Online Merges with Offline）モデルの構築を推進。オンラインとオフラインを融合させ、リアル店舗だけでなく、いつでもどこでもお客様とつながるコミュニケーションを軸に新たなビジネスモデルの開発を目指します。

求められるものを提供するだけでなく一歩先の「未来価値」を創造し、当社グループならではのOMOモデルを通じて価値提供を図ります。すでにオンラインでの「阪神大ワイン祭」や調理を実演する「ライブキッチン」、Zoomを使ったライブコマースなどの試みも開始し、

大きな手応えを得ています。

また、今後は、新たなビジネスモデルと連動したワークスタイルの変革も進めてまいります。従来型の定型業務をデジタルテクノロジーの活用により合理化・省力化を行い、私たちのビジョンの実現につながる価値創造型業務へとシフトしてまいります。


阪神梅田本店「ライブキッチン」

長期事業計画「GP10」の進捗

当社グループでは、小売業を取り巻く環境の変化に迅速に対応し、長期的な方向性を意識した経営を行っていくため、2005年度より、事業規模と利益を拡大し続ける（Growth & Profit）ための10年タームの長期事業計画「GP10（グランプリテン）計画」を策定しています。

■GP10-Ⅰ（2005年-2014年）

2005年度から2014年度までの「GP10計画 ステージⅠ」では、「百貨店事業の強化」として当社グループのフラッグシップ店舗である阪急うめだ本店の建て替えや、支店のスクラップアンドビルドに着手し、百貨店事業の確立に注力しました。

■GP10-Ⅱ（2015年-2024年）

2015年度から開始した「GP10計画 ステージⅡ」では、「関西ドミナント化戦略」として、日常生活から非日常のハレの日まで対応する、百貨店と食品スーパーによる店舗ネットワークを構築し、顧客との接点を増やすことにより、マーケットシェアの拡大を図りました。

2015年度から2018年度までの中期計画「GP10-Ⅱ フェーズ1」では、阪急うめだ本店の広域集客力の強化および阪神梅田本店建て替え着手、「そごう神戸店」および「西武高槻店」の事業承継、食品事業の構築に向けたイズミヤの店舗再編、グループの電子マネー「litta（リッタ）」や関西エリア共通ポイント「Sポイント」の立ち上げを行ってきました。

2019年度からの「GP10-Ⅱ フェーズ2」では、「都市大型商業の強化」、「SM運営プラットフォーム構築」、「イズミヤGMSの事業モデル転換」の重点方針のもと、阪神梅田本店の建て替え計画を進める一方で、神戸阪急、高槻阪急の立ち上げ、イズミヤの分社化によるSM事業特化と旧イズミヤのSC化など、それぞれの取り組みがほぼ予定通り進捗いたしました。

■次のステージへ向けて

2021年度までの「GP10-Ⅱ フェーズ2」では、新たなグループビジョンと社会変化を踏まえ、重点施策を推進してまいります。

1 都市大型商業の強化
阪神梅田本店建て替え → OMOモデルへ
神戸阪急・高槻阪急リモデル
千里中央大型開発

2 イズミヤの分社化／スーパーマーケット事業再構築
組織・仕入・オペレーション統合による基盤づくり
店舗モデル再構築による標準化・省力化推進とマーケット対応力強化

3 イズミヤGMSの事業モデル転換
旧イズミヤのテナント化推進

4 ビジネスエコシステムの構築
リアル店舗とデジタルを融合した顧客との新しい関係づくりとビジネスモデル化（OMOモデル）

この度の新型コロナウイルス感染症拡大は、当社グループが街のランドマークとして、またライフラインとして、お客様に必要とされていることを強く意識する機会ともなりました。私たちは、新たな体制のもと、「楽しい、うれしい、おいしい」を合言葉に、店舗とオンラインを融合したさまざまな形で関西エリアを中心に地域のお客様と関係を深めていくことにより、当社グループならではの価値創造とビジネスモデル化に取り組んでまいります。ステークホルダーの皆様には、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。

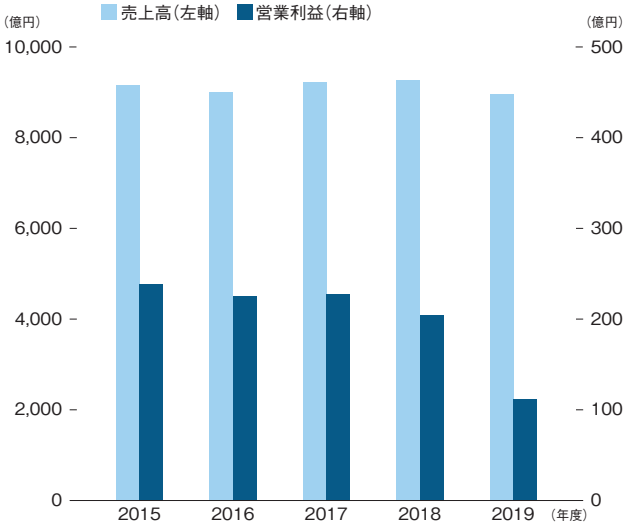
業績ハイライト(連結)

主要財務データ

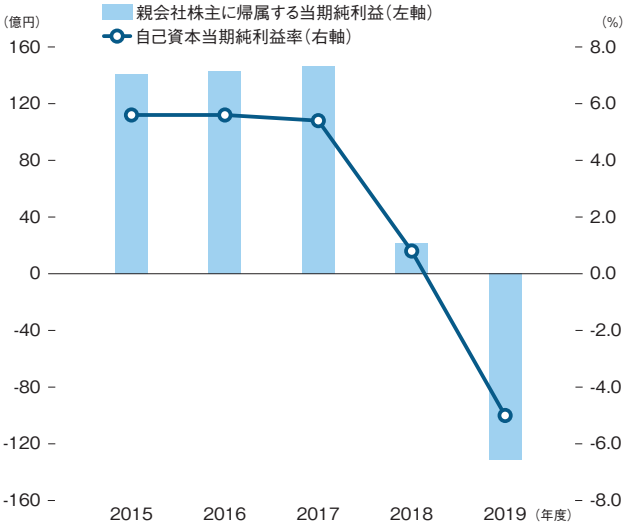
単位：百万円

年度	2015	2016	2017	2018	2019
決算年月	2016年3月期	2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期
会計年度					
売上高	915,690	901,221	921,871	926,872	897,289
営業利益	23,825	22,542	22,765	20,422	11,171
経常利益	23,060	21,725	24,272	21,376	11,831
親会社株主に帰属する当期純利益	14,053	14,298	14,636	2,162	△13,150
設備投資	20,110	28,060	26,443	32,039	35,125
減価償却費	16,230	15,857	16,223	17,399	18,519
営業活動によるキャッシュ・フロー	24,539	38,742	32,739	15,392	9,871
投資活動によるキャッシュ・フロー	5,852	△25,325	△35,492	△36,682	△22,451
財務活動によるキャッシュ・フロー	△26,207	21,703	△13,812	9,581	△16,440
会計年度末					
純資産	252,587	264,323	280,807	279,603	244,634
自己資本	251,554	263,220	279,569	278,364	243,317
総資産	595,247	639,305	659,582	663,335	586,904
1株当たり情報					
純資産(円)	2,038.83	2,131.97	2,263.95	2,252.28	1,967.90
当期純利益(円)	113.93	115.84	118.54	17.50	△106.38
配当金(円)	35.00	40.00	40.00	40.00	40.00
財務指標					
営業利益率(%)	2.6	2.5	2.5	2.2	1.2
自己資本比率(%)	42.3	41.2	42.4	42.0	41.5
自己資本当期純利益率(%)	5.6	5.6	5.4	0.8	△5.0
総資産経常利益率(%)	3.8	3.5	3.7	3.2	1.9
連結配当性向(%)	30.7	34.5	33.7	228.5	—

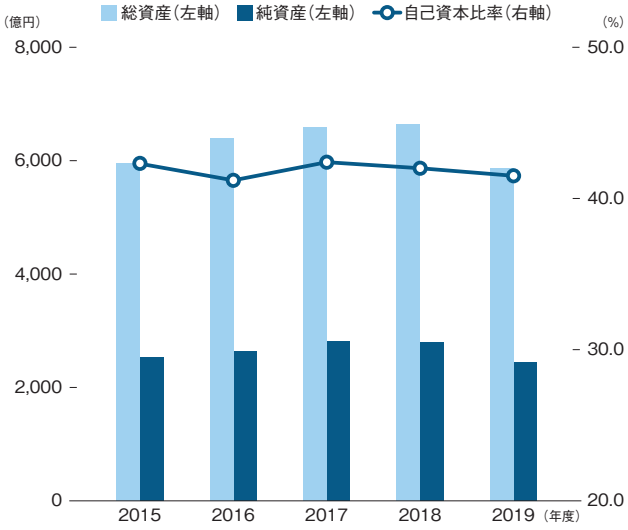
売上高及び営業利益



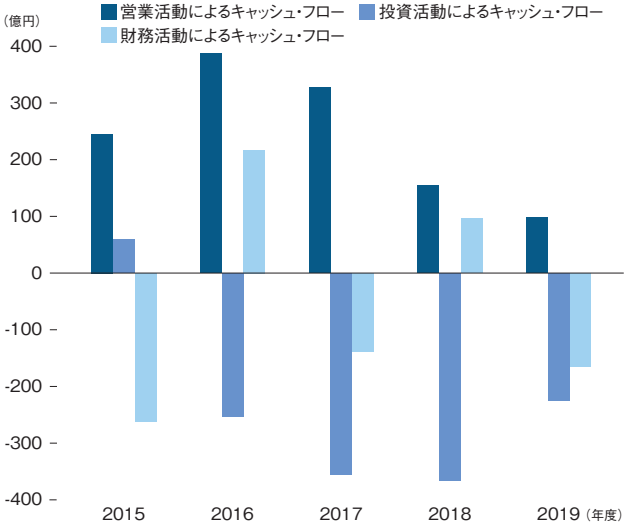
親会社株主に帰属する当期純利益及び自己資本当期純利益率（ROE）



総資産、純資産及び自己資本比率

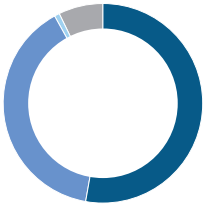


キャッシュ・フロー



セグメント別データ

売上高（連結）の構成比（2019年度）



百貨店事業	53%
食品事業	39%
不動産事業	1%
その他事業	7%

売上高・営業利益の状況（2019年度）

百貨店事業	売上高	4,732億円	前期比	95.7%
	営業利益	115億円	前期比	64.2%
食品事業	売上高	3,541億円	前期比	96.3%
	営業利益	△25億円	前期比	—
不動産事業	売上高	87億円	前期比	99.9%
	営業利益	41億円	前期比	96.7%
その他事業	売上高	612億円	前期比	109.4%
	営業利益	29億円	前期比	57.7%

※セグメント別売上高は外部顧客への売上高

SAFETY AND SECURITY

安全・安心のために

当社グループでは、お客様に安心してお買物をしていただけるよう、
商品の品質管理を徹底するための体制の整備に取り組むとともに、
お客様・従業員の安全・安心のために、
地震をはじめとした自然災害発生に対する
取り組みを重視しています。



食の安全・安心

高水準な品質管理体制

「グループ食品衛生品質管理推進委員会」を設置し、グループ全体の品質管理体制の整備や法改正への対応に向けた検討等を行い、食品事故の未然防止に取り組んでいます。

阪急阪神百貨店

店頭商品に関しては、定期的に抜き打ちの細菌検査を実施するとともに、お取引先の工場については外部機関による第三者点検を年1回、店内厨房については年2回実施し、結果が芳しくない場合は改善書の提出を求め、品質向上に取り組んでいます。

イズミヤ

イズミヤが製造委託・販売するプライベートブランド(PB)「スタイルワン」及び店内加工食品は、開発段階から一貫して品質管理を徹底し、販売しています。店舗の食品加工室については年2回衛生管理状況の検査を実施しています。

阪急オアシス

商品統括室に商品管理担当を配置し、PB商品の開発から販売まで定期的な品質チェックを行っています。また、内部監査部が品質表示や厨房食品衛生等の巡回点検を実施し、品質管理の徹底を図っています。

食の安心ネット「QUALITA(クオリタ)」

阪急・阪神両百貨店のお中元・お歳暮のギフトカタログ掲載商品や阪急オアシスのPB商品「阪急の味」などの原材料や産地、商品に含まれるアレルギー物質(※)、添加物、賞味期限、保存方法、栄養成分といった情報を、パソコンやスマートフォンから簡単にお調べいただくことができ、安心してお召し上がりいただけます。

※アレルギーの情報は義務表示の7品目に加え、推奨表示の21品目も表示しています。

食品製造工場での品質管理

パンの製造を行っている阪急ベーカリー・高槻工場では、オランダの安全認証団体による食品安全マネジメントシステムに関する国際規格である『FSSC 22000』を取得しています。

また、惣菜など加工商品の製造を行っている阪急デリカアイ・池田工場及び南港工場では、HACCPに即した品質管理を徹底し、『大阪府版 食の安全安心認証』を取得し、安全・安心な商品の提供を行っています。



阪急ベーカリー 高槻工場

有機栽培の野菜づくり
「阪急泉南グリーンファーム」

素材本来のおいしさが実感できる安全・安心な「サラダ野菜」を提供したいという想いから2003年に大阪府泉南市に(有)阪急泉南グリーンファームを設立し、大阪府泉南市、田尻町、和歌山市で有機栽培の野菜づくりに取り組んでいます。現在はレタスやベビーリーフ、サラダケールなどサラダ野菜を中心に、有機野菜や農薬を慣行基準の50%以下に減らした栽培に取り組み、グループの百貨店や食品スーパーだけでなく、グループ会社以外にも出荷しています。



阪急泉南グリーンファーム

災害時の安全・安心のために

当社グループでは、百貨店や食品スーパー・GMSをはじめ不特定多数のお客様が来店される商業施設を多数運営していることから、地震をはじめとした自然災害発生に対する取り組みを重視しています。特に、2018年の大阪北部地震など、近年相次ぐ多くの自然災害への対応の反省から、災害発生時の初動対応マニュアルの見直しに着手し、速やかに事業を継続・復旧できる体制づくりを進めています。

【災害時の対策】

阪急阪神百貨店

● 防災訓練

誰もが指揮者になり、また、他の者の役割も担えるように、特にお客様の来店が多い阪急・阪神両本店では、毎週、テーマ(緊急地震速報訓練、消防避難誘導訓練 等)を定め、防災訓練を実施しています。2016年度からは、南海トラフ地震を想定した津波避難訓練も取り入れ、「南海トラフ地震対応行動マニュアル」を策定し、備えを行っています。また、全社員に携帯用の「災害時対応ポケットマニュアル」を配布し、防災意識の向上に取り組んでいます。また、普通救命士育成の講習会や応急手当講習会なども開催し、1,400名を超えるスタッフが受講しています。

● 多様なお客様・従業員への対応

外国人観光客の多い都心店舗においては、緊急地震速報や避難誘導の多言語化を実施しています。また、全店舗で帰宅困難者対策としての災害備蓄品を拡充し、災害発生時の対策を強化しています。

イズミヤ・阪急オアシス

地震対策マニュアルの策定に加え、各店において消防訓練や地震訓練を定期的に実施しています。また、災害時における物資や避難場所等の提供に関して、出店地域の自治体と災害支援協定を締結しています。

- **イズミヤ:9自治体**
  (大阪府、京都府、奈良県、神戸市等)
- **阪急オアシス:7自治体**
  (大阪府、豊中市、箕面市、西宮市等)

このほか、当社及び主要な子会社では、従業員の安否確認のための安否確認システムや本部間連絡用にIP無線電話、LINE WORKS、および百貨店の全従業員を対象にしたWeb掲示板を導入し、災害発生時の迅速な安否確認と情報連絡が可能な体制を取っています。

ENVIRONMENT

環境への取り組み

美しい地球環境を次世代に引き継ぐことは私たちの使命と考え、
事業活動を通じて、環境保全活動を推進しています。
エネルギー効率の高い設備の導入などハード面での取り組みに加え、
小売という事業特性を活かし、
来店されるお客様とともにできる活動も推進し、
CO_2削減に貢献していきたいと考えています。



H_2Oリテイリンググループ 環境方針

地球環境貢献活動を実施するにあたっては、当社グループ行動規範に則って、以下にかかげる地球環境の保全に資する活動を推進していきます。

環境マネジメントの構築

事業活動により発生する環境負荷を低減するため、環境マネジメントの推進体制を整え、以下の項目について、独自の数値目標を設定し、その達成に努めます。

- CO_2排出削減、省エネルギー・省資源
- 廃棄物削減とリサイクル
- グリーン購入

環境保全活動の推進

事業特性を活かして、環境問題の解決に資する活動を推進していきます。

- 環境に配慮した商品及びライフスタイルの提案
- 地域社会と連携した環境保全活動
- 森林・水資源の保護など、自然保護活動

啓発活動と情報開示

環境方針を全従業員に周知徹底するとともに、活動の内容や成果について積極的に情報開示していきます。

省エネの取り組み

百貨店や食品スーパー・GMSの基本照明のLED化やエネルギー効率の高い省エネ設備機器への切り替え促進を行っていくことで、店舗のCO_2排出量の削減に取り組んでいます。

照明のLED化

阪急阪神百貨店では、売場照明のLED化を進めており、2018年6月にオープンした阪神梅田本店第I期棟の新築部分の売場天井照明は全てLEDを使用しています。（第I期棟オープン前LED化率29%）

阪急阪神百貨店全店 LED照明設置の推移

	2017年度	2018年度	2019年度
LED化率	51%	61%	55%※
削減効果（前年度比）	△360kW	△110kW	△210kW

※2019年度より神戸阪急、高槻阪急のデータを含む

食品スーパーでの省エネ対策

食品スーパーでは、照明のLED化に加え、冷蔵・冷凍ケースなどの店内設備の省エネ化も推進しています。新規出店の際は、冷凍リーチインショーケース（ガラス扉付きショーケース）の導入や照明のオールLED化、省エネ制御機器の導入などを基本とし、既存店においても、これらの省エネ機器を順次導入しているほか、放冷防止のため、冷蔵オープンケースの夜間カーテンを設置するなど、細かな省エネ対策にも取り組んでいます。

排出権を活用したCO_2削減

イズミヤでは、有料レジ袋の収益金やお客様参加型懸賞キャンペーンの実施、排出権付PB商品の販売等により、排出権を購入してCO_2を削減する取り組みを行っています。2019年度は、宮城県や岩手県をはじめとしたクレジットを購入し、日本政府へ無償譲渡しました。

2019年度 排出権購入量	1,743t（前年1,190t）

容器・包装資材削減への取り組み

当社グループは包装資材の見直しを適宜実施し、素材の軽量化や環境に配慮した包装資材の利用に取り組んでいます。2020年7月1日以降はレジ袋の有料化など、お客様へご協力もお願いしながら、包装資材の削減に向けた取り組みを推進しています。

容器回収による資源の有効活用

イズミヤ及び阪急オアシスでは、食品トレーや牛乳パック、ペットボトル、アルミ缶などの回収を行っています。回収されたトレーはリサイクル業者で再生され、その再生トレーを購入し再利用しています。イズミヤでは食品売場（農産・畜産・水産・日配・惣菜）の使用トレーのうち、約56%で再生トレーが使用されています。

リサイクルへの取り組み

食品廃棄物のリサイクル

阪急阪神百貨店、イズミヤ及び阪急オアシスでは、店舗で排出される食品廃棄物発生の抑制に加えて、廃棄物を燃料や飼料へとリサイクルする取り組みを推進しています。イズミヤ桂坂店では、店舗で発生した食品廃棄物等を飼料化し、それらで生産した鶏卵を店舗で販売するリサイクルループに取り組み、経済産業省・農林水産省・環境省の認定を受けています。

食品リサイクル率（2019年度）		
	阪急阪神百貨店	55.4%
	イズミヤ	48.3%
	阪急オアシス	37.1%

「循環型社会への対応」を目指したリサイクル事業

カンソーでは「循環型社会への対応」を目指し、リサイクル事業を行っています。カンソーの津守エコセンター（大阪市西成区）では、グループ会社や他社より納入された発泡スチロールを粉砕・溶融・板ブロック化し、また、各店でお客様より回収した飲料缶、牛乳パックなどをプレスするなどして、それぞれ再資源化し、リサイクルしています。また、紙・期限切れ重要帳票などのリサイクルも行っています。津守エコセンターは、ISO14001の認証も取得し、循環型社会への取り組みを推進しています。

お客様への啓発活動

イズミヤでは、6、10月を環境への取り組み強化月間「エコ月間」として、イズミヤのお客様や近隣の子ども達への啓発活動を行っています。

エコ学習会や環境啓発イベントの開催

近隣の子ども達に自然・環境の大切さを伝える「エコ学習会」を開催し、イズミヤの環境への取り組みを、実例を交えてお伝えしています。

2019年度	開催回数 81回	参加人数 2,810人

また、2019年9月には、阪急オアシス、全農パールライス・サントリーフーズとの共同企画の食育イベントとして、京都府福知山市で稲刈り、同宇治市でお茶作り体験バスツアーを実施、10組40名様のご家族にご参加いただきました。


稲刈りの様子

環境データ（2019年度）

INPUT	阪急阪神百貨店	イズミヤ	阪急オアシス
対象店舗数	16	82	78
エネルギー（総量）（kl）	42,262	48,819	21,782
電気（千kWh）	141,574	171,617	81,999
ガス（m^3）	1,874,821	4,025,686	988,887
水（総量）（m^3）	883,241	937,187	343,885
包装資材（総量）（t）	1,424	2,186	1,390
紙袋（t）	803	39※1	46※2
包装紙（t）	118	19	—
レジ袋（t）	129	624	239
トレー・ラップ（t）	128	1,504	1,035
その他（t）	246	—	70

※1 紙容器を含む
※2 紙容器・包装紙を含む

OUTPUT	阪急阪神百貨店	イズミヤ	阪急オアシス
CO_2排出量（t-CO_2）	62,554	85,129※3	43,940
廃棄物（総量）（t）	13,340	20,484	12,269
リサイクル（総量）（t）	8,037	13,251	6,616
段ボール（t）	4,478	11,245※4	5,596
紙類（t）	667	—	28
プラスチック（t）	490	691	324
食品廃棄物（t）	2,139	3,390	668

※3 2017年排出量係数より
※4 紙類を含む

店頭回収	阪急阪神百貨店	イズミヤ	阪急オアシス
トレー（t）	1.6	176	240
牛乳パック（t）	1.2	168	66
ペットボトル（t）	4.0	418	359

環境重点目標（2019年度）

阪急阪神百貨店

重点項目	2019年度環境目標	実績値	評価	2020年度環境目標
省エネルギー エネルギー使用量原単位	0.0253※1	0.0245	○	0.0243
省資源 容器包装使用量原単位	3.06※2	3.01	○	2.98
廃棄物のリサイクル向上 食品廃棄物のリサイクル率	62.6%	55.4%	×	56.4%

※1 総使用量（kl換算）／延床面積×営業時間　※2 総使用量（kg）／売上（百万円）

イズミヤ

重点項目	2019年度環境目標	実績値	評価	2020年度環境目標
省エネルギー 店舗：CO_2	2013年度比 21%削減 （CO_2換算）	35.7%削減 （CO_2換算）	○	2013年度比 22%削減 （CO_2換算）
省エネルギー 本社：電力使用量	2013年度比 21%削減	23.4%削減	○	2013年度比 22%削減
省資源 マイバッグ持参率	54.0%	60.8%	○	78.0%

阪急オアシス

重点項目	2019年度環境目標	実績値	評価	2020年度環境目標
省エネルギー エネルギー使用量原単位	0.0253※3	0.0264	×	0.0253
省資源 マイバッグ持参率	62.0%	65.0%	○	70.0%
廃棄物のリサイクル向上 食品廃棄物のリサイクル率	44.8%	37.1%	×	44.8%

※3 総使用量（kl換算）／延床面積×営業時間



SOCIAL ACTION PROGRAM

社会貢献活動

人々の生活を豊かにし、社会の発展に寄与することは、
当社グループの重要なミッションのひとつです。
地域社会の一員として、
地域住民の方々との交流を図ると同時に、
文化支援から災害支援にいたるまで、
さまざまな活動を実施しています。
こうした貢献活動を通しても、地域社会になくてはならない
企業グループであり続けたいと考えています。

H2Oリテイリンググループ 社会貢献活動方針

社会貢献活動を実施するにあたっては、当社グループ行動規範に則って、以下にかかげる重点領域と実施基準を勘案しながら、社会的な課題の解決に資する活動を推進していきます。

重点領域

- 地域社会への貢献
- 地球環境の保全
- 未来を担う子ども達への支援
- 文化・芸術・スポーツ振興への支援
- 災害支援

実施基準

- 経営資源・事業特性を活かせること
- 継続的に取り組めること
- 活動後の効果を検証し、見直し、改善が図れること

事業特性を活かした取り組み

当社グループでは、年間およそ5,000万人のさまざまな世代のお客様が来店される阪急うめだ本店をはじめ、大型商業施設を多数運営していることから、各店の“集客力”や“メディア性”を活かし、お客様への啓発活動や情報発信に取り組んでいます。

チャリティーネットワーク H2Oサンタ

「誰もが誰かのサンタになれる」を合言葉に“子ども支援”をテーマとして、2012年よりH2Oサンタの活動を開始（2015年に法人化）。店頭などで社会貢献団体の活動内容やボランティア情報をご紹介し、さまざまな社会貢献団体とお客様をつなぐことで、チャリティーの文化を創造する活動に取り組んでいます。



主な活動

1 社会貢献団体と連携した啓発・募金活動

阪急うめだ本店・神戸阪急・高槻阪急で社会貢献団体の活動をパネルや動画でご紹介し、その場で寄付ができる「H2Oサンタ チャリティーガイド」を常設。阪急うめだ本店祝祭広場では、多数の団体をお招きし、トークイベントやクイズラリーでご紹介する「NPOフェスティバル」や、毎週土曜日にはインタビュー形式で社会貢献団体の活動内容をご紹介する「チャリティートークイベント」を開催しています。また、子育てファミリーが集う「ロハスフェスタ万博」にブース出展するなど活動を拡大しています。



H2Oサンタ　チャリティーガイド



H2Oサンタ　チャリティートークイベント

2 寄付のためのイベント

子ども支援や被災地支援を目的に「チャリティーダンスフェスティバル」や「チャリティーコンサート」を実施。入場料や会場内の募金箱で集まった金額を寄付しています。



チャリティーダンスフェスティバル

3 ボランティアの仲介

H2Oサンタのホームページやイベントで、好きなことや得意なことをボランティア活動に活かしたいという思いを持つ方々と社会貢献団体をつないでいます。また、従業員のボランティア活動への参加も支援し、これまでの参加者は延べ550名を超えています。



水泳の得意な従業員による障がい児の水泳補助ボランティア

4 調査・発表

子どもを取り巻く問題の現状把握のため、定期的に専門家や社会貢献団体の方を取材し、冊子やブログで紹介しています。また、子ども支援に関する社会課題解決のスピードアップを図るためのひとつの場を提供する目的でシンポジウムも開催しています。

H2Oサンタの活動の詳細は、ホームページをご覧ください click

click このマークをクリックするとホームページが表示されます。

GOOD FOR THE FUTURE

阪急うめだ本店では、2019年10月、サスティナビリティに着目し、“子どもに残そう幸せな世界”をテーマに全館イベント「GOOD FOR THE FUTURE」を開催しました。

9階うめだホールでは、ファッションを通して環境問題にメッセージを発信しているデザイナー ステラ・マッカートニー氏による「サスティナビリティトークショー」をはじめ、祝祭広場の「WORLD GOOD MARKET」では、不用とされたパラグライダーの生地をアップサイクルしたウエアや、ミニマムなデザインが特徴で、生分解性を多く持ったスウェーデン生まれの歯ブラシなど世界のサスティナブルな取り組みを紹介。また、循環型社会を目指した「衣料品回収キャンペーン」などを実施しました。期間中は、普段、百貨店を利用しない若年層の来場も多く関心の高さが伺えました。





衣料品回収キャンペーン

Hankyu PLATFARM MARKET

阪急うめだ本店食品売場では、「作り手の方々、お客様とともに『おいしさ』を未来につなぐ」を合言葉に、「文化継承」「地域創生」「環境保全」といった食の未来を考える作り手達が集結する、都市型・室内型ファーマーズマーケット「Hankyu PLATFARM MARKET」を2019年10月よりスタートさせました。

毎月5日間開催されるこのマーケットでは、作り手の方々とのふれあいだけでなく、トークショーやセミナーの開催、その場でお楽しみいただけるイートインコーナーの設置など、さまざまな体験を通じて食の物語をお伝えし、ご好評をいただいています。また、冊子「Food PRESS」や特設ホームページ、インスタグラムでの発信や、オンラインショップの開設による販路の拡大に加え、2020年10月からは、毎月届く「美味しさ定期便」の販売や、インスタグラム「IGTV」による動画配信など、精力的に活動しています。

今後は作り手との協業による産品プロデュース、大学との産商学協業での取り組みなど更に活動の場を広げ、作り手の方々・お客様とともに豊かな食と食文化を未来につなぐプラットフォームを目指してまいります。





Hankyu PLATFARM MARKET売場

Hankyu PLATFARM MARKETの詳細は、ホームページをご覧ください click



DIVERSE WORK STYLES

自己実現、多様な働き方を目指して

最大の経営資源といえる「人材」の育成強化に加え、
多様な価値観を持つ従業員一人ひとりが働きやすく、
個人の能力を最大限に発揮できる環境や
仕組みづくりに取り組んでいます。

人材育成

当社グループでは、仕事を通じた個人の自己実現に向け個人の能力を発揮することが、新しい価値の創造や変化対応の原動力となり、企業の価値向上にもつながっていくと考えます。そのため、社員一人ひとりが自身のキャリアプランを考え、実現していくための人材育成プログラムや各種サポートを行っています。

阪急阪神カレッジの開設

阪急阪神百貨店では、自らがレベルアップを目指し、自律したキャリア意識をもって学び続けるために、さまざまな能力開発メニューを取り揃えた「阪急阪神カレッジ」を開設しています。階層や役割に応じたこれまでの教育プログラムに加え、リーダーシップやコーチングなどのビジネススキルや年代に応じたキャリアサポート研修など多様な能力開発プログラムを用意することで、学び続ける風土づくりを推進しています。

社内ライセンス制度

阪急阪神百貨店では、お客様に「プロ販売員」として信頼されるアドバイザーを目指すために社内ライセンス制度を設けています。社内ライセンス保有者は1,614名（2020年3月31日時点）にのぼり、自発的なチャレンジが販売員の技術力とモチベーションの向上に繋がっています。

主な社内ライセンス

- コーディネートアドバイザー（婦人服・紳士服）
- シューアドバイザー
- しきたりアドバイザー　など

充実した研修センター

グループ各社が利用することができる研修施設（舞洲スクール）を備えています。研修内容に応じて、フレキシブルに使用できる大教室をはじめ、宿泊機能も備えており、最大で130名が一度に利用することができます。専用施設により集中度の高い研修を行うことができるだけでなく、参加者どうしのコミュニケーションを深める場としても、多くのグループ各社が活用しています。

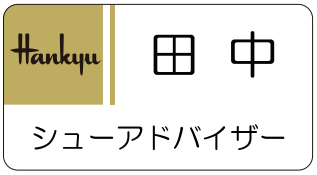
また、イズミヤや阪急オアシスにおいても、各社専用の研修センターを開設しており、農産・畜産・水産・デリカなどの加工技術に加え、陳列技術やレジ業務などの実践的な内容を学べる研修メニューを充実させています。

click このマークをクリックするとホームページが表示されます。

サービススキルの向上を目指して

金ネーム制度

阪急阪神百貨店では、お客様の期待を超えるサービスを提供できる販売員の育成を目的とし、金ネーム制度を導入しており、接客覆面審査など厳しい審査を経て認定された金ネーム販売員は1,625名（2020年3月31日時点）にのぼります。金ネーム販売員は、特別なネームや名刺が付与されるほか、外部講師による講演会への参加など各種特典が与えられ、さらなるサービス力向上につながっています。



金ネーム（見本）

ロールプレイングコンテスト

阪急阪神百貨店では、販売員の接客技術・知識・マインドのレベルアップを図っていくため、各店でロールプレイングコンテストを開催しています。15分でお客様のライフスタイルやニーズを聞き出し、適切な商品をどのように提案できるかが評価のポイントとなり、毎回、レベルの高い接客が繰り広げられています。2020年3月には初めて外商員を対象に「カスタマーディライトコンテスト」を開催しました。


ロールプレイングコンテストの様子

報奨制度

阪急阪神百貨店では、全ての販売員・スタッフの中から売上やサービス向上、業務改善などを目指して「頑張る人」を報奨する制度を設けています。四半期毎に優秀な成果をあげた個人や売場を表彰し、その中から報奨委員会で特別表彰者を決定しています。

ダイバーシティの推進

小売業を主要な事業とする当社グループにおいて、特に女性の活用は積極的に推進していくべきだと考えており、女性の登用をはじめ、出産・子育てなどライフステージにあわせた働き方をサポートする仕組みづくりや意識改革等に取り組んでいます。

女性の活躍推進

当社グループでは、現在、合計8名の女性が執行役員に就任しています。

阪急阪神百貨店では、女性管理職は53名で全管理職に占める割合は微減となりましたが、マネージャー職は471名となっており、女性比率が増加傾向にあります。今後も個人のキャリア志向と適性を踏まえ積極的に登用してまいります。

	女性管理職 （　）前年	全管理職に占める割合 （　）前年
阪急阪神百貨店	53名（52名）	14.4%（15%）
イズミヤ	30名（24名）	9%（9%）
阪急オアシス	13名（13名）	8.3%（9%）

（2020年3月31日時点）

働きやすい環境

小売業で主となるシフト勤務の中でも、出産や子育てといったさまざまなライフステージにある従業員にとって働きやすい環境を整えるため、阪急阪神百貨店をはじめグループ各社でさまざまな制度を整備しています。

阪急阪神百貨店における主な制度

仕事と育児の両立推進

仕事と育児を両立させながらキャリアを継続できるように、法定を上回る各種制度を設けています。



❶ 予定日の産前8週間、産後10週間の休暇を取得可能

❷ 満4歳になる年度の5月末まで取得可能

❸ 小学校3年の年度末まで、実働5・6・7時間勤務の短い勤務時間で働くことが可能。また、週2日フルタイム

＋短時間勤務や、短日数勤務（週3日又は週4日フルタイム）などの働き方も選択できる。

④ 小学校入学から卒業まで、自身の状況に応じた働き方を選べる契約社員に転換し、その後、正社員に復職可能な制度

また、女性に限らず、柔軟な働き方に対応できるよう「長短勤務制度」や「フレックス勤務」などの多様な勤務パターンや、「介護休職」「介護短時間勤務」、結婚や育児、介護等で退職した社員の再雇用を行う「カムバック制度」などを設けています。

2020年4月には、配偶者の出産から出産後1年の間に2週間取得できる「パートナー子育て休暇」や、在宅勤務制度を新設しました。

事業所内保育施設「H2Oほいくえん」



保育園内の様子

現在、「デイリーカナートイズミヤあびこ店」、「カナートモール和泉府中」、「オアシスタウン キセラ川西」の中で運営しています。店舗従業員の多様な働き方に応じて、柔軟にお子様の受け入れを行う保育所を併設し、数多くご利用いただいています。当社グループだけでなく、テナントやお取引先企業の従業員に加え、地域の皆様にもご利用いただき、より一層、家庭と仕事の両立に貢献できるよう取り組んでいます。

障がい者雇用の推進

2016年に障がい者雇用率算定のための特例子会社としてエイチ・ツー・オー スマイルを設立し、現在25名が、グループ各社の事務作業や軽作業に従事しており、障がい者特例グルーピング企業全体での障がい者雇用率は2.32%（2020年6月30日時点）となっています。

ワークライフバランスの推進

阪急阪神百貨店では、各社員のキャリアプランを描くうえで、仕事だけではなく、ライフステージや趣味・学びなど生き方そのもののキャリアをデザインすることを推進しています。面談ツールの中に、健康面・生活面での個人目標を記入する欄を設けるなど、社員一人ひとりがワークライフバランスを意識できる仕組みとなっています。また、働き方改革関連法に基づいて年休の取得促進に向け、計画的付与の取得管理を行っています。

からだとこころの健康

年1回の定期健康診断はもちろんのこと、こころの健康状態のチェックも強化しています。

ストレスチェック調査は法定対象外である50人未満の事業所でも実施しており、一部のグループ会社では、エイチ・ツー・オー リテイリンググループ共済会が実施主体となって「こころの健康アンケート」を2年に1度実施し、メンタル不調の未然防止・早期発見を行っています。そして、従業員が健康やメンタルに不安を感じた際に、気軽に相談できる産業カウンセラーや独自に契約しているメンタル産業医の診断を受けられる体制を整えています。

人事データ

		阪急阪神百貨店	イズミヤ	阪急オアシス
従業員数	男性	1,258名	927名	771名
	女性	2,872名	490名	289名
平均勤続年数	男性	18年6ヶ月	21年8ヶ月	17年7ヶ月
	女性	15年8ヶ月	17年3ヶ月	9年9ヶ月
育児休業取得者※		103名	31名	10名
介護休業取得者※		11名	0名	0名
有給休暇取得率		59.8%	63.8%	72.8%

※2019年度年間取得者数

（2020年3月31日時点）



CORPORATE GOVERNANCE

コーポレートガバナンス

当社は、基本理念・グループビジョンのもと、
関西地域のマーケットシェアを拡大し、
ドミナントエリア化の実現を図るために、
社会規範の遵守といったコンプライアンス経営を実践するとともに、
競争環境の変化に迅速に対応すべく、
効率的そして果断な意思決定を行い、
中長期的な企業価値の向上に取り組んでまいります。

コーポレートガバナンス基本原則

1. 株主の権利を尊重し、平等性を確保する
2. 株主を含むステークホルダーの利益を考慮し、それらステークホルダーと適切に協働する
3. 会社情報を適切に開示し、透明性を確保する
4. 独立社外取締役の適切な関与が得られる仕組みを構築するなど、取締役会による業務執行の監督機能の強化を図る
5. 中長期的な企業価値の向上に資する投資方針を有する株主との間で建設的な対話を行う

基本原則の全文はホームページをご覧ください click

企業統治

当社は、持株会社としてグループ全体の経営企画及び管理・監督機能を担い、グループ会社において適法・適正で、迅速かつ効率的な事業を推進するためのガバナンス体制を構築することにより、中長期的な企業価値の向上を実現していくため、「監査等委員会設置会社」を採用しています。

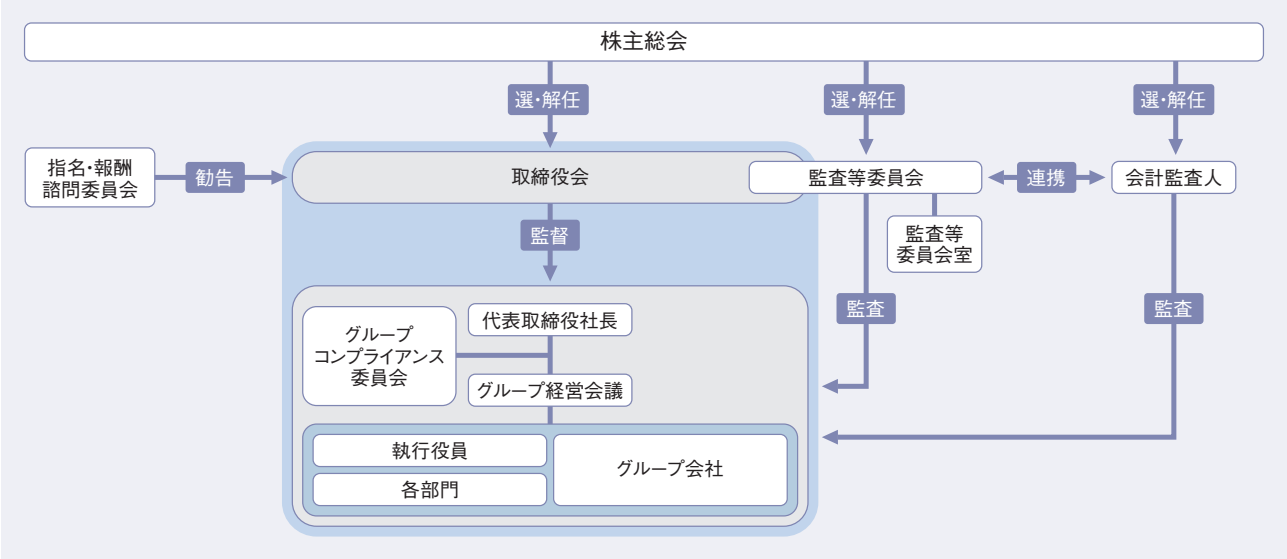
取締役会

当社の取締役会は取締役10名（うち、監査等委員である取締役は5名）で構成され、そのうち社外取締役は4名（監査等委員である取締役4名）で、社外取締役の比率は3分の1以上となります。2019年度は、取締役会の議案資料の見直しや提供時期の早期化に取り組むとともに、決議・報告事項以外にも、自由に意見交換や情報共有ができる場を設け、審議のさらなる充実と活性化を図りました。

また、取締役会の前置機関として、代表取締役と常勤取締役等で構成するグループ経営会議を設置し、グループ各社における経営計画、営業政策、投資などの重要事項について事前に審議・承認を行っています。そして、当社及びグループ各社では、執行役員制度の導入により業務執行責任を明確にし、各社の取締役及び取締役会が管理・監督する体制を採っています。

- 取締役の多様性
- 社外取締役の選任理由及び出席状況
- 社外取締役の独立性に関する基準

上記の項目に関してはホームページをご覧ください click



監査等委員会

当社の監査等委員会は監査等委員である取締役5名で構成されています。取締役会への出席に加え、監査等委員会でグループ経営会議の内容を確認するなど、取締役の職務の執行について経営判断の原則が守られているかを最重要監査事項として監視・検証を行っています。また、重要な案件に関する決裁書及び重要な会議の議事録の閲覧や、当社の内部統制部門から業務執行状況について定期的にヒアリングを行うとともに、常勤監査等委員は会計監査人（有限責任あずさ監査法人を選任）と月1回、監査等委員会は年4回の会合を原則として実施し、緊密な連携を図ることで監査の実効性の向上に取り組んでいます。

取締役会実効性の分析・評価

当社は定期的に取締役会の実効性の分析・評価を行っており、2020年3月に全取締役を対象としたアンケートを実施、同年4月に代表取締役、社外取締役監査等委員との意見交換会を開催しました。

それらの結果、前年度認識された課題を踏まえ、議案資料の見直しや提供時期の早期化等に取り組むとともに、中長期的な経営課題等に関して自由に意見交換や情報共有ができる場を設けるなど、社外取締役と社内取締役間のコミュニケーションの充実を図られたこと等が審議の更なる活性化につながり、取締役会の実効性は確保できていると評価しました。ただし、子会社の管理・監督の更なる強化や、経営課題と主要なリスクの認識や議論を更に深めていくなど、一層の改善に向けた取り組みを今後も継続して行っていく必要があることが確認されたことから、引き続き取締役会の実効性向上に努めてまいります。

役員報酬

当社は2019年度から、以下の方針を基に新たな株式報酬制度（勤続条件付株式報酬型ストックオプション（以下「勤続条件付SO」）と業績連動条件付株式報酬型ストックオプション（以下「業績連動条件付SO」））を導入し、併せて対象者の見直しを行いました。

方　針

- **当社グループの持続的成長と中長期的な企業価値向上に資するものであること**
- **業務を執行する取締役・執行役員の中期計画の目標達成の動機付けとなること**
- **当社グループのミッション達成と持続的成長の実現に適う人材の確保につながること**
- **株主との意識の共有や株主重視の意識を高めるものであること**

各報酬の概要及び対象者等は次ページのとおりとし、業務執行取締役の報酬の構成は、月例の基本報酬約50%、年次賞与及び株式報酬で約50%を目安としています。なお、取締役の報酬については、指名・報酬諮問委員会の検討を経て、取締役会が株主総会に提出する議案の内容及び個人別の報酬等の額を定めるものとし、監査等委員である取締役の個人別の報酬等の額は、監査等委員である取締役の協議によって定めています。

click このマークをクリックするとホームページが表示されます。

〈報酬の概要〉

株式	業績連動条件付SO	当社取締役会が予め定める指標について、中期計画の最終年度の達成度に応じて、0～100%の範囲で権利行使可能な個数を確定し、当社及び当社子会社の取締役、監査役、執行役員等役員のいずれの地位をも喪失後より行使できる新株予約権を、役位に応じて付与
	勤続条件付SO	当社及び当社子会社の取締役、監査役、執行役員等役員のいずれの地位をも喪失後より行使できる新株予約権を、役位に応じて付与
金銭	年次賞与	1事業年度の連結業績に応じた報酬（主に連結営業利益と連動し、当期純利益も勘案）
	基本報酬	職責・役位に応じた報酬、毎年4月改定

〈対象者〉

		業務執行取締役・執行役員	非業務執行取締役
株式	業績連動条件付SO	○	—
	勤続条件付SO	○	○
金銭	年次賞与	○	—
	基本報酬	○	○

指名・報酬諮問委員会

当社は、取締役の指名及び報酬の決定にあたり、公正かつ透明性を確保するため、任意の諮問委員会として、複数の独立社外取締役と社長で構成される指名・報酬諮問委員会を設置しています。当委員会では、取締役の選任及び解任・解職並びに、候補者の指名、取締役の報酬等に関する方針及び報酬等の内容について検討し、取締役会に勧告しています。後継者育成計画においても当委員会から意見・勧告を通じ監督を行うことで、客観性を確保しています。

委員会メンバー	委員長	番 尚志 （取締役監査等委員：独立社外）
	委　員	中野 健二郎 （取締役監査等委員：独立社外）
		荒木 直也 （代表取締役社長）

- 株主との対話
- 株主還元の方針
- 政策保有株式の保有及び議決権行使に関する方針

上記の項目に関してはホームページをご覧ください click

コンプライアンス・リスクマネジメント

当社グループは、成長戦略の実現とともに、その事業拡大を支える内部統制の仕組みの整備及び適正な運用が重要であると考え、適宜、内部統制システムの見直しを行うとともに、会社法で取締役会決議を義務付けられていないグループ会社においても、内部統制の基本方針を策定・決議し、リスクの発生を防止・低減するための体制整備を行っています。

リスク管理・コンプライアンス推進の体制

当社では、リスク発生の予防対策、リスク発生時の報告、発生リスクへの対応の原則、対応策の実施等を骨子とする「リスク管理規程」を制定しています。また、当社グループの役員及び社員が当社グループの基本方針、倫理・法令・ルール等に基づき行動するための基本姿勢を「H_2Oリテイリンググループ行動規範」として定めるとともに、当社グループのコンプライアンス推進に関する基本方針並びにルールとして「グループコンプライアンス規程」を定めています。そして、リスクの未然防止と発生時の損失最小化、コンプライアンス体制の構築・整備を推進していくため、「グループコンプライアンス委員会」を設置し、当社及びグループ各社におけるコンプライアンス推進の責任者（各社の社長、当社・阪急阪神百貨店・イズミヤ・阪急オアシスは総務担当役員）が、諸施策の推進及び情報の共有化を行うとともに、公正取引や品質管理を推進する専門委員会も設置しています。

また、自然災害の増加や新型コロナウイルスをはじめとしたパンデミックの発生など、当社を取り巻く環境の変化に柔軟に対応すべく、随時、グループ全体のリスクマネジメント体制の見直しも行っています。

内部通報制度・ハラスメント防止対策

当社グループで働く従業員（お取引先スタッフも含む）からの内部通報を受け付ける仕組みとして、「H2Oリテイリング グループ コンプライアンスホットライン」の窓口を当社、社外の弁護士事務所及び中核会社である阪急阪神百貨店、イズミヤ、阪急オアシスに設置し、その状況については、通報者のプライバシー保護を講じたうえで、社長及び常勤監査等委員に定期的に報告を行っています。

また、2019年度はハラスメントの防止対策を強化し、グループ会社社長やハラスメント防止を推進する実務者等を対象に、パワーハラスメントを中心としたハラスメント防止のための基本知識から実務対応に関する勉強会を実施し、グループ内で発生する違法行為等の早期発見と拡大防止に取り組みました。

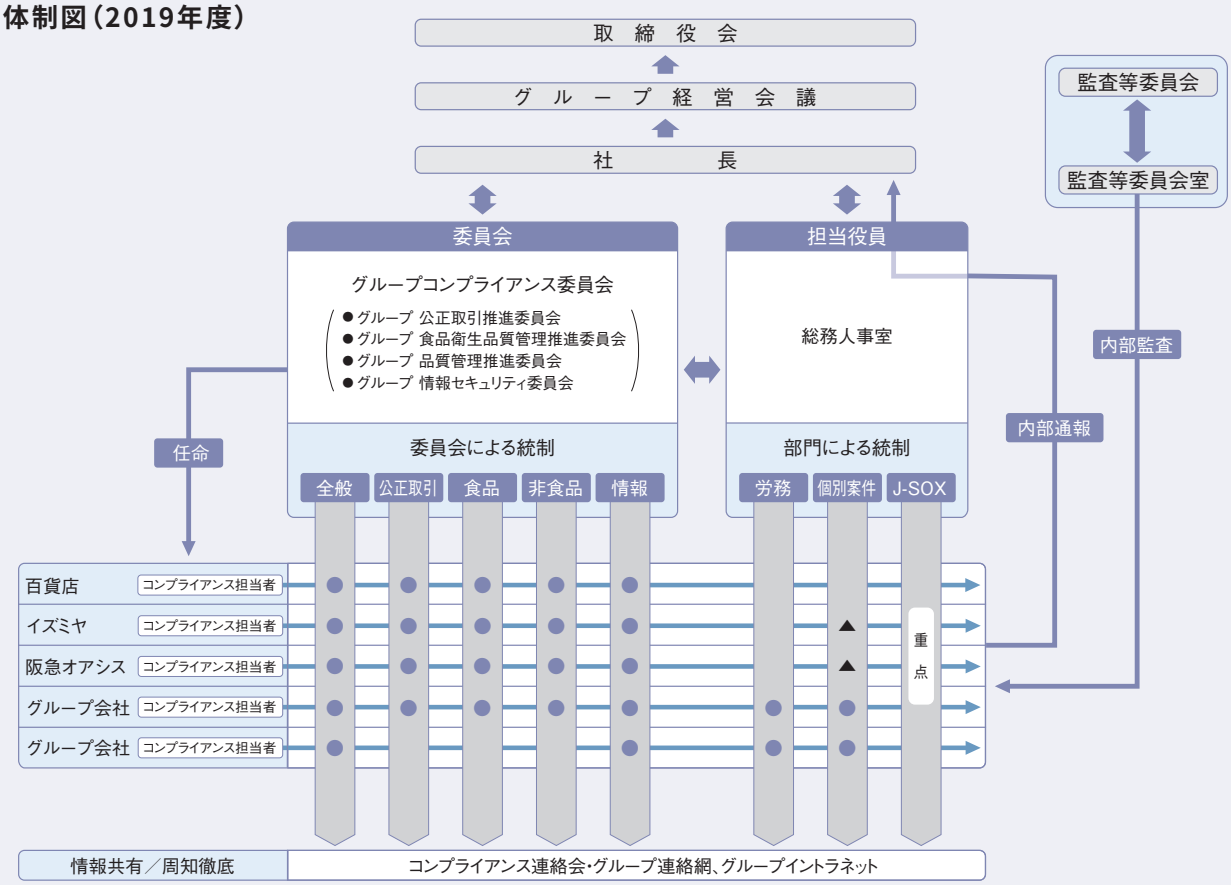
個人情報管理

当社ではプライバシーポリシーの制定に加え、グループ全体の個人情報をはじめとした企業情報の適正管理とセキュリティ向上を目的とした「グループ情報セキュリティ委員会」を設置しています。グループ各社においても、個人情報管理規程と、個人情報管理責任者を定め、従業員への研修の実施等により、周知徹底を図っています。また、お取引先や業務委託先等との間で、個人情報の取り扱いに関する覚書を締結するなど、個人情報の適正な利用や適切な管理を推進しています。

- 公正取引確保のための取り組み
- 反社会的勢力排除に向けた取り組み

上記の項目に関してはホームページをご覧ください click

体制図（2019年度）



- グループコンプライアンス委員会及び専門委員会の取り組み内容（2019年度）

左記の項目に関してはホームページをご覧ください click

click このマークをクリックするとホームページが表示されます。







エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社

〒530-8350 大阪府大阪市北区角田町8番7号　https://www.h2o-retailing.co.jp