成長を支える基盤

43　人的資本戦略
47　IT・デジタル戦略
49　サステナビリティ戦略
59　特集：一般財団法人H2Oサンタ10周年

人的資本戦略

執行役員 人事室長
柏原 秀紀

企業と人材の成長を実感できる「DOの5年」へ

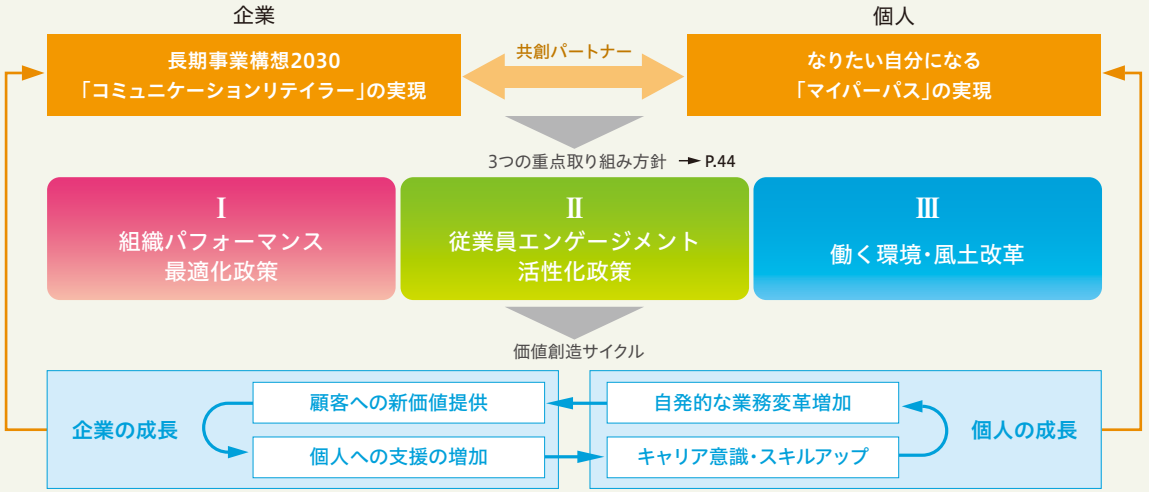
H2Oリテイリンググループとして横串の人材戦略を2024年度から施行し始めて約2年半が経過しました。「長期事業構想2030」で目指すビジネスモデル「コミュニケーションリテイラー」の実現と、従業員一人ひとりがなりたい自分を目指す「マイパーパス」の実現を掲げ、企業と個人が互いに成長を支え合う「共創パートナー」となることを目指してさまざまな人事施策に取り組んでいます。

これまでの期間で着実に進めてきた継続的な賃上げ、地道に取り組んできた体制効率化、休日数や営業時間などの労働環境の改善、さまざまな階層に向けたグループ共通研修、自律的な成長を促す百貨店の新人事制度、会社統合を経て同じ働き方を目指す食品スーパーの新人事制度、グループ横断でタレントマネジメントを進める人材データ基盤の整備などは、いわば「仕組みの構築期」の段階でした。

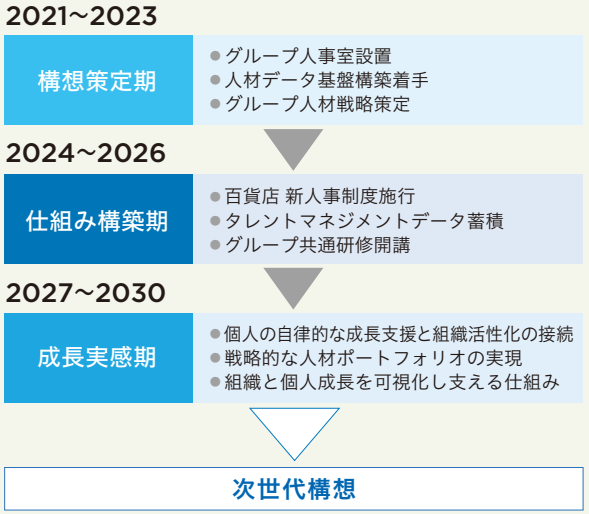
現中期経営計画の最終年度である2026年度から次期中期経営計画にかけては、「人材による企業価値の創出と成長」と「企業からの成長機会活用による人材の自己実現」の成果を生み出していくことが求められる「成長実感期」であり、グループ全体で進める「DOの5年」です。

経営戦略が「長期事業構想2030 Ver.2アップデート」へと鮮明化しているように、人材戦略もいよいよ自律的な人材育成や戦略的な人材配置、グループ横串の仕組みの活用によって、企業と個人の成長を具現化していきます。

人材戦略の考え方



人材戦略ロードマップ



人的資本戦略

3つの重点取り組み方針

長期事業構想「コミュニケーションリテイラー」の実現と、従業員一人ひとりの「マイパーパス」の実現に向けて、互いに貢献し合うパートナーシップを築くことが最大の目的です。
個人の成長が企業の成長につながり、それがまた個人の新たな成長機会を生み出す。この好循環をさまざまな人事施策で目指していきます。
人事施策の策定・実施にあたっては、グループ共通・各社個別のいずれの施策も、大きく3つの重点取り組み方針に沿って工夫・改善を重ねながら進めています。

I 組織パフォーマンス最適化政策

既存事業の効率化と新規事業への再配置を進める「量的人材シフト」と、より創造性・専門性が高い人材を育成する「質的人材シフト」を推進します。

II 従業員エンゲージメント活性化政策

「ワークの充実」と「ライフの充実」を支援する各種施策が両輪となって、従業員のエンゲージメント向上につなげていきます。

III 働く環境・風土改革

「すべての働く仲間にリスペクトの心を」の価値観を浸透させると同時に、法令対応の整備、処遇の改善などを進めて、グループ全体の働きやすい環境づくりに取り組みます 。

人事施策の具体事例

新たな価値創造に向けた人材育成: H2O未来探索塾

新市場・新事業モデルを探索し、未来のビジネスを切り拓く力を育むため、「第三期H2O未来探索塾」を開講。2026年度は異なる事業特性やキャリアを持つ多様な人材の参画を促すとともに、カリキュラムを実践的・未来起点へ刷新しました。

公募によって選出された人材が8ヵ月間にわたり、サステナビリティや資源循環などの先端知見を取り入れた実践的なワークを通じて、現場で生かせる着想力や行動力を磨き、新たな価値創造に挑戦しています。

エンゲージメントサーベイの実施

エイチ・ツー・オー リテイリング241名へのテスト実施（2024年度）を経て、2025年度にグループ全体へ一斉に実施しました。

同サーベイにおける流通・小売業平均を2.9ポイント下回る結果となりました。当社グループとしては、外部平均などの特定の数値をKPIとするのではなく、初年度の数値から毎年改善を継続させていく方針です。

指標を分析・活用し、効果的な人事施策の企画・改善に役立つ研修やワークショップなどの取り組みを始めています。今後、特に課題感が大きい取り組みをグループ横断の施策・各社個別の施策を織り交ぜて具現化、毎年のサーベイで改善状況を見える化し、改善サイクルを確立・定着化していきます。

ダイバーシティ&インクルージョンの理解・浸透

多様な人材が個々の力を発揮して活躍できるよう、さまざまな価値観や視点を取り入れるために、ダイバーシティ＆インクルージョンを推進しています。

女性活躍やLGBTQ＋への対応などに加え、2025年11月には、理解・浸透を図る取り組みの一つとして、「ダイバーシティウィークス」を初めて開催しました。

相互理解の深化によって、イノベーションを生み出すインクルーシブな組織風土づくりと人材育成に注力しています。

関連 P.58「ダイバーシティ&インクルージョン」

ダイバーシティウィークスの様子

人的資本戦略

人事施策の具体事例

小売業界の中でも高い水準の働きやすい環境づくりを目指す

グループ健康管理センター設立	従業員一人ひとりが心身ともに健康で生き生きと働ける環境づくりを推進し、実態に即した健康経営を目指し2026年4月に「グループ健康管理センター」を設立しました。本センターは、グループ横断的な健康維持・増進策を牽引し、アブセンティーズムやプレゼンティーズム※の改善を図る健康経営推進のエンジンとして機能します。 具体的には、仕事と治療の両立支援による休職回避のサポートや、復職時のスムーズな職場適応支援、従業員の健康リテラシー向上活動を展開します。個々人に寄り添ったきめ細かな支援体制を通じ、企業と人材がともに成長できる基盤を強化します。
ボランティア休暇	グループ会社の枠を超えて地域社会に貢献できる機会づくり、多様な価値観を持つ人材の育成を目的に、有給のボランティア休暇を一部の会社で導入しています。取得者からは「あらためて自身のできることを見つめ、気づきにつながった」という前向きな声が上がっています。今後はサステナビリティ経営の推進の方向性に沿い、同制度の導入会社の拡大を検討しています。 「ボランティア休暇」について、詳しくは当社ウェブサイトをご覧ください。
カムバック制度	阪急阪神百貨店と関西フードマーケットでは、やむを得ない事情で退職した人が、働ける状況になった時に再び同じ会社で働くことができる制度を設けています。各社の要員計画と再入社の希望がマッチして5年以内に復社した場合は、退職時と同等の労働条件で働くことができます。直近3年間で13名が本制度によって再入社し、さまざまな職場で活躍しています。
男性の育児休業	2022年施行の改正育児・介護休業法に先立ち、グループ各社に対し、性別を問わず「育児休業を取得しやすい環境整備」を促すとともに、同法改正の趣旨の説明会を開催し男性の育児参加の促進に積極的に取り組んでいます。 その結果、男性の育児休業取得率は年々増加し、2025年度の取得率は、該当者があった8社中6社で100%、グループ全体では90.9%となりました。
障がい者の「職場実習」の受け入れ	関西フードマーケットは、障がい者の「職場実習」の積極的な受け入れなど、人材育成や就労体験の機会提供に取り組んでいます。この活動が評価され、2026年6月、一般社団法人おおさか人材雇用開発人権センター（C-STEP）の「第19期会員貢献度評価顕彰制度」において「人材開発・養成貢献賞」を受賞しました。

※アブセンティーズム：病気や体調不良などで仕事を休業・欠勤している状態のこと。
プレゼンティーズム：出勤はしているものの、心身の不調により業務パフォーマンスが低下している状態のこと。

Topics

阪急阪神百貨店の社内報奨制度

阪急阪神百貨店は、2023年度、ビジョン具現化に向けた大切な価値観として、バリュー「お客様の喜びは、私たちの喜び ～お客様の興味、関心ごと、課題に気づき共感し、心動く解決をし続けることで共に成長し喜ぶ～」を策定しました。
そして、この価値観を具体的なアクションへとつなげる行動指針に、「①声を聴く ②最善を尽くす ③改善し続ける」の3つを掲げています。
これらのバリューや行動指針の体現と浸透を目的とした社内表彰制度が「カスタマーサクセスアワード」です。
本アワードでは、指針に則った同社従業員の優れた取り組みを全社で称えるとともに、顧客課題解決の具体的な発想やプロセスを共有することで、組織全体における「顧客志向人材」の育成を力強く推進しています。
この顧客志向の姿勢は当社従業員の枠を超え、お取引先販売スタッフを含むすべての従業員が共有すべき、大切な基盤となっています。
また、従業員全員にチャンスがあり、“がんばった人”を褒め称える「報奨制度」においては、「接客・サービス面での取り組み」「売上・セールス」で特に優秀な成果を収めたお取引先のスタッフや売場を、年間特別報奨表彰式「ブリリアントアワード」で表彰しています。
お取引先を大切な「共創パートナー」として、互いに称え合い、高め合うことで、豊かな顧客体験の創出と組織全体の持続的な成長を目指しています。

カスタマーサクセスアワード

ブリリアントアワード

人的資本戦略

一人ひとりの「成長」のカタチ

一人ひとりが多様な価値観を持ち、多様なやりがいを感じ、
多様なライフステージで働いているからこそ、
成長の形はそれぞれ異なります。
さまざまな形の「成長」を支援する人事制度を活用して
生き生きと働く従業員（共創パートナー）の声をご紹介します。

阪急阪神百貨店
阪急本店
村上 愛実

女性リーダー育成プログラム

「自分なりのリーダーシップとは何か」を考えるきっかけになりました。研修で学んだ課題解決に向けた考え方のプロセスは、管理職となった今まさに役立っていると感じます。モチベーションの高い参加者とご一緒できたこともいい刺激になりました。

関西フードマーケット
阪急オアシス 南千里店
櫻井 奎吾

男性育休取得

夫婦で1年間育休を取得し、家族との大切な時間を過ごしました。普段の業務とは異なる環境や価値観に触れて視野が広がり、自分自身の成長にもつながりました。今後は仕事に励みながら、家庭では妻を支え、家族との時間を大切にしていきます。

H2O未来探索塾

管理職として広い視野を持つことの大切さを実感しています。「H2O未来探索塾」で、未来市場や社会の潮流を学び、多様な視点に触れて得た新たな発想が、日々の業務に少しずつ生かせるようになってきたと感じています。

関西フードマーケット
販売促進グループ
山内 彩奈

エイチ・ツー・オー リテイリング
総務・人事グループ
牛丸 晃宏

男性育休取得

パートナー子育て休暇や産後パパ育休の取得により、家庭と仕事を両立するというマイパーパスを実現できています。二者択一を迫られず、安心して双方に注力できる環境に感謝しています。

グループ共通管理職研修

グループ研修で学んだ、対話を通じてメンバーの強みや主体性を引き出すことを実践しています。何気ない会話から生まれるアイデアも大切にし、互いの意見を尊重しながら、挑戦できる環境をつくり、チームの力を最大限に生かすことを目指しています。

エイチ・ツー・オー商業開発
販売促進部
宮澤 敦子

阪急阪神百貨店
神戸阪急
金子 奈央

カムバック採用

他業種での業務を経験した自分だから気づけること、役に立てることがあるかもしれない。そんな思いを持って、毎日働いています。一度会社を離れた私でも、「おかえり」と温かく迎えてくれた売場メンバーと会社に感謝です。

阪急阪神百貨店
経営企画室
自己実現支援企画部
的場なるみ

資格取得支援

お客さまの「なりたい」に応えるスキルを磨くため、骨格・パーソナルカラー・シューズ・語学関連など社内外の資格を6つ取得しました。社内講座に加え、外部資格取得の支援制度が後押しとなりました。現在は中国語を勉強中です。

専門人材キャリア採用

もともとインターネットのサービスを運営する仕事をしていたのですが、リアルな店舗接点を活用した事業開発に魅力を感じて当社に入社。従来の小売事業にはない新たな価値を創出すべく、日々仲間たちとチャレンジしています。

エイチ・ツー・オー リテイリング
事業開発グループ
隼田 正洋

阪急阪神百貨店
海外顧客事業部
ヤン スイン

専門人材キャリア採用

京都のホテルや万博でのコンシェルジュ経験を生かし、現在は海外のお客さまのショッピングアテンドを担っています。未経験だった百貨店業界ですが、研修で専門知識を深め、周囲と連携しながら日々楽しく成長しています。

阪急阪神百貨店
お得意様外商部
久保田 和之

専門人材キャリア採用

腕時計ブティックに勤務していた時、阪急本店の外商部と連携し目標を達成してきました。魅力的な外商員の方々と触れ合う中、その幅広い提案力に惹かれ現職へ。入社後は、研修が充実しており、目標とする「お客さまを第一に考えられる外商員」に向けて日々勉強しています。

IT・デジタル戦略

執行役員
IT・デジタル推進グループ長
小山 徹

DXの深化と「AI Everywhere」の推進で、デジタル投資を確実な収益貢献へ

「コミュニケーションリテイラー」の実現に向け、IT・デジタル推進グループは全社DXを強力に推進しています。「中期経営計画2024-2026」においては、これまで構築したマルチクラウド基盤やグループ共通ID「H2O ID」を最大限に活用し、ビジネスモデルを一段高めるフェーズへと移行しています。このフェーズをさらに加速させ、DXを真の価値創出と確実な収益貢献に結びつけるため、2026年度は大きく2つの取り組みに挑戦しています。

1つ目は、IT・デジタル経営委員会の拡充です。新たに事業・機能の主管部署が主体となった分科会を設置し、投資対効果の検証と収益管理に焦点を当てた議論を進めています。

2つ目は、システムの全工程にAIを組み込む「AI Everywhere」の推進です。AIを単なる業務効率化ツールにとどめず、システムライフサイクル全体への組み込みを目指しています。すでに全従業員が安全にAIを利用できる環境を整えており、現在はいくつもの定型作業をAIが肩代わりし、少人数でも高品質・高付加価値なIT・デジタルサービスを継続的に提供できる自律型組織への進化を加速させています。

どれほどテクノロジーが進化しようとも、変革の原動力はデジタルを使いこなす「人」にほかなりません。現場で培われた顧客への深い共感力と高度なデジタルスキルを融合させた人材が、この高度なデジタル基盤を最大限に活用することで、「楽しい」「うれしい」「おいしい」の価値を創造し、中長期的な企業価値の向上を果たしていきます。

	2021~2023年度	2024~2026年度	2027~2030年度
	IT基盤づくり	基盤を活用した事業の磨き上げ	新テクノロジーを取り入れ さらなる進化
顧客接点	高度化・効率化のための基盤整備	OMOスタイルの実現 顧客IDでのデジタル接点拡充	新テクノロジー活用による進化
従業員接点	●グループ顧客データベース ●マルチクラウド基盤 ●開発・セキュリティチーム立ち上げほか	デジタライゼーションによる効率的な働き方の促進	さらなる高度化・効率化の促進
データ	データ基盤整備 ●データ基盤の刷新 ●データを集約し一元管理	自社データの整備・拡充 ●デジタル接点を支える自社データの整備 ●データ分析の高度化、AIの利活用	データ活用 ●インサイトをもとにしたビジネスプロセス革新 ●データドリブン型意思決定のカルチャー化
IT基盤整備 インフラ	顧客情報基盤構築 営業情報基盤構築 データセンター縮小・マルチクラウド基盤構築 INS回線停止への対応 標準スマホ・PC端末配付	顧客インサイトの獲得 KPI達成に向けた帳票・ダッシュボード整備 マルチクラウド基盤の有効活用 次世代ネットワーク網の構築・店内ネットワークの刷新 データセンターのさらなる縮小	新規事業・BtoBでの活用
IT基盤整備 コスト・ヒト・ガバナンス	セキュリティ・ガバナンスチーム立ち上げ 内製開発立ち上げ	セキュリティ基盤構築・意識改革 内製化比率向上（採用・教育）	セキュリティ運営の本格化・高度化
	IT投資 243億円（実績）	IT投資 259億円（計画）	

IT・デジタル戦略

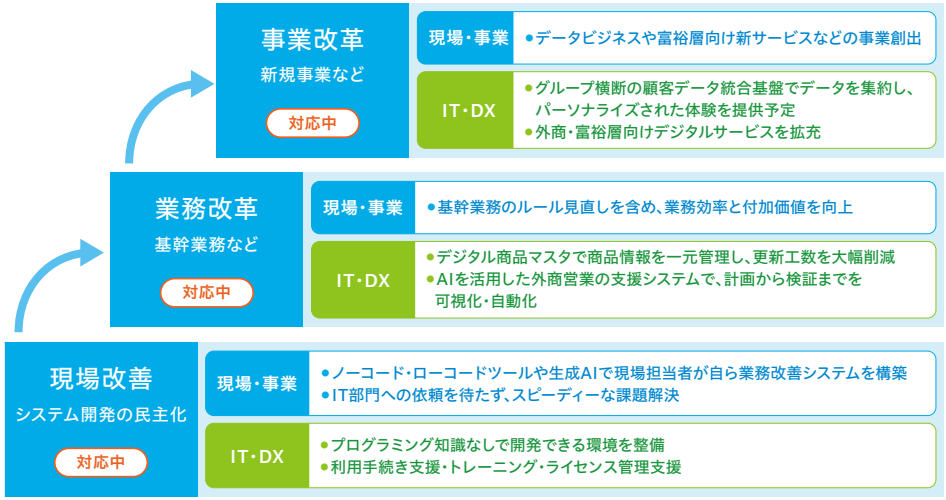
事業起点のDX推進と新たな価値創造

お客さまの多様なニーズに素早くお応えするため、ITシステムの開発と運用の内製化に力を入れています。これは単にコストを抑えるためだけではなく、現場で培われた知識や経験を生かし、私たちの事業活動に即したDXを実現するためです。

業務システム開発の民主化から、事業側と連携した業務・事業改革へ

これまでのITエンジニアへの依頼形式ではなく、現場担当者が自らシステムを構築・修正できる「業務システム開発の民主化」を推進しています。各従業員が業務の効率化やサービス向上に向けて自ら業務システムを開発できる環境を整え、従業員がIT・デジタル技術を「自分ごと」としてとらえる意識を高めています。これにより、システム開発のコスト低減、期間短縮、要望に沿ったシステム構築を実現しています。実際に、事業会社内の申請フローの電子化や百貨店の移動販売スケジュール調整アプリを開発するなど、2025年度第1四半期までに63ものアプリ・サイトを内製化しました。

こうした取り組みにより、AI・IT技術を活用した現場発信での現場改善が活発化しています。今後は業務改革や、事業の改革といったより広い視点での活用へとつながるよう組織・体制の強化を加速していきます。

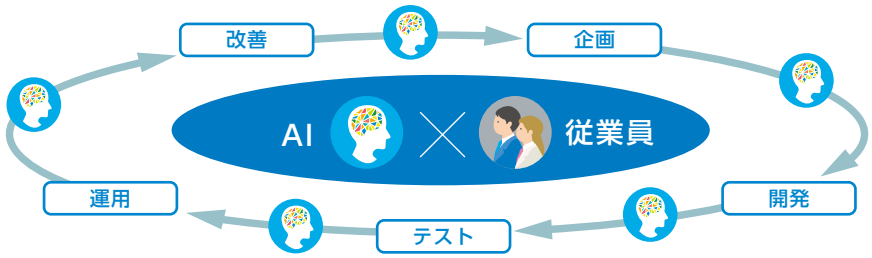


AI Everywhereに向けた取り組み

全社で使う生成AIを1つに統一し、パソコンを使うすべての従業員が安全にAIを活用できる環境を整えました。セキュリティと使いやすさを最優先した標準基盤として定着させることで、ガバナンス上のリスクを抑えながら、一人ひとりの生産性の底上げを進めています。

一方で、IT部門はそれとは別の考え方で、複数種類の生成AIを使い分け、システム開発の全工程に組み込み、少人数でも高品質・高付加価値なITサービスを継続的に提供できる自律型の組織づくりを進めています。価値創出に直結するIT基盤として、以下の4つの取り組みを推進しています。

AI Everywhere



開発の高速化	品質とリリース速度の両立	運用コスト最小化
仕様書をAIが解析してコードを自動生成。レビューと品質チェックも自動化し、属人化リスクを排除	テストの生成・実行から稼働環境への反映までをAIで自動化し、高頻度・高品質な更新を実現	稼働状況をAIが24時間365日監視して異常を自動検知。初期対応もAIが担い、運用コストを削減

これらを支える共通基盤

開発・運用基盤の標準化

開発の進め方と履歴の管理をグループ共通に。用途に応じてクラウドを使い分け、開発は特定の端末に依存しない安全な環境に集約する

2030年に目指す姿

人とAIが協働し、少数精鋭で高付加価値を生み出す自律型IT組織

サステナビリティ戦略

地域共創で育む「共感の輪」

～「楽しい」「うれしい」「おいしい」を届ける生活モデルの提供～

私たちの原点は、地域の皆さまから「阪急さん」「イズミヤさん」と、「さん付け」で親しまれる深い信頼関係にあります。これは、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」のもと、いかなる社会変化の中でも変わらずに地域とともに歩み続けて築いた独自の強みです。

1社のみで解決できる社会・環境課題には限界があります。当社は強みである信頼関係を生かし、資源循環や公園活性化、健康マネジメントサービス「まち健」・食サービスアプリ「まちうま」といった「地域共創活動」において、行政や地域住民などのパートナーとともに「1人の100歩より、100人の一歩」を生み出す取り組みを進めてきました。

今後は、この共感の輪をさらに広げる段階です。誰もが日常の中で無理なく行える「持続可能なアクション」であるために、当社らしく「楽しい」「うれしい」「おいしい」と思える地域共創の機会を新しい生活モデルとして提供します。参加者の自己実現と地域の活性化を通じ、当社が「なくてはならない存在」であり続ける好循環を創出します。

同時に、脱炭素や人権尊重、ガバナンスの徹底などのESG対応を推進し、従業員の「働きがい」を高めることで、地域住民をはじめとするかかわるすべての人々からの共感を育んでいきます。

地域共創活動の例。大阪府の木材を有効活用する取り組み（→ P.55）で製作したベンチ

地域の方々と一緒に家庭の生ごみを堆肥化する取り組み

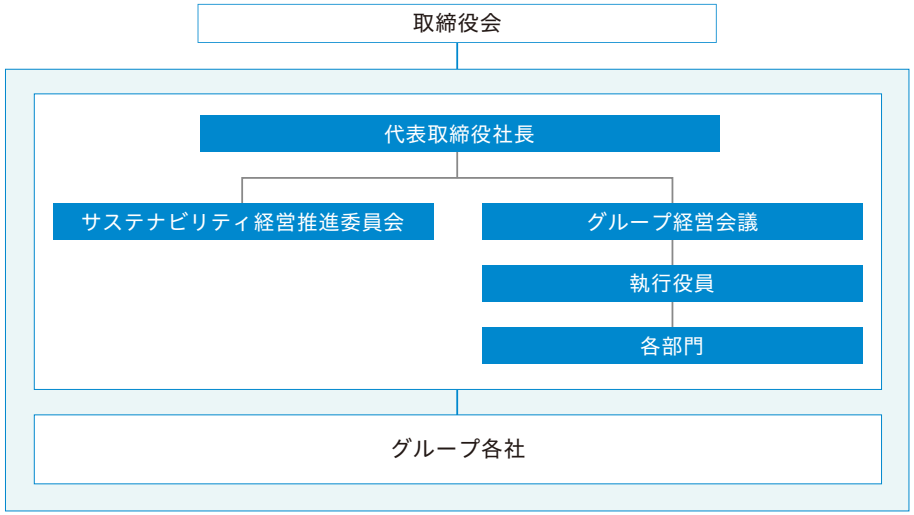
サステナビリティ経営の推進体制

当社グループでは、「サステナビリティ経営推進委員会」を設置しています。当社代表取締役社長を委員長に、主要3社の社長やサステナビリティ担当役員に加え、コンプライアンス・リスクマネジメント、人事、財務の担当役員で構成し、外部有識者２名をアドバイザリーボードに招聘しています。事務局は、当社のサステナビリティ推進室です。

主な活動内容は、「重要課題（マテリアリティ）」への取り組み方針の策定、取り組み内容の共有、および進捗のモニタリングです。決議事項はグループ経営会議での審議を経て、取締役会に報告します。委員会は隔月で開催、2025年度は地域共創活動や健康経営の取り組み、人権デュー・ディリジェンスの調査の進捗報告などを行いました。

また、中核会社（阪急阪神百貨店、関西フードマーケット、エイチ・ツー・オー商業開発）にはサステナビリティ推進の専任部署を設置しており、各社間の情報共有・連携も行っています。グループ一丸となって、重要課題への取り組みを円滑に進めています。

サステナビリティ経営推進体制



サステナビリティ戦略

H2Oリテイリンググループは、「地域の共感」に支えていただきながら成長し続けます。
2030年に向け、社会的価値と経済的価値を融合させ、地域社会の健全で持続的な発展への貢献と、企業価値の向上を両立させます。

戦略ロードマップ〈2021~2030年度〉

	2021~2023年度	2024~2026年度	2027~2030年度
ステージ	**基盤確立** サステナビリティ経営の「型」をつくる	**実装・磨き上げ** 地域との「共創」を通じて「共感」を醸成する	**実効化** 「共感」の拡大によって事業基盤を強化する
施策（共創／経営／環境／人権）	●地域共創活動の試行 ●重要課題（マテリアリティ）の特定 ●温室効果ガス（GHG）排出量削減目標の設定 ●人権方針の策定	●大阪・関西万博を契機とした活動の進化・深化 ●当社グループの独自性を生かしたESG施策の展開 ●循環型ファッションや食品残渣堆肥化の始動 ●人権デュー・ディリジェンス（DD）推進体制の確立	●活動のブランド化による地域共創の拡大 ●「共感」のスコア化による経営戦略への反映 ●開示数値と共創活動の連動化 ●スコープを拡大した人権DDの徹底
主な取り組み・目標	**①地域共創の誕生** 自治体との連携を開始。環境などをテーマにした地域共創活動を通じて地域との接点を強化する。 **②経営基盤の整備** サステナビリティ経営方針の明文化とマテリアリティの策定に取り組み、組織的な推進体制を構築する。 **③ESGリスクへの対応** GHG排出量の第三者保証取得や、人権方針・CSR調達方針の策定など、企業が果たすべき責任の基盤を整備する。	**①地域共創活動を通じたコミュニティの形成** 資源循環や公園活性化、健康マネジメントサービス（まち健）など、多様なパートナーや地域住民とのアクションをムーブメントへ昇華する。 **②業界・産官学との連携による取り組みの「面化」** 大阪府や民間企業と設立したサステナブルファッション・プラットフォーム協議会（➡P.54）や、自治体との包括連携協定、ザ・コンシューマー・グッズ・フォーラムCGF）などとの連携を起点とする、個社を超えたパートナーシップで課題解決に挑戦する。 **③ESG対応（基盤）の確実な実装** GHG排出量ネットゼロに向けた中期計画の実行、お取引先と連携したサプライチェーンの人権DDの高度化など、企業としての責務を推進する。	**①「共感」の可視化・定量化による経営への統合** 「楽しい」「うれしい」「おいしい」地域共創活動で育まれた「共感」をスコア化。その分析を経営戦略（CSV）へと反映する。 **②「共感」の拡大による事業基盤の強化** 生活者や地域からの深い共感を力に、「社会的価値（地域の元気）」と「経済的価値（収益力）」の融合を図り、強固な事業基盤を構築する。 **③地域共創を起点としたESG評価の好循環** 地域共創モデルを通じた社会・環境課題の解決が、結果として当社のESG関連の開示や客観的評価の向上に自然とつながる構図を確立する。
マイルストーン	●環境省モデル実証事業への採択（2022年～） CDP回答開始と透明性の向上 ●サステナビリティ経営推進委員会の設置・主要3社専任部署の設置 ●主要自治体との包括連携協定の順次締結（大阪府・宝塚市・川西市・神戸市）	●大阪・関西万博「想うベンチ」プロジェクトによる共創の可視化 ●CGF・宝塚市連携による教育プラットフォーム（宝塚モデル）の地域展開 ●「共感」をスコア化・可視化する独自指標の策定・検証 ●連携先との共創アクションの本格実装	●地域共創の成果と「地域からの共感」の定量化、企業価値との相関の証明 ●GHG排出量ネットゼロに向けた中期ロードマップの達成 ●サプライチェーン全体を巻き込んだ人権DDとESG対応の高度化
自治体・企業などとの連携協定・業務提携	●大阪府（2021年7月） ●兵庫県宝塚市（2022年7月） ●兵庫県川西市（2023年3月） ●神戸市（2023年6月） ●株式会社ローソン（2021年5月）	●株式会社パソナグループ（2025年3月） ●大阪府箕面市（2026年7月）	●連携をさらに深化・拡大させ、地域独自の価値の共創を目指す。

サステナビリティ戦略

5つの重要課題（マテリアリティ）と中期の取り組み

2024-2026の主な取り組み			
重点テーマ	● 当社ならではの地域共創活動のさらなる推進 ● 地域との対話、地域への情報発信の充実 ● 地域共創活動の成果の定量的把握と情報開示 など	基本テーマ	● 人材戦略と一体化した取り組みの推進 （健康経営、ダイバーシティ＆インクルージョン） ● 環境などのKPI達成に向けた具体的な活動 など

重要課題と取り組み目標・KPI

テーマとコミットメント	具体的な取り組みの方向性		中期取り組み目標・KPI	進捗、定量KPI
重点テーマ **①地域の「絆」を深める** 地域に寄り添い、地域とともにつながりを育むことに貢献します。	● 共創や協働による暮らしの拠点づくりを支えます ● 地域で世代を超えた交流のお手伝いをします ● 伝統文化や芸術など地域ならではの魅力を発信し、彩り豊かな暮らしを提案します ● 生活とヘルスケアの側面で地域の皆さまの健康をサポートします		2024～2026年度 地域共創活動の成果の定量的把握（アウトプット、アウトカム）と取り組み水準向上のための積極的な情報開示 2024年度（step1） ● 主要事業における地域共創活動の集約・管理・対象の定義 2025年度（step2） ● 活動成果（アウトプット）の 集計・開示基盤の確立 2026年度（step3） ● 活動成果（アウトカム）の定量的把握と情報開示 2030年度 グループの地域共創活動の社会インパクトモデルの構築と、積極的な情報発信と開示の実施	2024～2025年度 ● 主要事業における地域共創活動の範囲の決定 ● 地域共創活動をトリプルボトムラインのスキームで「経済」「社会」「環境」とのかかわりの体系化 ● 地域共創活動成果（アウトプット）の定量的な把握と情報開示 **〈表彰〉** 千里中央公園活性化事業：「World Urban Parks Awards（ワールドアーバンパークス・アワード）」で「近隣公園アジアパシフィック部門」を受賞（2025年10月） 2026年度 ● グループの地域共創活動成果（アウトカム）の「地域からの共感」としての定量的な把握を目標にサステナビリティ経営推進委員会（隔月開催）の重点議題に設定と、外部有識者も交えた検討 （年度内には方向性確定の見込み） **〈協定〉** 大阪府箕面市と「豊かな山麓環境を共に育み、未来に継ぐ取組等に関する包括連携協定」の締結（2026年7月）
重点テーマ **②地域の「子どもたち」を育む** 次世代を担う地域の子どもたちの健やかな成長（未来）を応援します。	● 子どもたちの夢につながる出会いの場をつくります ● ワクワクする体験を通して学ぶ機会を創出し、子どもたちの未来の窓を開きます ● 地域の子育てに参画し、家族を基点とする暮らしをサポートします			
重点テーマ **③豊かな「地域の自然」を守り、引き継ぐ** かけがえのない環境を次世代に残すための活動に取り組みます。	● 地域社会と連携して環境保全活動を行います ● 森林・水資源などの自然保護活動を推進します ● 環境に配慮した商品やサービス、ライフスタイルを提案します			
基本テーマ **④お客さま・ステークホルダーからの「信頼」に応える** 環境対策や人権課題への取り組み、ダイバーシティ&インクルージョン推進などCSRの基盤を整え、社会からの期待に誠実に応えます。	**環境対策の推進** 事業活動で発生する環境負荷の低減を図る環境マネジメントを推進します	温室効果ガス（GHG）排出量削減 スコープ1・2	**GHG排出量削減率** 2026年度　20%削減（2019年度比） 2030年度　30%削減（2019年度比） ※2013年度比48%削減相当 2050年度　ネットゼロ	2025年度 スコープ1　49千t-CO_2e スコープ2　177千t-CO_2e （2019年度比 19.4%削減） ※対象：主要10社
		食品廃棄物削減	**食品リサイクル率** ※対象：百貨店、食品スーパー 2026年度　60% 2030年度　70%	**食品リサイクル率** 2025年度　66.1% ※対象：百貨店、食品スーパー
		プラスチック排出量削減	**特定プラスチック使用製品の提供量** ※対象：百貨店、食品スーパー、ホテル 2030年度　原単位60%削減（2021年度比）	**特定プラスチック使用製品の提供量** 2025年度　原単位27%削減（2021年度比）

サステナビリティ戦略

重要課題と取り組み目標・KPI

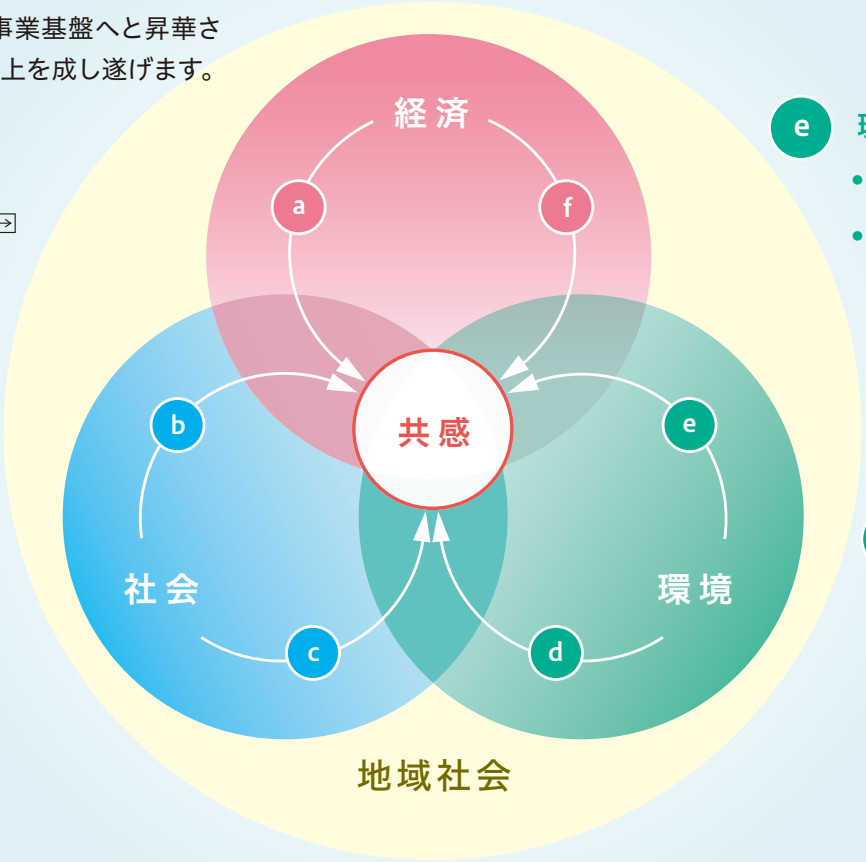
テーマとコミットメント	具体的な取り組みの方向性	中期取り組み目標・KPI	進捗、定量KPI
基本テーマ **④お客さま・ステークホルダーからの「信頼」に応える** 環境対策や人権課題への取り組み、ダイバーシティ&インクルージョン推進などCSRの基盤を整え、社会からの期待に誠実に応えます。	**人権への取り組み推進** グループ人権方針に基づき、人権デュー・ディリジェンス（DD）推進体制を整備するとともに、CSR調達についても推進します	2024～2026年度 ●グループ内の人権DDの実施・推進体制確立 ●サプライチェーンにおける人権リスクの把握とお取引先との対話の実施	**グループ内：**「労働環境・人権部会」にて推進。人権アセスメントシートを作成のうえ課題を特定し、2025年度よりグループ全社において課題改善に向けて取り組んでいる **サプライチェーン：**サステナビリティ経営推進委員会にて推進。実効性の高いリスク影響評価を目指し、2025年度よりお取引先調査を開始 ➡P.57
	ダイバーシティ&インクルージョンの推進 年齢・性別・性的指向・性自認・人種・宗教・障がいの有無や働く立場などの違いを超えて従業員一人ひとりの個性を尊重し、多様な力を活かし合う環境づくりによって、あらゆるお客さま・地域社会の期待にお応えします 女性活躍推進	**女性管理職比率**（2030年度） 阪急阪神百貨店 ..... 35% 関西フードマーケット ..... 20% エイチ・ツー・オー商業開発 35%	**女性管理職比率**（2025年度） 阪急阪神百貨店 ..... 18.6% 関西フードマーケット ..... 5.6% エイチ・ツー・オー商業開発 23.8%
	障がい者雇用	法定雇用率を上回る雇用を維持 （2030年度 法定雇用率2.7%）	障がい者雇用率 2.94%（2025年6月現在）
	LGBTQ+対応	2024～2026年度 ●従業員研修の実施、規程などの整備 ●お客さまへの対応マニュアルの整備	●グループ全社において、SOGIハラスメントやアウティングの防止を盛り込んだ就業規則へと改定 ●役員および全社従業員に向けた動画研修実施 ●阪急阪神百貨店にて営業現場向けの対応動画を作成
	健康経営の推進 雇用形態を問わず、従業員一人ひとりに寄り添いながら、心身の健康づくりを支援する体制を整えます	2024～2026年度 グループでの健康づくり・メンタルサポートを総合的に行う推進体制を構築	グループ全体で統一した健康づくりや各種サポート体制構築のため、2026年4月に「グループ健康管理センター」を設立 ➡P.45、P.58
	安全・安心のための品質管理の向上 お客さまに安心してお買い物をしていただけるよう、商品の品質管理を徹底します	グループ食品衛生品質管理推進部会の定期開催	2025年度「グループ食品衛生品質管理推進部会」2回開催 （2025年10月、2026年3月）
	災害時の安全・安心の向上 災害発生時のお客さま・従業員の安全・安心を目指して、BCP（事業継続計画）の構築と浸透に取り組みます	●自治体との防災協定の締結を推進 ●自治体や他社と連携した防災訓練などの実施	食品スーパーにおいて、26自治体と防災に関する協定を締結
基本テーマ **⑤従業員の「働きがい」を高める** 会社と個人がともに価値を高め成長し合う共創パートナーとなる取り組みを推進します。	**ビジョン共創型の働き方の推進** グループビジョンの浸透、共創・協業の風土醸成を目指し取り組みを推進します **地域貢献活動への参画促進** 地域社会の発展に貢献できる活動にグループ内の属性を問わず参画できる機会をつくります **成長機会の提供** 新たなポストやプロジェクトへの公募、自己申告など、従業員自身が職務を選択する機会をグループ全体で拡充し、自律的キャリア形成をサポートします	グループ全体に向けエンゲージメントサーベイを実施。 各社2025年度の数値を基準に、次年度以降の改善を目指す ➡P.44	**「H2O未来探索塾」** ➡P.44 新市場・新事業モデルを探索し、未来のビジネスを切り拓くため、「第三期H2O未来探索塾」を開講 **「パソナグループとの未来社会共創プロジェクト」** 2025年3月の業務連携を機に共創プロジェクトを開始。2期目となる2026年度はグループ横断で約20名の社員が参加。事業化を目指す **「グループキャリア研修」** 成長機会の提供と自律的なキャリア形成を目的に、2026年度よりグループ横断で「40歳キャリア研修」を実施予定

サステナビリティ戦略

重点テーマに基づく取り組み

「共感」を力に、地域と企業の持続的成長を目指す

私たちの地域共創活動は、社会貢献にとどまらず、社会的価値と経済的価値を融合させる成長モデルの核です。
地域社会との間に生まれる深い「共感」を財務・非財務領域の両面から独自の強みとして可視化・定量化し、確かな事業基盤へと昇華させます。2030年に向けて、持続的な企業価値の向上を成し遂げます。



a 事業活動を地域貢献につなげる

- 阪急阪神百貨店：HANKYU HANSHIN こどもカレッジ
- 関西フードマーケット：小学校社会見学の受け入れ
- エイチ・ツー・オー 商業開発
  地域まちづくり支援拠点「イズミヤ ゆいテラス 河内長野」

HANKYU HANSHIN こどもカレッジ　小学校社会見学の受け入れ

b 地域への貢献が事業価値を生む

- エイチ・ツー・オーまち元気パートナーズ：
  地域活性化・まちづくり事業
- 千里中央公園パークマネジメント：
  「1OOORE SCENES」の企画・運営事業
- エイチ・ツー・オー ネクスト：
  健康マネジメントサービス「まち健」
  まちを盛り上げる食サービスアプリ「まちうま」

さまざまな地域活性化イベントを開催

まちうま

c 地域の課題解決で環境負荷を軽減する

- 阪急阪神百貨店・関西フードマーケット：
  地域の方々へ食品を寄付「フードドライブ」

f 事業活動を通じて自然共生の輪を広げる

- 阪急阪神百貨店：自然と共に暮らすコミュニティ「GREEN AGE」

GREEN AGE
GOOD FOR US, GOOD FOR THE EARTH

e 環境課題の解決で事業価値を生む

- 阪急阪神百貨店：自然資源を提供価値とした都市と地方のシナジー
  「GREENable」
- エイチ・ツー・オー リテイリンググループ：「フクのツナギ箱」
  （サステナブルファッション・プラットフォーム協議会） → P.54

GREENable

d 環境活動で地域を活性化する

- エイチ・ツー・オー リテイリング：
  食と環境の課題に向き合う共創プロジェクト「食とわ」
  大阪の森を健全に保つ「大阪 森の循環促進プロジェクト」 → P.55
  地域共創の輪を広げる「資源循環シンポジウム『Tsugu.』」
  循環を学び、行動する
  「循環ってなんやねん？ ケンキューカイ・ケンキューショ」

みんなの「わ」が見つかる 食とわ

資源循環シンポジウム「Tsugu.」

循環ってなんやねん？ケンキューショ

活動事例①

大阪から関西・全国へ。衣類循環インフラの構築を主導

サステナブルファッション・プラットフォーム協議会の設立

2025年11月、当社をはじめとする民間企業と大阪府が中心となって「サステナブルファッション・プラットフォーム協議会」を設立しました。

地域社会の豊かな未来に貢献するため、サプライチェーンが一体となった、衣類における地域共創型サーキュラーエコノミーの実現を図るために、まずは2030年に大阪府下で焼却・埋立される使用済衣料の8,000t削減（2020年比）を目指します。

主な活動として、生活者が手軽かつ継続的に使用済み衣類を回収に出すことができる「透明性の高い回収システムの構築」と、回収した衣類の循環利用（リユースやリサイクルなど）に基づく「サステナブルファッションマーケットの創出」に取り組んでいます。この協議会において、当社は代表理事の一社としての役割を担っています。

設立の経緯

衣料品の大量生産や廃棄は、環境に大きな負荷をかけます。当社も衣類を扱う小売グループとして長年同様の課題を抱えてきました。しかし、個社単体の努力には限界がありました。

当社が包括連携協定を結ぶ大阪府も危機感を持っており、ともに各界に呼びかけたところ、思いを同じくする小売、再資源化の事業者、地方自治体などが集まりました。そこで2024年に協働プロジェクト「oHOHo CYCLE PROJECT（オホホ サイクル プロジェクト）」を立ち上げ、衣類の回収、運搬、分別、再利用・再資源化を行いながら課題を明らかにし、解決策を検討してきました。

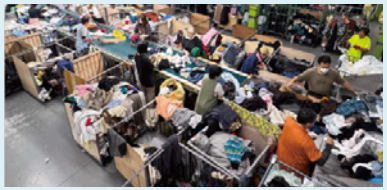
本プロジェクトは2024年から2年連続で環境省の「使用済衣類回収のシステム構築に関するモデル実証事業」に採択されました。取り組みをさらに本格化させるために協議会を設立しました。

サステナブルファッション・プラットフォーム協議会 公式サイト

透明性の高い回収システムの構築

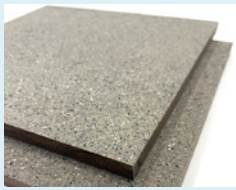
同協議会では、回収した衣類の行先や活用方法を曖昧にしない「透明性」を重視し、回収された衣類は、選別工場で素材やアイテム、状態により約200種類に分別され、リセールやリサイクルされます。

分別の様子



写真提供：ファイバーシーディーエム株式会社

リサイクルの一例



廃衣類リサイクルボード
「PANECO® board M」

反毛材料
写真提供：ファイバーシーディーエム株式会社

当社グループにおいては 阪急百貨店・阪神百貨店や大阪府下のイズミヤショッピングセンターに「フクのツナギ箱」を設置し、使用済衣類の回収を行っています。箱にはお預かりした衣類の行方がわかる掲示をし、手放した衣類がどのように循環していくのかがわかる工夫をしています。

2025年度の回収量は、17,726kgでした。

フクのツナギ箱

Topics

「デコ活」推進事業に採択

当社が「サステナブルファッション・プラットフォーム協議会」を通じ、青山商事株式会社、Earth hacks株式会社、大阪府とともに提案した「地域とともに実現する廃棄衣類ゼロエリア事業」が、環境省の「令和8年度環境配慮行動普及促進事業費補助金及び二酸化炭素排出抑制対策事業費等補助金（「デコ活」（脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動）推進事業）」に採択されました。

地域とともに実現する廃棄衣類ゼロエリア事業
環境省「デコ活」ウェブサイト

デコ活
くらしの中のエコろがけ

サステナビリティ戦略

重点テーマに基づく取り組み

活動事例②

子どもたちの未来に100年先までつながる循環を

こちらからプロジェクトの紹介動画をご覧いただけます

大阪 森の循環促進プロジェクト

当社グループでは、2021年度に大阪府と包括連携協定を結んだことを契機に、「大阪 森の循環促進プロジェクト」を発足しました。
地域の豊かな暮らしを支える森を健全に保ち、未来へ引き継ぐため、林業の現場からグループ店舗の売場まで、さまざまな関係者と一緒に、木材利用の促進や、森や木に関心を持つ人を増やすための活動を推進してきました。
2027年度以降は、より地域とともにつながりを育むモデルへの進化を目指します。

2021~2024年度

大阪の木材を店舗内装や什器、商品へ

店舗の改装時に、内装材として大阪の木材を使用し、木の温もりを感じる空間に。また、阪急うめだ本店10階「うめだスーク」では、大阪の間伐材を使用した商品やイベントを集積した催事を年2回開催しています。

- 阪急うめだ本店8階「GREEN AGE」
- イズミヤショッピングセンター八尾 フードコート
- 高槻阪急スクエア1階「たかつきけやきパーク」 など

たかつきけやきパーク

2025年度

「想うベンチ」プロジェクト(大阪・関西万博)

想うベンチ ウェブサイト

デザイナーや地元製材所と協働し、大阪府産の樹木をありのまま生かすことで、森の営みやいのちの循環を感じられるベンチ「想うベンチ」を16台製作。設置した大阪・関西万博会場ではご来場の方々に喜んでいただきました。

会期終了後は各地の幼稚園や小学校などに寄贈し、同ベンチは子どもたちや地域の方々の思いの場、森に思いを馳せる場として活躍しています。

2027年度~

万博のレガシーとしてコアコンセプトを継承し、新たなフェーズへ

三方を山に囲まれ、生活圏から森へのアクセスに優れた大阪の特長を生かして、都市生活の中で日常的に森や木とかかわる“健やかな暮らし”を提案し、関係人口を拡大します。

3つのプログラム構成

Topics

箕面市と包括連携協定を締結
~豊かな山麓環境を共に育み、未来に継ぐ~

当社は2026年7月、本プロジェクトの一環として、大阪府箕面市と包括連携協定を締結しました。当社とゆかりの深い箕面山麓の保全をこれまで支えてきた官民に加えて、企業も単発的ではなく継続的かつ深く多面的にかかわれる枠組みをつくり、森林資源の再価値化や「自然共生ライフスタイル」の価値提案などを通じて、ともに山麓の課題解決を図っていきます。

包括連携協定締結式の様子

サステナビリティ戦略

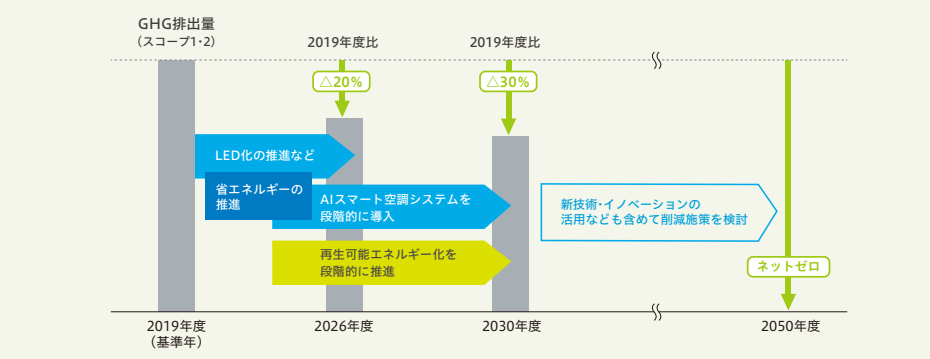
基本テーマに基づく取り組み

気候変動への対応

近年深刻さを増す気候変動は、異常気象やそれに伴う自然災害の増加を引き起こし、当社グループの事業活動へも大きな影響を及ぼします。

気候変動への対応は、当社グループが取り組むべき重要な経営課題であるという認識のもとに、GHG排出量を削減するためのさまざまな取り組みを進めています。さらに、2030年度の目標を達成するため、新たなロードマップ策定にも着手しました。

GHG排出量削減ロードマップ



具体的な対応として当社グループでは、徹底した省エネルギー活動により使用するエネルギーを削減することから取り組んでいます。

百貨店や食品スーパーの店舗における照明のLED化や高効率機器の導入、既存施設の運用見直しなどに加え、2023年からは一部の店舗にてAIスマート空調システムを導入。無駄のない機器の運用により阪急うめだ本店では約20%の省エネルギー化に成功しました。

同時に、一部の店舗では、再生可能エネルギーへの切り替えや太陽光発電の導入を進めており、2026年度には、百貨店3店舗、食品スーパー30店舗を含むグループ内の38拠点において使用する電力100%が再生可能エネルギーになりました。今後も切り替え・導入を拡大する予定です。

また、企業の環境課題への取り組みや情報開示を評価するCDPの気候変動分野において、2025年度「B」スコアを獲得しました。

TCFD TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES

TCFD提言に基づく気候変動関連情報については当社ウェブサイトをご覧ください。

食品ロス削減への対応

食品を多く取り扱う当社グループにとって、食品ロス削減は重要な環境課題です。まずは食品ロスを発生させないために、店舗においては適正発注や「てまえどり」の推進などで発生抑制に努めています。また、発生した廃棄物は飼料や炭化燃料へリサイクルしています。(阪急阪神百貨店の2025年度リサイクル率:90.8%)

食品スーパーにおける廃棄物計量器の導入

当社グループの食品スーパーでは、食品廃棄物の量の正確な把握と分別精度向上のため全店を対象に計量器の導入を進めています。2024年度に導入を開始し、2025年度には全店のうち約46%にあたる103店に設置を完了。従業員への丁寧な啓発活動も行い、食品ロス削減への理解促進や分別意識の向上へとつなげています。食品リサイクル率は2025年度59.4%(2024年度50.9%)と上昇傾向です。

Topics

フードドライブ活動の実施

店舗での食品ロス削減に加え、ご家庭で余剰となった食品の有効活用にも取り組むため、阪急阪神百貨店と関西フードマーケットでは、一部の店舗でフードドライブ活動を実施しています。店頭の常設回収ボックスに加え、従業員がお客さまから直接受け取り、対話することで活動の認知拡大も図っています。2025年度に活動を実施した店舗は百貨店12店舗、食品スーパー123店舗。お客さまから受け取り、寄贈した食品は約28,000点に上りました。

FOOD DRIVE フードドライブ

プラスチック排出量削減への対応

プラスチック排出量の削減と循環利用の促進は、小売業である当社グループが果たすべき責任の一つです。

阪急阪神百貨店では、納品時に廃棄されるハンガーの削減に取り組んでいます。一般社団法人日本百貨店協会が推進する流通用循環ハンガー「エコハン君」の積極的な活用や、お取引先のご協力による返送・再利用を推進。取り組みを開始した2020年度と比べて、2025年度の廃棄量は約80%減となりました。

サステナビリティ戦略

基本テーマに基づく取り組み

人権尊重への取り組み

私たちは、あらゆる人の尊厳と基本的人権を尊重し、人種・国籍・民族・性別・性的指向・性自認・障がいの有無・年齢・信条・社会的身分などを理由とした一切の差別を行わないことをグループ共通の人権方針としています。

お客さまをはじめ、株主、お取引先、従業員、地域の方々といったステークホルダーの皆さまとの公正な関係を保ち、より良い社会環境づくりに貢献することが大切な使命の一つであると考えています。

H2Oリテイリンググループ人権方針については当社ウェブサイトをご覧ください。
H2Oリテイリンググループ CSR調達方針については当社ウェブサイトをご覧ください。

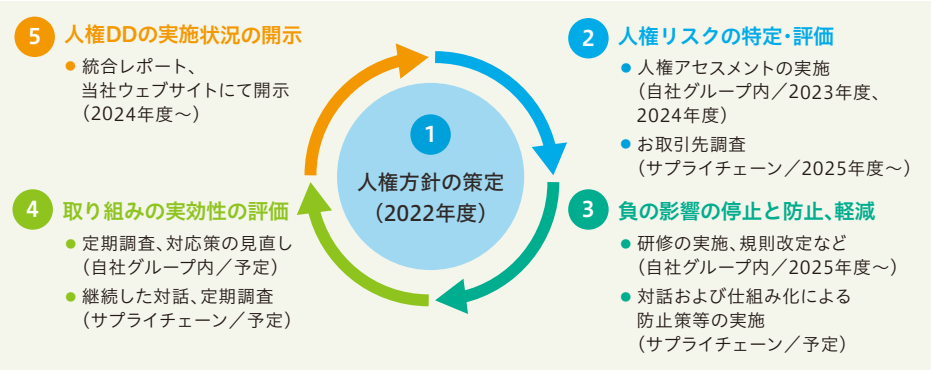
人権デュー・ディリジェンスの推進

当社グループでは、グループ内における人権デュー・ディリジェンス（人権DD）の実施と体制構築、続いてサプライチェーンでの実施というステップで取り組んでいます。

グループ内では2023年度から検討を始め、2024年度に人権リスクの特定・評価を完了、負の影響を停止・防止、軽減させるための対応策を実施しています。サプライチェーンでは課題の特定・評価に向けて、2025年度よりお取引先調査を開始しました。

また、特定された人権リスクについては、是正・救済措置を講じる体制を整備し、継続的な改善につなげていきます。

当社グループおよび当社サプライチェーンにおける人権DDのプロセス



自社グループ内における取り組み

人権アセスメントにて特定された人権課題「ハラスメント」「長時間労働」については、コンプライアンス・リスクマネジメント委員会内の労働環境・人権部会にて取り組みを進めています。

ハラスメントを未然に防ぐため、職場環境の改善にまで踏み込んだグループ合同研修を実施しているほか、グループ全社を対象にLGBTQ＋に関する差別解消を規定した就業規則改定を行っています。また、課題の早期発見や予防に向け、グループ全体に向けたコンプライアンス窓口も設置しています。

2026年度には、グループ各社に対し2回目となる人権課題に関する調査を実施。改善すべき人権課題の確認と見直しを進めています。

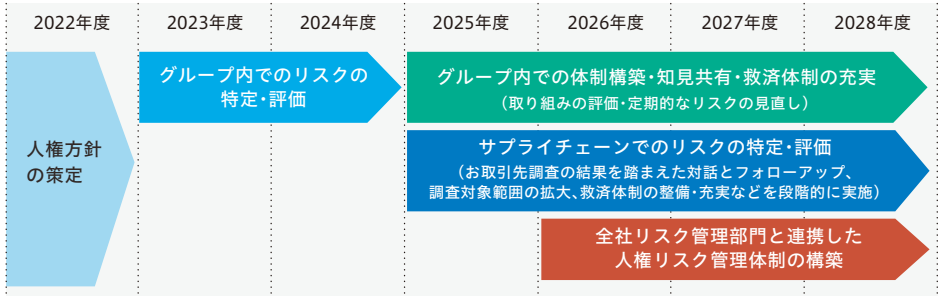
お取引先との対話

サプライチェーンにおける人権課題の把握や解決に向けては、双方向の対話を通した協働が特に重要だと考え、当社グループでは重要な人権課題の特定に際し、主要3社（阪急阪神百貨店、関西フードマーケット、エイチ・ツー・オー商業開発）において、お取引先との対話を実施しています。

阪急阪神百貨店およびエイチ・ツー・オー商業開発では、主に売上高を基準にして2025年度から2026年度にかけ、126社に対してお取引先調査を実施。その中から6社と対話の機会を設けました。関西フードマーケットでは、2026年度にPB商品の製造委託先である7社と対話し、コミュニケーションを強化しています。

より実効性の高い取り組みの実施を目指し、今後もお取引先との対話を継続していきます。

推進ステップと今後の取り組み



サステナビリティ戦略

基本テーマに基づく取り組み

ダイバーシティ&インクルージョン

生活者のニーズやライフスタイルが多様化する中、小売を中核事業とする当社グループでは、新しい価値を生み出し、提供し続けるために、さまざまな価値観や視点を取り入れることが欠かせません。そのためにも、多様な人材が個々の力を十分に発揮し活躍できるよう、ダイバーシティ&インクルージョンを重視した経営を推進しています。

グループ一体で取り組む女性活躍推進と多様な働き方

当社グループでは、誰もが自分らしくキャリアを描き、活躍できる組織を目指しています。中でも、従業員の約半数を占める女性の活躍は、当社グループにとって大変重要だと考えており、優先順位を高く置き、取り組みを進めています。現在は、管理職候補の母集団不足などの課題の解消に向け、家事・育児との両立支援に力を入れています。

阪急阪神百貨店では「女性リーダー育成プログラム」が成果を上げ、受講生の多くが成長を実感し、実際の昇格につながっています。エイチ・ツー・オー商業開発では指導的ポストへの登用で管理職比率が上昇しました。食品スーパーは、各社の統合の過程で課題があるものの、育成プログラムの整備を最優先で進めています。

これからもグループ一体となって女性活躍と多様な働き方を推進していきます。

Topics

一人ひとりが 生き生きと働ける風土醸成を目指して「ダイバーシティウィークス」

2025年11月、従業員が互いの価値観や個性を尊重し、さまざまな力を生かせる環境づくりを目的に「ダイバーシティウィークス」を開催しました。全5回にわたり、異文化理解やLGBTQ+などをテーマに、ゲーム、座談会、ワークショップなどを実施。その内容はグループ全社へと共有され、お互いへの理解を深め、多様性を受容する風土の醸成につながっています。

健康経営

当社グループにとって、すべての従業員が心身ともに健やかで、生き生きと輝けることはグループの未来を支える大切な基盤です。そのために、誰もが安心して力を発揮できる環境づくりを積極的に進め、特にメンタルケアにおいては、一人ひとりの心に寄り添う手厚くきめ細かなサポート体制を整えています。

手厚いケアとサポートで、みんなが安心して輝ける職場へ

グループ全体で健康経営をさらに推進するため、2026年4月に「グループ健康管理センター」を設立しました(➡P.45「人事施策の具体事例」)。

また、「健康診断」「ストレスチェック」「メンタルヘルスケア」などの取り組みで、これからも仕事と治療の両立支援やスムーズな復職サポートを総合的に進め、誰もが心身ともに健康に活躍できる職場づくりを目指していきます。

主な取り組み

健康診断	短時間で働くパート従業員を含むすべての常用労働者を対象に、法定基準を上回る充実した健康診断を全社で実施しています。実施可能な事業所では、胃カメラ検査や腹部エコー検査など、法定以上の詳細な検査項目を導入しています。 また、当社の従業員の約7割が女性であることから、乳がん検診など女性特有の健康診断項目も新たに導入し、推奨しています。
ストレスチェック	従業員50名未満の事業所も含め、法定基準以上のストレスチェックを実施しています。
メンタルヘルスケア	従業員の心の健康維持を最重要課題の一つと捉え、ストレスチェックに加えて、より詳細なメンタルヘルス疾患の判定を行うための「心の健康アンケート」を、グループ全従業員に向けて隔年で実施中です。2027年度からはウェブシステムを活用し、より充実したアンケートへと改定する予定です。 さらに、産業医やカウンセラーを配置することで、すべての従業員が気軽に相談できるメンタルヘルスサポート体制を整えています。

特集 一般財団法人H2Oサンタ10周年

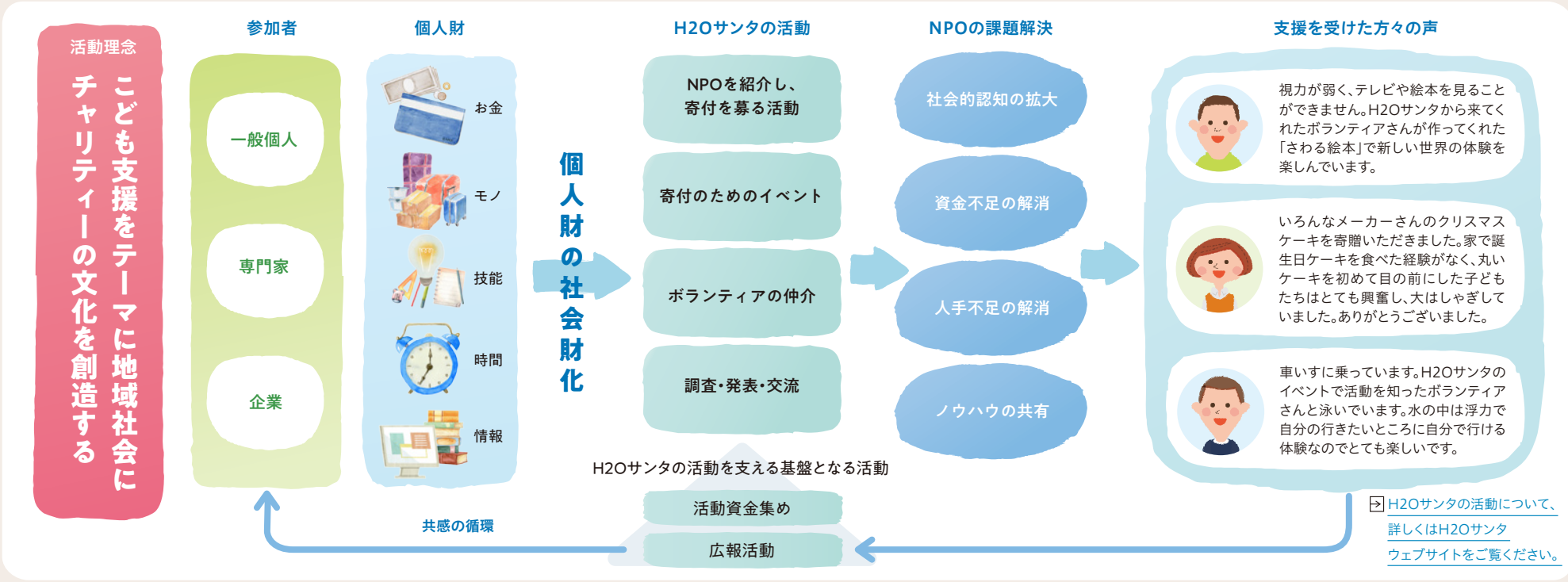
H2Oサンタは、“お買物途中のふとしたきっかけで、気軽にチャリティーに参加してほしい”という思いを込めて、2012年の阪急うめだ本店グランドオープンとともに活動をスタートしました。そして、より多くの方に活動にご参画いただくために「誰もが誰かのサンタになれる。」を合言葉として2015年11月に一般財団法人H2Oサンタを設立しました。良い活動をされているのに、まだ多くの方がご存じでない子ども支援に取り組む社会貢献団体を、百貨店や食品スーパーなどH2Oリテイリンググループの店舗でご紹介しています。地域の方々につなぎ、チャリティーの輪を広げ、2025年11月で10周年を迎えました。

外間 孝次

事務局長よりメッセージ

新しい豊かさを循環させるため、地域・団体・賛助会員の皆さまとの連携を育んできた10年。次の10年は、互いの強みや持てる力を掛け合わせ、未来を共創するパートナーシップをより深く根づかせていきます。そしてH2Oサンタが広めるチャリティーの輪を、より大きく強固なネットワークとして確立していきます。

H2Oサンタがつなぐチャリティーの輪



H2Oサンタの活動について、詳しくはH2Oサンタウェブサイトをご覧ください。

数字で振り返る10年

皆さまの想いをつないだ寄付総額	イベント参加者数	ご紹介した社会貢献団体数	従業員ボランティア参加者数	社会課題をお伝えする講演会等	H2Oサンタの活動を支える方々
2億2,211万9,028円	約27万人	累計109団体	延べ1,281名	回数 209回 / 参加者数 3,284名	法人・個人賛助会員数（2025年3月31日時点） 298会員 / H2Oサンタ社員基金加入者数（2025年10月31日時点） 2,418名

※対象期間：2015年11月～2025年10月　※寄付総額は支払寄付金から支払手数料を除いた額です。

H2Oサンタ10周年特設ページ