



統合レポート2018

エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社

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

お客様および株主の皆様をはじめ、お取引先、従業員といったステークホルダーの期待にお応えするとともに、社会全体に対し貢献することが企業としての存在意義であると考えています。

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めます。

- 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、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、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、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。
- 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、他者の知的財産を侵さず、談合など不正な取引はしません。

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) 環境保護のために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。

名前の由来

エイチ・ツー・オー リテイリングという社名については、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(H₂O)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、「競争」と「協業」の中でお客様の暮らしを潤し、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。

グループ紹介

事業内容

関西エリアを中心に、百貨店事業、食品事業、不動産事業及びホテルや飲食店など小売に関連した事業活動を展開しています。

エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社

グループ全体の経営企画及び管理・監督

百貨店 事業

関西地区で6店舗、関東地区で3店舗、九州地区で1店舗を展開する阪急百貨店と、関西地区で4店舗を展開する阪神百貨店に、そごう神戸店と西武高槻店が加わり、現在は合計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2012年にグランドオープンし、当社グループのブランドイメージを発信し、国内外を問わず広域からの集客を牽引するフラッグシップ店舗となっています。

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1期棟が開業、2021年秋のグランドオープンを目指しています。

これら両本店を当社グループのハブ拠点として、当社のドミナントエリアである京阪神エリアの各拠点に郊外型の店舗を設けることで、広域から足元商圈までをカバーし、関西ドミナントエリアでのマーケットシェアを拡大しています。

阪急百貨店 10 店舗

阪神百貨店 4 店舗

そごう神戸店
西武高槻店 2 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GMS・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(株)は、関西エリアを中心にGMS、食品スーパー、スーパーセンターなど107店舗(カナート(株)の店舗を含む)を展開しています。現在は「食」を核にしたリニューアルや建て替え等を推進し、「ええもん安い」を追求しています。

(株)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、京阪神エリアにおいて77店舗の食品スーパーを展開しています。両社は商品の共同調達やシステム統合を推進することで、経営の効率化も図っています。

また、惣菜や弁当、パン、乾物など食品スーパーや百貨店で販売する食品の製造も自社で行っており、より効率的かつスピーディーに商品を提供できる体制を整えています。

イズミヤ 107 店舗

阪急オアシス 77 店舗

製造会社 4 社

※カナート(株)含む



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。

(株)阪急商業開発では、立地やターゲットに合わせたショッピングセンターの開発を行い、「モザイクモール港北」や「モザイクボックス」の運営を行っています。

また、(株)エイチ・ツー・オー アセットマネジメントは、当社グループの保有不動産や食品事業の店舗・業態再編に伴い発生する空床や土地などの資産の有効活用を行っています。



その他 事業

ビジネスホテルや飲食店、個別宅配サービスの運営など、小売を中心に様々な業態開発に取り組んでいます。

そば・うどん・和食の専門店として「家族亭」「得得」などのブランドで全国展開する(株)家族亭や、コスメと雑貨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(株)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を図っています。



店舗数：2018年9月30日時点

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あり、海外からもアクセスしやすい地域です。

特に阪急百貨店と阪神百貨店が両本店を構える大阪・梅田エリアは、近年、再開発が進む国内有数の商業激戦区であり、その中でも、阪急うめだ本店は西日本最大の売上を誇る地域一番店となっています。

当社は、この梅田を拠点に、関西商圏全体で百貨店やGMS・食品スーパーなど約200店舗を展開し、関西における生活総合産業の構築に向け取り組んでいます。



■ 関西ドミナントエリアにおける店舗数

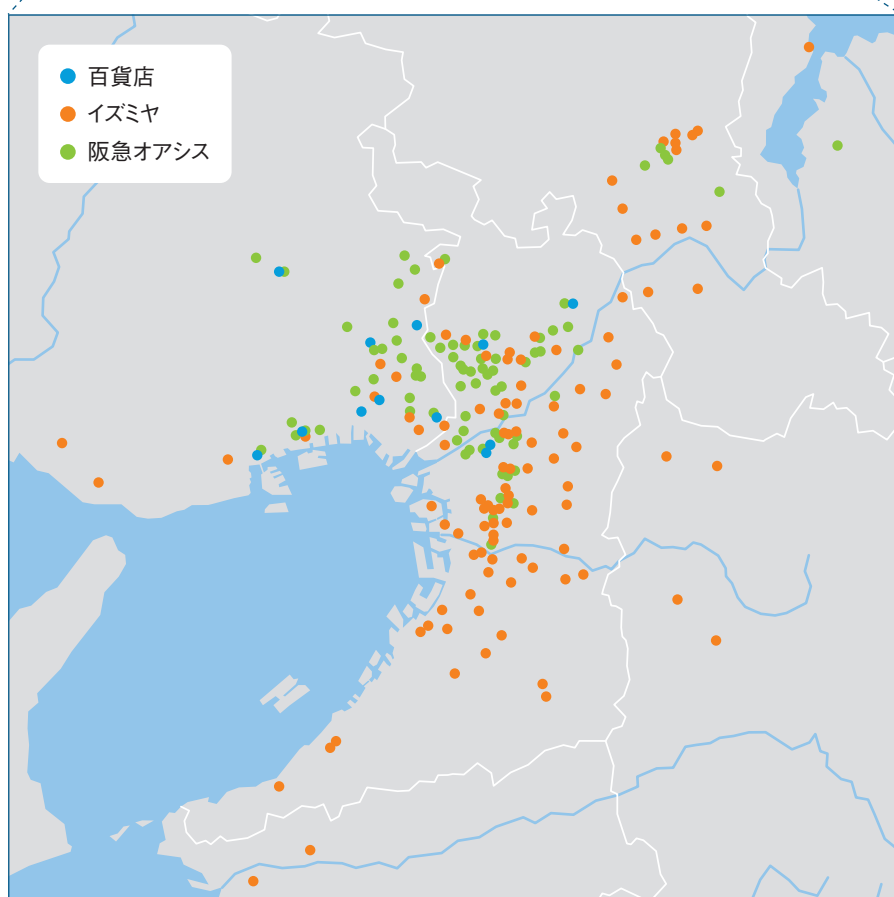
百貨店

12 店舗

GMS・食品スーパー

183 店舗

店舗数：2018年9月30日時点



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。

グループ全社数 **200社** | **5団体**

売上高 **約1兆9,200億円**

従業員数 **約34,000人**

(2017年度末時点)

阪急阪神東宝グループは、阪急阪神ホールディングス、エイチ・ツー・オー リテイリング、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、エンターテインメントなど、様々な事業を通して、魅力ある街づくりをすすめています。

都市交通事業

都市交通事業の中核となるのが、「阪急電鉄」「阪神電気鉄道」です。関西エリアにおいて、鉄道からバス、タクシーにおよぶ大交通網を形成しています。



流通事業

流通事業の核となる「H2Oリテイリング」。「阪急百貨店」「阪神百貨店」を中心に16店舗の百貨店と「イズミヤ」「阪急オアシス」など約200店舗のスーパーマーケットを有する小売グループです。



不動産事業

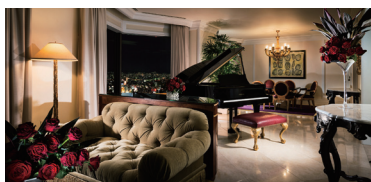
不動産事業は鉄道事業の沿線開発に伴って周辺に優良な住宅地を提供する一方、収益性の高い賃貸ビル運営も積極的に推進。大阪梅田では約80万㎡の賃貸面積を保有しています。

旅行事業

旅行事業の中心となる「阪急交通社」は日本でも屈指の取扱高を誇る旅行代理業者です。

ホテル事業

全国48のホテル、総客室数約10,000室を有する日本屈指の規模を誇る「阪急阪神第一ホテルグループ」です。



国際輸送事業

28の国と地域に100を超える自社の拠点を有し、提携代理店も含め、全世界で迅速かつ安全な国際輸送サービスを提供しています。



阪急阪神東宝グループ

エンターテインメント事業

■ 映画

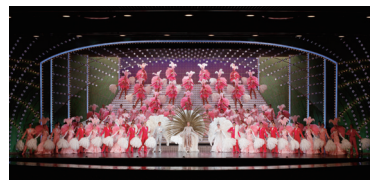
映画の製作・配給・興行を行う「東宝」は680を超えるスクリーン数を誇る、国内最大規模の映画会社です。

「ゴジラ」に代表される誰もが楽しめる娯楽作品を数多く製作・配給し、多くのお客様に夢と感動を与えています。



■ 宝塚歌劇

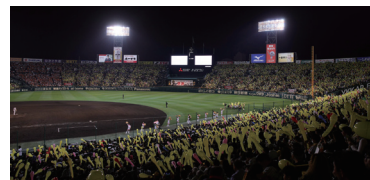
世界でも数少ない女性だけの劇団として、お客様を夢と感動のステージへ誘う「宝塚歌劇団」。これまで計18の国と地域・計26回の海外公演も行い、世界でも高い評価をいただいています。



© Takarazuka Revue Company

■ 阪神タイガース

全国的な人気を誇るプロ野球チーム「阪神タイガース」。観客を魅了するタイガースの選手たちのプレーは、数々の熱戦が繰り広げられてきた野球の聖地「甲子園」と共に、日本の野球界発展に寄与し続けています。



© Hanshin Koshien Stadium

トップメッセージ

関西ドミナント化戦略の深耕と 新たな事業領域での 成長を目指して

代表取締役社長

すず き あつし
鈴木 篤



「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」

この基本理念の基に、当社は関西商圏を主たる経営基盤として、百貨店やGMS・食品スーパーなど小売業を中心としたビジネスを展開しています。

当社の前身である阪急百貨店は1929年に世界初のターミナルデパートとして大阪・梅田の地に創業し、それ以来、常に新しい豊かな暮らしの提案を続けてまいりました。これまで関西商圏で育まれたお客様との繋がり、そしてブランド力は当社グループにとってかけがえのない財産となっています。

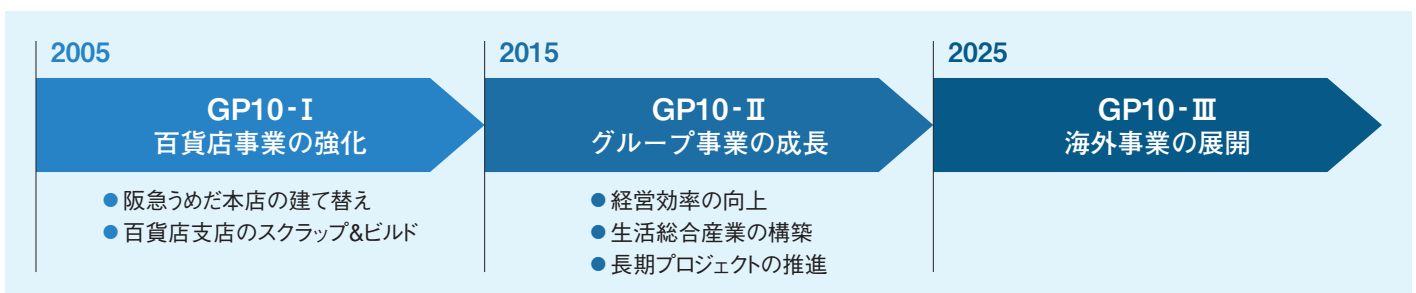
そして、2007年には(株)阪神百貨店と、2014年にはイズミヤ(株)との経営統合を経て、当社グループの関西商圏における経営・顧客基盤は拡大を続け、「関西ドミナント化」を着実に推進しています。

しかしながら、小売業を取り巻く環境は、マーケットの成熟化、個人のライフスタイルの多様化、業態を超えた競争の激化に加え、少子高齢化や人口減少の進展など、凄まじいスピードで変化を続けています。

これらの変化に対する迅速な対応に加え、長期的な将来の方向性を常に意識した経営を行っていくため、当社は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年タームの長期計画「GP10(グランプリテン)計画」を策定しています。

まずは、我々がこれまで取り組んできた「GP10-I(2005-2014)」での取り組みを振り返りながら、当社グループの経営基盤や強みをご理解いただき、その先の成長ストーリーをお伝えしたいと考えています。

■ 長期事業計画「GP10計画」



「GP10-I(2005-2014)」百貨店事業の強化

まず、2014年度を最終年度とする「GP10-I」では、「関西商圏での小売事業の集中的な投資によるマーケットシェアの拡大」を基本戦略として、主に「百貨店事業の強化」を進めてまいりました。

2005年に建て替え工事に着手した阪急うめだ本店は、2012年にグランドオープンを迎えました。店内に4層吹き抜けの「祝祭広場」を設け、モノを提案するだけでなく、モノの背景にあるコト(文化的価値)の提案や体験を重視した「劇場型百貨店」は、国内外を問わず広域のお客様からも高い支持をいただいております。西日本で最大の売上を誇る店舗となり、日々成長を続けています。



阪急うめだ本店

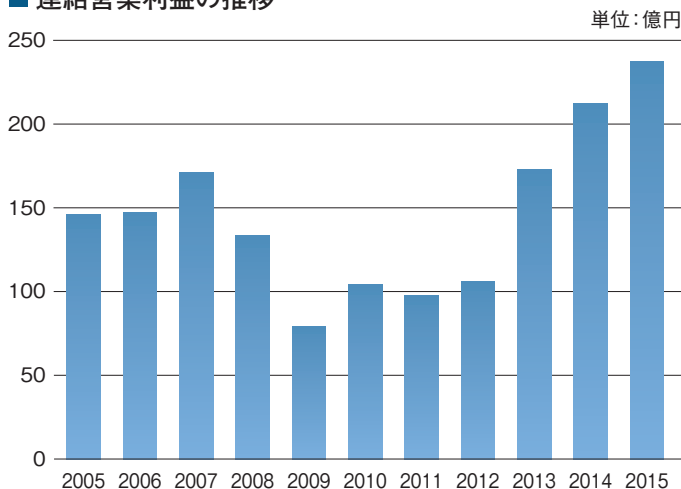


祝祭広場

阪急うめだ本店は当社グループのブランドイメージを広域へ発信するフラッグシップ店舗であり、この建て替えの成功により、関西商圏における経営基盤と顧客基盤をより磐石なものにすることができたと考えています。

また、業界全体で新規出店が伸び悩む中、当社グループでは百貨店のスクラップ&ビルドにも積極的に着手し、3店舗を閉店し、阪急メンズ大阪や博多阪急、西宮阪急など、現在、阪急うめだ本店とともに百貨店事業の利益を牽引する店舗を新たに開店しました。これら大規模店舗の開店は、グループにおける安定した経営基盤に繋がっただけでなく、店づくりを担当した従業員らにとっても大きな経験となり、現在の百貨店運営に大いに活かされています。

■ 連結営業利益の推移



「GP10-II(2015-2024)」グループ事業の成長

「GP10-I」では百貨店事業を強化してきましたが、2015年からの新たな長期事業計画「GP10-II」では、当社の事業ポートフォリオの最適化に向け、百貨店以外のグループ事業の成長に注力しています。「フェーズ1」と位置づける2015-2018年度では、以下の3つの重点施策を掲げ、関西における「生活総合産業」の構築を目指しています。

重 点 施 策

- 1 経営効率の向上による利益の拡大
— 食品事業の構築 —
- 2 関西における生活総合産業の構築
— 梅田広域化及びインフラの整備 —
- 3 長期大型プロジェクトの推進

1 経営効率の向上による利益の拡大 — 食品事業の構築 —

2014年のイズミヤとの経営統合により、当社グループの店舗網は京阪神エリアから関西全域へと広がりましたが、これら既存資産の中でいかに効率的に最大限の利益を生み出すかが次なる課題と考えています。特に当社グループで第2の売上規模がある食品事業に焦点を当て、グループ内での組織再編や保有資産の有効活用、システムの統一、店舗開発や仕入情報の共有化などに事業全体で取り組んでいます。

2 関西における生活総合産業の構築 — 梅田広域化及びインフラの整備 —

およそ2,000万人が暮らす関西商圏のひとりひとりの日常生活に、そして、あらゆるシーンに関わっていきたくと考えており、生活総合産業の構築を進めています。

店舗出店だけではなく、百貨店と食品スーパー、都心店舗と郊外店舗、そして、これら店舗とお客様を有機的につなぐため、決済やポイントのインフラ整備に積極的に取り組んでおり、2016年には共通ポイントサービスである「Sポイント」を開始し、2017年には当社独自のプリペイド型電子マネー「litta」を導入しました。

他社との積極的なアライアンスの効果もあり、関西商圏における顧客基盤の拡大につながっています。

3 長期大型プロジェクトの推進

「GP10-II フェーズ3(2022-2024)」での利益成長を担う長期プロジェクトも推進しています。

■ 阪神梅田本店建て替えプロジェクト

● 2018年6月／第I期棟開業 ● 2021年秋／グランドオープン(予定)

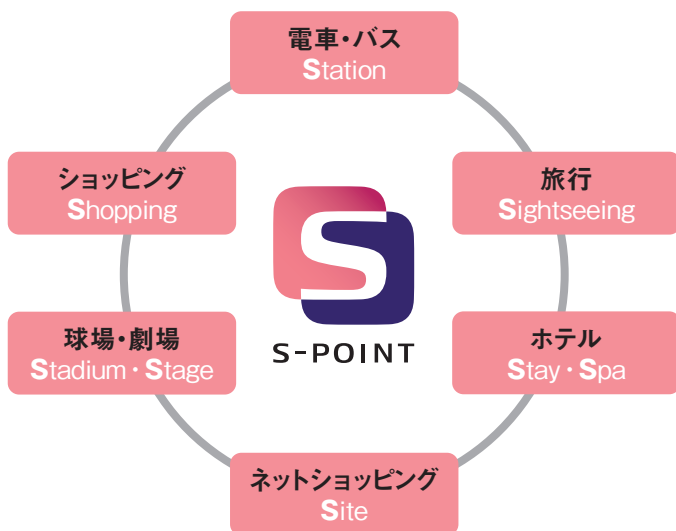
■ 中国寧波市への阪急百貨店出店プロジェクト

● 2019年秋／グランドオープン(予定)

Sポイントサービスによる顧客基盤の拡大

当社グループと阪急阪神ホールディングスグループは、2016年4月より、関西エリア共通ポイント「Sポイント」サービスを開始しました。

両グループが発行する約20種類のポイントカードの会員は約750万人。これら関西商圏にお住まいの会員の皆さまが、百貨店での買物だけでなく、電車やバスなどの交通利用、観劇や野球観戦、旅行など、あらゆる生活シーンで共通ポイント「Sポイント」をためて、使っていただけるようになり、より一層ポイントの利便性が高まりました。



■ Sポイント対象カード(一部)



そして、更なるネットワークの拡大のため、当社グループ以外の業態の加盟店開拓も積極的に行っています。

2018年5月からは、関西2府4県のセブン-イレブン、およそ2,700店舗でもご利用いただけるようになり、今後は関西スーパーでのサービス導入も予定しています。

今後も、ネットワークの拡大を進めることで、より一層、たまりやすく、使いやすいポイントサービスの提供を実現し、関西商圏における顧客基盤を磐石なものにしていきたいと考えています。

積極的なM&A・アライアンスを展開

当社は、ドミナントエリア内での店舗網の充実や、生活総合産業の実現に向けての他業種への参入、Sポイントサービスの拡大のために、積極的にM&Aや業務提携を行っていくことは重要な戦略のひとつと考えています。今後も長期事業計画に合致する案件に関しては、積極的に検討を行ってまいります。

過去の主な M&A案件

- 2006年 (株)ニッショ- (食品スーパー)
- 2007年 (株)阪神百貨店 (百貨店)
- 2011年 (株)家族亭 (外食)
- 2014年 イズミヤ(株) (GMS・食品スーパー)
- 2017年 そごう神戸店・西武高槻店 (百貨店)

次のステージ「GP10-Ⅲ」に向けて

国内では少子高齢化や人口減少が進展していく中、小売業にとって海外での事業領域拡大を検討していくことは避けられないと考えています。

2019年秋の開業を予定している「中国寧波市への阪急百貨店出店プロジェクト」を足がかりに、百貨店だけにこだわらず、当社の既存事業の中から海外で展開していくことができる事業の種を育ててまいります。

また、国内においても、「阪神梅田本店建て替えプロジェクト」や「千里中央地区再開発プロジェクト」など大型案件が続いてまいります。

これら大型プロジェクトをはじめ、長期事業計画を着実に実行し、社会になくてはならない企業グループであり続けるため、これからも企業価値向上に取り組んでまいります。

ステークホルダーの皆さまには、今後とも当社グループへのご支援とご理解を賜りますよう、よろしくお願いいたします。



業績ハイライト (連結)

単位:百万円

会計年度		2013	2014	2015	2016	2017
決算年月		2014/03	2015/03	2016/03	2017/03	2018/03
売上高		576,852	844,819	915,690	901,221	921,871
営業利益		17,313	21,358	23,825	22,542	22,765
経常利益		18,160	21,219	23,060	21,725	24,272
親会社株主に帰属する当期純利益		295	11,586	14,053	14,298	14,636
純資産額		182,277	251,659	252,587	264,323	280,807
自己資本		180,406	250,762	251,554	263,220	279,569
総資産額		377,716	631,877	597,041	640,543	661,873
設備投資		13,532	38,914	20,110	28,060	26,443
減価償却費		13,598	15,149	16,230	15,857	16,223
1株あたり情報	1株当たり純資産額(円)	1,858.37	2,033.25	2,038.83	2,131.97	2,263.95
	1株当たり当期純利益(円)	3.05	98.06	113.93	115.84	118.54
	潜在株式調整後 1株当たり当期純利益(円)	3.03	97.64	113.39	115.28	117.90
	配当金(円)	12.50	25.00	35.00	40.00	40.00
財務指標	営業利益率(%)	3.0	2.5	2.6	2.5	2.5
	自己資本比率(%)	47.8	39.7	42.1	41.1	42.2
	自己資本当期純利益率(%)	0.2	5.4	5.6	5.6	5.4
	総資産経常利益率(%)	4.9	4.2	3.8	3.5	3.7
	連結配当性向(%)	821.0	25.5	30.7	34.5	33.7
従業員数(人)		5,416	8,590	8,456	8,528	8,868

“質”の向上に取り組むH₂Oリテイリンググループ

「環境」「社会」「ガバナンス」それぞれの取り組みの中で、特に重点を置いているのは「安全・安心への取り組み」と「人材育成」です。食料品から衣料品・雑貨まであらゆる商品を提供する当社グループでは、お客様に安心してお買物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、それらを実現し、お客様にご満足いただける高いクオリティのサービスを提供するために、人材の育成が重要であると考え、様々な取り組みを推進しています。

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、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ています。

イズミヤ

イズミヤが製造委託・販売する「good-i」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。

■ 品質管理の総合コンサルティング 「阪急クオリティーサポート」

阪急クオリティーサポートは、食料品・衣料品・雑貨の品質管理をサポートする総合コンサルティング会社として、当社グループ各社だけでなく、グループ外の企業や商業施設等において、商品の検査業務や食品衛生・品質管理の指導を行っています。

グループ内に品質管理会社を持つことによって、よりハイレベルな管理体制が取られており、小売業、食品製造業、飲食業での約50年の経験を踏まえて実施している各種セミナーは、お取引先にも高い評価を得ています。

■ 食の安心ネット「QUALITA(クオリタ)」

お中元・お歳暮のギフトカタログ掲載商品や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20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。

■ 有機栽培の野菜づくり「阪急グリーンファーム」

素材本来のおいしさを実感できる安全・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、有機野菜や減農薬野菜、無農薬野菜を栽培し、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。

■ 非食品の安全・安心

衣料品や雑貨においても、食品と同様に「グループ品質管理推進委員会」を設置し、商品や広告の表示・表現の適正化推進のための点検や、商品の縫製検査を行っています。

その結果、百貨店では年間およそ16,000点の不適正商品を事前に除きました。また中国など海外生産商品に関しても、現地での検品を実施し、不適正商品の入荷をチェックしています。

安全・安心なお買物のために

“安全・安心”は商品だけではなく、安全・安心にお客様にお買物をしていただくため、定期的な防災訓練の実施に加え、阪急うめだ本店と2018年6月に第1期棟がオープンした阪神梅田本店においては、最新の防災システムも導入しています。

■ 防災訓練

阪急・阪神両本店では毎週、地震・消防・津波などのテーマを定めた防災訓練を実施しています。また、百貨店支店やGMS・食品スーパーなどにおいても、定期的な訓練を実施することにより、営業時間中での災害発生時にもお客様に安全に避難いただける体制をとっています。

■ 防災システム

火災時に室内の煙を排出するとともに、加圧ファンにより避難経路への煙の侵入を防ぐ、加圧防排煙システムを導入することで、災害時において安全に避難できる防災システムを整備しています。

■ 耐震

阪急うめだ本店、阪神梅田本店が入居する梅田ツインタワーズは、制振ダンパー等により、震度7クラスの大地震にも耐え得る制震構造を採用しています。

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を通して、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ています。そのため、社員ひとりひとりが自分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、様々な能力開発メニューを取り揃えた「阪急阪神カレッジ」が2018年度からスタートしました。

階層や役割に応じたこれまでの教育プログラムだけでなく、リーダーシップやコーチングなどのビジネススキル、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1,273名(2018年3月末時点)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、参加者と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。



研修センター「舞洲スクール」



イズミヤ研修センターでの加工技術研修

サービススキルの向上を目指して

店頭販売が基本の百貨店やGMS・食品スーパーにおいては、質の高い接客やサービスの提供が非常に重要です。社員だけでなく、お取引先の販売員の方々も含め、当社グループで働く全てのスタッフが高い意識を持って、よりよい接客やサービスをお客様に提供できるように、様々な制度やモチベーションを高める施策を行っています。

■ 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、覆盖面での接客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1,530名(2018年9月末時点)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、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。



ロールプレイングコンテストのようす

■ 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又は売場を表彰し、その中から報奨委員会で特別表彰者を決定しています。

■ イズミヤ「泉の祭典」・

阪急オアシス「阪急オアシスフェスティバル」の開催

イズミヤでは、従業員への感謝を伝える場として「泉の祭典」を、阪急オアシスでは、売上など数値目標達成者や品質管理面での優秀者などを表彰する「阪急オアシスフェスティバル」を年に1回開催しています。このような取り組みが、ともに働く無期社員や有期社員、様々な契約形態で働く従業員らのモチベーションを高め、よりよい店づくりやサービスの実現につながっています。



泉の祭典



阪急オアシスフェスティバル

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、CO₂削減に貢献していきたいと考えています。

H₂O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。

- CO₂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GMS・食品スーパーの基本照明の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CO₂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

	2015年度	2016年度	2017年度
LED化率	45%	46%	51%
削減効果(前年度比)	△415kW	△41kW	△360kW

■ 環境に配慮した建物「阪急うめだ本店」

阪急うめだ本店が入居する「梅田阪急ビル」は建築物の環境性能評価システムCASBEEで最高ランクS評価の建物となっています。これにより新本店の延床面積は、建て替え前と比べ120%に拡大しましたが、CO₂排出量は55%に削減されました。

主な事例

- LED照明の導入
- 高効率機器の導入(ターボ冷凍機、ガス吸収式冷温水器など)
- 節電(後方通路の天井照明に人感センサーを設置)
- 節電(夜間電力を利用した「氷蓄熱システム」により、昼間の電力ピークをカット)
- 節水(排水濾過装置により、レストランの排水をトイレの流水に使用)
- 緑化(屋上広場の緑化、店内の壁面緑化)

■ 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。



冷凍リーチインショーケース

■ 排出権を活用したCO₂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CO₂を削減する取り組みを行っています。

2017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。

2017年度 排出権購入量	1,190t(前年1,038t)
---------------	------------------

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。現在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。

■ 食品スーパーにおけるレジ袋削減の取り組み

イズミヤ及び阪急オアシスではマイバッグ持参を推奨し、一部の店舗ではレジ袋の有料化を実施しています。

2018年には「北摂地域(※)」におけるマイバッグ等の持参促進及びレジ袋削減に関する協定を締結し、イズミヤと阪急オアシスを含む9事業者が、2018年6月より北摂地域の店舗においてレジ袋の無料配布を中止しました。

※北摂地域：吹田市、豊中市、高槻市、茨木市、摂津市、箕面市、池田市、能勢町、島本町、豊能町

	マイバッグ持参率 (2017年度)	レジ袋有料店舗数 (2018年6月時点)
イズミヤ	51.6%	22店舗
阪急オアシス	51.8%	41店舗

■ 包装資材の見直し

阪急阪神百貨店では包装資材のアイテム数を従来より60%削減するとともに、ポリ製品の種類の削減、手提げ紙袋のサイズ見直しや薄肉化、食品レジ袋の薄肉化を実施し、使用量削減にも取り組んでいます。また、お中元・お歳暮ギフトでは、簡易包装へのご協力をお客様にお願いするなど、適正包装を推進しています。

■ 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38%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 (2017年度)
阪急阪神百貨店	69.2%
イズミヤ	26.3%
阪急オアシス	42.3%

■ 「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・溶解・板ブロック化し、また、各店でお客より回収したペットボトルなどを粉砕するなどして、それぞれ再資源化し、リサイクルしています。また、津守エコセンターは、ISO14001の認証も取得しています。

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。

2017年度	開催回数 109回	参加人数5,651人(前年比164%)
--------	-----------	---------------------

また、イズミヤ西神戸店では、神戸市と共同で環境啓発イベントを毎年実施しており、ゴーヤを使ったグリーンカーテンの講習会や、包装の代わりになる風呂敷の包み方講習会などを開催し、159名のお客様にご参加いただきました。

■ お取引先とともに「エコツアー」を開催

お取引先にご協力いただき、リサイクル工場や製造工場の視察を組み入れた「エコツアー」を開催し、お客様に環境について楽しく学んでいただく機会となりました。

京都エコツアー
(月桂冠大倉記念館+イズミヤ八幡店)



全国的なCO₂削減活動への参加

■ 日本百貨店協会との取り組み

日本百貨店協会では、地球温暖化防止のため、政府が推進する地球温暖化対策を促す国民運動「クールチョイス」に賛同し、全国の百貨店で「COOL BIZ」(適正な冷房温度の設定)を実施しています。当社グループの百貨店においても、5月～9月までの5ヶ月間は、店内の冷房温度を1～2度上げ、CO₂削減に取り組んでいます。

■ 「環境省CO₂削減/ライトダウンキャンペーン」・「100万人のキャンドルナイト」等に参加

阪急阪神百貨店では、「環境省CO₂削減/ライトダウンキャンペーン」や「100万人のキャンドルナイト」など全国的なCO₂削減活動に参加しています。大阪・梅田地区の「100万人のキャンドルナイト」では、阪急うめだ本店、阪急メンズ大阪、阪神梅田本店の外壁サインの照明を消してCO₂削減に貢献しています。

環境DATA(2017年度)

INPUT	単位	阪急阪神百貨店	イズミヤ	阪急オアシス
対象店舗数		15	84	79
エネルギー(総量)	(kl)	42,487	52,393	23,336
電気	(千kWh)	143,612	181,657	85,939
ガス	(m³)	2,885,113	4,880,000	1,060,135
地域冷暖房	(GJ)	98,844	—	—
水(総量)	(m³)	929,588	1,059,000	358,291
包装資材(総量)	(t)	1,437	1,708	1,550
紙袋	(t)	780	73 ※1	31
包装紙	(t)	128	—	—
レジ袋	(t)	130	683	365
トレー・ラップ	(t)	145	952	1,155
その他	(t)	254	—	—
事務用紙(コピー用紙)	(t)	25	142	59

※1 紙容器を含む



OUTPUT	単位	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)	82,749	103,632	46,895
廃棄物(総量)	(t)	12,671	22,904	11,440
リサイクル(総量)	(t)	8,270	15,482	8,008
段ボール	(t)	4,243	13,646	6,536
紙類	(t)	1,073	— ※2	219
プラスチック	(t)	446	707	262
食品廃棄物	(t)	2,196	3,672	992
その他	(t)	312	—	—

※2 段ボールを含む

店頭回収	単位	阪急阪神百貨店	イズミヤ	阪急オアシス
トレー	(t)	1.3	102	256
牛乳パック	(t)	1.9	194	77
ペットボトル	(t)	5.5	429	370

環境重点目標(2017年度)

阪急阪神百貨店				
重点項目	2017年度環境目標	実績値	評価	2018年度環境目標
省エネルギー エネルギー使用量原単位	0.0261 ※1	0.0265	×	前年比1%減 0.0262
省資源 容器包装使用量原単位	3.37 ※2	3.22	○	前年比1%減 3.19
廃棄物のリサイクル向上 食品廃棄物のリサイクル率	71.7%	69.2%	×	前年比1%増 70.2%

※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	2017年度環境目標	実績値	評価	2018年度環境目標
省エネルギー 店舗：CO ₂	2011年度比 23%削減 (CO ₂ 換算)	40.5%削減 (CO ₂ 換算)	○	2013年度比 20%削減 (CO ₂ 換算)
省エネルギー 本社：電力使用量	2011年度比 32%削減	29.5%削減	×	2013年度比 20%削減
省資源 レジ袋持参率	55.50%	51.60%	×	53.50%

阪急オアシス				
重点項目	2017年度環境目標	実績値	評価	2018年度環境目標
省エネルギー エネルギー使用量原単位	0.0273 ※3	0.0274	×	前年比1%減 0.0271
省資源 レジ袋持参率	51.00%	51.79%	○	52.00%
廃棄物のリサイクル向上 食品廃棄物のリサイクル率	44.80%	42.30%	×	44.80%

※3 総使用量(kl換算)／延床面積＊営業時間

多様な働き方の実現

前述のとおり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ひとり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。

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11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、マネージャー職は452名となっており、全管理職に占める女性の割合は、年々増加しています。

	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(51名)	15%(13%)
イズミヤ	24名(18名)	8%(6%)
阪急オアシス	13名(13名)	9%(9%)

(2018年4月時点)

■ 働きやすい環境

小売業ではシフト勤務が中心となりますが、そのような勤務体系の中でも、出産や子育てといった様々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、グループ各社で様々な制度を整備しています。ここでは、阪急阪神百貨店における各種制度の一部をご紹介します。

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。



- ① 予定日の産前8週間、産後10週間の休暇を取得可能
- ② 満4歳になる年度の5月末まで取得可能
- ③ 小学校就学年齢の5月末までは、実働5・6・7時間勤務の短い勤務時間で働くことが可能。そして、小学校就学以降も小学校3年になる年度末まで、週2日フルタイム＋短時間勤務や、短日数勤務(週3もしくは週4フルタイム)が可能
- 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、業務や事情に合わせ、柔軟な働き方に対応できるように、多様な勤務パターンや仕事と介護の両立をサポートする「介護休職」や「介護短時間勤務」等の制度、結婚や出産・育児、配偶者の転勤や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。

柔軟な勤務パターン

● 長短勤務制度

繁閑にあわせて柔軟にシフト勤務の勤務時間を、±30分、または±1・2・3・4時間単位で増減させることができる制度です。

● フレックス勤務

コアタイムを除き、出勤・退勤時刻を自身で調整して働くことができます。

■ 事業所内保育施設「H₂Oほいくえん」

政府の取り組む企業主導型保育事業による事業所内保育施設の導入に取り組んでいます。

「デイリーカーナートイズミヤあびこ店」には、食品スーパーの様々な時間帯で働く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、多くの従業員とそのお子様たちにご利用いただいています。今後は他のエリアや店舗においても、同様の保育施設の導入を進め、従業員が働きやすい環境づくりの実現にも取り組んでまいります。



保育園内のような様子

■ ダイバーシティに対する理解の促進

ダイバーシティに関する理解を促進し、実際に組織で推進していくために、社内報での情報発信や、グループ各社の経営職を対象にしたセミナーの開催などを積極的に行っています。



社内報「H₂O通信」での情報発信



ダイバーシティ推進セミナーの様子

■ 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24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2.27%(2018年6月時点)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、社員ひとり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、長時間労働の抑制に向け、事業部単位で削減目標の設定や、柔軟な勤務体系の導入、業務改善アンケートの実施、残業状況をタイムリーに把握できる新勤務システムの導入などを行っています。

■ 人事データ (2018年3月31日時点)

		阪急阪神百貨店	イズミヤ	阪急オアシス
従業員数	男性	1,244名	1,289名	696名
	女性	1,957名	688名	226名
平均勤続年数	男性	23年6ヶ月	22年2ヶ月	18年6ヶ月
	女性	22年7ヶ月	17年11ヶ月	11年6ヶ月
育児休業取得者 ※		113名	45名	11名
介護休業取得者 ※		12名	1名	1名
有給休暇取得率		37.5%	29.4%	22.3%

※2017年度年間取得者数

お買物をより快適に、より楽しく

百貨店やGMS・食品スーパーには、毎日、様々なお客様がご来店されます。お身体の不自由な方、お子様連れの方、海外からのお客様など、どなたにもお買物を楽しんでいただけるように、お買物しやすい環境や様々なサービスを行っています。

■ 快適な売場環境

阪急うめだ本店では、建て替えグランドオープンに際して、快適にお買物を楽しんでいただくための様々な工夫を取り入れました。

ハード面では、バリアフリー化に加え、誰もが見やすく、わかりやすい店内サインや、300席以上のレストスペースを設置するとともに、建て替え前の課題であったお客様用トイレの混雑を緩和するため、トイレブースやパウダースペースに十分な数と面積を確保し、快適な環境を作り出しました。また、車いすやベビーカーをお使いのお客様のために、建て替え前より通路を拡大し、車いすやベビーカーの貸し出しサービスの実施や優先エレベーターも設けています。



約300席のレストスペース



わかりやすい店内サイン



優先エレベーター

■ 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産業医の診断を受けられる体制を整えています。

また、近年、急増している海外からのお客様にもお買物を楽しんでいただくため、主要店舗においては、ストアガイド・店内サインは4言語対応を行い、多言語対応可能な売場アテンドスタッフの配置やクレジット免税の導入、通話電話ホットラインやフリーWi-Fiサービスの実施など、サービスの拡大も進めています。

■ お客様の声にお応えする仕組み

当社グループの百貨店やGMS・食品スーパーでは、お客様からの様々なご意見やご要望をたまわる専門部署やホームページ等でのお問い合わせ窓口を設けています。

阪急阪神百貨店では実際にお客様と接する販売員が、現場の声を「情報メモ」に記載することで、サービスの改善や課題を解決する仕組みがあります。

この情報メモによって、阪急うめだ本店と阪神梅田本店それぞれでお買上げいただいた商品と一緒に箱詰め(進物包装)できるようになり、また、ホームページのお問合せフォームに画像添付ができるようになるなど、様々な改善を実施しています。

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、様々な活動を実施しています。こうした貢献活動を通して、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5,000万人の様々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)。地域社会にチャリティーの文化を創造することを目的とし、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ます。様々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9・12階にNPOの活動内容をご紹介します「H2Oサンタ チャリティーガイド」を常設し、毎週土曜日には同店の祝祭広場にてNPOの活動内容をご紹介します「H2Oサンタ チャリティートークイベント」を開催しています。また、「H2Oサンタ NPOフェスティバル」を年2回開催し、2017年度は合計25団体の活動を紹介しました。



H2Oサンタ チャリティートークイベント



H2Oサンタ NPOフェスティバル

② 寄付のためのイベントの開催

子ども支援や被災地支援のための寄付集めのイベントを開催し、入場料や会場内の募金箱で集まった金額を支援金として寄付しています。

2017年度の主なイベント

- 熊本地震被災地支援 チャリティーダンスフェスティバル
- 大くまモン展～熊本復興をH2Oサンタもお手伝い～

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ボランティアに参加していただける方々と社会貢献団体をつないでいます。

④ 調査・発表

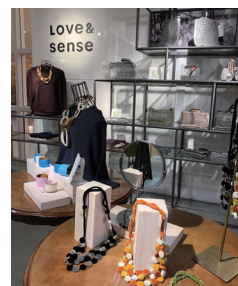
子どもを取り巻く問題の現状把握のため、子ども支援の現場取材し、冊子やブログで紹介しています。また、2017年には「第1回H2Oサンタシンポジウム」を開催。「児童虐待・社会的擁護・医療・福祉の連携のこれから～子どもの未来への架け橋～」と題し、専門家どうしをつなぎ、課題解決のスピードアップを図ると共に、新たなネットワークをつくる機会として実施されました。

H2Oサンタの活動の詳細は、ホームページをご覧ください。

➡ <http://www.h2o-retailing.co.jp/h2o-santa/>

■ フェアトレード・エシカルファッションの提案

阪急うめだ本店10階『うめだスーク』中央街区では、アジアやアフリカ、中南米などの農村地域や都市のスラムなどに暮らす人々に仕事の機会を提供することで、貧しい人々が自らの力で暮らしを向上させることを支援しようと、高津玉枝さんが立ち上げたフェアトレードのセレクトショップ「Love&sense」を常設で展開しています。



阪急うめだ本店10階
「Love&sense」

また、昨今のファッションマーケットでは、社会貢献や自然環境の改善に繋がる、エシカルマインドに裏打ちされたモノづくりを続けるデザイナーに注目が集まっています。阪急うめだ本店では、自然の素材やモチーフをハイセンスなファッションアイテムに転換し、日々の暮らしをより心豊かに、自然体で楽しむためのヒントを提案するブランドを集積したポップアップイベントを開催し、ファッションや買い物の中から、気軽にフェアトレードやエシカルファッションを知ってもらう場を提供しています。

子ども・子育て支援

未来を担う子ども達の支援はもとより、子ども達を育てる家族のサポートにも積極的に取り組んでいます。

■ 阪急うめだ本店「子育てライブスクール」

「子育て・暮らし・これからのことについて、ママやパパが体験・体感を通して知ってもらえる場を作りたい」という想いから阪急うめだ本店に誕生したのが「子育てライブスクール」です。

出産準備用品アドバイザーによるパーソナルコンサルティングや、管理栄養士による離乳食教室、ベビー用品の相談会などを連日開催し、気軽に相談できる産前・産後のサポートを行っています。

■ 社会見学・就業体験の受け入れ

イズミヤや阪急オアシスでは、近隣小学校の店舗見学や買物体験、近隣中学校の就業体験の受け入れを行っています。バックヤードの見学や実際の店頭作業の体験などを通して、仕事の楽しさや厳しさを多くの子どもたちに体験してもらっています。

■ お取引先との共同取り組み

お取引先と共同で、子ども達の健康を促進するための各種イベントを開催しています。

阪急オアシスとエスビー食品とは、毎年「阪急オアシス・S&B杯 ちびっ子健康マラソン大会」を開催しており、毎回2,000人を超える小学生が参加しています。

また、阪急オアシス、イズミヤ、日清オイリオの3社で「ジュニアサッカースクール」を開催し、約100名の小学生が参加しました。当日は、元サッカー日本代表の選手に直接コーチングをしていただく貴重な機会となりました。



ジュニアサッカースクールのようす

従業員による社会貢献活動

当社はH2Oサンタの活動を通じて、お客様にボランティア活動の紹介を行っていますが、当社グループの従業員によるボランティア活動への参加も積極的に推進しています。

■ 従業員ボランティアの推進

H2Oサンタは、当社グループの従業員や家族、お取引先のスタッフにボランティア活動を紹介しています。

NPOの事務作業のお手伝いや保護動物の世話、イベントの補助など様々な活動支援に関して、社内イントラネット等で情報提供を行い、これまでにおよそ400人がボランティア活動に参加しています。



ノベルティ準備のお手伝い

また、当社、阪急・阪神両本店、労働組合などが合同で、阪急・阪神

両本店の周辺や公共通路などの清掃活動を、毎月第3金曜日の朝に行っています。その他の百貨店支店やショッピングセンターなどでも、それぞれ周辺の公共通路の清掃を実施しています。



障がい児への水泳指導のお手伝い

■ H2Oサンタ社員基金の設立

社員のボランティア活動や社会貢献団体への助成、災害発生時の寄付などの資金として、当社及び阪急阪神百貨店の社員が、1口100円(3口まで)を毎月の給与から、社員基金として任意に積み立てています。

伝統・文化財の承継

事業特性を活かし、多くの方に日本の伝統や文化、技術を紹介し、承継していくことは当社グループの重要な役割であると認識しています。

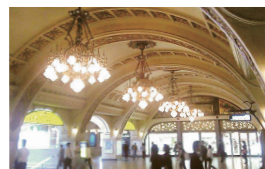
■ 貴重な建築意匠を新店舗に承継

阪急うめだ本店は2012年9月に建て替え工事を経て、グランドオープンしましたが、建築家・伊東忠太氏デザインのモザイク壁画や最高級グレードのシャンデリアなど、建て替え前からおよそ80年近く愛されてきた数々の建築意匠は、修復後、新店舗にも引き継がれています。

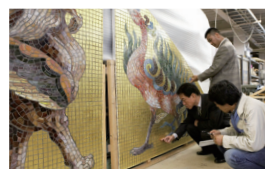
■ 阪急うめだ本店「新・日本の美意識」

阪急うめだ本店では、2018年春・秋に「新・日本の美意識」と題した全館キャンペーンを開催しました。

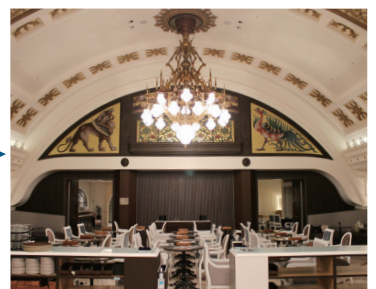
連綿と受け継がれる日本の伝統的な文化や、優れた手仕事と、現代的なセンスを掛け合わせることで生まれる「豊かな暮らし方」を提案し、多くのお客様に日本のものづくりの素晴らしさを提案しています。



建て替え前のコンコース



壁画の修復



新・阪急うめだ本店13階のレストランに
シャンデリアやモザイク壁画を移設

コーポレートガバナンス

当社は、基本理念として『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』を掲げ、小売事業の多角化による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り、その実現のために、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、絶え間ざる経営革新を進めています。このような基本理念や経営ビジョンのもと、以下の考え方に沿ってコーポレートガバナンス体制の充実に取り組んでいます。

- 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

コーポレートガバナンスに関する基本原則 <http://www.h2o-retailing.co.jp/governance/>

企業統治の体制

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、企業価値の向上を目指しています。

また、2016年6月に監査役会設置会社から監査等委員会設置会社に移行したことで、経営の監督機能の強化も行っています。

■ 取締役会

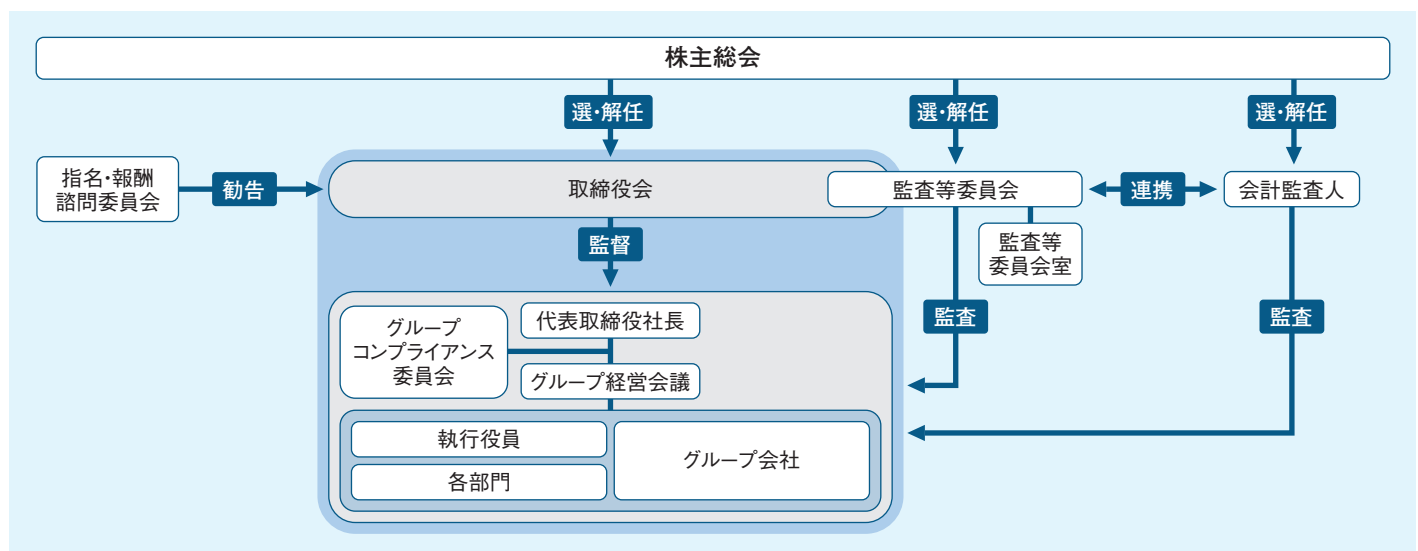
当社の取締役会は取締役11名（うち、監査等委員である取締役は4名）で構成され、そのうち社外取締役は4名（うち、監査等委員である取締役は3名）で、社外取締役の比率は3分の1超となります。

監査等委員会設置会社への移行を機に、報告事項の充実や、開催回数・時間の拡大、社外取締役への事前説明など運営面の大幅な見直しを実施しました。2017年度には、リスクの観点から踏まえた付議基準の見直しを行い、さらなる審議の充実を図っています。

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、執行役員の業務執行を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。

■ 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4名で構成されています。監査等委員は、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（財務室、総務人事室、システム企画室等）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。



■ 取締役の多様性

変化の激しい事業環境のもと、競争に勝ち残っていくために、また、前例にとらわれず、多様で新しい視点からの意見が継続的にもたらされることができるよう、役員の多様性の確保は重要な案件であると考えています。取締役候補者の選任においては、性別、年齢等を問わず、持株会社である当社においての重要な意思決定を行うにあたり必要な知識、能力を有することを基準としています。

この方針に基づき、当社グループ内出身の者は、グループ経営戦略、財務、コンプライアンスの立案・推進において適切な能力、経験、知見を有する者ならびに主要子会社の代表者から選任しています。

社外から招聘する者は、業種にとらわれない企業経営の経験者、弁護士、当社グループの事業に有益な専門的知識を有する者等から複数を選任し、バランスと多様性を保ちながら、迅速な意思決定ができるよう適切な規模で取締役会を構成しています。

なお、監査等委員である取締役については、少なくとも1名は経理・財務の豊富な経験と知見を有する者を選任することとしています。

■ 役員報酬

当社の業務執行取締役の報酬等は、短期及び中長期的な業績向上に対するインセンティブを高めるため、月例の基本報酬と、単年度の業績等を反映した年次賞与及び株価に連動する株式関連報酬を組み合わせた報酬体系としており、報酬の構成は、基本報酬約50%、業績及び株価連動報酬約50%を目安としています。但し、非業務執行取締役の報酬等は月例の基本報酬のみを支給しています。

取締役の報酬等については、指名・報酬諮問委員会の勧告を踏まえて、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ています。また、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。

固定報酬

基本報酬	全役員	役位に応じた報酬、毎年4月改定
------	-----	-----------------

業績・株価連動報酬

年次賞与	取締役 （社外及び 監査等委員 除く）	1事業年度の連結業績に応じた報酬 （主に営業利益、当期純利益を勘案） 株主総会において毎年承認
株式報酬型 ストックオプション		行使条件を役員退任後5年以内とする 新株予約権を、役位に応じて付与

報酬限度額

基本報酬	監査等委員 でない取締役	年額3億円以内 （うち、社外取締役5,000万円以内）
	監査等委員 である取締役	年額9,000万円以内
株式報酬型 ストックオプション	監査等委員 でない取締役	年額1.2億円以内

■ 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、監査等委員を含む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、取締役候補者の指名、取締役の報酬等に関する方針及び内容について検討し、取締役会に勧告しています。

また、後継者育成計画においても、当委員会からの意見・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	八木 誠（取締役：独立社外）
	委 員	番 尚志（取締役監査等委員：独立社外）
		鈴木 篤（代表取締役社長）

■ 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、2018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、取締役監査等委員との意見交換会を開催し、取締役会の構成、運営、議題、サポート体制等についてヒアリングを実施しました。

それらを分析した結果、各項目で改善が進んでおり、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、中長期的な視点やリスクの観点を踏まえた議論の活性化については改善の余地があることが確認されたことから、今後の更なる実効性の確保に向け、改善に取り組んでまいります。

■ 株主との対話

当社は、株主との建設的な対話の実現に向け、機関投資家対応の専任窓口としてIR部を設置し、当社社長及び主要事業会社の社長が出席する機関投資家向けの決算説明会（年2回）の開催や、海外ロードショーの実施、カンファレンスや個別取材対応など国内外の機関投資家との積極的な意見交換を行っています。

また、主に個人株主向けに、株主アンケートの実施（年1回）や、ホームページでのお問い合わせフォームの設置などにより、ご意見を頂戴しています。

2018年には、情報発信強化の一環として、株主総会招集ご通知と株主通信を一体化し、早期の発送と発送1週間前にホームページに掲載することで、従来より早い段階で、より充実した情報の提供を行っています。

■ 株主還元の方針

当社は、事業年度ごとの業績をベースにして、中長期にわたる適正な財務体質の構築と成長投資に必要なキャッシュフローを勘案しながら安定的な利益還元を行うことを基本方針としています。

具体的には、連結当期純利益、連結純資産、連結キャッシュフローの中長期の計画から総合的に判断して最適な成果分配を行っています。

■ 政策保有株式の保有及び議決権行使に関する方針

当社は、政策保有株式に関して内容を精査し、既に削減を進めていますが、取引先、業務提携先等の関係先との良好な関係を構築し、当社グループの事業の円滑な推進と中長期的な企業価値の向上に資すると判断する場合は、当該取引先等の株式を政策的に保有する方針です。

ただし、保有株式については、その保有目的に資するものであるかを適宜見直し、保有意義が乏しいと判断する株式については、市場動向等を踏まえて売却を検討します。

また、議決権行使については、当社グループの中長期的な視点での価値向上に資するかの視点に立ち、保有目的を踏まえて総合的に判断のうえ行います。

社外役員の選任

当社は、豊富な経験や幅広い見識、高い専門性に加え、当社の経営において適切に監督が行える人格、識見、能力を有する人材を選任しています。
また、当社が設定する「社外取締役の独立性に関する基準」に照らして、独立性の判断を行っています。

■ 選任理由及び出席状況

役 職	氏 名	選任理由	2017年度出席回数 上段：取締役会 下段：監査等委員会
取締役	八木 誠	関西電力㈱の会長としての企業経営の豊富な経験と幅広い見識に基づく視点から、当社社外取締役として取締役会等において積極的な意見・提言等を行っています。同氏の経験等を当社グループの経営の監督に活かしていただくことにより、当社グループの企業価値向上に寄与いただけると判断し、選任しています。	10回中8回 —
取締役 監査等委員	番 尚志	三菱倉庫㈱の社長・会長経験者としての企業経営の豊富な経験と幅広い見識に基づく視点から、監査等委員である取締役(社外取締役)として取締役会等において積極的な意見・提言等を行っています。当社は、同氏の経験等を当社グループの経営の監督及び監査に活かしていただくことにより、当社グループの企業価値向上に寄与いただけると判断し、選任しています。	10回中10回 10回中10回
取締役 監査等委員	中野 健二郎	金融機関の経営者としての豊富な経験と幅広い見識に基づく視点から、監査等委員である取締役(社外取締役)として取締役会等において積極的な意見・提言等を行っています。当社は、同氏の経験等を当社グループの経営の監督及び監査に活かしていただくことにより、当社グループの企業価値向上に寄与いただけると判断し、選任しています。	10回中9回 10回中9回
取締役 監査等委員	石原 真弓	過去に社外役員となること以外の方法で会社の経営に携わられた経験はありませんが、弁護士としての専門的な知識、経験と幅広い見識に基づく視点から、監査等委員である取締役(社外取締役)として取締役会等において積極的な意見・提言等を行っています。当社は、同氏の経験等を当社グループの経営の監督及び監査に活かしていただくことにより、当社グループの企業価値向上に寄与いただけると判断し、選任しています。	10回中9回 10回中10回

上記4名は当社の定める「社外取締役の独立性に関する基準」の条件を満たしているため、独立役員として指定しています。

■ 社外取締役の独立性に関する基準

当社の社外取締役が独立性を有していると判断されるためには、当該社外取締役が以下のいずれの基準にも該当しないことを条件としています。

- ① 当社および子会社(以下「当社グループ」という。)を主要な取引先とする者(注1)、またはその業務執行取締役、執行役その他これらに準じる者または支配人その他の使用人(以下「業務執行者」という。)である者
- ② 当社グループの主要な取引先である者(注2)、またはその業務執行者
- ③ 当社グループから役員報酬以外に、一定額(注3)を超える金銭その他の財産上の利益を受けている弁護士、公認会計士、税理士またはコンサルタント等の専門家
- ④ 当社グループの会計監査人である監査法人に所属し、監査業務を実際に担当する者
- ⑤ 当社の主要株主(議決権の10%以上を保有する者をいい、間接保有を含む。)、またはその業務執行者
- ⑥ 当社グループが主要株主である会社の業務執行者
- ⑦ 当社グループの業務執行取締役、常勤の監査等委員である取締役、常勤監査役が他の会社の社外取締役または社外監査役を兼任している場合において、当該他の会社の業務執行者
- ⑧ 阪急阪神東宝グループ(当社グループを含む。)の業務執行者
- ⑨ 当社グループから一定額(注4)を超える寄付を受けている者、または法人、組合等の団体の場合、その業務執行者
- ⑩ 上記①から⑨に関して過去5年間(ただし、上記⑧に関して当社グループの業務執行者については、過去10年間)において、該当していた者
- ⑪ その配偶者または二親等以内の親族が、上記①から⑩のいずれか(上記③および④を除き、重要な者(注5)に限る。)に該当する者
- ⑫ その他、当社と利益相反関係が生じ得る特段の事由が存在すると認められる者

注1：「当社グループを主要な取引先とする者」とは、当社グループに対して製品またはサービスを提供している取引先であって、直近事業年度における当社グループへの取引先の取引額が1億円または当該取引先の年間連結売上高の2%のいずれか高い方の額を超える者をいう。

注2：「当社グループの主要な取引先である者」とは、①当社グループが製品またはサービスを提供している取引先であって、直近事業年度における当社グループの取引先への取引額が当社の年間連結売上高の2%を超える者、および②当社グループが負債を負っている取引先であって、直近事業年度末における当社の連結総資産の2%以上の額を当社グループに融資している者をいう。

注3：「一定額」とは、①当該専門家が個人として当社グループに役務提供している場合は、直近事業年度における当社グループから収受している対価(役員報酬を除く)について、年間1,000万円、②当該専門家が所属している法人、組合等の団体が当社グループに役務提供している場合は、直近事業年度における当該団体が当社グループから収受している対価の合計金額について、当該団体の年間総収入金額の2%をいう。

注4：「一定額」とは、直近事業年度において、年間1,000万円をいう。

注5：「重要な者」とは、取締役、執行役、執行役員および部長以上の業務執行者またはそれらに準じる権限を有する業務執行者をいう。

コンプライアンス・リスクマネジメント

当社グループは、企業の成長には事業規模の拡大と、それに応じた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、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システムの強化に取り組んでいます。

当社は適宜、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。

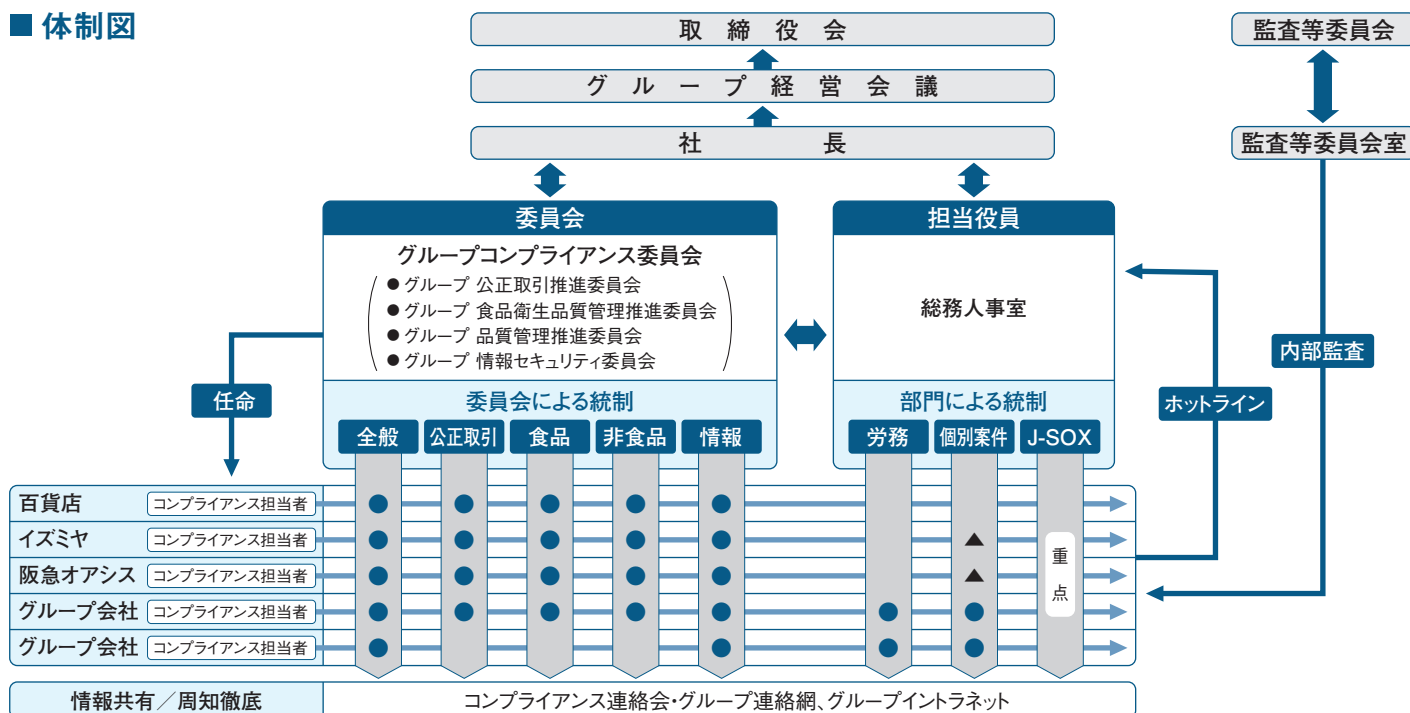
管理体制

■ リスク管理・コンプライアンス推進

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、コンプライアンス推進に関しては、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「H2Oリテイリンググループ行動規範」として定めるとともに、「グループコンプライアンス規程」を制定し、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・整備を実際に推進していくため、「グループコンプライアンス委員会」を設置しています。当社及び当社グループ各社におけるコンプライアンス推進の責任者として各社の社長（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）をコンプライアンス担当に任命し、コンプライアンスに関わる諸施策の推進及び情報の共有化を行っています。また、公正取引推進委員会など専門委員会も設置し、さらに一歩踏み込んだ対策に取り組んでいます。

■ 体制図



■ グループコンプライアンス委員会及び専門委員会の取組内容

委員会	2017年度 主な取組内容
グループコンプライアンス委員会	● グループ各社においてリスク全般及び安全衛生体制に関する調査を実施し、課題会社に対し個別調査・是正指導等を実施 ● グループ全社の役員及び管理職を対象に、「H2Oリテイリンググループ行動規範」の実践に関する調査を実施 ● グループコンプライアンス連絡会を開催し、人事労務関連や法改正対応など情報の共有化を実施
グループ公正取引推進委員会	● グループ各社における景品表示法及び下請法の運用状況に対する是正指導・管理体制整備の実施 ● カルテル防止対策として、業務提携先との取り組み調査やルール策定の実施
グループ食品衛生品質管理推進委員会	● 食品衛生法改正に向けたグループ各社・取引先向け説明会の実施 ● 食品表示法施行に伴う実態調査・是正指導の実施
グループ品質管理推進委員会	● 広告物の表示表現適正化に向けた自主点検の実施 ● 店頭販売商品の自主検査、自社製造商品の生産地での現地検品の実施
グループ情報セキュリティ委員会	● グループ各社における個人情報管理体制の調査・是正指導の実施 ● 割賦販売法改正に伴う留意事項に関する説明会の実施、管理体制の調査実施

■ 災害時の対策

当社グループでは、百貨店やGMS・食品スーパー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。特に災害時に、従業員ひとりひとりが自立的に動けることを目指し、様々な取り組みを行っています。

また、当社グループ（一部子会社を除く）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。

2018年は、大阪府北部地震をはじめ、西日本豪雨、猛烈な強風の台風21号等多くの自然災害への対応の反省を踏まえ、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。

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、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、特にお客様の来店が多い阪急・阪神両本店では「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、1,000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行っています。

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：12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）

■ 公正取引確保のための取り組み

グループ公正取引推進委員会を設置し、独占禁止法並びに関係法令に関する違法行為の未然防止を目的とし、グループ内での情報共有や是正指導を行っています。

2018年10月3日に、当社子会社である阪急阪神百貨店では、顧客から收受する優待ギフト送料の値上げに関して、独占禁止法違反により、公正取引委員会から排除措置命令及び課徴金納付命令を受けました。

当該命令について重く受け止め、カルテル防止のためのルールの策定、役員・従業員を対象にした研修の実施など再発防止策を行うとともに、監査体制の一層の強化を図り、再発防止を徹底してまいります。

■ 内部通報制度

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」の窓口を当社及び社外の弁護士事務所に設置しており、中核会社である阪急阪神百貨店、イズミヤ、阪急オアシスにおいても、各社に通報窓口を設置しています。

また、通報者のプライバシー保護を講じうえて、コンプライアンスホットラインの通報の状況に関して、社長及び常勤監査等委員に定期的に報告を行っており、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を図っています。

■ 反社会的勢力の対応

「H2Oリテイリンググループ行動規範」において、反社会的な組織、団体、個人などからの不当な要求には一切応じないことを規定しています。

グループ各社が締結する契約書においては、反社会的勢力の排除条項の挿入を徹底しており、また、阪急阪神百貨店では、中元・歳暮期の贈答に取引がないか全リストのチェックを行うなど、反社会的勢力の排除に向けた取り組みを行っています。

■ 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。当委員会では、グループガイドラインの作成や管理体制の監査等を定期的に行い、グループ各社の業務フローや顧客情報取扱マニュアルの作成・更新の指導を行っています。グループ各社においても、個人情報の適正な取り扱いと保護等を目的とした個人情報管理規程と、個人情報管理責任者を定めるとともに、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のためにお取引先と協力して取り組んでいます。

エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社

〒530-8350 大阪市北区角田町8-7

<http://www.h2o-retailing.co.jp>