



統合レポート2019

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、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。

社名の由来	<p>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。</p>
--------------	--

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

(株)阪急阪神百貨店は、関西地区で8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、合わせて計16店舗の百貨店を運営しています。2019年10月1日より、そごう神戸店は神戸阪急に、西武高槻店は高槻阪急に、それぞれ屋号を変更。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	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109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79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	109 店舗	阪急オアシス	79 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：2019年10月1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。

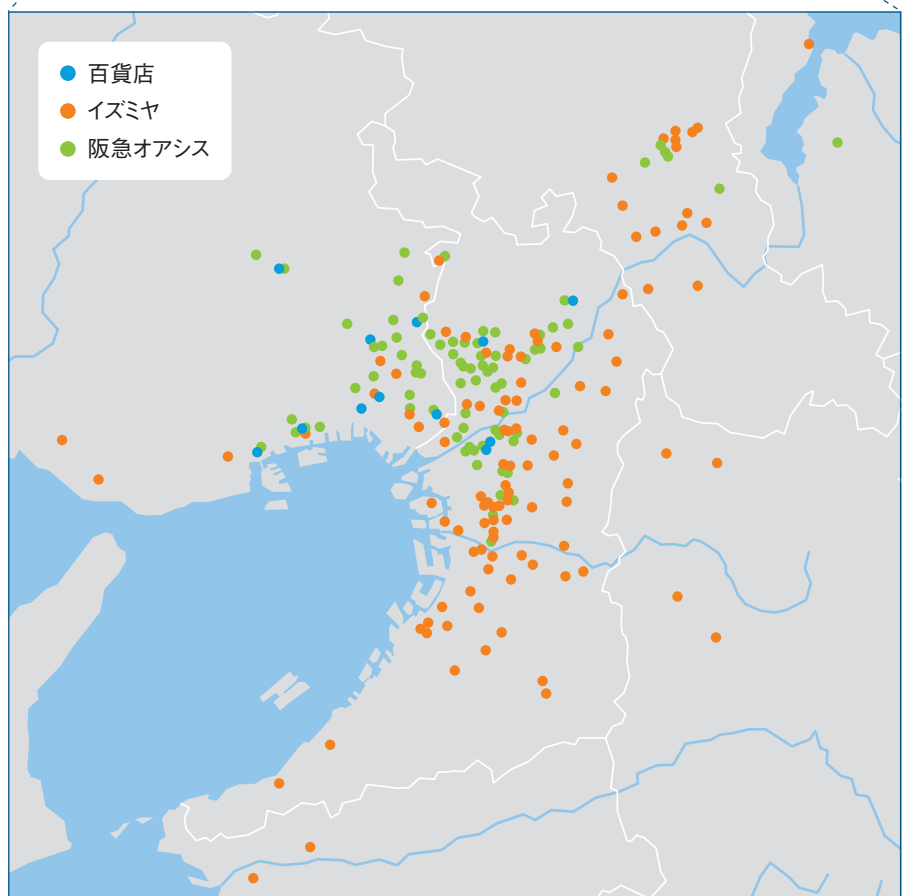
当社は、この梅田を拠点に、関西商圏全体で百貨店やGMS・食品スーパーなど約200店舗を展開し、関西における生活総合産業の構築に向け取り組んでいます。



■ 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	186 店舗

店舗数：2019年10月1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	202社 5団体	売上高	1兆9,646億円	従業員数	34,626人
---------	-------------------	-----	------------------	------	----------------

(2019年3月31日時点)

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、タクシーにおよぶ一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」の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㎡の賃貸可能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47のホテル、総客室数約11,000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続けています。



ちびゴジラ
TM & © TOHO CO.,LTD.

■ 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27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

「GP10計画」

「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」

この基本理念を基に、当社は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おります。さらには、商業施設運営やホテル事業、化粧品の小売専門店事業、外食事業など、様々な事業の発展を通して、日常から非日常まで生活全般に関わりを持つ、生活総合産業化を目指しています。

しかし、マーケットの成熟化、個人のライフスタイルの多様化、少子高齢化や人口減少といった構造的変化など、経営環境はめまぐるしく変化しています。これらに敏感に対応するために、また、ひとつ先の時代を見据えて、当社グループは2005年度から10カ年計画である「GP10(グランプリテン)計画」を推進しております。

まずは、これまでの取り組みを振り返り、その後、2019年度から現在推進中の中期計画「GP10-IIフェーズ2」について詳しくご説明いたします。

■ GP10-I (2005-2014)

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 フェーズ1 (2015-2018)

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、顧客の日常生活から非日常生活まで対応する店舗ネットワークを構築し、関西圏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っています。

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、「そごう神戸店」および「西武高槻店」の



阪急うめだ本店

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「Iitta」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まいりました。

■ GP10-II フェーズ2 (2019-2021)

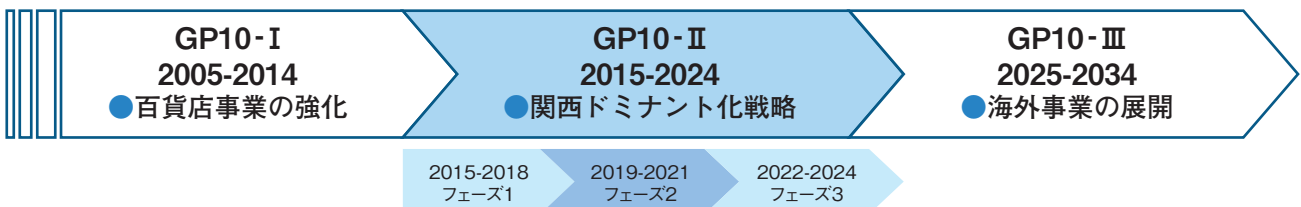
2019年度からの中期計画「GP10-IIフェーズ2」においては、「関西ドミナント化戦略」をより一層推し進めるべく、コア事業における圧倒的なポジションの確立とアライアンスネットワークの拡大による、関西圏のお客様の生活全般に関わりを持つビジネスエコシステムの構築に取り組んでいきます。

「都市大型商業」と「食品事業」を自社が継続的に強化すべきコア事業と位置づけ、都市大型商業は、百貨店を中心に、非日常性やショッピング体験の楽しさを追求しています。食品事業は、購買頻度の高い食品を扱うSM(食品スーパー)の展開により、最寄り店舗でのワンストップショッピングという利便性を追求しています。どちらもリアル店舗ならではの価値提供ができ、今後も必要とされ続ける業態であることから、この2つのコア事業の強化を図ります。

当社のコア事業は非日常と日常の両極にありますが、その間に位置する小売業態においてもお客様の生活と接点を持つために、外部パートナーとのアライアンスを活用します。関西エリアの共通ポイントである「Sポイント」を軸に、各小売業態で確固たる地位を築いている外部パートナーとの取り組みを進め、お客様との関係性をより強固なものにしていきます。小売のアライアンスネットワークに加えて、生活サービスの事業者へもアライアンスを広げ、関西商圏における当社関与売上高のシェア拡大を図ってまいります。

重点 施策	1 「都市大型商業の強化」
	2 「SM運営プラットフォーム構築」
	3 「イズミヤGMSの事業モデル転換」
	4 「ビジネスエコシステムの構築」

■ 長期事業計画「GP10計画」



「GP10-II フェーズ2 (2019-2021)」重点施策

1 都市大型商業の強化

コア事業である都市大型商業は、非日常性やショッピング体験の楽しさを提供することで広域から集客する業態であり、関西商圏の主要な拠点都市である大阪・梅田エリアおよび北摂・阪神間の4ヶ所(大阪・千里中央、兵庫・西宮北口、兵庫・神戸三宮、大阪・高槻)の各エリアにおいて百貨店を展開しています。これらの都市は、今後も関西商圏において重要な役割を持ち続けるため、店舗への投資を継続的にを行い、お客様の支持拡大に向けて着実に取り組んでいきます。

関西最大の商業拠点である大阪・梅田エリアでは、阪急・阪神両本店を展開しています。梅田エリアの強化に向けた、阪神梅田本店の建て替えについては、当初計画通り、2018年6月に第1期棟が開業し、2021年秋のグランドオープンに向けて工事を進めています。

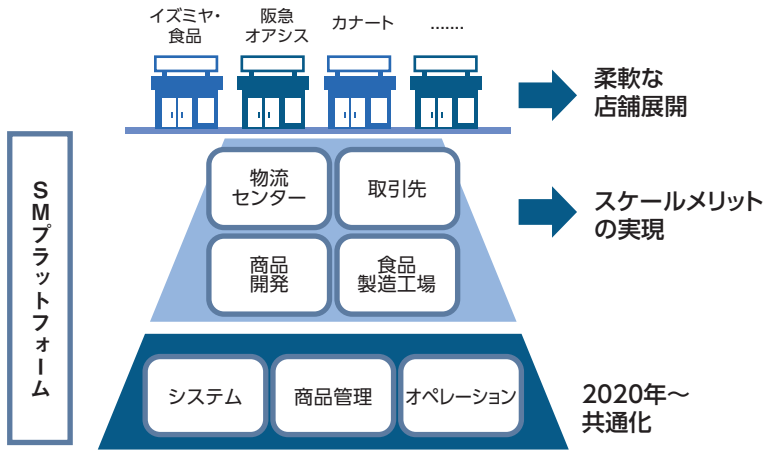
梅田エリアに次ぐ広域集客の拠点都市である神戸三宮エリアと高槻エリアでは、2017年10月にそごう神戸店および西武高槻店を承継し、2019年10月に「神戸阪急」「高槻阪急」へと屋号を変更、阪急阪神百貨店の支店としてスタートしました。2店舗とも駅前立地である特性を踏まえ、集客力強化の効果が高い地下食品フロアの改装から始め、順次、上層階の改装を行っていきます。

千里中央エリアでは大型の再開発に取り組みます。1970年に完成した千里ニュータウンは、再活性化が奏功し、人口流入や街の若返りにつながっており、その中心地である、千里中央エリアに位置する千里阪急は、隣接する商業施設・セルシーとの一体再開発に取り組み、百貨店を核テナントとするRSC(広域対応型ショッピングセンター)の数年後の開業に向けて検討を進めています。



2 SM運営プラットフォーム構築

もう一つのコア事業である食品事業は、イズミヤと阪急オアシスなどのSM(食品スーパー)各社および食品製造会社により構成されています。2014年のイズミヤとの経営統合により、阪急オアシスと合わせて約200店舗を展開する、関西有数の食品取扱高を有するグループとなりました。統合効果の実現に向けて、共同仕入れやプロセスセンター、惣菜製造会社の統合などに取り組んできましたが、両社の商品管理やオペレーションが異なり、そのスケールメリットを十分に引き出しきれませんでした。そこで、イズミヤを再編し、SM運営に特化した会社を分割します。これに合わせて、新分割会社と阪急オアシスは、2020年度に新たな営業システムを稼働し、商品管理やオペレーションを統合します。SM運営のプラットフォーム共通化により、商品の共同調達や、物流センターの運営効率化、立地に合わせた柔軟な店舗展開などを行っていきます。



3 イズミヤGMSの事業モデル転換

「GP10-IIフェーズ1」では、イズミヤのGMS(総合スーパー)を中心とした店舗再編に取り組んできました。ドミナントエリア以外の店舗の閉鎖、老朽化店舗の建て替えによるNSC転換などを行い、経営統合時に47店舗あったGMSは32店舗にまで縮小しました。しかし、既存のGMSにおいては、衣料品や住居関連品が専門店舗態との競争に対応できず、食品の改装や、非食品の直営面積の縮小、展開商品の絞り込み、一部テナントの導入を行ってきたものの、衣食住すべての直営を基本とするGMSの事業モデルの集客力が低下しており、好立地にある強みを活かしきれいでありません。さらに、現在の商業施設運営においては、嗜好の多様化や人口構成の変化などから、物販のみでなくサービス施設を含めた多様なコンテンツをマーケットに合わせて柔軟に組み上げていくこ

とが欠かせない状況です。これらの課題への取り組みを本格化するため、2020年度にイズミヤを食品部門、非食品部門およびプロパティマネジメント部門に分割し、GMSの事業モデル転換を図ります。

食品部門は、分割によりSM運営に特化し、阪急オアシスと一体となって効率性を高め、コア事業として、さらなる収益性向上を図ります。住居関連品の中でも購買頻度の高い日用品は、ココカラファインと合併会社を立ち上げ、同社のドラッグストア運営ノウハウや商品調達力の下、新たな店舗に作り変えていきます。プロパティマネジメント部門は、非食品部門の構造的赤字の早期解消と、マーケットに合わせたテナント導入を進め、好立地の強みを活かした集客力のある商業施設づくりを行っていきます。

基本理念・ 行動規範	グループ 紹介	トップ メッセージ	業績 ハイライト	ESGトピックス				
				安全・安心	環 境	社会貢献	人 材	ガバナンス

業績ハイライト (連結)

単位:百万円

会計年度	2014	2015	2016	2017	2018	
決算年月	2015/03	2016/03	2017/03	2018/03	2019/03	
売上高	844,819	915,690	901,221	921,871	926,872	
営業利益	21,358	23,825	22,542	22,765	20,422	
経常利益	21,219	23,060	21,725	24,272	21,376	
親会社株主に帰属する当期純利益	11,586	14,053	14,298	14,636	2,162	
純資産額	251,659	252,587	264,323	280,807	279,603	
自己資本	250,762	251,554	263,220	279,569	278,364	
総資産額	630,017	595,247	639,305	659,582	663,335	
設備投資	38,914	20,110	28,060	26,443	32,039	
減価償却費	15,149	16,230	15,857	16,223	17,399	
1株あたり情報	1株当たり純資産額(円)	2,033.25	2,038.83	2,131.97	2,263.95	2,252.28
	1株当たり当期純利益(円)	98.06	113.93	115.84	118.54	17.50
	潜在株式調整後 1株当たり当期純利益(円)	97.64	113.39	115.28	117.90	17.39
	配当金(円)	25.00	35.00	40.00	40.00	40.00
財務指標	営業利益率(%)	2.5	2.6	2.5	2.5	2.2
	自己資本比率(%)	39.8	42.3	41.2	42.4	42.0
	自己資本当期純利益率(%)	5.4	5.6	5.6	5.4	0.8
	総資産経常利益率(%)	4.2	3.8	3.5	3.7	3.2
	連結配当性向(%)	25.5	30.7	34.5	33.7	228.5
従業員数(人)	8,590	8,456	8,528	8,868	8,793	

“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。

安全・安心のために

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思いから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17,500点の不適合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、不適合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。

お買い物をより快適に、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。



わかりやすい店内サイン



約300席のレストスペース



優先エレベーター

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、阪急うめだ本店ではスマートフォンアプリを活用したAI(人工知能)による店内案内や、二次元コード読み取りによるレストランでの注文・会計、化粧品予約受け取りなど新しいサービスを導入しています。その他主要店舗においては、ストアガイド・店内サインは3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、通訳電話ホットライン、フリーWi-Fiの実施、海外顧客VIPクラブの電子会員化など、様々なサービスの拡大を図っています。

■ 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。

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

	2016年度	2017年度	2018年度
LED化率	46%	51%	61%
削減効果(前年度比)	△41kW	△360kW	△110kW

■ 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。2018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。

2018年度 排出権購入量	1,190t(前年1,189t)
---------------	------------------

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、お客様へご協力をお願いしながら、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 (2018年度)	レジ袋有料店舗数 (2019年6月時点)
イズミヤ	55.4%	24店舗
阪急オアシス	61.8%	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41%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。

	食品リサイクル率 (2018年度)
阪急阪神百貨店	61.6%
イズミヤ	29.7%
阪急オアシス	38.2%

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。

■ 「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しています。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行っています。

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。

2018年度	開催回数 82回	参加人数 4,795人
--------	----------	-------------

また、2019年5月には、イズミヤと阪急オアシス、全農パールライス共同企画の食育イベントとして、富山県でお子様と一緒に田植えを体験していただく一泊二日のバスツアーを実施、15家族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、毎年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。お客様に楽しみながら環境への関心を高める機会を提供しています。

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(2018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		14	85	79
エネルギー(総量)	(kl)	39,185	50,681	21,750
電気	(千kWh)	129,313	176,678	80,092
ガス	(m ³)	1,964,013	4,519,000	989,222
地域冷暖房	(GJ)	152,876	—	—
水(総量)	(m ³)	805,304	1,000,000	339,248
包装資材(総量)	(t)	1,397	1,872	1,392
紙袋	(t)	737	66 ※1	196
包装紙	(t)	128	—	—
レジ袋	(t)	122	651	265
トレー・ラップ	(t)	148	1,155	846
その他	(t)	262	—	85
事務用紙(コピー用紙)	(t)	20	114	57

※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)	67,683	86,981	42,972
廃棄物(総量)	(t)	12,263	21,770	10,941
リサイクル(総量)	(t)	7,519	14,698	6,923
段ボール	(t)	4,127	12,726	5,864
紙類	(t)	580	— ※2	37
プラスチック	(t)	495	800	237
食品廃棄物	(t)	2,064	3,422	785
その他	(t)	253	—	—

※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)	1.1	163	237
牛乳パック	(t)	1.9	175	68
ペットボトル	(t)	4.0	418	372

環境重点目標(2018年度)

阪急阪神百貨店				
重点項目	2018年度環境目標	実績値	評価	2019年度環境目標
省エネルギー エネルギー使用量原単位	0.0262 ※1	0.0256	○	前年比1%減 0.0253
省資源 容器包装使用量原単位	3.19 ※2	3.09	○	前年比1%減 3.06
廃棄物のリサイクル向上 食品廃棄物のリサイクル率	70.2%	61.6%	×	前年比1%増 62.6%

※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	2018年度環境目標	実績値	評価	2019年度環境目標
省エネルギー 店舗:CO ₂	2013年度比 20%削減 (CO ₂ 換算)	33.2%削減 (CO ₂ 換算)	○	2013年度比 21%削減 (CO ₂ 換算)
省エネルギー 本社:電力使用量	2013年度比 20%削減	22.6%削減	○	2013年度比 21%削減
省資源 レジ袋持参率	53.5%	55.4%	○	54.0%

阪急オアシス				
重点項目	2018年度環境目標	実績値	評価	2019年度環境目標
省エネルギー エネルギー使用量原単位	0.0271 ※3	0.0256	○	前年比1%減 0.0253
省資源 レジ袋持参率	52.0%	61.8%	○	62.0%
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%	38.2%	×	44.8%

※3 総使用量(kl換算)／延床面積*営業時間

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階に社会貢献団体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社会貢献団体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、2018年度は合計19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。

2018年度の主なイベント

- モノによる寄付「モノチャリティー」
- 「世界にひとつだけのプライス」チャリティーオークション
- 第1回H2Oサンタチャリティーコンサート
- 第5回・第6回H2Oサンタ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、社会的養護を必要とする子どもたちの課題解決のため、関係者の方々にひとつの場を提供するという目的で、2018年には第2回H2Oサンタシンポジウム「こどもの虐待・貧困、里親制度諸外国の取り組み」を開催しました。

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/>

■ GOOD for GREEN

阪急うめだ本店では、2019年5月、モノを作るとき、売るとき、使うときに、自然環境や社会環境のために私たちができることを考え、未来のために一歩ずつ取り組んでいくことを提唱する全館イベント「GOOD for GREEN」を開催しました。

9階祝祭広場では、幸せな気分になる「ハッピーフェス!」として滋賀県で休耕田の再生に取り組む「グロウライズプロジェクト」のお米と淡路島の規格外農作物で作ったスパイスカ

レーのイトインコーナーを設置。又、店内から出た使用済みの段ボールでお面作り、ガーゼ端切れでリース作りといったワークショップを開催しました。その他にも1階コトコステージ11では、破棄されるタイヤのチューブを使ったスタイリッシュなバッグや無農薬栽培米を原料とした商品などを、11階ベビーズコレクションでは、口に入れても安心な天然ゴム原料で作られたおもちゃなどをそれぞれ紹介し、各階でも様々な取り組みを行いました。



阪急うめだ本店
9階 祝祭広場

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達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ピー食品とは、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社で開催する「ジュニアサッカースクール」では、約100名の小学生が参加し、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っています。



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。

社会貢献団体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430人がボランティア活動に参加しています。



子ども支援イベントの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。

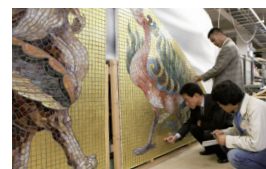
■ 阪急うめだ本店「新・日本の美意識」

阪急うめだ本店では、2019年春に「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。

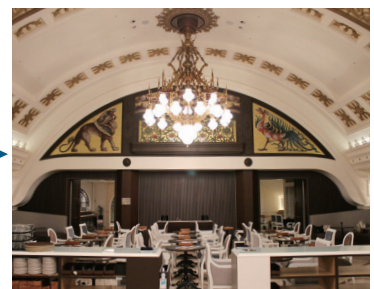
連綿と受け継がれる日本の伝統的な文化とモノ作り技術に、今日的センスを掛け合わせることで生まれる、日本の美意識に根ざした、洗練された暮らし方を国内外のお客様に提案しています。



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

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。

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ています。そのため、社員ひとり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、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1,455名(2019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1,603名(2019年3月末時点)にのぼります。



金ネーム(見本)

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。

■ 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

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52名、マネージャー職は422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	52名(53名)	15%(14%)
イズミヤ	24名(24名)	9%(8%)
阪急オアシス	13名(13名)	9%(9%)

(2019年4月時点)

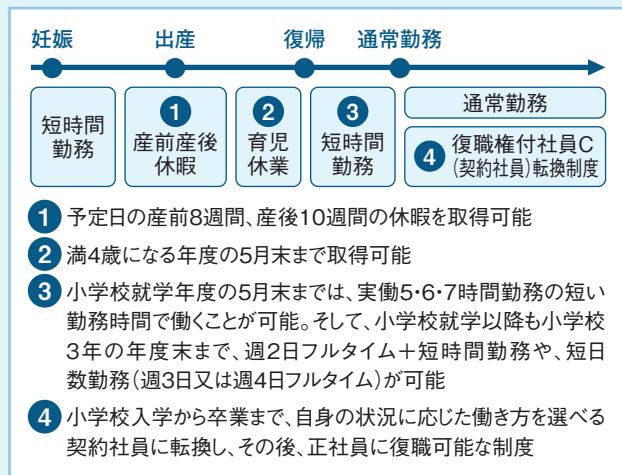
■ 働きやすい環境

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、阪急阪神百貨店をはじめグループ各社で様々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。



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。

■ 人事データ (2019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	1,193名	1,242名	773名
	女性	1,924名	673名	288名
平均勤続年数	男性	22年7ヶ月	22年6ヶ月	17年9ヶ月
	女性	21年11ヶ月	18年10ヶ月	10年
育児休業取得者 ※		98名	29名	11名
介護休業取得者 ※		8名	1名	1名
有給休暇取得率		46.7%	29.8%	33.0%

※2018年度年間取得者数

■ 事業所内保育施設「H2Oほいくえん」

2018年1月の「デイリーカナートイズミヤあびこ店」に続き、2019年4月「カナートモール和泉府中」、同7月に「オアシスタウン キセラ川西」の中にオープンしました。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。今後は、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まいります。



保育園内のようす

■ 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プ企業全体での障がい者雇用率は2.26%(2019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、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。

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

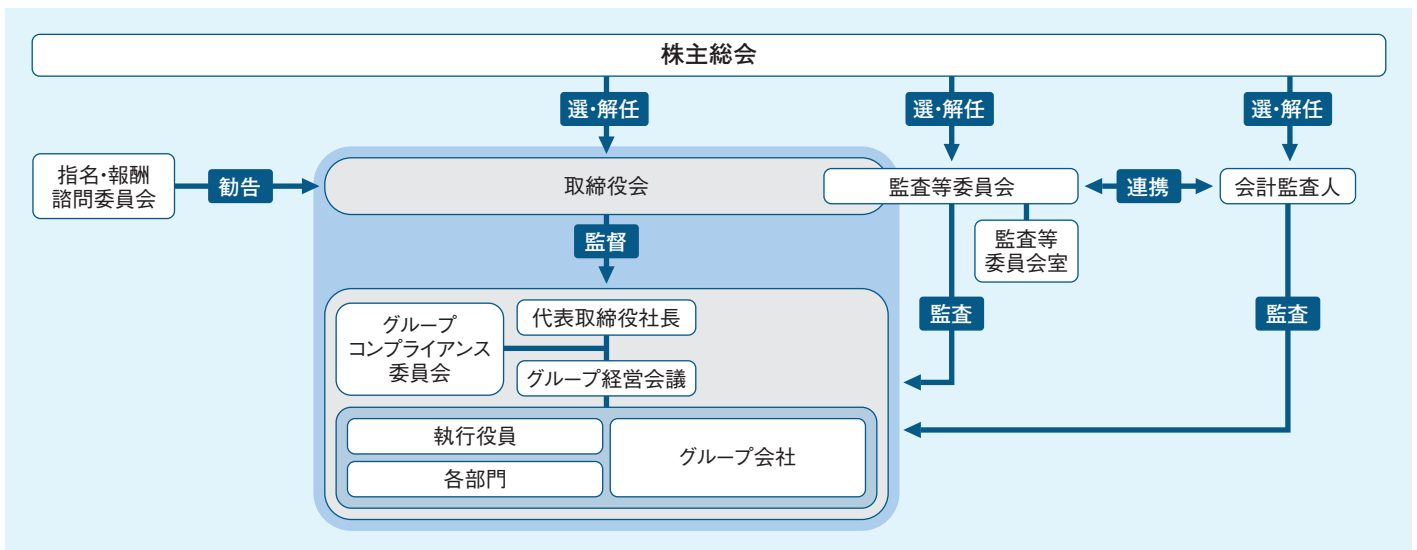
当社は、持株会社としてグループ全体の経営企画及び管理・監督機能を担い、グループ会社において適法・適正で、迅速かつ効率的な事業を推進するためのガバナンス体制を構築することにより、企業価値の向上を目指しています。また、2016年6月に監査等委員会設置会社に移行したことで、経営の監督機能の強化も行っています。

■ 取締役会

当社の取締役会は取締役10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。また、リスクの観点を踏まえた付議基準の見直しや付議議案資料の充実を図るなど、取締役会の実効性の向上に取り組んでいます。更に、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、ジェンダー、国際性の面、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・会計、コンプライアンスの立案・推進において適切な能力、経験、知見を有し、持続的な企業価値向上のために適切な人材であ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名は財務・会計の豊富な経験と十分な知見を有する者を選任することとしています。

■ 取締役会実効性の分析・評価

当社は取締役会の実効性の分析・評価を行うため、取締役会の構成、運営等に関して、全取締役を対象としたアンケートの実施や、代表取締役、独立社外取締役等との意見交換会を定期的に開催しております。

それらを分析した結果、各項目で改善が進み、2018年度の実効性の評価は確保できていると評価しました。ただし、議案資料の提供時期の早期化や様式、内容の見直し等、一層の改善に向けた取り組みを継続して行っていく必要があることが確認されました。

■ 役員報酬

当社は2019年度から始まる新中期計画の策定を機に、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・執行役員の中長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

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	○	○

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。

■ 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。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)

■ 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。

■ 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、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、取引の内容、配当利回り、保有リスク等を検証し、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、保有目的も踏まえて議案ごとに賛否を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	2018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。	11回中10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。	11回中11回 12回中12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。	11回中10回 12回中11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。	11回中10回 12回中12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。

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> 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。

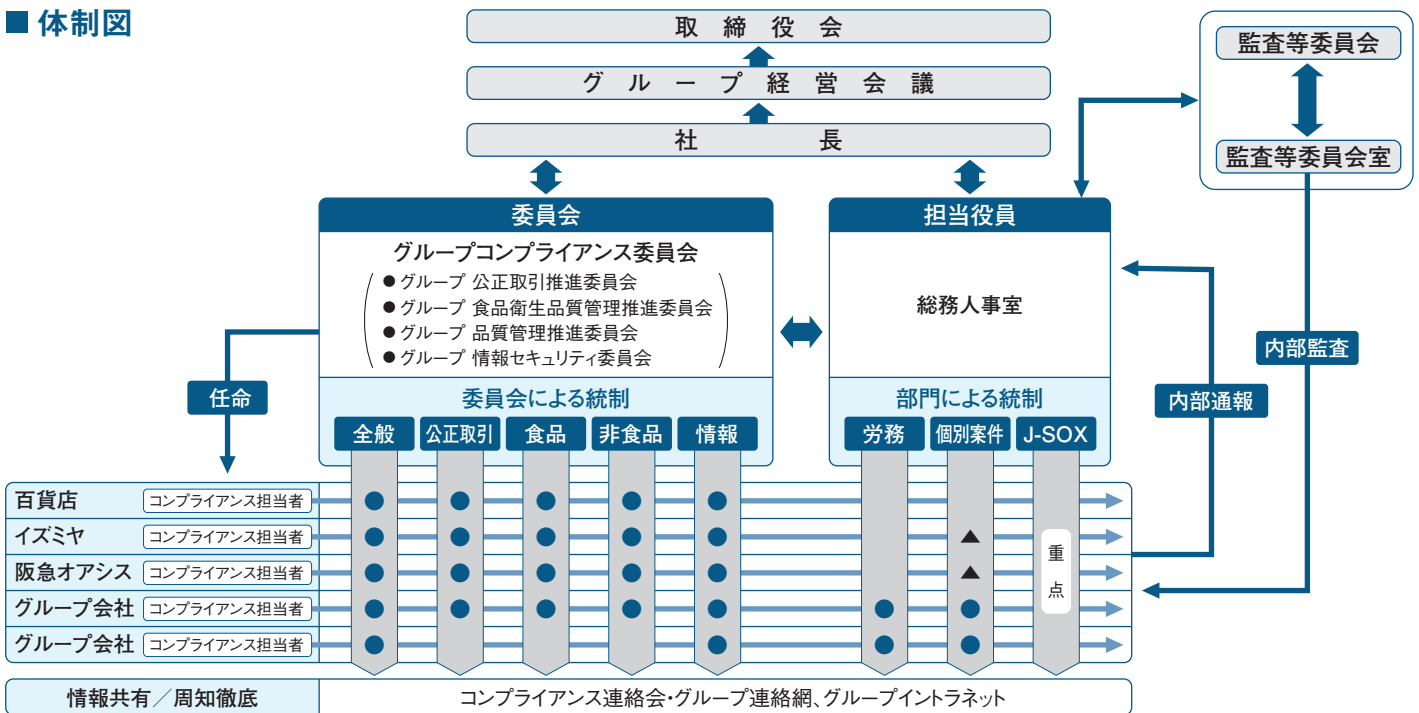
管理体制

■ 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り組み内容

委員会	2018年度 主な取り組み内容
グループコンプライアンス委員会	<ul style="list-style-type: none"> ●コンプライアンス連絡会にて、取締役会付議基準・グループ会社に対する貸付ルールの見直し、ソーシャルメディア利用に関する対応などのルールの変更について周知・徹底 ●当社総務人事室及び監査等委員会室が共同でグループ各社のリスクの検証及びヒアリングを実施 ●グループ各社の人事環境整備に向けた現状把握と課題抽出のための調査の実施及び諸規則の整備・改善を指導
グループ公正取引推進委員会	<ul style="list-style-type: none"> ●阪急阪神百貨店における公正取引委員会による排除措置命令及び課徴金納付命令に関して、グループ各社コンプライアンス担当者に対して命令内容を周知 ●「カルテル防止ガイドライン」の策定及びカルテルに繋がるおそれのある会合等への参加中止を指導
グループ食品衛生品質管理推進委員会	<ul style="list-style-type: none"> ●食品表示法施行に伴う実態調査・是正指導の実施 ●食品衛生法改正公布に伴うHACCP導入に向けた取り組みの実施
グループ品質管理推進委員会	<ul style="list-style-type: none"> ●広告物の表示・表現適正化のため、グループ各社で調査・研修の実施及び化粧品を中心に不適正品を摘発 ●検品マニュアル(衣料品、服飾雑貨品、家庭雑貨品)を作成し、不良品発見時の対応フローを明確化
グループ情報セキュリティ委員会	<ul style="list-style-type: none"> ●ソーシャルメディアの適切な利用推進のため、「H2Oリテイリンググループ ソーシャルメディアポリシー」を制定 ●グループ各社におけるソーシャルメディア運用管理規程策定の推進

■ 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年の大阪北部地震をはじめ、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。

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、1,300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：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)

■ 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、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、阪急阪神百貨店では、カルテル防止ガイドラインの策定、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います。また、グループコンプライアンス連絡会の開催や、「H2Oリテイリンググループ行動規範」の一部改定を実施するなどにより、他のグループ会社に対し公正取引の推進を再徹底しています。

■ 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うえで、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。

■ 反社会的勢力排除に向けた取り組み

「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。

また、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>