



2007年10月1日

各 位

会社名 エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社
代表者 代表取締役社長 若林 純
(コード番号:8242 東証・大証第1部)
問合せ先 広報室長 高橋 正明
(TEL 06-6367-3181)

エイチ・ツー・オー リテイリンググループの概要について

本日(2007年10月1日)発足いたしましたエイチ・ツー・オー リテイリンググループの概要を別紙のとおりお知らせいたします。



NEWS

エイチ・ツー・オー リテイリング 株式会社 広報室 Tel.06-6367-3181(直通) Fax.06-6367-3184 〒530-0012 大阪市北区角田町8番7号

エイチ・ツー・オー リテイリンググループの概要について

株式会社阪急百貨店(以下「阪急百貨店」)と株式会社阪神百貨店(以下「阪神百貨店」)とは、本日株式交換により経営統合し、阪急百貨店は商号変更により、エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社(以下「H2Oリテイリング」)となりました。

記

I H2O リテイリングについて

(1) グループ企業の基本理念

「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」を企業の基本理念とし、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。

(2) グループ経営ビジョン

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ます。そして、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図っていきます。

(3) シンボルマーク



<シンボルマークのデザイン・コンセプトについて>

これから新たな歴史を刻む、H2Oリテイリングと万物の根源である水の美しさを重ね、H2Oという普遍的な存在を標榜し、オーソドックスな美しい書体を使用し、ニュートラルでありながら、存在感のあるマークが誕生しました。

また、このシンボルマークの特徴である形状は、流通戦国時代を勝ち抜くための“攻め”のキモチと、さらに一歩上を目指す H2O リテイリングのポジティブな企業姿勢を表現しています。

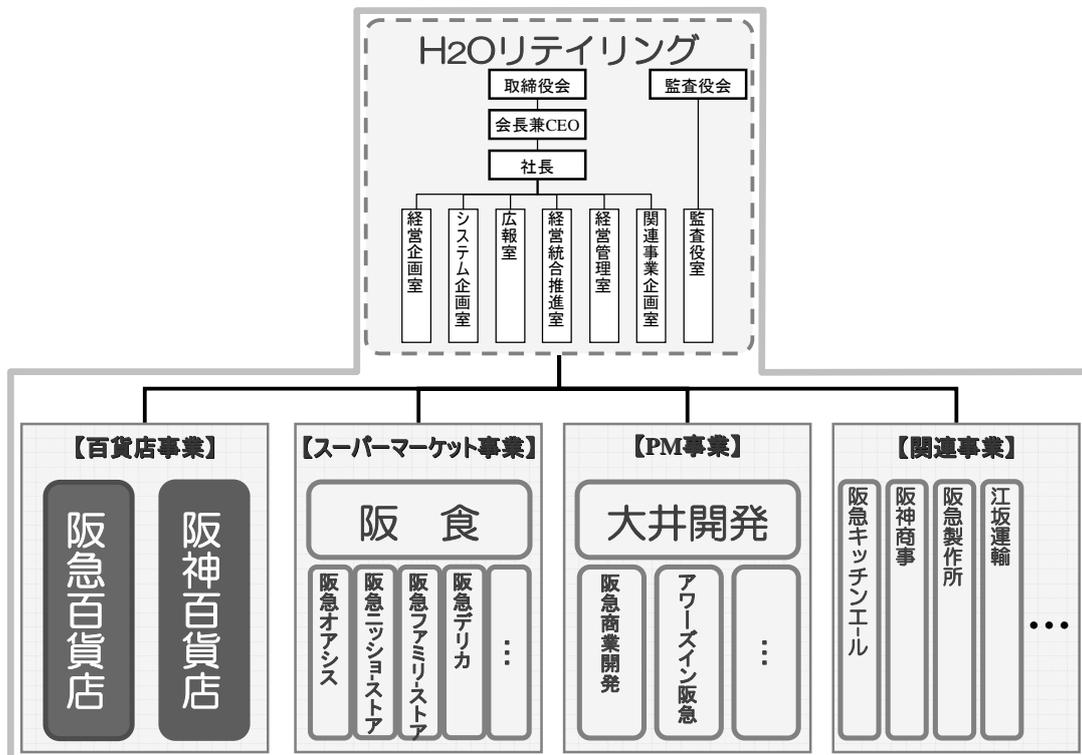
<デザイナーについて>

阪急百貨店の包装紙やショッピングバッグなどのデザインも手がけていただいた、日本を代表するグラフィックデザイナーの松永 真氏にお願いしました。松永氏は「百貨店を中心とした華やかな各グループ企業の本体である H2O リテイリングは、常に地球レベルの視野を持って王道を歩むべきである。」という思いでデザインしたと仰っています。

松永真 Shin Matsunaga グラフィックデザイナー

1940年東京生まれ。1964年東京芸術大学美術学部デザイン科卒。資生堂宣伝部を経て、1971年松永真デザイン事務所設立。主な仕事に、資生堂のサマー・キャンペーン、一連の平和ポスターから、ベネッセ、ISSEY MIYAKE、国立西洋美術館などのCI計画。スコッティ、カンチューハイ、国際コンペ優勝の仏たばこジタン、資生堂ウーノのパッケージデザインなどがある。そのほかドローイングや彫刻、モニュメントまで広範囲なクリエイティブ活動を行う。ワルシャワ、ニューヨークなど国内外の大規模な個展も多く、ニューヨーク近代美術館、ヴィクトリア・アルバート美術館他、世界各国74カ所の美術館などに多くの作品が永久保存。東京ADC賞、毎日デザイン賞、ワルシャワ国際ポスタービエンナーレ金賞・名誉賞、芸術選奨文部大臣新人賞、日本宣伝賞・山名賞、紫綬褒章、亀倉雄策賞など受賞多数。AGI 会員、N.Y.ADC 会員、東京ADC 委員、JAGDA 理事、日本デザインコミッティー理事。

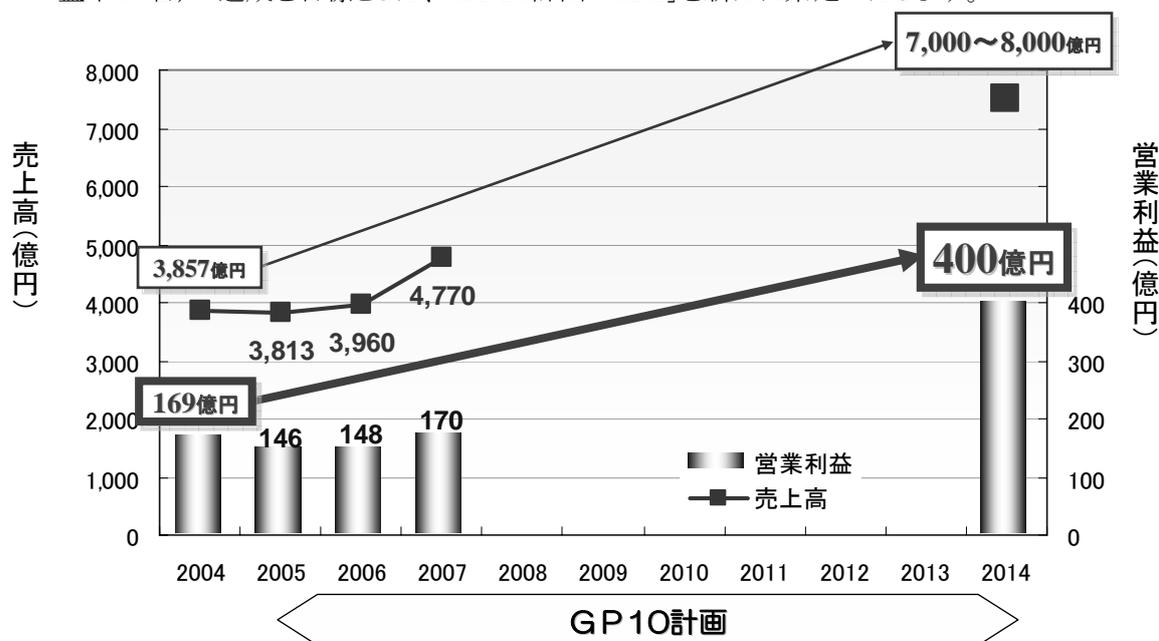
II グループ組織について



(詳細につきましては、別途お知らせしております「組織・人事体制」をご参照ください。)

Ⅲ グループの経営戦略(GP10計画 ver.2)について

H2O リテイリンググループは関西ドミナントエリアにおいて、都市型百貨店、スーパーマーケット事業等の小売事業を展開し、強固な営業基盤を築いております。このたび2014年度を最終年度とする、連結営業利益400億円(連結売上高 7,000~8,000 億円規模、売上高営業利益率 5%台)の達成を目標とした、「GP10計画 ver.2」を新たに策定いたします。



(1) 百貨店事業

① 阪急百貨店・阪神百貨店の経営統合

少子高齢化や業態間の競争、業界再編による淘汰など大きな環境の変化に加えて、2011年に向け、大阪キタエリアが国内でも他に例を見ない商業集積地となり、競争環境は大変厳しいものになります。そこで、地域1番店と2番店を持つ両社が、両ブランドを活かしながら一体となって経営基盤を築き、互いの持つ経営資源を共有・活用することで超・本店を構築し、競争優位性を確立することで、顧客満足の向上、株主価値の増大に取り組んでいきたいと考えております。

今後は、事業インフラの統合、組織再編、超本店の構築とステップを踏みながら順次統合作業を推し進め、2008年下期までに一体で運営し、最大効果が出せることを目指します。

<事業インフラの統合>

後方管理業務やオペレーション業務等の一元化によるコスト削減を図っていきます。

- ・備品等の共同購入や物流センターの再編
- ・MD 業務フローや利益管理の仕組みを統一
- ・会計システムや商品システムを統合

<両社の組織の再編>

売上面での統合効果を創出していくための基盤整備として、営業組織・体制の再編を行っていきます。また、事務業務の集約により業務効率の改善、人的余力の創出を行っていきます。

- ・MD 組織、外商組織を再編
- ・事務組織をシェアード化し、業務を(株)阪急アクトフォーへ集約

<超本店の構築>

H2O リテイリンググループの旗艦店舗であるうめだ阪急と阪神百貨店本店と併せて売上高 3,500 億円に向け、各店舗のストアブランド・イメージの明確化を図り、MD の役割を分担することで、両店舗の顧客が2店を買いまわる仕組みを構築していきます。

- ・阪神百貨店の全館改装
- ・ナビオ阪急への新規出店
- ・阪急百貨店Ⅱ期工事期間中の本店

②阪急百貨店うめだ本店建て替えプロジェクト

2005 年度からスタートした阪急百貨店の旗艦店舗である、うめだ本店建て替えプロジェクトは、第Ⅰ期部分の新ビル建設がスタートし、“21世紀を代表する百貨店”として、2011 年度中の完成を目指して着々と工事が進められています。完成後は、阪神百貨店本店と合わせて売場面積約 15 万㎡という超巨大な一番店となる予定です。

③阪急百貨店西宮新店、博多新店出店

2008 年秋に完成予定の西宮新店は、阪急電鉄株式会社が手がける日本最大級のショッピングセンター(賃貸面積約 100,000 ㎡)の核店舗であり、H2O グループが掲げる関西ドミナント戦略における最重要の位置に阪神間山の手マーケットにあった都市型百貨店(営業面積約 25,000 ㎡)としてオープンする予定です。

2011 年春に完成予定の博多新店は、九州新幹線の全線開通により広域からの集客が見込める新博多駅ビル(延床面積約 200,000 ㎡)の核店舗であり、新本店との相乗効果を活かし、ファッションを中心とした、九州だけではなく、アジアへ情報発信する大型ターミナル百貨店(営業面積約 40,000 ㎡)としてオープンする予定です。

④阪神百貨店の御影新店、尼崎新店出店

2003 年に阪神西宮駅の商業施設「エビスタ西宮」、2006 年には JR 三宮駅前の商業施設「ミント神戸」内にそれぞれ、阪神百貨店の強みである、食料品を中心とした店舗を展開、さらに、2008 年春には、阪神御影駅前の商業施設に、同年秋には JR 尼崎駅前の商業施設「キリンガーデンシティ」の核店舗として、今までのノウハウをもとに生活密着型の店舗(約 6,000 ㎡)を展開する予定です。

(2) スーパーマーケット事業

百貨店事業の第二のコア事業として、関西商圏でのマーケットシェア拡大を図るために、その立地特性に合わせて、「阪急オアシス」「阪急ファミリーストア」「阪急ニッショーストア」の3タイプのスーパーの積極的な出店を行っていきます。これにより、現在 57 店舗、売上高約 1,000 億円規模を、2014 年度には 100 店舗体制、売上高 1,500 億円規模となることを目指しています。また、2006 年には、今後の規模拡大を効果的かつスピーディーに具現化していくため、中間持ち株会社の株式会社阪食を設立しました。これにより、事業規模の拡大を支えていくための基盤整備や製造・調達・店舗販売機能の一体化による効率向上など様々な施策に全体最適の視点で取り組み、成長戦略の更なる加速化を図っていきます。

(3) PM(プロパティ・マネジメント事業)

PM 事業では、現在、2014 年の完成に向けて、「JR 大井町駅前再開発プロジェクト」として既存の建物を建て替え、新たに低層階に商業施設(賃貸面積約 18,000 m²)、高層階に 1,100 室のホテルとタワーマンションを備えた施設の建設に取り組んでいます。周辺地域の開発によって大きく変化するエリアの立地特性を活かし、ビジネス需要をメインターゲットに周辺住民の皆様にも気軽にご利用いただける複合型ツインタワービルとして、駅前の立地ポテンシャルを最大限活かした事業展開を行っていきます。

また、この事業を含む PM 事業全体の成長戦略を進めていくために、この度中間持株会社を設立することを決定しました。(詳細につきましては、別途お知らせしております「PM 事業における中間持株会社設立に関するお知らせ」をご参照ください。)

(4) 関連事業

関連事業では、2002 年に日々の食品を中心とした生活必需品の会員制個別宅配事業をスタートしました。仕事や子育てに忙しい主婦の方や、重い荷物がご負担な高齢者の方に対して、約 2,000 点以上の商品の中からお選び頂き、翌日に配達するサービスで、現在、会員数は約 25,000 名。今後さらに商品・サービスの質の向上を図り、規模の拡大を進めていきます。

IV 会社の概要

商 号:エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社
事 業 内 容:グループ会社の経営企画・管理ならびにこれらに付随する業務
本 社 所 在 地:大阪府大阪市北区角田町8番7号
代 表 者:代表取締役会長兼 CEO 梶岡俊一
 代表取締役社長 若林 純
 代表取締役 新田信昭
資 本 金:17,796百万円
決 算 期:3月31日
U R L:<http://www.h2o-retailing.co.jp>