

# 2022年度 IR説明会



エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社

## グループビジョン

『楽しい』『うれしい』『おいしい』の価値創造を通じ、お客様の心を豊かにする暮らしの元気パートナー

## 長期事業構想と目指すビジネスモデル

2030年度の事業ポートフォリオに向けた既存事業の再建・磨き上げ、新市場への展開、新事業モデルへの挑戦

グループが目指すビジネスモデル「コミュニケーションリテラー」

お客さまとのダイレクトなコミュニケーションによる継続的な強くて深い関係を基に、さまざまな商品やサービスを提供

## 重点施策の推進

既存事業の再建・強化

新事業領域に向けた体制整備

## サステナビリティ経営の推進

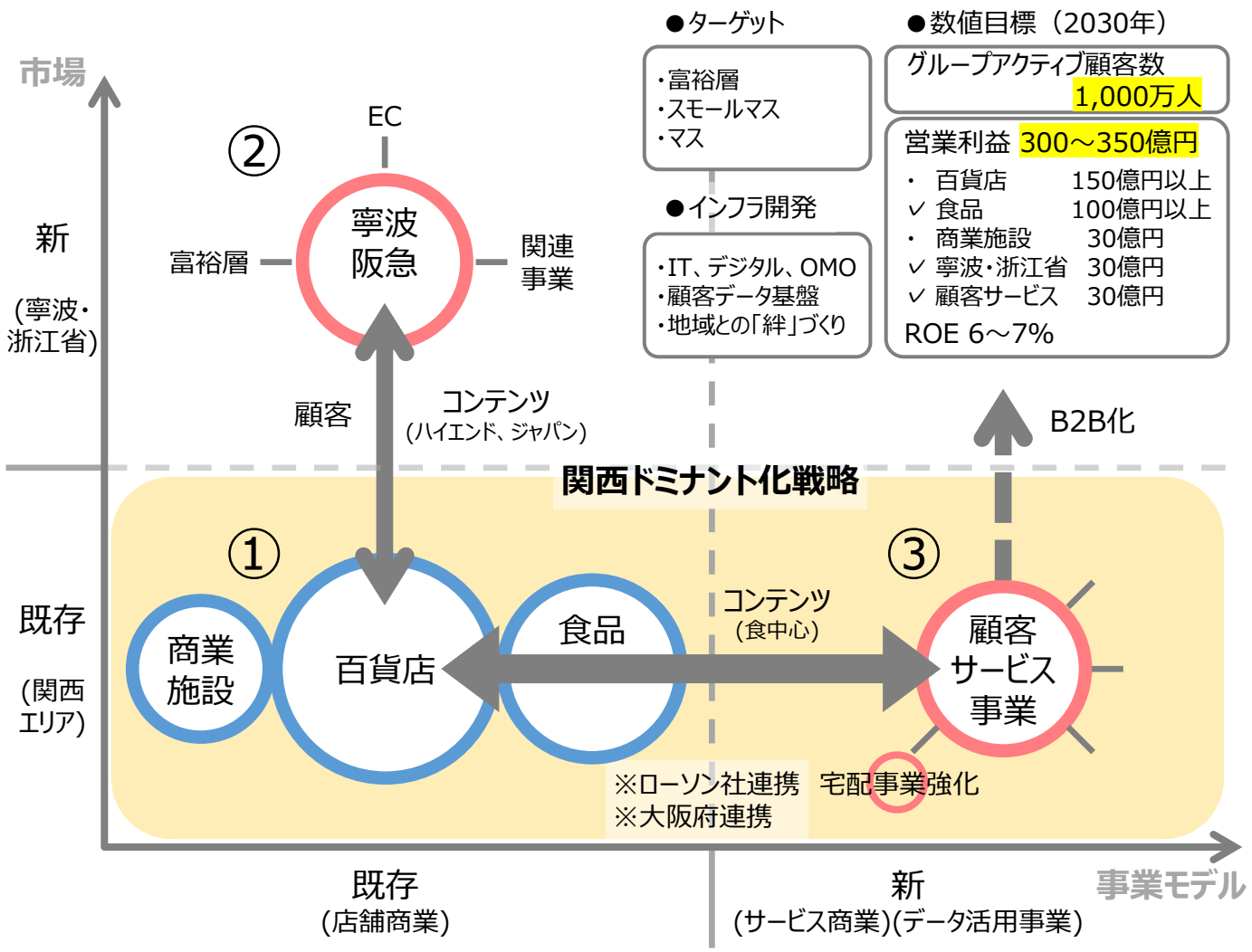
私たちはこれまで地域社会から多くの恩恵を受けることで成長してきました。

今後も地域の一員として、地域社会の健全で持続的な発展に貢献します。

➡ **地域密着流通グループとして、新しい経営モデルの確立を目指したい**

グループが目指すビジネスモデル ▶ 「コミュニケーションリテイラー」  
 (顧客とのダイレクトな接点開発と継続的な関係深化 ⇒ ビジネス化)

〈 取り組み方針 〉



## ① 既存事業の再建・磨き上げ

- ・百貨店事業の再建
- ・食品事業の「第2の柱」化

## ② 新市場への展開

- ・寧波阪急事業確立
- ・寧波・浙江省事業展開 (富裕層、EC) (阪急うめだ本店連携)

## ③ 新事業モデルへの挑戦

- (1) 関西エリア×オンライン軸×サービス事業化
- ・サービスコンテンツ開発 ⇒ IT・デジタル活用
  - ・リアル店舗連携
  - ・アライアンスによるネットワークづくり
- (2) 顧客データのプラットフォーム化と活用による B2B ビジネス展開

## 百貨店大型投資の着実な実施

コロナ環境下での阪神梅田本店建て替え、神戸阪急・高槻阪急のリモデル、物流センター取得などへの大型投資の遂行  
(21-23年度で総額300億円)



## 資産売却・資金化

- 政策保有株式売却 (東宝、高島屋など売却益100億円)
- 遊休不動産売却 (15物件、売却益約300億円)

## 百貨店事業（顧客起点のビジネススタイル開発）

- 店頭商品を来店せずにオンラインで購入可能なシステム「Remo Order」（品揃えと利便性を両立できるモデルとして外販も計画）
- 顧客のもとへ出向く移動販売車展開
- 顧客との関係性構築に向けたクライアントリング取り組み立ち上げ
  
- 収益構成変化に対する構造改革取り組み

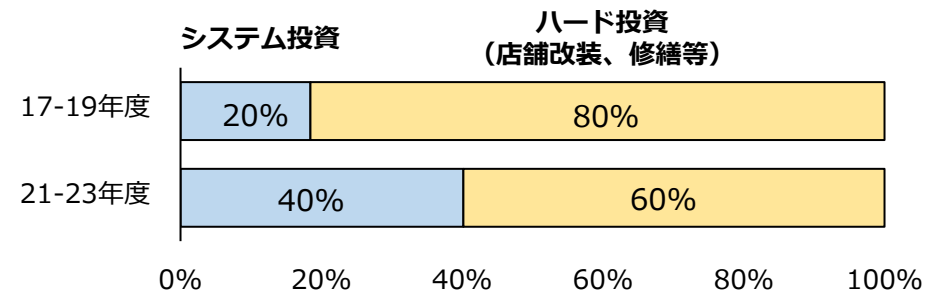
## 食品事業「第二の柱」化

- イズミヤと阪急オアシスのチェーンオペレーション改革による利益改善
- イズミヤ・阪急オアシスの合併による合理化・効率化

## IT/DX推進

- コミュニケーションリテラシーに向けた基盤整備への投資
  - －POS、MDシステム、情報基盤刷新 180億円
  - －OMO、グループ顧客データ基盤、ワーク環境構築 80億円
- IT・デジタル経営委員会の設置  
（関口社外取締役のオブザーバー参加）
- ITデジタル開発、投資計画の策定

設備投資の推移（大型投資除く）

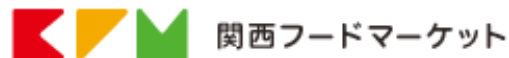


## 人事政策、人材育成

- グループ人事室の新設→横断的要員配置、採用  
リスキリング、デジタル教育の考案などグループ各社と連携したプロジェクト立ち上げ
- IT/DX推進に向けたプロフェッショナル人材の登用・社内デジタル人材の育成  
（社外からの役員登用、経験者採用、若手社員配属、データサイエンティスト養成）

## 食品スーパー —食品事業利益水準向上—

関西スーパーマーケットとの経営統合  
—関西最大級の食品スーパーグループへ



万代  
—共同商品調達、システム・物流面での協働検討

## 他業態 —顧客接点の多面化、データ活用—

ローソン  
—アズナス「ローソン」ブランドへの転換  
—共同での商品開発、デリカ商品のローソン店舗への供給  
—百貨店EC商品のローソン店舗受け取り  
—千里中央公園再整備活性化事業での協業

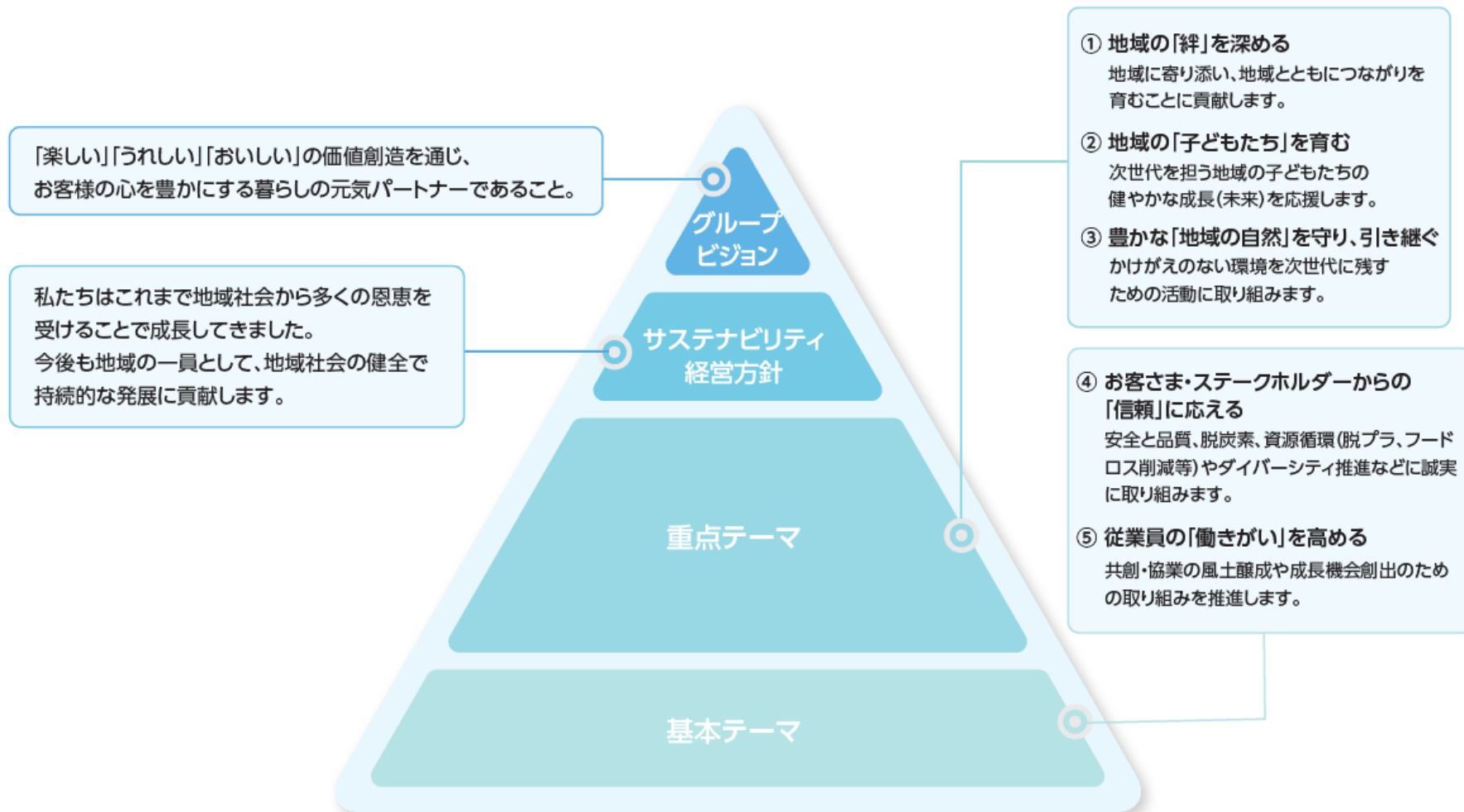
ロイヤリティマーケティング  
—データマーケティングでの協業

## 産官学連携 —共通の地域課題へのアプローチ—

大阪府包括連携協定「森の循環」「脱炭素ポイント制度推進プラットフォーム」  
兵庫県宝塚市包括連携協定「Tsugu.プロジェクト」  
環境省「国立公園オフィシャルパートナーシップ」  
大阪・関西万博「共創パートナー」

## 地域社会になくてはならない存在であり続ける

「マーケットシェアNo.1」と不可分の関係にある「マインドシェアNo.1」の追求



# 基本テーマに関するKPI設定

テーマと コミットメント	中期取り組み目標	KPI	2021年度 実績
<b>基本テーマ④</b> <b>お客様・ステークホルダーからの「信頼」に応える</b>  <コミットメント> 安全と品質、脱炭素、資源循環（脱プラ、フードロス削減等）やダイバーシティ推進などに誠実に取り組みます	<b>温室効果ガス（GHG）排出削減</b> これまで進めてきたLED照明導入などの省エネ化促進に加えて、順次、主要店舗での消費電力の再生可能エネルギー切り替えを進めます	<b>GHG排出削減</b> 2030年度 <b>▲30%</b> (19年度比) 2050年度 ネットゼロ	<b>▲10%</b>
	<b>食品廃棄物削減</b> 店舗で排出される食品廃棄物の発生抑制に加えて、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ます	<b>食品リサイクル率</b> 2030年度 <b>70%</b> (2023年度 60%)	<b>50%</b>
	<b>プラスチック廃棄物削減</b> 2022年4月に施行される「プラスチック資源循環促進法」も踏まえ、排出量の削減、再生利用に取り組みます	<b>特定プラスチック使用製品の提供量原単位</b> 2030年度 <b>▲60%</b> (21年度比)	—
	<b>ダイバーシティの推進</b> ワークライフバランス、女性やシニアの活躍推進、障がい者雇用促進、LGBTQへの対応を推進します	<b>女性管理職比率</b> 2030年度 阪急阪神百貨店 <b>35%</b> H2O食品グループ・SM3社 <b>20%</b> (イズミヤ・阪急オアシス・カナート) H2O商業開発 <b>35%</b>	<b>17%</b> <b>5%</b> <b>9%</b>



## サステナビリティ経営推進体制とマネジメント

代表取締役社長を委員長とするサステナビリティ経営推進委員会を毎月開催。  
今年度は環境面の学識者であり実践者でもある社外アドバイザー2名を迎え、実効性のある取り組み推進へ。



石川雅紀 叡啓（えいけい）大学  
ソーシャルシステムデザイン学部 特任教授



千葉知世 大阪公立大学  
現代システム科学域 環境社会学システム学類 准教授

## 環境面の取り組み

KPIの設定（脱炭素、フードロス、脱プラ）  
CDP回答、TCFD提言に沿った情報開示  
2022年10月 阪急本店への再生可能エネルギー一段階的導入開始



## 社会面の取り組み

- 人権方針の策定 (人権デューデリジェンス推進体制整備)
- CSR調達方針の策定 (取引先への説明実施検討)
- ダイバーシティの推進 (最優先課題として女性活躍のKPI設定)

### グループ人権方針

H2Oリテイリンググループは、基本理念である『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』の実現のためには、お客様をはじめ、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多くの皆様との公正な関係を保ち、よりよ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。

この考えの下、国際的人権規範を尊重し人権尊重に対する責任を果たすことを、H2Oリテイリンググループ人権方針（以下、方針）およびH2Cにおける社会的責任に信託される企

### CSR調達方針

H2Oリテイリンググループではグループ基本理念『はならない存在であり続けること』の実現に向けて安全な商品の供給、法令等の順守など調達に関する組み方針として、『H2OリテイリンググループCSR調達先との相互の信頼関係に基づく良好なパートナーサプライチェーンに対しても理解・浸透を図ることでのCSRの取り組みを推進します。』

女性管理職座談会



## ステークホルダーエンゲージメント

統合レポート刷新による情報開示・発信の強化

地域社会（生活者、お客様、個人株主）：統合レポート巻頭特集 with LOCALの作成を通じた対話、情報発信

従業員：グループ全社員に向けたメッセージ発信、双方向コミュニケーション

(若手社員と経営陣のフランクな語り合い「夜カフェ」、統合レポート説明会)

株主・債権者：当社グループ初のIR説明会を通じた直接対話

お取引先：CSR調達に向けた対話の検討



## 地域とともに実現する食品廃棄ゼロエリアプロジェクト

グループ横断、テーマ横断の取り組みを推進する「モデル地域」である川西・猪名川・能勢・豊能エリア  
食品廃棄削減に焦点を当てた産官学連携プロジェクト

### ◆イズミヤ多田店の食品廃棄物をゼロに

9:00 1 食品廃棄物の引き取り  
9:45 2 堆肥場に到着  
9:50 3 食品廃棄物をコンテナへ

「今日の食品廃棄物は12袋、多くもなく少なくもなく、ですわね。(合同会社ディスカウント代表・向井さん、以下同)

「コンテナも準備して回収するためのコンテナでいっています」

3週間経つと...

**Challenge 01**  
イズミヤショッピングセンター多田から排出された食品廃棄物を、堆肥に。その堆肥で作られた農産物を、イズミヤショッピングセンター多田で販売。

残暑厳しい9月、合同会社ディスカウントの皆さんの堆肥づくり作業に同行しました。「プラスチックのトレイやラップの混入が堆肥づくりの妨げとなっている問題を目の当たりにし、言葉を失いました」(H2Oリテイリング 西田)

ゼロループ第1弾として、10月下旬から、この堆肥を一部使って育てられたお米やベビーリーフの店頭販売が始まっています。

「発酵が進んで堆肥ができるまでには、おおむね1ヶ月。このコンテナは3週間前回収した食品廃棄物のいふ堆肥らしくなってきました」

### ◆家庭での食品廃棄物をゼロに



### ◆食品廃棄物削減アイデアを小中学生から募集



## 千里中央公園活性化事業

グループ横断、テーマ横断の取り組みを推進する「モデル地域」である千里エリア  
地域住民、行政、企業グループが対話を重ね、公共施設である公園の活性化プロジェクト

### ◆複数事業者での官民連携



- 協力企業
- ・アーバンリサーチ
  - ・オペレーションファクトリー
  - ・乃村工藝社
  - ・フクシマガリレイ
  - ・MuFF

### ◆地域の魅力の再発見

プレイ セン リ シーンズ  
**PLAY 1000RE SCENES**

○ **open** すべての人に開かれている  
○ **rdinary** 日常を彩る  
○ **rganic** いまあるものを活かす

▶▶▶ 公園の魅力を再発見し、千里の暮らしを彩る千の景色をみんなでつくります。

コンセプト「PLAY 1000RE SCENES」  
公園の魅力を再発見し、千里の暮らしを彩る  
千の景色をみんなでつくります。

### 地域住民の声を聞き、共に考える



地域住民と一緒に公園の魅力を探す

地域密着流通グループの特性を活かして、  
地域住民、行政、事業者、学校や幼稚園、グループ従業員など様々なパートナーを巻き込みながら  
一緒に将来の地域社会を構想し、実現を目指す

## マーケットシェアNo.1

既存のリアル店舗軸に加えて、  
新規のオンライン軸である顧客サービス事業を通じて、  
関西の生活者の行動データ・心理データを蓄積・分析

一人ひとりにふさわしい商品・サービスを提供する  
小売業として成長を実現する事業モデルを追求

## マインドシェアNo.1

当社独自のサステナビリティ取り組みを通じて、  
生活者にとって最も身近で信頼される流通グループへ



## 事業成果

グループアクティブ顧客数	1,000万人
営業利益	300~350億円
ROE	6~7%

消費者であり地域社会の一員である生活者と継続的に深く繋がる「コミュニケーションリテイラー」

地域（関西エリア）におけるビジネスの深耕と社会的信頼・共感を追求する独自の経営モデル確立を図る

“ コミュニケーションリテイラーとして  
地域社会になくてはならない存在であり続ける

### “ 関西ドミナント化戦略 ”

地域の生活者とのリアル&  
デジタルの継続的な関係性構築

- ①リアル店舗の提案力・発信力強化
- ②コンテンツ開発
- ③デジタルを活用した  
コミュニケーション実現



### “ サステナビリティ経営 ”

重点テーマ～地域社会への貢献～

- ①地域の「絆」を深める
  - ②地域の「子どもたち」を育む
  - ③豊かな「地域の自然」を守り、引き継ぐ
- 基本テーマ
- ①お客さま・ステークホルダーからの  
「信頼」に応える
  - ②従業員の「働きがい」を高める

コーポレートガバナンス

サステナビリティ経営推進、IT・デジタル経営、コンプライアンス・リスクマネジメント、規律倫理



本資料に記載された情報については、資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではなく、今後予告なしに変更されることがあります。

万が一、この情報に基づいて被ったいかなる損害に関しても、当社及び情報提供者は一切の責任を負いませんので、ご承知おき下さい。

また、本資料の著作権は全て当社に帰属し、著作権法に定める私的利用の範囲を超えて無断で、複製・転載等することを禁じます。