







株式会社平和堂 平和堂レポート編集委員会 〒522-8511 滋賀県彦根市西今町1番地 URL https://www.heiwado.jp/

## **CONTENTS**

- 平和堂の沿革と業績の推移 03
- 財務・非財務ハイライト
- TOP MESSAGE

地域社会の活性化を実現し、 100年続く「地域密着のライフスタイル 総合(創造)企業|を目指します

- 平和堂グループの価値創造
- 事業基盤となるDX推進 15
- 行動基準となるサステナビリティの推進 17

重要課題 地域の健康

多様な人材の活躍

廃棄物の削減

CO2排出量の削減

商品調達基準の整備

- 商品·販売戦略
- 開発·出店戦略 29
- ガバナンス 31

役員紹介

コーポレートガバナンス

コンプライアンス

リスクマネジメント

- 財務データ
- 会社情報
- 平和堂財団 41
- 平和堂グループ 43



#### 平和堂グループ憲章

全従業員の物心両面の幸福を追求するとともに、 お客様と地域社会に貢献し続ける企業となる

### 社 是

商業を通じて豊かな暮らしと文化生活の向上に貢献し、 より多くの消費者になくてはならない店になる

#### 5つのハトのお約束

- 1. 奉仕のハトは、お客様へのサービスを第一とします
- 2. 創造のハトは、よい品を販売します
- 3. 感謝のハトは、お取引先との信用を重んじます
- 4. 友愛のハトは、みんなの幸せを築きます
- 5. 平和のハトは、地域社会のためにつくします



#### 編集方針

株式会社平和堂は2022年4月より東京証券 取引所プライム市場に移行しました。2021年に は平和堂グループとして「サステナビリティ・ ビジョン」を策定し、これまでの取組みをサステナ ビリティの観点で整理するとともに、基本方針や 重要課題を定め、施策、目標値を設定しました。

こうした中長期的な企業価値向上への取組み を、株主・投資家をはじめとするあらゆるステーク ホルダーにより一層ご理解いただくために平和堂 レポートを公開することとしました。

本報告書を通じて、平和堂グループについて 理解を深めていただければ幸いです。

報告対象組織	平和堂本部および全店舗(156店舗) ※平和堂本部および全店舗(156店舗)を基本とし、連結子会社を 含む場合は本文に記載しています。
本レポートの報告対象期間	2021年度 (2021年2月21日から2022年2月20日まで) ※ 関連する報告で一部この期間が前後している場合もあります。
参照ガイドライン	・環境省「環境報告ガイドライン(2018年版)」 ・GRI「サステナビリティ・レポーティング・スタンダード」 ・IIRC国際統合報告フレームワーク ・ISO26000
発行日	2022年5月(次回発行予定2023年5月) ※ 2021年度の活動を報告するにあたり、データを精査、これを修正 した結果、2020年度の報告書と実績数値が異なっている項目が あります。また、端数処理のため、合計が合わない項目があります。
レポートに関する お問い合わせ	株式会社平和堂 サステナビリティ推進室 〒522-8511 滋賀県彦根市西今町1番地 URL https://www.heiwado.jp/

#### 平和堂の沿革と業績の推移 新本部平和堂HATOC竣工 平和堂は創業以来、豊かな暮らしと文化生活の向上に貢献し、 2013年 より多くのお客様にとって「なくてはならないお店」をめざして歩んできました。 平和堂イメージキャラクター これからも社会に貢献する会社として積極的かつ効率的な事業推進を図っていきます。 「はとっぴー」誕生 2021年度 4.397 1957年 [百万円] 4.0001974年 億円達成 お取引先様との共存共栄を 目的に「平和堂ハトの会」を設立 400,000 CI(コーポレートアイデンティティ)の変更 3.000 350.000 億円達成 1972年 300.000 "5つのハトの 5つの八トのお約束 彦根市銀座街に お約束"制定 2.000 ) 割油の八トは よい品を販売します 「靴とカバンの店・平和堂」を創業 億円達成 250,000 2 春仕の八トは お客様えのサモスを第一とします 3 感謝の八トは 木部門完との信用を重んじます 1966年 200.000 彦根店ビルに 「食品スーパー 「平和堂 150.000 マーケット スマートフォン アプリ」誕生 100,000 1989年 平和堂独自の 01 730 00 2015-2017 50,000 ポイントカード 第一次 第二次 第三次 第四次 営業収益・店舗数の推移 中期経営 中期経営 中期経営 中期経営 「HOPカード|誕生 営業収益 [単体] [連結] 店舗数 —— 計画 計画 計画 計画 1961 1965 1969 1973 1977 1981 1993 2005 2009 2013 2017 2021 (年度) 連結営業収益

1998年

2017年 創業60周年

## 平和堂のあゆみ History of Heiwado ■ 平和堂 ■ 平和堂グループ会社 1957年 3月 彦根市銀座街に「靴とカバンの店・平和堂」を創業 6月 「株式会社平和堂」設立 1960年 3月 「おしゃれの店・平和堂」 開店

1974年 6月 お取引先様との共存共栄を目的に「平和堂ハトの会」を設立 6月 「日本流通産業株式会社 (ニチリウ)」を中堅スーパー 7社で設立 12月 「株式会社ダイレクト・ショップ」設立 1976年 2月 本部を彦根市銀座街から小泉町に移転 10月 本部ビル隣接地に流通センター完成 1978年 10月 衣料スーパー「株式会社エール」と業務提携 11月 京都府第1号店小倉店オープン(2011年閉店) 1962年 9月 「衣料スーパー」開店、マルビシ百貨店の店と合わせて4店に 1979年 11月 百貨店スタイル店舗アル・プラザ平和堂オープン(現アル・プラザ彦根) 1963年 10月 彦根ビル (ジュニアデパート平和堂、現彦根銀座店) 完成 1981年 4月 「株式会社エール」を子会社化 1966年 11月 彦根店ビルに「食品スーパーマーケット」開設、食品の 10月 株式を大阪証券取引所市場第二部、京都証券取引所に上場 販売開始 1983年 9月 「平和堂食品センター」完成、稼働

1970年 9月 「株式会社ナショナルメンテナンス」設立

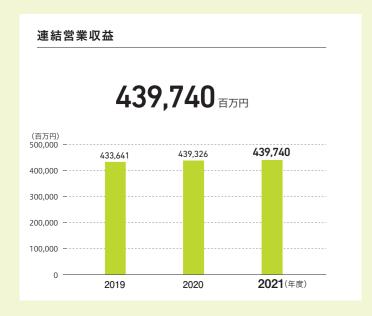
1973年 10月 滋賀県外1号店(福井県・敦賀店、現アル・プラザ敦賀)オープン

12月 「株式会社ファイブスター」設立 1987年 11月 大阪府第1号店真砂店オープン 1989年 3月 財団法人平和堂財団設立(2011年に公益財団法人へ移行) 7月 石川県第1号店アル・プラザ小松オープン 1990年 11月 株式を東京証券取引所市場第一部に上場 1991年 11月 「株式会社ベストーネ」設立 12月 多賀流通センターのデリカセンター「ベストーネ」と日配 センターが完成 1995年 3月 中国湖南省長沙市に「湖南平和堂実業有限公司」設立 4月 多賀流通センターオープン **1996年 11月** 富山県第1号店アル・プラザ小杉オープン 1998年 11月 海外1号店、湖南平和堂商貿大厦 (五一広場店) オープン

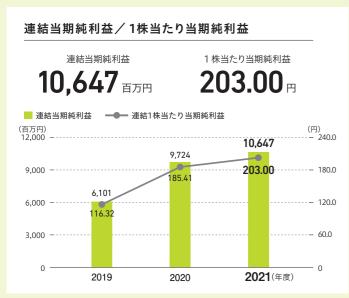
1984年 8月 株式を大阪証券取引所市場第一部に上場

2000年 10月 「株式会社ユーイング」「株式会社シー・オー・エム」を設立 2004年 6月 「株式会社平和堂東海」設立、株式会社グランドタマコシ の10店舗を営業譲受 10月 平和堂リサイクルセンター開設 2005年 9月 株式会社ヤナゲンと株式会社ヤナゲンストアーの事業を 譲受、9店舗が平和堂グループとしてスタート 2006年 4月 兵庫県第1号店アル・プラザつかしんオープン 2012年 2月 「株式会社丸善」の株式を取得 3月 農業生産法人「株式会社サニーリーフ」設立 2016年 10月 株式会社パリヤと業務提携締結 2020年 8月 アグリ事業「平和堂ファーム」 開場 2022年 3月 創業65周年 4月 株式を東京証券取引所市場第一部からプライム市場に移行

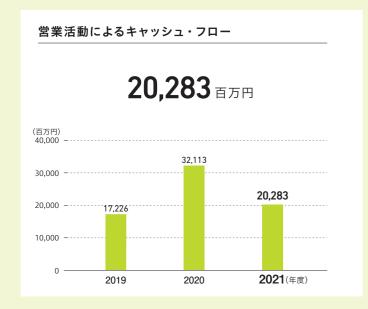
#### 財務情報









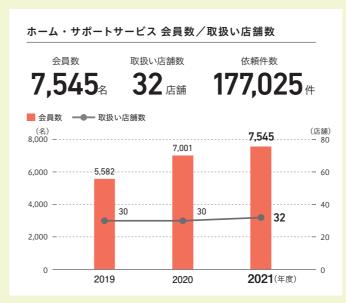


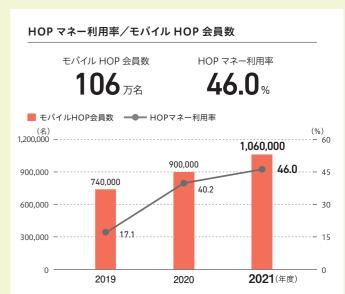


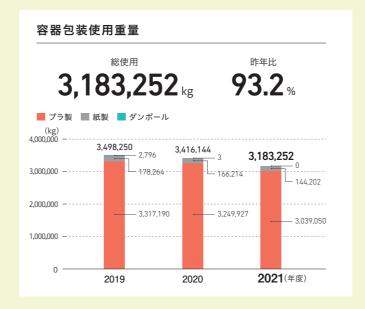
#### 非財務情報(平和堂単体)

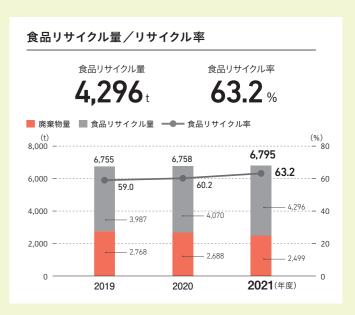














#### 企業としての地域貢献の在り方

滋賀県彦根市で地域の方々に豊かな暮らしをお届けする店として営業を開始した平和堂は、2022年3月1日に創業65周年を迎えました。現在、スーパーマーケットやショッピングセンターの運営をはじめ、食品製造・飲食事業、アミューズメントやフィットネスなどのサービス事業、農業事業など、人々の生活を支える商品・サービスを幅広く提供しています。

創業以来、地域の方々にとってなくてはならないお店を目指してきた平和堂グループは、2018年に中長期ビジョン「地域密着のライフスタイル総合(創造)企業」の実現を掲げました。既存事業の成長だけでなく、地域の生活全般に目を向け、地域に根差した新しい事業の創出に取り組み、当社グループの持続的な成長を目指しています。

私は、現代社会において企業の地域密着、地域貢献の在り方は、変化していると考えています。高度経済成長期からバブル期にかけては国も地方も地域も皆が元気で、国力も国民の給与水準も右肩上がりの中、平和堂は地域の方々の暮らしがさらに向上する商品やサービスを提供してきました。しかし、少子高齢社会の今では、人口減、地域コミュニティの衰退、人手不足など多くの課題が存在します。この現状に対して平和堂グループは、地域の将来的な成長に貢献することが地域に密着した企業の在り方であり、自社の持続的な



滋賀県バスケットボールチーム「滋賀レイクスターズ」 メインスポンサーとして応援しています

成長を実現するもとだと考えています。高齢者をはじめ、地域に暮らす人々が健康で、そこでの生活が活性化していれば、少子高齢社会となっても実体経済はそれほど簡単には縮小しません。平和堂グループは、第四次中期経営計画(2021年度~2023年度)を策定して、地域が元気(人々が元気で地域活動が活発)になる施策を進めています。これは、当社グループだけでできるものではなく、行政や地元企業、地域住民などと連携して実行しています。

# 3つのテーマと地域連携で目指す「地域の健康」

これまでも地域の健康に貢献する取組みは、各店 舗などで行っていましたが、組織として改めて「健康」 「子育て」「高齢者」という3つのテーマを設定し、取り 組んでいます。地域が元気であるためには、高齢者 が健康であることが重要です。健康な高齢者が増え れば、就労者が増加するだけでなく、経済活動も増え ていくはずです。また介護などの高齢者支援をしていた 層が、別の経済活動に従事する機会も生まれます。 平和堂グループでは、地域のお客様の健康増進・健康 維持をサポートしています。特に高齢者に向けては 健康寿命と平均寿命のギャップを縮小する様々な 取組みを進めています。一人ひとりが健康を考えら れるよう、店舗スペースを利用した健康チェックを 企画し、行政や病院と連携して定期的に実施する 取組みもスタートしています。子育てについては、悩み ごとの解決や楽しく子育てできるサポートを提供して いるほか、今後は、親・子ども・孫の三世代が集える イベントを開催するなど、世代を超えたコミュニケー ションを重視した活動も視野に入れています。

地域の企業や商店、農家の方々と密につながることで、ストーリーを持った商品を発掘し、お客様に提供することも行っています。これまで地元企業の商品の仕入れは、本部のバイヤーが交渉することで、店頭に並んでいましたが、各店舗の店長や担当者がバイヤーとともに仕入れ先に出向き、商品開発の背景や製造工程を実際に見聞きし、そのストーリーを店頭でお客様に伝える工夫もしながら販売するようになりました。こうした動きが広がることで、各店舗で地元の商品や企業を紹介することも増えました。



2021年4月2日に オープンしたフレ ンドマート草津大 路店で品揃えして いる草津ブランド 認定商品や地元 人気スイーツ



また平和堂では、2020年度より店舗をエリアで統括する組織体制に変更しましたが、これによって1店舗で取り扱っていた商品がエリア内の他店舗に広がる動きも出るようになり、地元の商品が、点から線になって広がり、多くのお客様の手に渡っています。

平和堂が2010年からサービスを開始したホーム・サポートサービス(食品・日用品の宅配サービスや、お買い物以外のお困り事解決などの暮らしのお手伝い)

は、コロナ禍において安全・安心な暮らしを支えるサービスとして多くの方にご利用いただいています。さらに滋賀県からの要請に応え、自宅療養者用の食料支援を担い、地域の方々の療養生活を支えています。支援開始当初は、通常の店舗のホーム・サポートサービスの延長線上で食料セットを各市町に納品していましたが、体制を整えたことにより、週2,000セットを超える要請にも対応できるようになり、これは常日頃から県や市町の方々とつながっているからこそ進められたことだと思っています。



ホーム・サポートサービス

#### サステナビリティ・ビジョン策定と推進強化

2021年、平和堂グループは「サステナビリティ・ビジョン」を策定しました。これまでの取組みをサステナビリティの観点で改めて整理するとともに、基本方針を定め、重要課題を特定し、施策、目標値を設定しています。

平和堂グループのサステナビリティ・ビジョン
100年企業に向けて。
平和堂グループは、事業を通じた
「地域社会の課題」・「地球規模の課題」の解決と
グループの成長の両立を目指します。

私たちは、事業活動で「地域社会の課題」と「地球 規模の課題」の解決を目指し、平和堂グループにとって の重要課題として「地域循環」「廃棄物」「温室効果ガス」 「商品調達」「人権」の5つを特定しました。

「地域循環」については、「地域の健康」で述べたと おり健康・子育て・高齢者をテーマに取り組み、地域 経済を活性化させ好循環を生み出していきます。「廃棄 物」は、食品ロス対策やプラスチック対策などを進めて おり、食品口スをなくす販売方法や商品開発、お客様 への食品ロス削減の啓発を行っているほか、食品ト レーの使用量削減やリサイクルトレーの使用を進めて います。「温室効果ガス」については、CO2排出量を削減 する店舗建設・店舗設備の導入を行っています。「商品 調達」については、調達の基準を整備し、環境配慮型 商品の販売を拡大するほか、人権に配慮した商品調 達を行っていきます。また商品調達は、日本の食糧自 給率の低さや国際的な物流の停滞、原材料の世界的 な需要増などにより、価格や調達自体に大きな影響が 出るため、より良いものを適正な価格で安定供給する ための調達ルートの確保にも主体性を持って取り組んで いきたいと考えています。「人権」については、女性や LGBTQといった多様な人材が活躍できる環境を整え ていきます。ベースとなる考え方は、社員が幸福に働 けているか、成長しているかどうかです。これ無くして 企業の成長はないと、故夏原平和会長が非常に強い 思いを持っていた考え方であり、2015年に平和堂 グループ憲章として、社員の物心両面の幸福の追求を 明文化しています。平和堂グループでは、社員の誰も が仕事と生活が良いバランスを保って活躍できるよう、 様々な課題に対して取組みを進めます。

これら取組みの進捗については、サステナビリティ 推進委員会とその下部組織となる各部会において半年 毎に確認し、経営会議、取締役会で報告・承認してい きます。

#### 社員の自発的な取組みを目指して

2021年7月および12月に社員意識調査を実施しま した。そこで見えてきたのは、自身の仕事が地域に貢献 できているのか、お客様の信頼に足るものなのか実感 が持てないと多くの社員が感じているという事実でした。 これらは、お客様から評価をいただいて実感できる ものであり、自己評価においては高いスコアが出にくい 項目です。また、地域貢献の認識は個人差があることも 影響しているのではないかと考えています。しかし、地域 が元気になる施策を実行していく上で、社員の理解や モチベーションは重要であるため、社内報などを通じて 地域貢献に対する私の考えを発信しました。地域の 方々の生活を支える平和堂グループにとって、どのような 環境や状況にあっても営業を継続すること自体が地域 への貢献になります。またお客様の要望にお応えした 商品の品揃えやサービスの提供、お客様に喜んでいた だけるおもてなしといったことも地域貢献の大きな 要素です。これらをベースとし、地域共創という考え方 のもと、お客様、地元企業、生産者の方々などと交流 や連携を図って地域の活性化を進めていくことが、当社 グループの地域貢献です。実際には、店舗や周辺地域、 またはグループとして様々な活動が取り組まれています。 今後は具現化された取組みの社内発信を強化し、 全社員の理解が進むよう努めていきます。また、各店舗 が自ら気づき、自主的に新たな取組みを生みだすこと ができるよう、オープンな社内環境の構築にも力を 入れていきます。

#### 地域になくてはならない存在として

平和堂は、2022年4月に東京証券取引所市場第一部からプライム市場へ移行しました。より高いガバナンス水準や持続的な成長、中長期的な企業価値の向上が求められるプライム市場において、どのような環境下であったとしても、やるべき取組みを確実に実行していくことが経営層の責任だと考えています。これまでにお話した「地域を元気にする」ことを原動力として100年企業を目指し、当社グループが持続的に成長し続けられる事業展開、投資を進めてまいります。

2021年は、当社グループを支えた二人の取締役がお亡くなりになりました。夏原平和代表取締役会長執行役員は平和堂を大きく成長させ、現在のグループ

の礎を築いただけでなく、会長に就かれた後も常に 私たちの歩みを力強く後押ししてくれる存在でした。 一方、社外取締役に就任いただいた田中浩子氏は、 地域の方々の食と生活を創造し発信している当社に とって、取り組む意味や活動の多様性を提供してくだ さる、かけがえのない存在でした。中長期ビジョンを 策定し、100年企業へ向かって成長していこうと歩み 始めた当社グループにとって、この二人のご逝去は 非常に大きな喪失と言わざるを得ません。

しかし、それによって歩みを止めることなく「地域になくてはならない存在」となるために、社員一人ひとりが自ら気づき考え行動できる環境づくりや人的資本への投資を行い、着実に取組みを進めていくことをステークホルダーの皆様に改めてお約束いたします。引き続き、ご理解とご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。



#### 平和堂グループの2022年2月期連結経営成績と中長期ビジョン

2022年2月期(年間) 平和堂グループ連結経営成績

単位:百万円、%

	2020/2	2021/2		2022/2	
	実績	実績	実績	前期比	前期差
営業収益	433,641	439,326	439,740	100.1	414
営業利益	10,463	14,037	15,362	109.4	1,325

国内食品小売業は引き続き「巣ごもり消費」により 堅調であったことに加え、前期に苦戦した中国百 貨店事業・国内飲食事業・国内衣料品小売事業の 一定の回復により増収。増益は営業収益改善によ る利益回復および経費見直しによる損益分岐点 の低下と、生産性改善による効果。

#### 平和堂グループの中長期ビジョン・中期経営計画(第四次)

## 「地域密着ライフスタイル総合(創造)企業 |を目指す

#### 実現したい世界

人々が暮らしていく中で、その地域が住みやすく、健康的で活気があり、助け合いの精神が息づいている。そのため、高齢者にとっても不自由の少ない、将来を担うお子様にとっても伸び伸びと育ち、子育て苦労が軽減されるような環境、雰囲気がある。地域の文化を大切にし、環境保全の意識も高い。それらの状況は、活発な地域交流と心地よい人と人のつながりがもたらす。

#### 平和堂成長のターゲット

#### 健康

「平和堂健康ラボ」を立ち上げ、健康の研究と重点 取組みの実践への橋渡しをする体制を構築(正し い知識と食、生活習慣等生活全般での連動した 取組みの構築)する

#### 子育て

平和堂「らぶきっず」の未来像を描き、全社的な取組み(子育て支援含む)として具体化する

#### 高齢者

健康寿命≒平均寿命を目 指し、生涯元気であるため の様々な取組みを進める



「地域になくてはならない存在」の実現に向けて、「平和堂ならではの地域密着ライフスタイル総合(創造)企業 | を目指します。

継続して成長していくためには、「地域が元気であること=活性化している地域経済」が前提であると考えます。地域の活性化を促進し、結果として平和堂の成長を実現します。

また、「地域の健康」に貢献するためには、地域生活の安全安心・活性化の取組みに対して高い信頼性を得ることが必要です。

#### 事業ポートフォリオ基本方針

#### スーパーマーケット事業

さらなる地域貢献 のため新たな業態 開発と安定成長



#### 総合小売業

成長ターゲットに対応した 売場への進化、それによる 魅力あるショッピングセン ターづくり



#### 平和堂(中国)

既存店舗の ブラッシュアップ



#### 書籍販売事業

魅力あるショッピングセン ターづくりに欠かせないも のとして、自社ショッピング センターを中心に展開



#### フィットネス事業

「健康」ターゲットに欠かせない業種として引き続き拡大展開



#### 外食事業

「子育て」世代の需要、「高齢者」と子・孫三世代の集いの場としての需要に対応したファミリーレストラン展開



# 平和堂グループの価値創造

平和堂グループは「100年企業」を実現するため、事業を通じた「地域社会の課題」・「地球規模の課題」の解決とグループの成長の 両立を目指します。高齢化や買物難民、地域産業の後継者不足などの「地域社会の課題」や、地球温暖化に伴う気候変動による 環境悪化などの「地球規模の課題」を解決することに企業として取り組みます。そして環境が良くなることはもちろん、事業利益との 両立も果たしながら、新たな価値を生み出し持続的な成長を目指します。

平和堂グループ憲章

全従業員の物心両面の幸福を 追求するとともに、お客様と 地域社会に貢献し続ける企業となる



地域社会・地球規模の課題

# 環境

廃棄物の増加 生物多様性、生態系の崩壊 気候変動 温室効果ガスの排出増加 エネルギー資源の供給不安定 商品調達基準の不備 商品の非トレサビリティ 資源の枯渇 食料不足·食料危機

# 社会

寿命と健康寿命の乖離 高齢者の単独世帯の増加 少子高齢化 社会インフラの老朽化 教育の場の喪失 商品の品質低下 生産性の低下 生産人口の不足 後継者不足 地場産業の空洞化 地域交流の場の喪失 地域文化の消滅 子育て環境の悪化 魅力ある雇用の減少 労働環境の悪化 ダイバーシティへの非対応 食の安全、安心の崩壊 生活環境の悪化 不公正な事業慣行

## G 企業統治

サイバーリスクの拡大 個人情報漏洩リスク 感染症の多様化 コンプライアンス違反 企業統治・内部統制の不備

#### **INPUT**

# 財務資本

・自己資本比率

•営業収益

439.740百万円 58.5%

#### 人的資本

·グループ従業員数 **13,681**名

- ・誰もが活躍できる職場環境
- •健康経営
- •業務上災害予防策

#### 知的資本



・プライベートブランド「E-WA!」 **165**品

156店

**17**社

2 圃場

- ・ドミナント戦略 ・AI発注システム
- ・HOPウォレット

#### 製造資本

・多彩な店舗

・多彩なグループ会社

・平和堂ファーム

#### 社会·関係資本



・地域社会、行政との連携

- ・お取引先様満足度
- ·ホーム·サポートサービス会員 **7.545**名

#### 自然資本

- ・温室効果ガスの削減
- ・リサイクル推進(食品・容器包装)
- ・平和の森づくり活動
- ・平和の緑づくり活動

物の活躍

正の影響

商品や場所・空間・サービスを通じた価値の提供

#### 調達

・お取引先様での 原料の調達 ・商品および原料の

仕入れ

## 開発・加工

- オリジナル商品の 開発·製造
- ・ユニークなサービスの 企画

## 販売・提供

- •商品提案 楽しく買い物できる
- 場づくりと サービスの提供
- ・新しい価値の提供

## 負の影響

事業活動にともなう天然資源の枯渇など環境への負荷

平和堂グループ グループ機能強化

事業基盤となるDXの推進と 行動基準となるサステナビリティの推進

#### サステナビリティ重要課題

#### 地域循環

地域の健康 健康/子育て/高齢者

⊕ P17-P20

多様な人材の 活躍

⊕ P21·P22

#### 廃棄物

廃棄物の 削減

⊕ P23

## 温室効果ガス

CO2排出量の 削減

**⊕ P24** 

商品調達基準の 整備

⊕ P24

## ありたい姿



その地域が住みやすい



地域が健康的で活気に 溢れている



地域に助け合いの 精神が息づいている



子育ての苦労も 軽減される環境



子どもたちが 伸び伸びと育つ



高齢者にとっても 不自由が少ない



地域の文化を大切にしている



環境保全の意識が高い



生活の質が良い



活発な地域交流と心地よい 人と人とのつながりがうまれる

14

# 100年企業に向けての

# 事業基盤となるDXの推進と

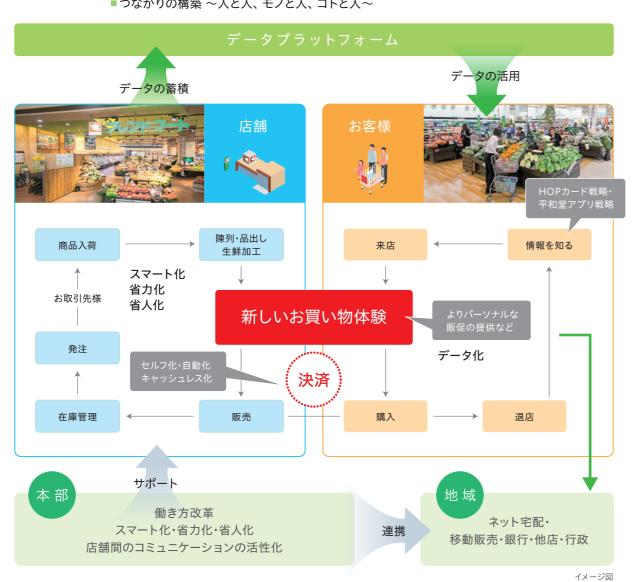
# 行動基準となるサステナビリティの推進

地域密着ライフスタイル総合(創造)企業を目指し、既存事業のさらなる成長と新規事業の創出・成長のため様々な取組みを行ううえで、 その基盤となるのはデジタル化(DXの推進)です。

また、企業活動を行いながら地域社会の課題・地球規模の課題解決をはかるため、平和堂が取り組むべきマテリアリティ(重要課題)として 「地域循環」「人権」「廃棄物」「温室効果ガス」「商品調達」の5つを特定しています。ここからはその事業基盤と行動基準についてご説明いたします。

## 平和堂DX ありたい姿

- ■お客様への新しいお買い物体験の提供
- ■店舗、本部の生産性向上 ~業務改革による省力化、省人化の推進~
- ■データ利活用による新たな価値の発見 ~データの収集、蓄積、加工と分析、活用~
- ■つながりの構築 ~人と人、モノと人、コトと人~



## HOPウォレット



チラシやお得なクーポン、限定キャンペーンなどを配信していたこれまでの「平和堂アプリ」に加え、 2022年2月、新しい平和堂スマートフォンアプリ「HOPウォレット」が誕生しました。「HOPウォレット」 アプリには、HOPマネー機能を搭載し、銀行口座・クレジットカード(一部)からのチャージにも 対応しています。コロナ禍の影響もあり、日々高まっているキャッシュレスの非接触型決済のニーズに 対応し、よりお客様の利便性を高められるよう注力してまいります。



#### スマホでお支払い

アプリに表示されるバー コードをレジにてご提示 いただくと、アプリでHOP マネー決済ができます。



## ご本人様名義の銀行口座

(滋賀銀行)かクレジット カード(HOP-VISAカー ド)をご登録いただくと、 アプリでHOPマネー チャージができます。



## スマホで残高確認

ホーム画面でいつでもどこ でも残高確認ができます。



### AI自動予測システム

販売に影響を及ぼす情報をAI (需要予測発注システム)に与え、 その情報をもとに客数・販売予測 を行い、発注数を算出し、自動発注 する仕組みを一部商品で全店に 導入しました。

#### 期待される効果

- ■業務効率化
- ■牛産性向上
- ■お客様とのコミュニケーション増加
- ■在庫日数の削減
- ■廃棄口スの削減
- ■売場実現度向上

## 各種情報 需要予測 各)(種)(情)(報) 販売実績 天気 さまざまな 予測モデルで学習 販促情報 販促実績 単品予測



#### RPAツール

データ抽出などの定型的なパソコン業務の処理手順を登録し 自動化することで、日常的に行っているルーティン作業にかかる 時間を削減するため、2019年度よりRPAを導入しています。

#### 事 例 店舗

問題点 釣銭金の店舗会計システムへの入力業務に時間がかかっている

RPAを活用し、全店舗分を本部での一括入力に変更(△4,240時間/年)

	本部	店舗	本部·店舗両方	削減時間
2019年度	18体		4体	785時間
2020年度	47体	6体	10体	10,432時間
2021年度	33体		3体	3,157時間

●データ照合作業や勤怠関連 業務の一部をRPAを使う ことで、作業時間削減

RPAを使うことで定型的 なデータ作業にかかる時間 を削減



#### DXの基盤を固め、DXを通じて働き方を変える

- ■業務効率化 ■迅速かつ細やかな指示
- ■店舗における効果的かつ効率的な販売活動

重要課題

# 地域の健康









## 地域社会の持続的成長と地域密着の深化 ~「つながり」と地域共創~

高齢化が進む日本において、健康寿命の延伸は国だけでなく、自治体でも本格的に取り組むべき課題となっており、若いころ からの生活習慣病予防が欠かせないとされています。また、自治体と企業が連携し、地域住民だけでなく地域全体が健康になる ための取組みが求められています。

平和堂は、「地域が元気」=「人が元気で地域活動が活発で地域経済が回っている状態」であるために、地域の方々と連携し ながら様々な取組みを進めます。

#### 地域商品

地元の商品の品揃えに加え、 商品のストーリーがわかる



#### 地域活動

伝統行事、地域スポーツなどのお手伝い



#### コミュニティの場

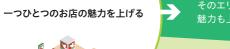
色々な人と情報交換できる場がある





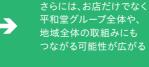


## お店の地域密着の深化が進むほど、地域や社会との連携・連動も進む



そのエリア全体の 魅力も上がる

取組みが進み、知り合いや 会話のきっかけも増えて、 地域とのかかわりが強まり、 その地域でのお店の 価値が上がる











お客様のライフスタイル全般での



#### 子育て

「らぶきっず」会員様など地域の お子様の情操豊かな子育てをお手伝い



生涯元気で楽しく暮らすための 様々な取組みのご提案



#### お客様への店頭啓発・ご提案

平和堂では、健康を維持するための規則正しい食生活のあり方や、生活習慣改善を心がける様々な取組みを行っています。

#### ▶ 厚生労働省推奨「野菜摂取量1日350g」の啓発

デリカ売場でのPOP掲示や、一部総菜に一目で野菜摂取量が わかるように例えば「1/3日分の野菜が摂れる」のシールを貼る など、毎日適切な量の野菜を摂取できるよう店頭での啓発を 行っています。

#### ▶健康商品の強化

減塩商品や管理栄養士監修のカロリーを抑えた商品の品揃え の強化に取り組んでいます。

#### ▶ お料理冊子「美味食彩」でのレシピ提案(毎月発行)

旬の食材を活用したレシピのほか、健康な食生活を意識して いただくために「減塩」や「腸活」、「低カロリー」など、毎月テーマ に沿った活用術をお伝えしています。

#### ▶□内環境改善の取組み

月1回の歯ブラシ・歯間クリーナー交換デーとして販促強化 や、行政やメーカー様とのオーラル関連イベントを共同開催。

#### ▶生活習慣改善の取組み

睡眠サポートのための売場・商品展開などに取り組んで います。

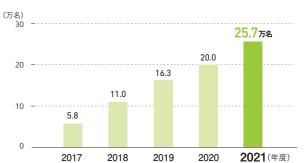


## 子育てプロジェクト

平和堂ではお子様の豊かな心を醸成 することを目的とし、これまで多くの体 験イベントなどの活動を実施してきま した。また、地域・行政・協力企業と の連携により、お客様の生活全般に 関わることで、平和堂が地域になくては ならない存在になるため、「らぶきっず」 の取組みをさらに推進させています。



「らぶきっずアプリ」会員様の推移



#### お子様向け参加型イベント

- お仕事体験 手形アート
- ●読み聞かせ● クイズラリー など

#### 保護者様向け

- らぶきっず会員アプリを活用したお買い得情報提供
- 店内設備の充実 悩み事解決 お買い得情報

### すまいる・あくしょん

2021年4月1日、平和堂は滋賀県が進める「すまいる・あくしょん」\*\*1に賛同し、取組みを宣言しました。平和堂では、「すまいる・あくしょん」の行動指標に基づき、子どもたちはもちろん大人の笑顔も増やすことのできる店づくりや店舗イベント、地域団体との連携イベントなどを行い、子どもたちの笑顔と豊かな心の成長をサポートしています。

2021年12月12日に開催されたすまいる・あく しょんフェスタでは参加されたお子様に、お買い物 体験でお楽しみいただきました。

※】「すまいる・あくしょん」

2020年10月、どのような環境下でも子どもの笑顔を増やすことを目的に、 滋賀県によって策定された新しい行動様式。子どもたちの未来につなかる7つ の行動指標があり、それぞれ「子どもが自分自身のために行動できること (子ど もあくしょん)」と「子どもが必要としていることに対して大人が行動すること (大人あくしょん)」の視点で取組みを実施しています。





799字字

### ホーム・サポートサービス

少子高齢化や地域コミュニケーションの希薄化など社会環境の変化が進む中、小さなお子様をもつご家庭や、健康上の理由、そして交通網の弱体化などで日常の買い物が困難な方々への対応のため2010年に開始したお買い物代行の「平和堂ホーム・サポートサービス」。行政との見守り協定による連携も取りながら、日々のお買い物だけでなく、暮らしの中でのお困りごとも解決すべく、地域の安全安心な暮らしを支える一翼を担っています。

2019年度にはサポートエリアが滋賀県全域となり、さらなる 社会的課題を解決する取組みとして、2020年度にはサポート エリアを福井県と岐阜県に広げ、一部エリアからサービスを開 始しています。

#### 会員数と取扱い店舗数の推移



## 移動スーパー(「滋賀県甲賀市移動販売モデル事業」)

平和堂は、「平和堂ホーム・サポートサービス」で培った経験を活かし、滋賀県甲賀市が主体となって推進する「甲賀市移動販売実証実験事業\*\*2」を受託し、移動販売事業を開始しました。

2021年6月より、毎週月曜日から土曜日にアル・プラザ水口から甲賀市内39カ所を巡回し、地域住民のお買い物のご不便解消のほか、地域交流の場の提供、見守りの協力など、地域の皆様の安全安心な暮らしのサポートを行っています。

※2 甲賀市移動販売実証実験事業

高齢社会に伴い、生活に不可欠な買い物に行くことが困難な高齢の方等を支援するため、甲 賀市が主体となり、市内での今後の移動販売の有効性を検証するもの。平和堂の他、市内 小売店、区・自治会、自治振興会、社会福祉協議会なども協力。



移動販売車

### 地域サロン

「地域共創」を目指す平和堂では、「地域住民が集い、つながり、生活が 豊かになるきっかけを得てもらう場」になることをコンセプトとして、アル・ プラザ武生に「地域サロン」を開設しました。 お客様がお買い物以外の目 的で来店し、卓球や囲碁将棋などのコンテンツを通じて、世代の異なる学 生とシニアの方々とのつながりや交流も生まれ始めています。

店舗が地域のハブとなり、地域・人・情報・店舗を結びつけ、地域課題や ニーズを吸い上げ、解決や新しい価値の提供につなげることで、地域共創 ループの循環に寄与する機能を果たしています。今後は既存事業とのつな がり構築や、地域の方々とのイベント企画などさらに深化を進めます。

# 麻雀コーナー 卓球コーナー マ標準 足湯コーナー 各種イベントスペース 健康測定コーナー 健康測定コーナー

アル・プラザ武生の地域サロン「おとな・Rel







足湯コーナー

健康測定コーナー

囲碁将棋コーナー

### 平和堂ファーム

滋賀県の経済の中心の一つであり、重要な産業である農業における課題を解決することは、地域を活性化させるうえで欠かすことができません。地域農業の課題である農業者の高齢化・担い手不足の解消、そして平和堂の魅力ある売場と安定供給の実現に向けて2020年8月に「平和堂ファーム」を開場しました。

スマート農業による省力化や、滋賀県の伝統野菜(新兵主かぶ)

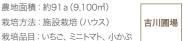


の復活、就農支援など、地域と連携をはかりながら、さらにはエネルギー転換によるCO2排出量削減の環境対策も進め、持続可能な農業の実現を目指していきます。



一 HEIWADO-FARM ー農地面積:約91a(9,100㎡)堤圃場 栽培方法:施設栽培(ハウス)

従業員数:15名(うち、正社員4名) 2022年3月現在



農地面積:約25a(2,500㎡) 吉川圃場 栽培方法:露地栽培 栽培品目:小かぶ

## 平和堂ファーム**3つのお約束**

## 安全安心

平和堂ファームの農産物は厳密な生産管理体制の 収積 もと生産し、日々お届けします。 に第 化学合成農薬、化学合成農薬、化学合成農薬、保護・取り組みます。 まず 環境にやさしい農業に取り組みます。

収穫後直ぐに店舗 に納品し、新鮮な 農産物をお届けし

農場運営を通じて 地域に貢献できる ように努めます。

地域貢献

#### 地域農業が抱える課題とアグリ事業の目的





重要課題

# △権多様な人材の活躍

関連するSDGs





平和堂は、性別や年齢、雇用形態などに関係なく、全従業員が各々の強みや個性を発揮し、成長し続けることのできる会社を目指しています。

#### 人材育成

年間を通した教育計画に基づき、役職・階層に応じた教育研修を実施しています。職務や等級に応じて必要なスキルが明確化されたオープンな教育カリキュラムにより、誰もが成長シナリオを描くことができ、自ら学ぶことを推奨する環境になっています。こうした学びの機会や環境を提供することを重視し、全従業員の育成・成長を支援できる体制を整えています。

また、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から中止していた集合研修や会議は、ICTデバイスをフル活用したオンラインに形を変えることで移動時間削減による店舗勤務時間の拡充を確保しながら、必要に応じ集合研修を組み込むことで、効果・効率の最大化に向けて取り組んでいます。



タブレットを活用した研修風景

### 人事制度「スマートワークスタイル」

平和堂では、休職制度や時短制度を盛り込んだ「ゆとりライフ制度」を制定・導入して以来、時代の変化に合わせて独自の制度、 見直し・拡充をはかってきました。これまでの制度をさらに充実させ、不妊治療による限定勤務地制度・短時間勤務制度が適用に なるなど、ワークライフバランスや、ライフステージに合わせたキャリア形成が可能となりました。2021年には、呼称を新たに 「平和堂スマートワークスタイル」に改称しました。

#### ▶男性の育児休職取得促進に向けて

男性の育休取得による家事や育児への参加が、女性のキャリア形成や活躍につながると考え、新しい育児休職の整備を進めました。 男性育休検討チームを7月に立ち上げ、社内の声を反映させるべく取得対象者世代にアンケート調査を実施し、検討を重ねたのち、 育児休職制度を改定しました。育休取得者が増えることで、職場でもマルチスキルの向上や業務分担が進み、従業員個々のスキル アップにもつながると考えています。男性育休は女性の活躍推進を進めるだけでなく、介護や看護での休職など、多様な働き方を 推進していくための一要素だと考えています。

#### ▶はとパパ・はとママセミナーの開催

育児休職中および子育で中の従業員を対象として、子育でと仕事の両立をはかるため毎年セミナーを開催しています。2021年度は新人事制度「スマートワークスタイル」の周知のため、事前アンケートを実施し、より制度への理解を深めてもらうセミナーにしました。





対面方式とオンライン参加のハイブリッド型でセミナーを実施

### 女性活躍推進

平和堂は2030年までに、女性管理職比率を15%にすることを目標としています。グループ報では、従業員 (特に女性) の目標形成や今後のキャリアを考えるきっかけとなるよう、働き方のモデルケースを掲載しています。モデルの雇用形態は限定せず、幅広い役職や経歴のケースを紹介することで、キャリアアップをより身近に感じ、キャリア形成をはかってもらえると考えています。

また、毎年開催するキャリアアップセミナーでは、広く参加希望者を募るため、従来の選抜型セミナーから公募制に変更し、2021年度はオンラインで開催しました。セミナー開始以降、延べ863名が参加し、セミナー受講者の中から、管理職への登用も行っています。

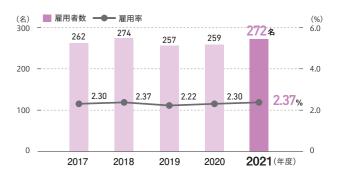
#### キャリアアップセミナー受講者の推移(累計)



#### **憧がい者雇用**

障がい者雇用の推進に向けて、障がい特性に応じた業務内容や勤務体系、特別支援学校や支援機関等からの実習受け入れなど、一人ひとりがやりがいをもって働くことのできる環境づくりに努めています。障がいのある方を積極的に多数雇用している事業所として2021年度、京都府より「障害者雇用優良事業所表彰」を受賞しました。

#### 障がい者数・雇用率の推移 ※平和堂のみの数値((株)サニーリーフ除く)



## 健康経営への取組み

専属の産業医、保健師、看護師が常駐する健康サポートセンターを設置し、全従業員の健康をサポートしています。毎年実施する 定期健康診断受診率は常に100%を維持し続けています。

また、従業員の血圧数値等を活用してもらうため、他企業の研究への情報提供も行っており、社員の健康は会社の資源の一つと考え、健康管理・健康増進活動を経営の一環として戦略的に実践していきます。

今後は喫煙対策や、医師指導によるより細やかな管理にも取り組んでいきます。

## Column

新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、2021年6月より専門チーム「ワクチン接種推進チーム」を立ち上げ、職域接種を実施しました。平和堂グループ社員とそのご家族、テナント様やお取引先様、地域の皆様約1万名(1回目:10,164名、2回目:10,149名)に接種を受けていただきました。

お客様へ安全に商品を提供するため、コロナ禍においては、従業員の勤怠管理方法など、状況に合わせて対応することで店舗営業への影響を最小限に抑えています。



重要課題

# 廃棄物の削減



世界では、海洋プラスチック問題といった環境汚染の深刻化や、食品ロスなどの廃棄物に関連する多くの問題があります。平和堂はお客様やお取引先様、地域とともに廃棄物の削減に向けて取組みを進めています。

#### プラスチック削減対策

平和堂オリジナルブランド「E-WA!」商品では、プラスチック削減のため包材の減量化等を進めており、一部の商品では従来からプラスチックを30%減量しています。また、ペットボトルや食品トレーの店頭回収を推進し、回収品をリサイクルして再生された「エコトレー」を利用して循環させています。



資源循環のイメージ

#### 食品ロス対策

平和堂では農協や地元生産農家と協力し、コロナ禍で販路をなくしたり、市場に出回らない規格外のいちごを活用し、平和堂ブランド「E-WA!滋賀県産いちごのチューハイ」を生産したりするなど、食品ロス削減の取組みを行っています。こうした取組みをはじめ、農産物

の新しい付加価値の創出、地産地消の推進など、広く地域農業の活性化に貢献している取組みが評価され、「令和3年度地産地消等優良活動表彰 近畿農政局長賞」を受賞しました。

また、食品口ス削減のための食材活用術を掲載した お料理冊子「美味食彩」の配布やPOPでの啓発など、 店頭での対策にも取り組んでいます。

さらに、2021年は店舗でのフードドライブのための活動場所の提供のほか、6月からは店頭で販売期限を迎えた精米の寄付を開始し、2021年度に寄付した精米は約1.7トン、滋賀県内の子ども食堂等の運営や、食材を必要としておられる方々のために活用いただきました。



E-WA! 滋賀県産いちごのチューハイ



#### 食品リサイクル

商品加工時に発生する野菜くずや魚アラはリサイクルで堆肥化・飼料化されています。一部の野菜くずは平和堂で販売する野菜の肥料として活用され、育てられた野菜は「循環エコ野菜」として、平和堂で販売しています。

#### 「循環エコ野菜」のシステム









# 温室効果ガス CO2排出量の削減

関連するSDGs



再生エネルギーの活用による温室効果ガスの削減や省エネルギー設備を導入することで、低炭素社会の実現に向けて取り組んでいます。

#### 太陽光発電設備

建物屋上などの施設を太陽光発電などの再生可能エネルギー事業に活用することで、環境への負荷を低減し、低炭素社会の実現に向けての取組みを進めています。2021年度はフレンドマート八幡鷹飼店(150kw)、平和堂石山(100kw)に新規導入し、導入施設は23施設になりました。



、陽光パネル



## 省エネ機器導入

平和堂では店舗照明のLED化や冷蔵設備の更新を進めることで 節電に取り組み、 $CO_2$ 排出抑制に努めています。2021年度は 4,061t- $CO_2/m^2$ の $CO_2$ を削減し、前年度比3.6%の対策を実施しま した。



LED 照明の設置

重要課題

# 闘■ 商品調達基準の整備

関連するSDGs





24

平和堂は安全・安心とコスト競争力を両立する原材料の調達を実現できるよう、調達の基準を整備しています。

### 環境配慮型商品

素材・製法や機能にこだわる平和堂オリジナルブランド「E-WA!」。 その中でも環境に配慮しているアイテムは24種類あります。

衣料品では、サステナビリティを意識して生産されるUSAコットンを使用した商品を開発、また住居関連品では、店頭回収した牛乳パックを原料の一部としている「芯なしトイレットペーパー」を販売しています。



芯なしトイレットペーパー

新たな形の 地域密着型店舗で 平和堂らしさを 提供していきます



## 各店舗がハブとなり、"地域の元気"に貢献

小売業においては、コンビニエンスストア、ドラッグストア、ディスカウントストアなど、スーパーマーケットと類似する業態が多数登場して久しく、近年では消費者のライフスタイルの大転換により消費行動も大きく変化しています。こうした中、平和堂は「地域になくてはならない存在」となるべく、独自の店舗運営を目指しています。例えば、店舗は人や組織、情報をつないで地域の困りごとの解決や新しい価値を生み出す場となっています。そこで必要となるモノを販売したり、個々の店舗が地元の知られざる名品を発掘・販売したりと、既存の商品調達や販売方法にとらわれない地域密着の店舗運営を行っています。

また当社は2020年8月、アグリ事業となる「平和堂ファーム」を開場しました。生産者の高齢化により農業における人材不足の問題を抱える地域課題に、平和堂がサポートに入ることで担い手不足による休耕地が減り、地域農業が活性化します。そこで収穫されたものは、平和堂が仕入れ、販売することで新規就農者の安心に

つながり、それが結果として地域農業の維持になるのであれば、そのお手伝いをしたいということでスタートしました。就農者が増えていくことで、滋賀県の経済が回り続けるという状態を目指しています。また、地域農業のサポートと同時に、より安全・安心でエコな商品を安定的にお客様にお届けできるよう、今後は取扱い商品の拡充をはかっていきます。



## 食生活を手軽に管理できる日常を提供

当社では中期経営計画で「健康」、「子育て」、「高齢者」を重要テーマとしており、高齢者の健康寿命の延伸や人々の健康に貢献するため、店舗において食をサポートする取組みを進めています。バランスの良い食事を簡単に実践できるよう、生鮮食品やお惣菜の売場でPOPや商品ラベルに必要な情報をわかりやすく表示しています。まずサラダや野菜のお惣菜で、1日に必要な野菜量の内、どの程度の量が摂れるのかを記載し始め、精肉においても、たんぱく質や炭水化物、塩分、カロリーなど100グラム当たりの栄養成分表示を入れています。こうしたラベルやPOPを目印に食品を購入いただき、細かい計算をすることなくバランスの良い食事ができる日常を提供していき

たいと考えています。このほか、「健康」についてはオーラルケア (口内環境改善)、睡眠、運動の側面からもサポートしており、関連する外部企業との商品開発やイベントなどを行い、お客様に提供しています。



E-WA! press Vol.1

#### 具体的な取組み 01

## 平和堂こだわりブランド「E-WA!」

平和堂の独自開発商品として、2014年4月より食品の加工食品・日配品を中心に「E-WA!」を展開してきましたが、さらなるプランドカの強化を目指し、平和堂が最もおすすめするこだわりの商品をお届けするため、生鮮食品・衣料品・くらしの品をラインナップに加え、平和堂こだわりプランド「E-WA!」としてリニューアルしました。

#### 「こだわる暮らしをカタチに。」

お客様の「こんな商品あったらい~わ!」のご要望にお応えする 平和堂こだわりブランドです。各地から厳選して取り寄せた商品や、 独自に開発した商品で、お客様の生活を応援いたします!!

E-WA! ホームページ https://e-wa.heiwado.jp/



ちょうどいいこだわり商品

#### 環境配慮型商品



E-WA!総	アイテム数	ちょうどいい こだわり商品	環境配慮型 商品
食料品	生鮮食品	37	18
艮科吅	一般食品	81	
衣料品		20	5
住居関連品		3	1

2022年2月20日現在

#### 具体的な取組み 02

## くらしモア 25周年を機にリブランディング

平和堂が加盟しているニチリウグループのプライベートブランド「くらしモア」。デビューから25周年を機に2021年リプランディングデビューしました。ターゲットを子育て世代とし、新たな商品開発には平和堂社員も参画し、小売の「売る」 視点と、子育て世代の「買う」 視点を、品質・価格・デザインなどあらゆる面に取り入れ商品開発に携わりました。



## "欲しいものがここにある"がわかる店舗へ

近年、消費者が情報を得る方法は変化し、従来のマスマーケティング、マス広告による販売戦略は通じなくなっています。当社においても個々のお客様に必要な情報をご提案するため、HOPカードデータを活用しています。お客様の購買傾向を把握し、モバイルアプリと連動させ、購買につながるクーポンや情報などを提供するシステムの構築を進めています。また、新たな顧客や20代、30代といった次世代層のお客様を増やしていくためには、欲しいものが欲しい時にここにあることを、適切な方法とタイミングで伝える必要があるため、マス広告ではないアプローチの再構築を検討しています。

店舗においては、衣料品売場の商品配置を変更し、

担当する組織も改変しています。大量生産、大量消費が当たり前だった時代、売場はお客様の年代を問わず、トップスやボトムスといった商品群ごとに商品が展示されていました。「自分向けの売場ではない」と感じてしまわれがちな売場から、ターゲットを明確にし"トータルコーディネートできる" 売場へと変更しています。また、店舗改装においては、商品部に改装専任チームとして新たに人員を配置し、専任者が現場で指揮を執る体制に変更し、お客様の多様でスピード感のある購買意欲、消費行動に対応しています。

#### 具体的な取組み 03

## ショップ化の推進

マーケットに合わせた 品揃えの構築を進め、他 社との差異化、平和堂に しかできない地域一番の 圧倒的な品揃えで売場 を再編集し、主要カテゴ リーの強化によるショップ 化を進めています。







コスメ・雑貨

スポーツファッション・雑貨

キッズファッション・雑貨



LAKE ROAD



メンズビジネス

キッチン・雑貨

#### 具体的な取組み 04

## CoCoRo Plus 外部出店拡大

国内外の有名メイクブランドを始め、スキンケアやヘアケア、フレグランスなどのコスメ商品や、生活を便利にするライフスタイル雑貨を展開している「CoCoRo Plus」。美や健康に関心の高い20~30歳代の女性を中心に人気のショップです。従来は平和堂店舗でショップ型売場として展開していましたが、2017年以降は、他社のショッピングセンター内にテナントとしての出店を拡大しています。

【京都府】MOMOテラス店 【大阪府】ららぽーと和泉店 【兵庫県】テラッソ姫路店 【愛知県】イオンタウン千種店

【平和堂グループ内】23店舗

## 現場を巻き込んだ労災対策で意識向上

業界では従業員の高齢化や人手不足が進み、当社も 例外ではありません。職場環境向上への取組みとして 店舗での作業効率の改善をはかり、少ない人員で完結 できるよう作業削減に注力しています。また労働災害 防止に向け安全対策を強化しています。切傷、転倒といっ た事故が大半を占めていますが、事故による従業員の 休業は店舗運営に大きく影響します。店舗での作業に は手順書を作成しており、2018年と2020年には内容を 見直し、本部の主管部だけでなく、現場を担うメンバー も参加し安全対策を盛り込んで作り上げ、ルールを徹底 して運用しています。これにより現場での安全意識は 向上し、2021年、業務上の災害は3割減少(2018年比) しています。

また、従業員の教育にも力を入れており、キャリアアップ の道筋を人事制度として明確に定めるとともにスキル チェックを導入し、自身が自律的にキャリアを考え、 学ぶ意欲を醸成できるよう環境を整備しています。店舗 運営は、社会の変化によって変える必要性も出てくるため、定期的にスキルチェックの内容の見直しをはかり、時代に沿った店舗運営を担う人材の継続的な教育に取り組んでいきます。

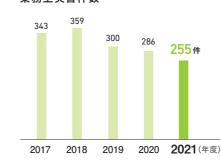


#### 具体的な取組み 05

## 労働災害削減の取組み

2019年度より、中央労働安全衛生委員会の組織体制を見直し、店舗運営に携わる部署を新たに委員会に加えました。この変更により、各店舗への指示周知がスムーズに運用されています。

#### 業務上災害件数



#### ▶切創労災対策

- ・カットガード手袋・軍手導入
- ・マニュアル作成

#### ▶堕落・転落対策

脚立・踏み台ルール制定

#### ▶転倒対策

- 機械清掃後の転倒対策
- ・「つま先立ち体操」社内配信
- 滑りにくいデリカシューズへ変更

#### ▶やけど労災対策

・フライ作業時のマニュアル変更

「切創労災」「堕落・転落」「転倒」「やけど労災」の 各対策、全店ホワイトボードにて無災害記録を掲示、 また、労働災害対策報告書はワークフローで可視 化したことで、全従業員の安全への意識向上を図 りました。

#### ▶現場風土の醸成

- ・無災害記録ホワイトボード全店展開
- ・労働災害対策報告書の ワークフロー化と公開

#### トその他

· 熱中症対策



新しいライフスタイルを 提供する場へと進化し、 地域コミュニティの 核となります



## 商業施設に求められるサードプレイス化

社会・経済における近年の変革に加え、新型コロナウイルス感染症の拡大は、社会や生活者のライフスタイルに予想もしていなかった変化をもたらしました。人々の生活を支える事業を提供する当社には、変化を予測しながら、さらにその先の生活を提案する店舗づくりが求められており、社会や生活者の変化を5つの視点で捉えています。1つは、状況が大きく変わった中で、日々の生活が安全かつ安心で担保された状態であることがより強く求められるようになったということ。2つめは、生活者のライフスタイルが多様に変化していること。3つめは、巣ごもり消費の充実が求められていること。4つめは、デジタル社会

への移行。5つめは、環境問題といった社会課題へ意識が高まっていることです。

これまで商業施設は、モノを購入する場所、時間を 過ごす場所でしたが、これからは人々が集い、新たな価値 が生まれる場所、サードプレイス\*として存在する必要が あると考えています。利用者が生活シーンの中で多様な 価値を感じることができる施設となるには「NEW ライフ スタイル提供の場に進化」していくことが不可欠です。

※サードプレイス:家庭(第一の場所)、職場(第二の場所)に続く、個人の生活の場を支える場所(第三の場所)。家庭、職場での役割ではなく、利害のない関係性や対等性のもと個人が心地よく過ごすことができる公共の場所の総称。地域活動の拠点(コミュニティの核)として機能する。

#### 具体的な取組み 01

## 滋賀県初出店・時間制ワーキングスペース「コインスペース」

開発本部SC事業部が進めるテナント開発の中で、コロナ禍により大きく変化したライフスタイルに対応する新業態として、個室ブースや会議室を備えた時間料金制のシェアオフィス「コインスペース」様を誘致し、くさつ平和堂に出店いただきました。在宅勤務やリモートワークに対応するほか、自宅で過ごす自分時間から生まれる新たなニーズとして注目されています。



## 4つの基本方針で展開する店舗の開発・建設

新店開発、店舗構築において4つの基本点な考え方の もと、施設のサードプレイス化を目指しています。

- 1 新社会・新生活提案: ライフスタイルの変化に対する さらなる利便性と満足度の追求
- 2 健康志向:加速する健康意識への高まりに対応した店舗づくり
- 3 デジタル、サステナビリティ: デジタルトランスフォーメーションとサステナビリティの取組み強化・深耕
- 4 地域密着、地域共創:地域の交流拠点としての店づくり

例えば、2021年10月、くさつ平和堂にシェアオフィスを誘致しオープンしました。コロナ禍におけるビジネス用途、学生の学習用途を見据えて開設しましたが、一方で自分時間に使用する女性のお客様の需要も旺盛でした。都市圏と違い、地方ではシェアオフィスが存在していなかったこともあり、様々な用途での利用が活発となっており、新たな社会や生活に対応した店づくりが実現できました。また、金融機関の誘致においても、単にATMを設置するのではなく、窓口を設けた店舗を構えていただき、地域のお客様が相談できる場所を提供しています。実際、想定以上のお客様が相談したいと来店され、人との

つながりによってお困りごとが解消される場となっています。

当社には様々な形態の店舗がありますが、店舗運営においてCO2排出量の削減への取組みは必須です。2030年度に46%削減(2013年比)することを目標としています。店舗照明のLED化や太陽光発電設備の導入、店舗冷蔵ケースのフロンガス漏洩対策などに取り組んでおり、照明のLED化は2023年度には全店舗で完了する予定です。太陽光発電は、電力の売電だけでなく、今後は自家蓄電・自家消費を視野に進めていきます。冷蔵ケースについては、フロンガス漏洩を抑えることのできる設備への交換を引き続き進めていきます。



## 現場の情報も活用し、地域に根づいた店舗を構築

当社の出店戦略はドミナント展開を基本としています。 サードプレイスとしての存在価値を提供するには地域に 根づいた店舗として定着したうえで、周辺へと出店を拡大 していくことが重要だからです。業態としては、スーパー マーケットのほか、専門店やレストランなども有する総合 的な大型ショッピングセンター、それよりも商圏が小さな ネイバーフッド型ショッピングセンターがありますが、一地域 にすべて展開するわけではなく、そこに住むお客様が求める 業態を展開しています。さらに入店いただいている専門 店様とともに、地域の商品や文化の発信などに取り組み、 地域コミュニティの中核としての役割を果たしています。

サードプレイス化した商業施設の構築に取り組むにあたっては、店舗開発、店舗建設、専門店誘致を担う各

部署が、より良い施設を生み出すための専門スキルを 持ち、互いにそのスキルを理解していることが重要です。 地域にとってどのような店舗づくりが良いのかを広い視野 で考えるため、こうした知識の共有を進めています。また、 店舗開発にあたっては情報収集にも力を入れ、新たな 機能を持った商業施設の視察はもちろん、お客様や現場 の店舗従業員の声、当社施設に入る専門店様からも 情報を得て、社会やご利用いただく方々の変化を現場 からいち早く捉える努力を続けています。

あらゆることの変化スピードが速い今日の状況を踏まえ、 二歩、三歩先を読み、さらなるスピードを上げた行動で、 生活者のコミュニティとなる商業施設の開発を進めていき ます。

## 役員紹介

#### 取締役

### 代表取締役社長執行役員 平松 正嗣

2010年 1月 当社入社

2010年 5月 当社常務取締役社長補佐

兼経営企画部管掌就任 2011年 2月 当社常務取締役経営企画本部長就任

2012年 2月 当社常務取締役店舗営業本部長就任 2013年 2月 当社常務取締役営業統括本部長就任

2015年 5月 当社専務取締役営業統括本部長就任

2017年 5月 当社代表取締役社長兼COO

兼営業統括本部長就任 2020年 5月 当社代表取締役社長執行役員

営業統括本部長就任

同氏は、他社での多様な業務経験に加えて、当社の取締役として経営企画 本部長、店舗営業本部長、営業統括本部長を経て、2017年5月以来当社の 代表取締役を務めるなど、経営企画・営業分野に関する豊富な経験と幅広い 知見を有しているため。

### 取締役常務執行役員 夏原 陽平

2002年 4月 当社入社

2012年 5月 当社取締役営業推進室長就任 2013年 2月 当社取締役営業推進室長

兼商品本部副本部長就任

2014年 2月 当社取締役営業推進室長 兼経営戦略室統括就任

2016年 2月 当社取締役営業統括本部副本部長 兼経営戦略室統括就任

2017年 2月 当社取締役商品本部長就任

2017年 5月 当社常務取締役商品本部長就任 2020年 5月 当社取締役常務執行役員

商品本部長就任

2021年 2月 当社取締役常務執行役員

営業統括副本部長兼商品本部長就任

#### [選任理由]

同氏は、当社の取締役として営業推進室長、経営戦略室統括、営業統括副 本部長兼経営戦略室統括等を経て、商品本部長を務めるなど、営業・経営戦 略分野に関する豊富な経験と幅広い知見を有しているため。

## 取締役上席執行役員 福嶋 繁

1983年 3月 当社入社

2015年 5月 当社取締役食品統括 兼一般食品事業部長就任

2016年 2月 当社取締役店舗営業本部長就任

2020年 5月 当社取締役上席執行役員 店舗営業本部長就任

#### [選任理由]

同氏は、当社の取締役として食品統括兼一般食品事業部長を経て、店舗営 業本部長を務めるなど、商品計画・店舗営業分野に関する豊富な経験と幅広 い知見を有しているため。

### 取締役専務執行役員 夏原 行平

2001年 9月 当社入社

2012年 5月 当社取締役SM営業部長就任

2013年 2月 当社取締役店舗営業本部長 兼営業統括本部副本部長就任

2014年 5月 当社常務取締役店舗営業本部長兼営業統括本部副本部長就任 2015年 5月 当社専務取締役店舗営業本部長兼営業統括本部副本部長就任

2016年 2月 当社専務取締役経営企画本部長兼社長室長就任

2017年 2月 当社専務取締役管理本部長兼中国室長就任

2018年 2月 当社専務取締役管理本部長兼中国室長兼情報管理部長就任

2018年 5月 当社専務取締役管理本部長兼中国室長就任 2020年 5月 当社取締役専務執行役員管理本部長兼中国室長就任

2022年 2月 当社取締役専務執行役員管理本部長就任

#### [選任理由]

同氏は、当社の取締役としてSM営業部長、店舗営業本部長等を経て、経営 企画本部長兼社長室長を務めるなど、営業・経営企画分野に関する豊富な経 験と幅広い知見を有しているため。

### 取締役常務執行役員 小杉 茂樹

1981年 4月 当社入社 2013年 2月 当社SC事業部長

2016年 5月 当社執行役員SC事業部長 2019年 5月 当社取締役SC事業部長就任

2020年 5月 当社取締役上席執行役員

SC事業部長就任 2020年 9月 当社取締役上席執行役員

開発本部長兼SC事業部長就任 2021年 2日 当社取締役堂務執行役員 開発本部長兼SC事業部長就任

2022年 2月 当社取締役常務執行役員開発本部長就任

同氏は、当社の商品計画・店舗営業分野の経験も豊富であり、取締役SC 事業部長を務めるなど、テナント開発分野に関する豊富な経験と幅広い知見 を有しているため。

### **补外取締役** 上山 信一

1980年4月 運輸省(現国十交通省)入省 1984年 7月 外務省出向

1986年 4月 マッキンゼー・アンド・カンパニー

日本支社入社 1992年 7月 マッキンゼー・アンド・カンパニー 日本支社パートナー就任

2000年 9月 米国ジョージタウン大学研究教授 2003年 9月 慶應義塾大学大学院政策・メディア研究科特別研究教授

2007年 4月 慶應義塾大学総合政策学部教授

2022年 5月 当社取締役就任

#### [選任理由]

同氏は、行政機関および経営コンサルティングの経験を通じ多数の企業改革 および自治体・国際機関の組織改革に携わってきた。その豊富な知識・経験を もとに、当社は社外取締役として職務を適切に遂行することができるものと判断 したため。

#### 監査等委員である取締役

#### 取締役(常勤監査等委員)

本持 真二

1986年 3月 当社入社

2012年 2月 当社教育人事部長 2022年2月 当社管理本部長付人権・人材担当部長

2022年 5月 当社取締役 (常勤監査等委員) 就任

#### [選任理由]

同氏は、複数店舗の管理者を経て、教育人事部長として店舗営業および人事・ 人材開発について豊富な経験と知識を有しており、当社は、同氏のこれまでの 実績および人柄を踏まえ、取締役の職務の執行を監査・監督し、また、当社の 人材戦略について提言できると判断したため。

1985年 2月 税理士登録(近畿税理士会草津

2018年5月 当社取締役(監査等委員)就任

支部所属) 1985年 2月 山川会計事務所開設

社外取締役(監査等委員)

2003年 2月 税理士法人中央総研設立

2019年 9月 株式会社中央総研設立

山川晋

同氏は、税理士として税務ならびに会計分野において豊富な経験と知識が あり、専門的な見地から当社の経営全般に的確な助言をいただくためであり、 当社は社外取締役としての職務を適切に遂行することができるものと判断した ため。

### 社外取締役(監査等委員) 髙島 志郎

1999年 4月 弁護士登録 (大阪弁護士会) 1999年 4月 淀屋橋合同法律事務所

(現弁護十法人淀屋橋·山上合同)

2013年6月 司法試験考査委員(商法担当。2015年まで。)

2020年 5月 当社取締役 (監査等委員) 就任

#### [選任理由]

同氏は、弁護士として豊富な経験と知識があり、専門的な見地から当社の 経営全般に的確な助言をいただくためであり、当社は社外取締役としての職務 を適切に遂行することができるものと判断したため。



主な項目	内 容
機関構成	監査等委員会設置会社
取締役の人数(うち社外取締役)	6(1)
監査等委員である取締役(うち社外取締役)	3(2)
取締役会の開催日数	14回
監査等委員会の開催日数	14回
取締役の任期	1年
監査等委員である取締役	2年

#### スキルマトリックス

氏 名	地位	経営全般	営業・ マーケティング	サプライ チェーン	情報システム・ DX	財務·会計	人事・労務	法務・ コンプライアンス・ リスクマネジメント	サステナ ビリティ
平松 正嗣	代表取締役 社長執行役員	0	0				0	0	0
夏原 行平	取締役 専務執行役員		0						$\circ$
夏原 陽平	取締役 常務執行役員		0	0					0
小杉 茂樹	取締役 常務執行役員		0	0					
福嶋繁	取締役 上席執行役員		0	0					
上山 信一	社外取締役	0	0		0			0	
本持 真二	取締役 (常勤監査等委員)		0				0		
山川晋	社外取締役 (監査等委員)	0				0			
髙島 志郎	社外取締役 (監査等委員)							0	

## コーポレートガバナンス

#### コーポレートガバナンスに関する基本的な考え方

当社は、「お客様満足度の高い会社の実現」「社員満足度の高い会社の実現」「地域社会や環境との共生をはかる会社の実現」を経営方針に掲げ、その実現によって、社会に貢献する会社としてステークホルダーの皆さまの期待にお応えすべく積極的かつ効率的な事業推進をはかっています。監査等委員会設置会社として社内・社外の取締役、監査等委員の連携のもと経営チェック機能を充実し、経営の健全性、透明性、効率性、迅速性を意識して、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値向上をはかることをコーポレートガバナンスの基本的な考え方としています。

#### 当社のガバナンスの体制

#### 取締役会

取締役会は、経営方針・経営計画・組織および規則に関する重要な事項を決定するとともに、業務執行状況を監督しています。 取締役(監査等委員である取締役を除く)6名と監査等委員である取締役3名の計9名で構成されており、毎月1回開催しています。

#### 監査等委員会

監査等委員会は常勤監査等委員である取締役1名、社外監査等委員2名体制とし、委員会は定期開催しています。監査等委員会の職務として取締役の職務執行の監査および監査報告の作成、監査等委員以外の取締役の選解任または報酬等に対する意見の決定を行っています。

#### 内部統制委員会

コンプライアンスに関する事項全般について情報収集や対策を立案し、その内容を委員長に報告・指示を受ける体制を整えています。四半期に一度開催し、社長が委員長として各本部長、経営企画部長、財務部長、総務部長、関連事業部長、情報システム部長、 監査室長および委員長の指名する者が出席しています。

#### サステナビリティ推進委員会

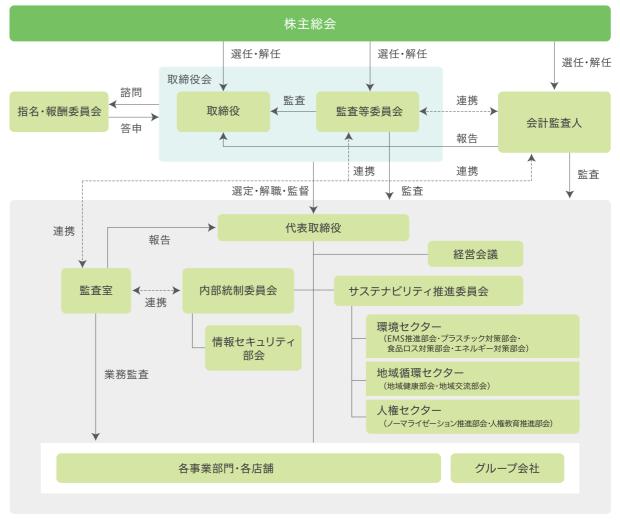
サステナビリティ推進委員会は、「環境セクター」「地域循環セクター」「人権セクター」の各部会で構成されており、サステナビリティの重要課題について、取組目標や進捗の確認を行っています。社長を委員長とし、半期に一度開催しています。

#### 経営会議

経営会議は、取締役会から委任された事項、取締役会に付議すべき事項および取締役会の決定した方針にもとづく当社の全般的な業務執行方針、計画ならび重要な業務の実施に関する協議、決定および取締役会への報告を行っています。

経営会議は、社長が議長となり、各本部長、その他社長の指名するもので構成されており、監査等委員も出席しています。また、経営会議は原則月2~3回開催しています。

#### コーポレートガバナンスに関する仕組み



※内部統制委員会は、コンプライアンス、リスク管理等企業統治全般を担う

2022年5月20日現在

#### 監査等委員会、会計監査人、内部監査部門の連携状況

監査等委員会は会計監査人の監査計画および監査体制の説明を受け、事業所等への実施監査に際しては立会いにより監査実施 状況の確認をしています。また、監査等委員会と会計監査人は会合をもち、結果の報告を受けています。内部監査部門も含め、 監査等委員、会計監査人の会合により情報共有化をはかっています。内部監査部門の監査に同行するなど実施状況の確認を行い、 また監査結果報告を閲覧しています。主要な課題については取締役会等に意見陳述し改善につなげています。

#### 現状のガバナンス体制を選択している理由

当社は、監査等委員会設置会社を採用しています。監査等委員会設置会社は、監査等委員である取締役に取締役会における議決権を付与することで監査・監督機能とコーポレート・ガバナンス体制の一層の強化をはかるためです。

## コンプライアンス

当社はコンプライアンスの維持やリスク管理、ノーマライゼーション、セクシュアル・ハラスメント、接客教育の「しつけ、身だしなみ」 などを周知徹底するため、従業員全員に項目別に重要ポイントをまとめた手帳タイプの「平和堂マニュアル」を配付しています。この マニュアルには「わたしたちの行動基準」という業務全般において遵守すべき事項が記載されており、コンプライアンスに関する行動 規範を周知するとともに、一人ひとりの意識を高めています。

また、法令遵守と企業倫理確立のための制度として、内部統制委員会を設置しており、コンプライアンスに関する事項全般につい て情報収集や対策を立案し、代表取締役に報告、指示を受ける社内体制をとっています。そのほか「個人情報保護法」の遵守や「独 占禁止法」に関する納入業者との公正な取引を遵守するための窓口として事務局を設置しています。

#### コンプライアンス教育体制

当社は、当社およびグループ各社の従業員に対し、その段階に応じて必要なコンプライアンスについて、社内研修で教育し、法 令および定款を遵守するための取組みを継続的に行っています。

#### 反社会勢力排除

当社は、コンプライアンス・マニュアルに基づき、反社会的勢力に対しては毅然とした態度で臨み関わりを一切持ちません。また、 このような団体・個人から不当な要求を受けた場合には、警察等外部機関と連携し、関係部署が連携・協力して組織的に対応 いたします。

#### 内部通報体制

当社は、「公益通報者保護規程」により、相談・通報体制を設けており、コンプライアンスの実効性向上に努めています。グループ 全体の内部統制の取組みとして、法令・社会規範・社内規程に違反する行為の防止と早期発見、早期是正、再発防止を目的として、 当社従業員を対象とした通報窓口「平和堂クリーンライン」を設置し、人権問題等の相談窓口として「人権ホットライン」を設置 しています。

また、グループ各社の従業員に対しても社外通報窓口として「顧問弁護士事務所」を活用し、グループ全体の通報窓口としても運用 することにより内部通報体制を整備しています。

## リスクマネジメント

#### 事業継続計画(BCP)に関する取組み

大地震をはじめとする自然災害や世界規模で猛威を振るう新型感染症など、人々の生活に甚大な被害をもたらす危機の発生を 想定し、当社が迅速な機能の回復や社会的役割を果たすべく、事業継続(あるいは早期復旧)を目的とした事業継続計画(BCP)の 策定・更改に努めています。直近では「新型感染症」に対応したBCPの策定・運用を開始し、新型コロナウイルス感染症への対応を 続けています。また、昨今の風水害や雪害による事業継続へのリスクを憂慮し、風水雪害への対応に主眼を置いたBCPの策定作業 も進めています。

併せて、災害が発生した場合、従業員全員が自身やお客様の人命を最優先に行動できるよう、消防訓練・避難訓練の実施や、店舗・ 本部にハザードマップの設置を行っています。同時に、可能な限り全従業員に「安否確認システム」へ登録を促し、従業員本人やその 家族の安否などをすぐに会社が把握できる体制を整えています。

#### 個人情報保護・セキュリティに関する取組み

当社では個人情報の取扱いに関する「個人情報保護方針」を定めています。方針に基づき個人情報の管理に関する「個人情報 管理マニュアル」「パソコン管理マニュアル」「HOPカードマニュアル」などを整備し、個人情報の保護に取り組んでいます。

#### 店舗で発生する事件・事故に関する取組み

当社は、各店舗において日常的に発生する事件や事故などについて素早く対応するため、社内ネットワークを利用した「事件・ 事故報告」によって、迅速な解決と情報を共有できる体制を構築しています。

#### 地域との連携

#### 行政および民間企業との「災害協定」の締結

平和堂は地域社会の生活インフラを担う「地域密着ライフスタイル総合(創造)企業」を目指し、災害発生時に物資の供給を行う ことで、被災した地域の日常生活の再建の一助となるべく、出店エリアの地方自治体との災害協定の締結を進めています。

また、災害発生時において、電力供給の早期復旧に寄与するため、出店エリア内の電力各社と有事の際、スムーズな連携をはかれる よう、協定を締結しました。

滋賀県栗東市

滋賀県米原市 大阪府交野市

福井県福井市

石川県津幡町

2021年度は新たに5行政・4企業と 災害協定を締結し、現在52行政・4企業と 締結しています。

2ヶ所

3ヶ所

5ヶ所

1ヶ所

滋賀県	19ヶ所	岐阜県	
大阪府	4ヶ所	福井県	
京都府	12ヶ所	石川県	
愛知県	6ヶ所	富山県	
			ī

2021年 3月23日(火)
2021年 4月27日(火)
2021年 5月25日(火)
2021年11月 1日(月)
2021年11日22日(日)

「行 政]

2021年度新規締結協定

#### [黒間企業]

2021年2月19日(金)	関西電力送配電株式会社
2021年8月20日(金)	北陸電力株式会社
2021年8月20日(並)	北陸電力送配電株式会社
2021年12月2日(木)	中部電力株式会社

## 連結

₽¥∃ <b>签</b> 妻					(単位:百万円)
損益計算書	2017	2018	2019	2020	2021(年度)
営業収益	438,132	437,636	433,641	439,326	439,740
売上高	411,130	410,321	405,739	412,239	412,154
営業収入	27,000	27,314	27,902	27,086	27,585
売上総利益	120,674	121,178	120,263	122,140	122,525
営業総利益	147,675	148,492	148,165	149,227	150,110
販売管理費	133,755	134,942	137,702	135,189	134,748
営業利益	13,919	13,550	10,463	14,037	15,362
営業外収益	1,236	1,166	1,059	1,208	1,774
営業外費用	356	200	142	192	185
経常利益	14,800	14,515	11,380	15,053	16,952
特別利益	2,080	518	72	745	1,338
特別損失	2,204	1,706	1,816	1,464	2,438
税金等調整前純利益	14,676	13,328	9,636	14,334	15,852
法人税等合計	4,985	4,533	3,587	4,623	5,156
非支配株主に帰属する当期純利益又は純損失	253	209	△51	△13	48
親会社株主に帰属する当期純利益	9,438	8,585	6,101	9,724	10,647

(+; /+; ±±1 m2 +=					(単位:百万円
貸借対照表	2017	2018	2019	2020	2021(年度)
資産合計	289,634	288,931	297,025	297,845	299,476
現金及び預金	23,953	23,045	22,528	28,484	34,876
商品及び製品	19,542	19,952	19,867	18,252	18,207
有形固定資産	190,576	191,584	199,334	197,904	193,067
無形固定資産	11,484	10,630	10,031	9,674	9,649
投資その他資産		32,698	33,219	32,120	31,202
その他		43,720	12,042	11,408	12,474
負債合計	139,540	133,301	136,950	130,228	122,144
支払手形及び買掛金	31,628	30,920	30,283	30,510	30,596
引当金			18,311	17,997	18,619
有利子負債			46,712	34,749	30,252
その他			41,642	46,971	42,676
純資産合計	150,093	155,630	160,075	167,616	177,332
株主資本	143,453	150,372	154,866	162,754	171,303
その他包括利益累計額	3,875	2,768	3,101	2,813	3,884
非支配株主持分	2,764	2,489	2,106	2,048	2,144

					(単位:百万円)
キャッシュ・フロー計算書	2017	2018	2019	2020	2021 (年度)
営業活動によるCF	23,652	20,984	17,226	32,113	20,283
投資活動によるCF	△7,366	△9,134	△21,674	△11,803	△9,042
財務活動によるCF	△13,467	△11,419	3,799	△13,893	△6,655
現金及び現金同等物に係る換算差額	136	△386	△161	113	736
現金及び現金同等物の増減額	2,955	43	△870	6,530	5,321
現金及び現金同等物の期首残高	16,157	19,113	19,156	18,285	24,816
現金及び現金同等物の期末残高	19,113	19,156	18,285	24,816	30,137

之	(単位:%)											
土安則務指慓	2017	2018	2019	2020	2021 (年度)							
営業収益営業利益率	3.2	3.1	2.4	3.2	3.5							
営業収益経常利益率	3.4	3.3	2.6	3.4	3.9							
自己資本比率	50.9	53.0	53.2	55.6	58.5							
自己資本当期純利益率	6.6	5.7	3.9	6.0	6.2							
総資産経常利益率	5.1	5.0	3.9	5.1	5.7							
1 株当たり当期純利益	175.95円	163.70円	116.32円	185.41円	203.00円							
1 株当たり純資産	2,808.93円	2,919.75円	3,011.81円	3,156.74円	3,340.18円							

11. 世机次のは17					(単位:百万円)
設備投資の状況	2017	2018	2019	2020	2021(年度)
合計	8,272	12,464	21,569	12,278	9,336
単体	6,928	9,879	11,305	10,530	8,544
新設店舗	233	3,184	2,617	4,424	472
改装修繕店舗	4,597	4,745	4,184	2,962	4,087
システム投資	1,484	557	1,284	2,072	2,489
その他	614	1,393	3,220	1,072	1,496
	1,344	2,585	10,264	1,748	792

## 単体

					(単位:百万
員益計算書	2017	2018	2019	2020	2021(年度)
営業収益	374,624	374,755	374,841	389,765	388,461
売上高	353,254	353,109	352,198	367,796	366,520
営業収入	21,369	21,646	22,642	21,969	21,941
売上総利益	94,739	95,063	94,716	98,788	98,480
営業総利益	116,109	116,710	117,359	120,758	120,421
販売管理費	105,120	106,156	107,754	107,200	106,605
営業利益	10,989	10,553	9,604	13,558	13,816
営業外収益	1,789	1,778	1,612	1,835	1,611
営業外費用	518	360	308	322	248
経常利益	12,259	11,972	10,909	15,071	15,179
特別利益	1,783	1,733	1,665	610	659
特別損失	2,002	1,430	1,263	1,784	1,452
税金等調整前純利益	12,040	12,274	11,311	13,896	14,386
法人税等合計	3,703	3,353	3,094	4,410	4,421
当期純利益	8,337	8,921	8,216	9,486	9,965

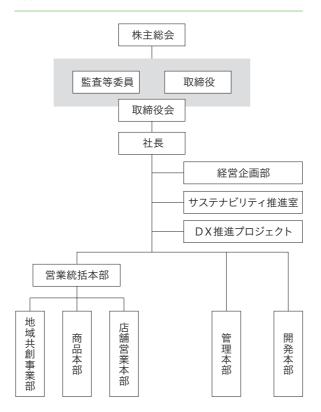
門別売上高					(単位:百万円
「10370工円	2017	2018	2019	2020	2021(年度)
合計	353,254	353,109	352,198	367,796	366,520
食料品	262,671	266,077	268,239	288,853	287,287
生鮮食品	122,043	123,782	124,358	134,843	134,667
一般食品	140,628	142,294	143,880	154,009	153,316
衣料品	34,182	32,215	30,035	23,754	24,198
住居関連品	38,609	37,253	36,562	37,792	36,727
小計	335,463	335,545	334,826	350,399	348,910
商品卸供給高	9,226	8,842	8,533	8,835	8,713
その他	8,564	8,721	8,827	8,562	8,897

			(単位:百万円)									
地区列売上局	2017	2018	2019	2020	2021 (年度)							
滋賀県	141,341	142,444	140,164	147,097	149,246							
京阪神地区	114,437	114,252	116,923	123,318	120,384							
北陸地区	47,225	47,766	47,025	46,276	46,943							
東海地区	41,004	39,781	39,523	42,122	40,913							
本部・その他	9,246	8,864	8,562	8,984	9,033							
合計	353,254	353,109	352,198	367,796	366,520							

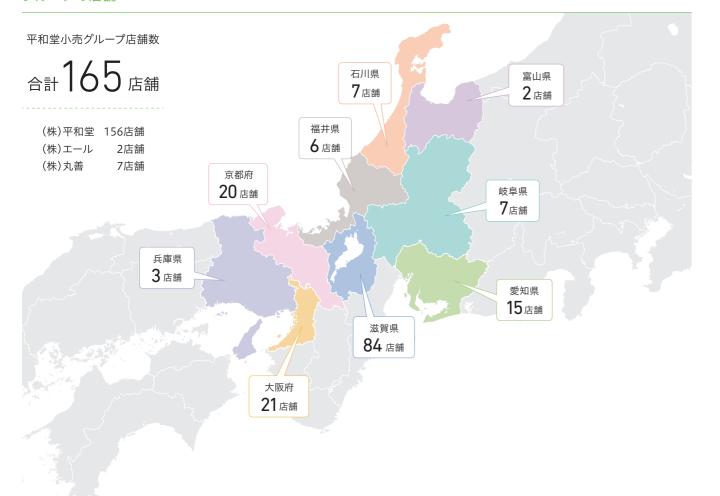
#### 会社概要

社名	株式会社平和堂
所在地	〒522-8511 滋賀県彦根市西今町1番地
電話	0749-23-3111(代)
URL	https://www.heiwado.jp/
設立	1957年6月
資本金	11,614,379,000円
上場証券取引所	東京証券取引所 プライム市場
従業員数	13,681名 正社員 3,612名(男性 2,515名 女性 1,097名) パート・アルバイト社員 10,069名 ※パート・アルバイト社員は8H換算期中平均
事業内容	食料品、衣料品、日用雑貨品等の 総合小売業及び店舗賃貸業等
店舗数	156店舗

#### 当社組織図



#### グループの店舗



#### 株式関連情報

発行済株式総数	52,546,470株
株主数	13,489名
株主名簿管理人	大阪市中央区北浜四丁目5番33号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
定時株主総会	5月20日までに開催

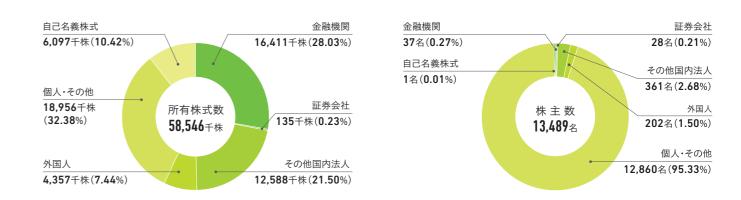
#### 大株主の状況(上位10名)

株主名	所有株式数(千株)	出資比率(%)
夏原平和	4,426	8.44
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	3,550	6.77
平和堂共栄会	3,064	5.84
公益財団法人平和堂財団	3,000	5.72
株式会社滋賀銀行	2,500	4.77
株式会社ピース&グリーン	1,950	3.72
日本生命保険相互会社	1,861	3.55
平和観光開発株式会社	1,694	3.23
株式会社日本カストディ銀行(信託口4)	1,446	2.76
株式会社三菱UFJ銀行	1,024	1.95

※当社は自己株式6,097千株を保有しておりますが、上記大株主より除いています。

※出資比率は、自己株式を控除して計算しています。

#### 株式分布状況



# 次世代の若い翼たちへ

公益財団法人平和堂財団は、株式会社平和堂の創業者・故夏原平次郎が、 平和堂を今日の企業に育てていただいた地域の方々に感謝し、そのご恩 に報いるため私財を寄付し、1989(平成元)年3月に設立しました。 滋賀県の教育、文化、体育、環境、児童福祉にかかわる各種助成や事業 を行い、地域社会の発展に寄与することを目的に活動しています。

#### 文化事業 図書製作助成および寄贈 新進芸術家活動への支援 文化、芸術活動への支援 体育事業 教育事業 優秀アマチュアスポーツ ・育英奨学金の給付 ・スポーツ行事等への助成 ・教育活動への助成 公益財団法人 平和堂財団 環境事業 児童福祉事業 ・環境学習活動への助成 養護児童への支援 ・環境保全活動への助成 養護児童に対する 育英奨学金の給付

#### ■ 2021年度の主な活動

#### 給付型育英奨学金(返済不要)

- 大学進学者育英奨学生▶ 22名に支援(一人あたり年間60万円)
- ●滋賀医科大学育英奨学生 ▶ 6名に支援(一人あたり年間60万円)
- ●高校在学生育英奨学生 ▶ 3 1 名に支援 (一人あたり年間24万円)

2021年度は、上記の年間給付額に加えて、昨年に引き続き新型コロナウイルス 感染症拡大に伴う臨時育英奨学金として、大学生30万円(15万円×2回)、 高校生10万円(5万円×2回)を給付し各奨学生を支援しました。

#### 第13回いきいきすくすく淡海っ子活動

「いきいきすくすく淡海っ子活動」は、それぞれの地域で定期的、継続的に子どもたち の育成活動を行っているグループ、団体に対して、必要な活動資金を助成しています。 2021年度は23団体、総額約240万円の活動費を助成しました。



第13回いきいきすくすく淡海っ子 活動募集ポスター

#### 第27回新進芸術家美術展

2020年度平和堂財団芸術奨励賞受賞者 2名を含む、これまでの受賞者44名の作品 を一堂に会し、10月23日~31日に彦根ビバ シティホール、11月9日~14日に草津クレア ホールの2会場で美術展を開催、1.000名 以上の方にご来場いただきました。



第27回新進芸術家美術展

2020年度芸術奨励賞受賞 岩坂光葉さん

#### 第2回びわ湖ミュージックハーベスト2021

音楽家を志す若い人材が、湖国滋賀でアンサンブルを通じて音楽への理解を 深め、共に演奏する素晴らしさを体験するセミナーと演奏会。受講生のその後 の飛躍に期待し、地域の皆さんにもアンサンブルの魅力を知っていただくことも 目的としています。

7月22日~ 25日、第2回びわ湖ミュージックハーベスト2021を開催しました。 10~18歳の音楽家をめざす子どもたち18名が集い、東京藝術大学から 4名の講師を招き4日間のセミナーを受講し、最終日に約100名の観客を前に 室内楽演奏会を開催しました。



セミナー最終日の室内楽演奏会

#### 音の扉プロジェクト 学校訪問コンサート

音の扉プロジェクトは、滋賀県内の小学校を対象に、本格的な音楽に接する 機会の少ない子どもたちが、本物の音楽や奏者に出会うことで、音楽の素晴らしさ、 楽しさを身近なものと感じる機会を作ることをねらいとして実施しています。5月 11日~14日に長浜市内の小学校4校で開催、これまでの9年間で31校 **47公演**を開催しました。



## 体育事業

#### 東京オリンピック・パラリンピック出場選手への支援

国内外のスポーツ競技大会で優秀な成績をあげ、日本代表選手としてオリン ピック・パラリンピック競技大会へ出場する滋賀県在住または出身の選手に激励金 を贈り、スポーツ水準の向上と振興に寄与することを目的としています。

2021年度は東京2020オリンピック・パラリンピックへの出場選手28名に 対し、総額280万円の出場激励金を贈呈しました。その中で、大橋悠依選手、 木村敬一選手がそれぞれ金メダルを受賞されました。



#### 環境保全活動助成事業 夏原グラント

夏原グラントは、主に琵琶湖およびその流 域の環境保全活動を対象とし、市民団体や 学生団体などが自主的に行う活動に対して 助成を行っています。

10年目を迎えた2021年度は、助成金贈呈 式で57団体(合計1,714万円)を助成 しました。また、これまでの10年間で延べ 490団体・累計1億3,881万円を助成 しています。





「森のがっこう 琵琶湖キャンプ」

# 第10回「2021年度夏原グラント」助成金贈呈式 森のようちえんどろんこ園2021

#### 子ども環境教育活動への助成

子どもたちの自然環境保全への意識を高める環境体験プログラムによる活動を 助成しています。2021年度は親子環境学習講座として、「カヌー体験湖岸調査」 「環境学習船megumiに乗船」「トチノキ観察会」を5日間実施し約157万円を助成 しました。



環境学習船megumiでプランクトン採取

## 児童福祉事業

#### 滋賀県内の児童養護施設入所児童への支援

2021年度は、新入学児童(小学1年生)8名へのランドセル等の贈呈、18歳 となる青少年**12名へ自動車運転免許取得費用の助成**、大学・専門学校等 進学者9名へ「愛のハト育英奨学金」を給付しました。

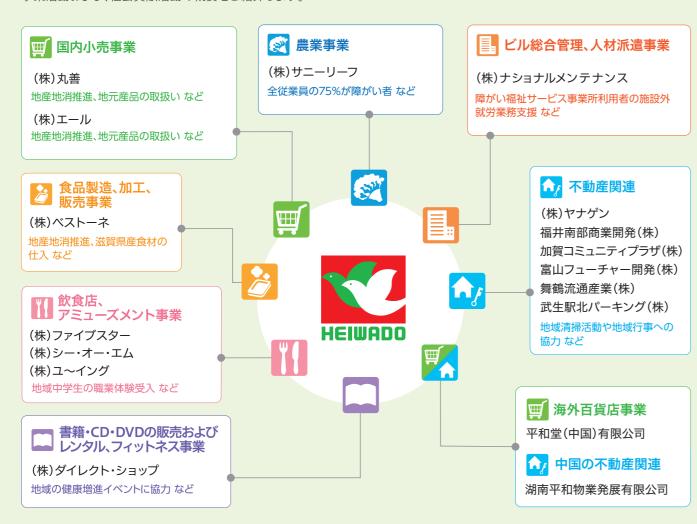
また、愛のハト育英奨学金については年間60万円に加えて、新型コロナウイルス 感染拡大に伴う**臨時育英奨学金として、30万円(15万円×2回)を給付**し、 コロナ禍での奨学生を支援しました。



新1年生たちヘランドセル贈呈

# 平和堂グループの事業概要

平和堂グループはグループ憲章を原点に、お客様と地域社会に貢献し続けることを理念に掲げ事業を展開しています。当グループの 事業活動および、社会貢献活動の概要をご紹介します。





## 国内小売事業

#### 株式会社エール(2店舗)

1951年、京都府舞鶴市の衣料スーパーとして創業し、1978年に平和堂 と業務提携。1989年には食料品・住居関連品も新たに加え、京都府 北部地域の地元密着型店舗として現在は峰山・東舞鶴の2店舗を運営 しています。

#### 株式会社丸善(7店舗)

1947年、滋賀県豊郷村に創業。2012年に平和堂の子会社となり、 滋賀県内で7店舗の食品スーパーを展開しています。





## 海外百貨店事業

#### 平和堂(中国)有限公司(3店舗)

1995年、中国湖南省に「湖南平和堂実業有限公司」を設立、1998年に 海外1号店となる百貨店をオープン。2012年8月「平和堂(中国)有限公司」 に社名を変更、現在3店舗を展開しています。また、中国国内のネット販売 の需要拡大に対応する形で、子会社「(株)PHT日本」が2013年4月より 越境ECサイトを運営しています。





## 食品製造、加工、販売事業

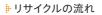
#### 株式会社ベストーネ

平和堂のデリカ商品の製造工場として1991年に設立。平和堂に供給される 弁当やおにぎりをはじめ、和風、洋風、中華風惣菜など米飯や惣菜の調理 加工のほか、牛肉、豚肉、鶏肉や刺身、生魚、珍味など精肉・鮮魚の加工を行って おり、アル・プラザ彦根では食品売場にて惣菜の販売も行っています。 2012年4月にはスクールランチの業務請負も開始しました。



#### TNPICS SDGsの取組み

2020年7月に廃プラ自動洗浄機を導入しま した。汚れた廃プラごみを洗浄することにより、 資源に再生するリサイクルに取り組んでいます。 洗浄したプラスチックはリサイクル業者でペ レット状に細かく粉砕され、新たなプラスチック



製品へ再生されます。



加工場から廃プラごみを



洗浄



汚れたビニールを 分別しながら機械に投入



60 度のお湯で洗浄



洗浄後は細分され乾燥された ものが出てきます



## 農業事業

#### 株式会社サニーリーフ

2012年3月に設立し、同年5月に彦根市より「認定農業者」の認定を受けて 農業生産法人(現農地所有適格法人)になりました。2013年3月に平和堂 の特例子会社として認定。

太陽光型植物工場での「安全・安心」な野菜の生産、計画的な生産による 安定供給と鮮度の良さを活かし、商品は全量滋賀県内のアル・プラザ、フレ ンドマート各店で販売する「地産地消」に取り組んでいます。

また、業務に従事している多くは障がいのある方で、働きやすい職場環境 を目指し地域への貢献を実現しています。



平和堂グループ



## ビル総合管理、人材派遣事業

#### 株式会社ナショナルメンテナンス

1970年、ビル総合管理業の会社として設立。清掃管理や施設保全、警備保安、環境衛生、人材派遣事業を平和堂店舗のほか、商業施設や学校などにサービスの提供をしています。



# 41

## 飲食店、アミューズメント事業

#### 株式会社ファイブスター

1984年5月、平和堂が株式会社ココスジャパンとサブライセンス契約を結び、同年12月に設立。滋賀県、京都府、奈良県、福井県、石川県、富山県、岐阜県でファミリーレストラン「ココス」を展開しているほか、すし処海座本店、廻鮮寿司海座、いちおしや伝五郎の飲食店を経営しています。



ブランド・店名	兵庫県	大阪府	京都府	奈良県	滋賀県	福井県	石川県	富山県	岐阜県	愛知県	合計
ココス			6	7	15	9	16	14	12		79
廻鮮寿司海座					4	1					5
すし処海座本店					1						1
いちおしや伝五郎				2	4			2	2		10

#### 株式会社シー・オー・エム

1989年1月、平和堂と日本ケンタッキー・フライド・チキン株式会社との提携により設立。滋賀県・京都府・大阪府・兵庫県・福井県・岐阜県にてフランチャイズによる店舗を展開しています。



ブランド・店名	兵庫県	大阪府	京都府	奈良県	滋賀県	福井県	石川県	富山県	岐阜県	愛知県	合計
ケンタッキーフライドチキン	1	3	5		13	4			1		27
サーティワンアイスクリーム	1	1	1		3	2					8
リンガーハット		1	1		1						3
ビアードパパ		1			1						2
くだものかふぇ					1						1
フードコート(平和堂内)			1								1

#### 株式会社ユ〜イング

2000年に設立、アミューズメントと、飲食店の経営を行っています。 (アミューズメント、ガチャ<sup>2</sup>シティ、キッズパラダイス、ボウリング場、飲食店)



ブランド・店名	兵庫県	大阪府	京都府	奈良県	滋賀県	福井県	石川県	富山県	岐阜県	愛知県	合計
アミューズメント		3	3		6	1			1		14
ボウリング場			1		1						2
飲食店		1	2		1	2	1				7



# 書籍・CD・DVDの販売及びレンタル、フィットネス事業

#### 株式会社ダイレクト・ショップ

1974年12月に平和堂グループとして設立し、第一号店として福井県に平和書店武生店をオープンしました。1989年にカルチュア・コンビニエンス・クラブに加盟し、TSUTAYAをオープン。2018年にファスト・フィットネス・ジャパンに加盟、フィットネスジムの運営を開始しています。





ブランド・店名	兵庫県	大阪府	京都府	奈良県	滋賀県	福井県	石川県	富山県	岐阜県	愛知県	合計
TSUTAYA(書店併設含む)			7		4				2		13
平和書店		4	3		11	3	2		1		24
エニタイム・フィットネス			5		3				1	3	12

#### その他の子会社

- ●株式会社ヤナゲン
- ●福井南部商業開発株式会社
- 加賀コミュニティプラザ株式会社
- ●富山フューチャー開発株式会社
- ●舞鶴流通産業株式会社
- 武生駅北パーキング株式会社
- ●湖南平和物業発展有限公司