

主軸戦略 1 ▶ 沿線再耕

基本方針

駅を拠点として地域の歴史・文化・産業などの特色を活かした都市開発を推進し、これらを交通ネットワークで結ぶことで、魅力あふれる美しい沿線を再生し、沿線の居住・来訪者の拡大を図る

大阪東西軸復権

- 京都への玄関口で大阪城に近接する京橋から再生医療拠点を目指す中之島を経て、IR計画のあるベイエリアに至る大阪東西軸は、古来からの歴史ある都市軸であると同時に次代の大阪にとっても重要な都市軸
- 長期経営戦略の期間内に淀屋橋、京橋の拠点開発の完了を目指すとともに、中之島の開発を並行して推進する
- 続いて、京阪グループ創業の地である天満橋の再開発と中之島線延伸の実現を目指すことで、大阪の新たな都市魅力の創造に寄与する



えきから始まるまちづくり

- 駅周辺に都市機能を集積するとともに、地域企業や地域社会と協働して歴史や文化をはじめ地域の特色を活かしたまちづくりを連続的に展開して、多様な魅力あふれる京阪沿線を目指す
- 駅そのものを、単なる乗降場としてではなく、まちと一体で人々が集まり、コミュニケーションが生まれる場として活用する、鉄道グループならではのまちづくりを推進
- 枚方市駅をはじめ、順次取り組みを拡大

中期経営計画での主な取り組み

大阪東西軸復権



淀屋橋

- 大阪の代表的なオフィス街であり、南北軸・御堂筋と東西軸の結節点
- 京阪御堂筋ビルなど当社資産を活用した拠点開発を計画

京橋

- 京阪線最大のターミナル。駅ビルの再生計画を起爆剤に、大阪ビジネスパークや大阪城など周辺エリアを含めたまちの回遊性を高め、大阪東西軸の「ヒガシ」の玄関口にふさわしいまちづくりを目指す

中之島

- 再生医療拠点やアグラ構想のある4丁目地区の開発計画
- なにわ筋線計画により将来関西国際空港と直結
- 上記構想を踏まえ、社有地活用を含めたエリアの活性化を推進



京阪御堂筋ビル



京阪京橋駅ビル

えきから始まるまちづくり

- 2018年には、枚方市駅を歴史や地域性を踏まえた中核市の“顔”としてふさわしい駅へ再生。駅直結の社有地の再開発を2018年度に予定される都市計画決定にあわせて本格始動
- 大阪東西軸に連なるエリアを中心に、順次、駅と周辺部を地域特性に応じて再生し、都心部のまちづくりとの相乗効果を目指す



枚方市駅リニューアルイメージ



枚方市駅周辺イメージ(当社提案)

京阪グループのプロフィール

トップメッセージ

価値創造のための経営戦略

価値創造を支える基盤

基本方針

成長する観光市場で、京阪グループの総合力を発揮して地域と観光を共創
京都を中心に魅力ある観光体験を提供・発信して、国内外からの来訪者増加を図る

京都を代表する、京都駅前・四条河原町・三条の3拠点を開発

- 京都駅前のグローバル拠点化の一環として開発を進めるホテル「THE THOUSAND KYOTO」を開業し、京都を代表する商業エリア四条河原町では「BIOSTYLE」のフラッグシップ複合施設を出店
- 三条駅前に、観光・商業・交通機能を集約し、東山観光の拠点として開発

京都観光のゴールデンルートを確立

- 京都を代表する観光地、洛北～東山～伏見・宇治を結んで観光ゴールデンルート化
- ルートの中点となる東山エリアの拠点・三条の開発に加え、洛北への玄関口出町柳、かつての伏見港に隣接する中書島の再整備を目指す



京阪沿線に集積する観光資源を結ぶ観光ルートを整備するとともに、観光コンテンツを創造する

「水の路」観光共創

- 京阪沿線は、かつて“京”と“大坂”を結び、全国につながった淀川舟運の歴史と文化が残る沿線。近代には京都とびわ湖をつなぐ琵琶湖疏水も通じて「水の路」が栄えた
- 比叡山・びわ湖から京都、淀川を経て、大阪ベイエリアに至る「水の路」の歴史が育んだ沿線を彩る豊かなくらし・文化を観光コンテンツとして地域と共創する



中期経営計画での主な取り組み

京都を中心とした観光・インバウンド事業強化

京都駅周辺

- 2019年1月に京阪グループのフラッグシップホテル「THE THOUSAND KYOTO」を開業予定
- このほか駅周辺に2つのホテルを新規出店し、同エリアで約1,500室の客室を提供してグローバルな宿泊ニーズに応える

四条河原町

- 2019年にBIOSTYLE複合商業施設を開業し、京都発で新たなライフスタイルを発信

三条駅前

- 駅前「KYOUEN」跡地では、東山観光の拠点となる、日本や京都の文化を発信する複合施設の整備を推進。観光・商業機能の集積とともにエンターテインメント機能の導入も検討
- また、京都駅に集中する観光客の分散を図り、快適な京都観光に寄与することを目指す



THE THOUSAND KYOTOイメージ

京都観光の魅力を高める観光ルートの拡大

- 洛北、東山、伏見・宇治に連なるエリアでは、地域と連携しながら豊富な観光資源を活かした観光ルート化を推進する
- 嵐山エリアでは京福電車嵐山駅を拠点に、さらなる賑わい創出に着手

比叡山・びわ湖「山と水と光の廻廊」

- 京都・八瀬～比叡山～大津・坂本～びわ湖に至る観光ルート「山と水と光の廻廊」への回遊性を高める取り組みを強化



「水の路」舟運復活

- 豊かな歴史と文化、景観に彩られた「水の路」では、淀川の舟運活性化、琵琶湖疏水通船本格運航など観光コンテンツ化を推進



基本方針

お客さまのくらしの価値を高めると同時に、環境をはじめとする社会課題の解決にも寄与する商品・サービス・事業の創造に取り組み、共感され、選ばれる京阪グループを目指す

お客さまと価値観を共有できる商品・サービスの開発

- 成熟・飽和する国内市場において、お客さまと企業とが価値観を共有（共感）できる商品・サービスが求められる
- 京阪グループは、お客さまの「生活クオリティ」を高めると同時に、「持続可能な社会」の実現という社会課題の解決に資する商品・サービス・事業で、お客さまと価値観の共有を図ることを目指す
- その中心となる取り組みとして、健康的で美しくクオリティの高い生活を実現し、循環型社会に寄与するライフスタイル「BIOSTYLE」を京阪グループの新たなブランドとして確立する

中期経営計画での主な取り組み

BIOSTYLE - 選ばれる京阪をめざして -

- 「食」「美容」「宿泊」でBIOSTYLEを提案するフラッグシップ施設として、京都・四条河原町に新たな複合商業施設を開業予定（2019年）
- オーガニックを中心とした新しい価値を提案するため、化粧品など自社商品を開発する製造小売業に進出
- 四条河原町を起点に、拡大展開（小規模店舗やeコマースでの展開）



グループ全体での取り組み

- 京阪グループ各事業の商品・サービスにもBIOSTYLEを取り入れ、お客さまに共感いただける商品・サービスの展開を目指す



省エネルギー車両 13000系
(京阪電気鉄道)



ZEH(ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス)
(ゼロ・コーポレーション)



有機野菜や加工品の販売
(ビオ・マーケット)

経営ビジョンに向けた布石

エリアポートフォリオの構築

京都での事業展開の強化

- 観光事業にとどまらず、4コア事業は京都での事業展開を重視し、地元企業として京都創生に貢献。京阪グループの事業機会の拡大を図る
- 観光インバウンドに加え、研究者や留学生などの在留インバウンドを対象としたビジネスや、海外人材の活用を進め、海外戦略を効果的に推進する

沿線外・海外成長市場への事業展開

- 主軸戦略を最優先に取り組みつつ、沿線で培ったノウハウを活用し、首都圏をはじめとする国内や海外への事業展開を進め、京阪グループの事業エリアを拡大する
- 成長市場である海外において、不動産業および流通業を中心に事業を展開。方向性を見極めながらグループ経営資源を投入していく

【海外における資産規模】

2017年度 約30億円

2026年度目標 約500億円

次世代を見据えたイノベーションの推進

ICT技術活用によるサービス創造と生産性向上

- ICT技術の革新が将来京阪グループに与える影響（ロボティクス、自動運転、シェアリングサービスなど）を検証・予測し、既存事業のイノベーションを推進。各事業で積極的に活用することにより、安全性・効率性の向上や新しいサービスの開発に取り組む
- ICT技術の革新をはじめとする環境変化がもたらすワークスタイル、ライフスタイルの変化へ対応し、生産性が高く、創造性豊かな企業として、お客さまからも働き手からも選ばれる京阪グループへと進化することを目指す

新規事業の推進

- 事業強化や拡大に向けたアライアンスを進め、ICT技術やシェアリングサービスなどの分野でも他社と協業し、新たなビジネスを創出する
- 官民パートナーシップ（PPP）事業への積極的参画により、公共サービス市場を開拓する