

運輸業 インバウンド誘致と新たな体験価値の提供で需要を創造

基本戦略

将来予想される沿線人口や労働人口の減少に備え、新たな需要創造や交通ネットワーク強化による収益力の向上と、事業の効率化による経営基盤の強化を図り、京阪グループの礎である、安全・安心ブランドの価値をさらに高める役割を担う

主な取り組み

安全性・サービスの向上

- 新型ATS京阪線全線導入完了、京橋駅ホームドア整備に着手(2020年)など安全対策を推進
- 観光客の増加が著しい叡山電車貴船口駅の改修
- CS向上を目指し、訪日外国人向けの利用環境整備やトイレのリニューアルなどを促進

インバウンド取り込み強化

- インバウンド向けチケットなど海外への営業を強化
- 「ひらかたパーク」などグループ施設への誘客推進
- 叡山電車観光車両「ひえい」を活用した八瀬・比叡山への誘客

新たな体験価値を提供する

鉄道サービスの拡充

- プレミアムサービスの拡大やその他鉄道需要創造につながる新たなサービスの導入を検討



沿線各駅活性化

- 「えきから始まるまちづくり」として枚方市駅をはじめ、各駅に特色を持たせ活性化
- 大阪東西軸とそれに連なるエリアや京都方面を中心に、主軸戦略と協調した駅づくり、まちづくりを推進

交通ネットワーク強化

- 将来の事業環境を見据え、中之島線延伸実現を目指して検討を深度化
- 京福電車北野白梅町駅改良による交通結節の改善やレストランバス・乗降自由な巡回観光バスの運行などにより、交通ネットワークを強化し、京都観光の推進、市内バスの混雑緩和に寄与
- 高速道路網拡充を活用して、京都・大阪と各地を結ぶ中距離バス路線を充実



2020年度
インバウンド取入

20
億円*

※京阪電鉄旅客取入

2017年度
インバウンド取入

11
億円*

不動産業 多様な不動産開発と活用でグループの成長ドライバーとして沿線内外に事業を拡大

基本戦略

短期回転型・長期保有型いずれの事業においても、開発メニューやコンテンツの多角化を進め、多様な不動産活用による収益機会の拡大を図る。また、沿線内外や海外において京阪グループ各事業の展開基盤となる不動産の調達・開発を進め、グループの成長ドライバーとしての役割を果たす

主な取り組み

短期回転型事業の推進

- マンション事業では引き続き、厳選しながら用地取得をおこなうとともに、子会社化したゼロ・コーポレーションとも連携し、まちなか戸建事業などを強化
- レジデンスにとどまらずホテル開発なども手掛け、開発メニューを多様化



戸建事業(イメージ)



リフォーム/リノベーション事業

事業ラインナップ強化

- ライフスタイルやライフステージに沿った住まいを提供すべく、くらしの価値を重視した次世代型の賃貸レジデンス事業に進出
- サステナビリティの観点からも既存ストック(京町家を含む)を活用したリフォーム/リノベーション事業を強化し、良質な社会ストックの形成に寄与する

不動産の有効活用

- 伏見桃山駅前ビルをはじめとする既存ビルの建替えなどにより収益力を強化
- 京阪東ロズタウンをはじめ、学研都市やびわ湖方面など保有不動産の有効活用を推進
- 上記施策を含め不動産開発・取得を促進し、循環型ビジネスモデルを確立

事業エリアの拡大

- 虎ノ門1丁目再開発(2019年12月竣工予定)への参画をはじめ、沿線外でも不動産開発やビル取得を強化
- フィリピンでのオフィス開発事業やタイ・バンコクでのマンション分譲事業など海外戦略の一環として、アジア成長市場へ積極的に進出



フィリピン・マカティ市
オフィス開発プロジェクト(イメージ)

2020年度
資産規模

2,600
億円*

※賃貸事業

2017年度
資産規模

2,100
億円*

将来に向けた新技術活用と新規事業推進

将来の社会環境や事業構造の変化を見据え、IoTやAIなど新技術の活用を促進するとともに、公共サービス市場の開拓など新規事業を推進する

IoT、AIなど技術活用の促進

- 宿泊特化型ホテルや新業態のホテルにおいて、IoTやAIの技術を導入し、ローコストオペレーションを図る
- 経理事務など本社管理部門でのAIやロボットによる業務自動化により業務のさらなる効率化と高度化を目指す
- 鉄道部門での保安度向上や保守省力化に向け本格検討

流通業

お客さまに共感いただけるライフスタイルの提案とともに、
高効率な運営体制を目指す

2020年度
営業利益率

3.7%

2017年度
営業利益率

2.8%

基本戦略

消費者の価値観が変化中、お客さまに共感いただけるライフスタイルを提案するため、新業態の開発や商品・サービス・店舗のバリューアップを推進。あわせて、主軸戦略に寄与する商業コンテンツを供給することで収益を拡大する。また、既存事業の体質強化を進め、利益率の改善を図る

主な取り組み

沿線各施設の新規出店、リニューアル

- 地域No.1を目指し、京阪シティモール、くずはモールなど順次リニューアルを実施
- スーパーマーケット新規出店やPM事業の受託拡大により、沿線内外での事業拡大を図る



京阪シティモール



くずはモール

駅ナカ・高架下商業の強化

- 「えきから始まるまちづくり」と協調し、枚方市駅を皮切りに、駅と一体となった商業開発を進め、地域の活性化に貢献

観光商業の推進

- 京都タワーサンド、伏見稲荷 千本いなりに続く京都コンテンツを拡大し、観光商業を強化



京都タワーサンド

「食」事業の強化

- 食料品販売から外食まで幅広い「食」を重要な事業と位置づけ、中食事業の強化を図るとともに、グループ横断でセントラルキッチンを導入し、安全・安心で品質の高い食を提供。同時に効率的なオペレーションを目指す
- 有機野菜の宅配事業を強化。ブランドを高め、会員の増加と取扱高の拡大を図る

百貨店事業の再構築

- 服飾や雑貨に自主編成売場を拡大するなど、提案型の店づくりを進める
- これまでのノウハウを活用しつつ、他社との協業により、ライフスタイル提案型の新しい百貨店像を創出



守口店「ナナイロフルール」

レジャー・サービス業

観光共創の中心的役割を果たし、
ホテル出店加速でさらなる成長を遂げる

2020年度
ホテル客室数

5,200
室※

2017年度
ホテル客室数

3,100
室※

※ホテル事業

基本戦略

観光市場の成長を確実に取り込み、ホテル事業の収益を拡大する。
また、京阪グループ横断で取り組む観光商品のセールス・マーケティングの中心機能を担い、沿線エリアへの誘客や観光コンテンツの強化を図る

主な取り組み

ホテル京阪出店拡大

- 主要政令指定都市の駅前立地を中心に宿泊特化型ホテルの多店舗化を進め、2020年度には全国で15店舗超の直営ホテル運営を目指す



ホテル京阪 京都駅南(仮称)

セールス・マーケティング体制の強化

- ホテルなどレジャー・サービス業をはじめ、京阪グループ全体の「観光共創」推進にとって最適な販売体制を構築するため、首都圏・東日本におけるセールスおよびマーケティング機能を強化
⇒京阪グループ販促センター 東日本営業所開設(2018年4月)

宿泊事業セグメント多様化

- 2018年7月に新業態ホテル「CAFETEL 京都三条 for Ladies」を開業。同形態の出店を拡大するほか、小規模スマートホテルにも進出



八瀬・比叡山・びわ湖エリア活性化

- 比叡山活性化の基本である交通体系の整備や山頂事業の見直しなどに着手。延暦寺他周辺施設との連携強化を図りながら、びわ湖も含めたエリア全体の魅力創出に取り組む
- 八瀬比叡山口では、比叡山・びわ湖エリアと京都をつなぐ拠点として賑わいを創出

官民パートナーシップ (PPP) 事業の推進

- PPP事業を通じて、グループの事業領域拡大とともに、公共空間を活用した地域活性化や新規ビジネス創出に取り組む
⇒2018年10月～ 大阪府立万国博覧会記念公園指定管理者の構成員として参画予定

京阪バス 自動運転実証実験に参画

- 関西文化学術研究都市において、公道での自動運転の走行実験が可能な実証実験に京阪バスが参画。走行システムの安全性を高め、将来的には、路線バスでの実用化を目指す