サステナビリティ宣言に基づく非財務KPI（各コア事業別）

都市交通事業

重要テーマ	アクションプラン	非財務KPI	目標値	範囲	2025年度実績
① 安全・安心の追求	・保安に関する教育の訓練及び運転保安機器の性能の向上	鉄道事業における有責事故件数	ゼロの継続	阪急電鉄 阪神電気鉄道 北大阪急行電鉄 能勢電鉄 神戸六甲鉄道	阪急：0件（1979年から継続） 阪神：0件（1986年から継続） 北急：0件（1970年から継続） 能勢：0件（1982年から継続） 六甲ケーブル：0件（2001年から継続）
		自動車事業における死亡事故件数	死亡事故ゼロ	阪急バス 阪神バス 阪急観光バス 阪急タクシー 阪神タクシー 大阪阪神タクシー	阪急バス：0件 阪神バス：0件 阪急観光バス：0件 阪急タクシー：0件 阪神タクシー：0件 大阪阪神タクシー：0件
	機会とリスクを踏まえた設定理由	お客様の安全・安心への関心の高まりに応え、安全輸送の確立は当然のものとして、安定輸送をさらに追求することで、お客様に安心を実感していただき、当社グループの信頼・ブランドをより強固なものとするため			
	・耐震補強（高架橋・駅）の推進 ・法面防護の推進 ・重要な施設の浸水対策の実施（車両避難を含む。） ・橋梁の改築による洪水リスクの低減 ・橋梁の健全性の把握	自然災害による長期運休数 （長期運休＝2日間以上の運休）	ゼロ	阪急電鉄 阪神電気鉄道 北大阪急行電鉄 能勢電鉄	0件
	機会とリスクを踏まえた設定理由	地震や、気候変動に伴い激甚化する豪雨・台風等の自然災害に備えた強靭な鉄道インフラを整備し、災害発生後も運行を継続できるような基盤を構築することで、当社グループの信頼・ブランドをより強固なものとするため			
	・鉄道車両における車椅子スペース、誘導鈴等の対応率の向上 ・鉄道運輸従事員（駅係員・乗務員等）によるユニバーサルマナー検定資格の取得の推進	鉄道車両におけるバリアフリー化率 （編成単位）	着実な増加を目指す	阪急電鉄 阪神電気鉄道 北大阪急行電鉄 能勢電鉄	・誘導鈴設置率 阪急：52.6% 阪神：77.3% 北急：70.0% 能勢：21.4% ・側引戸開閉予告灯設置率 阪急：76.0% 阪神：77.3% 北急：90.0% 能勢：85.7%
		鉄道駅におけるバリアフリー化率	・段差解消率※ 100%		阪急：98.9% 阪神：100% 北急：100% 能勢：100%
		人的バリアフリー化率	・鉄道運輸従事員（駅係員・乗務員等）におけるユニバーサルマナー検定保有率 100% （2026年度よりサービス介助士資格からユニバーサルマナー検定へ切り替え）		— 2025年度までの指標 「サービス介助士資格保有率」 阪急：76.7% 阪神：100% 北急：100% 能勢：29.6%
	機会とリスクを踏まえた設定理由	多様化するニーズに配慮した安全・快適・高品質なサービスの提供に向けて、ハード・ソフト両面でのバリアフリー化を推し進めることで、当社グループの信頼・ブランドをより強固なものとするため			

※ 段差解消率：エレベーター又はスロープで段差を解消できている駅の割合（1日あたり平均乗降客数が3千人以上の駅における割合）

重要テーマ	アクションプラン	非財務KPI	目標値	範囲	2025年度実績
 環境保全の推進	・鉄道における新型省エネ車両の導入 ・駅舎等における照明のLED化	VVVF車※化率	着実な増加を目指す	阪急電鉄 阪神電気鉄道 北大阪急行電鉄 能勢電鉄	阪急：64.6%（113編成/175編成） 阪神：74.7%（56/75編成） 北急：100% 能勢：35.7%（5編成/14編成）
		LED化率	・駅照明（バックヤードを除く。） 阪急：100%（2030年度） 阪神：100%（2030年度） 北急：100%（2021年度） 能勢：100%（2026年度）		阪急：76.0% 阪神：88.7% 北急：100% 能勢：100%
	機会とリスクを踏まえた設定理由	・地球温暖化等の環境問題への関心が高まる中、環境面への対応を加速させることにより、社会からの期待に応えていくため ・環境規制の強化に伴う電力料等のコスト上昇リスクに備えるため			

※ VVVF車：従来の車両（モータに必要な電圧を抵抗器で制御するため無駄な熱エネルギーが発生）と異なり、モータの電圧や周波数を無駄なく制御することができる環境効率の高い車両のこと

不動産事業

重要テーマ	アクションプラン	非財務KPI	目標値	範囲	2025年度実績
① 安全・安心の追求	・自然災害への対策を含めた、お客様が安心して利用できるようなソフト面・ハード面における各種施策の推進	救急救命講習受講率 （不動産賃貸事業に従事する社員対象）	100%（2030年度）	阪急阪神不動産 阪急阪神ビルマネジメント	99.7%
		大阪梅田エリアにおける大型ビル※1のBCP対応※2率	100%	阪急電鉄 阪神電気鉄道 阪急阪神不動産	100% （対象物件：大阪梅田ツインタワーズ・サウス）
	機会とリスクを踏まえた設定理由	安全・安心への関心の高まりに応えるとともに、気候変動に伴い頻発化が予想される水害や、地震等の自然災害や事故等に備え、ソフト面・ハード面の両面を整備することで、当社グループの信頼・ブランド価値向上を図るため			
	・メニュー表示における「特定食材」使用の管理 ・メニュー作成・表示における従業員教育 ・定められたチェック体制の遵守	「食」に関する表示における重大な有責事故件数	ゼロの継続	阪急阪神ホテルズ 阪神ホテルシステムズ	0件
	機会とリスクを踏まえた設定理由	お客様に「安全・安心」な食を提供するため、「食」に関する適切な表示について、積極的かつ継続して取り組むことで、当社グループの信頼・ブランド価値向上を図るため			
	・自治体との連携の強化 ・災害備蓄品や防災備品の管理体制の整備 ・ライフライン遮断時の対応マニュアルの整備 ・避難方法、避難誘導場所等のマニュアルの整備	災害備蓄品の準備	従業員及びお客様の3日分を確保（2030年度）	阪急阪神ホテルズ	従業員及びお客様の3日分を確保
	機会とリスクを踏まえた設定理由	災害等のリスクに対する各種対応策を強化し、お客様に安心してホテルをご利用いただける環境を整備することで、当社グループの信頼・ブランド価値向上を図るため			
② 豊かなまちづくり	・多様なお客様が利用しやすく、多様な働き方に対応できる豊かなまちづくりの推進	大阪梅田エリアにおける主要商業施設の多言語案内対応率	100%	阪急電鉄 阪神電気鉄道 阪急阪神不動産	100% （対象施設：阪急三番街、HEP FIVE、ハービスPLAZA/ENT（施設HP・パンフレット4ヵ国語対応、インフォメーションでの通訳サービス対応）
		多様なライフスタイルに対応した新たな職住遊の形と安心・安全・快適性の向上を実現するサービスの導入に向けたスタートアップ等との協業件数	着実な増加を目指す	阪急電鉄 阪神電気鉄道 阪急阪神不動産	171件（2018年度以降）
	機会とリスクを踏まえた設定理由	「安心・快適」「夢・感動」をお届けし、外国人を含む多様なお客様が利用しやすい施設やサービスを提供するとともに、働き方改革や多様な働き方のニーズの高まりに先行して対応していくことで、他社との差別化・競争力の強化を図るため			

※1 大型ビル：2021年度以降竣工・延床面積30,000㎡以上のビル
※2 BCP対応：非常用電源を3階以上へ設置、かつ72時間分の電源を確保

重要テーマ	アクションプラン	非財務KPI	目標値	範囲	2025年度実績
3 未来へつながる暮らしの提案	・お客様の多様な価値観に応え、快適さや感動を提供し、地域の活性化につながる暮らしの提案・まちづくりの推進による顧客満足度の向上を推進	「ジオ（マンション・戸建）」の購入検討意向度及び入居者満足度	・購入検討意向度※1 近畿圏マンション：近畿圏におけるブランドの中で1位維持 首都圏マンション：首都圏におけるブランドの中で7位以内（2030年度） 近畿圏戸建：近畿圏におけるブランドの中でSA1位維持（2030年度） ・入居者満足度 近畿圏マンション：90%以上の継続 首都圏マンション：90%以上（2030年度） 近畿圏戸建：90%以上（2030年度）	阪急電鉄 阪神電気鉄道 阪急阪神不動産	・購入検討意向度 近畿圏マンション：1位/18ブランド 首都圏マンション：10位/17ブランド 近畿圏戸建：1位/14ブランド ・入居者満足度 近畿圏マンション：94.0% 首都圏マンション：94.3% 近畿圏戸建：96.3%
		海外における住宅分譲戸数（累計）	着実な増加を目指す	阪急阪神不動産	約75,030戸 （タイ33、ベトナム23、フィリピン8、インドネシア7、マレーシア1、オーストラリア3、アメリカ0.1、カナダ0.1（千戸））
	機会とリスクを踏まえた設定理由	・多様化するお客様の価値観やニーズに応える暮らしの提案、地域活性化や次世代まちづくりにより、顧客満足度と当社ブランドへのロイヤリティ向上を図るため ・国内で蓄積してきたノウハウをASEAN諸国に展開して現地のまちづくりに貢献することで、海外においても当社グループのブランド価値向上と将来の顧客の開拓につなげていくため			
5 環境保全の推進	・社会的課題の解決への貢献と差別化の推進のため、エネルギー効率改善等によるCO_2排出量削減や、グリーンビルディング・環境志向住宅の推進	各年度に販売するすべての新築分譲マンション及び賃貸の募集を開始する新築賃貸マンションにおけるZEH化率（ZEH-M Oriented※2以上）	100%を継続（2024年度以降） （注）他社との共同事業など一部の物件を除く。	阪急電鉄 阪神電気鉄道 阪急阪神不動産	100%
		オフィス・商業等用途の大型ビル※3におけるグリーンビルディング等の環境認証※4取得率	100%	阪急電鉄 阪神電気鉄道 阪急阪神不動産	100% （対象物件 ・神戸三宮阪急ビル［DBJ３つ星］ ・大阪梅田ツインタワーズ・サウス［DBJ5つ星］）
	機会とリスクを踏まえた設定理由	脱炭素社会の実現に向けた取組を積極的に進めることにより、保有不動産の資産価値の維持・向上や、顧客からの評価・ブランド価値の向上を図るため			
	・食品廃棄物の発生抑制（加工時に出る廃材の有効活用、提供方法・盛り付けの工夫） ・廃棄物計量に関する仕組みの整備 ・廃棄物の「減量」及び「リサイクル」の推進 ・消滅型生ゴミ処理機の導入	食品廃棄量	2013年度比△50%（2030年度）	阪急阪神ホテルズ	2013年度比 △71.1%
	機会とリスクを踏まえた設定理由	食品廃棄物の増加が問題視されている中、「食」を扱う事業会社として積極的にその削減に取り組むことで、持続可能な社会づくりに貢献するため			
	・使い捨てプラスチックアイテム設置廃止の検討 ・代替素材商品の選定	客室の特定20品目のプラスチック使用製品の一人当たりの提供量	2021年度比 △70%（2030年度）	阪急阪神ホテルズ	2021年度比 △51.0%
	機会とリスクを踏まえた設定理由	マイクロプラスチックによる環境破壊が問題視され、世界的に脱プラへの関心が高まる中、プラスチックの削減に積極的に取り組むことでお客様からの期待に応え、持続可能な社会づくりに貢献するため			

※1 阪急阪神マーケティングソリューションズのウェブ調査による、SA：単一回答
※2 ZEH-M Oriented（ゼッチ・マンション・オリエンテッド）：一次エネルギー消費量（2016年の省エネ基準で定められた「暖房」「冷房」「換気」「照明」「給湯」に係るエネルギー消費量）において、共用部を含むマンション全体の消費量を20%以上削減するマンションのこと
※3 大型ビル：2020年度以降竣工・延床面積30,000㎡以上のビル（他社共有物件等除く。）
※4 環境認証：DBJ、CASBEE、BELS、LEED等の環境認証制度

エンタテインメント事業

重要テーマ	アクションプラン	非財務KPI	目標値	範囲	2025年度実績
① 安全・安心の追求	・劇場係員の接客スキルの向上を目指した研修の実施 ・コミュニケーションツール等を活用した多言語対応（英語・中国語・韓国語の3ヵ国語対応） ・場内施設や案内表示の整備・改修 ・最新技術を活用したサービス導入の検討	ユニバーサルサービスに関する研修の実施回数	各年1回（宝塚大劇場、東京宝塚劇場、梅田芸術劇場）	阪急電鉄 梅田芸術劇場	宝塚大劇場：年1回 東京宝塚劇場：年1回 梅田芸術劇場：年1回
	機会とリスクを踏まえた設定理由	障がい等、身体に事情をお持ちのお客様や、外国からお越しのお客様等、様々なニーズに配慮し、誰もが安心・快適に観劇できる劇場を実現するとともに、観劇機会の提供を広げることで、宝塚歌劇をはじめとする演劇の顧客層を拡大するため			
③ 未来へつながる暮らしの提案	・タイガースアカデミー※1を通じ、子どもたちに野球の本格的な魅力に触れてもらう機会を提供	「タイガースアカデミー」におけるベースボールスクールのクラス数	60クラス以上を将来的に維持	阪神タイガース	79クラス
	機会とリスクを踏まえた設定理由	次代を担う若年層や女子野球の育成等を通じた「野球振興」に取り組み、野球ファンの裾野を拡大するため			
	・学校団体への積極的な宝塚歌劇の観劇機会の提供 ・キッズセミナー等の若年層を対象としたイベントの実施 ・メディアとの連携も活用した、宝塚歌劇団OGによる講演会やセミナーの実施 ・宝塚音楽学校における宝塚コドモアテネ※2の継続開催	公演及びその関連プログラムを体験する学生・児童数	6万人以上（毎年度）	阪急電鉄 梅田芸術劇場 タカラヅカ・ライブ・ネクスト 宝塚音楽学校	約5.3万人 （公演・関連プログラム体験者数、宝塚音楽学校受験者数、宝塚コドモアテネ生徒数）
	機会とリスクを踏まえた設定理由	・舞台芸術と触れ合える機会を若年層に提供し、豊かな感性や想像力等を育むなど、文化教育に貢献するため ・宝塚音楽学校の魅力を発信することで、多くの子どもたちに夢を提供し、また、入学後の充実したカリキュラムにより、夢を叶える支援を行うとともに、人材育成に貢献するため			
	・映画館等でのライブビューイングや携帯端末等へのライブ配信の実施等、デジタル技術や配信サービスを活用した取組の推進 ・YouTube等を活用した、舞台映像等のコンテンツの配信 ・「タカラヅカ・スカイ・ステージ※3」による映像の配信 ・YouTube等を活用した映像の配信	ライブビューイング、ライブ配信の観劇・視聴者数、タカラヅカ・スカイ・ステージ加入者数（世帯）、YouTubeチャンネル登録者数等の合計	80万人以上（毎年度）	阪急電鉄 宝塚クリエイティブアーツ 宝塚舞台 宝塚音楽学校	約80.7万人
	機会とリスクを踏まえた設定理由	・幅広い地域の方々や劇場に足を運べない方々にも、進化するデジタル技術の活用等を通じて、より身近に宝塚歌劇に親しんでいただくことで、舞台芸術に触れる機会を創出していくため ・全国各地に宝塚音楽学校の魅力を発信し、子どもたちに舞台に立つ夢を伝え、夢や希望のある社会づくりに貢献するため			

※1 タイガースアカデミー：2018年度に設立した、子どもを対象に野球やダンスを指導するスクール事業
※2 宝塚コドモアテネ：小学4年生～中学2年生（毎年40名）を対象に、宝塚音楽学校の教員が声楽・バレエ・日本舞踊を指導するスクール
※3 タカラヅカ・スカイ・ステージ：CS放送・ケーブルテレビを通じて、公演舞台映像や出演者が登場するオリジナル番組等を視聴できるサービス

重要テーマ	アクションプラン	非財務KPI	目標値	範囲	2025年度実績
5 環境保全の推進	・阪神甲子園球場におけるナイター照明・場内照明のLED化、銀傘の太陽光発電の運用、カーボンオフセット試合の実施 ・飲食売店の飲食包材のバイオマス素材への変更、レジ袋削減に向けた取組の実施 ・プラスチックカップの回収及びリサイクルの推進	飲食包材における脱プラ包材の使用率	プロ野球・高校野球：各70%（2035シーズン）	阪神電気鉄道 阪神タイガース ウエルネス阪神	プロ野球：66.2% 高校野球：66.3% （2025シーズン）
		プラスチックカップの回収率	70%（2035シーズン）		49%（2025シーズン）
	機会とリスクを踏まえた設定理由	阪神甲子園球場において環境面での取組を推進するとともに、それらを包括的に外部に発信することにより、脱炭素社会や循環型社会の実現に貢献するため			

情報・通信事業

重要テーマ	アクションプラン	非財務KPI	目標値	範囲	2025年度実績
1 安全・安心の追求	・京阪神地域及び首都圏において、防災に関する協定を締結する自治体の獲得に向けた取組の強化	防災協定締結自治体数	—（実績をモニタリング）	ベイ・コミュニケーションズ BAN-BANネットワークス 阪神ケーブルエンジニアリング アイテック阪急阪神	ベイ・コミュニケーションズ：4自治体 BAN-BANネットワークス：4自治体 阪神ケーブルエンジニアリング：17自治体 アイテック阪急阪神：7自治体
	機会とリスクを踏まえた設定理由	・地域の通信インフラ事業者として、災害発生時に迅速かつ適切に対応し、地域の安全・安心に貢献するため ・地域BWA事業※1の拡大に向けて、自治体のニーズ（防災・減災、防犯等）への対応を強化するため			
2 豊かなまちづくり	・あんしん事業の主軸である「登下校ミマモルメ※2」において、競合との差別化を図る上位サービスであるGPSサービスの拡大 ・地域BWA事業の用途の一つとして、機会を捉えた「まちなかミマモルメ※3」サービスの拡大	GPSサービス及び「まちなかミマモルメ」等の見守りサービスの提供自治体数	—（実績をモニタリング）	ミマモルメ	GPSサービスの提供：51自治体 まちなかミマモルメの提供：9自治体
	機会とリスクを踏まえた設定理由	・安全・安心への関心の高まりに応えることで、沿線価値向上に寄与するため ・グループの無線・有線の通信ネットワーク、外部回線及び施工のノウハウ等を活用し、サービスの拡大を図るため			
6 ガバナンスの充実	・情報セキュリティに関する外部認証（プライバシーマーク、ISMS※4）の取得	情報セキュリティに関する外部認証（プライバシーマーク、ISMS）の取得状況	—（実績をモニタリング）	アイテック阪急阪神、ユミルリンク、アールワークス、日本プロテック、ベイ・コミュニケーションズ、姫路ケーブルテレビ、BAN-BANネットワークス、阪神ケーブルエンジニアリング、ミマモルメ	アイテック阪急阪神、ユミルリンク、アールワークス、日本プロテックはプライバシーマーク・ISMSとも、ROC、ベイ・コミュニケーションズ、姫路ケーブルテレビ、BAN-BANネットワークス、阪神ケーブルエンジニアリング、ミマモルメはプライバシーマークのみ
	機会とリスクを踏まえた設定理由	情報・通信事業者として、個人情報及び電子情報の取扱いに万全を期し、お客様からの信頼を強化するため			

※1 地域BWA：広帯域移動無線アクセスのシステム
※2 登下校ミマモルメ：校門に設置したセンサーとランドセルに入れたICタグが連動して、子どもたちの登下校の状況をアプリや携帯電話へお知らせするサービス
※3 まちなかミマモルメ：発信機（ビーコンタグ）を持った家族が、学校や交差点等、まちなかに設置されたビーコン受信機付近を通過すると、アプリ又はメール通知でお知らせするサービス
※4 ISMS：情報セキュリティマネジメントシステム

旅行事業

重要テーマ	アクションプラン	非財務KPI	目標値	範囲	2025年度実績
安全・安心の追求	・重大事故対応マニュアルや各種マニュアルの整備（気候変動に伴う自然災害の激甚化も考慮し、災害発生時の対応を記載したBCPも必要に応じて改訂） ・従業員と取引先に対する安全運行の啓蒙 ・安全運行に関する情報の発信 ・取引先の評価	重大事故報告件数	ゼロの継続	阪急交通社	0件
	機会とリスクを踏まえた設定理由	ツアー運行中における事故や自然災害発生時に、迅速かつ適切に対応することにより、お客様の信頼を得て、当社グループのブランド価値向上を図るため			
未来へつながる暮らしの提案	・自治体と連携した地域振興につながる旅行の企画（国内長期滞在の旅、インフラ見学ツアー、地域密着型で現地集合・解散のツアー等） ・「阪急たびコト塾※」における地域振興・文化振興に関するセミナーの開催 ・一般社団法人地域未来企画による地域振興支援	連携自治体等の数	年間400団体（2030年度）	阪急交通社	389団体
	機会とリスクを踏まえた設定理由	自治体・当社グループの両者にとって有益な連携を強化し、旅行の重要な要素である地域や文化の魅力を積極的に発信することで、地域活性化に寄与するため			
ガバナンスの充実	・ツアー参加者へのアンケートの実施 ・お客様相談室・カスタマーセンターの体制の充実 ・従業員によるツアーモニターや新コースの初回催行時のチェックによる品質の改善 ・海外安全運行会議の現地での実施 ・コールセンターやウェブ等の受付窓口における対応の改善	アンケートの満足度	・顧客満足度（2030年度） 海外／添乗員あり：90% 海外／添乗員なし：90% 国内／宿泊：85% 国内／日帰り：85%	阪急交通社	・顧客満足度 海外／添乗員あり：91.7% 海外／添乗員なし：85.4% 国内／宿泊：86.1% 国内／日帰り：84.0%
	機会とリスクを踏まえた設定理由	「旅行」という形のない商品に関して、お客様の声に真摯に向き合い、多様化するニーズに応えることで、顧客満足度を向上させ、商品価値のさらなる向上を図るため			

※ 阪急たびコト塾：旅に役立つノウハウや旅を楽しむための情報を発信するため、阪急交通社が東京・大阪をはじめ全国で主催する座学・体験講座

国際輸送事業

重要テーマ	アクションプラン	非財務KPI	目標値	範囲	2025年度実績
安全・安心の追求	・BCPの整備	BCPの整備率	100%	阪急阪神エクスプレス 阪急阪神ロジパートナーズ	両社とも整備済み
	機会とリスクを踏まえた設定理由	エッセンシャル産業として、災害発生時にも物流を止めない体制を構築することで、事業への信頼を高め、社会に貢献するため			
	・通関品質の向上	通関誤謬率	0.1%程度の維持	阪急阪神エクスプレス	0.04%
	機会とリスクを踏まえた設定理由	通関業者として水際対策に努め、安心・安全な社会の維持に貢献するため			