

各 位

エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社

## 2018年 7月度 売上速報

## ■ 百貨店事業

阪急阪神百貨店	売上高前年比(%)
阪急本店※1	100.0
阪神本店	87.5
支店計	89.4
全社計	94.8

※1 阪急うめだ本店100.3%、阪急メンズ大阪98.1%

既存店計※2	98.0
--------	------

※2 堺 北花田阪急を除く既存店対比

## ○ 全店の概況

- ・「平成30年7月豪雨」の影響により、西日本の各店舗が来店客数減などの影響を受けたことに加えて、前年の堺 北花田阪急の閉店に伴う、最終の売りつくしの実績も影響し、94.8%という結果に留まった。
- ・特に阪急本店は、豪雨がクリアランスのスタートに大きく影響したものの、後半は回復し、前年並みを確保。
- ・6月に建て替え第1期棟がオープンした阪神梅田本店は、売場面積が2割減少したにも関わらず、既存顧客に加えて、30～40代の女性を中心とした新規顧客も多数来店し、食品を中心に想定を上回る売上で推移。
- ・支店は、博多阪急が継続して“ハル”マーケットニーズを広域から取り込み伸長。

## ○ 阪急本店の概況 ※売上高が20ヶ月連続で前年実績を上回る。

- ・豪雨がクリアランスのスタートと重なり、広域からの集客力も低下。大きな影響を受けたものの、後半にかけて、強化したパークン品ではない盛夏商材や秋冬商材のプロパー商品が好調に推移するとともに、コスメ(107%)や海外ブランド(108%)など婦人ファッション(103%)が牽引し、売上は回復。
- ・日本国内では、阪急本店のみでの開催となる「ルイヴィトン タイムカプセル展」が広域からの集客に寄与。
- ・100万円以上の高額品(119%)は、国内・インバウンドともにジュエリーや時計中心に好調継続。一千万円単位のものも動く。
- ・インバウンドは、高額なジュエリーや時計やライターの多い化粧品が人気で、前年の2割増と伸長するも伸び率はやや鈍化。

## ※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2017年度									2018年度			
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
阪急本店	108.0	110.0	114.4	110.1	112.6	106.5	107.3	108.4	109.6	110.8	107.8	104.5	100.0
阪神本店	95.7	99.8	106.1	100.2	100.6	100.4	98.5	98.5	99.4	106.8	83.4	115.1	87.5
支店計	103.4	94.9	97.3	95.3	100.5	98.4	96.1	97.7	100.3	98.5	93.3	98.3	89.4
全社計	104.7	103.1	107.4	103.6	106.9	103.0	102.1	103.4	105.1	106.0	99.5	103.6	94.8
既存店計		105.4	109.4	105.5	108.8	104.9	104.3	105.3	107.0	108.0	102.3	106.4	98.0

速報値

## ■ 食品事業

イズミヤ	売上高前年比(%)
全社計	93.9

阪急オアシス	売上高前年比(%)
全社計	96.2

★数値は速報値のため、確報値とは誤差が生じることがあります。

<本件に関するお問合せ先>  
 エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社 広報室 TEL:06-6367-3181