

2018年 11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	100.0
阪神梅田本店	89.0
支店計	101.5
全店計	99.2

※ 阪神梅田本店が建て替え工事のために、売場面積が前年に比べて約2割減少しており、それを除くと、売上高前年比は、100.6%となります。

○ 全店の概況

- ・ 気温が高く、コートやマフラーなどの冬物衣料や、防寒アイテムが苦戦。また、食料品は、鍋用商材の動きが鈍いが惣菜の動きがよく、堅調に推移。
- ・ 阪神梅田本店は、第Ⅰ期棟オープン後、面積は2割減ながら、想定を上回るペースで好調に推移。名物催事の「大ワイン祭」は、国内産のワインを強化し話題となる。また、初開催の「台湾フェス」がミレニアル世代の反応も良く、集客に寄与。
- ・ 支店は12店舗中、5店舗が前年を上回った。特に、昨年秋の大規模リニューアル以降、博多阪急(110%)は、継続的に広域からの集客力が高く、充実した海外ブランドのジュエリー中心に好調。

○ 阪急本店の概況 ※売上高が24ヶ月連続で前年実績を上回る。

- ・ 気温が高く、コートやマフラーなどの冬物衣料や防寒アイテムが苦戦するも、阪急うめだ本店独自のファッションイベントによる提案に注目が集まり、広域から幅広い世代の集客力が高まるなど婦人ファッション全体では堅調に推移。
- ・ 阪急メンズ大阪は、ファッション感度の高いお客様の購買意欲が継続的に高く、海外ブランドを中心に好調を維持。
- ・ インバウンドは、高額品のジュエリー・時計を中心に堅調に推移し、ほぼ前年並み。
- ・ 100万円以上の高額品(99%)は、前年に海外ブランドの大口実績があったものの、ジュエリーや時計が好調に推移し、ほぼ前年並みの売上。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2017年度					2018年度							
	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
阪急本店	112.6	106.5	107.3	108.4	109.6	110.8	107.8	104.5	100.0	108.7	100.6	106.8	100.0
阪神梅田本店	100.6	100.4	98.5	98.5	99.4	106.8	83.4	115.1	87.6	96.1	84.0	93.2	89.0
支店計	100.5	98.4	96.1	97.7	100.3	98.5	93.3	98.3	89.5	107.0	105.7	106.6	101.5
全社計	106.9	103.0	102.1	103.4	105.1	106.0	99.5	103.6	94.8	106.6	99.8	105.0	99.2
既存店計※	108.8	104.9	104.3	105.3	107.0	108.0	102.3	106.4	98.0				

※ 既存店計は、2017年7月末に閉店した堺 北花田阪急を除く

※阪神梅田本店除く全店計

108.0	102.4	106.7	100.6
			速報値

■ 食品事業

イズミヤ	売上高前年比(%)	阪急オアシス	売上高前年比(%)
全社計	94.3	全社計	96.0

★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