

## 2019年 2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	104.8
阪神梅田本店	96.9
支店計	97.1
全店計	101.3

※ 阪神梅田本店が建て替え工事で、売場面積が前年比約2割減となっており、それを除くと、売上高前年比は、102.0%となります。

## ○ 全店の概況

- ・ 春物衣料の動きは鈍いものの、バッグやコスメなど雑貨の動きが良く、ファッション全体的には上向き傾向。一方博多阪急の休業日新設や、阪急メッセ東京の改装工事に伴う売場面積半減のマイナス影響があるものの、国内顧客売上は前年並みとなり、1月(97.5%)から改善した。また本年は、春節とバレンタインの期間が重なり、買い物を楽しむ傾向が年々強まっているインバウンドにおいても集客力が高まり、前年比約2割増と回復基調。特に阪急本店のバレンタインの期間売上(1/23~2/14)は過去最高の約24億円を記録。
- ・ 支店は12店舗中5店舗が前年をクリア。

## ○ 阪急本店の概況

- ・ 婦人ファッション(108%)は、モードが好調な婦人服、国内・インバウンドともに好調なコスメや海外ブランドが牽引し、好調に推移。また、バレンタインチョコレートが阪急独自の仕掛けで、楽しんでいただける売場づくりに注力した結果、ミレニアル世代をはじめとした幅広い世代から支持され、広域からの集客力も高まり、売上に寄与。
- ・ 阪急メッセ大阪は、海外ブランドのがジュアルスタイルが引き続き好調に推移。スニーカーやTシャツなど春の新作が活況だった。
- ・ インバウンドは、春節期間(115%)やその後も多くの方にご来店いただき、婦人服や紳士服、服飾品、コスメなどのファッション関連は、国内ブランドに限らずお気に入りのデザインを購入するなど幅広いカテゴリーで好調に推移。

## ※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2017年度		2018年度										
	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
阪急本店	108.4	109.6	110.8	107.8	104.5	100.0	108.7	100.6	106.8	100.0	107.2	99.6	104.8
阪神梅田本店	98.5	99.4	106.8	83.4	115.1	87.6	96.1	84.0	93.2	88.8	91.7	83.4	96.9
支店計	97.7	100.3	98.5	93.3	98.3	89.5	107.0	105.7	106.6	101.5	102.7	98.2	97.1
全社計	103.4	105.1	106.0	99.5	103.6	94.8	106.6	99.8	105.0	99.2	103.9	97.2	101.3
既存店計※	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 108.0 102.4 106.7 100.6 105.5 99.0 102.0

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	94.8	全社計	94.5

★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