

2019年 5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	100.4
阪神梅田本店	100.7
支店計	99.8
全店計	100.2

※ 阪神梅田本店が建て替え工事で、売場面積が前年比約2割減となっております。

○ 全店の概況

- ・ 好天に恵まれ、気温の上昇とともに帽子やパラル、サンダルなどの初夏アイテムの動きがいい。初の10連休だったGWは、特に都心店が、広域から多くのファミリー層を中心に多数来店。1～6日の期間売上高前年比102%。しかしその後は、GWの反動や消費マインドの足踏みがあつたものの、月トータルではわずかながら前年をクリアした。
- ・ 支店は12店舗中5店舗が前年をクリア。特に博多阪急(104%)が、充実した品揃えのジュエリーに対する認知度向上で、広域からの集客力が高まり、好調持続。また西宮阪急(100%)も改装したライフスタイル提案売場が集客に寄与。

○ 阪急本店の概況

- ・ GW商戦(104%)はファミリー向けイベントを強化したことで、既存顧客に加え、広域からファミリー層も多数来店。長い連休の楽しみ方のひとつとして、旅行以外にショッピングをという方が多かったように感じられる。
- ・ 婦人ファッション(104%)は、モードが継続的に好調。また婦人服飾品はバッグが昨秋の改装以降、新客獲得に寄与するとともに初夏アイテムのサンダルや帽子、サングラスなどが好調。さらに化粧品が国内・インバウンドともに好調。
- ・ インバウンド売上(111%)は、高額なジュエリーや海外ブランドのバッグが継続的に動きがいい一般品、リピーターが順調に増加している化粧品を中心とした消耗品ともに好調に推移。
- ・ 高額品(105%)は、海外の人気ブランドのジュエリーを中心に好調な動き。
- ・ 阪急メンズ大阪は、海外ブランド品が継続的に好調な動きを見せるとともに、ファッションのカジュアル化で、Tシャツやスニーカーなどのスポーティーなアイテムが人気。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2018年度												2019年度	
	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	
阪急本店	107.8	104.5	100.0	108.7	100.6	106.8	100.0	107.2	99.6	104.7	103.6	104.6	100.4	
阪神梅田本店	83.4	115.1	87.6	96.1	84.0	93.2	88.8	91.7	83.4	96.9	89.9	84.9	100.7	
支店計	93.3	98.3	89.5	107.0	105.7	106.6	101.5	102.7	98.2	97.2	99.9	101.2	99.8	
全社計	99.5	103.6	94.8	106.6	99.8	105.0	99.2	103.9	97.2	101.2	100.7	101.0	100.2	
既存店計※	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 99.0 101.9 102.2 103.4 100.2

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	99.6	全社計	93.6

★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