

## 2019年 10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	84.3
阪神梅田本店	84.9
支店計	124.3
全店計	97.5

※神戸阪急、高槻阪急は本年実績のみ。

## ○ 全店の概況

- 消費増税前の駆け込み需要の反動、消費購買の手控え、台風19号の影響により、ファッション、非ファッションともに苦戦。月合計では前年比97.5%(既存店計で85.4%)と前年実績には届かず。消費増税の反動は 想定よりも厳しい状況。
- インバウンドは、為替(元安)、韓国人観光客減少の影響に加えて、ラグビーワールドカップの影響による渡航費や宿泊費高騰の影響もあり、売上高前年比約1割減。
- 阪急うめだ本店では、独自価値テーマを設定した大型催事である「英国フェア(前年比105%)」や、人気の「北海道物産展(101%)」などの食品催事は増税とは関係なく、広域からの集客につながった。
- 阪神梅田本店も、増税前の駆け込み需要が大きかった化粧品や婦人靴、酒などを中心に苦戦。一方、8階催事の「東北6県物産展」は集客力も高く、盛り上がる。
- 支店も食料品は堅調も、全店前年実績に届かず。特に首都圏の3店舗は12日臨時休業の影響も響く。
- 5日に屋号変更した「神戸阪急」「高槻阪急」は、新設、リニューアルした食品売場や誕生祭の 프로모ーションが牽引し、好調。両店ともに売上は想定を上回る結果となった(4日間の臨時休業を除く同日数前年比神戸102%、高槻112%)。

## ○ 阪急本店の概況

- 消費増税前の駆け込み需要の反動と、気温が高かったこともあり、秋冬ファッションの実需商戦が低調な動き。
- インバウンドは、前半の国慶節期間は好調も後半失速。ファッションなどは好調も、化粧品はまとめ買い少なく苦戦。
- 高額品は、同じく増税の影響により、高級ブランドのジュエリー、ウオッチ中心に低調。
- メンズ大阪は、増税前の駆け込み需要で伸ばしたビジネスアイテムや、コートなどのアウターが不調。インバウンドは堅調。

## ※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2018年度						2019年度						
	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
阪急本店	106.8	100.0	107.2	99.6	104.7	103.6	104.6	100.4	107.6	103.8	106.7	129.5	84.3
阪神梅田本店	93.2	88.8	91.7	83.4	96.9	89.9	84.9	100.5	79.1	95.9	96.4	121.7	84.9
支店計	106.6	101.5	102.7	98.2	97.2	99.9	101.2	99.7	102.0	97.9	97.8	107.2	124.3
全社計	105.0	99.2	103.9	97.2	101.2	100.7	101.0	100.2	101.8	101.0	102.5	121.3	97.5
既存店計※													85.4

※神戸・高槻阪急を除く

## ■ 食品事業

イズミヤ	売上高前年比(%)
全社計	88.1

阪急オアシス	売上高前年比(%)
全社計	95.5

★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