

2019年 12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	94.6
阪神梅田本店	94.2
支店計	136.1
全店計	108.0

※神戸阪急、高槻阪急は本年実績のみ。

○ 全店の概況

- 消費増税に端を発した消費マインドの低下が継続。さらに土日祝日が2日減の影響も響く。カテゴリー別では、フードが堅調も、ファッション中心に低調な動き。冬物ファッションは、メンズ・レディースともに苦戦。クリスマス商戦も日回りの影響等で苦戦。
- 高額品は増税の影響から回復基調にあるものの、ジュエリー、ウオッチの動きが依然鈍い。
- インバウンドは、中国人売上は堅調も、香港、韓国のマイナスの影響が響き、前年実績に届かず。
- 阪急本店は、冬物ファッションが苦戦するとともに、改装工事による面積減の影響もマイナスに働く。また、売上規模の大きいクリスマス商戦が、前年の直近3連休の反動や、ギフトニーズの変化、購買単価ダウンの影響で苦戦。
- 阪神梅田本店はフードが、生鮮・惣菜を中心に堅調も、コートやマフラー、手袋など冬物ファッションが苦戦。
- 支店もフードは堅調も、ファッションが苦戦。12店舗中9店舗が前年割れ。
- 10月にオープンした「神戸阪急」「高槻阪急」は両店ともリニューアルしたフードが牽引し、想定通りの売上。新客も増加。

○ 阪急本店の概況

- 阪急うめだ本店は、暖冬の影響により、メンズ・レディースともにコートやニットなど冬物ファッションが苦戦。上層階の改装による一部売場閉鎖の影響もあり、フード以外は全体的に低調。
- 食品は、「タルティン」「ザ・テイラー」の2つの新ブランドが連日完売で盛況の洋菓子が牽引。おせち料理は好調。
- インバウンドは、韓国、香港の売上が低迷するも、売上シェアの高い中国人売上が堅調で、全体では前年並み。化粧品など消耗品が不調も、ラグジュアリーファッションなど一般品が好調。
- 高額品は、増税の反動と、昨年大口受注があったこともあり、ジュエリーが苦戦。
- 阪急メンズ大阪は、コートやブルゾンなど冬物ファッションが苦戦。インバウンドは日本にしかないブランドなどの指名買いが牽引。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2018年度				2019年度								
	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
阪急本店	107.2	99.6	104.7	103.6	104.6	100.4	107.6	103.8	106.7	129.5	84.2	94.1	94.6
阪神梅田本店	91.7	83.4	96.9	89.9	84.9	100.5	79.1	95.9	96.4	121.7	84.9	93.4	94.2
支店計	102.7	98.2	97.2	99.9	101.2	99.7	102.0	97.9	97.8	107.2	124.7	133.7	136.1
全社計	103.9	97.2	101.2	100.7	101.0	100.2	101.8	101.0	102.5	121.3	97.5	107.4	108.0
既存店計※											85.5	94.6	95.4

※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	92.1

阪急オアシス	売上高前年比(%)
全社計	98.0

★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