

## 2021年 3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	144.9
阪神梅田本店	109.7
支店計	124.7
全店計	132.7

## ○ 全店の概況

- 3月1日から、首都圏を除く2府4県の緊急事態宣言が解除(首都圏の1都3県では、21日まで再延長)。それに伴い、阪急うめだ本店・高槻阪急・神戸阪急ではレストランフロアの営業時間を1日から、阪神梅田本店においては、地階スナックパーク等の営業時間を3日から延長。また、阪急メッセ東京では22日から営業時間を通常の20時閉店に戻す。
- 関西店舗を中心に徐々に来店客数が回復。若年層やファミリー層に加え、年配層の姿も徐々に見受けられるようになってきた。さらに春休みに入ると、キャリアケースをお持ちの旅行者も増加。
- 売上高は、前年が新型コロナウイルスの影響が大きかったこともあり、大幅に実績を上回る。特に都心店(売上高前年比137%)が、郊外店(前年比120%)に比べ、反動が大きい。既存店の前々年比は83%、インバウンドを除く国内売上高の前々年比も90%と回復基調。
- インバウンドの売上高前年比は約2倍。
- ECは、ホワイトデーや人気イベントと連動した取り組み強化により、フードが伸長。EC全体としても売上高前年比約2倍と高伸が続く。リモートショッピングサービスの「Remo Order」は、「WEBカタログ」の充実もあり春ファッションの新作やギフトが好調。
- 阪神梅田本店では、建て替え工事に伴う地階の売場閉鎖がさらに拡大し、食品売場面積が約3割減となる。また、上層階においても、一部売場移設などの工事が本格化し、売場面積減となる。

## ○ 阪急本店の概況

- 気温が比較的高い日も多く、春の新生活に向けたお買物が活発化。目的買いでないお客様も目立つ。婦人ファッションでは、春ものの動きがよい。一方、ブライダルに加え、卒業や入学、就職など、前年苦戦したモチベーション需要が戻りつつある。また、鮮度感のある「D2Cブランド」のイベントが好調。
- ラグジュアリーでは、100万円以上の高額品のまとめ買いも見られ、500万円クラスのバッグも動く。富裕層を中心に海外旅行に行けないなど外出消費の抑制によるモノ消費への高い意欲が見受けられ、その傾向が続いている。
- 前年は、マスク着用で苦戦した、サングラスやピアス、イヤリングが比較的好調。マスクを着用した顔周りのおしゃれアイテムを取り入れる新しいスタイルが広がりにつつある。
- インバウンドの売上高前年比は約3倍。国内売上高は、前々年比95%とコロナ前の水準に近づく。

## ※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2019年度		2020年度										
	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
阪急本店	58.7	14.1	25.6	78.1	75.4	70.5	61.8	98.7	86.2	82.1	70.1	92.8	144.9
阪神梅田本店	57.5	19.1	27.3	63.9	68.1	63.1	44.2	89.3	68.5	66.3	55.6	66.8	109.7
支店計	99.4	41.8	56.1	115.4	112.6	116.7	108.2	97.0	90.4	89.2	74.2	88.8	124.7
全社計	72.0	23.6	35.9	89.1	86.8	85.0	73.0	97.1	86.3	83.5	70.6	88.3	132.7
既存店計※	62.0	19.5	30.5	77.5	76.1	73.1	63.7						

※神戸・高槻阪急を除く

## ■ 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	92.6	全社計	91.9

※)2020年4月1日付でイズミヤ株式会社は3つの会社に分割されました。これに伴い、2020年4月度売上速報より、「イズミヤ」の数値は、食品スーパーを運営する新イズミヤ株式会社と旧イズミヤ株式会社の食品スーパー部門の前年同月を比較しています。

★数値は速報値のため、正確値とは誤差が生じることがあります。

<本件に関するお問い合わせ先>  
エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社 広報部 TEL:06-6367-3181