

2021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	92.8
阪神梅田本店	66.9
支店計	88.9
全店計	88.4

○ 全店の概況

- 10都府県の緊急事態宣言が3月7日まで1ヶ月間の延長となった(首都圏を除く6府県は前倒しで2月末解除)。それに伴い、来店客数の減少は依然継続。ただ、節分やバレンタインなどモチベーション商戦のお客様の来店や、2月以降大阪での新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向に転じたこともあり、若年層やファミリーを中心に、来店客数は1月よりやや回復。
- 前年は、新型コロナウイルス感染による影響が出始めていたものの、売上高前年比は88%と1月より基調改善。インバウンドを除く国内売上高は前年比90%(前々年比83%)と復調の兆し。
- 都心店(前年比87%)・郊外店(前年比94%)の売上は、1月と比較して都心店におけるマイナス幅の縮小が顕著。
- インバウンドについては、新型コロナウイルスの影響を受け始めた前年に比べ、売上高は約6割減。
- 外出自粛の中、ECは売上高前年比約2.3倍と高伸傾向が続く。リモートショッピングサービス「Remo Order」は、既利用客による取引先ホームページ掲載商品の指名買いも増え、購買チャネルとしての利便性の認知度が高まりつつある。また、店舗やカテゴリごとの送料無料キャンペーンや、店頭商品を紹介する「WEBカタログ」のSNS配信など、さらなる認知度向上への積極的な取り組みが奏功し、新たな利用顧客拡大にも寄与。
- 阪神梅田本店では9日から、建て替え工事に伴う地下1階の売場閉鎖がさらに拡大し、食品売場面積が約2割減となり、入口もさらに2ヶ所が閉鎖状況。ただし、これまで減少が続いた年配層の来店は少しずつ戻ってきている。

○ 阪急本店の概況

- 前年は新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け始めたため、前々年と比較すると、まだ婦人ファッションは厳しい状況。ただ、外出自粛疲れの反動や旅行消費の代替などで、来店されるお客様の購買意欲は高い。特に富裕層の購買意欲は高く、ラグジュアリーを中心に春夏の新作の動きが良い。加えてリニューアル1周年フェア効果により時計売場も好調。また、100万円以上の高額品の売上高については、前年だけでなく、前々年の売上高も上回る。以上の結果、国内売上高前年比は95%(前々年対比87%)と改善傾向。
- バレンタインチョコレートの売上は約22億5千万円と、過去最高だった前年に対して92%の結果で、コロナ禍において善戦。特に期間の早期化など取り組みを強化し展開したECが前年の4.3倍(シェア12%)と高伸。店頭では、インスタグラムなどSNSによる情報発信に対する反響が大きく、来店増に繋がる。特設会場の密回避の観点から、各フロアのイベントスペースも活用し、初めて全館で開催したことにより、他カテゴリの売場への回遊効果も高まった。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2019年度		2020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	81.9	58.7	14.1	25.6	78.1	75.4	70.5	61.8	98.7	86.2	82.1	70.1	92.8
阪神梅田本店	80.1	57.5	19.1	27.3	63.9	68.1	63.1	44.2	89.3	68.5	66.3	55.6	66.9
支店計	135.8	99.4	41.8	56.1	115.4	112.6	116.7	108.2	97.0	90.4	89.2	74.2	88.9
全社計	98.2	72.0	23.6	35.9	89.1	86.8	85.0	73.0	97.1	86.3	83.5	70.6	88.4

既存店計※	85.7	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	98.0	全社計	97.6

※)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、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