

2025年7月1日

各 位

エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社

2025年 6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	82.0
阪神梅田本店	108.2
支店計	92.9
全店計	88.0

※2022年3月期より「収益認識に関する会計基準」を適用しておりますが、月次の売上速報および営業概況につきましては、当該基準等適用前の取扱高で開示しております。

○ 全店の概況

- ・ 免税売上高が、引き続き高い前年実績の反動と円高傾向の定着により、前年に対して約4割減と3月以降苦戦が継続。それに伴い6月も阪神梅田本店を除く都心店の売上高は前年を下回った。一方、全店として食品の売上は安定的に推移し、郊外店の売上高合計は前年実績を上回った。
- ・ 阪神梅田本店は改装以降、導入した大型専門店と他売場との来店客の買い回りも多く、特にファッションとライフスタイルカテゴリの売上高は前年の約1割増と伸長。人気催事の開催も後押しとなり、店舗全体として前年売上高に対し約1割増と好調継続。また、前月にリモデルオープンした川西阪急スクエアの売上高も前年に対し5%増と好調。

○ 阪急本店の概況

- ・ 前年は高伸を継続していた免税売上高が、約5割減と6月にも大きく影響。また、来春完成予定の全館リモデルに向けて6階の売場改装が本格化。婦人衣料は売場を縮小、宝飾品、時計は一部ブランドを除き他のフロアにて仮設売場として営業を開始。これらの影響も重なり、店舗全体として前年売上高を下回った。
- ・ 月前半の気温が前年に比べて少し低かったこともあり、夏の実需アイテムの parasol やサングラス、サンダルなどの勢いはやや鈍かった。一方、国内のお客様には「ブライダルニース」が継続するアクセサリーやファッションブランドが展開するフレグランスを中心に香水が好調に推移。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2024年度										2025年度		
	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
阪急本店	137.7	120.3	115.5	113.1	108.1	113.8	113.5	112.3	103.8	96.4	92.2	85.2	82.0
阪神梅田本店	109.2	105.3	109.5	81.5	106.9	79.2	109.4	90.6	92.4	92.1	95.4	102.8	108.2
支店計	116.7	107.5	105.3	105.1	100.5	103.8	101.7	101.3	98.0	97.7	95.2	95.5	92.9
全店計	127.1	114.1	111.1	105.8	105.2	105.8	108.7	106.0	100.6	96.4	93.5	90.2	88.0

■ 食品事業

食品スーパー計	売上高前年比(%)
既存店 計	102.9

★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 メディアリレーション部 TEL:06-6367-3181