

2025年 7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	86.6
阪神梅田本店	107.5
支店計	94.3
全店計	91.2

※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、前年対比ベースでは中旬以降やや改善の兆しが見られたものの、月間としては高い前年実績の反動が大きく、前年に対して約4割減と3月以降の苦戦が依然継続。それに伴い7月も、阪神梅田本店を除く都心店の売上高は前年を下回る結果。一方、全店食品の売上は7月も安定的に推移し、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、改装で導入したファッションブランドや大型専門店が順調に推移し、ファッションとライフスタイルカテゴリーの売上高は前年の約2割増、店舗全体としても前年売上高に対し約1割増と好調が継続。5月にリモデルした川西阪急スクエアも売上高前年対比が約1割増と好調。
- ・ お中元商戦についてはマーケットの縮小傾向の影響で、ビールや飲料、そうめんといった夏の商材が苦戦。全体の売上高は前年実績を下回る水準で推移。一方で、アイスデザートを充実させたケーキ宅配や、果物の素材を生かした涼を感じる和洋菓子など、こだわりの商品が高伸。

○ 阪急本店の概況

- ・ 免税売上高が約4割減、加えて来春完成に向けた全館リモデル改装による売場閉鎖影響も大きく店舗全体として前年売上高を下回った。
- ・ 近畿地方では6月の梅雨明け以降猛暑が続く中、盛夏商材の需要が高まり、機能性とデザイン性の高いパラスルや帽子が好調。また、化粧品では美容液が高い売上の伸びを見せた。婦人衣料では夏の長期化への対応として6月下旬から盛夏アイテムの足し込みを国内ブランドで強化。特に4階では、鮮度あるイベント実施も奏功し定価商材が牽引、前年の売上高を上回った。
- ・ 人気催事「ハワイフェア」を2週間開催。全館改装に伴う展開面積の大幅縮小に対して、期間の前半と後半でほぼ全ての出店ブランドを入れ替え、また現地からの実演者等も前年同等の人数を招聘し売場の鮮度維持を図った。日本初登場など商品面の充実やパフォーマンスのオンライン配信も効果的で、買い回りやファンの複数回来店につながり期間を通して連日多くのお客様で賑わいを見せた。結果、過去最高だった前年に迫る売上高となった。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2024年度									2025年度			
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
阪急本店	120.3	115.5	113.1	108.1	113.8	113.5	112.3	103.8	96.4	92.2	85.2	81.8	86.6
阪神梅田本店	105.3	109.5	81.5	106.9	79.2	109.4	90.6	92.4	92.1	95.4	102.8	109.2	107.5
支店計	107.5	105.3	105.1	100.5	103.8	101.7	101.3	98.0	97.7	95.2	95.5	92.8	94.3
全店計	114.1	111.1	105.8	105.2	105.8	108.7	106.0	100.6	96.4	93.5	90.2	87.9	91.2

■ 食品事業

食品スーパー計	売上高前年比(%)
既存店計	102.6

★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