

2025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	93.3
阪神梅田本店	107.3
支店計	97.1
全店計	96.1

※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

- 12月に入っても気温が比較的高い水準で推移したため、重衣料を中心とする冬物ファッションの動きが鈍化したが、今回は暦の巡り合わせが良く、長期連休となる年末年始に向けた商戦は順調で、国内客の売上高は前年並みの結果。インバウンドについては、関西国際空港における中国からの航空便数大幅減少の影響もあり、中国からのお客様の売上高は約4割減と苦戦し、免税売上高全体としても前年を下回った。阪急本店の大型改装に伴う売場閉鎖のマイナス影響も続き、全店計の売上高は前年を下回った。
- 阪神梅田本店では、3日に人気キャラクターの物販・カフェなどの複合ショップがオープンし来店客数、売上高ともに好調に推移。また前月にリニューアルオープンした食品売場も好調に推移し、全館の店頭売上高は約1割増と高伸。前年同月に実施した大型催事の反動影響があるものの全体として前年の売上高を上回った。

○ 阪急本店の概況

- 6階の閉鎖など全館の大型改装に伴う売場縮小のマイナス影響が継続する中、全館の売上高は前年を下回った。気温が下がらず冬物ファッションが全体的に苦戦、クリスマスギフトについても一段と二極化が進み、より価格を意識して購入される方が多く、中間価格帯の商品の動きが鈍かった。結果、国内客の売上高は前年をやや下回り、免税売上高も海外VIP顧客は比較的堅調に推移するも中国からの観光客大幅減少による影響が大きく、前年を下回った。
- そのような中、引き続き「フรายタルニス」が好調なアクセサリや、鮮度の高いイベントが牽引する4階コンテンポラリーファッションでは前年の売上高を上回った。また、100万円以上の高額品の売上高も前年を上回り、全体の売上高を下支え。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2024年度				2025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	113.5	112.3	103.8	96.4	92.2	85.2	81.8	86.6	103.1	99.2	104.9	100.7	93.3
阪神梅田本店	109.4	90.6	92.4	92.1	95.4	102.8	109.2	106.6	118.3	134.0	112.7	122.9	107.3
支店計	101.7	101.3	98.0	97.7	95.2	95.5	92.8	94.3	104.1	99.4	102.6	102.8	97.1
全店計	108.7	106.0	100.6	96.4	93.5	90.2	87.9	91.2	105.1	103.2	104.9	103.6	96.1

■ 食品事業

食品スーパー計	売上高前年比(%)
既存店 計	100.4

★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