

2021年 9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	96.7
阪神梅田本店	57.8
支店計	94.9
全店計	93.1

※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

- ・大阪、兵庫、東京、神奈川、福岡と店舗所在地に発出されていた緊急事態宣言が月末まで延長。都心店を中心に、入場整理(入場制限他)など感染症対策を強化して営業。長期に及ぶ自粛期間による消費マインドの低下による来店客数の減少が続き、売上高は前年実績を下回る結果となった。
- ・売上高前々年対比(既存店計)では、消費増税前の駆け込み需要の影響があり、59%、国内売上高も63%に止まる。
- ・10月8日(金)に建て替え先行オープンを控えた阪神梅田本店は、工事に伴い売場面積が大幅縮小。全館で4割減、主力の食品では5割減以上での営業体制のため、引き続き厳しい売上状況。

○ 阪急本店の概況

- ・大阪では、新型コロナウイルスの新規感染者数が上旬をピークに一気に減少傾向に転ずる。また、気温の低下の影響もあり、来店者が回復基調も、全体的には年配層を中心に低調継続。そのような状況下、秋冬ファッションの動きが好調で、モードやラグジュアリーの売上が堅調。
- ・売上高前々年対比では、消費増税前の駆け込み需要の影響があり、60%、国内売上高も64%。
- ・オンライン売上高(EC+リモートショッピングサービス「Remo Order」)は前年の約3割増と好調継続。ECでトップページをリニューアルしたフットサイトが高伸。中でも、敬老の日において初展開の宅配弁当や、産直品をはじめとするごちそうグルメの中食MDが奏功し、コロナ禍において家族を気遣うニーズの高まりを受け、前年比約1.6倍と伸長。また、人気海外催事のWEB先行商品も売上を嵩上げ。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2020年度							2021年度						
	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	
阪急本店	61.8	98.7	86.2	82.1	70.1	92.8	144.8	422.9	65.7	108.6	118.8	86.3	96.7	
阪神梅田本店	44.2	89.3	68.5	66.3	55.6	66.8	109.5	251.9	78.9	82.4	85.7	31.8	57.8	
支店計	108.2	97.0	90.4	89.2	74.2	88.8	124.5	258.6	132.3	99.1	106.8	91.4	94.9	
全社計	73.0	97.1	86.3	83.5	70.6	88.3	132.6	313.6	101.3	102.5	111.0	84.4	93.1	
既存店計※	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(%)
全社計	98.4

阪急オアシス	売上高前年比(%)
全社計	100.5

★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