

2023年 3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	114.9
阪神梅田本店	180.4
支店計	114.8
全店計	120.8

※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

- ・新型コロナウイルスの感染者数も落ち着きを見せ、また13日からはマスク着用が個人の判断に委ねられるなど、日常生活の正常化に向けた流れの中、外出ニーズも高まり来店客数が順調に推移。春のファッションや各種ギフトなど、お客様の購買意欲も高く、売上高は前年比2割増と好調。引き続き、都心店の売上高が前年比125%と牽引。
- ・阪神梅田本店は、人気の大型催事の連打も奏功し、売上高前年比が1.8倍と高伸。
- ・売上高の2019年3月対比は106%、インバウンドを除く国内売上高対比は109%と、前月に続きいずれもコロナ前を上回った。阪急本店は2019年対比104%(同国内売上高対比108%)、阪神梅田本店においては154%(同155%)だった。免税売上高は、引き続き韓国・台湾・香港からのお客様の売上高が堅調に推移し、2019年3月に対して82%だった。

○ 阪急本店の概況

- ・3ヶ月連続で過去最高売上高を更新(同月対比)。
- ・気温の上昇も後押しし、化粧品を含めた婦人・紳士ファッション全般の売上高が前年比2ヶ増と好調な結果。中でも、化粧品やラグジュアリーといったカテゴリーは2割を上回る水準。実需期を迎えた春のファッションではコートやブラウス、服飾品ではスカーフや薄手のストールに新色のバッグやサンダル、スニーカーが高稼働。卒業・入学式などセレモニーに向け、ジャケットやパールネックレス、パンプス、またコンサートやパーティーシーン用のドレスなどもニーズが高かった。
- ・春のギフトニーズも活況で、ホワイトデーでは食品を中心に近隣オフィスの方の返礼需要で売上高が伸長した。卒業のお祝いでは宝飾品が、退職のお祝いでは革小物やストールなどに動きが見られた。
- ・100万円以上の高額品の売上高は前年比2割増と好調。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2021年度		2022年度										
	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
阪急本店	106.9	156.0	597.0	119.9	110.7	152.6	135.4	122.8	111.4	109.0	120.8	131.0	114.9
阪神梅田本店	134.5	242.4	507.5	214.8	174.2	496.2	349.2	162.8	149.1	129.9	170.1	176.1	180.4
支店計	96.7	113.5	164.6	109.7	98.9	111.7	114.6	108.4	103.7	107.4	113.6	122.2	114.8
全店計	104.5	142.0	298.6	121.5	109.9	142.5	136.1	120.1	111.1	110.2	121.5	131.0	120.8

■ 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(%)	関西スーパー	売上高前年比(%)
全店計	98.5	全店計	99.4	全店計	101.0

★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 コーポレートコミュニケーション部 TEL:06-6367-3181