

2022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	135.4
阪神梅田本店	348.2
支店計	114.6
全店計	136.1

※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

- ・ 大型台風の影響により、関西と福岡の店舗で営業時間の短縮や臨時休業を実施した。
- ・ 一方、8月下旬から新型コロナウイルスの新規感染者数も減少傾向となり、また前年は、店舗所在都府県への「緊急事態宣言」が月末まで発出されていた反動もあり、売上高は約4割増と前年実績を大幅に上回った。
- ・ 都心店の売上高が前年の約5割増と好調で、中でも、リモデルの一環で8月末にモード売場がオープン、化粧品売場がリニューアルした神戸阪急が、新しいお客様を中心に幅広い年代の方にご来店いただき、高い伸びを示した。
- ・ 2019年の売上高実績が消費増税前の駆け込み需要を含むため、2018年との対比では100%、さらにインバウンドを除く国内売上高の対比も103%とコロナ前水準を上回った。中でも阪急本店の2018年対比は105%(同国内売上高対比106%)、阪神梅田本店は109%(同110%)と実績を大きく上回った。

○ 阪急本店の概況

- ・ 大阪での高齢者への外出自粛要請が8月下旬で解除となり、ご年配のお客様の来店が回復。特に、23日からの3連休は、大型催事の開催も重なり、多くのお客様にご来店いただき賑わいを見せた。結果、売上高は前年実績を大きく上回った。
- ・ 月前半は厳しい暑さが続いたものの、秋冬商品の動きが活発で、モードやラグジュアリーファッションを中心に、ジャケットやコートが牽引。同時にショートブーツやネックレス、バッグなどが秋のコーディネートアイテムとして高稼働。また、コロナウイルス感染の落ち着きもあり、ブライダルニーズが高まりを見せ、宝飾品が高伸。100万円以上の高額品の売上高は、前年の約1.7倍と引き続き好調だった。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2021年度							2022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	96.8	107.8	119.3	123.5	122.1	106.9	106.9	156.0	597.0	119.9	110.7	152.6	135.4	
阪神梅田本店	57.8	90.5	114.6	135.3	122.1	97.5	134.5	242.4	507.5	214.8	174.2	496.2	348.2	
支店計	94.9	101.9	102.2	103.9	107.7	94.9	96.7	113.5	164.6	109.7	98.9	111.7	114.6	
全店計	93.1	103.7	111.5	115.8	115.7	101.0	104.5	142.0	298.6	121.5	109.9	142.5	136.1	

■ 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	95.0	全店計	94.2	全店計	96.4

※関西スーパーは参考数値です。

★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