

2023年 1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	121.0
阪神梅田本店	169.5
支店計	113.6
全店計	121.6

※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

- ・ 3年ぶりに行動規制のない年末年始となり、初売りから3連休およびその後も来店客数は堅調に推移し、それに伴い売上高は前年実績を大幅に上回った。今月も、都心店が売上高合計で前年比127%と好調だった。
- ・ 阪神梅田本店は、前年に建て替えグランドオープンに向けた工事の影響で4日間臨時休業した反動もあり、売上高が前年比約7割増と高伸した。
- ・ 売上高の2019年1月対比は98%、インバウンドを除く国内売上高対比は97%だった。阪急本店は2019年対比102%（同国内売上高対比102%）、阪神梅田本店は113%（同114%）といずれもコロナ前水準を上回った。免税売上高は、引き続き韓国・香港・台湾からのお客様のお買上げが好調に推移し、2019年1月対比で実績を上回った。

○ 阪急本店の概況

- ・ 1月として過去最高の売上高を達成。
- ・ 2日の初売りは、開店前に多くのお客様が並ばれたため、予定より30分早めて開店した。ご年配の方も含め、家族連れや遠方の方など幅広いお客様にご来店いただき、前年以上に新年らしい賑わいが見られた。
- ・ ほぼ全カテゴリーで売上高前年比2ケタ増と好調な結果。冬のクリアランスが2日から一斉スタートしたが、セールの勢いは年々限定的な傾向に。一方、婦人・紳士ファッションは定価商材の売上高が伸長しており、価格に関わらず鮮度のある商品をお求めになる消費スタイルが顕著。
- ・ 13日から地下1階、20日からは9階などの特設会場を加え、約300ブランド・約3,000種類の規模感で全館バレンタイン商戦がスタート。前年コロナ対策で販売を控えた人気のソフトクリームが2年ぶりに再開したこともあり好調な滑り出し。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2021年度			2022年度									
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
阪急本店	122.1	106.9	106.9	156.0	597.0	119.9	110.7	152.6	135.4	122.8	111.4	109.0	121.0
阪神梅田本店	122.1	97.5	134.5	242.4	507.5	214.8	174.2	496.2	349.2	162.8	149.1	129.9	169.5
支店計	107.7	94.9	96.7	113.5	164.6	109.7	98.9	111.7	114.6	108.4	103.7	107.4	113.6
全店計	115.7	101.0	104.5	142.0	298.6	121.5	109.9	142.5	136.1	120.1	111.1	110.2	121.6

■ 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	96.4	全店計	101.8	全店計	102.0

★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 広報部 TEL:06-6367-3181