

2019年11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	94.2
阪神梅田本店	93.4
支店計	133.7
全店計	107.4

※神戸阪急、高槻阪急は本年実績のみ。

○ 全店の概況

- ・ 若干、回復傾向にあるものの、消費増税前の駆け込み需要の反動と消費マインドの低下が想定以上に長引いており、特に月前半は、この時期としては気温の高い(20℃前後)日が続き、コートなどの冬物ファッションが苦戦。
- ・ 高額品は、海外ブランドのジュエリー・ウォッチが苦戦。
- ・ インバウンドは、化粧品を中心に消耗品が苦戦。インバウンドにおける売上シェアが8割を超える中国人売上は、元安の影響もあり、前年を若干上回るに留まり、その結果、全体でもほぼ前年並みの結果。
- ・ 阪急うめだ本店は、大規模なファッションイベント等で集客するも、高い気温の影響もあり冬物ファッションが苦戦。
- ・ 阪神梅田本店は、食品は堅調も、増税による節約志向もあり、高い年齢層を中心にファッションが苦戦。
- ・ 支店も食料品は堅調も、ファッションが不調。既存店12店舗中9店舗が前年割れ。
- ・ 10月にオープンした「神戸阪急」「高槻阪急」は改装した食品やイベントスペースが牽引し、想定どおりに売上が推移。

○ 阪急本店の概況

- ・ 阪急うめだ本店は大規模なファッションイベント「FNO」の開催等により、中盤以降は回復傾向にあるものの、冬物ファッションの動きが例年に比べ鈍い。
- ・ 6階から8階に売場を移設した大きいサイズの婦人服「プリュス」は、雑誌とのタイアップイベントやSNSなどの情報発信等により、広域からの集客が高まり、新客の買い回りも見られた。
- ・ フードは、「タルティン」「ザ・テラー」の2つのニューブランドが連日完売で盛況の洋菓子が牽引し、堅調に推移。
- ・ インバウンドは、為替(元安)と、韓国人観光客の減少の影響により、化粧品など消耗品が低調も、一般品が好調に推移し、全体では若干前年を上回る。
- ・ 高額品は消費増税の影響により、買上数量が減少し苦戦。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2018年度					2019年度							
	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
阪急本店	100.0	107.2	99.6	104.7	103.6	104.6	100.4	107.6	103.8	106.7	129.5	84.2	94.2
阪神梅田本店	88.8	91.7	83.4	96.9	89.9	84.9	100.5	79.1	95.9	96.4	121.7	84.9	93.4
支店計	101.5	102.7	98.2	97.2	99.9	101.2	99.7	102.0	97.9	97.8	107.2	124.7	133.7
全社計	99.2	103.9	97.2	101.2	100.7	101.0	100.2	101.8	101.0	102.5	121.3	97.5	107.4
既存店計※												85.5	94.7

※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	93.2

阪急オアシス	売上高前年比(%)
全社計	99.2

★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。

<本件に関するお問合せ先>
エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社 広報室 TEL:06-6367-3181