

## 2026年 2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	95.8
阪神梅田本店	126.4
支店計	99.0
全店計	99.8

※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

- ・ 国内客の売上高は前年を上回り好調だったが、阪急本店の大型改装に伴う売場閉鎖や、航空便数減少に伴う中国からのお客様の免税売上高の大幅な減少といったマイナス要因が影響し、全体の売上高は前年を下回る結果となった。一方、各店ともバレンタインをはじめとする食品の売上が堅調に推移し、郊外店の合計売上高は前年を上回った。
- ・ インバウンドは、中国以外からのお客様の免税売上高は約3割増と前年を大きく上回ったが、中国からの観光客の売上高が前年の約6割減と厳しい状況が継続しており、免税売上高全体としては約2割減となった。
- ・ 阪神梅田本店は、前年の改装効果に加え、大型催事の再開などによる来店客数増も後押しとなり、ファッション・ライフスタイルカテゴリーは前年売上高に対して約3割増と引き続き高い伸びを示した。食品の売上高も前年を上回り好調で、全体の売上高も約3割増と前年を大きく上回った。

## ○ 阪急本店の概況

- ・ 国内客の売上高は前年を上回り2月として過去最高を更新したが、6階の閉鎖など全館の大型改装に伴う売場縮小や免税売上高の減少などの影響が大きく、店舗全体の売上高としては前年を下回った。
- ・ 2月に入り不安定な気温が続いたが、ライトアウターなど春物ファッションに動きが見られ、4階コンテポラリーファッションでは鮮度の高いイベントも嵩上げとなり、前年の売上高に対して約3割増と高伸。また、フライタルニースの継続に、一部ブランドの価格改定前の駆け込み需要も加わり、アクセサリ-の売上高も前年に対して約3割増と高い伸びを示した。100万円以上の高額商品の売上高は前年に対して約1割増と好調で、全体の売上高を引き続き下支え。
- ・ 食品フロアや各階イベントスペースなどを活用し、全館でバレンタインキャンペーンを展開。今回は、メイン会場となる9階が改装の仮設売場として使用のため面積が大幅縮小となり、期間全体として前年の売上高には届かなかったが、強化したECや、食品フロア、各階のイベントは前年に対して2ケタの伸びを示し、各フロアへの回遊にも寄与した。

## ※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2024年度		2025年度										
	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
阪急本店	103.8	96.4	92.2	85.2	81.8	86.6	103.1	99.2	104.9	100.7	93.2	100.7	95.8
阪神梅田本店	92.4	92.1	95.4	102.8	109.2	106.6	118.3	134.0	112.7	122.9	107.4	136.5	126.4
支店計	98.0	97.7	95.2	95.5	92.8	94.3	104.1	99.4	102.6	102.8	97.1	101.4	99.0
全店計	100.6	96.4	93.5	90.2	87.9	91.2	105.1	103.2	104.9	103.6	96.0	104.1	99.8

## ■ 食品事業

食品スーパー計	売上高前年比(%)
既存店計	99.8

★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 メディアリレーション部 TEL:06-6367-3181