

2019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	129.2
阪神梅田本店	121.8
支店計	107.2
全店計	121.2

○ 全店の概況

- ① 中旬以降、カーディガンなどの羽織ものやショートブーツ、スキンケアなどの化粧品といった秋物ファッションが活発な動き。
 ② 消費増税前の駆け込み需要も、両本店を中心に10日頃から活発となり、ジュエリーやインターファッション、ブランドバッグなど、高額品の動きが良く、さらに20日頃からは、衣料品・雑貨、化粧品など、一般品の動きも活発化。
 ③ 前年の台風の影響で関西店舗が2日間休業したことの裏返しによる増収や、閑空閉鎖による訪日観光客の来店減に対する影響の反動で、中国人観光客が大幅増となり、インバウンド売上高が好調に推移。
 以上の結果、**月合計売上高は前年比121%と8ヶ月連続で前年実績をクリア**。
 ・ 阪急本店においても、前年の台風の影響による閑空閉鎖で、インバウンドに対するマイナス影響の反動により、中国人観光客が大幅増となるとともに、消費増税前の駆け込み需要も徐々に活発化し、好調に推移。
 ・ 阪神梅田本店は、恒例の大型催事が駆け込み需要を取り込み、売上の嵩上げに寄与。
 ・ 支店は12店舗中11店舗が前年実績をクリア。

○ 阪急本店の概況

- ・ 前年の台風による2日間休業の裏返しで増収となったことに加えて、消費増税を前に、冬物ファッションの先行買いや高額品の動きが活発化。また、外商の特招会においても、高額品が活発に動き、過去最高の売上を記録。また、衣料品・雑貨、化粧品など一般品の動きも良かった。
- ・ インバウンド(139%)は、前年の台風の影響による閑空閉鎖の反動で、最大シェアの中国人観光客の売上が大幅増。
- ・ 阪急メゾ大阪は、ラグジュアリーブランドが引き続き好調。恒例イベント「ファッションエキシビジョンナイト」は来場者が前年の2割増。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2018年度							2019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	100.6	106.8	100.0	107.2	99.6	104.7	103.6	104.6	100.4	112.0	103.8	106.7	129.2
阪神梅田本店	84.0	93.2	88.8	91.7	83.4	96.9	89.9	84.9	100.5	85.9	95.9	96.4	121.8
支店計	105.7	106.6	101.5	102.7	98.2	97.2	99.9	101.2	99.7	102.7	97.9	97.8	107.2
全社計	99.8	105.0	99.2	103.9	97.2	101.2	100.7	101.0	100.2	105.3	101.0	102.5	121.2

■ 食品事業

イズミヤ	売上高前年比(%)
全社計	101.1

阪急オアシス	売上高前年比(%)
全社計	97.2

★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