

2020年 10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	98.9
阪神梅田本店	89.6
支店計	97.0
全店計	97.2

○ 全店の概況 ※は既存店対比

- ・ 新型コロナウイルスの新規感染者数が、ある一定のレベルで落ち着いているものの、人気の物産催事や海外フェアなどの再開に加えて「Go To Travel」キャンペーンの後押しもあり、特に両本店の来店客数が徐々に回復。売上は、前年が消費増税直後の落ち込みや台風の影響で、前年対比97%と上振れ。インバウンドを除く国内売上一昨年対比も91%※と回復基調。
- ・ 阪神梅田本店は、建て替え工事により9階と地下1階の一部を閉鎖という環境の下、人気のワイン催事を試飲のみで開催（販売はEC限定）する等、安全・安心を意識した新しい取り組みにも挑戦。その他、ECでの承りを強化したおせち料理やクリスマスケーキの予約、お歳暮ギフトの受注等も奏功し、EC売上は前年の約2倍（受注ベース）と高伸。
- ・ 郊外店全体として、食料品、リビング、子供関連が牽引し、売上高102%と前年実績を上回った。
- ・ 神戸阪急・高槻阪急への屋号変更から1周年となり、特に高槻阪急は依然食料品売場の支持が高く、前年開業時の実績が大きいものの前年実績を上回った。
- ・ インバウンドは、国慶節による実績が大きく、売上高前年比▲91%と減少幅が拡大。

○ 阪急本店の概況

- ・ 来店客数はまだ前年には届かないものの、インバウンドを除く国内売上高は前年比115%と、回復が顕著。特にラグジュアリーブランドが前年2桁増と牽引しており、売場改装で強化した時計売場も前年の売上の約2倍と好調を継続。
- ・ 9月30日（水）からは、9階祝祭広場、催場をはじめ、大型催事を再開。3密対策を十分に実施しながら「北海道物産大会」「英国フェア」などの人気催しを復活させ、楽しみにされていたお客様も多数来店。オンラインも活用し売上も想定通りに推移。
- ・ 同じくOMO施策の1つでもあり、店頭の商品をWEB上で紹介する「WEBカタログ」の取り扱いカテゴリ（レディース・メンズのラグジュアリーファッションやリビング、ベビー&マタニティー等）を拡大した結果、PV数も想定以上に反応もよく、好調なスタート。また、WEB決済サービス「Remo Order」も着実に認知度が高まり、受注売上も前月比1.5倍以上に伸長。40万円超の高額バッグやアパレルも稼働し、期間限定イベントにおける、取引先SNSもフックにした遠方客の利用も高まってきている。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2019年度						2020年度						
	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
阪急本店	84.2	94.1	94.5	98.6	81.9	58.7	14.1	25.6	78.1	75.4	70.5	61.8	98.9
阪神梅田本店	84.9	93.4	94.2	97.5	80.1	57.5	19.1	27.3	63.9	68.1	63.1	44.2	89.6
支店計	124.7	133.7	136.1	132.1	135.8	99.4	41.8	56.1	115.4	112.6	116.7	108.2	97.0
全社計	97.5	107.4	108.0	110.2	98.2	72.0	23.6	35.9	89.1	86.8	85.0	73.0	97.2
既存店計※	85.5	94.6	95.4	98.2	85.7	62.0	19.5	30.5	77.5	76.1	73.1	63.7	

※神戸・高槻阪急を除く

■ 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(%)
全社計	103.2	全社計	99.9

※)2020年4月1日付でイズミヤ株式会社は3つの会社に分割されました。これに伴い、2020年4月度売上速報より、「イズミヤ」の数値は、食品スーパーを運営する新イズミヤ株式会社と旧イズミヤ株式会社の食品スーパー部門の前年同月を比較しています。

★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