

2022年 4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	156.3
阪神梅田本店	243.6
支店計	113.6
全店計	142.2

※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月下旬の「まん延防止等重点措置」解除以降、来店客数は回復傾向。気温の上昇も加わり、ファッションにおける春の実需に対応する商品の動きが好調。前年は「緊急事態宣言」発出に伴い、25日以降、東京・大阪・兵庫の店舗を食品売場以外休業した影響もあり、売上高前年比は4割増と大幅に前年実績を上回った。
- ・ インバウンドを除く国内売上高の2019年対比は、全店計で実績を超え、特に都心店では103%、阪急本店は104%とコロナ前の水準を上回る結果となった。
- ・ 阪神梅田本店が6日に全館グランドオープン。7年半におよぶ建て替え期間を経て、最終的に工事が継続していた地下1階の食品売場が完成。特に強化した洋菓子や惣菜売場を中心に好調で、午前中は洋菓子の新ブランド目当ての新しいお客様、午後は従来のお客様のご来店と、終日賑わいを見せ、連日盛況。売上高の2019年対比も117%と好結果。

○ 阪急本店の概況

- ・ 通勤や外出の機会も増え、前月に引き続き婦人・紳士ファッション全般が好調。中でも、婦人靴の売上高前年比は2倍を超えており、パンプスや旅行を見据えたスニーカー、コンフォートシューズが高稼働。サンダルなど季節を先取りしたアイテムにも好反応が見られる。宝飾品も依然高い売上の伸びを示しており、100万円以上の高額品の売上高前年比は約7割増。結果、店舗全体の売上高前年比は約6割増と高伸し、阪神梅田本店とともに全店を牽引。
- ・ 生活者の価値観の多様化に対応すべく、婦人ファッションでは4階をリニューアル。作り手のライフスタイルや商品への共感を軸に、週替わりで複数のD to Cブランドを紹介する売場と、ウェルネス・サステナビリティを意識した商品を展開し環境に配慮した資材を使った売場を新設。また、阪急メンズ大阪ではアートとファッションの融合を目指したギャラリースペースをオープン。いずれも順調な滑り出し。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2021年度												2022年度
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月
阪急本店	422.9	65.7	108.6	118.8	86.3	96.8	107.8	119.3	123.5	122.1	106.9	106.9	156.3
阪神梅田本店	251.9	78.9	82.4	85.7	31.8	57.8	90.5	114.6	135.3	122.1	97.5	134.5	243.6
支店計	258.6	132.3	99.1	106.8	91.4	94.9	101.9	102.2	103.9	107.7	94.9	96.7	113.6
全店計	313.6	101.3	102.5	111.0	84.4	93.1	103.7	111.5	115.8	115.7	101.0	104.5	142.2

■ 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	93.0	全店計	92.2	全店計	98.3

※関西スーパーは参考数値です。

★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