

2022年9月1日

各 位

エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社

## 2022年 8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	152.7
阪神梅田本店	498.7
支店計	111.8
全店計	142.6

※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

- ・ 前年は、店舗所在都府県への「緊急事態宣言」の発出や、阪急・阪神両本店における新型コロナウイルス感染対策強化のための臨時休業の反動もあり、売上高は4割増と前年実績を大幅に上回った。
- ・ 3年ぶりの全国的な行動規制のない夏休みであったが、7月以降の感染急拡大に伴い、来店客数は低水準で推移。お盆には、ファミリー層や遠方からのお客様も見受けられたものの、大阪にて7月下旬から高齢者への外出自粛要請が出ていたこともあり、3世代での来店は少なかった。
- ・ インバウンドを除く国内売上高の2019年対比は92%と、7月以降実績を下回る傾向が続く。一方で、両本店は健闘を見せ、阪急本店は国内売上高2019年対比97%、阪神梅田本店は102%と2019年実績を上回った。

## ○ 阪急本店の概況

- ・ 前年は、地下1階食品売場と1階の一部売場を臨時休業したこともあり、売上高は前年実績を大きく上回った。
- ・ 猛暑も影響し、盛夏商材のサンダルやパラルが稼働。ただし、価格よりも機能やデザインを重視される方が多く、7月同様、定価商品が売上高を伸ばした。また、ラグジュアリーファッションやバッグ、婦人靴などでは、秋冬の新作や新色も徐々に登場し反応が良い。中でも、100万円以上の高額品の売上高は、前年の約1.9倍と高伸した。
- ・ お盆には、時計売場で遠方からのお客様が増え、地元でないブランドや商品目当ての購入が多数見受けられた。地下の食品売場でも旅行・帰省客のお土産ニーズが活況、阪急オンリーワンブランドや関西銘菓を中心に盛況だった。

## ※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2021年度							2022年度					
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
阪急本店	86.3	96.8	107.8	119.3	123.5	122.1	106.9	106.9	156.0	597.0	119.9	110.7	152.7
阪神梅田本店	31.8	57.8	90.5	114.6	135.3	122.1	97.5	134.5	242.4	507.5	214.8	174.2	498.7
支店計	91.4	94.9	101.9	102.2	103.9	107.7	94.9	96.7	113.5	164.6	109.7	98.9	111.8
全店計	84.4	93.1	103.7	111.5	115.8	115.7	101.0	104.5	142.0	298.6	121.5	109.9	142.6

## ■ 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	96.2	全店計	93.2	全店計	94.8

※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