

## 2022年 11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	111.4
阪神梅田本店	148.7
支店計	103.6
全店計	111.0

※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

- ・ 11月に入り新型コロナウイルスの感染者数が増加傾向に転じたが、来店客数は堅調に推移し、売上高は前年実績を大幅に上回った。中でも都心店の売上高合計は、両本店が牽引し前年比114%と前月に引き続き好調だった。
- ・ 売上高の2018年対比は101%、インバウンドを除く国内売上高対比102%と、ともに今月もコロナ前水準を上回った。中でも阪急本店は2018年対比108%(同国内売上高対比109%)、阪神梅田本店は109%(同112%)といずれも約1割増の伸びを示した。免税売上高は、韓国・香港・台湾からのお客様のお買上げがコロナ前を大きく上回り、2018年対比で約9割にまで回復。

## ○ 阪急本店の概況

- ・ 10・11月と2ヶ月連続で過去最高の売上高を達成。
- ・ 秋冬商品の実需期を迎え、化粧品も含め婦人ファッション全般の売上高が前年2ヶ月増と活況。中でも、ラグジュアリーファッション、アクセサリ、バッグなどの売上高は前年の2割増を超える結果。高感度なファッションイベントも奏功し、コート、ニット、ジャケットやロングブーツが継続して好調で、人と会う機会の増加も背景に、ドレスにも動きが見られた。バッグや帽子などでは、素材感のあるものが人気。
- ・ アクセサリや宝飾品では、クリスマスギフトの下見でご来店のお客様が増えている。また、クリスマスケーキの受注は、前年に対して売上高が約1割増で推移し、パーティーを想定した大きいサイズのホールケーキが好調。
- ・ 宝飾品の売上高は前年の約1.5倍で、100万円以上の高額品の売上高も約1.5倍と高い水準の伸びだった。

## ※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2021年度					2022年度							
	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
阪急本店	119.3	123.5	122.1	106.9	106.9	156.0	597.0	119.9	110.7	152.6	135.4	122.8	111.4
阪神梅田本店	114.6	135.3	122.1	97.5	134.5	242.4	507.5	214.8	174.2	496.2	349.2	162.8	148.7
支店計	102.2	103.9	107.7	94.9	96.7	113.5	164.6	109.7	98.9	111.7	114.6	108.4	103.6
全店計	111.5	115.8	115.7	101.0	104.5	142.0	298.6	121.5	109.9	142.5	136.1	120.1	111.0

## ■ 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	100.8	全店計	100.6	全店計	98.9

※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