

## 2023年 12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	115.1
阪神梅田本店	111.7
支店計	108.5
全店計	112.3

※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

- ・ コロナ禍による各種制限のない年末年始を控え、都心店を中心にギフトニーズやインバウンドが活況を呈し、来店客数も順調に推移。結果、都心店計の売上高前年比が115%と牽引し、全店も112%と2ケタの伸びを示した。
- ・ 売上高の2018年対比は114%、インバウンドを除く国内売上高対比106%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120%(同国内売上高対比106%)、阪神梅田本店は124%(同125%)と引き続き高い伸びを示した。免税売上高は7ヶ月連続で単月として過去最高を更新。
- ・ お歳暮ギフトについては、節約志向の影響や店頭承りの日数短縮などもあり全体として実績を下回った。一方、集いの機会の増加を背景に、クリスマスケーキ(予約)は売上高前年比110%、おせちは102%と前年を上回った。

## ○ 阪急本店の概況

- ・ 中旬での気温上昇の影響や、前年好調の反動もありコートやブーツなど冬物ファッションの売上がやや伸び悩むも、ギフトニーズやインバウンドのお客様の売上も押し上げとなり、婦人ファッションや服飾雑貨、化粧品、ラグジュアリーカテゴリーの売上高は前年に対し2ケタの伸びを示した。中でも、アクセサリやバッグ、化粧品、インターナショナルファッション、宝飾品の店頭売上高は前年に対し2割以上と高伸。
- ・ クリスマスマスギフトについては、若い世代を中心にカップルで来店し、一緒にプレゼントを選ばれる方が増加。また、23日と24日が土日となり、両日でのご購入が顕著。24日は、初売りも含めて2023年の単日として最大の来店客数となった。パーティーシーンの回復もありケーキの予約は113%と好調で、ホールケーキが人気。
- ・ 100万円以上の高額品の売上高は、前年の約1.3倍と高い伸びを示した。

## ※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2022年度				2023年度								
	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
阪急本店	109.0	120.8	131.0	114.8	116.6	113.3	118.8	115.9	125.9	126.1	116.7	116.1	115.1
阪神梅田本店	129.9	170.1	176.1	179.9	99.7	117.1	107.9	118.0	133.5	158.3	104.4	150.0	111.7
支店計	107.4	113.6	122.2	114.7	112.3	115.6	109.6	114.9	118.4	116.3	110.8	112.0	108.5
全店計	110.2	121.5	131.0	120.7	112.9	114.5	114.1	115.8	123.8	126.3	113.2	118.0	112.3

## ■ 食品事業

イズミヤ・阪急オアシス	売上高前年比(%)
全店計	99.0

関西スーパーマーケット	売上高前年比(%)
全店計	101.9

★数値は速報値のため、確報値とは誤差が生じる場合があります。

<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 コーポレートコミュニケーション部 TEL:06-6367-3181