

2023年1月4日

各 位

エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社

2022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	109.0
阪神梅田本店	129.9
支店計	107.4
全店計	110.2

※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

- 新型コロナウイルス感染者数の増加傾向は継続するも、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。都心店の売上高合計は前年比112%と引き続き好調だった。
- 売上高の2018年対比は102%、インバウンドを除く国内売上高対比も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104%（同国内売上高対比105%）、阪神梅田本店は111%（同113%）と牽引した。免税売上高は、今月も韓国・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、全体として2018年対比で90%を上回る水準で推移。
- お歳暮ギフトについては、インターネット受注は前年の売上高実績を上回ったが、店頭が苦戦し、全体として実績を下回る結果となった。一方、クリスマスケーキは売上高前年比114%、おせち料理は100%と、前年を上回った。

○ 阪急本店の概況

- 中旬以降、最高気温が10℃を下回る本格的な気温の低下もあり、婦人・紳士ファッション全般の売上高が高伸。コートやニット、ショートブーツや素材感のある雑貨が牽引。ラグジュアリーファッションでは2023年春夏の新作にも動きが見られた。
- 平日は男性客の回遊も多くなり、また自分へのごほうびギフトなどクリスマスギフトニーズが活況で、バッグ、革小物、アクセサリや宝飾品が高稼働。行動制限がなく、外出機会の増加も背景に、フレグランスなども好調に推移した。ギフト需要は3万円以下と10万円以上で二極化の傾向。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2021年度				2022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	123.5	122.1	106.9	106.9	156.0	597.0	119.9	110.7	152.6	135.4	122.8	111.4	109.0	
阪神梅田本店	135.3	122.1	97.5	134.5	242.4	507.5	214.8	174.2	496.2	349.2	162.8	149.1	129.9	
支店計	103.9	107.7	94.9	96.7	113.5	164.6	109.7	98.9	111.7	114.6	108.4	103.7	107.4	
全店計	115.8	115.7	101.0	104.5	142.0	298.6	121.5	109.9	142.5	136.1	120.1	111.1	110.2	

■ 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	100.2	全店計	101.7	全店計	104.2

※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