

2020年 1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	98.6
阪神梅田本店	97.4
支店計	132.2
全店計	110.2

※神戸阪急、高槻阪急は本年実績のみ。

○ 全店の概況

- ・ インバウンドは、前年2月の春節期間の前倒しで好調に推移し、売上高前年比約3割増。ただし、1月27日以降は、新型コロナウイルスの影響により、売上高の伸びが鈍化した。
- ・ 全体的には暖冬の影響で、婦人の冬物ファッションが苦戦。しかしながら、増税影響の大きかった中間層の消費マインドは回復してきている。その結果、正月休みが1日減のマイナス影響を考慮すると、既存店売上高は前年並みとなった。
- ・ 高額品は、富裕層の購買意欲は回復基調にあるものの、国内の前年の大口実績をカバーしきれず。
- ・ 阪神梅田本店は、人気催事の「ギフト解体セール」「阪神の駅弁まつり」が、売上高2桁増と好調。一方、冬物ファッションが苦戦するも、定評のあるフードは堅調。
- ・ 支店は既存店12店舗のうち8店舗が前年未達。
- ・ 10月にオープンした「神戸阪急」「高槻阪急」については両店ともにリニューアルしたフードが牽引し、引き続き客数が増加。売上高も想定を上回った。

○ 阪急本店の概況

- ・ インバウンドは、前年に比べて春節期間の前倒しがあり、売上は前年比は約3割増。個人旅行のリピーターが増えているものの、1月27日以降は、新型コロナウイルスの影響により売上高の伸びが鈍化した。
- ・ 阪急うめだ本店は、暖冬の影響でコートを中心とした重衣料や手袋などシーズン雑貨が苦戦。顧客志向が春まで着られるジャケットやニットなどのアイテムにシフトしている。しかしながら、正月休み1日減の影響を考慮すると、前年並みの結果。
- ・ フードはニューブランドの効果で継続的に好調な洋菓子が牽引し堅調。22日にスタートしたバレンタインは、例年以上に好調な滑り出し。
- ・ ミズ大阪は、増税後に停滞していたファッション好きの若年層の消費が戻りつつあるものの、館全体としては前年割れ。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2018年度			2019年度									
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
阪急本店	99.6	104.7	103.6	104.6	100.4	107.6	103.8	106.7	129.5	84.2	94.1	94.5	98.6
阪神梅田本店	83.4	96.9	89.9	84.9	100.5	79.1	95.9	96.4	121.7	84.9	93.4	94.2	97.4
支店計	98.2	97.2	99.9	101.2	99.7	102.0	97.9	97.8	107.2	124.7	133.7	136.1	132.2
全社計	97.2	101.2	100.7	101.0	100.2	101.8	101.0	102.5	121.3	97.5	107.4	108.0	110.2

既存店計※										85.5	94.6	95.4	98.2
-------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	------	------	------	------

※神戸・高槻阪急を除く

■ 食品事業

イズミヤ	売上高前年比(%)
全社計	91.1

阪急オアシス	売上高前年比(%)
全社計	98.1

★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。

<本件に関するお問合せ先>
エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社 広報室 TEL:06-6367-3181