

2020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	82.1
阪神梅田本店	66.3
支店計	89.2
全店計	83.5

○ 全店の概況

- ・ 新型コロナウイルス第3波の影響が12月も継続。大阪府では、4日(金)以降、不要不急の外出の自粛要請へと警戒レベルが引上げられた。月全体を通じて、都心店中心に来店客数が11月よりもさらに低下。売上高は、都心店が前年比81%と厳しい結果だったが、郊外店は93%と善戦。特に郊外店は、食品の売上高が前年比99%と、依然地域顧客からの支持は高い。
- ・ インバウンド(前年比▲89%)を除く国内売上高は前年比88%と、一進一退の状況が続く。
- ・ お歳暮ギフトの受注については、特にミセス・シニア層の来店の減少に伴い店頭受注が苦戦するも、インターネット受注がカバーし、商戦全体としては、ほぼ前年並み。
- ・ おせち料理の予約承りはインターネットや支店を中心に客数が大幅に増加し、売上高前年比116%と好調。年末年始をご自宅で過ごされる方々の増加が顕著。特にコロナ禍対応を強化した少人数用(1~2人前)の商品が人気。
- ・ 阪神梅田本店では、建て替え工事に伴う9階と地下1階の一部における売場閉鎖が継続。11日(金)以降は地下1階の閉鎖エリアは縮小したものの、ミセス・シニア層の来店減が大きく影響し、苦戦。
- ・ 認知度が高まりつつあるWEB決済サービス「Remo Order」は、月間の受注売上が1億円を突破。阪急うめだ本店における、話題のD to CブランドとのSNSを活用した取り組みが、遠方顧客を中心に好評。また、ラグジュアリーブランドにおいては250万円を超える高額受注も。支店では、福袋の事前予約での活用が目立つ。

○ 阪急本店の概況

- ・ 11月中旬以降の検温と出入口制限は継続。また、大阪府の要請に伴い、レストランの21時までの時短営業を実施。来店客数が減少し、国内売上高も前年比90%と回復が鈍化。一方、100万円以上の高額品は前年を超える動きを見せ、ラグジュアリーは前年実績を上回り好調。富裕層の海外旅行自粛による消費の転換がベースと考えられる。
- ・ クリスマスギフトは、ボーナスの減少による生活防衛意識の高まりで、予算を抑えられるお客様も多く、より二極化の傾向が鮮明。クリスマスケーキはコロナ禍におけるご自宅でのパーティー増の影響で、事前予約(前年比約1.5倍)および当日販売(前年比約1.1倍)ともに好調。中でも、エリア限定のケーキ宅配サービスは、アイテム数を前年に比べて3倍以上増やしたにも関わらず、12月上旬には受注を中止せざるを得ないほどの盛況ぶり。
- ・ 年始の店頭営業の密を回避することも目的に、夏同様、冬のクリアランスを12月から五月雨式に開催。また、福袋では、EC販売をさらに強化。店頭とECをおよそ2対8の割合で展開し、福袋のEC販売分はほぼ完売とかなりの人気ぶり。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2019年度				2020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	94.5	98.6	81.9	58.7	14.1	25.6	78.1	75.4	70.5	61.8	98.7	86.2	82.1
阪神梅田本店	94.2	97.5	80.1	57.5	19.1	27.3	63.9	68.1	63.1	44.2	89.3	68.5	66.3
支店計	136.1	132.1	135.8	99.4	41.8	56.1	115.4	112.6	116.7	108.2	97.0	90.4	89.2
全社計	108.0	110.2	98.2	72.0	23.6	35.9	89.1	86.8	85.0	73.0	97.1	86.3	83.5
既存店計※	95.4	98.2	85.7	62.0	19.5	30.5	77.5	76.1	73.1	63.7			

※神戸・高槻阪急を除く

■ 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(%)
全社計	100.6	全社計	101.6

※)2020年4月1日付でイズミヤ株式会社は3つの会社に分割されました。これに伴い、2020年4月度売上速報より、「イズミヤ」の数値は、食品スーパーを運営する新イズミヤ株式会社と旧イズミヤ株式会社の食品スーパー部門の前年同月を比較しています。

★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