

2025年 8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	103.1
阪神梅田本店	118.3
支店計	104.0
全店計	105.0

※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

- ・ 阪急本店の大型改装に伴う売場閉鎖のマイナス影響が継続する中、国内売上高は前年実績を上回り好調。また、免税売上高が前年に近い水準まで復調し都心店が売上の趨勢を回復、各店とも前年実績を上回った。全店として、2025年3月に前年の売上高を下回って以降、5ヵ月ぶりに前年実績を上回った。特にお盆休みの期間以降、前年の売上高を上回る日が増え、前年の台風に伴うマイナス影響の反動もあり月末まで好調が継続。
- ・ 阪神梅田本店は改装で導入したファッションブランドや大型専門店が引き続き順調に推移しファッションとライフスタイルカテゴリーの売上高は前年の約3割増で伸長。店舗全体としても前年売上高に対し約2割増と好調を継続。5月にリモデルした川西阪急スクエアも売上高前年対比が約1割増と好調。

○ 阪急本店の概況

- ・ 全館の大型改装に伴う売場閉鎖のマイナス影響が継続する中、国内売上高は前年を上回り好調。免税も、海外VIP顧客の売上高が約2割増と牽引し前年に近い水準まで復調、全体として前年実績を上回り、同月として過去最高の売上高を更新。
- ・ 婦人衣料では、夏の長期化への対応として国内ブランドで強化した定価商材の盛夏アイテムの足し込みが奏功し、4階では、鮮度あるイベントも引き続き好調で前年の売上高を大きく上回った。服飾雑貨では、8月1日からセールが始まったバラル、サンラス、帽子が連日の猛暑もあり好調に推移。
- ・ 改装に伴うフロアをまたがった仮設売場も認知が進み、宝飾品の売上高が前年を上回った。特に100万円以上の高額品（宝飾品以外含む）の売上高が約1割増と好調。
- ・ 毎年好評の、人気キャラクターとコラボレーションした全館連動イベントを8月13日から2週間開催。広域からの売上獲得と改装に伴う9階催場の面積縮小を補うため、特にECを強化。また、阪急オリジナルデザインのアイテムも全館で約80のブランドが参加し、連日多くのお客様で賑わい過去最高だった前年の売上高を上回った。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2024年度								2025年度				
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
阪急本店	115.5	113.1	108.1	113.8	113.5	112.3	103.8	96.4	92.2	85.2	81.8	86.6	103.1
阪神梅田本店	109.5	81.5	106.9	79.2	109.4	90.6	92.4	92.1	95.4	102.8	109.2	106.6	118.3
支店計	105.3	105.1	100.5	103.8	101.7	101.3	98.0	97.7	95.2	95.5	92.8	94.3	104.0
全店計	111.1	105.8	105.2	105.8	108.7	106.0	100.6	96.4	93.5	90.2	87.9	91.2	105.0

■ 食品事業

食品スーパー計	売上高前年比(%)
既存店 計	99.7

★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 メディアリレーション部 TEL:06-6367-3181