

2026年 4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	111.7
阪神梅田本店	127.1
支店計	105.1
全店計	110.9

※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

- ・ 気温の上昇に伴い、前月に引き続き春物ファッションの売上が好調に推移。また、ギフトや新生活の買い替えニーズも活況で、国内顧客の売上高が約1割増と高伸。都心店、郊外店、全店いずれの合計も前年の売上高を上回った。中でも、阪急本店および阪神梅田本店の売上高が前年に対して2ケタ増と全体を大きく牽引した。
- ・ インバウンドについては、中国からのツリストの売上高は前年の約5割減と厳しい状況が続くものの、中国を含む海外VIPは約6割増と前年を大きく上回り、免税売上高全体として約2割増と前月に引き続き前年を上回った。
- ・ 阪神梅田本店は、ファッション・ライフスタイルカテゴリーが前年の売上高に対して約4割増と引き続き高い伸びを示し、食品の売上高も約1割増、全体としても約3割増と前年を大きく上回った。川西阪急スクエアも改装効果により前年の売上高に対して約3割増と高伸。

○ 阪急本店の概況

- ・ 国内顧客の売上高が前年の約1割増と高い伸びを示し、同月の対比において2ヶ月連続で過去最高を更新。免税売上高も約2割増と高伸、店舗全体としても同月の対比において2ヶ月連続で過去最高の売上高となった。
- ・ 3月オープン5・6階『HANKYU LUXURY』が全体の売上を牽引。買い回りの向上や接客環境の充実が客単価の伸びにもつながり、強化したビッグメゾンのインスタ旗艦店を含むインターナショナルブティックの売上高が前年の約3割増、宝飾品・時計は約2割増と高い伸びを示した。全館の100万円以上の高額品売上高も前年に対し約4割増と高伸。
- ・ ラグジュアリー以外でも、気温の上昇に伴い初夏のアイテムも動き出しているモードファッションが前年に対して約2割増、また、引き続きブライダルニーズの好調なアクセサリーも約5割増と大きく売上を伸ばした。
- ・ 8日から約2週間、人気催事「北海道物産大会」を開催。好評の延べ約20種類がお楽しみいただけるソフトクリームをはじめ、9階の祝祭広場で展開したスイーツの集積が集客に寄与し幅広いお客様が連日ご来店。また、人気映画の影響もありアイヌを中心とする工芸品もお客様の反応が高く、春・秋の開催を通じ過去最高の期間売上高を更新。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2025年度												2026年度
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月
阪急本店	92.2	85.2	81.8	86.6	103.1	99.2	104.9	100.7	93.2	100.7	95.9	107.0	111.7
阪神梅田本店	95.4	102.8	109.2	106.6	118.3	134.0	112.7	122.9	107.4	136.5	126.3	119.2	127.1
支店計	95.2	95.5	92.8	94.3	104.1	99.4	102.6	102.8	97.1	101.4	99.0	101.5	105.1
全店計	93.5	90.2	87.9	91.2	105.1	103.2	104.9	103.6	96.0	104.1	99.8	106.4	110.9

■ 食品事業

食品スーパー計	売上高前年比(%)
既存店計	96.9

★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