

2022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	121.9
阪神梅田本店	123.7
支店計	107.9
全店計	115.9

※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

- ・ 新型コロナウイルスの新規感染が全国的に急拡大し、「まん延防止等重点措置」が、東京・神奈川(21日～)、大阪・兵庫・福岡(27日～)など、店舗所在地である都府県に再適用。適用前からすでに入店客数は減少傾向だったものの、前年のコロナ禍による影響の反動もあり、売上高は3ヶ月連続の2ヶ月増で前年実績を上回った。
- ・ 阪神梅田本店は、4月のグランドオープンに向けた工事の影響により、25日から28日まで4日間臨時休業。
- ・ 各支店においても、都心店を中心に年始からファッションが好調。昨年の反動の影響も加わり、売上高は約1割増。

○ 阪急本店の概況

- ・ 2日の初売りは、開店前から約5,000人のお客様が並ばれ、2年ぶりに新年らしい賑わいとなった。家族連れのご来店も多く、また、久々に帰省された方も多く、3世代でお買い物される姿が目立った。
- ・ カテゴリ別では、婦人ファッションの好調が継続しており売上高前年比約4割増。また、100万円以上の高額品の売上高は前年の2倍以上と高伸。成人の日のお祝いをはじめ、新年のギフトニーズも高く、時計・宝飾品・バッグが牽引。
- ・ 3連休以降、年配層を中心に入店客数が減少に向かうも、売上高前年比は2ヶ月連続で2割増を超える結果。
- ・ 12日から地下1階、20日からは9階などの特設会場を加え、全館でバレンタイン商戦がスタート。本年は、感染防止対策強化として、9階のメイン会場におけるソフトクリームなどのイトインメニューの販売を中止。また、混雑時における会場への入場制限など、前年よりレベルアップして展開。一方ECでは、取り扱いブランドの増加や、WEB上のデジタルガイドブックからオンラインストアで購入できる改善などの取り組み強化により、EC売上高は、約4割増と好調に推移。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2020年度			2021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	70.1	92.8	144.8	422.9	65.7	108.6	118.8	86.3	96.8	107.8	119.3	123.5	121.9
阪神梅田本店	55.6	66.8	109.5	251.9	78.9	82.4	85.7	31.8	57.8	90.5	114.6	135.3	123.7
支店計	74.2	88.8	124.5	258.6	132.3	99.1	106.8	91.4	94.9	101.9	102.2	103.9	107.9
全社計	70.6	88.3	132.6	313.6	101.3	102.5	111.0	84.4	93.1	103.7	111.5	115.8	115.9

■ 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	93.3	全店計	94.7	全店計	99.3

※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