

2024年 2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	132.5
阪神梅田本店	119.1
支店計	115.6
全店計	124.7

※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

- 来店動機につながるバレンタイン商戦が活況を呈し、また海外からのお客様の来店も引き続き多く、来店客数が順調に推移。中旬での気温の上昇もあり春物ファッションの動きが良く、加えて2回の3連休や閑年に伴う営業日1日増など好条件も重なり、全店の売上高前年比は2割増と高い伸びを示した。中でも都心店全店が売上高前年比2ケタ増と好調で、特に阪急本店や博多阪急が3割増と牽引。
- 売上高の2019年2月対比は127%、インハウンドを除く国内売上高対比は115%だった。中でも阪急本店は2019年対比140%(同国内売上高対比121%)、阪神梅田本店は111%(同113%)といずれもコロナ前水準を大きく上回る結果。免税売上高は引き続き高い水準で推移し、同月対比として9ヶ月連続、単月としても過去最高を更新。

○ 阪急本店の概況

- 2ヶ月連続で、過去最高売上高を更新(同月対比)。
- 化粧品を含む婦人ファッション全般と紳士ファッションが好調で、いずれも売上高前年比は2割増を上回る結果。中でも、国際ファッションやアクセサリ、バッグ、宝飾品、時計の売上高は前年に対し4割増を上回り牽引。ニットやジャケット、バッグ、スニーカーなど春夏の新作が国内外のお客様に高稼働。一方、コートの売上も海外のお客様を中心に伸長。
- 食品フロアや各階イベントスペースなどを使用し約300ブランド・約3,000種類の規模感で、全館にて展開したバレンタインチョコレートは期間売上高約31億円と昨年を上回り過去最高を更新。会場ごとにバラエティ豊富にテーマ設定し、セミナーなど楽しむ・学ぶ・体験する要素もさらに強化した9階特設会場が牽引、期間中大きな賑わいを見せた。
- 100万円以上の高額品の売上高は、前年の約1.5倍と引き続き高い伸びを示した。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2022年度			2023年度									
	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
阪急本店	131.0	114.8	116.6	113.3	118.8	115.9	125.9	126.1	116.7	116.1	115.1	120.2	132.5
阪神梅田本店	176.1	179.9	99.7	117.1	107.9	118.0	133.5	158.3	104.4	150.0	111.9	117.6	119.1
支店計	122.2	114.7	112.3	115.6	109.6	114.9	118.4	116.3	110.8	112.0	108.5	110.0	115.6
全店計	131.0	120.7	112.9	114.5	114.1	115.8	123.8	126.3	113.2	118.0	112.3	116.0	124.7

■ 食品事業

イズミヤ・阪急オアシス	売上高前年比(%)
全店計	103.3

関西スーパーマーケット	売上高前年比(%)
全店計	100.2

★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 コーポレートコミュニケーション部 TEL:06-6367-3181