

2021年 10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	107.8
阪神梅田本店	90.5
支店計	101.9
全店計	103.8

※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

- ・1日から緊急事態宣言等が解除となり、来店客数が徐々に回復。都心店では、外出を控えられていた年配層に加え、家族連れや遠方からの来店が見受けられるようになった。中旬以降の急な気温低下も影響し、秋物の動きが活発化。全店売上高は前年実績を上回る結果となった。
- ・売上高前々年対比も101%(国内売上高は109%)と、前々年は消費増税後の落ち込み影響があったが、前年、前々年実績を共に上回り、回復の兆しが見られる。
- ・8日には、阪神梅田本店が建て替え工事中の部分も合わせて約9割弱の売場面積で先行オープン。コロナ禍ということで、大々的な開業告知や集客力の高い催しはあえて行わず、また入場者制限等を行い、感染症対策を万全の体制で営業をスタート。地下1階をはじめ工事が継続している売場はあるものの、ストアコンセプトを象徴する1階の食品売場は特に連日盛況で、新客も多く、阪急本店との回遊も目立つ。

○ 阪急本店の概況

- ・緊急事態宣言解除に伴い、お客様に外出意欲の高まりが見られる。それまでの外出自粛や気温低下の影響もあり、婦人ファッション全般が好調で、前年対比2ケタ増。また、100万円以上の高額品の動きもよく、コロナ禍における大型催事の中止・延期というマイナス与件があるものの、売上高は前年実績を上回る。
- ・売上高前々年対比は106%、国内売上高は121%と大幅に復調傾向。
- ・ECでは、時流を反映した個食用や冷凍タイプを強化したおせち料理の予約受注が前年4割増(9月以降累計)と高い伸びで推移。クリスマスケーキにおいても、地下2階のサステナブルを意識した素材を使った独自ブランドと、有名シェフがコラボしたケーキはすでに完売するなど、お客様の反応もよく、前年5割増と好調な滑り出し。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2020年度						2021年度						
	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
阪急本店	98.7	86.2	82.1	70.1	92.8	144.8	422.9	65.7	108.6	118.8	86.3	96.8	107.8
阪神梅田本店	89.3	68.5	66.3	55.6	66.8	109.5	251.9	78.9	82.4	85.7	31.8	57.8	90.5
支店計	97.0	90.4	89.2	74.2	88.8	124.5	258.6	132.3	99.1	106.8	91.4	94.9	101.9
全社計	97.1	86.3	83.5	70.6	88.3	132.6	313.6	101.3	102.5	111.0	84.4	93.1	103.8

■ 食品事業

イズミヤ	売上高前年比(%)
全社計	97.8

阪急オアシス	売上高前年比(%)
全社計	100.3

★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