

2023年 5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	113.2
阪神梅田本店	117.3
支店計	115.6
全店計	114.6

※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

- 5月8日に、新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に移行し、都心店を中心に来店客数が順調に推移。移行直前のゴールデンウィークも、最後の週末は大雨となったが、遠方からのお客様や帰省客など、幅広い層のご来店で店頭は賑わいを見せた。結果、売上高前年比は引き続き2ケタ増と好調で、特に都心店が各店2ケタ増、郊外店もほぼ全店で前年実績を上回った。
- 売上高の2018年対比は110%、インバウンドを除く国内売上高対比111%と、ともに今月もコロナ前水準を上回った。阪急本店は2018年対比114%(同国内売上高対比115%)、阪神梅田本店は129%(同132%)といずれも2ケタの伸びを示した。免税売上高は、中国からのお客様は回復途上であるが、引き続き韓国・台湾・香港からのお客様の売上高が好調で、2018年5月に対して104%(阪急本店は108%)と実績を上回った。

○ 阪急本店の概況

- 5ヶ月連続で過去最高売上高を更新(同月対比)。
- 婦人服、服飾品、インターナショナルファッションや、化粧品、食品などの売上高が前年比2ケタ増と引き続き好調で、中でも化粧品は約3割増と高伸。外出機会の増加で、初夏アイテムのドレスやブラウスに加え、スニーカー、バッグに収納できるタイプの傘や折りたたみ素材の帽子が人気。また、コロナウイルスの5類移行に伴いマスクを外す場面の増加も背景にリップや基礎化粧品、ファンデーションなどの売上が高い伸びを示した。耳まわりのアクセサリへのニーズも高まっている。
- 前年の母の日はゴールデンウィークの最終日と重なったが、本年は1週間ずれ、服飾品や食品を中心に前日・当日はギフト購入客で活況だった。服飾品においては、天候の影響もあり雨傘や晴雨兼用パラルの動きが良かった。母親と一緒にご来店の方も多く、店頭でギフトをお渡しする姿も見られた。食品ではケーキや洋菓子ギフト、洋酒などが好調。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2022年度											2023年度	
	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月
阪急本店	597.0	119.9	110.7	152.6	135.4	122.8	111.4	109.0	120.8	131.0	114.8	116.6	113.2
阪神梅田本店	507.5	214.8	174.2	496.2	349.2	162.8	149.1	129.9	170.1	176.1	179.9	99.7	117.3
支店計	164.6	109.7	98.9	111.7	114.6	108.4	103.7	107.4	113.6	122.2	114.7	112.3	115.6
全店計	298.6	121.5	109.9	142.5	136.1	120.1	111.1	110.2	121.5	131.0	120.7	112.9	114.6

■ 食品事業

イズミヤ・阪急オアシス	売上高前年比(%)
全店計	100.5

関西スーパーマーケット	売上高前年比(%)
全店計	102.1

★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