

2025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	103.8
阪神梅田本店	92.4
支店計	97.9
全店計	100.6

※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

- ・ 暖冬だった前年に対して、本年は強い寒波の到来による厳しい寒さが続いたことで来店客数や春物ファッションの動きに鈍さが見られたが、重衣料や高額商品の好調継続とハレソライベントの活況などが下支えした阪急本店が牽引し、閏年だった前年の売上高を全店合計で上回る結果となった。
- ・ 阪神梅田本店は、改装に伴い催事場を含めた一部の売場閉鎖が継続中。そのため大型催事の中止なども影響し、前年の売上高を下回った。なお、催事等を除いた店頭売上高は前年比103%と健闘。
- ・ 免税売上高は、前年に対して暦のずれにより春節期間が1月～4日間前倒しになったものの約1割増、阪急本店も約1割増と、営業日数が1日多い前年の実績を上回り、同月の売上高では21ヶ月連続で過去最高を更新。

○ 阪急本店の概況

- ・ 14ヶ月連続で、同月の売上高において過去最高を更新。
- ・ 宝飾品の売上高が前年に対して約3割増、化粧品は約2割増と大きく伸長。最高気温が10℃を下回る日が大半だったため、婦人ファッションではコートなどアウターが引き続き売上を下支えしたが、改装工事による売場閉鎖の影響が一部出始め、閏年も重なり前年の売上を少し下回った。そんな中、モードファッションや、引き続き「プライダルニース」が好調なアクセサリは前年売上に対して約1割増と牽引。また、ネックウェアや帽子などの雑貨では春の新作へのニーズが高まり、動き出している。
- ・ 食品フロアや各階イベントスペースなどを活用し約300ブランド、約3,000種類の規模感で展開したハレソライベントは期間売上高約32億円と、昨年を上回り過去最高を更新。アイスクリームや焼き菓子など、チョコレートの楽しみ方をバリエーション豊富に提案した9階の特設会場が売上を牽引。また、ファッションフロアでの各ブランドとのコラボ商品なども好評で、期間中全館で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2割増と引き続き好調に推移。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2023年度		2024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	132.0	130.0	129.6	146.1	137.7	120.3	115.5	113.1	108.1	113.8	113.5	112.3	103.8
阪神梅田本店	119.1	107.0	105.8	108.8	109.2	105.3	109.5	81.5	106.9	79.2	109.4	90.6	92.4
支店計	115.5	111.4	110.4	112.0	116.7	107.5	105.3	105.1	100.5	103.8	101.7	101.3	97.9
全店計	124.5	119.9	119.9	129.1	127.1	114.1	111.1	105.8	105.2	105.8	108.7	106.0	100.6

■ 食品事業

イズミヤ・阪急オアシス	売上高前年比(%)
全店計	100.9

関西スーパーマーケット	売上高前年比(%)
全店計	101.9

★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