2021年2月1日

各　位

エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社

2021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	70.1
阪神梅田本店	55.4
支店計	74.0
全店計	70.4

○ 全店の概況

- 7日に関東の1都3県、13日には大阪・兵庫・福岡など7府県に、緊急事態宣言が再発令された。それを受けて、14日以降、阪急うめだ本店・神戸阪急・高槻阪急ではﾚｽﾄﾗﾝの営業時間を20時までに短縮。さらに16日からは阪急ﾒﾝｽﾞ東京の店舗営業時間を19時までに短縮。
- 外出自粛に加え、寒波による気温低下も重なり、来店客数が都心店を中心に12月よりもさらに減少。ｸﾘｱﾗﾝｽの12月への一部前倒しや、春節の実績も影響し売上高前年比は70%、ｲﾝﾊﾞｳﾝﾄﾞ(前年比86%減)を除く国内売上高前年比も76%と低調。特に、郊外店(前年比83%)に比べ都心店(前年比67%)の落ち込みが大きい。
- 外出自粛も背景に、ECが売上高前年比213%と高伸。新規ﾌﾞﾗﾝﾄﾞの追加や限定品など取り組みを強化した化粧品やﾊﾞﾚﾝﾀｲﾝﾁｮｺﾚｰﾄなどが牽引。WEB決済ｻｰﾋﾞｽ「Remo Order」は、顧客への認知が高まり、特に緊急事態宣言再発令に伴い外出を自粛されている顧客からの利用が拡がる。また、期間限定ｲﾍﾞﾝﾄや話題性・希少性の高い商品は「WEBｶﾀﾛｸﾞ」を通しての利用も拡がる。
- 阪神梅田本店では、建て替え工事に伴い地下1階の売場面積がさらに縮小し、食品売場面積は約2割減の状況。さらにﾐｾｽ・ｼﾆｱ層の来店減も継続。

○ 阪急本店の概況

- 福袋のEC販売へのｼﾌﾄやｸﾘｱﾗﾝｽの前倒しによる分散開催など、店頭の密回避への取り組みにより、2日の初売りは、開店前のお客様のお並びも約2,000人(前年約7,500人)と少なく、落ち着いたｽﾀｰﾄ。
  福袋はECも奏功し前年並みの売上は確保できたが、店頭では帰省客や3世代ﾌｧﾐﾘｰの姿は少なく、さらに年始の休暇が短いということもあり初売り商戦は苦戦。晴れ着姿もほとんど見受けられなかった3連休も含め、厳しい滑り出し(国内売上高前年比80%)。そのような状況のなか、100万円以上の高額品の売上は、比較的堅調に推移し、ﾗｸﾞｼﾞｭｱﾘｰは店の売上水準を大きく上回った。特に時計売場は、前年実績もｸﾘｱし売上の嵩上げに寄与。
- 13日から地下1階、20日からは9階特設会場を中心にﾊﾞﾚﾝﾀｲﾝが本格ｽﾀｰﾄ。本年は特設会場の密回避の観点から通路幅を拡大し、他ﾌﾛｱのｲﾍﾞﾝﾄｽﾍﾟｰｽも活用することで、全館で前年と同ﾚﾍﾞﾙの品揃えで展開。
  特に限定品や人気ﾌﾞﾗﾝﾄﾞの先行受注など取り組みを強化し、12月から開始しているECの受注売上も高伸。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2019年度			2020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	98.6	81.9	58.7	14.1	25.6	78.1	75.4	70.5	61.8	98.7	86.2	82.1	70.1
阪神梅田本店	97.5	80.1	57.5	19.1	27.3	63.9	68.1	63.1	44.2	89.3	68.5	66.3	55.4
支店計	132.1	135.8	99.4	41.8	56.1	115.4	112.6	116.7	108.2	97.0	90.4	89.2	74.0
全社計	110.2	98.2	72.0	23.6	35.9	89.1	86.8	85.0	73.0	97.1	86.3	83.5	70.4
既存店計※	98.2	85.7	62.0	19.5	30.5	77.5	76.1	73.1	63.7				

※神戸・高槻阪急を除く

■ 食品事業

イズミヤ	売上高前年比(%)
全 社 計	105.4

阪急オアシス	売上高前年比(%)
全 社 計	107.4

※)2020年4月1日付でイズミヤ株式会社は3つの会社に分割されました。これに伴い、2020年4月度売上速報より、「イズミヤ」の数値は、食品スーパーを運営する新イズミヤ株式会社と旧イズミヤ株式会社の食品スーパー部門の前年同月を比較しています。

★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