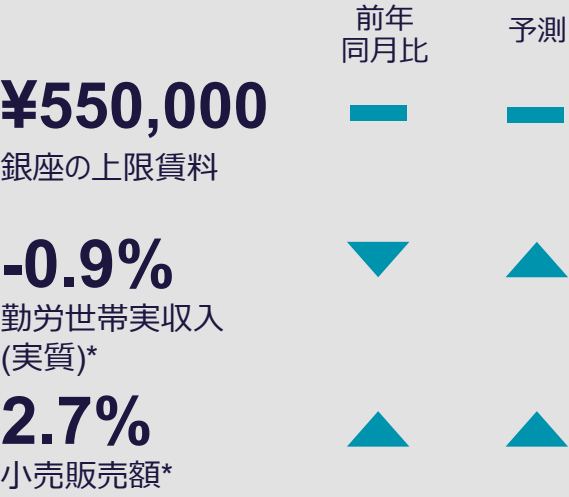
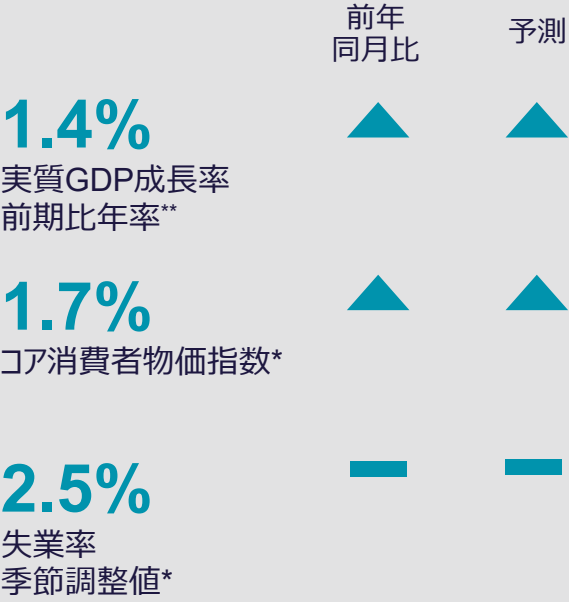


賃貸市場基礎指標



経済指標



出所：総務省、経済産業省、第一ライフ資産運用経済研究所
*2026年8月時点
**2026年6月時点

マクロ環境：緩やかな景気回復下で、消費環境は力強さを欠く

民間調査機関による予測では、2026年第3四半期の実質GDPは前四半期比+0.1%(年率換算0.4%)¹と、前四半期に続いてプラス成長を維持し、景気は緩やかな回復が続けるとみられる。

コア消費者物価指数(生鮮食品を除く)は2026年8月時点で前年同月比+1.7%となった。政府による電気・ガス料金支援によりエネルギー価格が前年比マイナスに転じた他、食料品価格の上昇も鈍化し7カ月連続で前年比2%を下回っている。2026年8月の労働世帯実収入は、名目では前年同期比1.3%と増加した一方、実質では同0.9%減となり、前回レポートで取り上げた5月の0.7%増からマイナスに転じた。実質収入は7月以降2カ月連続で前年を下回り、家庭の購買力は弱含んでいる。

小売販売額は2026年8月に前年同月比2.7%増となった。季節変動をならした3か月移動平均の指数は117.2(2020年=100)だが、前月比1.1%低下するなど足元の動きは弱く、経済産業省は小売業販売を「一進一退」と判断している²。7~8月の訪日外客数は計654万人と前年同期比16.8%減少³。前期同様、中国からの訪日客数が前年同期比約6割減少したことが全体を押し下げた。

国内景気は緩やかな回復基調にある一方、実質収入の減少により家計の購買力は弱く、小売消費の回復力は限定的である。インバウンドも中国からの訪日客減少が重石となり、小売市場は当面、緩やかな改善にとどまるとみられる。

ミクロ動向：ブランドとエリアの融合が生む、「ここでしかできない」店舗体験

今期は表参道で旗艦店オープンが相次いだ。8月にはlululemonが原宿駅近くの表参道沿いにグローバル旗艦店「ルルレモン原宿」を、Googleが東急プラザ表参道「オモカド」に米国外初となる旗艦店「Google Store表参道」をオープンした。

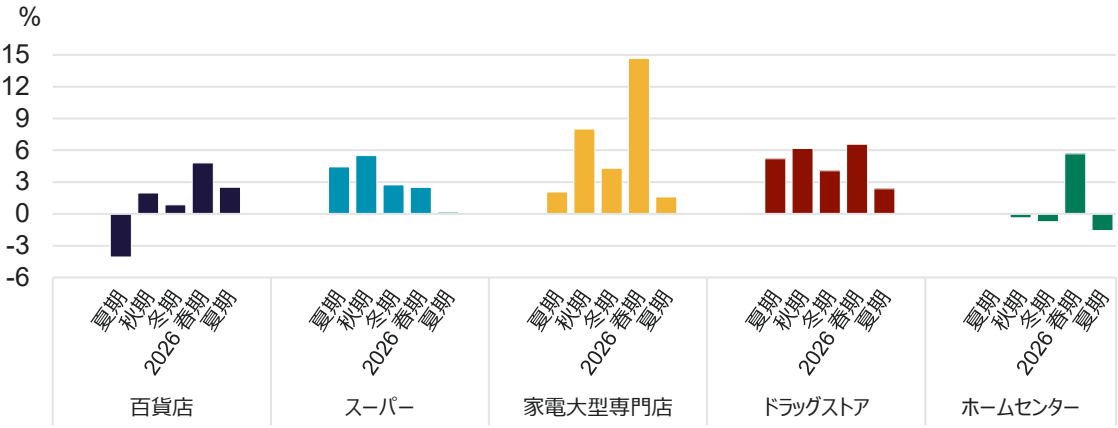
lululemonは2017年から日本で店舗展開を進め、日本をアジア太平洋地域における主要マーケットの一つと位置付け、出店計画を強化している。「ルルレモン原宿」では日本を拠点に活躍するアーティスト3人が明治神宮、代々木公園、原宿から着想を得たアートワークを展示。街の個性とブランドの世界観を融合させ、グローバル旗艦店としてブランドを発信する場としている。Googleは日本進出25周年を機に、ファッション、カルチャー、テクノロジーが交差するエリア特性を活かし、米国外初となる旗艦店をオープン。日本におけるブランド体験の拠点として、最新デバイスに加え、GoogleのAIを体験できるPixel Studioも設けている。また、国内外で事業を拡大し、高成長を続けるHUMAN MADEも、9月に初の旗艦店「HUMAN MADE TOKYO」をオープン。ブランドのルーツと深く結びつくエリアで、新たな旗艦拠点を展開している。また、こうしたエリアの個性を店舗体験に取り込む動きは、旗艦店に限らない。9月に開業したTOFROM YAESUでは、飲食店を中心に据えながら、八重洲で長く親しまれてきた老舗と新たな人気店を組み合わせ、街の歴史や路地裏文化を現代的に再編集している。

各社に共通するのは、ブランドや施設の世界観とエリアならではのカルチャーや個性を結び付けている点だ。単なる大型店やワーカー向けの飲食店の集積ではなく、ブランド・施設と街の個性の融合を生かした「この場所を訪れる理由」そのものをつくる店舗・施設戦略が際立っている。

OUTLOOK

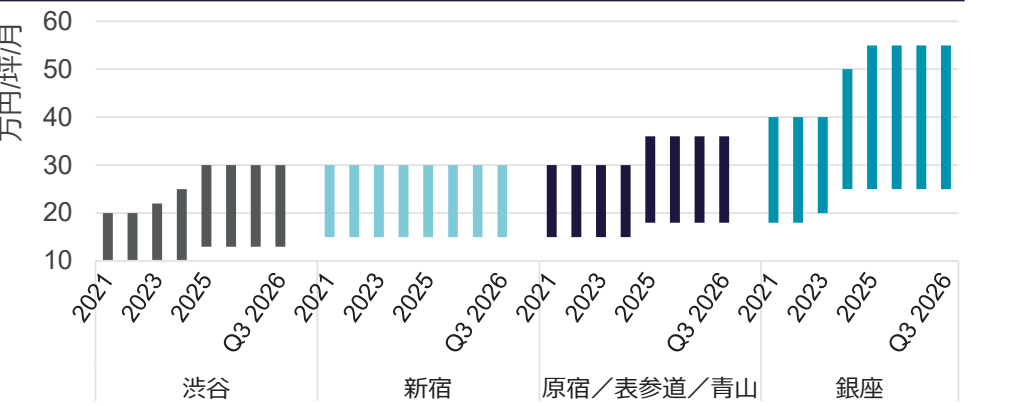
消費環境の力強い回復にはなお時間を要するものの、ブランド価値を発信できる好立地への出店需要は底堅いとみられる。表参道をはじめとする主要商業エリアでは、エリアの特性とブランドの世界観を融合した旗艦店に加え、F&B(飲食)をはじめとする体験コンテンツを通じて地域固有の魅力を取り込む商業施設など、店舗・施設そのものの体験価値を重視した出店・開発が今後も市場を牽引すると考えられる。

業態別小売業販売額（前年同期比）

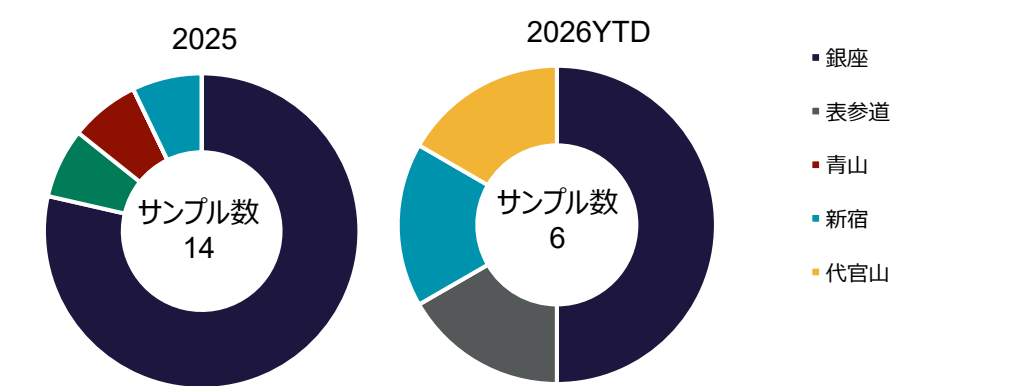


出所：経済産業省

プライムリテール賃料レンジ（2020年以降）



ラグジュアリー店舗の新規出店動向の推移⁴



¹ 第一ライフ資産運用経済研究所「2026~2027年度日本経済見通し(2026年9月)(2026年4-6月期GDP2次速報後改定)」
² 2026年9月30日公表、経済産業省「商業動態統計速報（2026年8月分）」
³ 日本政府観光局（JINTO）
⁴ 東京23区内に出店したラグジュアリーブランドのテナント数をサブマーケット別に集計

主要テナント別、新規出店・移転動向

テナント	出店先	サブマーケット	推定賃借面積 (坪)
Google Store	東京都渋谷区神宮前4-30-3	表参道	*約350坪
lululemon	東京都渋谷区神宮前1-13-12	表参道	**約369坪
HUMAN MADE	東京都渋谷区神宮前6-25-10	表参道	*約180坪

出所：「テナント」各社
*延床面積 **店舗面積

主な商業施設の開業

施設	用途	開発会社	サブマーケット
TOFROM YAESU	店舗	東京建物	京橋・八重洲・日本橋
JIYUGAOKA MUSE SQUARE	店舗	ヒューリック・鹿島建設	-

出所：「開発会社」各社

プライムリテール賃料（円/坪/月）

サブマーケット	上限値	下限値	今後12カ月の見通し (平均)
銀座	550,000	250,000	▲
原宿／表参道／青山	450,000	180,000	▲
新宿	300,000	150,000	■
渋谷	300,000	130,000	▲
心斎橋／御堂筋	400,000	150,000	■
京都	150,000	60,000	▲
栄	130,000	50,000	■
天神	100,000	50,000	▲
札幌	70,000	40,000	■

調査対象・定義

プライムエリア	東京、大阪、名古屋、京都、神戸、福岡、札幌を含む主要都市の路面店が立地する20のサブマーケットの中で、弊社が最も優良と判断するエリア
プライムリテール賃料	プライムエリア内にある現在営業している路面店舗の1階部分を対象とした、想定成約賃料（共益費を含むが、フリーレント等は除く）。単位は貸室総面積をベースにした、坪当たり月額の日本円。

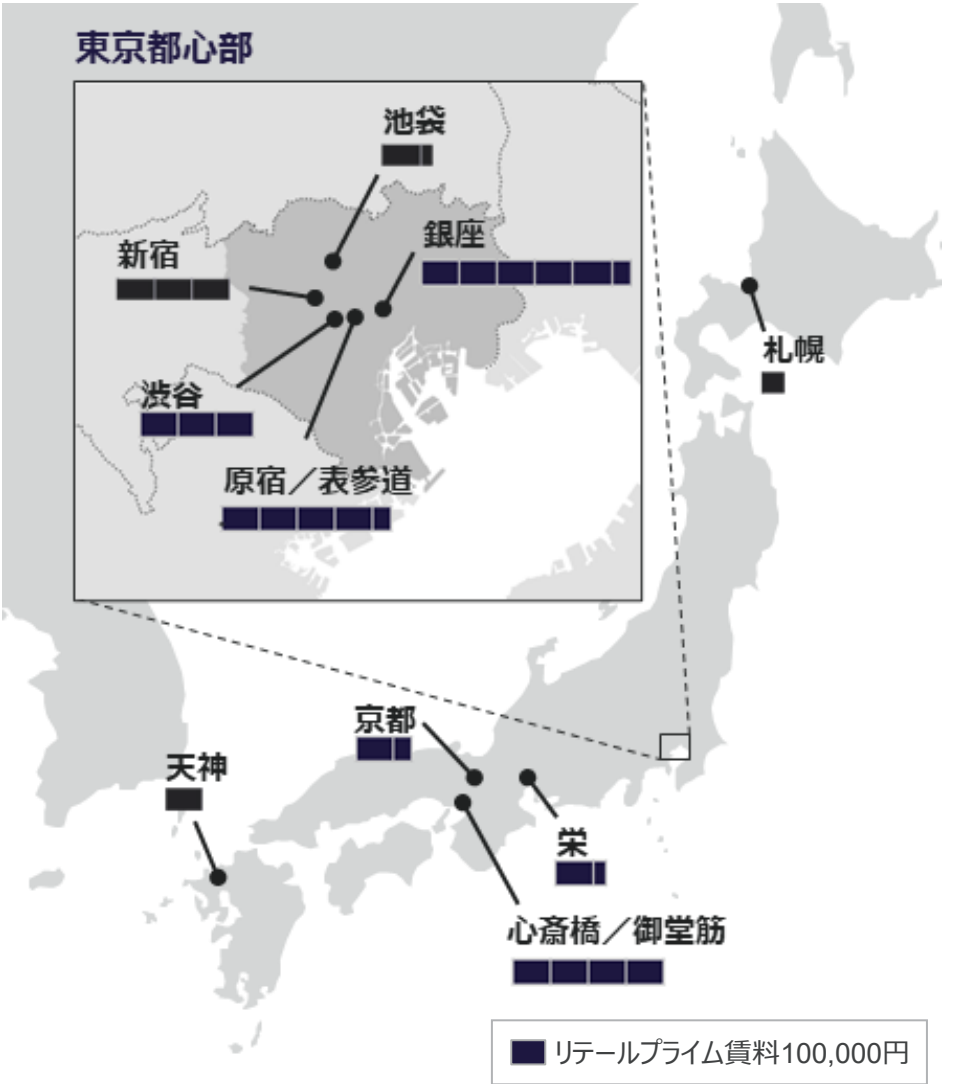
GOOGLE



LULULEMON



TOFROM



須賀 勲

ヘッド・オブ・リテール・サービス
isao.suga@cushwake.com

著者：

渡辺 竜也

ディレクター、リテール・サービス
tatsuya.watanabe@ap.cushwake.com

鈴木 英晃

ヘッド・オブ・リサーチ&コンサルティング
hideaki.suzuki@cushwake.com

林 文香

ディレクター、リサーチ&コンサルティング
ayaka.hayashi@cushwake.com

A CUSHMAN & WAKEFIELD RESEARCH PUBLICATION

クッシュマン・アンド・ウェイクフィールド（NYSE: CWK）は、テナント・ビジネスおよび不動産投資ビジネスにおいて、包括的な事業用不動産サービスを提供する世界有数のグローバル企業です。約60か国において350拠点以上を展開し、約53,000名の従業員を擁しています。2025年は、施設管理、売買仲介、鑑定評価、テナントレップ、リーシング、プロジェクト・マネジメントおよびその他の主要事業分野において、売上高103億ドルを計上いたしました。「Better never settles（より高い価値の創出を追求し続ける）」という理念のもと、持続的な成長と企業価値向上に取り組んでおり、その企業文化は業界内外で高い評価を受けています。詳細につきましては、当社ウェブサイト（www.cushmanwakefield.com）をご参照ください。

©2026年クッシュマン・アンド・ウェイクフィールド（Cushman & Wakefield PLC及びそのグループ会社を意味します。）（C&W）
本レポートの著作権はC&Wが保有し、C&Wの書面による事前の承諾なしに全部又は一部を変更、複製、再配布、第三者に転送することはできません。
本レポートは、情報の提供を唯一の目的としたものであり、C&W又は第三者が発行する有価証券、不動産、不動産関連金融商品の販売その他の取引の勧誘を目的としたものではありません。特定の投資及び投資戦略に関しては、本レポートの利用者ご自身で独自に検討する必要があります。本レポートは、自己責任にてご利用ください。
本レポートは、信頼することができると思われる情報を前提として、本レポートの作成年月日又は本レポートにおいて示されている基準年月日現在のC&Wの見解です。C&Wは、本レポート中の見解その他の記載内容を更新する義務を負いません。
本レポートにおいて示した市場動向及びその予想は、重大な不確実性や偶発事象の影響を受けて変化する可能性があります。本レポート中の見解その他の記載内容は事前連絡なしに変更されることもあります。
本レポートで使用されている表及びグラフは過去のもの又は将来の予測を示すものであり、将来の動向を保証するものではありません。C&Wは、本レポートの正確性、完全性、信頼性、有用性、その利用における適合性などについて保証するものではありません。