

報道関係者各位

新宿の商業地図が変わる

大型旗艦店の相次ぐ出店が示す「体験消費時代」の到来

グローバル不動産総合サービス会社の[クッシュマン・アンド・ウェイクフィールド](#)（グローバル本社：米国イリノイ州シカゴ、日本本社：千代田区永田町、C&W）は、不動産リテール市況に関する[最新のレポート](#)を発表致しました。最新のレポートによると、新宿ではスポーツ・ライフスタイルブランドによる大型旗艦店への投資が加速しています。売上効率だけでは測れないブランド体験や情報発信機能が重視され、商業不動産需要の新たな潮流が鮮明になっています。



詳細ダウンロードは[こちら](#)から

マクロ環境：消費回復とインバウンドが支える需要成長

民間調査機関による予測では、2026 年第 2 四半期の実質 GDP は前四半期比+0.1%(年率換算 0.3%)と、3 四半期連続の成長が見込まれる(*1)。ただし中東情勢の不透明感が景気を下押しし、成長率は低水準に留まる見通し。コア消費者物価指数(生鮮食品を除く)は 2026 年 5 月時点で前年同月比+1.4%となった。政府によるエネルギー価格抑制策や食料

品価格上昇の鈍化を背景に、2026 年 2 月以降 4 カ月連続で前年比 2%を下回る水準にとどまる。表面的にインフレ鈍化局面に見えるが、中東情勢による資材・素材コスト増が今後価格転嫁を通じて再浮上するリスクは払拭されておらず、今後の物価動向には注意を要する。

賃金環境では、労働世帯実収入は 2026 年 5 月時点で前年同月比+0.7%となり、年初以来緩やかに上昇、個人消費を下支えた。小売販売額は自動車販売、省エネ基準改定前のエアコン需要、ゲーム機などの機械器具販売の好調により 2026 年 5 月は前年同月比+5.3%と大幅に増加し、3 カ月連続のプラスとなった。

訪日外客数は 1,040 万人と、前年同期比-5.2%減少(*2)した。中国からの訪日客数が前年同期比で約 6 割減少したことが主因となるが、訪日外国人 1 人当たり旅行支出は 24 万 4 千円(*3)と推計され、前年同期比+3.3%増加した。

ミクロ動向：新宿で相次ぐ大型旗艦店のブランドリシャッフル

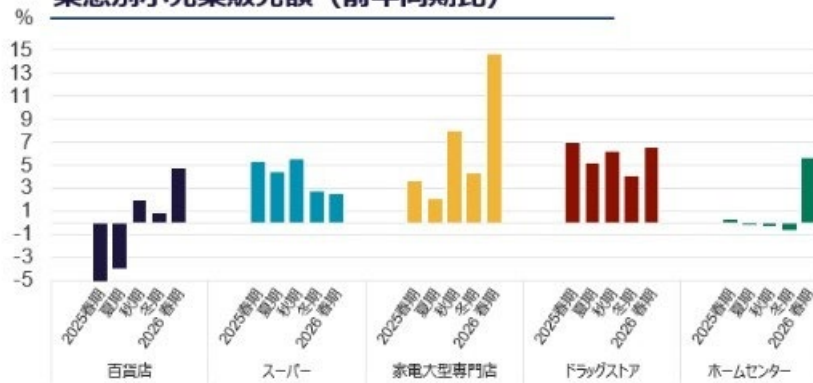
新宿では大型旗艦店のブランド入れ替えが際立った。4 月に NIKE がラッシュ跡に 4 層構成の大型店舗を新設。新宿独自のタイポグラフィーや内装デザイン、そして商品のカスタマイズを可能とする NIKE BY YOU の設置など、体験的要素を含んだ店づくりを実現。新宿三丁目交差点では、バーバリー跡において眼鏡ブランド JINS が旗艦店を開業。「ぜんぶ、ここにある」をコンセプトに、3 フloor・延床面積約 1,000 m²と、世界最大規模となる店舗であり、訪日客への国内アイウェア文化の発信拠点と位置付ける。加えて、アンダーアーマーブランドハウス新宿跡の高野ビルに、訪日観光客から高い支持を集める国産ブランドのオニツカタイガーが、7 月に 4 フloor構成の世界最大級旗艦店をオープン。豊富な品揃えのみならず、アーケードゲーム機・大型カプセルトイ機・フォトブース等を配した体験型エリアを設置し、購買行動を伴わない滞在時間の創出と SNS 拡散導線の設計を狙う。これで同ブランドが新宿エリアで展開する店舗は 5 つとなる。オニツカタイガーの移転元ビルには同グループによる「ASICS FLAGSHIP SHINJUKU」のオープン(7 月末)も決まっている。

スポーツ・ライフスタイルブランドによる大型旗艦店の需要を新宿が取り込んだ形となるが、これらの動向からも、新宿という商業エリアの性格が「広域集客型の物販拠点」から「インバウンドと体験価値を軸とした発信型ハブ」へと構造的にシフトしていることを示唆する。

アウトLOOK

- 訪日外客数は減少したものの、1人当たり旅行支出の増加により訪日外国人旅行消費額は2兆5,096億円と前年同期比0.2%増となった。インバウンド需要は引き続き堅調に推移する見込み。
- 新宿エリアでは、ブランドのショールーム化および複層・大規模区画への需要が根強く、売上効率だけでは説明できないブランド露出および集客装置としての機能が賃料形成を支える構造が継続する見込みである。

業態別小売業販売額（前年同期比）

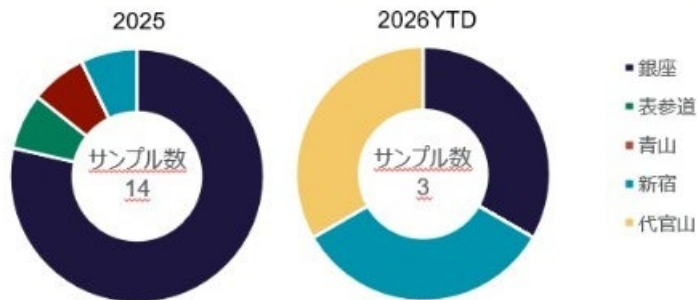


出所：経済産業省

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



注釈

- 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 6 月)(2026 年 1-3 月期 GDP2 次速報後改定)」
- 2) 日本政府観光局 (JINTO)
- 3) 国土交通省官公庁 インバウンド消費動向調査 4-6 月期調査結果
- 4) (上記グラフ)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)
JINS	東京都新宿区新宿3-1-20	新宿	約300 *
NIKE	東京都新宿区新宿3-26-6	新宿	約480
Mercedes-Benz	東京都港区南青山5-1-1	表参道	約42**

出所：「テナント」各社

* 延床面積

** 建物面積

主な商業施設の開業

施設	用途	開発会社	サブマーケット
クオーツ心斎橋	店舗	ヒューリック ほか	心斎橋／御堂筋
HAERA	店舗	J. フロント都市開発 ほか	栄

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

詳細レポートは [PDF](#) でご覧いただけます。

その他の日本の不動産市場レポート

-以上-

クッシュマン・アンド・ウェイクフィールドについて

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。

メディア・コンタクト:

大谷 彩子

マーケティング＆コミュニケーションズ

+81 3 6634 0017

<mailto:saiko.otani@cushwake.com>