

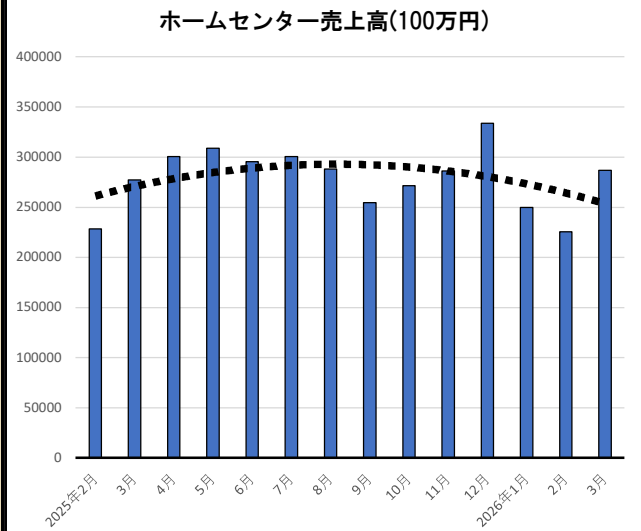
日本政策総研 みやわき経済3分レポート(No.102)(2026.6.01)

《日本経済消費》

日本政策総研代表取締役社長
宮脇 淳

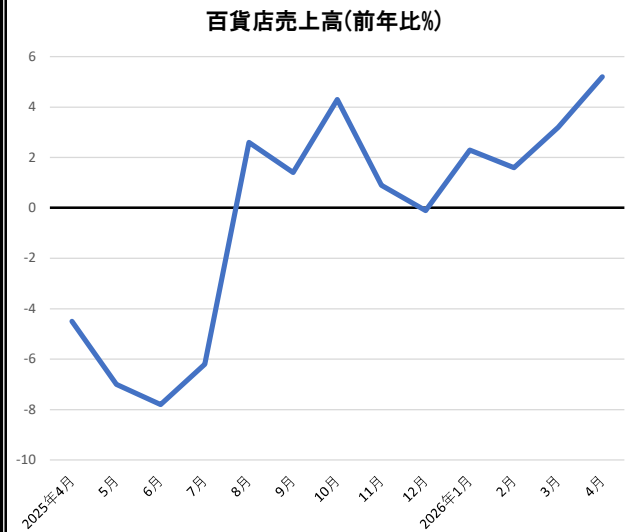
日本ホームセンター売上高軟化（2026.3）

経済産業省「商業動態統計」によると、2026年3月のホームセンター売上高は前年比3.4%増となった。25年前半は、家庭用品等の伸びでホームセンターの売上高が増加傾向にあった。その後、年末・年度末要因による増加はあるが、全体として弱含む傾向にある（傾向線＝黒点線）。ホームセンター市場の成熟化、オーバーストア化が進む一方で、物価上昇による消費抑制と異業種参入が進み、競争環境は一段と厳しくなっている。



日本百貨店売上高回復（2026.4）

日本百貨店協会「百貨店売上高統計」によると、2026年4月の売上高は前年比5.2%増で、年明け以降4カ月連続の増加となった。円安基調を背景に、インバウンド需要が前年比18.3%増と大きく伸びている。また、気温が高めに推移し春物衣料品や雑貨の売上が増加している。ただし、地域的跛行性が大きく、都市部が増加を続ける一方で、非都市部では半年にわたり売上が減少する動向を続けている。



日本ショッピングセンター売上増加（2026.4）

日本ショッピングセンター協会「SC売上高統計」によると、2026年4月の売上高は前年比4.3%増となった。気温が高めに推移し初夏物衣料、UV対策や冷感商品などの季節商品が好調となった。とくに、インバウンドの来館の多い店舗、イベント展開の店舗で売上げが伸びている。サービス関連では、映画のほか携帯販売も増加傾向にある。ゴールデンウィークの外出需要もプラス要因となり、ショッピングセンターの売上増加に結びついている。

