

報道関係者各位

2026 年 7 月 30 日

株式会社ラクーンコマース

スーパーデリバリー、「2026 年 4 月～6 月 仕入れ価格動向レポート」を発表 ～防災需要と新生活需要が価格を押し上げる一方、特需カテゴリは沈静化～

株式会社ラクーンコマース（本社：東京都中央区、代表取締役社長：和久井 岳）が運営する卸・仕入れサイト「スーパーデリバリー」は、2026 年 4 月～6 月における商品仕入れ価格の動向をまとめた「仕入れ価格動向レポート」を発表しました。



■背景と目的

スーパーデリバリーは、国内メーカーと小売店やサービス業などの事業者が取引する卸・仕入れサイトです。日本の事業者を対象とした国内版に加え、世界 134 か国への卸販売が可能な越境版も展開しています。アパレルや雑貨を中心に、家具、生活家電、食品など幅広いジャンルの商品が 200 万点以上掲載されています。

本レポートは、卸・仕入れサイト「スーパーデリバリー」における商品の仕入れ単価（1 個あたり）の動向を、2019 年を基準（＝100）とした価格指数として分析したものです。2026 年 4 月～6 月のデータに基づき、主要ジャンルごとの価格変動を前期（2026 年 1 月～3 月）と比較しながら解説します。

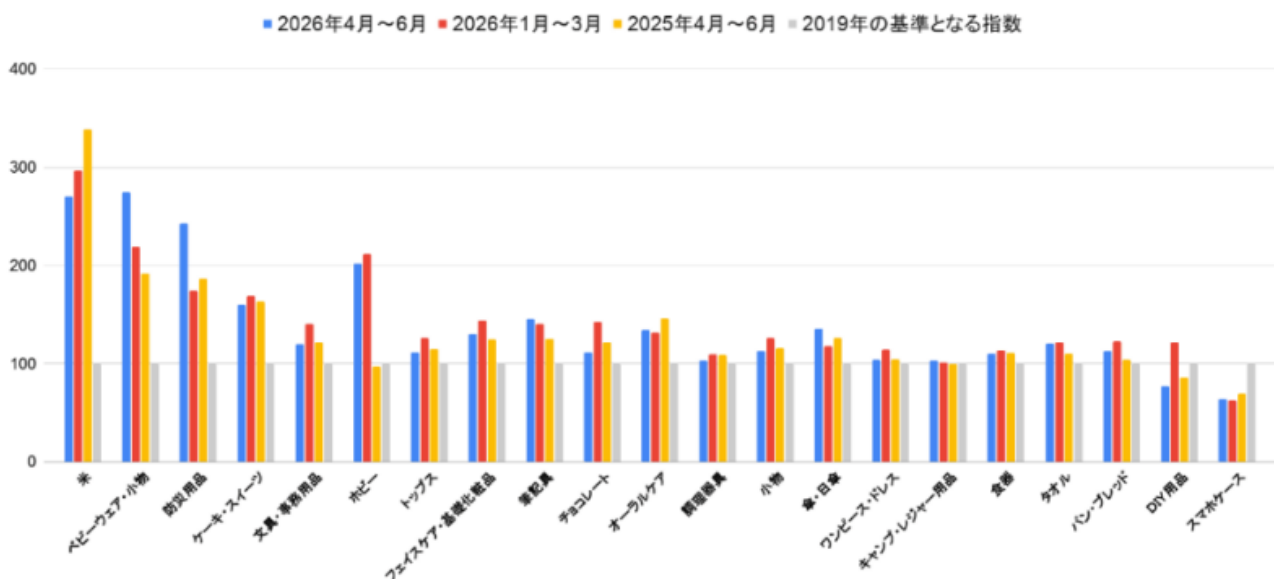
■ 仕入れ価格指数の動向：防災意識の高まりと季節商材の反動

2026年4月～6月期の価格動向は、「防災用品」「ベビーウェア・小物」といった生活関連カテゴリの急伸と、前期に特需的な高騰を見せた「DIY用品」「チョコレート」の急落という、対照的な動きが同時に進行しました。

最大の注目点は、「防災用品」が前期比+39.5%と全カテゴリ中最大の上昇を記録したことです。自然災害への警戒感の高まりや、梅雨から台風シーズンを見据えた備蓄需要の拡大が、価格を押し上げたと考えられます。同様に「ベビーウェア・小物」も新生活・入園シーズンの需要増から+25.0%の大幅上昇となりました。

一方、前期に春のリフォーム需要で急伸した「DIY用品」は反動で-36.8%と全カテゴリ中最大の下落となり、バレンタイン・ホワイトデー需要が一巡した「チョコレート」も-21.8%の大幅下落となりました。「米」は依然として2019年比で2.7倍の高水準にあるものの、前期比では-8.9%となり、緩やかな沈静化が続いています。

カテゴリ別 仕入れ価格指数



カテゴリ	2026 年 4-6 月	2026 年 1-3 月	2025 年 4-6 月	2019 年の 基準となる指数
米	270.48	296.95	338.86	100
ベビーウェア・小物	274.36	219.56	191.93	100
防災用品	242.70	174.03	186.55	100
ケーキ・スイーツ	159.83	168.91	163.55	100
文具・事務用品	119.94	140.29	121.99	100
ホビー	201.81	211.90	96.96	100
トップス	111.77	126.35	114.88	100
フェイスクア・基礎化粧品	129.91	143.98	124.92	100
筆記具	145.64	140.29	125.30	100
チョコレート	111.30	142.35	122.01	100
オーラルケア	133.96	131.65	146.21	100
調理器具	103.27	109.64	108.41	100
傘・日傘	135.94	117.95	126.11	100
D I Y用品	77.17	122.18	85.69	100
スマホケース	64.20	62.51	69.52	100

※本リリースでは主要カテゴリを抜粋して掲載しています。全カテゴリの指数一覧は以下をご覧ください。

全カテゴリの価格指数一覧

<https://blog.superdelivery.com/aboutsd/report/145416.html>

前回の調査はこちら

スーパーデリバリー 仕入れ価格動向レポート 2026 年 1 月～3 月までの物価高を調査

<https://blog.superdelivery.com/aboutsd/report/141973.html>

■ 前期比で上昇が目立ったカテゴリ

・ 防災用品(+39.5%)

前期の174.03から242.70へと、全カテゴリ中最大の伸び率を記録しました。近年頻発する自然災害への警戒感の高まりに加え、梅雨明け後の台風シーズンを見据えた事業者・個人双方での備蓄品の見直しが活発化したことが要因と考えられます。防災意識の高まりは一時的な現象ではなく、構造的な需要として定着しつつある様子がうかがえます。

・ベビーウェア・小物(+25.0%)

219.56から274.36へ大幅に上昇しました。新学期・入園シーズンにあたる4月は、出産・子育て関連のギフト需要が高まる時期でもあります。高機能素材や単価の高い商品への仕入れシフトが、指数を押し上げた可能性があります。前年同期（191.93）との比較でも+42.9%と高い伸びを示しており、同カテゴリの単価上昇傾向は継続しています。

・傘・日傘(+15.2%)

117.95から135.94へ上昇しました。梅雨入りを控えた6月にかけて傘の需要が高まる季節性に加え、紫外線対策としての日傘需要も夏に向けて拡大していることが背景にあると考えられます。

・筆記具(+3.8%)

140.29から145.64へと小幅ながら上昇しました。新年度を迎えた4月は、学校・企業双方で筆記具の需要が高まる時期であり、季節性を反映した動きとなりました。

■前期比で低下が目立ったカテゴリ**・DIY用品(-36.8%)**

前期の122.18から77.17へと、全カテゴリ中最大の下落となりました。前期（1月～3月）は春の新生活やリフォーム需要に向けた資材価格の高騰が指数を押し上げていましたが、その反動が大きく表れた形です。2019年基準（100）を大きく下回る水準まで落ち込んでおり、需要の一巡と単価の低い消耗品中心の取引への移行がうかがえます。

・チョコレート(-21.8%)

142.35から111.30へ大幅に下落しました。バレンタインデー・ホワイトデーという年間最大のイベント需要期を終え、高付加価値商品の仕入れが一巡したことに加え、気温上昇に伴う夏場の需要減という季節要因も重なったと考えられます。

・文具・事務用品(-14.5%)

140.29から119.94へ下落しました。新年度前の需要が一段落したことに加え、前期に見られた値上がりの反動が表れた結果と考えられます。

・米(-8.9%)

296.95から270.48へ下落し、沈静化の方向が続いています。「米」は2025年4月～6月に338.86まで急騰した後、7月～9月は260.91まで落ち着きを見せたものの、新米シーズンを迎えた10月～12月には過去最高の360.1まで再び急騰するという、極端な変動を繰り返してきました。今期はその高値からの調整局面が続いた形で、供給面の安定と、需要の一巡が主な要因と考えられます。ただし、2019年基準（100）との比較では依然として2.7倍という高水準にあり、「米」は今なお全カテゴリ中で最も基準からの上振れが大きいジャンルです。新米の作柄や流通状況次第で再び上昇に転じる可能性もあり、引き続き最も注視すべきカテゴリと言えます。

■まとめ：防災需要の拡大と特需反動の沈静化、仕入れ価格の二極化が鮮明に

2026年4月～6月期の価格動向は、防災意識の高まりや新生活関連需要を背景とした「防災用品」「ベビーウェア・小物」の上昇と、前期に特需的な高騰を見せた「DIY用品」「チョコレート」の反動減が同時に進行し、カテゴリごとの需給差が鮮明となる結果となりました。

価格上昇カテゴリでは、防災用品の大幅な伸びに見られるように、一時的な季節需要だけでなく中長期的な需要拡大が背景にある可能性があります。こうしたカテゴリでは、需要増加に対応できる安定した仕入れ体制の構築や、欠品を防ぐ在庫管理が重要になると考えられます。

一方、DIY用品やチョコレートなど価格が下落したカテゴリについては、前期の高騰が落ち着いたことで仕入れコストが改善しています。販売価格の見直しやキャンペーン施策を通じて販売数量を拡大し、需要喚起につなげる好機と捉えることができるでしょう。

また、「米」は前期比では緩やかな沈静化が続いているものの、2025年以降に急騰と急落を繰り返してきた経緯を踏まえると、2019年比で依然2.7倍という高水準にあります。今後も作柄や流通状況によって価格が大きく変動する可能性があり、引き続き注視が必要です。

物価を取り巻く環境は、カテゴリごとに「上昇」「反動減」「高止まり」など異なる局面を迎えています。事業者には、カテゴリごとの動向をきめ細かく把握し、データに基づいた柔軟な仕入れ・販売戦略を実行することが、今後ますます重要になるでしょう。スーパーデリバリーは今後も定期的な価格動向の発信を通じて、事業者の的確な経営判断を支援してまいります。

■調査概要

- ・分析対象データ：卸・仕入れサイト「スーパーデリバリー」における商品取引データ
- ・指標：ジャンル別 仕入れ価格指数（2019年の平均価格を100とする）
- ・分析対象期間：2026年4月1日～6月30日

※本レポートの価格指数は、スーパーデリバリーにおける実際の取引データに基づき、各カテゴリ内の商品単価（1個あたり）を加重平均して算出しています。基準年は2019年（1月～12月平均）=100です。

※これは卸売段階での価格動向を示すものであり、消費者物価指数（CPI）や企業物価指数（CGPI）とは異なります。

※指数はカテゴリ全体の平均的な動向を示すものであり、個別の商品価格の変動とは必ずしも一致しません。

※価格指数の変動率（前期比）をパーセントで表記しています。

■参照

スーパーデリバリー <https://www.superdelivery.com>

メーカーと小売店やサービス業などの事業者が取引する卸・仕入れサイトです。商品掲載数は200万点超。メーカーにとっては、地域を超えた50万店舗への販路拡大ツールとして効果を発揮し、小売店にとっては3,000社を超える出展企業とインターネットを通して取引でき、仕入先を大幅に拡大することが可能です。またコストや手間、リスク等を解消し効率的な取引を実現します。第1回日本サービス大賞にて地方創生大臣賞を受賞。（数字は全て2026年4月末時点）



株式会社ラクーンコマース

代表者：代表取締役社長 和久井 岳

所在地：東京都中央区日本橋蛸殻町1丁目14番14号

設立：2018年11月

資本金：300,000千円

株主：株式会社ラクーンホールディングス 100%

東京証券取引所プライム市場上場 証券コード 3031

URL：<https://www.raccoon.ne.jp/commerce>

本件に関するお問合せ先

株式会社ラクーンホールディングス

広報担当 大久保

MAIL：pr@raccoon.ne.jp

サービスに関するお問合せ先

https://www.superdelivery.com/p/contents/guide/help/help_form.jsp