

天気マークの変更点

テクノロジー		自動車		自動車部品	
現状	6か月先	現状	6か月先	現状	6か月先
外食		不動産(住宅)		不動産(オフィス)	
現状	6か月先	現状	6か月先	現状	6か月先
鉄道		小売		観光	
現状	6か月先	現状	6か月先	現状	6か月先

2024年5月の産業マンスリーでは、各業種の現状及び6か月先ともに、前月号からの業況判断（天気マーク）の変更はない。

今月の業況

製造業においては、在庫調整の一巡や、生産下振れからの回復などが確認された。また、4月末から5月前半に行われた3月期決算企業の決算発表でも、主要な上場企業からは概ね良好な業績が発表された。他方、電子部品・デバイスの最終需要の回復の遅れや、2024年度のグローバル生産台数が概ね微増にとどまるといった自動車各社の事業計画なども明らかになり、2024年度の業況の改善が、従来の想定よりも遅れる印象が強くなった。製造業の業況は回復局面を迎えているが、力強さに欠けると言わねばならないだろう。

他方、非製造業については業種によるばらつきが大きい。外食では、3月に外出機会の増加で外食支出額が持ち直したが、パブ・居酒屋業態の売上高は伸び悩んだ。また小売では、4月に気温の上昇に伴ってカジュアル衣料の販売が好調となったものの、紳士服の販売は低調に終わった。消費者の節約志向は高まっており、消費行動が選択的になっている状況がうかがわれる。また、不動産価格の高騰が続く中、住宅販売の業況は依然として厳しく、みなとみらい地区での新規供給の影響もあり、オフィス賃貸の先行きにも不透明感が強くなっている。

医療・介護分野では、コロナ禍の影響が一巡しつつあることが確認される。

(文責：城)

目次

テクノロジー	p.2
山鹿 亜紀子	
自動車	p.6
伊藤 誠孝	
自動車部品	p.10
伊藤 誠孝	
外食	p.14
佐橋 官	
不動産	p.18
遠藤 裕基	
医療・介護	p.21
清水 徹	
鉄道	p.25
佐橋 官	
小売	p.27
佐橋 官	
観光	p.29
白須 光樹	

テクノロジー



今月のポイント

- 業況判断：現状、6か月先とも「曇り」を継続する。電子部品・デバイスの全体の需要は、在庫調整の一巡により持ち直す方向にある。ただし、用途別での需要動向にバラつきがあり、総じてみると回復の程度は弱い。今後も当面は同じような状況が続こう。
- 企業業績：大手電子部品・デバイスメーカーの2024年1～3月期業績は、在庫調整の一巡ならびに前年度の構造改革費用がなくなったこと等により、前年同期比増収増益となった。2025年3月期通期業績は多くの企業が増収増益を見込むも、回復の程度は緩やかなものに留まる計画となっている。

業況判断と今後の見通し

電子部品・デバイスの需要の回復感は力強さに欠け、用途別の需要動向にもバラつきがある

業況判断は現状、先行きともに「曇り」を継続。電子部品・デバイスの全体の需要は、在庫調整の終了に伴って緩やかに回復している。ただし、最終製品（スマートフォン、自動車等）の需要は力強さに欠け、今後の電子部品・デバイスの需要の回復も緩やかなものに留まる見込みである。

また、用途別の需要動向にも、引き続きバラつきがある。好調なのは生成AI関連で、今後も生成AI用データセンターで用いられる半導体等の需要拡大が見込めるだろう。また、民生機器向け部品も在庫調整が一巡し、需要が回復しつつある。スマートフォンやパソコンの販売台数が大きく伸びる展開は予想しがたいものの、新機種向けの部品需要が徐々に立ち上がっていくだろう。

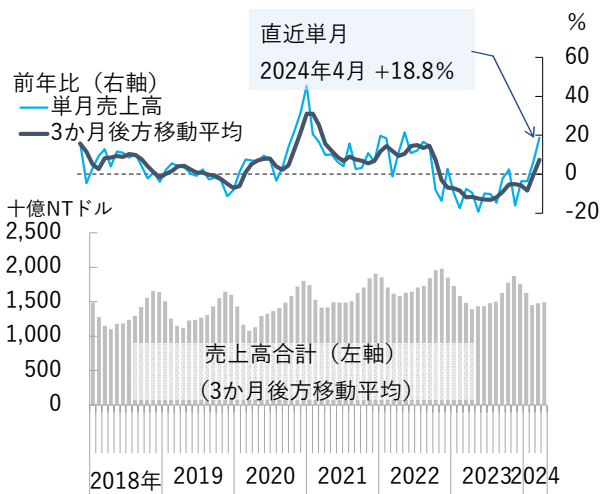
他方、産業機器向け部品では大幅な在庫調整が続いており、回復感が現れるのは年度後半から2025年の年明けになると予想する。車載向け部品では、汎用的な部品（アナログ半導体等）で在庫調整が行われている一方で、ADAS（先進運転支援システム）に使用される部品の需要は堅調に増加するなど、まだら模様となっている。当面は足元の状況が継続しよう。

今月の統計と解説

台湾電子関連企業 63社の売上高は前年同月比 18.8%増

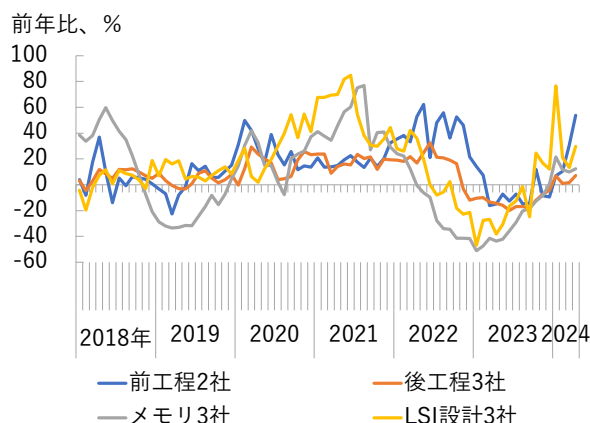
浜銀総研が集計している台湾の電子関連企業 63社の2024年4月売上高は、前年同月比 18.8%増と高い伸び率となった（次頁左図）。売上構成比の高い鴻海精密工業の売上高が同 19.0%増と大きく伸びたほか、パソコン・ネットワーク関連メーカーや液晶メーカー、電子部品メーカーの売上高も増加した。パソコン等の民生機器で新製品の作り込みが開始されたことに加え、生成AI関連向け（特にサーバー）の出荷が伸びていることが売上拡大の背景である。また、半導体関連メーカーの売上高も引き続き好調である（次頁右図）。TSMCの4月の売上高は、生成AI向け半導体の出荷増等が寄与し、同 59.6%増と急増した。

台湾電子関連企業 63社 月次売上高推移



注：台湾企業 63社は TWSE（台湾証券取引所）に上場している電子関連の代表的な企業を浜銀総研が抽出。
出所：Taiwan Stock Exchange, M.O.P.S.より浜銀総研作成

台湾半導体関連企業 月次売上高推移

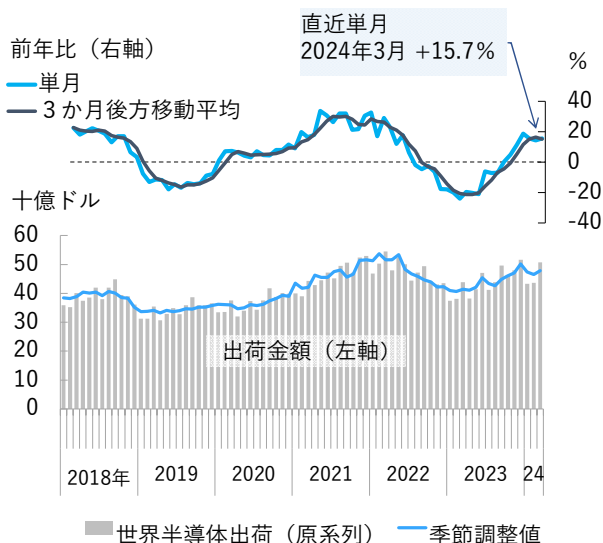


注：前工程: Taiwan Semiconductor Manufacturing、United Microelectronics。後工程: King Yuan Electronics、Powertech Technology、ASE Technology。メモリ: Nanya Technology、Winbond Electronics、Macronix International。LSI 設計: MediaTek、Novatek Microelectronics、Realtek Semiconductor
出所：Taiwan Stock Exchange, M.O.P.S.より浜銀総研作成

世界の半導体出荷額はメモリがけん引

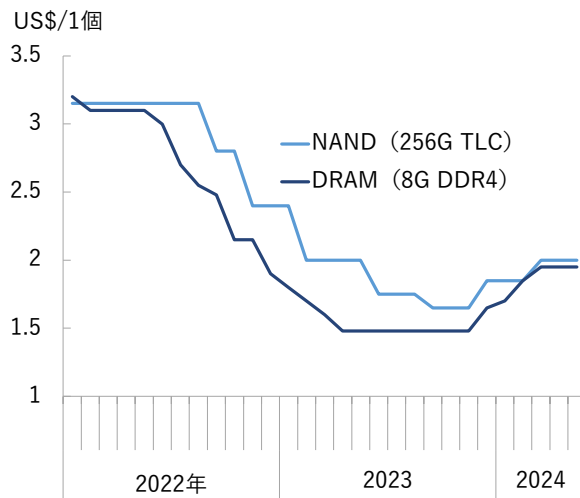
2024年3月の世界半導体出荷額（WSTS）は、前年同月比 15.7%増と引き続き高い伸びを示した（左図）。在庫調整の進展と生成 AI サーバー向けの需要増、ならびに減産効果による単価上昇（右図）を背景に、メモリ（DRAM、NAND 型フラッシュメモリ）の出荷額が大きく伸びた模様である。販売地域別では、米国（同 31.3%増）とアジア・パシフィック（同 17.0%増）が好調な一方、日本（同 5.8%減）と欧州（同 7.1%減）は減少しており、地域によって大きな差が出ている。

世界半導体出荷額



注：季節調整は X12-ARIMA モデルにより浜銀総研が実施。
出所：WSTS(世界半導体出荷統計) より浜銀総研作成

DRAM、NAND 型フラッシュメモリ大口価格



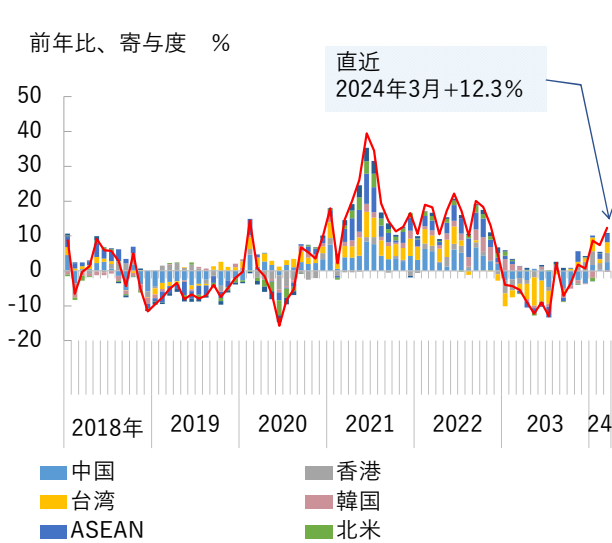
出所: 日経 Financial Quest

我が国の3月の電子部品・デバイス輸出額は前年同月比12.3%増

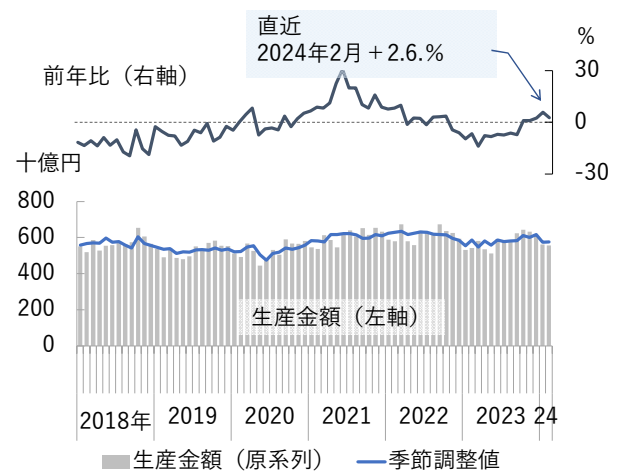
我が国の電子部品・デバイスの3月の輸出金額は、前年同月比12.3%増となった（左図）。全体の伸びはアジア地域がけん引しており、具体的には中国向けが同9.8%増、香港向けが同26.1%増、台湾向けが同22.9%増、ASEAN向けが同11.4%増となった。なお、北米向けは同0.6%減、欧州は同3.2%増であった。製品別にはメモリ等の集積回路やコンデンサ等の受動部品が伸びており、在庫調整の進展や民生機器向けの部品需要の持ち直しが背景にあると考える。

輸出の回復を背景に我が国の電子部品・デバイスの生産金額も回復している（右図）。直近2月の生産金額は同2.6%増となり、5か月連続で増加した。製品別には、電子部品が同0.9%増（コンデンサ等がけん引）、デバイスが同1.7%増（メモリ等がけん引）となった。

電子部品・デバイス輸出額（前年比、国別寄与度）



電子部品・デバイス国内生産金額



注：季節調整はX12-ARIMAモデルにより浜銀総研が実施。生産動態統計から電子部品（受動部品、接続部品、回路基板等）、デバイス（集積回路、液晶素子等）の品目を集計している。

出所：財務省「貿易統計」より浜銀総研作成

出所：経済産業省「生産動態統計」より浜銀総研作成

Pick Up

大手電子部品・デバイスメーカーの2024年度の業績は回復する見通しだが力強さに欠ける

2024年1~3月期業績は在庫調整の一巡と前年度の構造改革費用の減少等により回復

大手電子部品・デバイスメーカー8社（8社は次頁の図表参照）の2024年1~3期の業績は、売上高が前年同期比6.9%増、営業利益が同198.6%増（約3倍）となった。在庫調整の一巡に伴う出荷増や円安による数字上の水膨れがあったことに加え、前年同期に計上した減損や構造改革費用が減少したことが、増収増益の主要因となった。

用途別では民生機器向け部品での需要回復が確認できたが、産業機器向けは非常に厳しい状況

1~3月期の業績を用途別で見ると、スマートフォン向けやパソコン向けといった民生機器向け部品の売上高は緩やかではあるが回復した。しかし、産業機器向け部品の売上高は大きく減少しており、受注についても底打ちを確認できなかった。産業機器向け部品では、顧客先や代理店に

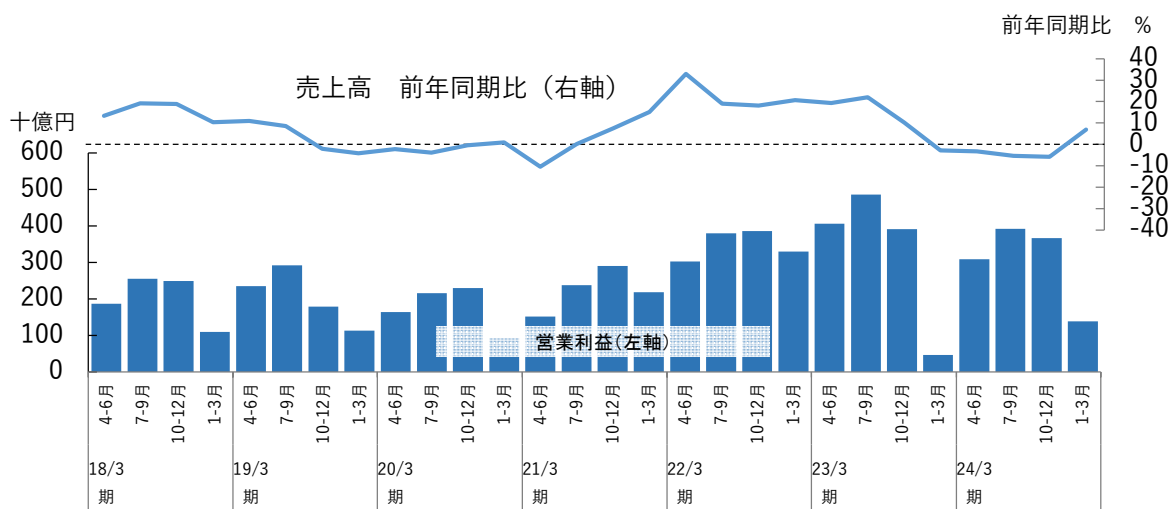
おける在庫が足元でも高い水準にあり、かつ FA 機器（Factory Automation 機器：工場の生産ラインを自動化するための機器全般）や半導体製造装置といった産業機器向け部品が搭載される製品の需要も減少している。これら産業機器向け部品の在庫調整は長引く可能性が高く、回復感がでてくるのは年度後半もしくは年明け以降となるだろう。

他方、生成 AI 向け部品に対する引き合いは強い模様だ。ただし生成 AI 向け部品が各企業の売上高全体に占める割合は 1 割にも満たないと推測され、業績面での寄与は小さい。生成 AI が電子部品・デバイスメーカーにとってのホットトピックであることは間違いないが、成長ドライバーとなるのは来年度以降となるだろう。

2024 年度は次の成長に向けた“我慢の年”となる

2024 年度通期の業績は、5 社が前年比で増収増益、1 社が増収減益、1 社が減収増益を見込んでいる（会社計画を発表している企業は全 7 社）。電子部品・デバイスの需要が大きく回復すると想定する企業はなく、増収率も小幅なものに留まる計画となっている。売上計画の前提となる主要な最終製品の世界生産台数の見通しは、全社がスマートフォン、パソコン、自動車の、いずれについても小幅な増加に留まると見込んでいる。これらの最終製品の需要が伸びなければ、計画が下振れる可能性もある。総じて、2024 年度の業績は、次の成長に向けた“我慢の年”となり、本格的な回復は 2025 年度となるだろう。

大手電子部品・デバイスメーカー8社の業績推移



注: 大手電子部品メーカー8社は、ニデック、ルネサスエレクトロニクス、TDK、京セラ、ヒロセ電機、村田製作所、日東電工、ローム。
出所: 各社決算短信

担当者



山鹿 亜紀子 (日本証券アナリスト協会認定アナリスト)

yamaga@yokohama-ri.co.jp

調査部 主任研究員

兼 経営コンサルティング部 主任コンサルタント

テクノロジー、電子部品・デバイス、脱炭素等を担当

自動車



今月のポイント

- 自動車の業況判断は、現状、6か月先ともに「雨」を継続する。
- 認証不正に伴う生産停止の影響は一巡し、4月の自動車販売は増加に転じた。
- ただし、2024年度の世界自動車販売は、全体では横ばいまたは微増にとどまると予想。

今月の統計と解説

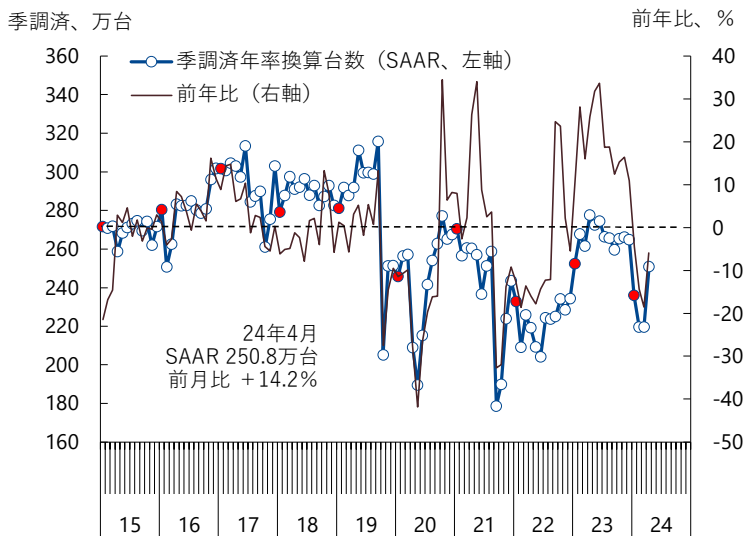
国内の自動車販売台数は一旦底打ち

自動車の業況判断は、現状「雨」、6か月先「雨」を継続する。

2024年4月の国内販売のSAAR（Seasonally Adjusted Annual sales Rate：季節調整済年率換算販売台数）は、登録乗用車が前月比14.2%増の250.8万台、軽自動車が同4.3%増の136.9万台であった。前月号で述べた通り、ダイハツ工業および豊田自動織機の認証不正による生産停止の影響は一巡しつつあり、国内の自動車販売台数は3月で一旦は底を打ち、増加に転じた。

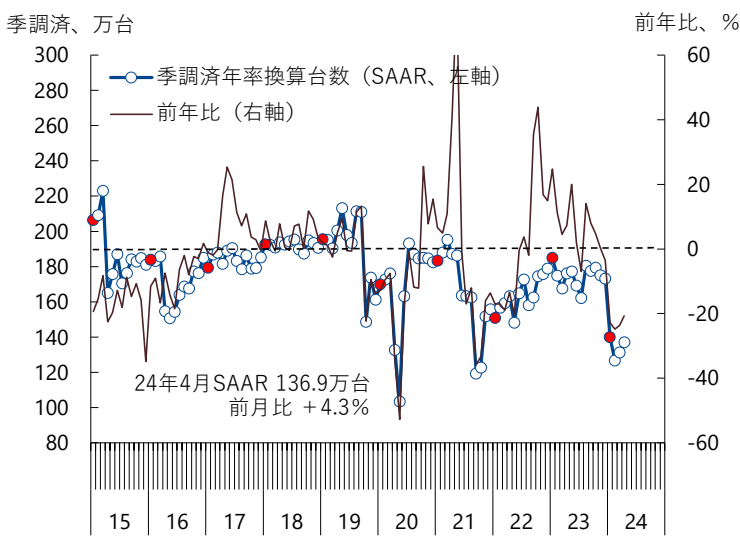
一方で、新車販売台数の水準がすぐに認証不正発覚前まで戻らない原因の一つとして、トヨタ自動車の主力工場の1つである堤工場の生産停止が挙げられる。堤工場の第1ラインではプリウスとカローラを生産しており、後席ドアハンドルの基準不適合が判明した4月4日にラインを停止した。4月17日にプリウスのリコールの届け出がなされ、同一ラインで生産されているカローラは4月18日に生産再開された。プリウスについては、対応部品が揃うまで生産停止を継続する。MarkLinesによれば、堤工場では2023年度実績で185,239台のプリウスが生産されている。

登録乗用車新車販売台数



注1：赤塗りマーカーは各年の1月実績値
 注2：SAARは米センサス局法X-12-ARIMAにて浜銀総研が実施
 出所：日本自動車販売協会連合会より作成

軽自動車販売台数（軽乗用車+軽商用車）



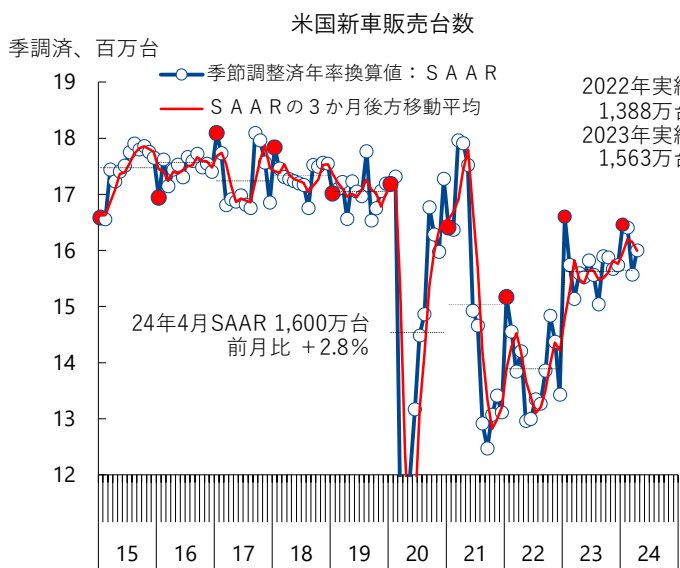
注1：赤塗りマーカーは各年の1月実績値
 注2：SAARは米センサス局法X-12-ARIMAにて浜銀総研が実施
 出所：全国軽自動車協会連合会より作成

金利高などのマクロ要因により海外市場の乗用車販売は伸び悩み

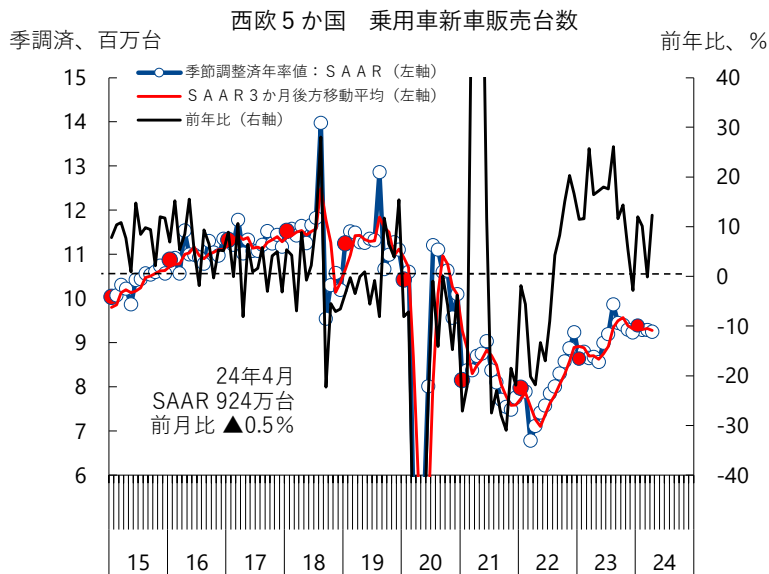
海外市場に目を転じると、米国の2024年4月のSAARは前月比2.8%増の1,600万台とほぼ横ばいの状況が続いている。金融引き締めが続く米国では自動車販売が伸び悩んでおり、流通在庫の増加に伴って自動車ディーラーへの販売奨励金等の支出も拡大しつつある。販売奨励金の高まりは自動車需要の減速を表す指標の一つであり、米国市場の伸び悩みを表している。

また、西欧5か国合計のSAARは前月比0.5%減の924万台となった。半導体不足による生産制約は解消されたものの、金利の高止まりにより欧州経済全体が減速基調であるため、自動車販売も3月に引き続いて横ばいとなった。各国の電気自動車（BEV：Battery Electric Vehicle）への補助金が終了する中で個人への販売が落ち込むが、社用車やレンタカーといったフリート（企業向け車両）需要が欧州市場での自動車販売を下支えしている。英国では中古のBEV販売が2024年1～3月で前年比7割増加するなど、高額なBEVの購入手段として広がりつつある。

また、中国の4月のSAARは同2.3%増の2,760万台であった。前年比で見ると10.5%増となり、不振だった昨年に比べて販売台数は回復傾向にある。4月はBEVの新車販売台数が前年比11.1%増であるのに対し、プラグインハイブリッド車（PHEV）の新車販売台数は同95.7%増となっている。割高なBEVが伸び悩む中で、リーズナブルな価格帯の車両が多いPHEVの人気の高まっていることがうかがえる。



注：赤塗りマーカーは各年の1月実績値、黒破線は年間販売実績
SAARは米センサス局法X-12-ARIMAにて浜銀総研が実施
出所：マークライnzのデータより作成



注1：赤塗りマーカーは各年の1月実績値
西欧5か国は、英国、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン
注2：SAARは米センサス局法X-12-ARIMAにて浜銀総研が実施
出所：マークライnzのデータより作成

NEWS

日系自動車メーカーが自動車の智能化分野で中国ハイテク企業と提携へ

4月25日に中国・北京で開催された北京モーターショーにおいて、日系自動車メーカーが中国ハイテク企業と連携することを発表した。ソフトウェア定義車両（SDV：Software Defined Vehicle）の実現が近づくにつれ、日系自動車メーカーも関連ビジネスへの取り組みを加速している。日産

自動車は、インターネット大手の百度（バイドゥ）と AI および知能化で協力するために基本合意書を締結した。トヨタ自動車は、チャットアプリ「WeChat」を運営する騰訊（テンセント）と AI やクラウド、デジタルエコシステムで協力する。本田技研工業は、車載インフォテインメント（インフォメーションとエンターテインメントの造語）で華為（ファーウェイ）の採用を決めた。日系自動車メーカー各社は自動車販売だけではなく、アフターサービスや周辺ビジネスなどを含む、収益源の多様化（バリューチェーンで稼ぐこと）を念頭に、他分野との連携を進める。

一方、米国では地政学リスクの高まりなどを懸念して、中国製コネクティッドカーの禁止を求める要望書が議員から提出されている。また、中国製の電気自動車や車載用電池の関税を引き上げるといった報道もある。市場が分断され、開発や生産、調達を市場ごとに細分化していく動きがさらに加速しており、自動車各社は地域毎にパートナー選びが必要となる。

Pick Up

半導体不足の解消で生産が正常化し、モデルチェンジによる売価改定で業績が上向いた

5月13日に国内自動車メーカー9社の2024年3月期の決算が出揃った。2024年3月期通期の9社の売上高合計は前年比19.9%増、営業利益合計は同75.6%増と好調であった。日本企業で初の営業利益5兆円を突破したトヨタ自動車を筆頭に、日野自動車を除く8社で増収・増益を達成した。さらに、日産自動車とSUBARUを除く6社では過去最高の売上高および営業利益を達成し、日産自動車とSUBARUでも過去最高の売上高を達成した。好調の要因として、2023年度は半導体の供給制約が緩和され生産数量が増加したことに加えて、想定外の生産調整などによる機会損失が発生しなかったことが考えられる。また、金利の上昇などで最終需要の伸びが鈍化し始める中でも、受注残を消化していきだけで世界各地の自動車販売（卸売）が増加したことが考えられる。加えて、モデル年の切り替えに伴う価格改定も功を奏し、売上高・営業利益ともに増加した。一方、自動車部品企業（サプライヤー）に対しては、労務費や原材料費、エネルギー費の高騰分の価格への転嫁を受け入れる動きを業界全体で推進しており、利益を圧迫する要因となった。但し、サプライヤーからの価格転嫁の受け入れが依然として消極的であるといった意見も部品企業から出ており、今後も価格転嫁が利益圧迫要因になる可能性が残る。

2025年3月期の通期業績見通しでは、増益が4社、減益が5社となった。通期の販売台数見通しでは、いすゞ自動車を除いた8社が前年比で増販の予想となったが、世界の全需としてはほぼ横ばいまたは微増の予想である。国内自動車メーカー9社の販売台数合計の見通しは前年比2.7%増の2,474万台となっている。地域別にみると、日本・北米では半導体供給制約の解消に伴い、2023年度よりも新車販売はやや増加するとみる企業が多い。

日本ではダイハツ工業および豊田自動織機の認証不正や能登半島地震の影響で2023年度は台数が減少しているため、その影響を除けば2024年度の新車販売台数は2023年度と同水準になる。

米国は引き続き金利が高止まると予想されており、在庫増加に伴う販売奨励金も増加傾向にある。日産自動車は販売奨励金を抑えながら、高価格帯および手ごろな価格帯の販売を強めていくとコメントしている。他方、トヨタ自動車は、ハイブリッド車への需要は強く販売奨励金が少なくても売れる状態でありながらも、販売台数を追わずに在庫を積み増す方針である。

中国については、2023年度と同様、BEVの価格競争が続くと予想されており、販売台数が減少

する見込み。中国の価格競争に巻き込まれないよう、サプライチェーンを途切れさせない程度に距離を置きながら対応する方針をトヨタ自動車は打ち出している。

タイでは家計債務の高まりに伴うローンの厳格化が続いており、2024年度は販売が減少すると予想する。2024年度下期以降はタイにおいても新車販売が緩やかに持ち直すとみられており、また、タイでの減少分をインドの販売増でカバーすると計画している企業もあることから、中国を除くアジア全体としては増加の見通しを立てている企業が多い。

年度実績

社名	23年3月期		24年3月期				営業利益増減要因の分析				
	売上高 億円	営業利益 億円	売上高 億円	営業利益		利益増減	前年差(億円)				
				前年比	前年比		台数・構成	原価低減	その他	為替影響	
日産自動車	105,967	3,771	126,857	19.7%	5,687	50.8%	1,916	3,247	-1,223	-237	129
いすゞ自動車	31,955	2,535	33,867	6.0%	2,931	15.6%	395	660	-215	-220	170
トヨタ自動車	371,543	27,250	450,953	21.4%	53,529	96.4%	26,279	9,800	1,200	8,429	6,850
日野自動車	15,073	174	15,163	0.6%	-81	-146.6%	-255	300	-402	-272	119
三菱自動車	24,581	1,905	27,896	13.5%	1,910	0.2%	5	761	-401	-733	378
マツダ	38,268	1,420	48,277	26.2%	2,505	76.4%	1,085	1,252	136	-838	535
本田技研工業	169,077	7,808	204,288	20.8%	13,820	77.0%	6,012	3,179	5,247	-3,925	1,511
スズキ	46,416	3,506	53,743	15.8%	4,656	32.8%	1,150	980	534	-1,192	828
SUBARU	37,745	2,675	47,029	24.6%	4,682	75.0%	2,007	1,875	-98	-1,035	1,265
合計	840,626	51,044	1,008,072	19.9%	89,638	75.6%	38,595	22,054	4,778	-22	11,785

出所:各社決算発表資料等より浜銀総合研究所作成

年間計画

社名	24年3月期		25年3月期(会社計画)				営業利益増減要因の分析				
	売上高 億円	営業利益 億円	売上高 億円	営業利益		利益増減	前年差(億円)				
				前年比	前年比		台数・構成	原価低減	その他	為替影響	
日産自動車	126,857	5,687	136,000	7.2%	6,000	5.5%	313	200	50	-637	700
いすゞ自動車	33,867	2,931	33,500	-1.1%	2,600	-11.3%	-331	15	-80	-316	50
トヨタ自動車	450,953	53,529	460,000	2.0%	43,000	-19.7%	-10,529	1,750	-1,500	-11,329	550
日野自動車	15,163	-81	16,000	9,743.1%	200	黒字化	281	290	-180	131	40
三菱自動車	27,896	1,910	28,800	3.2%	1,900	-0.5%	-10	280	50	-330	-10
マツダ	48,277	2,505	53,500	10.8%	2,700	7.8%	195	860	-205	-360	-100
本田技研工業	204,288	13,820	203,000	8,772.3%	14,200	2.8%	380	-710	5,020	-1,920	-2,010
スズキ	53,743	4,656	56,000	4.2%	4,800	3.1%	144	852	50	-758	0
SUBARU	47,029	4,682	47,200	0.4%	4,000	-14.6%	-682	-331	-10	-59	-282
合計	1,008,072	89,638	1,034,000	2.6%	79,400	-11.4%	-10,238	3,206	3,195	-15,577	-1,062

担当者



伊藤 誠孝

m-ito@yokohama-ri.co.jp

調査部 副主任研究員

自動車、自動車部品等を担当

自動車部品



今月のポイント

- 自動車部品の業況判断は、現状、6か月先ともに「雨」を継続する。
- ダイハツ出荷停止の影響は3月統計に残るものの、生産はすでに底入れし復調しつつある。
- 半導体不足解消による増産効果と価格転嫁により、部品企業の2024年3月期業績は好調。

今月の統計と解説

生産ではダイハツの影響ははまだ残るも、復調の兆し

自動車部品の業況判断は、現状「雨」、6か月先「雨」を継続する。

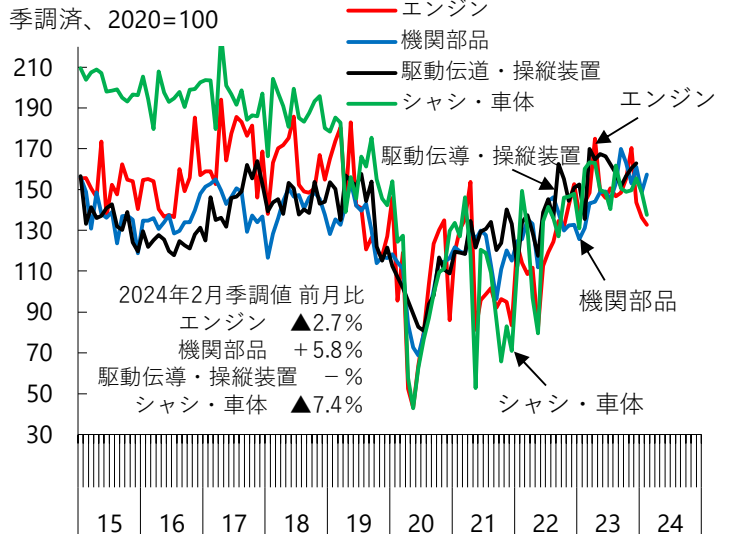
2024年3月の統計には、ダイハツ工業および豊田自動織機の認証不正の影響が残っている。それでも、3月の全国の自動車部品の生産指数（季調済）は99.4となり、前月比で11.7%上昇した。前月号でも言及したように部品生産はすでに底入れし、復調しつつある。

自動車部品と完成車の生産指数（全国）



注1：赤塗りマーカーは各年の1月実績値
注2：完成車生産指数の季節調整はX-12-ARIMAにて浜銀総研が実施
出所：経済産業省「鉱工業指数」、日本自動車工業会のデータより作成

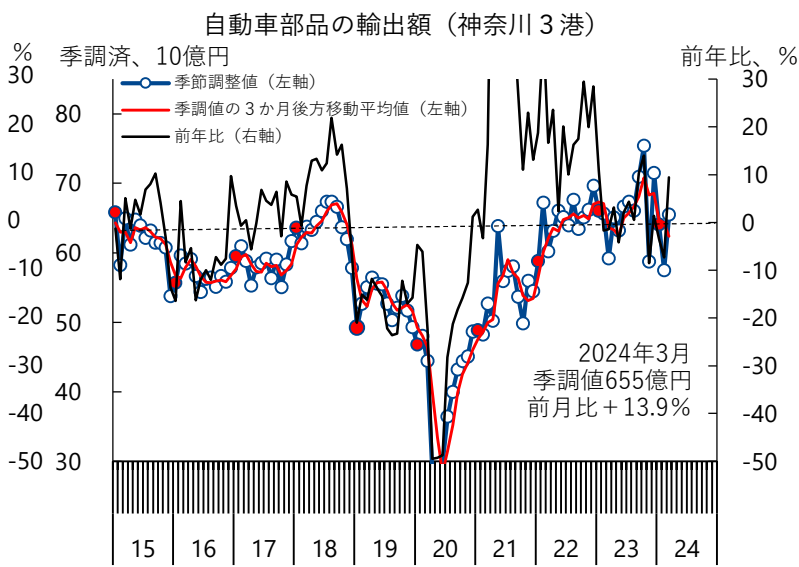
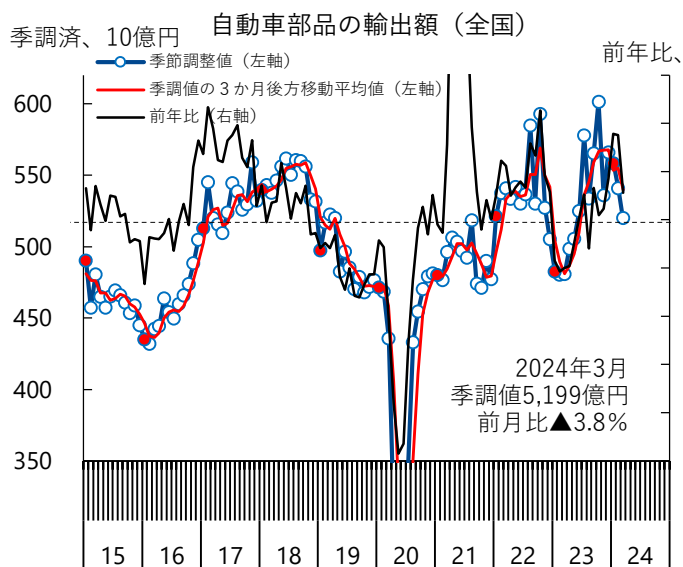
神奈川の自動車部品生産指数



注1：懸架制動装置部品の数字は統計上秘匿となっている
注2：季節調整はX-12-ARIMAにて浜銀総研が実施
出所：神奈川県「工業生産指数月報」より作成

中国市場では、日系完成車メーカーの不振で、部品企業の中国向け事業も伸び悩み

日系完成車メーカーの中国市場での販売不振が続いている。中国市場においては、中国系完成車メーカーとの現地合弁会社が新車開発および販売を担っている。5月8日に開催されたトヨタ自動車の2024年3月期決算説明会でも言及されたように、電気自動車（BEV：Battery Electric Vehicle）の新車開発のスピードとコスト競争力において、トヨタ自動車を含む日系完成車メーカーは中国企業に大きく後れを取っている。部品企業も同様で、中国市場のBEVについては開発スピードの向上とコストダウンの要求が厳しく、自動車部品についても現地生産や現地調達にさらなる加速しつつある。トヨタ自動車は中国市場から一定の距離を保つことを明言しており、中国においては、状況が落ち着くまではサプライチェーンを維持できる最低限の生産・販売を維持するにとどめ、生産や販売を無理に拡大しない方針である。また、本田技研工業も中国市場を主戦場とせず、収益性が高い北米市場での販売を強化している。自動車メーカーの中国離れおよび現地調達の拡大に伴い、日系部品企業の輸出向け部品の国内生産が伸び悩むと予想される。



注1： 赤塗りマーカーは各年の1月実績値
注2： 季節調整はX-12-ARIMAにて浜銀総合研究所が試算
出所：財務省「貿易統計」のデータより作成

注1： 赤塗りマーカーは各年の1月実績値
注2： 季節調整はX-12-ARIMAにて浜銀総合研究所が試算
出所：財務省「貿易統計」のデータより作成

Pick Up

生産台数の回復に伴って自動車部品企業でも 2024 年 3 月期業績は高水準

5月14日までに発表された自動車部品企業の2024年3月期決算（通期）、2024年1～3月期四半期決算の実績および2025年3月期決算の会社計画について、売上高および営業利益を系列ごとにまとめた。

当レポートの「自動車」で述べたように、完成車メーカーは、生産台数の回復と操業の安定、為替の円安、値上げ効果により業績が好調であった。同様に、自動車部品企業も生産数量の回復による操業度効果に加えて、生産変動による機会損失の発生が減少して収益が改善した。さらに、完成車メーカーへのコスト上昇分の価格転嫁や、過去の未転嫁分の回収が収益を底上げた。

決算未発表の企業を除いた2024年1～3月期四半期の売上高は、日産系列で前年比5.2%増収、トヨタ系列で同4.1%増収、ホンダ系列で同5.4%増収となった。ただし、系列ごとに業況は異なる。回復が遅れていた日産系列も2024年3月期の業績は好調だった。また、コロナ禍後の業績改善が早かったトヨタ系列では、いくつかの企業で過去最高の売上高や営業利益を達成している。ホンダ系列についても、本田技研工業のハイブリッド車の好調を背景に、系列部品企業の業績も好調であった。ホンダ系列の部品企業の営業利益率は2024年3月期通年で5.45%となり、3つの系列の中で最も高い水準であった。

日系部品企業の2025年3月期の見通しは、完成車メーカーと同様に保守的な見方となっている。自動車の世界の需要台数（生産台数）は横ばいあるいは微増にとどまるとの見方が大勢を占めており、日米では増加するものの、中国やタイでは減少するとみている部品企業が多い。新興国市場の需要についても、インドでの自動車需要は引き続き強く、アセアンでの落ち込みをインド市場が補完する見込み。これらを合わせて、中国を除くアジア地域としては横ばい予想となっている。

2024年3月期の部品企業の好業績には、完成車メーカーへの価格転嫁が順調に進んでいるという要因が大きい。政府から業界団体へ価格交渉の自主行動計画の改定・徹底プランの作成を求める旨の声明があり、日本自動車工業会でも徹底プランを公表している。徹底プランにより取引先からの要請があった場合には協議を実施することが義務となり、日系完成車メーカーへの価格転嫁が進む要因となっている。

一方、外資系完成車メーカーへの価格転嫁が進んでいないとコメントしている部品企業は多い。特に、中国系完成車メーカーからは開発スピード向上とコストダウンへの要求が強く、価格転嫁の話し合いをするという段階にはまだない。むしろ、中国市場での価格競争の激化を背景に、中国系自動車メーカーの倒産リスクが高まるとともに、売上債権の貸し倒れリスクが危惧されており、拡販の相手先も慎重に選ばなければならない状況である。

自動車部品各社の決算動向

(単位：億円)

(単位：億円)

	2023年1~3月期				2024年1~3月期				2024年3月期				2025年3月期見通し				
	売上高	前年比 (%)	営業利益	前年比 (%)	売上高	前年比 (%)	営業利益	前年比 (%)	売上高	前年比 (%)	営業利益	前年比 (%)	売上高	前年比 (%)	営業利益	前年比 (%)	
日産系列	アルファ	169	17.8%	4	30.8%	200	18.8%	8	77.4%	745	18.5%	24	306%	750	0.6%	25	3%
	アーレスティ	366	12.1%	5	63.5%	未発表		未発表		未発表		未発表		1,580		22	
	ユニプレス	859	11.3%	73	67.5%	900	4.9%	61	-17.0%	3,351	10.1%	109	192%	3,300	-1.5%	120	10%
	パイオラックス	148	8.7%	7	-33.2%	164	10.8%	11	44.7%	646	10.5%	48	20.4%	660	2.2%	36	-24.3%
	ファルテック	211	6.7%	7	-34.0%	未発表		未発表		未発表		未発表		819		21	
	市光工業	318	-8.5%	9	-63.3%	306	-3.6%	15	67.9%	1,459	7.7%	74	88.5%	1,290	-11.6%	67	-9.7%
	河西工業	509	28.1%	-25	赤拡大	未発表		未発表		未発表		未発表		2,000		10	
	ヨロズ	454	18.0%	15	-24.1%	未発表		未発表		未発表		未発表		1,810		32	
	合計	3,032	12.2%	97	4.5%	1,571	5.2%	94	0.3%	6,201	10.5%	255	109%	12,209	-3.2%	333	-3%
トヨタ系列	トヨタ紡織	4,349	12.5%	190	6.8%	4,824	10.9%	19	-90.0%	19,536	21.8%	786	65.0%	19,800	1.4%	750	-4.6%
	住友理工	1,459	17.2%	116	黒字化	1,583	8.5%	94	-18.9%	6,154	13.8%	335	102.8%	6,100	-0.9%	295	-12.0%
	中央発條	243	10.8%	-1	-116%	234	-3.7%	1	黒字化	1,010	8.8%	11	203%	1,030	2.0%	15	40%
	豊田自動織機	9,123	23.7%	312	37.1%	10,056	10.2%	-5	-101.6%	38,332	13.4%	2,004	18.0%	39,000	1.7%	2,500	24.7%
	大豊工業	276	9.0%	4	黒字化	274	-1.0%	5	26.5%	1,120	6.5%	25	259%	1,180	5.3%	30	21%
	ジェイテクト	4,532	11.5%	162	22.7%	4,797	5.8%	48	-70.2%	18,915	12.7%	622	26.1%	19,300	2.0%	700	12.5%
	デンソー	17,656	17.2%	1,582	86.3%	17,898	1.4%	1,420	-10.2%	71,447	11.6%	3,806	-10.7%	73,500	2.9%	7,140	87.6%
	東海理化電機製作所	1,445	11.8%	93	黒字化	1,486	2.8%	-44	-147.1%	6,236	12.7%	288	73.0%	5,800	-7.0%	230	-20.2%
	太平洋工業	478	7.7%	36	21.4%	514	7.4%	32	-10.9%	2,073	8.4%	145	55.5%	2,000	-3.5%	110	-23.9%
	小糸製作所	2,292	10.0%	147	-2.8%	2,353	2.7%	75	-49.3%	9,503	9.9%	560	19.5%	9,560	0.6%	580	3.6%
	豊田合成	2,501	8.8%	114	-25.0%	2,669	6.7%	118	3.7%	10,711	12.5%	677	93.1%	10,500	-2.0%	530	-21.7%
	愛三工業	684	33.8%	42	69.6%	809	18.3%	8	-80.3%	3,143	30.5%	155	13.7%	3,150	0.2%	160	3.2%
	アイシン	11,917	13.6%	309	-28.0%	11,808	-0.9%	496	60.7%	49,096	11.5%	1,434	147%	49,200	0.2%	2,200	53%
合計	56,957	15.8%	3,107	43.9%	59,306	4.1%	2,268	-27.0%	237,277	13.0%	10,848	21.9%	240,120	1.2%	15,240	40.5%	
ホンダ系列	ジーテクト	786	12.9%	26	-39.6%	846	7.7%	44	67.4%	3,446	9.6%	162	26.5%	3,460	0.4%	142	-12.6%
	エイチワン	608	36.7%	-73	赤拡大	未発表		未発表		未発表		未発表		2,300		-140	
	スタンレー電気	1,138	10.8%	125	96.6%	1,170	2.8%	84	-32.4%	4,724	7.9%	358	2.6%	5,000	5.8%	500	39.5%
	武蔵精密工業	838	20.6%	46	-12.1%	925	10.3%	68	48.0%	3,499	16.1%	184	139.3%	3,400	-2.8%	205	11.6%
	ユタカ技研	577	-10.3%	33	49%	503	-12.8%	38	14%	2,163	-0.8%	111	189%	1,750	-19.1%	61	-45%
	ミツバ	824	6.3%	31	-14.0%	873	5.9%	67	114.5%	3,442	7.7%	212	215%	3,450	0.2%	180	-15%
	日本ブラスト	279	12.9%	6	372.7%	337	21.0%	6	-1.1%	1,243	20.2%	28	黒字化	1,220	-1.8%	20	-29%
	エフ・シー・シー	566	18.0%	50	138.0%	628	10.9%	32	-37.2%	2,403	9.7%	151	26.9%	2,380	-1.0%	160	5.9%
	八千代工業	483	6.4%	31	11.7%	未発表		未発表		未発表		未発表		1,740		95	
	ティ・エス テック	1,067	16.1%	50	-37.2%	1,122	5.1%	35	-30.1%	4,417	7.9%	175	14.7%	4,500	1.9%	200	14.2%
合計	7,167	12.3%	325	5.3%	6,405	5.4%	374	1.7%	25,336	9.1%	1,381	49.8%	29,200	-0.7%	1,423	6.3%	

出所：各社公表データをもとに浜銀総合研究所が作成

担当者



伊藤 誠孝

m-ito@yokohama-ri.co.jp

調査部 副主任研究員

自動車、自動車部品等を担当

外食



今月のポイント

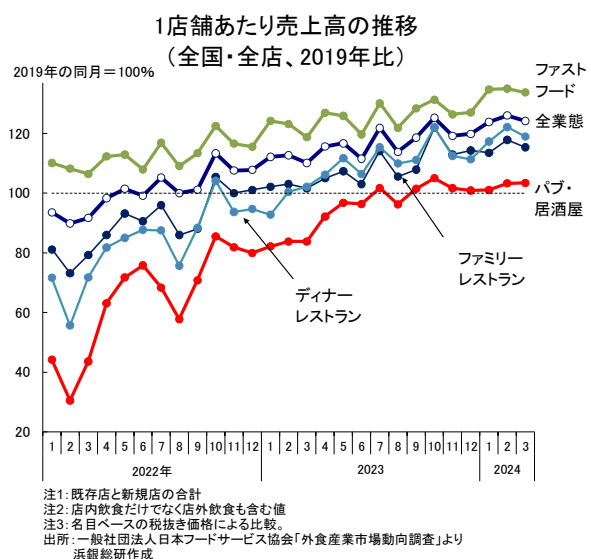
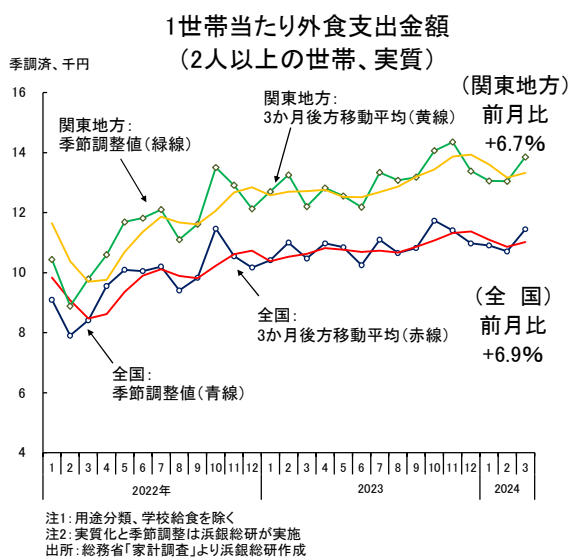
- 居酒屋業態の業況判断は、現状「曇り」、6か月先「曇り」を継続する。
- 2024年3月の家計の外食支出は、外出やイベントに伴う非日常的な外食支出が増加したことで全国では5か月ぶり、関東では4か月ぶりに前月を上回った。
- 足元で客単価の上昇は鈍化している。外食企業の値上げが一巡しつつあることに加えて、低価格メニューや低価格業態にシフトする動きがあることも要因とみられる。

今月の統計と解説

3月の家計の外食需要は全国では5か月ぶりに前月比で増加

居酒屋業態の業況判断は、現状「曇り」、6か月先「曇り」を継続する。

総務省「家計調査」によると、2024年3月の実質外食支出金額（季節調整済）¹は全国が5か月ぶり、関東地方は4か月ぶりに前月水準を上回った（左図）。後述するように外食産業売上高（名目値）の前年同月比伸び率を確認すると、ファミリーレストラン業態やディナーレストラン業態の3月の売上高が相対的に高い伸びを示しており、外出やイベント等に伴う非日常的な外食支出が増加したとみられる。ただし、コロナ禍前の2019年比でみた1店舗当たりの売上高（名目値）²をみると、パブ・居酒屋業態については相対的に伸び悩む状況が続いており、飲酒を伴う宴会需要が大きく増加している状況にはないと考えられる（右図）。



¹ 「家計調査」における二人以上の世帯の「一般外食」の実数を、浜銀総研において消費者物価指数（全国、東京都区部）で実質化し季節調整を行っている。

² 一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」より浜銀総研作成。

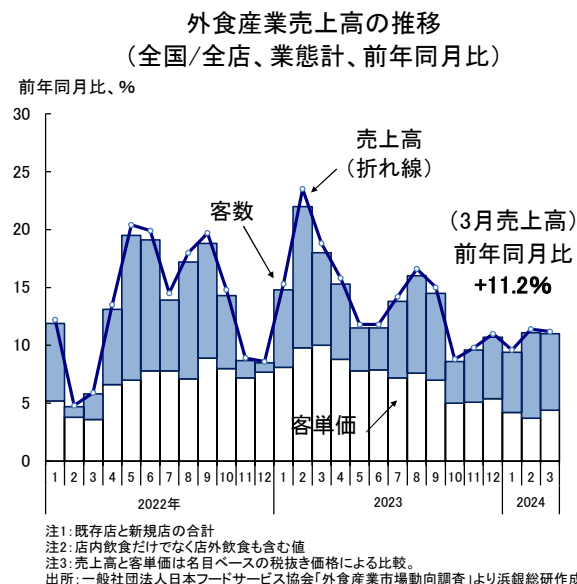
今後は物価上昇の動きが徐々に落ち着くとともに、春闘の賃上げ効果により、外食需要は総じて堅調に推移していくことが期待される。他方で、節約志向の高まりによって、日常的な外食については低価格メニューの選択や品数の削減、低価格業態へのシフトや「コンビニ弁当」の購入など外食機会の削減の動きも出てきており、伸び悩みが懸念される。また、価格競争も激しくなると考えられるため、今後の価格転嫁が難しくなる局面も出てこよう。

3月の外食産業売上高もインバウンド需要が下支え

2024年3月の外食産業売上高³（名目値）は前年同月比11.2%増と前月（2月、同11.4%増）に続いて同10%超の伸びとなった（左図）。2024年3月は前年（2023年3月）と比べると週末（土曜日、日曜日）が2日多かったこともあり、外出機会が増加し、外食産業売上高を押し上げたという要因もあろう。

3月の業態別の客数の増減をみると、ファミリーレストラン業態（客数：前年比9.1%増）とディナーレストラン業態（同8.1%増）の伸びが高く、パブ・居酒屋業態（同2.2%増）とは大きな差が生じた。企業などによる飲酒を伴う宴会需要の回復が鈍い一方で、家族や友人による外出やイベント等に伴う飲食需要が拡大したものと考えられる。

また、3月の増収率には、前月に引き続き、訪日外国人客の増加の影響も含まれる。3月は、日本政府観光局による推計によると訪日外客数は約308万人（前年同月比69.5%増）となり、単月として過去最高を更新するとともに初めて300万人を突破した。コロナ禍前の2017年におけるわが国の外食市場規模に占める訪日外国人による外食支出金額の割合は3.5%程度であった（浜銀総研による推計値推計値⁴）。足元の訪日外国人の増加と円安等の影響を加味すると、外食産業におけるインバウンド需要はコロナ禍前よりも一段と存在感が高まっていると考えられる。



2024年3月の外食産業売上高(全国、全店)
(前年同月比増減率)

業 態	売上高	客数	客単価
全 体(全業態)	11.2%	6.6%	4.4%
ファストフード	10.7%	6.0%	4.4%
ファミリーレストラン	13.0%	9.1%	3.6%
パブ・居酒屋	6.2%	2.2%	3.9%
居酒屋	6.0%	3.6%	2.3%
ディナーレストラン	11.6%	8.1%	3.2%
喫茶	10.0%	3.2%	6.5%

注1: 全店とは、既存店と新規店の合計。
注2: 売上高と客単価は名目ベースの税抜き価格による比較。
注3: 売上高、客数、客単価は店内飲食だけでなく店外飲食も含む値。
出所: 一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」より浜銀総研作成

³ 一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」より浜銀総研作成

⁴ 産業調査レポート Vol.68「観光庁『訪日外国人消費動向調査』からみた訪日外国人外国人の飲食支出動向」(2019年3月)。2017年の年間訪日外国人客数が約2,869万人で、為替レートは1ドル110円前後で推移していた。

News

2024年も値上げを予定している上場外食企業数は100社中の26社

4月19日に株式会社帝国データバンクが公表した「『上場主要外食100社』価格改定動向調査(2024年4月)⁵⁾によると、4月15日までに2024年におけるメニュー価格の改定計画(値上げ⁶⁾、実施済みを含む)を表明した外食企業は26社であった。一昨年(2022年、58社)や昨年(2023年、49社)と比較すると、値上げを表明した企業数は減少した。しかし、今年(2024年)も昨年(2023年)に続いて値上げを実施するとする企業は17社あり、材料費のみならず、人件費やエネルギーコストの上昇を価格に転嫁する動きは続いている。

足元では外食企業による値上げの動きは落ち着きつつある一方で、消費者の価格転嫁への理解は一定程度進んだものと考えられる。しかし、外食企業の収益環境が厳しい中で価格競争が激化する可能性もあり、価格転嫁の成否、あるいはコスト上昇による収益悪化のリスクについては引き続き注視しておく必要がある。

Pick Up

3月の外食産業売上高は客単価の伸び率が低下している

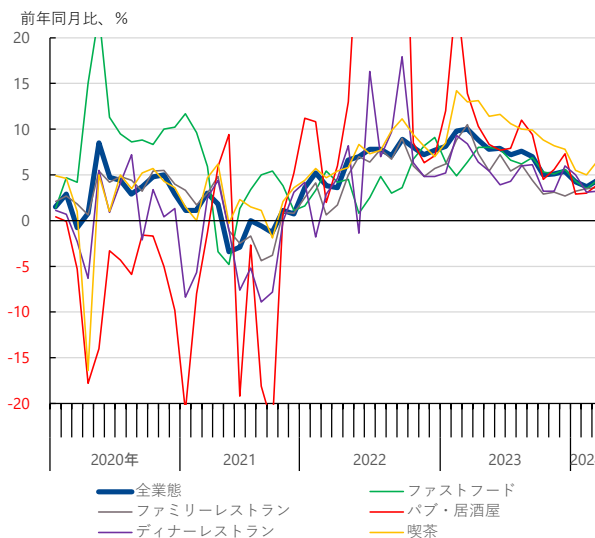
外食産業売上高における客単価の上昇率が縮小してきている。上記のNewsで取り上げたように、外食企業による値上げの動きが徐々に落ち着きつつあるため、それを反映して客単価の上昇率が鈍化している可能性がある(図表)。

しかし、足元でより注意しなければならないのは価格競争の激化や、消費者の節約志向の高まりではないだろうか。外食産業の客単価は「メニュー単価」と「注文する品数」の積として計算される。テイクアウトやデリバリーが増加したコロナ禍下の2020年には、ファストフード業態などで「注文する品数」の増加が、客単価を押し上げたとみられている(図表の緑の線)。

また、最近(2022年から23年前半)のメニュー価格が値上げされる局面でも、注文する品数が維持されていたことからメニュー価格の引き上げが、客単価の上昇となったと考えられる。

しかし、価格に敏感な消費者が「注文する品数」を削減したり、あるいは低価格業態や低価格メニューにシフトするなどの動きを強めることになれば、客単価が低下することになる。

客単価の前年同月比増減率の推移(全国、全店)



注1: 既存店と新規店の合計
 注2: 店内飲食だけでなく店外飲食も含む値
 注3: 名目ベースの税抜き価格による比較。
 出所: 一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」より
 浜銀総研作成

⁵⁾ 本調査は2022年4月、2022年10月、2023年10月に続き、4回目。

⁶⁾ 季節限定メニューや期間限定メニューなどを除いた各社のグランドメニューの改定。

3月の外食産業売上高の業態別の客数の増減率を詳細にみると、比較的客単価が高いと考えられるパブ・居酒屋業態の客数の伸び率は低く、「パブ・ビアホール」に限ると客数が減少した。他方、低価格のラーメンチェーン（「日高屋」や「幸楽苑」など）が含まれるファミリーレストラン業態の「中華」や、牛丼チェーン（「吉野家」や「松屋」など）が含まれる「和風」など、相対的に低価格帯とされる業態の客数の伸び率が相対的に高くなっている。こうした業態ごとの伸び率の差異が、例えば特定のチェーンによる集客イベントの実施等の一過性の要因によるものでないならば、低価格業態を選択する消費者の動きを示している可能性があり、注視しておく必要がある。

2024年3月の外食産業売上高(全国、全店)

(前年同月比増減率)

業 態	店舗数	売上高	客数	客単価
全 体	36,261	11.2%	6.6%	4.4%
ファストフード	21,156	10.7%	6.0%	4.4%
洋 風	6,339	10.4%	5.5%	4.7%
和 風	5,134	16.1%	9.7%	5.8%
麺 類	3,116	13.9%	4.9%	8.6%
持ち帰り米飯/回転寿司	4,226	2.9%	-0.2%	3.1%
その他	2,341	11.1%	8.6%	2.3%
ファミリーレストラン	10,191	13.0%	9.1%	3.6%
洋 風	5,025	13.6%	10.3%	3.0%
和 風	2,552	12.5%	6.1%	6.0%
中 華	1,235	11.3%	8.2%	2.8%
焼き肉	1,379	13.6%	9.4%	3.8%
パブ・居酒屋	1,830	6.2%	2.2%	3.9%
パブ・ビアホール	392	6.5%	-0.1%	6.6%
居酒屋	1,438	6.0%	3.6%	2.3%
ディナーレストラン	895	11.6%	8.1%	3.2%
喫茶	1,902	10.0%	3.2%	6.5%
その他	287	7.2%	4.3%	2.8%

注1: 全店とは、既存店と新規店の合計。

注2: 売上高と客単価は名目ベースの税抜き価格による比較。

注3: 売上高、客数、客単価は店内飲食だけでなく店外飲食も含む値。

出所: 一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」より浜銀総研作成

担当者



佐橋 官

sahashi@yokohama-ri.co.jp

調査部 主任研究員

外食、鉄道、小売等を担当



不動産



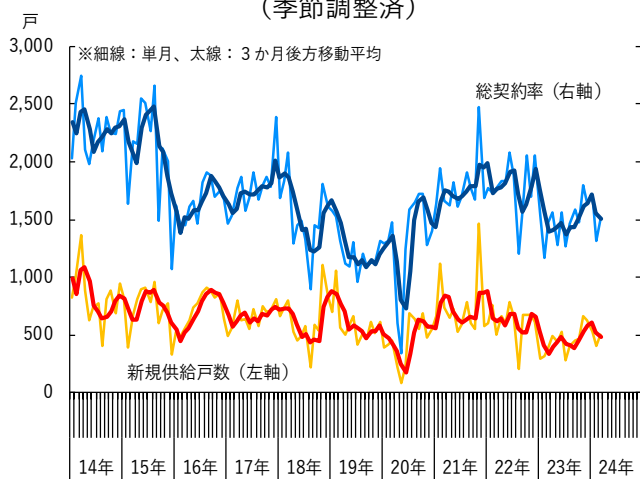
今月のポイント

- 住宅販売とオフィス賃貸の業況判断は、現状、6か月先ともに前月号から変更なし。
- 住宅販売をみると、住宅価格の高止まりが重荷となり、需要が弱い状態が続いている。
- オフィス賃貸市場では、空室率が上昇する中で募集賃料に低下圧力がかけやすい状況が続くと見込まれる。

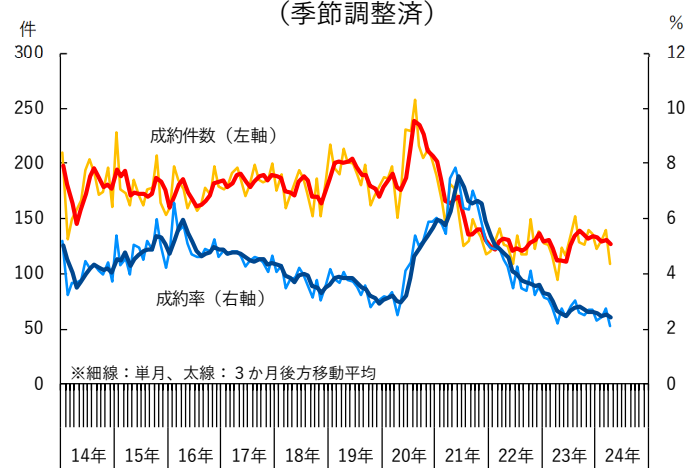
今月の統計と解説

神奈川県内の住宅販売の判断は、現状、6か月先ともに前月号から変更なし。新築マンションの総契約率が弱含み、建売住宅、中古マンションの成約率も低位での推移となっている。発売価格や登録価格の高止まりが需要の重荷となっている姿がうかがえる。深刻な人手不足で建設業では人件費負担が高まりやすい状況にあり、今後も建築コストの低下は限定的とみられる。このため、住宅価格も下がりにくく、住宅取得需要の回復にはなお時間を要しよう。

新築マンション販売（神奈川）
（季節調整済）



建売住宅販売（神奈川）
（季節調整済）



注：季節調整は浜銀総研が実施。

総契約率は、分子に前月からの繰り越し販売分を含めて計算した契約率。

出所：不動産経済研究所資料より浜銀総研作成

注1：季節調整は浜銀総研が実施。

注2：成約率は、成約件数を期中供給件数（在庫件数の期中平均値）で除して算出しているため、実際の成約率に比べて低い可能性がある。

注3：集計条件の変更に伴い、2020年12月以前と2021年1月以降の間はデータが不連続になっている。

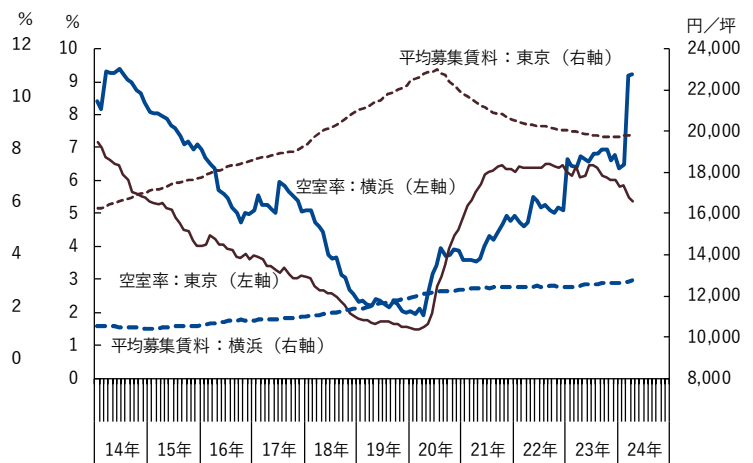
出所：東日本不動産流通機構「月例マーケットウォッチ」より浜銀総研作成

県内のオフィス賃貸の判断も現状、6か月先ともに前月号から変更なし。4月の横浜ビジネス地区の空室率は9.24%と前月差0.06%ポイント上昇した。上昇は3か月連続。三鬼商事の資料によると、新横浜地区で大型解約があり、その影響で同地区の空室率が上昇したとのことである。他方で、横浜ビジネス地区の平均募集賃料は足元で緩やかな上昇を継続しているため、現状判断は「曇り」のままとする。ただし、前月号でも述べた通り、空室率の上昇に遅れて賃料も徐々に低下していく可能性があり、注意を要する。

中古マンション販売（神奈川）



オフィス市場（横浜、東京各ビジネス地区）



注1：季節調整は浜銀総研が実施。
 注2：成約率は、成約件数を期中供給件数（在庫件数の期中平均値）で除して算出しているため、実際の成約率に比べて低い可能性がある。
 注3：集計条件の変更に伴い、2020年12月以前と2021年1月以降の間はデータが不連続になっている。
 出所：東日本不動産流通機構「月例マーケットウォッチ」より浜銀総研作成

出所：三鬼商事資料より浜銀総研作成

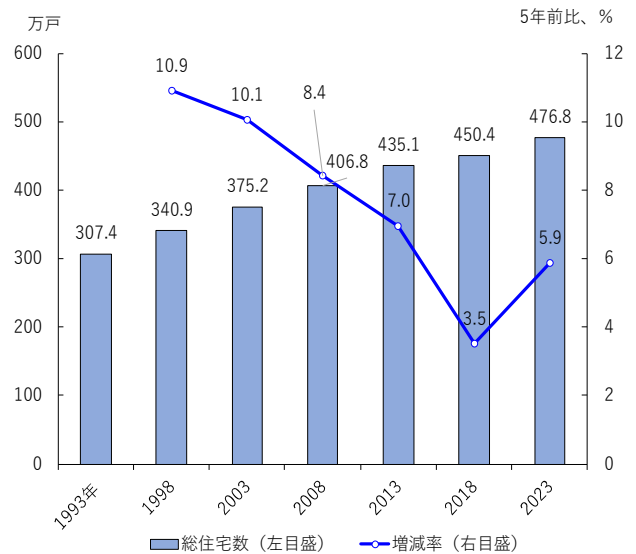
Pick Up

2023年の神奈川県空き家数は46.6万戸と2018年調査比3.8%減少した

4月30日に総務省が「令和5年住宅・土地統計調査」を発表した。住宅・土地調査とは、5年毎にわが国の住宅とそこに居住する世帯の居住状況、世帯の保有する土地などの実態を把握することを目的に実施されている調査である。

同調査の住宅数概数集計（速報集計）結果によると、2023年10月1日時点のわが国の総住宅数は6,502万戸と2018年調査時点比4.2%増加（同261万戸増加）となり、統計開始（1948年）以降で過去最多となった。都道府県別に総住宅数の増減率をみると、最も高いのは沖縄県の同7.2%増加で、次いで東京都（同6.9%増加）、滋賀県（同5.9%増加）、神奈川県（同

神奈川県の総住宅数とその増減率

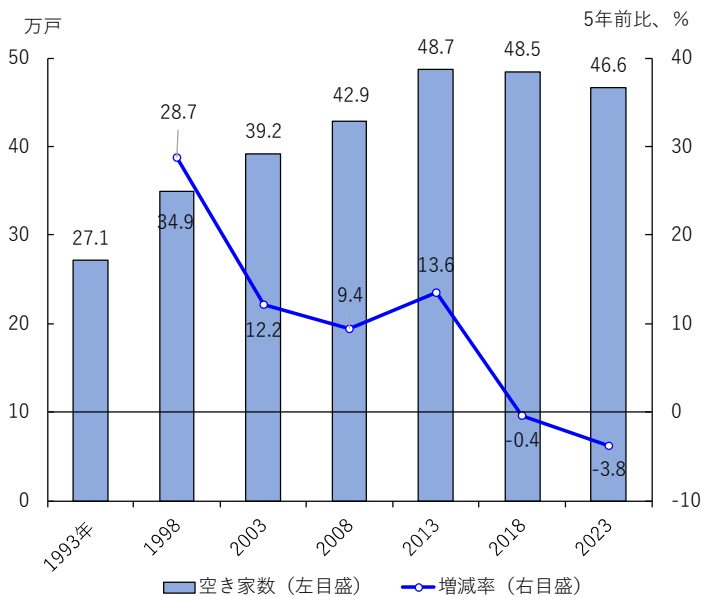


注：各年10月1日時点。
 出所：総務省「住宅・土地統計調査」

5.9%増加)、大阪府(同5.3%増加)の順番となっている。なお、神奈川県は総住宅数は476.8万戸である(前ページ下段の図表)。

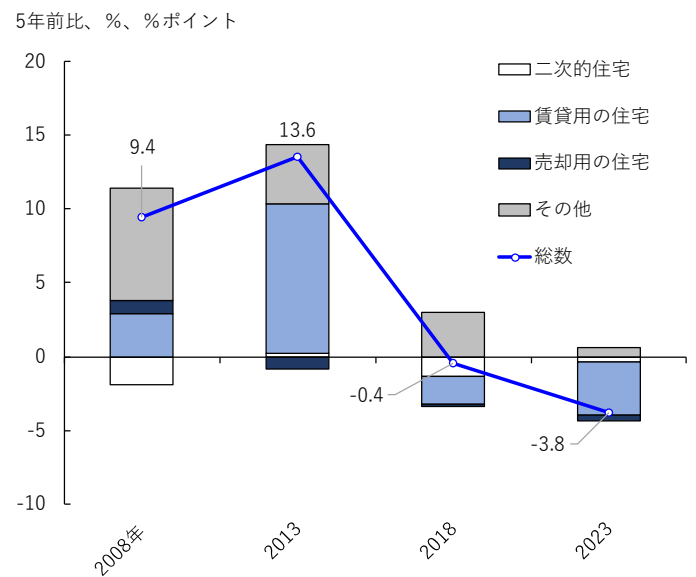
次に、空き家の状況を見ると、全国(2023年10月1日時点)で899.5万戸と2018年調査時点比6.0%増加となった。全国の空き家は1993年調査と比べてほぼ倍となり、統計開始以来、過去最高の数値となっている。都道府県別に空き家の増減率を見ると、最も高いのが北海道の同18.6%増加で、次いで大分県(同18.0%増加)、福井県(同17.1%増加)、富山県(同16.2%増加)、秋田県(同14.0%増加)の順番となっている。神奈川県の空き家は2023年10月1日時点で同3.8%減少の46.6万戸と、2018年に続き減少となった(下左図)。空き家の内訳を見ると、賃貸用の住宅の減少が空き家減の主因であることが分かる(下右図)。県内において賃貸用の住宅の再利用(ないし、数は少ないとみられるが解体)などが進んでいる可能性が指摘できる。

神奈川県の空き家数とその増減率



注: 各年10月1日時点。
出所: 総務省「住宅・土地統計調査」

神奈川県の空き家増減率の寄与度分解



注: 各年10月1日時点。二次的利用は主に別荘である。賃貸用と売却用ごとに増減率を確認できる2008年調査以降の数値を掲載した。
出所: 総務省「住宅・土地統計調査」より浜銀総研作成

担当者



遠藤 裕基
y-endo@yokohama-ri.co.jp
 調査部 上席研究員
 地域経済、不動産等を担当

医療・介護



今月のポイント

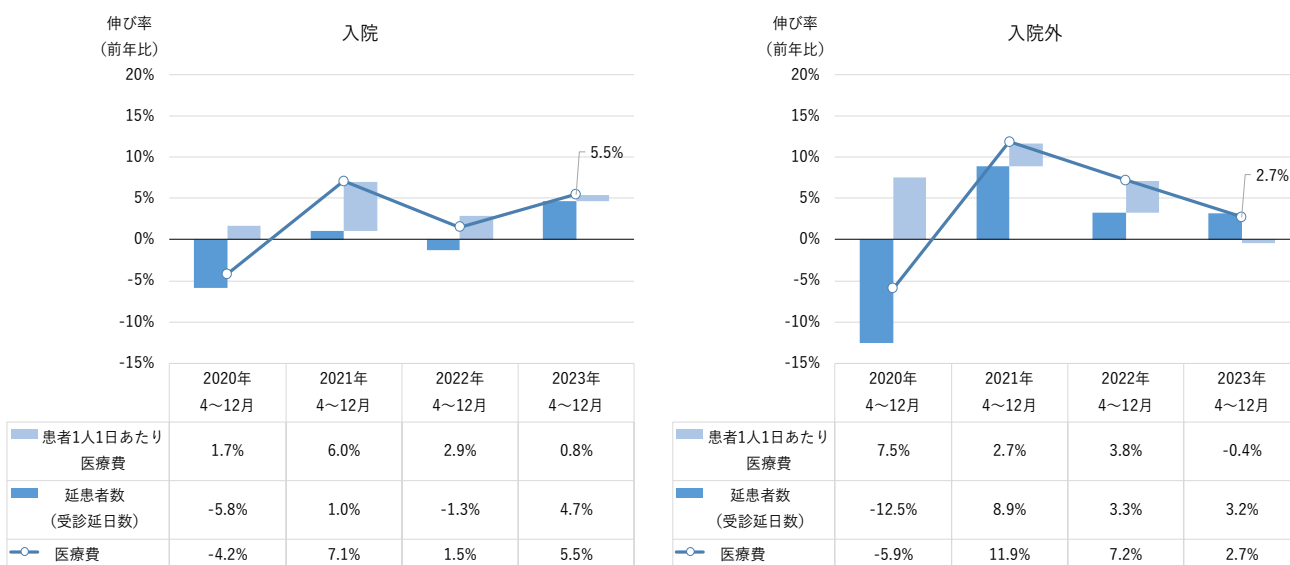
- 神奈川県内の医療機関における2023年4～12月の医療費（医療機関の収入）は、入院、入院外ともに前年を上回った。
- 新型コロナの「5類」移行に伴い患者数が回復し、医療費が増加している。
- 先行きについては基本的に患者数・医療費の増加が続くことが予想されるが、2024年度診療報酬改定の影響により、外来においては医療費の伸びが鈍化するだろう。

今月の統計と解説

2023年4～12月の医療費は入院、入院外ともに前年を上回った

神奈川県内の医療機関における2023年4～12月の入院医療費は、前年同期比+5.5%だった。新型コロナの「5類」への移行に伴い延患者数が増加したことに加え、患者当たり単価（患者1人1日あたり医療費）も上昇していた。患者当たり単価の上昇には平均在院日数の短縮が寄与したと推察される。入院外（診療所及び病院の外来）では、患者当たり単価はわずかに低下したが、患者数が前年よりも増加したため医療費は同+2.7%となった。入院外の患者当たり単価の低下は、風邪等の軽症の患者数が増加したことが影響しているとみられる。

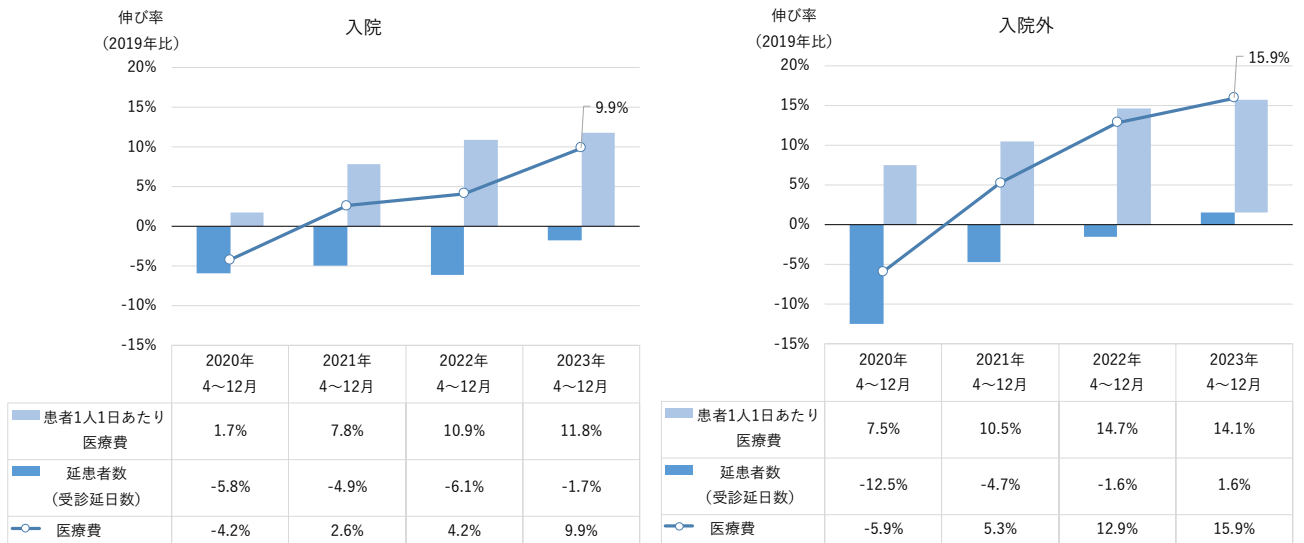
図表1 神奈川県内の医療機関における診療種別医療費等の伸び率（前年比）



出所：厚生労働省「概算医療費データベース」より作成

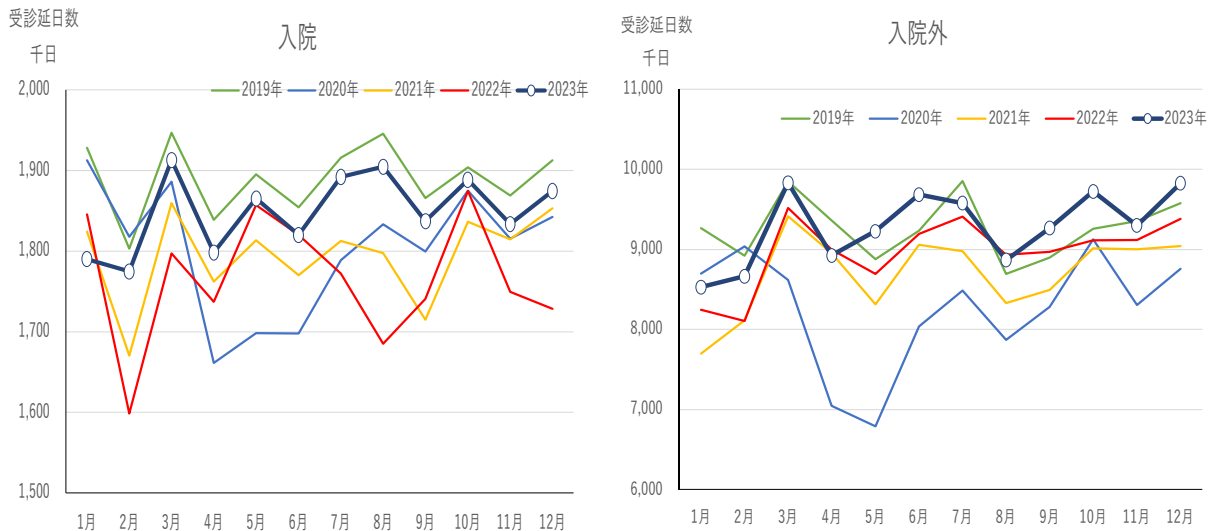
¹ 入院医療の報酬は、入院初期ほど初期加算等により報酬が高く、入院期間が長くなるほど報酬が安くなる設計となっているため。

図表2 神奈川県における医療機関における診療種別医療費等の伸び率（2019年比）



出所：厚生労働省「病院報告（毎月分概数）」より浜銀総研作成

図表3 神奈川県における医療機関における延患者数の推移



出所：厚生労働省「概算医療費データベース」より作成

今後の注目ポイント

先行き（6か月先）については、高齢者人口の増加が続くこと、2024年度の診療報酬の「本体」（医師等の技術料・サービス料に相当）の改定率が+0.88%とプラスであったことから、全体としては患者数と医療費の増加が続くと予想する。

ただし、個別にみると、2024年度診療報酬改定の影響の度合いにより、医療機関の経営状況には差が生じるだろう。

入院医療においては、入院基本料の引き上げや職員賃上げのための報酬の新設（入院ベースアップ評価料）により、患者当たり単価は上昇する。しかし、急性期病院の多くが算定する「急性期一般入院料 1」における平均在院日数の基準の短縮化、地域包括ケア病棟入院料における入院40日超の報酬の削減など、病床利用率の低下につながる見直しが行われている。病院ごとの影響の度合いは病院の病床構成や平均在院日数の状況（既に余裕を持って平均在院日数の基準をクリ

アできていれば影響は小さい)、新規入院患者の増加率などによって異なるが、病院経営に与える影響を注視する必要がある。

外来(入院外)においては、初診料・再診料の引き上げや職員賃上げのための報酬の新設(外来・在宅ベースアップ評価料)が行われたが、他方で処方箋料が引き下げられたため、患者当たり単価は微増にとどまり、医療費の伸びが鈍化すると予想する。さらに、生活習慣病の管理料の見直し(特定疾患療養管理料の対象から「脂質異常症、高血圧症、糖尿病」を除外)が行われ、該当する患者の報酬が減少する。特に内科クリニックで影響が大きいとみられるため、経営への影響を注視する必要がある。

Pick Up

2024年度診療報酬改定で新設された「地域包括医療病棟」とは？

2024年6月より、2024年度の診療報酬改定が行われる。本稿では、2024年度改定で新設された「地域包括医療病棟」の内容を解説する。

高齢者の救急搬送の受け皿となることが期待される病棟

2024年度改定に向けた議論においては、高齢化の進展に伴い増加している「高齢者の救急搬送」への対応が論点となった。救急搬送が必要な高齢者は、通常、医療提供体制が充実した急性期病院に搬送される。しかし、搬送された高齢者は結果として軽症・中等症であるケースも多い。そのため高度な医療を担うべき急性期病院の病床が、医療資源投入量が少ない患者(例えば誤嚥性肺炎、尿路感染症)で埋まってしまうというミスマッチが生じる可能性がある。また、リハビリ体制が充実していない環境で寝たきりの状態が続くことにより、転院・退院するまでの間に高齢者の生活機能(起居、歩行、食事、排泄などの日常生活動作の機能)が低下してしまうという問題が指摘されていた。

そこで、「高齢者の救急搬送」の受入という急性期の機能と、充実したリハビリ体制や在宅復帰支援といった回復期の機能を併せ持った病床を確保するために、「地域包括医療病棟入院料」²という報酬が新設されることとなった。

10対1看護職員配置に加え、リハビリ専門職などの配置が必要

地域包括医療病棟入院料の報酬は入院基本料に一定範囲の加算、検査、画像診断、投薬、処置等を加えた包括報酬で、点数は1日につき3,050点となっている。手術や麻酔、心臓カテーテル検査などは包括範囲外(出来高算定)であるため、これらを加えると急性期一般入院料を算定するケースよりも1日当たりの報酬単価が高くなるケースがある。

施設基準(報酬を算定するための前提条件)は次頁図表4のとおりで、看護職員配置は急性期一般入院料2~6と同様に10対1配置が必要となる。リハビリを充実する観点から常勤のリハビリ専門職2名以上の配置をはじめ、脳血管疾患等リハビリや運動器リハビリが実施できる体制を有していることが要件となっている。また、軽症・中等症の患者を早期に在宅復帰させることが目標となることから、在宅復帰率80%以上という要件が設定されている。

² 病院団体の中には略称として、「地メディ病棟」(「メディ」は医療=メディカルの略)という呼称を用いているところがある。

図表 4 地域包括医療病棟入院料の施設基準等

地域包括医療病棟入院料

[点数]

1日につき3,050点

[主な施設基準]

- 看護配置10対1
- 常勤の理学療法士、作業療法士または言語聴覚士2名以上、専任の常勤の管理栄養士1名以上配置
- 入院早期からのリハビリを行う構造設備
- 入院中の患者に対して、ADL等の維持、向上及び栄養管理等に資する体制を整備
- 一般病棟用の重症度、医療・看護必要度該当患者割合16%以上（必要度Ⅰ）または15%（必要度Ⅱ）入院初日に「B3点以上」の患者割合50%以上
- 平均在院日数21日以内
- 在宅復帰率80%以上
- 自院内転棟割合5%未満
- 救急自動車等による緊急搬送患者または他の保険医療機関で救急患者連携搬送料を算定し搬送されてきた患者の割合15%以上
- 急性疾患等の患者に包括的な入院医療及び救急医療を行う体制を整備
- データ提出加算及び入退院支援加算1の届け出
- 特定機能病院以外の病院であること
- 急性期充実体制加算、専門病院入院基本料の届け出を行っていない
- 脳血管疾患等リハビリテーション料及び運動器リハビリテーション料の届出を行っている

出所：厚生労働省「令和6年度診療報酬改定の概要」を基に浜銀総研作成

「急性期1」や「急性期2～6」などからの移行が想定されている

現行の病棟から地域包括医療病棟への移行パターンとして、国は、①急性期一般入院料1（看護職員配置7対1）を算定する病院が当該病床の一部を転換する、②急性期一般入院料2～6（看護職員配置10対1）を算定する病院が、当該病床の全部または一部を転換する、③地域包括ケア病棟入院料を算定する病院が、当該病床の全部を転換する、といったケースを念頭に置いている（厚生労働省資料「令和6年度診療報酬改定の概要」）。

2024年度改定における看護必要度該当患者の要件の厳格化や平均在院日数の基準の短縮化により、急性期一般入院料1を算定する病院の中には病床数の縮小が必要となる病院も出てくることが予想される。そのようなケースでは、地域包括医療病棟は急性期一般入院料1病床からの転換先として有力な選択肢となるだろう。

担当者



清水 徹

t-shimizu@yokohama-ri.co.jp

調査部 主任研究員

医療・介護、調剤薬局等を担当



鉄道



今月のポイント

- 鉄道周辺事業の業況判断は、現状「曇り」、6か月先「薄曇り」を継続する。
- 鉄道系のホテル事業では、日本人の宿泊需要は堅調であり、外国人旅行者も増加しているため需給はひっ迫。客室料金も高止まりしている。
- 小売事業（百貨店とスーパー）では、減速感が出ている。郊外店（相鉄）や都心店（東急）など、自社沿線から離れた立地で店舗展開する企業の伸びが鈍い。

今月の統計と解説

鉄道周辺事業の業況判断は、現状「曇り」、6か月先「薄曇り」に変更なし

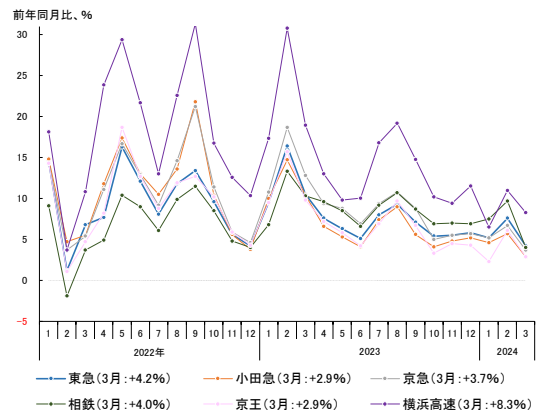
鉄道周辺事業については、現状、6か月先ともに業況判断の変更はない。ホテル事業の好況が続いているが、百貨店やスーパーには減速感が出ている。春闘の高い賃上げ率の効果が顕在化し年度後半は実質賃金がプラスに転じることで、業況が好転する見方にも変更はない。

2024年3月の鉄道輸送人員の伸び率は、新線開通効果も一巡し、各社とも大きな差がなく正常化したとみられる（右上図表）。

鉄道周辺事業では、鉄道会社が運営するホテルの客室稼働率は、3月も高水準を維持した（右下図表）。円安のため海外旅行を控えて、国内旅行を楽しむ日本人が増えていることが国内のホテル需要を押し上げていると考えられる。加えて、訪日外国人客の増加もあるため、客室の需給はひっ迫しており、物価上昇を背景にホテルの客室料金も高止まりしている。

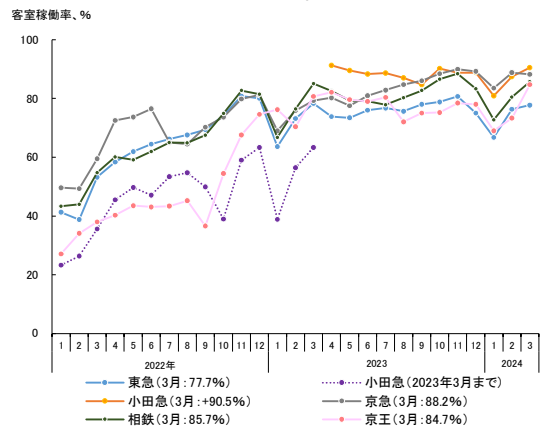
一方、小売事業の3月の販売は伸び悩みの動きがみられる。東急と京王は百貨店事業の3月売上高の伸び率が前月（2月）に比べて縮小（悪化）した。三越・伊勢丹や高島屋など、百貨店専業が銀座などに新店を出店している旗艦店は、訪日外国人や国内富裕層へのラグジュアリーブランドや美術・宝飾・貴金属の販売が好調を維持している。他方、鉄道系百貨店は、自社のターミナル駅に旗艦店を立地させており、沿線の消費者を主要顧客とする品

輸送人員



注:「横浜高速」は「みなとみらい線」の乗車人員数の前年同月比増減率
出所:各社IR資料、横浜市統計書より浜銀総研作成

ホテル客室稼働率



注1:「東急」は東急株式会社、㈱東急ホテルズ、東急ホテルズ&リゾート㈱、㈱THMが運営するホテル
注2:「小田急(2023年3月まで)」(紫色・点線)はハイアットリージェンシー東京の値。2023年4月以降は非公表。小田急は、2023年6月末をもって経営から撤退
注3:「小田急(黄土色・実線)」は、センチュリーサザンタワー(新宿)の値。2023年4月から公表。
注4:「京王」は㈱京王プラザホテル(新宿)
注5:「相鉄」は相鉄フレッサイン、サンルートの直営ホテル、運営受託ホテル
注6:「京急」は京急EXホテルと京急イン
出所:各社IR資料

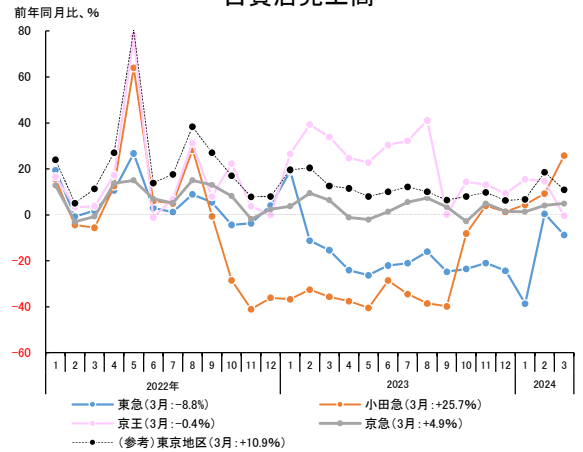
揃えをしていることもあり、外国人や富裕層向け商品の需要拡大の恩恵が相対的に少ないと考えられる。「ふだん使い」である鉄道系百貨店は、沿線に住む消費者の物価上昇による節約志向の高まりの影響を受けつつあると推察される（右上図表）。

また、再開発に伴って、小田急は旗艦店である新宿店を閉店しており、東急は富裕層向けの外商ビジネスの中核店舗であった東急本店を閉店している。これらの影響も大きいだろう。

また、鉄道系のスーパー事業では、京王（京王ストア等）が比較的好調である一方、相鉄（相鉄ローゼン等）や東急（東急ストア等）には停滞感がある。鉄道沿線の消費者に特化した駅前店舗の展開を特色とする京王に対して、郊外店（相鉄）や都心店（東急）など、自社の鉄道沿線から離れた店舗展開を特色とする2社が伸び悩んでいる形である。特に、相鉄は閉店による店舗数純減により3月の全店売上高が前年割れとなったが、既存店でも客数、売上高ともに前年割れである。

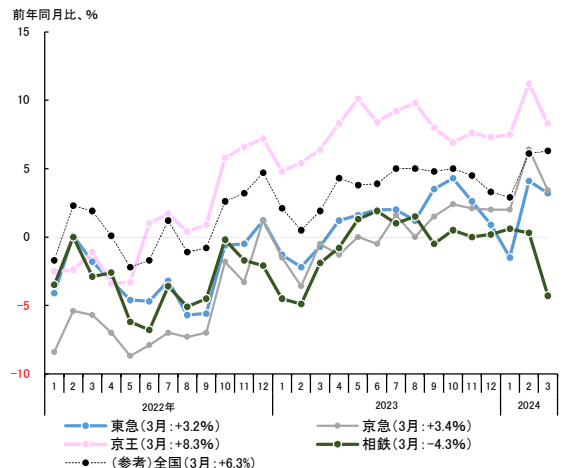
一般的に、鉄道系のスーパーは自社の鉄道利用者を主要ターゲットに安定的な集客が見込まれるが、鉄道沿線にはない店舗については、地域に展開する専業の食品スーパーなどとの競争が激化している可能性があるだろう。

百貨店売上高



注1: 東急は渋谷地区、吉祥寺、たまプラーザ、札幌の合計
 注2: 小田急は新宿店、町田店、藤沢店の合計
 注3: 京王は新宿店、聖蹟桜ヶ丘店の合計
 出所: 各社IR資料、一般社団法人日本百貨店協会「百貨店売上高」より

スーパー売上高(全店)



注1: 東急は東急ストア、相鉄はそうてつローゼンの値
 注2: 京王の値には京王ストアだけでなく、その他の小売事業の値が含まれる
 出所: 各社IR資料、一般社団法人日本スーパーマーケット協会「スーパーマーケット統計調査」より浜銀総研作成

担当者



佐橋 官
sahashi@yokohama-ri.co.jp
 調査部 主任研究員
 外食、鉄道、小売等を担当

小売



今月のポイント

- 紳士服（スーツ量販店）の業況判断は現状、6か月先とも、「曇り」を継続する。
- 4月のカジュアル衣料や婦人服の既存店販売は夏物商品を中心に好調だった。ただし、高温で夏物商品が前倒しされた要因もあり、シーズンを通しての動向を見極める必要がある。
- 他方、紳士服は前年割れ。定番商品が中心であるために、節約志向の高まりの中で需要が先送りされた可能性がある。実質所得が増加に転じる秋冬商品の商戦期での需要回復に期待。

今月の統計と解説

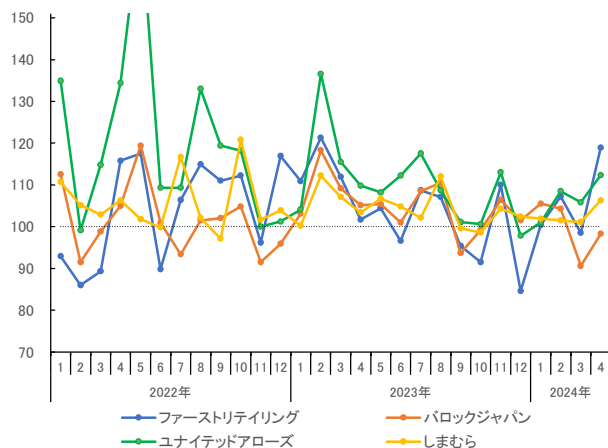
カジュアル系衣料と婦人服アパレルの4月の既存店販売は夏物商品の販売が好調

2024年4月は全国的に気温が平年を上回る日が多かったことから、カジュアル系衣料と婦人服アパレルの既存店販売が、夏物商品を中心に好調な滑り出しとなった。店頭では新作の夏物商品を並べる一方、春物商品はECサイトを中心に割引販売を行うことで在庫処分を効率的に進めたとみられる。カジュアル系衣料（左下図）の4月の既存店売上高は、ファーストリテイリング（前年比18.9%増）やユニテッドアローズ（同12.3%増）で10%を超える高い伸長率となったほか、しまむら（同6.3%増）も前年水準を上回った。また、婦人服（右下図）の4月の既存店売上高も、オンワード（前年同月比4.4%増）、TSI（同4.1%増）、ワールド（同3.4%増）とも、前年水準を上回った。

2024年4月は、前年（2023年4月）に比べて休日数が1日少なかったため、これによる減収影響をカジュアル衣料のユニテッドアローズは約2.3%ポイント、婦人服のワールドでは約3.0%ポイントと推計している。これらを加えると、仮に休日日数が昨年と同じであった場合の4月の既存店売上高はユニテッドアローズで同14.6%増、ワールドで前年同月比6.4%増となる。

カジュアル系衣料の既存店売上高の推移【前年比水準】

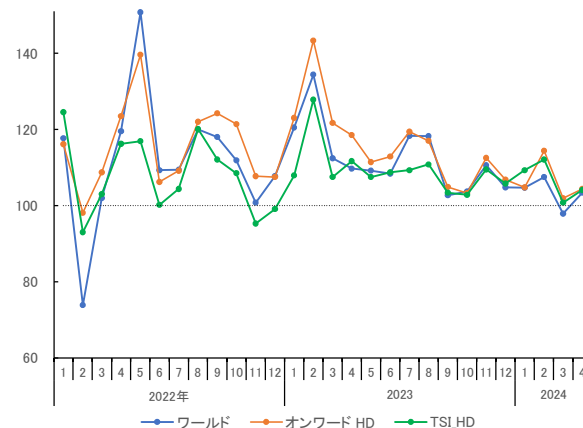
前年比水準（前年同月の売上高=100）



出所：各社のIR資料より浜銀総研作成

婦人服アパレルの既存店売上高【前年比水準】

前年比水準（前年同月の売上高=100）



出所：各社のIR資料より浜銀総研作成

このことから、両社の4月の売上高の好調ぶりがうかがえる。ただし、この高い伸び率の背景には、気温の上昇で在庫処分を急いだ春物商品のセールの寄与や、5月以降に予定していた夏物商品の需要が前倒しされたという面もあろう。単月の販売動向だけでなく、シーズンを通しての動向を見極める必要がある。

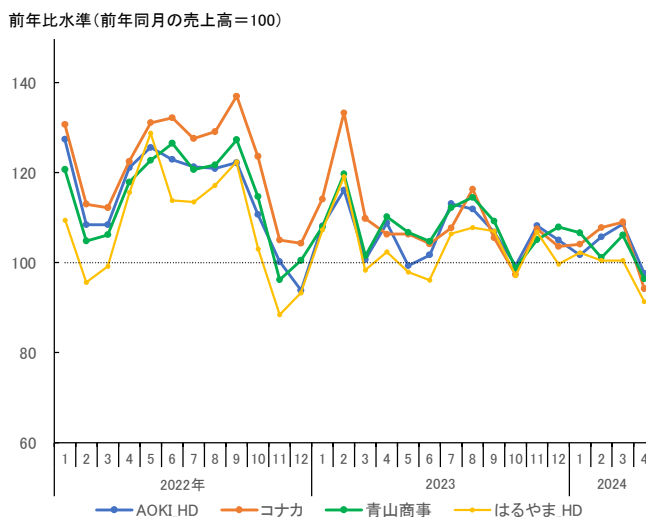
紳士服（スーツ量販店）の4月の既存店売上高は前年割れ

実際に、同じ衣料品でも紳士服（スーツ量販店）の4月の既存店売上高は、はるやまが前年同月比8.7%減、コナカが同5.8%減、青山商事が同3.6%減、AOKIは同2.4%減と、大手4社とも前年割れとなった。これは、前述の休日が1日少ないカレンダー要因や、新型コロナの「5類」移行を前に前年（2023年4月）の売上高水準が高まっていたことに加えて、直近については家計の節約志向の強まりによる影響が現れている可能性も指摘できる。

季節性や流行のあるカジュアル衣料や婦人服の販売が堅調であったことを踏まえると、家計は選択的に消費を拡大している可能性がある。その中で、定番商品が中心である紳士服は更新需要（買い替え）や追加需要が先延ばしされやすい商品である。厚生労働省「毎月勤労統計調査」によると、3月の実質賃金は24か月連続の前年比マイナスとなり、物価の伸びに賃金の上昇が追いつかない状況が続いている。特に4月は、為替の円安が一段と進んだ時期でもあり、輸入物価高を通じた将来の暮らし向きの悪化などに関する消費者の不安が高まった可能性もある。4月の既存店売上高の落ち込みには、家計が節約志向を強めて紳士服の購入を先延ばしにしたという側面があると推測される。

この先、春闘の賃上げの効果が顕在化してくる一方で、物価上昇率が鈍化することで、2024年度後半からは実質所得も増加に転じることが期待される。今後の物価動向には不透明な部分が残るものの、秋冬商品が投入される時期になれば紳士服の更新需要や追加需要が出てくると期待される。

紳士服（スーツ量販店）の既存店売上高【前年比水準】



注：AOKIホールディングスはファッション事業の数値
出所：各社のIR資料より浜銀総研作成

担当者



佐橋 官

sahashi@yokohama-ri.co.jp

調査部 主任研究員

外食、鉄道、小売等を担当

観光



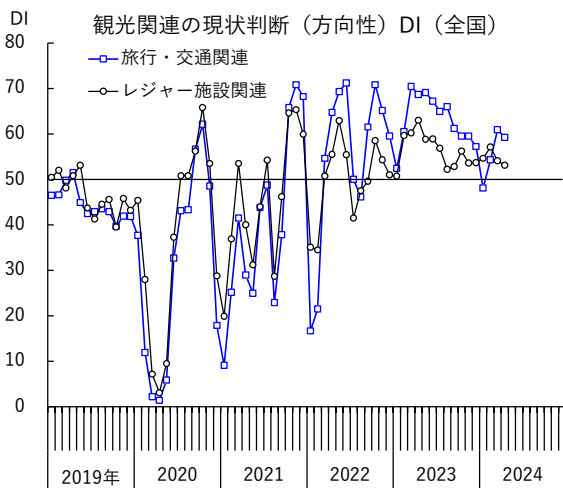
今月のポイント

- 観光産業の業況判断は、現状を「薄曇り」、6か月先を「晴れ」とする。
- 4月の「景気ウォッチャー調査」では、旅行・交通関連、レジャー施設関連ともに、DIはやや低下。ただ、両DIは好不調の分かれ目である50を引き続き上回った。さらに、ゴールデンウィーク期間中の旅行需要も高水準だったとみられることから、観光産業の業況はなお堅調と判断する。
- 6か月先の観光産業の業況は好調に推移すると予想。国内旅行需要が高水準で推移する中、インバウンド需要の拡大が見込まれ、人手不足といった供給面の課題が重要な論点になると考えられる。

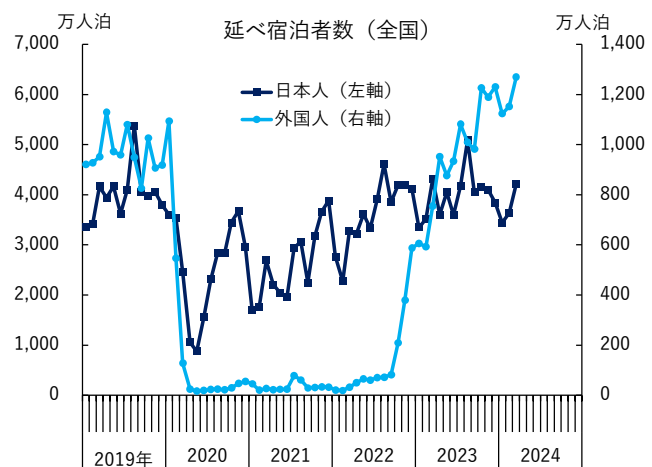
今月の統計と解説

4月の観光産業の業況は、3月に比べればやや勢いが落ちたものの、DIの水準は好不調の分かれ目である50を上回り良好だった。4月の「景気ウォッチャー調査」（内閣府）によると、旅行・交通関連の現状判断DIが59.2、レジャー施設関連は53.1となった。同調査の景気判断理由集では、業況が活況であることを示すホテルのコメントが多くみられた。また、ゴールデンウィーク期間中は、JR3社（東日本、東海、西日本）の新幹線の輸送量や航空大手2社（ANA、JAL）の国内線旅客数が同期間中に前年比9割以上か、前年を上回る水準で推移したことから、旅行需要も前年と同様、堅調であったと推測される。

主要統計が公表されている3月の動向については、延べ宿泊者数（観光庁、第1次速報値）が日本人（2019年同月比+1.3%）、外国人（2019年同月比+33.4%）ともに、引き続きコロナ禍前の2019年の同月水準を上回った。特に、外国人延べ宿泊者数の高い水準が示すように、歴史的な



出所：内閣府「景気ウォッチャー調査」



注：直近値（第1次速報値）の日本人は全体から外国人を差し引いて求めた。

出所：観光庁「宿泊旅行統計」より浜銀総研作成

円安の効果もあり、3月のインバウンド消費は非常に好調だった。もっとも、日本政府観光局が発表した「訪日外客統計」の報道発表資料にも記載があるように、本年のイースターは3月だったことから、キリスト教徒の多い欧米では休暇を取得する人が多かったとみられ、3月の外国人延べ宿泊者数は昨年や2019年に比べて増えやすかった面があることに注意が必要である。

6か月先も、観光産業の業況は好調に推移すると見込む。現在の海外金利動向を踏まえると、先行きも為替レートが大幅に円高になることは見通しづらい。このため、円安により旅費が割高になっている日本人の海外旅行需要は伸びにくく、逆に日本への旅費が割安になっている外国人の訪日旅行需要は活況が続くと予想される。これらは、国内観光産業への追い風となるだろう。

先行きのリスクは、観光産業において人手不足や仕入コスト高といった供給面の課題が解決していないことが挙げられる。「短観（2024年3月調査）」（日本銀行）をみても、宿泊業・飲食サービス業の雇用人員判断（先行き）DIは大幅な「不足」超、宿泊業・飲食サービス業の仕入価格判断（先行き）のDIは大幅な「上昇」超となっている。4月の「景気ウォッチャー調査」（内閣府）でも、先行きの景気判断理由集に、物価高や仕入コスト高への懸念を示すコメントがみられている。これらの課題への対応如何で、宿泊事業者間の業況には大きな差異が生まれるだろう。

担当者



白須 光樹（日本証券アナリスト協会認定アナリスト）

m-shirasu@yokohama-ri.co.jp

調査部 副主任研究員

神奈川県経済や観光を担当

本レポートの目的は情報提供であり、売買の勧誘ではありません。本レポートに記載した内容は、レポート執筆時の情報に基づく浜銀総合研究所・調査部の見解であり、レポート発行後に予告なく変更することがあります。また、本レポートに記載されている情報は、浜銀総合研究所・調査部が信頼できると考える情報源に基づいたものですが、その正確性、完全性を保証するものではありません。ご利用に際しては、お客さまご自身の判断にてお取扱いいただきますようお願いいたします。

