

2024年7月18日

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7月の産業マンスリーにおいては、観光の天気マーク（業況判断）について、現状を「薄曇り」から「晴れ」に上方修正し、6か月先を「晴れ」から「薄曇り」に下方修正する。

今月の業況

2024年7月号の産業マンスリーにおいては、観光の天気マーク（業況判断）について、現状を上方修正し、6か月先を下方修正した。足元は、インバウンド需要の拡大を背景に観光需要はコロナ禍前の水準を回復。先行きについては円安の一巡からやや弱含みとの見方である。

他方、テクノロジー、自動車、自動車部品など製造業においては、6月号でも述べたように需要回復の動きが鈍い。自動車業界では国内の生産台数は1~3月期に比べて回復しているものの、国内販売は認証不正問題の長期化やリコール等により伸び悩みとなっている。また、海外市場もコロナ禍前の販売台数まで戻らず頭打ち感が強まった。テクノロジーでも生成AI関連の需要拡大を除くと製品の需要回復が鈍い。

外食、鉄道、小売、不動産などの内需系の業種の状況も6月時点から大きな変化はなかった。消費者の動きは4月から5月にかけて弱含みで推移しているとみられ、外食需要は減速している。また、天候要因で6月の衣料品販売は紳士服や婦人服、カジュアル共に好調となったが、持続性には不透明感が残る。不動産は引き続き価格の高騰が需要を抑制しているとみられる。医療・介護では、病院の病床利用率がコロナ禍前の水準に戻りつつある。

(文責：城)

目次

テクノロジー	p.2
山鹿 亜紀子	
自動車	p.7
伊藤 誠孝	
自動車部品	p.11
伊藤 誠孝	
外食	p.15
佐橋 官	
不動産	p.19
遠藤 裕基	
医療・介護	p.22
清水 徹	
鉄道	p.26
佐橋 官	
小売	p.28
佐橋 官	
観光	p.30
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回復局面にある。ただし、AI 関連が好調な一方で、産業用部品の需要が弱いなど、用途別・製品別での需要動向にはバラつきがある。
- Pick Up：日本の半導体製造装置は世界的な競争力を持っているが、市場規模の大きな装置は米蘭のシェアが高い。また日本のシェアは近年低下傾向にあり、海外勢との競争が激化している。

業況判断と今後の見通し

電子部品・デバイスの需要回復は力強さに欠け、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・デバイスは、全体でみれば在庫調整の一巡に伴う需要の回復局面にあるものの、生成 AI 関連を除けば需要は力強さに欠ける。

生成 AI 関連は引き続き好調である。台湾の鴻海精密工業（EMS：電子機器受託製造サービス）や TSMC（ファウンドリ：半導体の受託生産企業）の 6 月の売上高は、生成 AI 向けのサーバーや半導体（GPU：Graphics Processing Unit）の需要拡大が寄与し、前年比 2 桁％増と大きく増加している。また、世界半導体出荷額（WSTS）の増加も、生成 AI 向けの GPU やメモリの出荷増が牽引している。

他方、産業機器向け部品は大幅な在庫調整が続いており、厳しい状況にある。また、民生機器向け部品は、在庫調整の一巡に伴って緩やかに需要が回復しているものの、スマートフォンやパソコンといった最終製品の需要は力強さに欠ける。更に、車載向け部品の需要動向は、顧客別・車種別での部品需要にバラつきがあり、全体で見た際の回復感は乏しい。

今後の見方や業況判断については、7 月末から開始される各社の決算発表における 4～6 月期の決算実績と 7 月以降の計画の修正内容などをみて見直したいと考える。

今月の統計と解説

台湾電子関連企業 63 社の 6 月の売上高は前年同月比 12.4％増

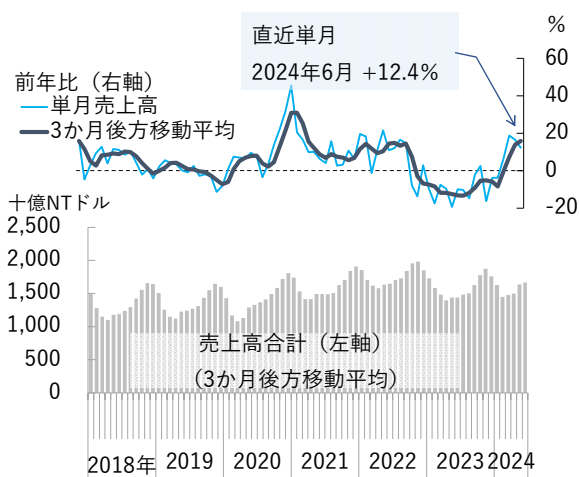
浜銀総研が集計している台湾の電子関連企業 63 社の 2024 年 6 月売上高は、前年比 12.4％増となった（次頁左図）。

63 社の売上高合計に占める割合が大きい鴻海精密工業の 6 月の売上高が同 16.1％増となり、全体の伸び率を押し上げた。AI サーバーの需要が大きく伸びたほか、パソコンで新機種の作り込みが行われたこと、車載向け部品の出荷が増加したことが寄与した模様である。

半導体関連メーカーの売上高も引き続き好調である（右図）。TSMC の 6 月の売上高は、生成 AI 向け半導体の需要の急拡大を受け、同 32.9%増と高い伸びを示した。

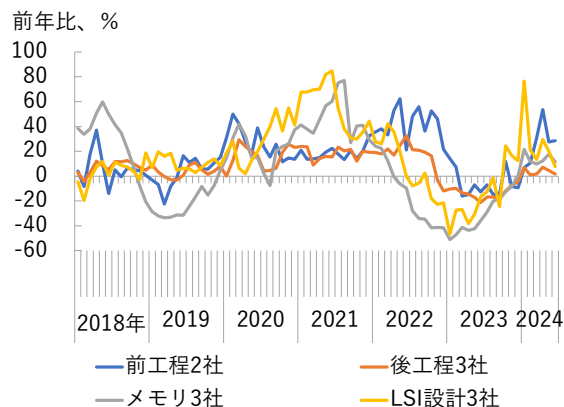
そのほか、パソコン・ネットワーク関連メーカーや液晶メーカー、電子部品メーカーの売上高も増加した。

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

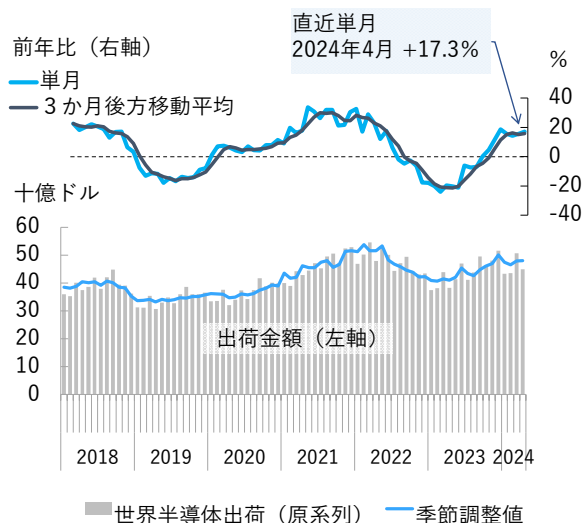


注：前工程: Taiwan Semiconductor Manufacturing, United Microelectronics。後工程: King Yuan Electronics, Powertech Technology, ASE Technology。メモリ: Nanya Technology, Winbond Electronics, Macronix International。LSI 設計 3 社: MediaTek, Novatek Microelectronics, Realtek Semiconductor
出所：Taiwan Stock Exchange, M.O.P.S. より浜銀総研作成

世界の 4 月の半導体出荷額（WSTS）は前年比 17.3%増

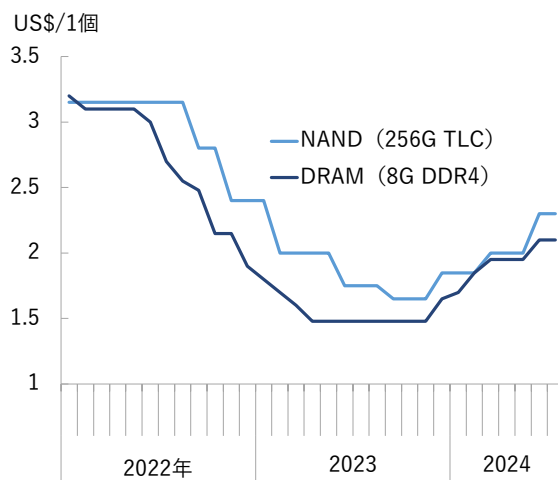
2024 年 4 月の世界半導体出荷額（WSTS）は、前年同月比 17.3%増と引き続き高い伸びを示した（左図）。生成 AI 向けの高性能なメモリ（HBM：High Bandwidth Memory、DRAM の一種）や、同じく生成 AI 向けのロジック半導体（GPU）の需要の増加が全体の伸びを牽引したとみられる。

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

またメモリについては、在庫調整の進展やメモリメーカーでの減産効果を背景に単価が上昇した点も、出荷額の押し上げに寄与したと考える（前頁、右図）。ただし、アナログ半導体やディスクリット（個別半導体）の出荷額は前年を下回ったとみられ、製品によって需要動向にはバラつきがある。

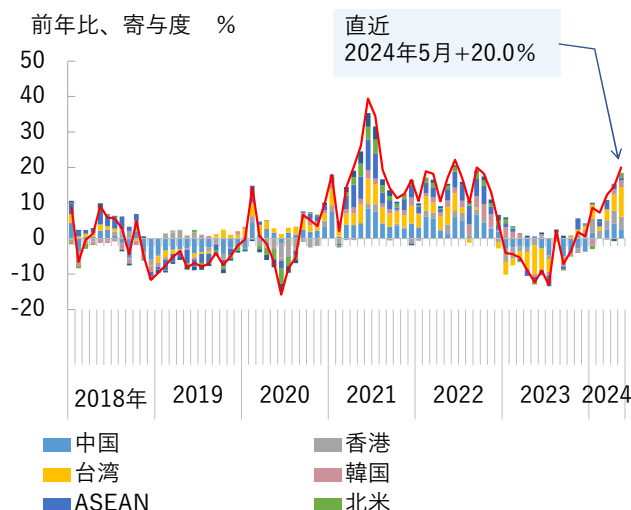
なお、販売地域別の伸び率をみると、米国が同 44.1% 増、アジア・パシフィックが同 16.0% 増、日本が同 6.7% 減、欧州が同 8.5% 減となった。半導体メーカーの顧客となる電子機器メーカーや EMS、半導体商社等の仕入れ状況は、地域によって大きな差が出ている。

我が国の電子部品・デバイスの 5 月の輸出額は前年同月比 20.0% 増

我が国の電子部品・デバイスの 5 月の輸出金額は、前年比 20.0% 増となった（左図）。地域別にみると、先月までと同様にアジア地域が全体の伸びを牽引している。具体的には、台湾向けが同 75.3% 増と大きく伸びたほか、中国向けが同 9.7% 増、香港向けが同 29.9% 増、ASEAN 向けが同 4.3% 増、韓国向けが同 29.6% 増となった。また、北米向けの輸出金額は同 16.1% 増、欧州向けも同 0.2% 増といずれの地域向けも前年比でプラスとなった。製品別には、デバイスに含まれるロジック半導体やメモリの輸出金額が、在庫調整の影響の大きかった前年の反動で大幅に伸びており、輸出金額全体を押し上げた。

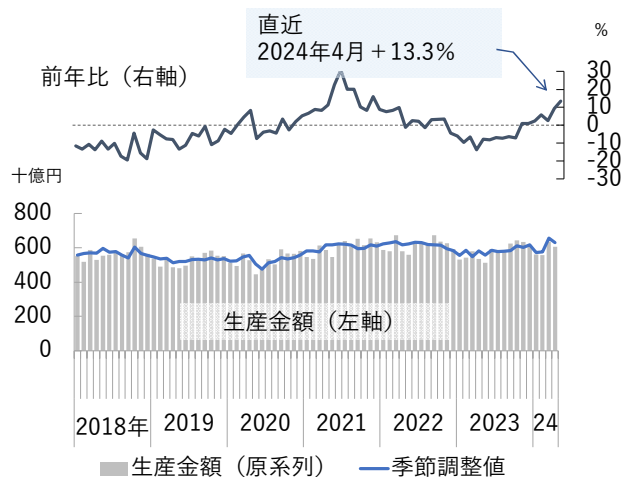
輸出金額の回復を背景に、我が国の電子部品・デバイスの生産金額も回復している（右図）。直近 4 月の生産金額は同 13.3% 増となり、先月よりも伸び率が拡大した。製品別には、電子部品が同 6.3% 増、デバイスが同 19.8% 増となり、デバイスの伸びが顕著である。輸出同様にデバイスに含まれるロジック半導体やメモリの生産金額が大きく伸びた。

電子部品・デバイス輸出額（前年比、国別寄与度）



出所：財務省「貿易統計」より浜銀総研作成

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：経済産業省「生産動態統計」より浜銀総研作成

Pick Up

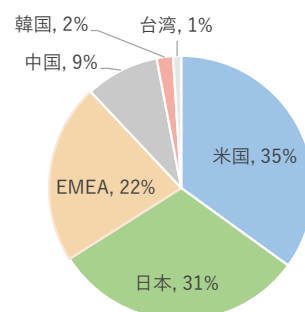
日本の半導体製造装置は競争力を維持できるのか

1) 強いと言われる日本の半導体製造装置

日本の半導体産業は、半導体自体の出荷額という面では長期にわたり凋落しているものの、半導体の製造装置に関しては依然として世界的な競争力を持っている。

経済産業省が OMDIA の調査を基に集計した半導体製造装置の国別のシェアを見ると、日本は米国に次ぐ 31% のシェアを有しており、半導体のサプライチェーンにおいては不可欠な存在となっている（右図）。

半導体製造装置 国別シェア（2021 年）



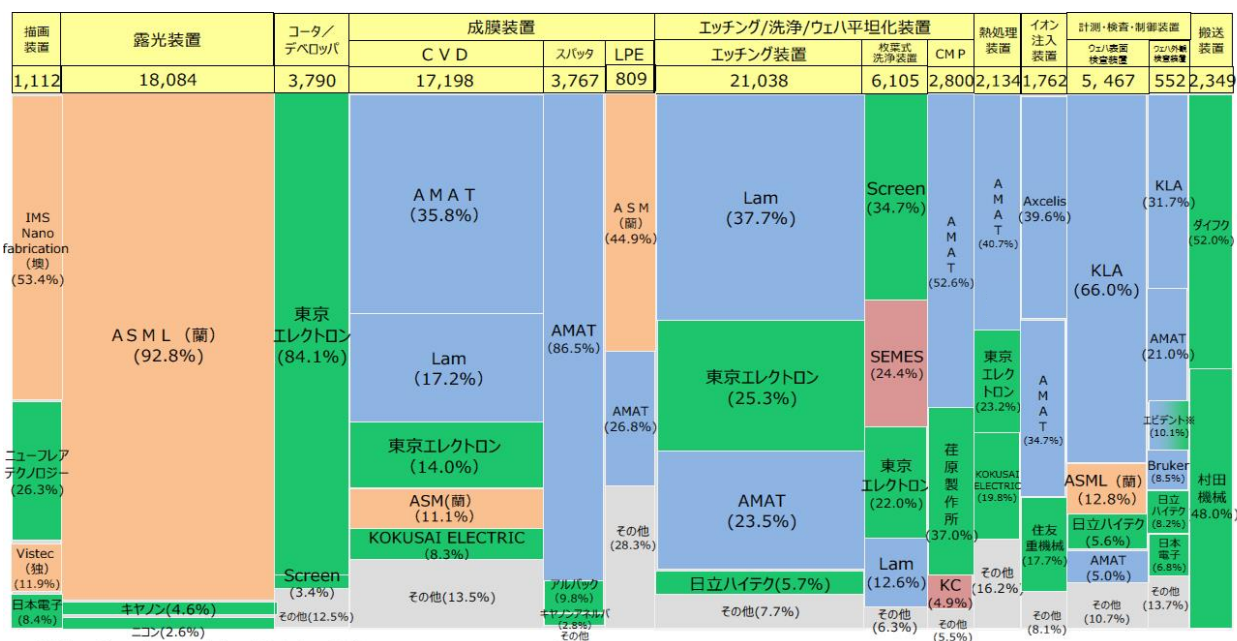
2) 市場規模が大きい装置は米蘭が占める

他方、一言で半導体製造装置といっても、半導体の製造には 1000 以上の工程があり、工程ごとに必要な装置は異なる。また、装置ごとに求められる技術要素が異なるため、装置別にそれを専業とするメーカーが存在する。

前工程で使用する半導体製造装置を種類別にみると、日本のシェアが高い装置は、コータ／デベロッパ、洗浄装置（枚葉式）、熱処理装置、搬送装置などが挙げられる（下図）。一方、露光装置や成膜装置、エッチング装置といった、それぞれ市場規模が 1 兆円を超える装置に関しては米蘭のシェアが高いことが分かる。

注：EMEA は欧州、中東、アフリカ
出所：「令和 3 年度重要技術管理体制強化事業（重要エレクトロニクス市場の実態調査及び情報収集）」（OMDIA）より経済産業省作成
経済産業省「半導体・デジタル産業戦略」p.22

半導体製造装置（前工程）の市場規模とメーカー別/国別シェア



出所：経済産業省「半導体・デジタル産業戦略」p.23

3) 日本のシェアは近年低下傾向、他方、韓国や中国の存在感が増している

また、前工程の製造装置全体でみると、近年の日本のシェアは低下傾向にある。SEAJ（日本半導体製造装置協会）と SEMI（国際半導体製造装置材料協会）の統計を浜銀総研が分析したところ、日本のシェアは 2011 年には 35% を超えていたが、2023 年には 3 割を下回っていた。この間の半導体製造装置の市場は約 2.4 倍に拡大していたため、シェア低下の要因は、日本企業の販売額の伸びが海外企業と比較して弱いことにあると分かる。

前述の通り、日本は市場規模の大きい製造装置でのシェアが低く、またこれらの装置の中でもより高額な最先端品では、海外企業に遅れを取っている状況にある。近年は韓国や中国の製造装置メーカーの存在感も増しており、競争はますます激化していく見通しである。半導体製造装置市場における日本のプレゼンスを維持・向上させていくためにも、日本の半導体製造装置メーカーには積極的な研究開発や投資が求められ、また国もこれを支援する必要があるだろう。

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 上席主任研究員

兼 経営コンサルティング部 上席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「曇り」を継続する。
- 自動車販売は日本では伸び悩みが続き、海外では頭打ち感が強まる。
- 欧米の政権交代により、電動化政策が修正される可能性が出てきた。

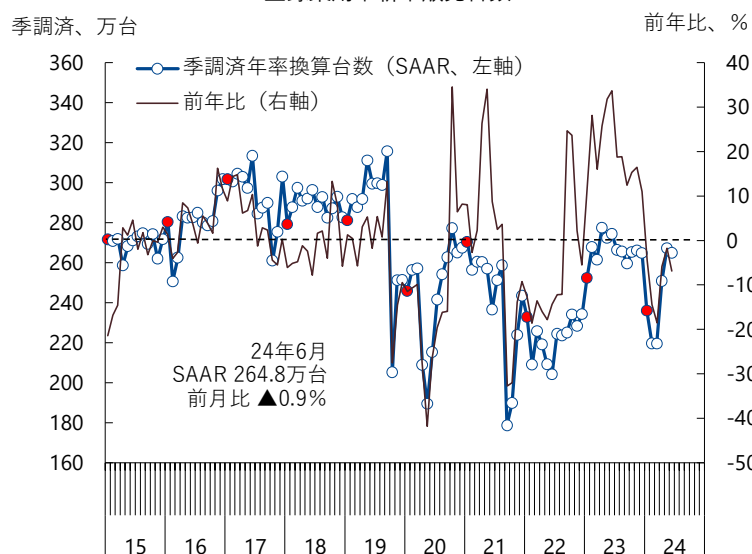
今月の統計と解説

日本市場の自動車販売は1～3月期の落ち込みからは回復したものの伸び悩んでいる

日本市場における 2024 年 6 月の季節調整済年率換算販売台数（SAAR：Seasonally Adjusted Annual sales Rate）は、登録乗用車で 264.8 万台（前月比 0.9%減）、軽自動車で 172.2 万台（同 4.8%増）、登録商用車で 35.2 万台（同 3.6%増）となった。国内販売台数は、認証不正に伴う生産停止の影響を受けた 1～3 月期の水準からは回復したと考えられる（下図）。

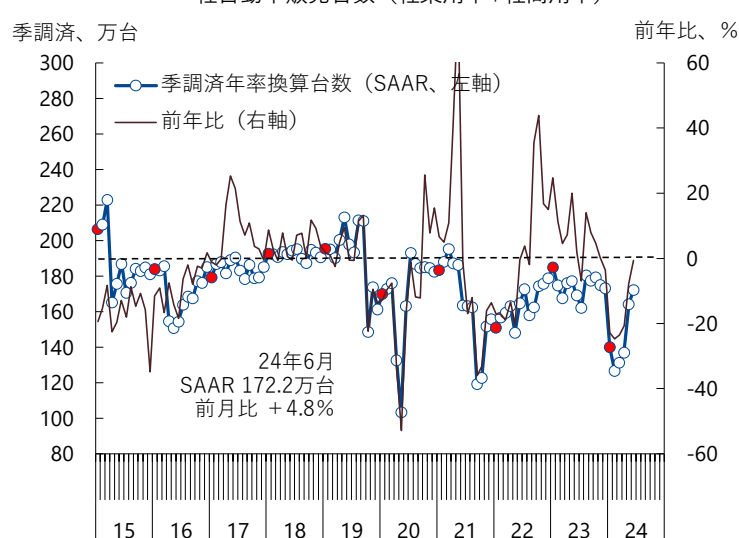
ただし、国内の自動車販売台数は、コロナ禍前の水準までは回復せず、頭打ちとなっていることも事実である。需要予測等を提供している調査会社 S&P Global の『Around the World Global Sales and Production Forecast』によれば、2024 年の日本の自動車販売台数は 466 万台（前年比 1.0%減）と予想されている。年後半で 1～3 月期の落ち込み分を挽回する可能性はあるものの、人口減少や都市化などのマクロ的な要因もあり、国内の自動車販売台数自体の伸びが期待できない状況であると分析されている。

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

海外市場の自動車販売も頭打ち感が強まっている

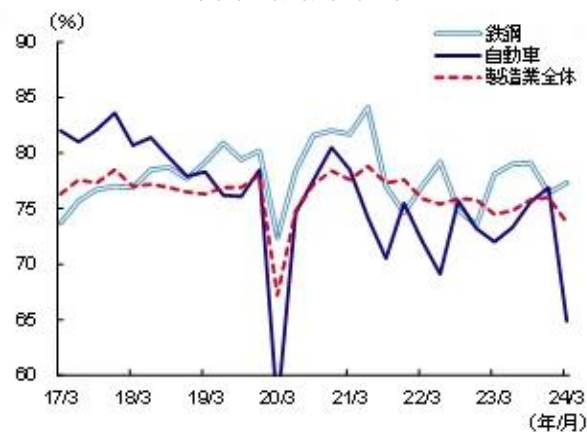
米国市場では、6月のSAARが1,501万台で前月比4.7%減（前年比3.0%減）となった。ディーラーの管理システムを提供しているCDKグローバルへのサイバー攻撃が影響し、新車販売台数が減少した。また、トヨタ自動車のプリンス頓工場生産されているグランドハイランダーとレクサス・TXでエアバッグの不具合が見つかり、6月20日から生産を停止した影響が現れている。

西欧5か国では、同月のSAARが997万台で前月比17.3%増と大幅な改善が見られた。その改善を支えているのがドイツとイタリアの新車販売の増加である。欧州連合（EU）では、自動速度抑制装置（ISA：Intelligent Speed Assistance）の新車への設置が7月7日から義務化された。6月は、この義務化を回避するための駆け込み需要が発生したと考えられる。

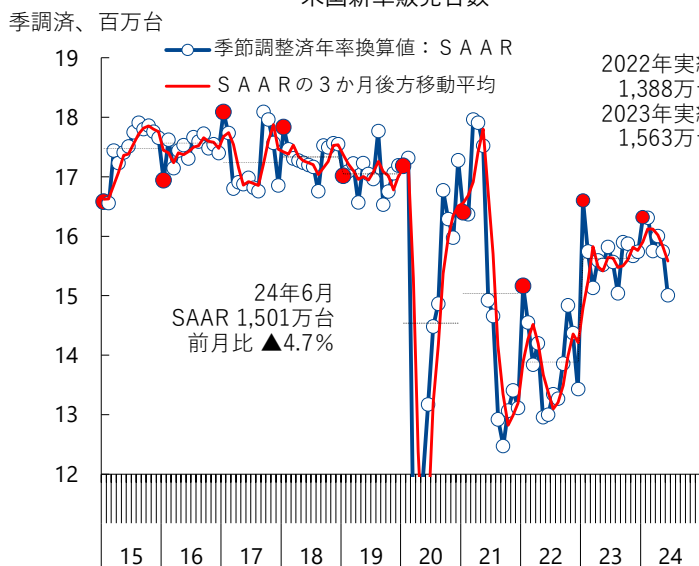
中国市場では内需の落ち込みが顕在化している。中国政府は、内需の落ち込みを食い止めるため、4月に公表された買い替え促進策「自動車買い替え補助金実施細則」に続き、5月には農村部での新エネルギー車の販売促進策「2024年の農村部における新エネルギー車の普及活動の展開に関する通知」を発表した。6月のSAARは2,702万台（前月比1.8%増）となり、前述の政策の効果が現れた。ただし、3か月移動平均の前月比は0.1%増となり、販売台数は頭打ちとなっている。

中国の内需の落ち込みは、設備稼働率の下落としても明らかになった。2024年の第1四半期（1～3月）の自動車製造設備の稼働率は64.9%となり、前四半期から12ポイントも減少した（右図）。国内の需要に対して生産能力が過剰となっており、その対応策として安価な自動車の海外への輸出（デフレ輸出）を積極的に進めていると考えられる。

中国の設備稼働率



米国新車販売台数



中国乗用車販売台数



NEWS

トヨタグループでは株式持ち合いの解消が進む

トヨタ自動車とデンソー、豊田自動織機の3社は、各社が保有するアイシンの株式を売却すると発表した。アイシン株について、トヨタ自動車の持株比率は24.8%から20%、デンソーの持株比率は4.8%から0%、豊田自動織機の持株比率は7.7%から2.9%に減少する。今回の政策保有株式の売却は、それぞれの事業領域で競争優位にあるグループ企業にグループの経営資源を集中させる、トヨタグループが提唱する「ホーム&アウェイ」戦略に基づくものである。各社は政策保有株式の売却で得た資金を、自社の成長領域に投資していく方針である。

政策保有株式の売却については、2024年1月に日本取引所グループから「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応」（以下、本対応）に関する開示企業の一覧表が公表され、プライム市場およびスタンダード市場の全上場会社の本対応への取り組み状況が明らかにされた。本対応では、現状分析、計画策定・開示、取組みの実行というサイクルの継続的な実施が求められており、投資家への積極的な開示と対話が要請されている。この観点から、自社の資本コストを上回るリターンを得ることができていない政策保有株を保有し続けることは、投資家への説明に耐えられないため、株式の持ち合い解消が進んでいるとみる。

経産省が使用済みの車載用電池の再活用に関する国際規格を主導

経済産業省（以下、経産省）は7月3日、使用済みの車載用電池のリパーパス（再活用）の安全性と性能の評価に関する国際規格が発行されたと公表した。この規格は、日本が提案して国際規格とされたものである。車載用としての役目を終えた電池を、定置用蓄電池などの用途に再活用することで、電池のライフサイクル全体で二酸化炭素の排出量を抑制することを企図している。当該規格では、使用環境や劣化状態にばらつきがある使用済み電池の使用履歴（異常履歴・修理履歴・使用期間等）および使用可能範囲（電圧・電流・温度等）を、自動車メーカーから電池リパーパス業者やユーザーに提供することを規定している。

経産省は上記発表の翌日、『「経営戦略と標準化」事例集』という資料を公表している。経営戦略における標準化戦略の優先順位が低いことに問題意識を持ち、市場の創出や獲得をしていくために行政として標準化を推進していこうという姿勢がみえる。一方で、新たな市場でシェアを獲得するためには技術的優位性が前提となるため、車載用電池で独占的な立場にある中国企業にどのように対抗していくのが課題となる。

Pick Up

欧米では政権交代により電動化政策が修正される可能性が出てきた

欧州における電動化戦略には政策的な意図が強い。2000年代から燃費改善でクリーンディーゼルを推進していた欧州自動車メーカーが、2015年のフォルクスワーゲンによる検査不正を契機に、日本企業が得意とするハイブリッド車の採用を避けて電気自動車（BEV）推進にかじを切ったというのが我々の見方である。このような背景もあり、政府が意図をもって産業を誘導していることから、目標（ゴールポスト）が動くという状況がたびたび発生している。

欧州連合（EU）欧州議会の最大会派である欧州人民党（EPP：European People's Party）が向こ

う5年間の同党の優先政策案を作成し、「エンジン車を実質的に販売禁止とする」とした2022年10月の合意の修正を要望していることがわかった。EUでは2023年3月28日に、2035年以降も「カーボンニュートラル燃料¹を用いたエンジン車」の販売は禁止しないということで既に合意しているが、今回のEPPの優先政策案ではさらに踏み込んで、エンジン車販売禁止の修正と先端的エンジンの開発を要望したと言われている。

他方、英国では、当初の計画で2030年までにガソリン車やディーゼル車などのエンジン車の新車販売を禁止する予定であったが、保守党に所属するスナク前首相が禁止時期を2035年に変更した。ところが、今回の総選挙で大勝した労働党のスターマー首相は、前政権が2035年に先延ばししたエンジン車の新車販売の禁止時期を2030年に戻すことを公約としている。

米国では、「もしトラ（もしもトランプが再当选したら）」と表現されるように、前大統領のトランプ氏が2024年11月の大統領選で勝利し再登場することになった場合には、大きな政策転換が予想される。自動車関連では、バイデン政権が進めていたBEV化を積極的に推進する方針が変更される可能性がある。例えば、インフレ抑制法（IRA：Inflation Reduction Act）の見直しが挙げられる。IRAは、BEVを購入する消費者に対して最大7,500ドルの税額控除を実施し価格メリットを与えるものであり、販売するBEVや搭載する自動車部品の北米3か国域内（一部自由貿易協定締結国を含む）での調達を税額控除の要件として定めている。BEVの組立工場を北米に誘致し、車載用電池のサプライチェーンを北米で構築することを意図したものである。

また、米国の現政権は、BEVに対する100%関税の実施などにより、米国市場からの中国製BEVの締め出しを強めている。これにより、割安な中国製BEVが、日本の自動車メーカーが従来車の主要市場としているタイに流入しており、日系自動車メーカーとの競争が激化しつつある。IRAやBEVに関するこうした規制等の変更は、企業間の競争環境にも大きく影響するとみられる。

さらに、米国環境保護局が規制する温室効果ガス（GHG：Greenhouse Gas）規制の緩和も想定される。現在のGHG規制はBEVの普及を前提とした水準に設定されているため、規制緩和はハイブリッド車を推進する日系自動車メーカーにとっては追い風となる。

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

¹ 製造から使用までの全過程（ライフサイクル）で大気中の二酸化炭素濃度を増やさない燃料のこと。合成燃料や水素、バイオ燃料などが例として挙げられる。

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「曇り」を継続する。
- 自動車部品の生産・輸出は認証不正の影響から回復した。ただし、海外市場では車両の現地生産が進み、部品についても現地調達比率を高める方向であり、更なる輸出の拡大は期待しにくい。
- 中国製 BEV への対応方針の決定を、自動車メーカーだけでなく部品企業も迫られる。

今月の統計と解説

自動車部品の生産水準は1~3月の落ち込みからは回復したものの拡大は見込みにくい

5月の自動車部品企業に関連する統計はおおむね好調であった。5月の自動車部品生産指数は115.6となった。4月の97.7から18.3%上昇し、認証不正に伴う生産下振れの影響が一巡したことが確認できる。認証不正により停止をしていたダイハツ工業の本社工場の生産が5月7日に再開され、国内4工場のすべてで生産が正常化したことが、自動車部品の生産量を押し上げる形となった(図表)。

一方、今後の自動車生産の計画を勘案すると、自動車部品生産のさらなる拡大は難しいとみる。

日産自動車(以下、日産)、いすゞ自動車(以下、いすゞ)、トヨタ自動車(以下、トヨタ)、日野自動車、三菱自動車工業、マツダ、本田技研工業、スズキ、SUBARUの9社が2024年3月期決算発表時に公表している2024年度の販売計画は合計2,474万台となっており、2023年度実績の2,409万台から微増(2.7%増)に留まる。自動車の大幅な増販が期待できない状況では、自動車部品の増産も期待できない。加えて、この計画時点では明らかになっていなかったトヨタでのプリウスのリコールに伴う生産停止などもあり、自動車と同様に自動車部品でも今後は生産の停滞が続くと考えられる。

自動車部品と完成車の生産指数(全国)

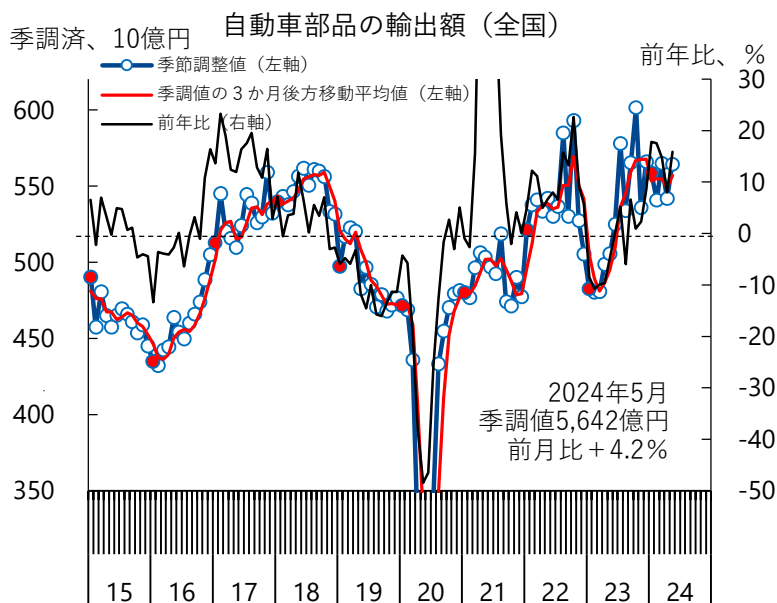


注1: 赤塗りマーカーは各年の1月実績値

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

全国の自動車部品輸出については、前月比で4.2%増、3か月移動平均の前月比で1.4%増、前年比は9か月連続でプラスとなっている。米国のインフレ抑制法（IRA：Inflation Reduction Act）や欧州のグリーン・ディール産業計画（GDIP：Green Deal Industrial Plan）をはじめ、世界各地で自国自動車メーカーの保護が政策として打ち出されている。そのため、現在常態化している地産地消が解消するシナリオは期待できず、むしろ部品の現地調達比率が上昇していくと考えられる。中国やインドを中心に、コストダウンなどの目的で現地材の採用を決定した企業も散見され、日本からの輸出は頭打ちなると考えられる（右上図）。

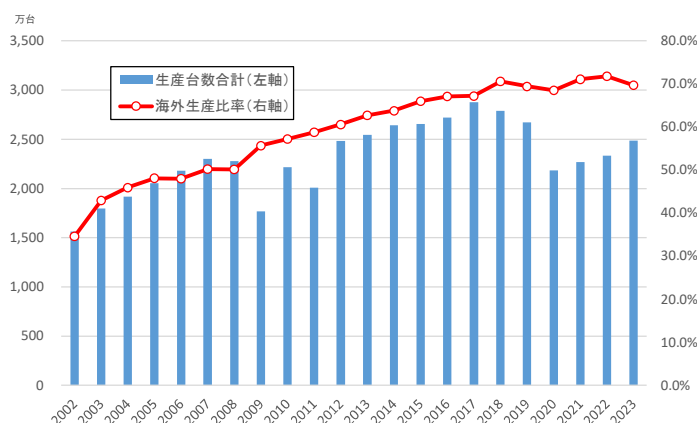
足元で輸出が増加したのは、現地生産の水準が回復したことに起因するものである。一方で、現地調達比率が高まっているため、現地生産の回復がそのまま輸出の増加にはつながっていない状況である（右下図）。



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

日系自動車メーカーの生産台数と海外生産比率



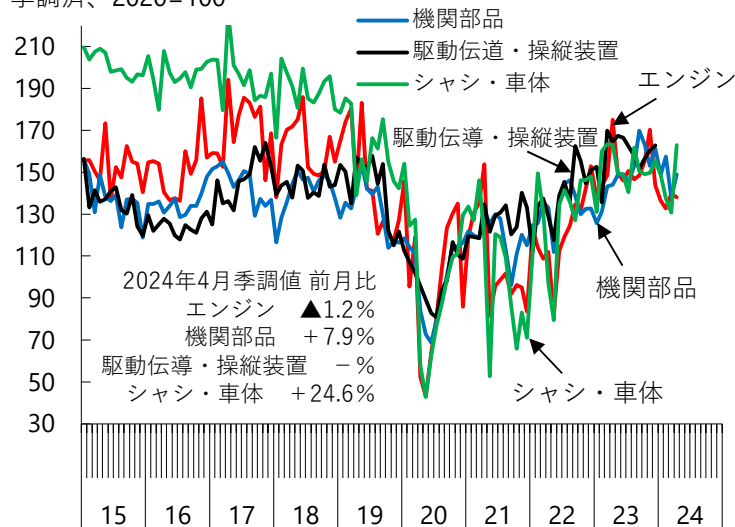
出所：マークラインズより浜銀総研作成

神奈川県では足踏みが続く

神奈川3港（横浜、川崎、横須賀）からの5月の自動車部品の輸出に関しては、季節変動の影響を除いた季節調整値（SA：Seasonally Adjusted）は654億円となり、前月比では4.8%増となった。ただし、横浜港に限定すると、自動車部品の輸出金額は5か月連続で減少しており、5月は特に米国やタイ向けの輸出金額が大幅に減少している。5月の自動車部品の米国向け輸出は93億円（前年比16.9%減）、タイ向けは30億円（同35.2%減）であった。日産の米国ブランドである「Infiniti」は、2024年5月の米国での販売台数が4,845台（同14.6%減）となり、5か月連続で前年割れとなっている。日産の米国での販売不振に引きずられ、横浜港からの自動車部品の輸出も減少しているとみる。同様に、UDトラックを含むいすゞのタイでの5月の販売台数は10,268台（同38.4%減）となり、15か月連続で前年割れとなっている。タイではローン審査が厳格化されたことで新車販売が停滞しているため、その影響を大きく受けている様子だ（次頁、図表）。

神奈川の自動車部品生産指数

季調済、2020=100



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

自動車部品の輸出額（神奈川3港）

季調済、10億円

前年比、%



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

NEWS

SDV 向け、部品企業が独自の提供サービスを用いて他社との連携を目指す

日立 Astemo は、独自に手掛けている IoV¹（インターネット・オブ・ビークル）プラットフォームを、ソフトウェア定義車両（SDV）向けにも展開する。目的に合わせて多様なデータを収集・分析することができ、将来的には各納入先のデータを連携することで、業界を横断したエコシステム（生態系）の構築を想定している。また、名古屋大学は複数の企業と「Open SDV Initiative」を設立し、ビークル API²の標準化を目指すと発表。この取り組みには、自動車メーカーのスズキだけでなく、オープンソースの自動運転ソフトウェアを提供しているティアフォー、半導体メーカーのルネサスエレクトロニクスなど計9社が参画している。従来の自動車業界の枠組みを超えて、サードパーティーと呼ばれるアプリ開発業者の参画も想定している。

Pick Up

中国系電気自動車への採用に向け、横浜ゴムの現地生産の動きが加速

横浜ゴムは7月1日、中国の浙江省杭州市に乗用車用タイヤの新工場を設立すると発表した。同社は既存工場を移転・新設し、2026年第2四半期から生産を開始する予定。この新工場は中国で生産される新エネルギー車（NEV）の新車装着向けで販路の拡大を目指しており、同市に本社を

¹ 自動車のインターネット化と呼ばれる。車両とインターネットをつなげ、車と交通システムの効率と安全性の向上を目指す技術。

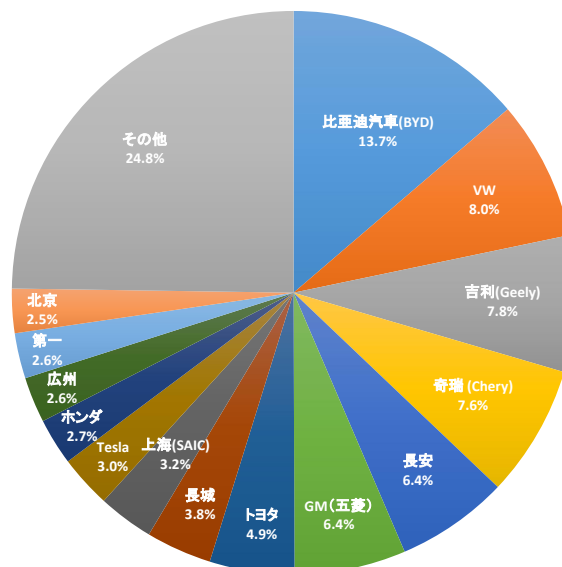
² Application Programming Interface の略。ソフトウェアやプログラム、Web サービスの間をつなぐインターフェースのこと。

置く電気自動車（BEV）メーカーの零跑汽車（Leapmotor）と戦略的提携を結んだ。零跑汽車は錢塘工場で2026年からNEVの量産を予定しており、それにタイミングを合わせる形で横浜ゴムも生産を開始する。また、杭州市には零跑汽車だけでなく、比亞迪（BYD）汽車、吉利（Geely）汽車、広州（GAC）汽車などのBEVメーカーの工場も立地しており、それぞれへの販売拡大を企図していると考えられる。零跑汽車以外の3社の2024年5月の中国市場における販売シェアは合計で24.2%であり、中国の自動車市場で拡販を目指すのであれば避けては通れない（下図）。また、零跑汽車は2022年6月から2024年5月までの2年間の平均成長率（月次販売台数の前年比の平均値）が107.9%となっており、中国市場全体の平均成長率である14.1%や比亞迪（BYD）汽車の平均成長率84.8%を上回る成長を遂げている。

中国系自動車メーカーへの納入以外にも、横浜ゴムが中国で生産する理由は大きく2つある。第一に、中国ビジネスの特異性により日本からではコントロールが難しいということである。中国特有のニーズや商習慣など、日米欧などの海外企業の常識では捉えられない要素が多く存在する。また、現地での新車開発のリードタイムは2~3年と、日本の約7年に比べて極端に短くなっている。そのうえ、コストダウンも要求される。そのような市場での事業展開を日本からコントロールすることは難しいため、現地での開発・生産体制の構築が進んでいる。

第二に、中国現地のビジネスを分離して観察する必要があるためである。上記で説明した中国市場の特異性により、日本企業には中国市場にカスタマイズされた特別な対応が求められ、その対応のためには中国現地ビジネスを切り離して考えることが必要である。例えば、三菱自動車は採算の取れない中国での生産から撤退し、他の地域での販売にリソースを振り向けている。トヨタ自動車は、無理に中国の価格競争に突入するのではなく、サプライチェーンを維持できる程度の生産は維持するものの、積極的な拡大方針は示していない。これまでは自動車メーカーが先行して中国市場への対応方針を示してきたが、部品企業も対応方針の決定を迫られる時期がきた。

中国における新車販売シェア（2024年5月）



出所：マークラインズより浜銀総研作成

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
- 家計の節約志向が高まる中、居酒屋業態では価格競争が激化しているとみられる
- 家計の消費支出は弱い動きが続いており、外食需要も弱い。物価の上昇に伴う消費の冷え込みの影響は大きいとみられる

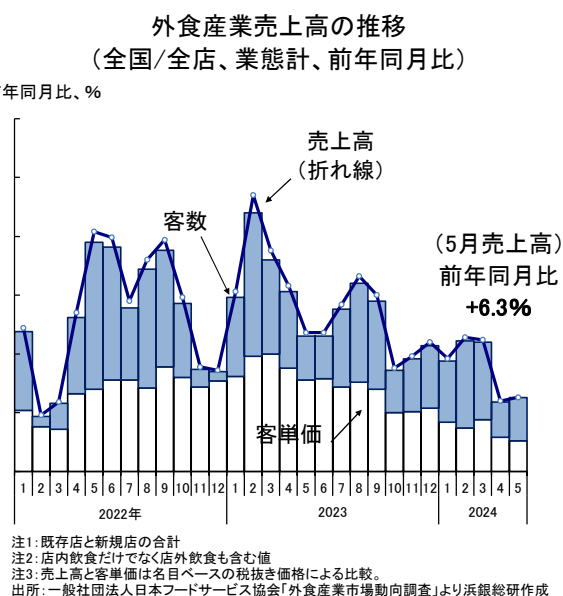
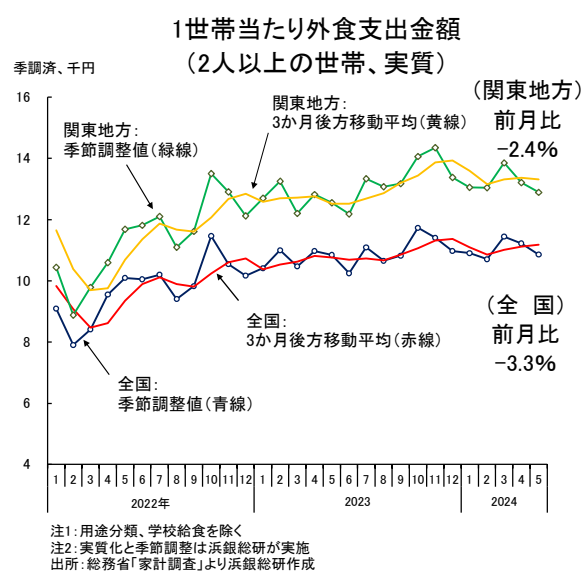
今月の統計と解説

5月の実質外食支出金額は全国、関東地方とも、2か月連続の前月比マイナス

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5月の実質外食支出金額（季節調整済）¹は全国が前月比3.3%減、関東地方は同2.4%減といずれも2か月連続で前月水準を下回った（左図）。同調査によると、4月と5月は全国の二人以上世帯の消費支出全体（季節調整値）が減少しており、消費支出全体の動きに合わせて、外食支出も伸び悩んだと考えられる。5月は大型連休中の行楽や旅行等に伴う非日常的な食事の機会が増えやすい時期だけに外食需要拡大への期待が高かったが、実際には物価上昇を受けて家計の財布の紐は緩まなかったとみられる。

外食チェーンの業界統計²によると、5月の外食産業売上高は前年比6.3%増となった。客数は同3.7%増、客単価は2.6%増となっており、前年比では来店客の増加と値上げ等に伴う客単価の上



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 2024年5月度 結果報告」

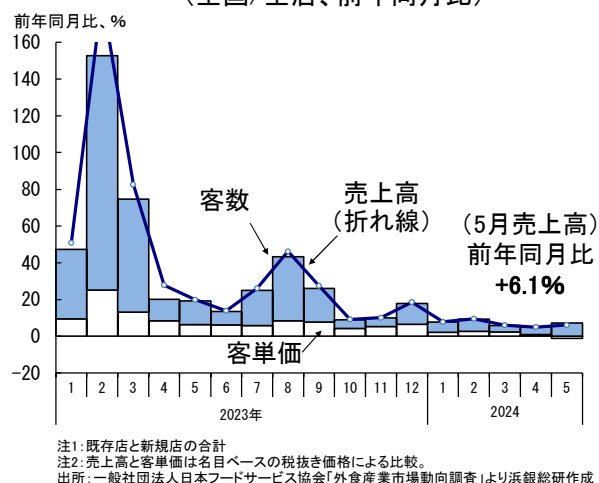
昇の両方が売上高の押し上げ要因となった。ファストフード店などでの割引クーポンの発行や、ファミリーレストランでのアニメ作品とのコラボキャンペーンなどが奏功したとみられ、消費が全体に冷え込む中でもコストパフォーマンスの高さが顧客を引き付けたと考えられる。

居酒屋業界では客単価が前年割れとなった

居酒屋業態においても、売上高は前年比 6.1% 増と堅調であった。客数は前年比 7.4% 増となり、外食産業全体の客数の伸び（同 3.7% 増）を上回っている。ただし、居酒屋業態においては、客単価（同 1.2% 減）が 2021 年 9 月以来、32 か月ぶりに前年の水準を下回ったことが特筆される（右図）。5 月の居酒屋業態の客単価の前年割れは、一部の企業や店舗による期間限定割引や割引クーポン配布等のキャンペーンによる単価引き下げが影響したと推察される。6 月の客数の高い伸びは割引の効果であり、居酒屋業態では価格競争が一段と激化しているといえよう。さらに、客単価の下落が、顧客が注文する品数の減少、低価格商品の選択や低価格業態へのシフトの結果である場合には、業界全体で縮小均衡に向かっていることにもなり、より深刻な状況といえる。価格競争の激化と消費者の動きにはより一層の注意を払う必要がある。

今後については、2024 年度後半には物価上昇の動きが沈静化し、実質賃金はプラスに転じることを想定しており、年末・年始以降は、外食需要が堅調に推移するとの見方に変わりはない。

居酒屋業態の売上高の推移
(全国/全店、前年同月比)



2024年5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)	6.3%	3.7%	2.6%
ファストフード	6.1%	3.7%	2.3%
ファミリーレストラン	7.0%	3.7%	3.2%
パブ・居酒屋	5.5%	5.1%	0.4%
居酒屋	6.1%	7.4%	-1.2%
ディナーレストラン	3.3%	3.2%	0.0%
喫茶	7.9%	3.2%	4.5%

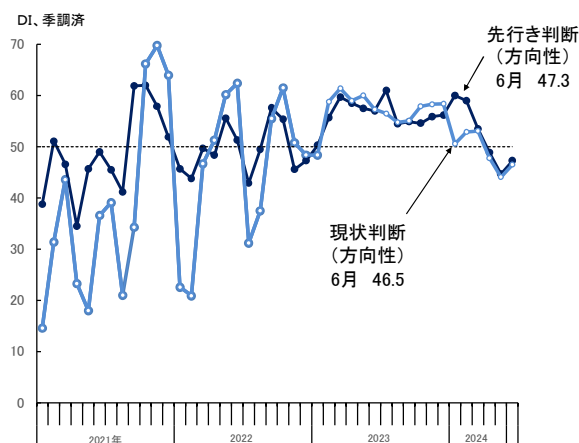
注1: 全店とは、既存店と新規店の合計。
注2: 売上高と客単価は名目ベースの税抜き価格による比較。
注3: 売上高、客数、客単価は店内飲食だけでなく店外飲食も含む値。
出所: 一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」より浜銀総研作成

レストラン経営者等の景況感も弱含み

7月8日に公表された内閣府「景気ウォッチャー調査 6月調査結果報告」から2024年6月のレストラン経営者等の景況感を見ると、足元の景況感の方向性を示す「現状判断 DI (季調済)」は前月比では3か月ぶりに上昇に転じたものの、3か月連続で景況判断の分かれ目である50を下回った。回答者のコメントを見ると、地域や店舗の立地条件等によって顧客の動きは様々ではあるものの、低価格メニューの選択や店内滞在時間の減少など、外食需要についてはネガティブとなる動きがみられる（次頁、図表）。

2～3か月先の景況感の方向性を示す6月調査の「先行き判断 DI（季調済）」も5月調査に比べて上昇したものの、3か月連続で景況判断の分かれ目である50を下回った。今年も猛暑の予想となっていることから、外出控えによる来店客数の減少を危惧する意見がみられた。また、円安による輸入食材の価格上昇で自店の収益悪化を心配する意見や、家計の節約志向が一段と高まり、外食機会の抑制の動きが強まることを懸念するコメントもみられた。

飲食関連の景況感の推移(全国)



出所: 内閣府「景気ウォッチャー調査」より浜銀総研作成

News

「ステーキ店」「焼肉店」の倒産が増加

5月4日に株式会社帝国データバンクが公表した調査結果³によると、2023年度の「ステーキ店」の倒産件数（負債1000万円以上、法的整理、10件）が過去最多を更新した。また、7月3日に同社が公表した調査結果⁴では、2024年1～6月の「焼肉店」経営事業者の倒産件数（同、20件）が前年同期比で2.5倍となり、年間としては過去最多の2023年通年（1-12月、26件）を上回るペースで推移している。

これらの動きは、水道光熱費や人件費等のコスト増加に加え、2023年以降、主要な食材である輸入牛肉の仕入値が上昇している影響も大きい。また焼肉店については、テーブルごとにグリルや換気装置などの設備が必要で初期投資が高む（コロナ禍下では、換気装置があることで他のファミリーレストラン業態に比べて集客面で有利であった）ことや、大手の居酒屋チェーンによる焼肉業態への参入などで顧客の争奪戦が激しくなっていることなども影響していると考えられる。

Pick Up

米国産輸入牛肉の高騰の影響は外食産業全体に及ぶ

2024年に入り、米国産輸入牛肉の卸値が高騰している。前述のNewsでは「焼肉店」や「ステーキ店」の倒産を取り上げたが、外食業界全体に対しても米国産輸入牛肉の高騰の影響は避けられない。日本の牛肉輸入量は年間50～60万トンであり、米国とオーストラリアが主要な輸出国となっている。米国産牛肉は穀類で肥育されて部位毎に取引されるのに対し、オーストラリア産牛肉は牧草で肥育され、一頭買い取引が主流であるなど商習慣が異なる。米国産輸入牛肉の冷凍ショートプレート（バラ肉）は、吉野家の規格に最適化されているともいわれ、主に牛丼チェーン等で用いられる。この冷凍ショートプレートの国内卸価格は2024年5月に前年比6割高の1,436円/Kgとなり、1993年の統計開始以来、過去最高となった（次頁、図表）。

また、直近の日本国内の輸入牛肉の在庫量は2023年の8割程度の水準となっており、外食チェーンなどの大口需要家は早めに自社在庫を確保する動きを見せている。

³ 株式会社帝国データバンク「『ステーキ店』の倒産動向」2024年5月4日

⁴ 株式会社帝国データバンク「『焼肉店』の倒産動向（2024年1-6月）」2024年7月3日

株式会社吉野家ホールディングスは、今後1年間は輸入牛肉価格の上昇、高止まりが続くとみている。現在「吉野家」の牛丼並盛の価格(468円)は「すき家」に比べて38円高く、「松屋」に比べて68円高い。今後のコスト上昇への耐性という点で「吉野家」は有利と推察される。この先、大手牛丼チェーンでは再値上げに踏み切ることが予想されるが、プライスリーダーである業界大手の値上げのタイミングや値上げ幅は競合企業だけでなく、他の外食業態の価格動向にも大きな影響を与えると予想される。

また、米国産輸入牛肉の高騰の影響は代替関係にある豚肉や鶏肉の価格を一段と押し上げる要因にもなっている。トンカツや焼き鳥などの外食チェーン店だけでなく、ハムやベーコンなどの加工食品の価格への波及も予想される。コスト上昇分のメニュー価格への転嫁は外食業界全体の課題となろう。

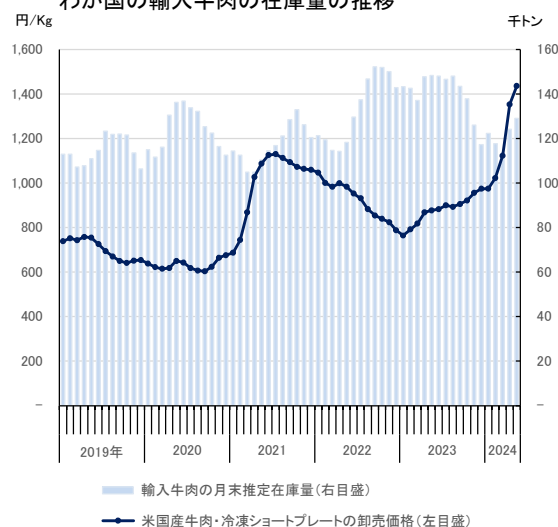
米国産輸入牛肉の価格高騰の原因は米国での供給減少

米国産輸入牛肉の価格高騰は、米国での牛肉の供給(生産量)が鈍った影響が大きい。現在、米国では牛の飼養頭数が自然に増減を繰り返す「キャトル・サイクル」の減少局面を迎えている。米国農務省(USDA)によると、2024年1月1日時点の米国内の牛の総飼育頭数(8715万7000頭)は前年同月比1.9%減となり、1951年以来の低水準となっている。

また、ウクライナ紛争や干ばつ等の異常気象の影響で、牛の飼料となる穀物や乾牧草が高騰していることも、米国産牛肉の市場価格の押し上げ要因になっている。さらに、円安によって円ベースの輸入価格や輸送費などが上昇している要因も大きい。牛肉の国際相場において、日本は他国に対して「買い負け」しているケースがあると考えられる。

当社のマクロ景気予測では今年度後半には物価上昇が沈静化するとみているものの、前述のような個別の要因で輸入牛肉の価格高騰が続くようであれば、外食産業における物価上昇の沈静化が後ずれする可能性もあろう。

米国産牛肉・冷凍ショートプレート卸売価格と
わが国の輸入牛肉の在庫量の推移



注1: 輸入品牛肉は冷凍品と冷蔵品の合計値であり、未通関のものを含まない
注2: 月末推定在庫量は独立行政法人農畜産業振興機構による推定値
出所: 独立行政法人農畜産業振興機構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

不動産



住宅



オフィス

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、新築マンション、建売住宅、中古マンションのいずれも引き続き弱い動き。住宅取得需要の回復にはなお時間を要する見込み。
- オフィス賃貸市場では、空室率が2 か月連続で低下も、依然として高い水準で推移。

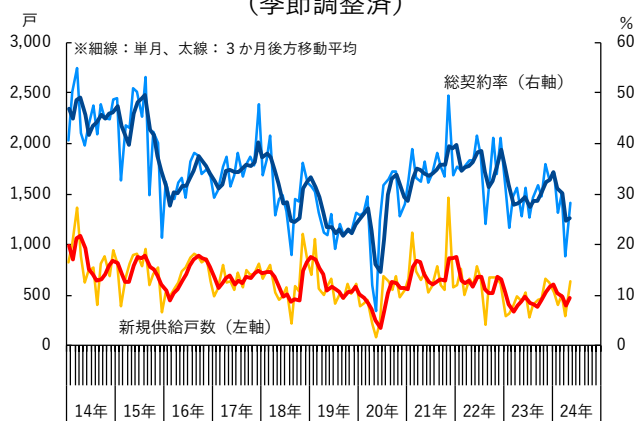
今月の統計と解説

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。引き続き発売価格や登録価格の高止まりが住宅販売の重荷となっている。新築マンションの総契約率は単月で見れば大きく上昇したものの、ならしてみれば低位での推移となった。また、建売住宅と中古マンションの成約率も引き続き浮揚感を欠く展開である。この先も、建築費は下がりづらい状況が続くと見込まれるため、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。

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。6 月の横浜ビジネス地区の空室率は 8.58%と前月差 0.22%ポイント低下した。依然として水準は高いものの、2 か月連続での低下となった。三鬼商事の資料によると、横浜ビジネス地区内のすべての地区で空室率が

新築マンション販売（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、分母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

建売住宅販売（神奈川）

（季節調整済）



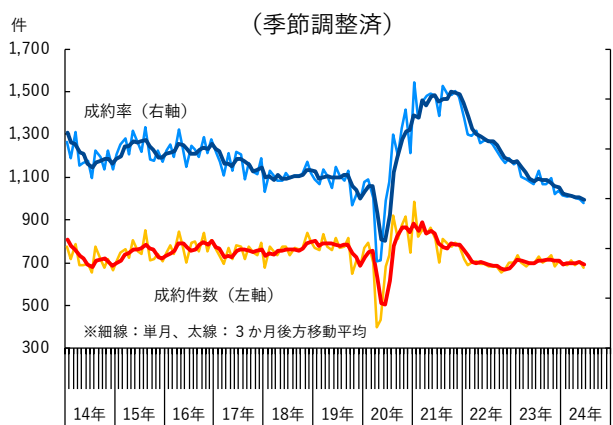
注 1：季節調整は浜銀総研が実施。

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。

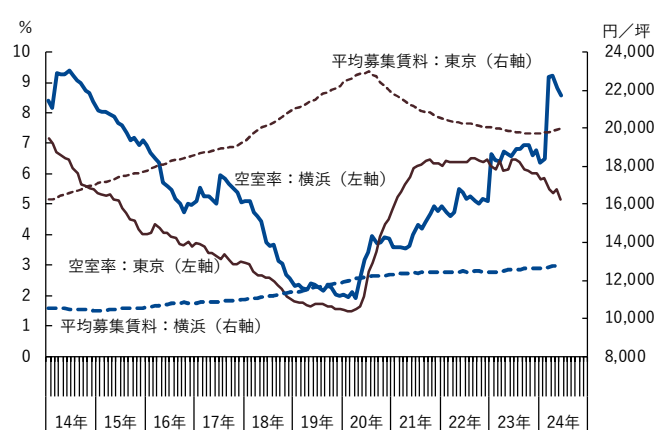
注 3：集計条件の変更に伴い、2020 年 12 月以前と 2021 年 1 月以降の間はデータが不連続になっている。
出所：東日本不動産流通機構「月例マーケットウォッチ」より浜銀総研作成

前月に比べて低下した。特に、みなとみらい地区では、既存ビルで大型の成約があったため、空室率が大きく低下したという。横浜ビジネス地区の平均募集賃料も緩やかながら上昇を続けているため、現状判断は「曇り」のままとした。なお、空室率が高い水準にあり、賃料に低下圧力がかかりやすい状況にも変わりがないため、6か月先の判断は前回同様、「雨」とした。

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

2024年第1四半期の神奈川県の高利用地区の地価は上昇評価が継続

国土交通省が6月14日に公表した令和6年第1四半期の「地価LOOKレポート（2024年1月1日～2024年4月1日）」によると、主要都市の高利用地等（全国80地区）の地価動向は、上昇地区数が80地区（2023年第4四半期は79地区）、横ばい地区数が0地区（同1地区）となり、2007年の調査開始以来、初めて全地区で上昇となった。住宅地の地価動向については、高価格帯のマンション需要に引き続き堅調さが認められ、また、商業地の地価動向についても、人流の回復などで店舗需要が持ち直したことから、それぞれ上昇傾向が継続した模様である。

神奈川県についてみると、住宅地および商業地の全5地区において前回比で変更がなかった（次頁の図表参照）。まず、住宅地（センター南駅周辺）についてみると、引き続き「上昇（0～3%）」の判断となった。建築費の高騰が需要を冷やすとの懸念があるものの、同地区においては、生活利便性の高さや閑静な住環境などから子育て世代の需要が強く、地価の上昇が見込まれている。続いて、商業地についてみると、いずれの地区においてもオフィス賃料動向の鈍さを示すコメントがみられるものの、再開発事業への期待や高稼働で営業するホテルの存在が堅調な不動産取得需要につながっているとみられ、こうした点が地価の上昇に寄与していると考えられる。

2024年第2四半期も上昇評価が継続するとみられる。住宅地（センター南駅周辺）については、



引き続き立地条件を厳しく選別した上で分譲マンションの供給がなされているとみられ、同地区に対する旺盛な需要も考慮すると地価はやや上昇で推移するだろう。また、商業地についても、オフィス市場の先行きにやや不透明感がみられるものの、投資需要の強さが支えとなり、地価の上昇評価が続くと予想される。ただ、今後の利上げのペースや景気次第では、投資家のリスク許容度が大きく低下し、不動産価格や地価が調整する恐れもあり、こうしたリスクシナリオにも注意を払っておく必要があるだろう。

2022～2024年第1四半期の地価 LOOK レポートの評価の変遷（神奈川）

地価LOOKレポート 神奈川県（住宅地、商業地）

調査時期		2022年				2023年				2024年
地域		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
住宅地	センター南	↗	↗	↗	↗	↗	↗	↗	↗	↗
	横浜駅西口	↗	↗	↗	↗	↗	↗	↗	↗	↗
商業地	みなとみらい	↗	↗	↗	↗	↗	↗	↗	↗	↗
	川崎駅東口	↗	↗	↗	↗	↗	↗	↗	↗	↗
	武蔵小杉	↗	↗	↗	↗	↗	↗	↗	↗	↗

凡例	
↑	上昇 3～6%
↗	上昇 0～3%
→	横ばい 0%
↘	下落 0～3%
↓	下落 3～6%

注:赤色の升目は前回評価から上方修正、白色の升目は前回評価から変更なしを意味する。

出所：国土交通省「地価 LOOK レポート」より浜銀総研作成

担当者



遠藤 裕基

y-endo@yokohama-ri.co.jp

調査部 上席主任研究員

地域経済、不動産等を担当

医療・介護



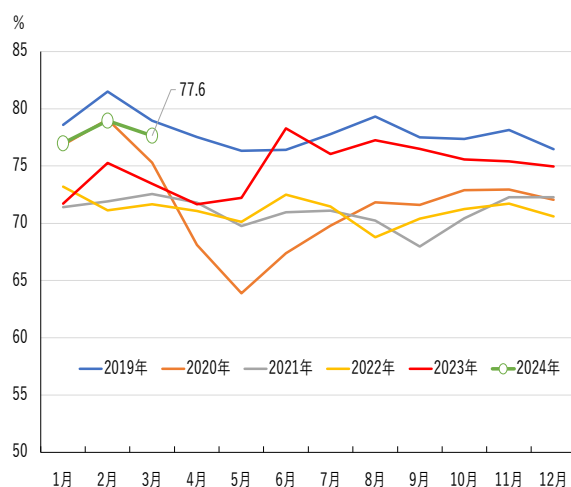
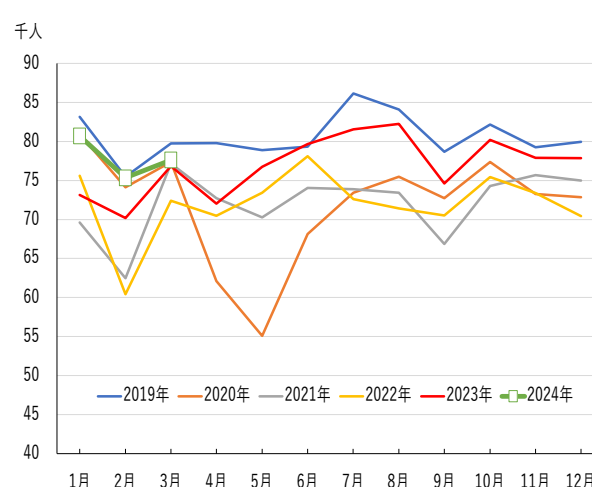
今月のポイント

- 神奈川県内にある病院の 2024 年 1～3 月の一般病床の病床利用率は、コロナ禍前に近い水準で推移している。
- 先行きについては、県全体の患者数は当面増加する見通しである。ただし地域差が大きく、需要の増加が見込めない地域もあることに留意が必要である。
- また、2024 年度診療報酬改定により平均在院日数の短縮を促す見直しが行われた。患者数が増加しない場合は病床利用率が低下することになるため、今後の動向を注視したい。

今月の統計と解説

県内の一般病床の病床利用率は、コロナ禍前に近い水準で推移

厚生労働省の「病院報告」（2024 年 6 月 17 日公表）により、直近の 2024 年 1～3 月の病院の稼働状況を確認した。神奈川県内にある病院の一般病床の病床利用率（1 日平均在院患者数÷病床数）は、2023 年 5 月に新型コロナの感染症法上の位置づけが「5 類」へ変更された後に大きく上昇し、コロナ禍前（2019 年）に近い水準で推移している（図表 1）。「5 類」への類型変更後、新型コロナ対応病床（即応病床）が減少し、通常の入院医療への制限が緩和された。その結果、新規入院患者数（図表 2）が増加し、病床利用率の上昇につながったと考えられる。なお、新型コロナ対応病床の取扱いが 2024 年 3 月末で終了している。

図表 1 一般病床の病床利用率の推移
(神奈川県)図表 2 一般病床の新規入院患者数の推移
(神奈川県)

出所：厚生労働省「病院報告（毎月分概数）」より浜銀総研作成

患者数は当面増加が続く見通しだが、地域差がある

病院の稼働状況の先行きは、新規入院患者数と平均在院日数の変動に左右される。

新規入院患者数については、県全体では当面増加が続く見通しである（「令和5年度第2回神奈川県保健医療計画推進会議資料」）。ただし、「横須賀・三浦」と「県西」の各医療圏では2025年頃が需要のピークと予想されており、既に大きな需要の増加が期待しにくい段階に入っていることに留意が必要である。

2024年度診療報酬改定で平均在院日数の短縮を促す見直しが行われ、病床利用率の下押し要因に

平均在院日数については、2024年度診療報酬改定により、在院日数の短縮を促す見直しが行われた。急性期病院の多くが算定する「急性期一般入院料1」において、算定の前提要件となる平均在院日数の基準が「18日以内」から「16日以内」に変更された。また、高度医療を担う医療機関（三次救急医療機関）を対象として新設された「救急患者連携搬送料」の報酬も、高度医療機関以外での対応が可能な患者の早期退院を促す点数設計となっている。さらに、「地域包括ケア病棟入院料」においても、在宅復帰を推進する観点から、入院期間が長期化すると報酬が減額となる仕組みが導入された（例えば地域包括ケア病棟入院料・入院医療管理料1の場合、40日以内：2,838点、41日以降：2,690点）。

こうした見直しを踏まえ、病院においては患者の早期退院を進める傾向が強まることが予想される。患者数が増加しない場合は病床利用率が低下することになるため、今後の平均在院日数や病床利用率の動向を注視したい。

News

6月26日 技能実習や特定技能の外国人にも訪問介護への従事を容認へ

厚生労働省の「外国人介護人材の業務の在り方に関する検討会」は、人材不足が深刻化していることを受けて、訪問系サービス（訪問介護、定期巡回・随時対応型訪問介護看護、夜間対応型訪問介護）に従事できる外国人の範囲を拡大する方針を示した。

訪問系サービスは利用者と介護者が1対1で業務を行うことが基本であり、他の職員がサポートできないことなどから、従事できる外国人の範囲が一部（在留資格「介護」及びEPA介護福祉士）に限定されていた。

これに対し、検討会の「中間まとめ」では、技能実習または特定技能の在留資格で働く外国人も、一定の要件の下で、訪問系サービスに従事することを認める方針を示した。日本人と同様に訪問介護に従事できる資格（介護福祉士や介護職員初任者研修修了など）を有することが前提となる。その上で、外国人を受け入れる事業所が、①外国人が訪問介護を行うために必要な研修を行う、②一定期間サービス提供責任者が同行するなど必要なOJTを行う、③外国人のキャリアパス構築に向けたキャリアアップ計画を作成する、④ハラスメント対策を行う、⑤外国人の負担軽減や不測の事態への対応のためにICT（情報通信技術）の活用等の環境整備を行う、ことが条件となる。今後、必要な告示の改正を経て、早ければ2025年度より外国人による訪問系サービスへの従事が可能になる見通しである。

訪問系サービスの人材不足が続く中、上記の条件を満たすことができる大手事業者にとっては歓迎すべき見直しである。

Pick Up

神奈川県内の有料老人ホームの整備動向

介護付、住宅型ともに増加が続くが、伸び率は縮小

2024年4月1日時点の神奈川県内の有料老人ホームの定員数は、前年比2.1%増の60,855人だった。類型別の定員数の伸び率をみると（図表3）、整備できる定員数が自治体によって規制されている（総量規制の対象で公募により定員が配分される）「介護付」が同0.7%増、整備できる定員の規制がない「住宅型」が同4.8%増といずれも増加が続くが、伸び率は前年と比べて縮小した。

圏域別にみると（図表4）、定員数はいずれの圏域でも増加しており、県央（6.4%増）、相模原（4.1%増）、県西（4.0%増）の順に伸び率が高かった。

図表3 神奈川県内の有料老人ホームの開設状況（2024年4月1日時点）、類型別

	施設数		定員		定員の対前年 伸び率の推移
	(施設)	前年比	(人)	前年比	
介護付	552	0.9%	38,971	0.7%	
住宅型	544	4.2%	21,798	4.8%	
健康型	1	0.0%	86	0.0%	
合計	1,097	2.5%	60,855	2.1%	

注：「介護付」：介護事業所の指定を受けた施設で、施設の職員が介護サービスを提供、「住宅型」：介護が必要な場合は外部の事業者がサービスを提供、「健康型」：要介護状態になった場合は原則退去が必要

出所：神奈川県「高齢者の方のための施設のご案内」より作成

図表4 神奈川県内の有料老人ホームの開設状況（2024年4月1日時点）、圏域別

	施設数		定員		定員の対前年 伸び率の推移
	(施設)	前年比	(人)	前年比	
横浜	338	1.8%	21,408	1.1%	
川崎	194	2.1%	11,225	1.3%	
相模原	106	1.9%	4,651	4.1%	
横須賀・三浦	104	1.0%	6,044	1.7%	
県央	103	5.1%	4,806	6.4%	
湘南東部	106	3.9%	5,687	3.3%	
湘南西部	85	1.2%	4,157	0.5%	
県西	61	7.0%	2,877	4.0%	

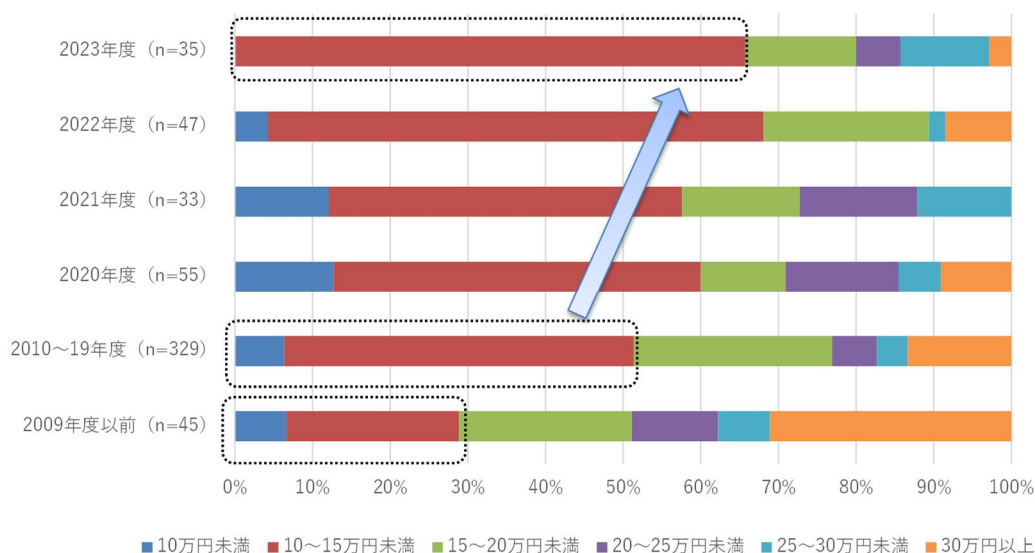
出所：神奈川県「高齢者の方のための施設のご案内」より作成

住宅型有料老人ホームの月額利用料は低下傾向が続いている

続いて、入居者獲得競争が「介護付」よりも厳しいことが想定される「住宅型」の開業時期別の月額利用料の分布を、次頁図表5に示した。これによると、2020年度以降に事業を開始した住宅では、それ以前に事業を開始した住宅と比べて、月額利用料が「30万円以上」の割合が低い一

方で月額利用料が比較的安い「15万円未満」（「10万円未満」及び「10～15万円未満」）の割合が高くなっていることがわかる。すなわち、平均月額利用料の低下が進んでいるといえる。住宅型有料老人ホームは、公的施設で利用料が安い特別養護老人ホームが満員で入れない場合の代替施設となるケースが多い。そうした役割を担うことを念頭に、特別養護老人ホームの価格（介護費用を除いた月額費用の目安は8～11万円程度）に近い価格設定を行う住宅が増えつつあると考えられる。

図表5 神奈川県内の住宅型有料老人ホームの月額利用料の分布（開業時期別）



注：月額利用料は、1人利用の場合の家賃、管理費、食費、光熱水費などの合計。複数の価格帯のプランがある場合は最も高い価格帯で分類した。

出所：神奈川県「高齢者の方のための施設のご案内」（2024年4月1日時点）より浜銀総研作成

担当者



清水 徹

t-shimizu@yokohama-ri.co.jp

調査部 上席主任研究員

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。
- 鉄道系のホテル客室稼働率は高水準を維持している。この先も、国内旅行者ならびに訪日外国人客の宿泊需要は堅調に推移すると考えられる。
- 小売事業では伸び悩みが続いている。鉄道系百貨店は家計の節約志向の影響が及んでいると推察され、鉄道系スーパーは地場の食品スーパー等との競合が激化している可能性がある。

今月の統計と解説

5月の輸送人員の伸びは4月と同程度にとどまる

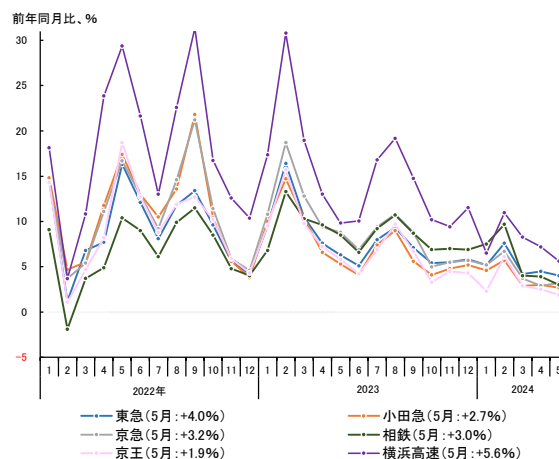
鉄道周辺事業の業況判断は、現状については「曇り」、6か月先については「薄曇り」としており、ともに変更しない。

2024年5月は、新型コロナの「5類」への移行後の初の大型連休（ゴールデンウィーク）を含むものの、鉄道輸送人員の伸び率は各社とも前月（4月）並みにとどまり不発だった。行楽で利用する乗客が含まれる「定期以外」の伸び率は、日常の通勤通学による「定期」の伸び率を下回った。円安により海外旅行を断念した国内旅行者や、回復しつつある海外からの旅行者も鉄道利用者を大きく押し上げることはなかった（右上図）。

京王プラザホテルが客室稼働率よりも客室単価の上昇を優先させている

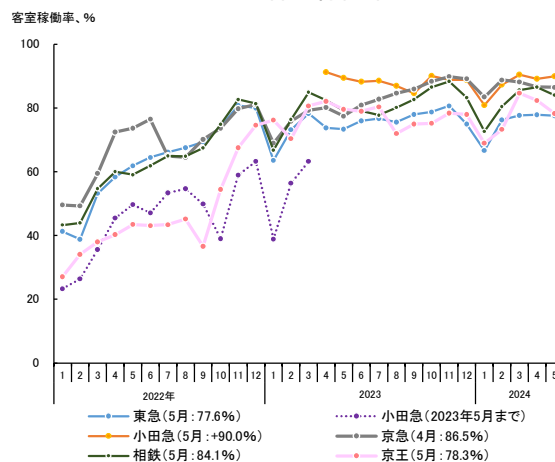
鉄道周辺事業についてみると、鉄道グループが運営するホテルの5月の客室稼働率は、京王を除いて、前月並みの高水準を維持した（右下図）。京王（京王プラザホテル新宿）の客室稼働率は2か月連続で前月水準を下回った。同社によると、客室稼働率のさらなる上昇よりも平均客室単価の上昇を優先した販売政策を実施しているためとのことである。このため、同社は客室稼働率の低下を平均客室単価の上昇が補う形になっており、客室稼働率は低下してい

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、(株)東急ホテルズ、東急ホテルズ&リゾート(株)、(株)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(株)京王プラザホテル(新宿)

注5:「相鉄」は相鉄フレックスイン、サンルート直営ホテル、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



ものの、売上高の成長率は他社並みを維持している¹。

ホテル業界では人手不足が深刻化していることから、この先、宿泊需要があっても、従業員不足による供給制約のために客室稼働率を下げざるを得ない状況が発生すると見込まれる。その際に、京王プラザホテル新宿のように宿泊料金を高く設定することで、客室稼働率低下の影響を最小限にとどめようとする動きも出てこよう。

小売業は全般に伸び悩みが続いている

他方、小売事業は伸び悩みが続いている。5月の鉄道系百貨店の増収率は、業界統計の東京地区の百貨店売上高の伸び率（前年同月比 17.3%増）を下回った。百貨店専門の都心旗艦店では、宝飾品などの高価格帯の商品が富裕層や訪日観光客の需要を取り込んでいるのに対して、沿線住人が主要顧客となる鉄道系百貨店の売上伸長率は相対的に低い。5月は、京王百貨店新宿店（同 9.5%増）や小田急百貨店新宿店（同 8.6%増）は健闘したものの、ターミナル駅以外の沿線の店舗は家計の節約志向の高まりで売上高が伸び悩んでいると推察される（右上図）。

鉄道系のスーパー事業では、京王が他社に比べて高い伸び率を維持している。スーパー事業（京王ストア）の売上高に駅構内の売店やコンビニエンスストア等の売上高が含まれるためと考えられる。同様に、東急も駅売店、コンビニエンスストア等の5月の売上高は同 13.2%増と好調である²。鉄道利用客の回復とともに、売店等の売上高が伸びているとみる。

他方、沿線や郊外に、鉄道駅とは離れて店舗を展開している東急（駅売店等を除く）、京急、相鉄の5月のスーパー売上高の伸びは、業界統計におけるスーパーマーケット業界全体の増収率（全国、全店、前年同月比 2.3%増）を下回った。地場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（右下図）。

担当者



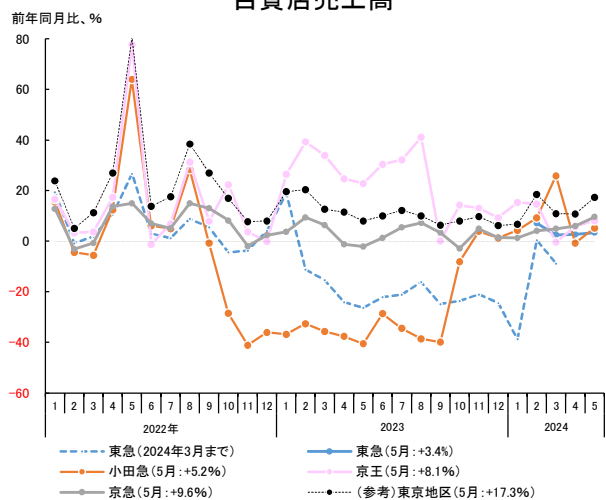
佐橋 官

sahashi@yokohama-ri.co.jp

調査部 主任研究員

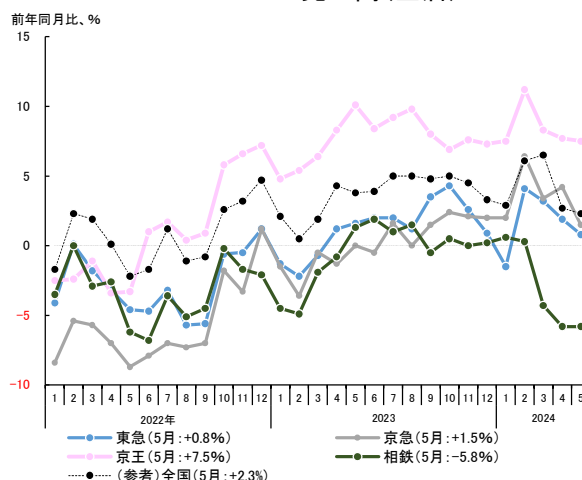
外食、鉄道、小売等を担当

百貨店売上高



注1:「東急(2023年3月まで)」(青色・点線)は百貨店事業の値(テナント売上高を含まず)。
 注2:「東急」(青色・実線)はテナント売上高を含む百貨店総売上高の値(2024年2月から公表。ただし、一部の売上非公開テナントの売上高は含まず)。
 注3:小田急は新宿店、町田店、藤沢店の合計
 注4:京王は新宿店、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」より浜銀総研作成

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

¹ 京王プラザホテル新宿の月次ベースの平均客室単価は非公表。

² 東急は2024年2月から「駅売店、コンビニエンスストア等」の月次売上高を公表しており、2024年2月は前年同月比 12.8%増、4月は同 14.1%増であった。

小 売



今月のポイント

- 紳士服（スーツ量販店）業況判断は現状「雨」、6か月先「曇り」を継続する
- 紳士服の6月の既存店売上高は2か月ぶりに前年水準を上回った。ただし、カレンダー要因による増収効果や、夏物需要が6月に集中したことで売上高が伸びた可能性も考えられる
- この先、年度後半に向けて徐々に物価上昇が沈静化し、年末年始は冬物商品の買い替えや追加購入の需要が顕在化すると期待される。

今月の統計と解説

紳士服（スーツ量販店）の現状の業況判断は「雨」を継続する

6月は全国的に気温が平均を上回る日が多く、平年に比べて梅雨入りが遅かったこともあり、衣料品全般において夏物衣料の販売が好調であった。紳士服（スーツ量販店）は4月、5月と減速感が強かったが、6月の大手4社の既存店売上高はAOKIが前年同月比13.9%増、はるやまが同9.7%増と高い伸びとなり、青山商事（同3.5%増）やコナカ（同3.3%増）も前年水準を上回った。

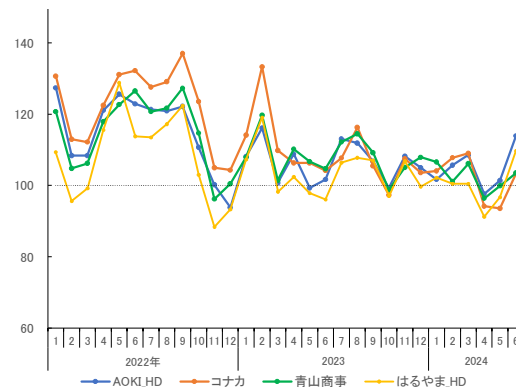
ただし、今年6月は前年同月に比べて休日数が2日多かったことから、カレンダー要因が売上高を押し上げたという側面もある。今年6月のカレンダー要因による増収効果について、カジュアル衣料のユニテッドアローズは約3.6%ポイント、婦人服のワールドでは約4.9%ポイントと試算している。これらのカレンダー要因が紳士服（量販スーツ）の販売を押し上げたかについては不明であるものの、6月に高い伸び率をもって業況判断を上方修正するのは、やや時期尚早と考えている。

6月は、梅雨入りが遅かったうえにクールビズの開始時期であり、電子決済との連動でキャンペーンを実施した企業もあるなど夏物商品の購入が集中した可能性もあろう。業況判断の変更については7月以降の状況も踏まえて判断する必要があるだろう。

なお先行きについては、これまでどおり実質賃金がプラスに転じることで、消費環境が改善することを期待している。6か月先については、夏物商品に比べて単価が高い冬物商品の商戦期となり、卒業式等のイベント需要が活発になれば、業況は改善しう。

紳士服（スーツ量販店）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）

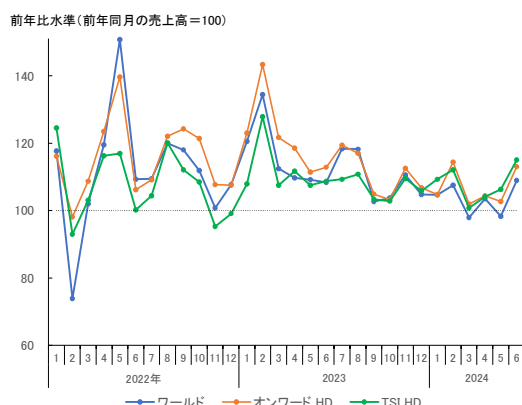


注：AOKIホールディングスはファッション事業の数値
出所：各社のIR資料より浜銀総研作成

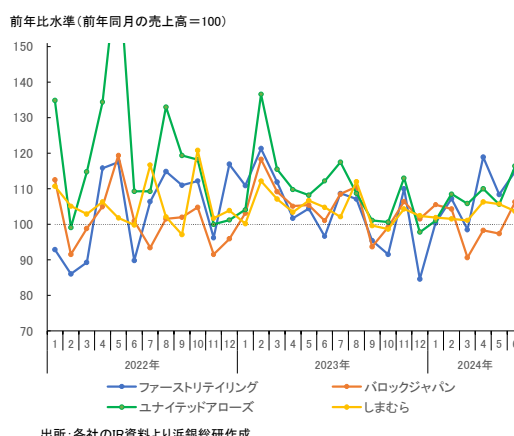
カジュアル系衣料と婦人服アパレルは夏物販売が好調

前月（5月）に続いて、6月もカジュアル系衣料と婦人服アパレルは夏物販売が好調であった。2024年6月の婦人服アパレルの既存店売上高はTSIが前年同月比15.0%増、オンワードが同13.0%増、ワールドが同8.9%増となり、3社とも前月に比べて増収幅が拡大（良化）した。また、カジュアル衣料の既存店売上高は、しまむらが前値同月比3.7%増に留まったものの、ユナイテッドアローズが同16.4%増、ファーストリテイリングが同14.9%増、バロックジャパンが同6.3%増となった。

婦人服アパレルの既存店売上高【前年比水準】



カジュアル系衣料の既存店売上高の推移【前年比水準】



気候変動に合わせて商品戦略をよりきめ細かくする動きが現れている

6月25日に気象庁が発表した全国3か月予報（7-9月）によると、今年の夏も平均気温が平年を上回る確率が高いとされている。昨年は残暑が厳しく、10月まで高温の状態が続いたため、衣料品全般で秋冬物商品の投入時期が後ずれした。他方、夏物商品については在庫がなく機会損失が発生した。こうした地球温暖化に伴う季節感のずれは各社の商品戦略にも影響を与えよう。

このため、婦人服、紳士服を展開する三陽商会は、今年から商品の季節カテゴリーを従来の「四季」から「五季」へと改めた。これまでは春夏秋冬を3か月毎に区切り、それぞれに応じた商品を企画・販売してきたが、2024年からは春と秋のカテゴリー期間を1か月ずつ短縮し、夏を5か月に延長して「初夏・盛夏」（5～7月）と「猛暑」（8～9月）の2つに分けた。夏の区分を長期化するとともに、夏のカテゴリーを2つに分割することで、気候にあった商品の開発・投入商品継続し、投入を続けることで機会損失を低減しようとしている。

また、短納期での製品投入を得意とするSPAが展開するカジュアル衣料等では、過去の気温や天候等のデータを蓄積・分析しており、状況に合わせて製品投入をよりきめ細かく判断していくシステムを構築している企業もある。アパレル業界では、気候変動に合わせて商機を逃さないための対策が一段と進むとみられる。

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



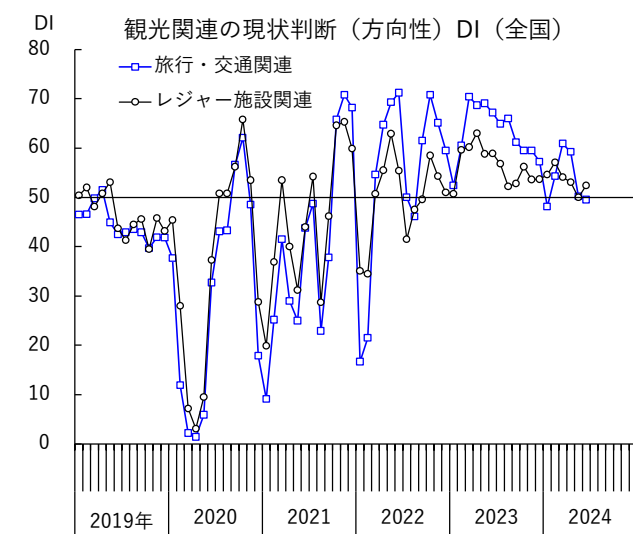
今月のポイント

- 観光産業の業況判断は、現状を「晴れ」に、6か月先を「薄曇り」に変更。
- インバウンド需要拡大により、5月の全国の延べ宿泊者数（1次速報値）がコロナ禍前の2019年同月水準を12か月連続で上回ったことなどを踏まえて、現状判断を引き上げることとした。
- 6か月先の観光産業の業況は、わずかに下を向くと予想。今冬には、為替レートが円高方向に推移する可能性が高く、次第に外国人の旅行需要拡大の勢いに陰りが出るとみる。

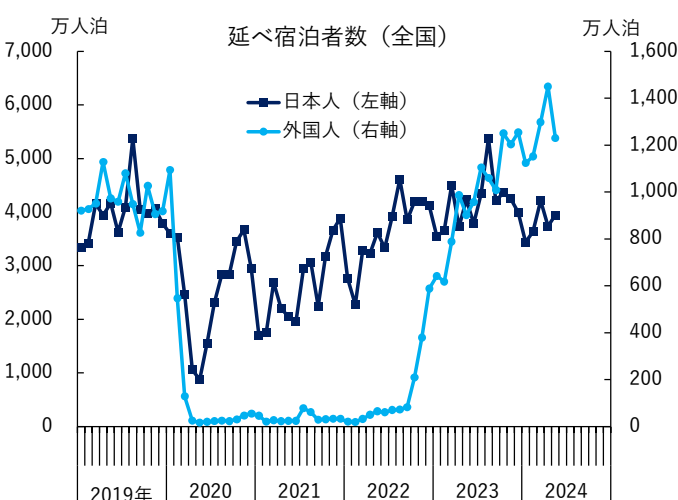
今月の統計と解説

インバウンド消費の拡大が強い追い風となって、観光需要の水準は高い。5月の全国の延べ宿泊者数（観光庁、第1次速報値）をみると、2019年同月比+0.7%となり、12か月連続でコロナ禍前の水準を上回った。日本人は同-5.3%となったものの、外国人は同+26.5%と極めて高水準である。さらに、国内の遠距離旅行もコロナ禍前の状況を取り戻しつつある。6月28日に発表された2023年度の「航空輸送統計年報」（国土交通省）によれば、国内定期航空輸送実績のうち、幹線の旅客数（2023暦年値）は2019年比-0.4%と、ほぼコロナ禍前水準を回復していたことが改めて確認された。

このように、現在の観光産業は、歴史的な円安を背景とした外国人の旅行需要の急拡大や、日本人の遠距離旅行の回復などによって、国内全体でみた場合には、コロナ禍前とほぼ変わらない需要を確保できている。こうしたことを踏まえて、需要面からみた業況の現状判断を「晴れ」に引き上げた。



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

ただ、観光産業の業況回復のペースは落ちている。6月の「景気ウォッチャー調査」（内閣府）では、旅行・交通関連の現状判断DIが49.5と、中立水準の50をわずかに下回った一方で、レジャー施設関連は52.4となった。景気ウォッチャー調査の現状判断DIは、3か月前と比較した景気の方角感を示す指標であることを踏まえると、観光産業の一部において、業況の方角感が横ばいになっていることがうかがえる。

一方、先行きは、夏場まで良好な業況が継続した後、冬以降はわずかに弱い動きになると予想される。前述の「景気ウォッチャー調査」（内閣府）では、先行き（2～3か月先）判断DIは旅行・交通関連が54.2、レジャー施設関連が51.4となっており、今夏の旅行需要は引き続き高い水準が続くと予想される。しかし、輸入物価高に人件費高騰と深刻な人手不足が加わり、国内の宿泊料は一段と押し上げられる可能性が高い。旅費の高騰が長期化すれば、日本人の旅行需要は現状の水準を維持することは次第に困難になろう。さらに、今冬には日米金利差の縮小を背景に為替レートが次第に円高方向で推移すると予想される。世界経済の回復が続くため、訪日外客数が落ち込むことは考えにくい、歴史的な円安を支えとしたインバウンド需要の急拡大は終了しよう。

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り扱いいただきますようお願いいたします。

