HRI 産業マンスリー 11月号

2024年11月18日

天気マーク（業況判断）

テクノロジー		自動車・自動車部品		外食	
現状	6か月先	現状	6か月先	現状	6か月先
不動産(住宅)		**不動産（オフィス）**		**鉄道（鉄道周辺事業）**	
現状	6か月先	現状	6か月先	現状	6か月先
小売（紳士服）		**観光**			
現状	6か月先	現状	6か月先		

今月は天気マーク（業況判断）の変更はなし。

今月の業況

電子部品・デバイスでは、AI関連の需要は引き続き高いが、車載・産業機器向けの復調は期初想定よりも遅れ。

自動車は米国市場の10月の販売台数は前月比大幅増だが、在庫削減のためのインセンティブによるもの。自動車部品は輸出が伸び悩み。

外食（居酒屋業態）は、客数・客単価ともに前年を上回ったものの外食産業全体に比べて増勢は弱い。

不動産では、神奈川県内の新築マンションの総契約率が9月単月で大きく上昇したが、ならしてみれば底ばい圏内。

医療では、神奈川県内の医療機関における2024年度第1四半期の患者数・医療費（収入）は、入院・入院外（外来）ともに前年を上回った。

鉄道（鉄道周辺事業）は、ホテル事業は比較的好調。他方、スーパー及び百貨店の売上高は伸び悩みが続く。

小売（紳士服）は、10月の高気温により秋冬商品の販売が不振。

国内需要、インバウンド需要ともに堅調を維持。もっとも、宿泊料の高止まりで旅行需要の伸びには減速感。

（文責：清水）

目次

テクノロジー p.2
伊藤 誠孝

自動車・自動車部品 p.6
伊藤 誠孝

外食 p.11
佐橋 官

不動産 p.14
遠藤 裕基

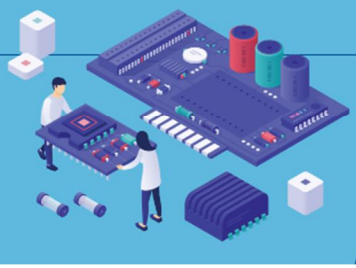
医療・介護 p.17
清水 徹

鉄道 p.21
佐橋 官

小売 p.23
佐橋 官

観光 p.25
白須 光樹

テクノロジー



現 状　6か月先

今月のポイント

- 現状「曇り」、6 か月先「薄曇り」を継続する。
- AI 関連の需要は引き続き高いが、車載・産業機器向けの復調は期初想定よりも遅れている。
- 2024 年 9 月期の決算では、スマートフォンや ICT、為替効果が業績を牽引した。

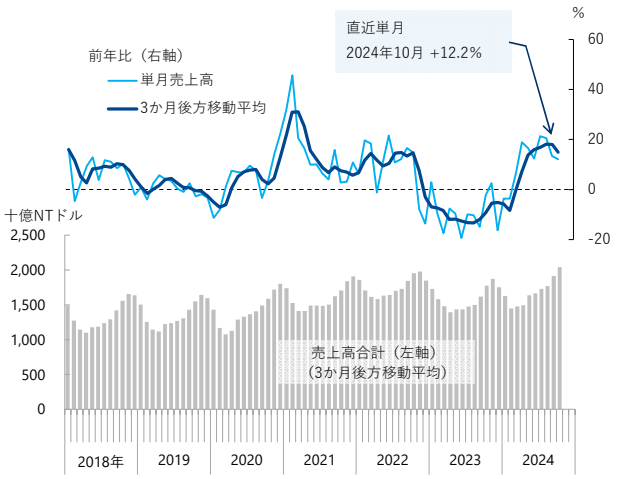
今月の統計と解説

台湾電子関連企業 63 社の 10 月の売上高は前年比 12.2％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 10 月売上高は、前年比 12.2％増となり、8 か月連続で前年を上回った。鴻海精密工業などを含む EMS（Electronics Manufacturing Service：電子機器製造受託サービス）は 8 社合計で同 10.5％増、PC 及び周辺装置関連 11 社合計は同 17.6％増、半導体関連 11 社合計は同 20.4％増、電子部品 22 社合計は同 6.3％増など、各製品別で高い増収率を維持している（左図）。

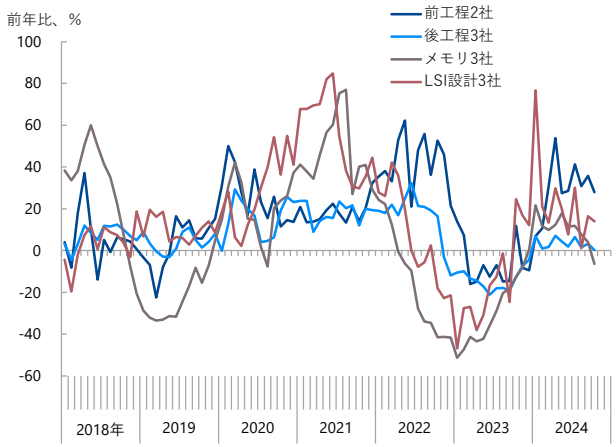
EMS では、鴻海精密工業がスマートフォン向けを中心に高い成長を維持している。他方、半導体関連では、TSMC の 10 月の売上高が前年比 29.2％増となり、単月では過去最高の売上となった。米 Apple をはじめとしたスマートフォン向けマイクロプロセッサーやシステムオンチップ（SoC）の需要が旺盛であることに加え、米 NVIDIA の GPU「Blackwell」用 AI チップの量産開始が TSMC の業績を押し上げたと考えられる。各区分の売上高では、メモリを除き、いずれも前年比でプラスを維持している（右図）。

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



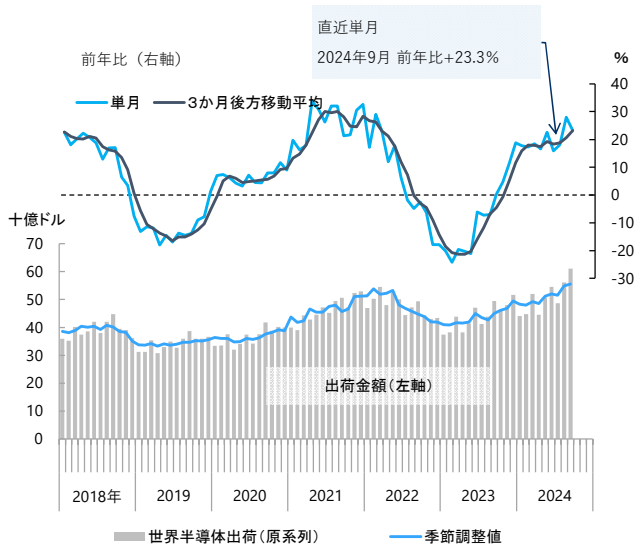
注：前工程:TSMC、UMC。後工程:KYE、Powertech、ASE。
メモリ:Nanya.、Winbond 、Macronix International。
LSI 設計 3 社: MediaTek、Novatek、Realtek Semiconductor
出所：Taiwan Stock Exchange,M.O.P.S.より浜銀総研作成

世界の 9 月の半導体出荷額（WSTS）は前年比 23.3％増

2024 年 9 月の世界半導体出荷額（WSTS）は、前年比 23.3％増と高い伸びが続く（左図）。地域別にみると、北米が同 45.1％増、アジア・パシフィックが同 20.0％増、日本が 13.6%増と大きく伸びている。他方、欧州の半導体出荷額は同 6.8％減とマイナス成長が続く。

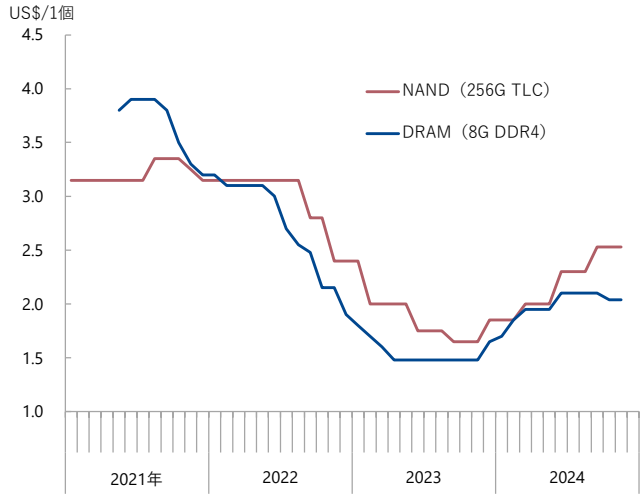
前年の水準が低かったため、WSTS の伸び率は高水準を維持しているが、世界的には電気自動車（BEV：Battery Electric Vehicle）の本格生産を後ろ倒しにする自動車メーカーも多く、FA 機器メーカーの BEV 関連の受注も減少している。また、産業機器向けは最終需要が弱く、在庫調整が長期化しているとみる。期初の計画では産業機器向けは 24 年内に在庫調整が落ち着くと想定されていたが、年度内での回復は厳しい。

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



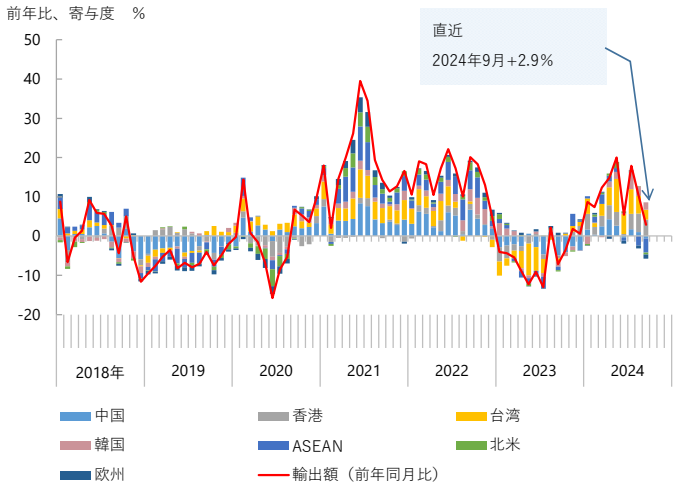
出所:日経 Financial Quest

我が国の電子部品・デバイスの生産・輸出は伸び率が鈍化

他方、電子部品・デバイスの 9 月の輸出金額は同 2.9％増となり、伸び率は鈍化している（次頁左図）。地域別にみると、北米と欧州向けが前年比でマイナスとなり、アジア向けはプラスを維持している。

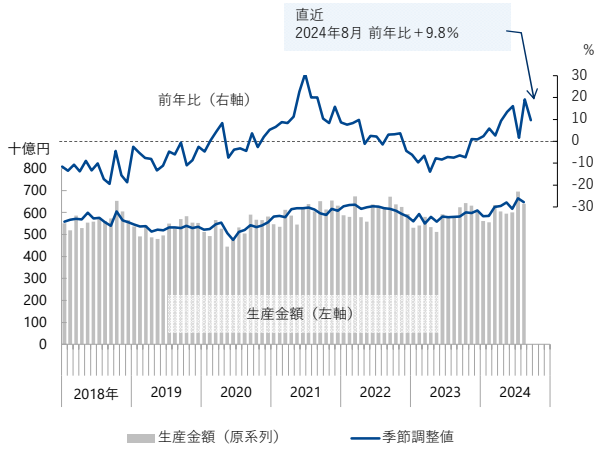
我が国の電子部品・デバイスの生産金額も伸び率が鈍化している（次頁右図）。直近 8 月の生産金額は前年比 9.8％増であった。製品別には、電子部品が同 3.3％減、デバイスが同 20.6％増となり、デバイスの伸びが顕著であった。機能別にみると、ロジックが同 16.4%減、在庫調整が進んだメモリは同 276.9%増となった。

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

電子部品・デバイスメーカー8 社の売上高は前年比 2.7%増、営業利益は同 5.4%減

電子部品・デバイスメーカー8 社の 2024 年 9 月期（3 か月）の売上高は前年比 2.7%増、営業利益は同 5.4%減であった（次頁図）。タブレットやスマートフォン向けが好調であり、ICT 関連も好調であった。自動車関連では、世界的な自動車販売の伸び悩みと国内自動車メーカーの稼働停止に伴い、電子部品・デバイスメーカーの車載分野はほぼ横ばいの状況であった。外部環境に関しては、為替影響が業績を押し上げた。

通期見通しでは下方修正が目立つ

通期見通しを上方修正したのは TDK、ヒロセ電機の 2 社。通期見通しを下方修正したのは京セラ、ロームの 2 社。通期見通しを据え置いたのはニデック、村田製作所、日東電工の 3 社であった。各社とも今年度中の自動車や産業機器の回復は見込んでいないが、スマートフォンやサーバー向けが好調に推移しているため、各企業のポートフォリオによって見通しが異なる。

産業機器向けの回復遅れが明らかに

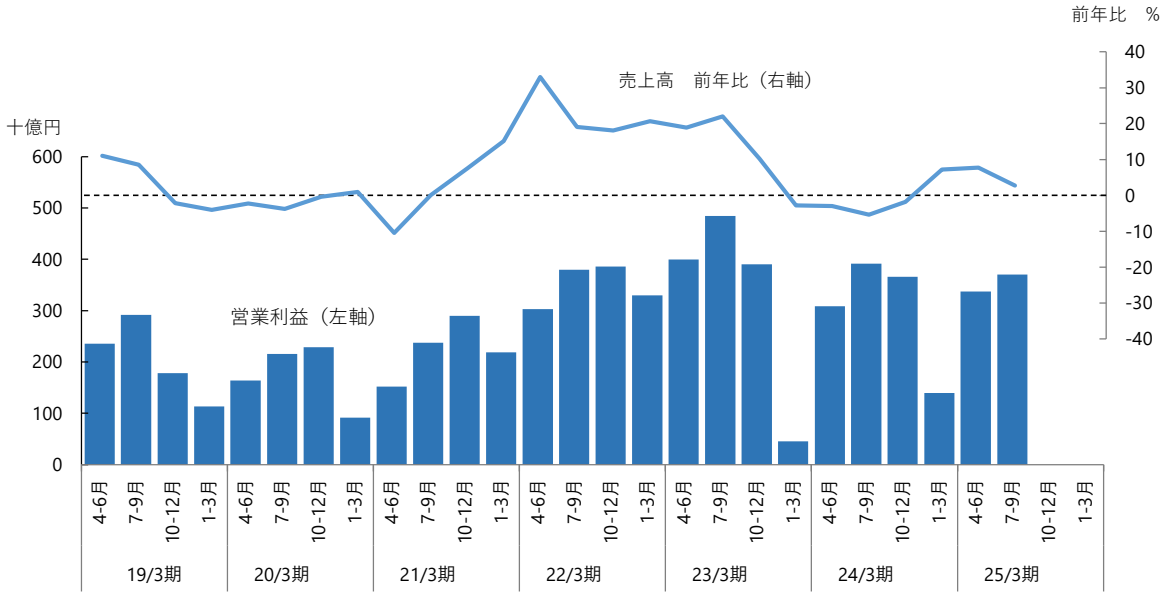
期初の計画時点では、多くの企業が下期から産業機器向けが復調すると想定していた。2024 年 9 月期の決算を終え、当初計画よりも復調の時期が後ろ倒しになっていることが明らかとなった。産業機器では、中国での景気低迷が続いており、ローエンドやミドルレンジでの中国勢の台頭が影響しているとみられる。

車載向けは BEV の減速により後退するが、PHEV の好調が下支えする

電子部品・デバイスメーカーの想定よりも BEV の普及は進んでおらず、逆に成長率が鈍化している。その結果、パワーデバイスの立ち上がりも遅れている。一方で、BEV とガソリンエンジン車の利点を併せ持つプラグインハイブリッド車（PHEV）の販売が好調である。BEV と PHEV では共通部品も多いため、当面は PHEV への納入が増加し、BEV の普及に合わせてシフトしてい

くことになる。

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。ルネサスエレクトロニクスは12月決算。最新決算は25/3期7-9月期実績まで。
出所: 各社決算短信より浜銀総研作成

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、テクノロジー等を担当

自動車・自動車部品

現 状	6か月先

今月のポイント

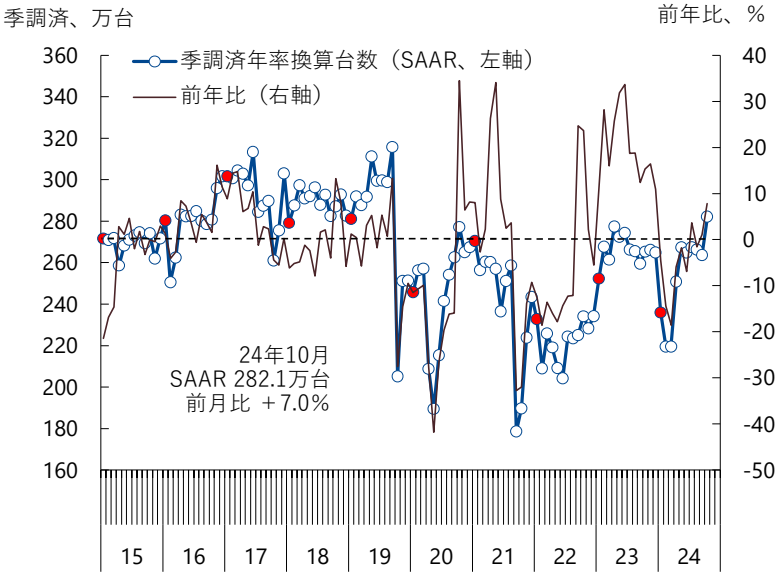
- 自動車の業況判断は、現状・6 か月先ともに「曇り」を継続する。
- 日本では下期から挽回生産が計画されているが、その蓋然性には注意が必要。
- 中国や米国などの海外市場では、在庫削減のためのインセンティブが増加しており、引き続き厳しい競争環境が続く。

今月の統計と解説

＜自動車＞

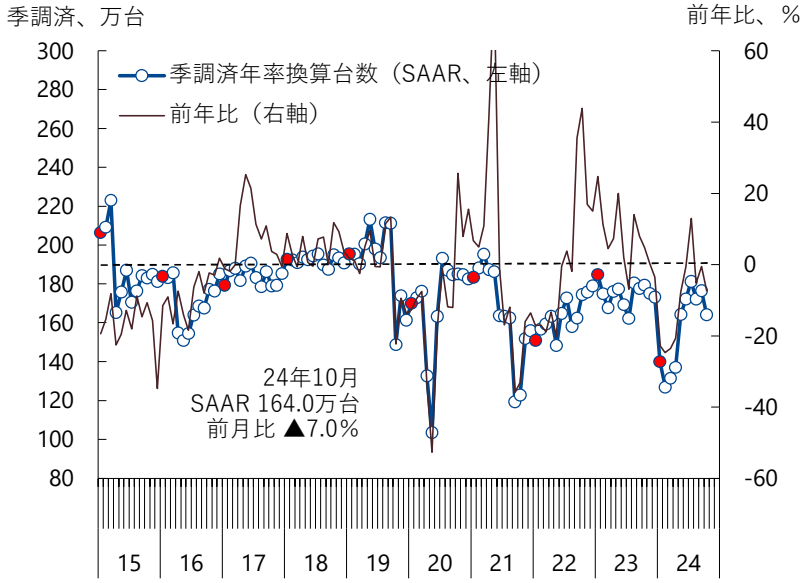
日本市場における 2024 年 10 月の季節調整済年率換算販売台数（SAAR：Seasonally Adjusted Annual sales Rate）は、登録乗用車で 282.1 万台（前月比 7.0%増）、軽自動車で 164.0 万台（同 7.0%減）、登録商用車で 35.8 万台（同 1.8%減）であった。前年比では、登録乗用車が 7.8%増、軽自動車が 7.3%減、登録商用車が 3.1%減であった。トヨタ自動車（以下、トヨタ）は、10 月から始まる 2024 年度 3 月期の下期においては、上期の生産停止の挽回生産が始まる。10 月の乗用車の販売台数でも効果が一部現れ始めている。一方、このトヨタの挽回生産については懐疑的な見方も多い。現に富士松工場と吉原工場では 11/7~11/11 で稼働を停止しており、「足場固め」を続けながら挽回生産をするという厳しい状況にある。

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）

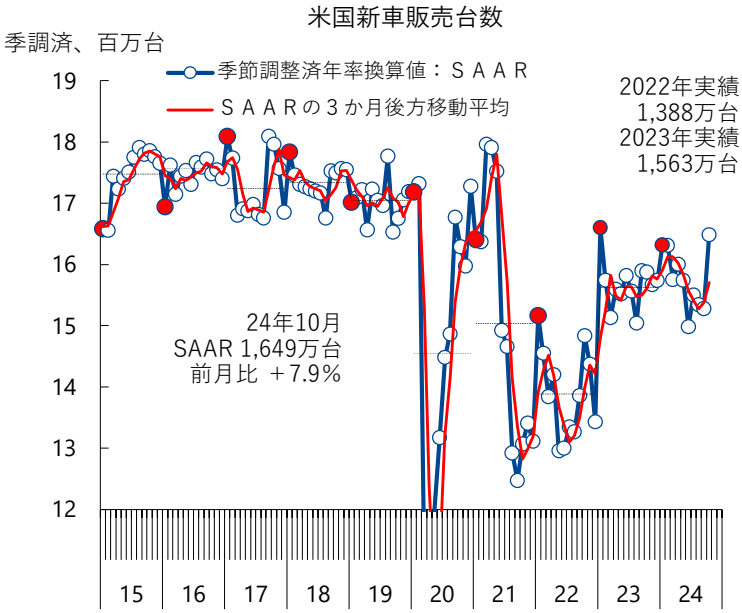


注１：　赤塗りマーカーは各年の1月実績値
注２：　SAARは米センサス局法X-12-ARIMAにて浜銀総研が実施
出所：全国軽自動車協会連合会より作成

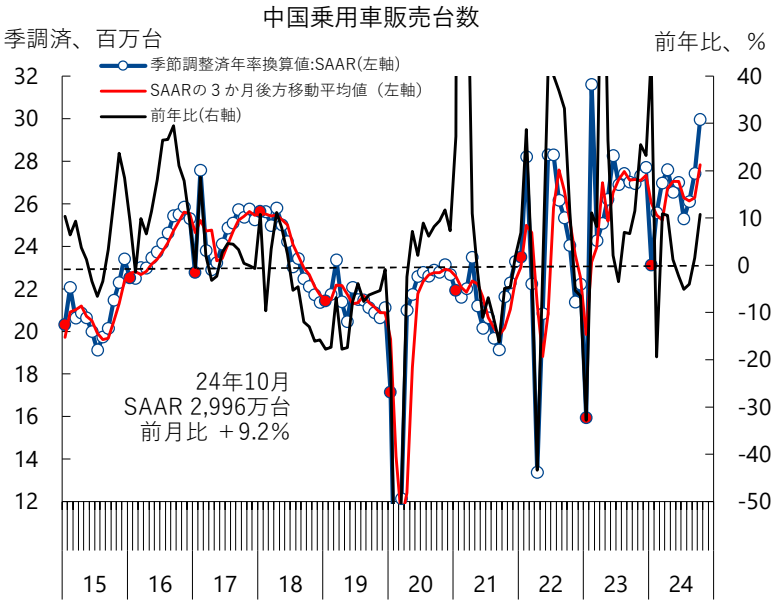
＜自動車＞

米国市場では、10 月の SAAR が 1,649 万台（前月比 7.9%増）と大幅増であった。速報値ベースでは、乗用車で前年比 1.6%増、小型トラックで前年比 11.8%増となった。25 年モデルの投入に先立ち、旧モデルや不調が続く電気自動車（BEV）の販売促進のためにインセンティブ（販売奨励金）が積み上げられた。インセンティブ強化の結果、前月比で大幅な増加となった。一方、再選が決まったトランプ大統領の政策いかんによって自動車業界の置かれる立場は 180 度変わるため、購入を控えている消費者も多くいると考えられる。

中国では、10 月の SAAR が 2,996 万台（前月比 9.2%増）となった。前年比でも 10.7%増と販売台数は回復基調にある。当月は新モデルの投入や各地での販促イベントがあり、中央政府と地方政府の買い替え支援策の効果が顕著に現れた。一方、中国民族系自動車メーカーおよび韓国自動車メーカーの販売は好調とは対照的に、欧米系や日系の自動車メーカーは苦戦が続くと予想される。新型の BEV やプラグインハイブリッド社（PHEV）の投入の準備が整うまでは、日系自動車メーカーは耐える時期が続くとみられる。



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： マークラインズのデータより作成



注１： 赤塗りマーカーは各年の1月実績値、原数値は工場出荷台数
注２： SAARは米センサス局法X-12-ARIMAにては浜銀総研が実施
出所： マークラインズのデータより作成（原典は中国汽車工業協会）

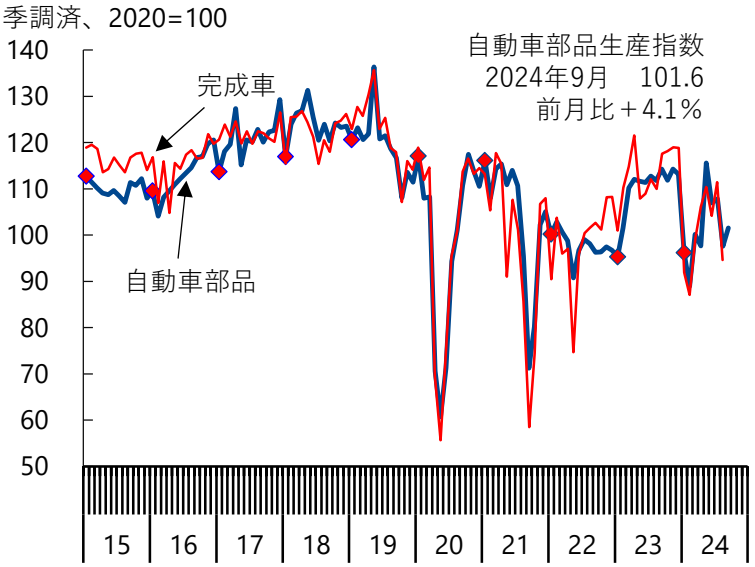
＜自動車部品＞

9 月の自動車部品生産指数は 101.6 となり、8 月の 97.6 から 4.1%上昇した。トヨタで認証不正が発覚した現行生産車 3 車種が、9 月から生産再開された影響が大きいとみる。国内では 2024 年 3 月期の上期の減産を受け、トヨタは下期から挽回生産を開始する予定である。一方で、「足場固め」と呼ばれる職場改善活動も道半ばであるため、挽回生産の蓋然性については疑問が残る。現にトヨタ系列の部品企業はトヨタの生産計画に下振れのリスクを盛り込んで自社の計画を立てている。

9 月の全国の自動車部品輸出については、前月比で 0.6%増、前年比では 9.2%減となった。地域別にみると、アジアは前年比 13.8%減、北米は同 2.3%増、欧州は同 26.2%減であった。北米では

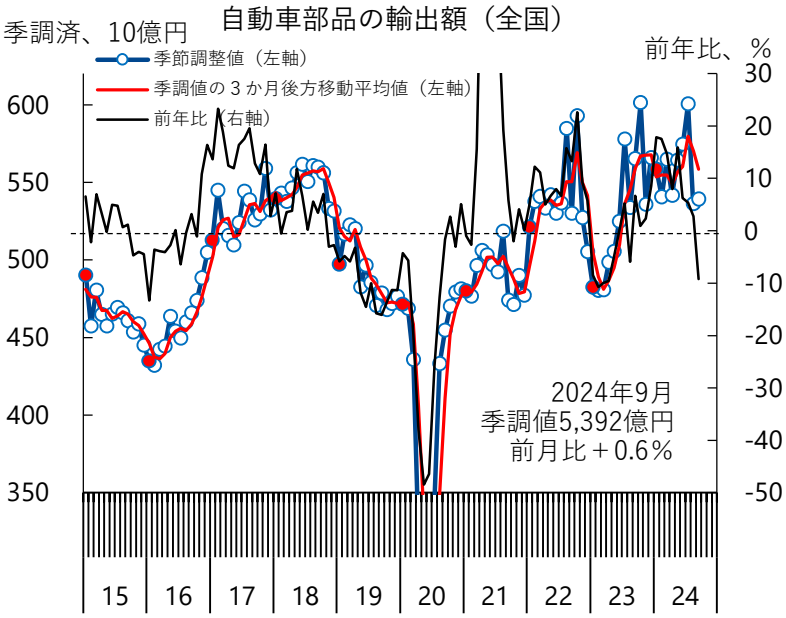
ハイブリッド車を含む電動車[1]の販売が好調であり、トヨタの電動車の 9 月の海外販売は合計 322,191 台（前年比 19.4%増）であった。北米でのハイブリッド車の需要は底堅く、20 か月連続で前年越えとなっている。

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

自動車部品の輸出額（全国）



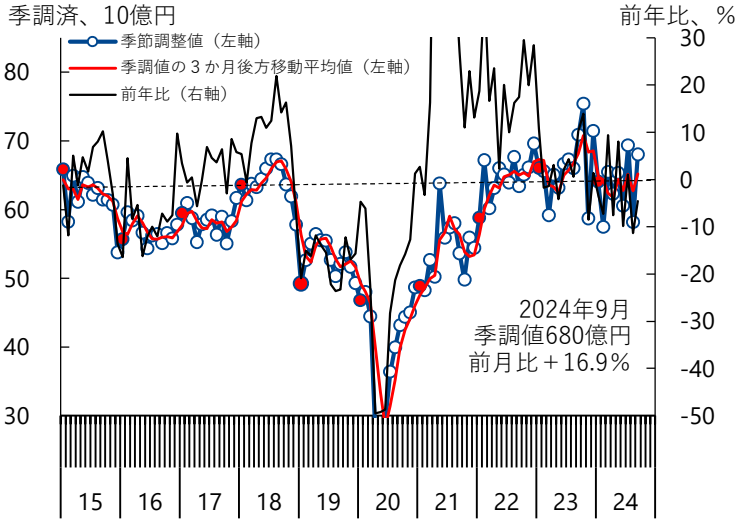
注１：　赤塗りマーカーは各年の１月実績値
注２：　季節調整はX-12-ARIMAにて浜銀総合研究所が試算
出所：財務省「貿易統計」のデータより作成

＜自動車部品＞

神奈川 3 港（横浜、川崎、横須賀）からの 9 月の自動車部品の輸出額は、季節変動の影響を除いた季節調整値（SA：Seasonally Adjusted）で 680 億円（前月比 16.9%増）となった。

これまでのトレンドに変化はなく、神奈川 3 港からの米国およびタイ向けの輸出額は前年割れの状況が続いている。米国向けは 207 億円（前年比 19.9%減）で 4 か月連続の前年割れ、タイ向けは 51 億円（同 42.3%減）で 12 か月連続で前年割れとなった。米国では HEV や PHEV の販売が好調であるが、日産自動車（以下、日産）はそれらのパワートレインを米国で展開していないため、苦戦が続いており、部品企業からの部品供給量も減少していると考えられる。タイでは、ローン審査厳格化の状況が続いており、今年度中での解消は難しいとみられる。

自動車部品の輸出額（神奈川３港）



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

[1] 電気自動車（BEV：Battery Electric Vehicle）、プラグインハイブリッド車（PHEV：Plug in Hybrid Electric Vehicle）、ハイブリッド車（HEV：Hybrid Electric Vehicle）、燃料電池車（FCEV：Fuel Cell Electric Vehicle）の総称。

Pick Up

自動車メーカーから部品企業への価格低減圧力は弱まっている

トヨタは 2025 年 3 月期の上期において、認証不正やリコールなどが原因で、部品企業への内示通りの生産ができなかったとみられる。部品企業では内示通りの生産体制を準備していたため、操業度が低下したことでロスが生じていた。その結果、トヨタから部品企業への今年度の原価低減要請は弱まる、または無いと予想されている。

国内大手 3 社の系列部品企業の営業利益が減少

2024 年 9 月期の営業利益は、日産系列では前年比 17.8%減、トヨタ系列では同 16.4%減、ホンダ系列では同 8.4%減であった（下図）。認証不正やリコールなどの影響だけでなく、世界全体で新車販売に停滞感が漂っており、インセンティブの上昇も重なったため、それらのマイナス要因が為替の増益影響を上回り、多くの自動車メーカーで減益となった。一方、下期からはトヨタの挽回生産なども期待されており、2024 年 9 月期が業績の底とみる企業も多く、日産以外では大きな下方修正は見られなかった。

自動車部品各社の決算動向　（単位：億円）

		2023年7～9月期				2024年7～9月期				2025年3月期見通し			
		売上高	前同比（%）	営業利益	前同比（%）	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	183	23.2%	4	黒字化	184	0.7%	1	−85.3%	730	−2.1%	10	−59.0%
	アーレスティ	398	18.9%	4	黒字化	未公表				未公表			
	ユニプレス	807	13.8%	−1	赤縮小	811	0.6%	4	黒字化	3,200	−4.5%	75	−31.4%
	パイオラックス	159	15.0%	10	136%	162	2.2%	6	−37%	635	−1.6%	24	−49.5%
	ファルテック	200	9.8%	4	黒字化	未公表				未公表			
	市光工業	345	−3.0%	12	−16.5%	未公表				未公表			
	河西工業	497	24.5%	−12	赤縮小	未公表				未公表			
	ヨロズ	424	10.9%	4	−43.7%	未公表				未公表			
	合計	3,011	13.7%	23	黒字化	1,157	0.8%	10	−17.8%	4,565	−63.7%	109	−70.2%
トヨタ系列	トヨタ紡織	4,886	18.7%	274	190%	4,602	−5.8%	171	−37.5%	18,700	−4.3%	680	−13.5%
	住友理工	1,522	10.0%	55	580%	1,516	−0.5%	82	48.3%	6,150	−0.1%	363	8.3%
	中央発條	263	14.1%	7	0.4%	277	5.3%	16	120.9%	1,060	5.0%	27	151%
	豊田自動織機	9,480	12.5%	695	43.7%	9,897	4.4%	584	−16.0%	39,000	1.7%	2,200	9.8%
	大豊工業	287	8.4%	9	1,517%	279	−2.7%	−3	−133%	1,125	0.4%	6	−76%
	ジェイテクト	4,766	10.1%	158	−1.1%	4,544	−4.6%	144	−8.7%	18,300	−3.3%	450	−27.6%
	デンソー	18,006	12.2%	1,174	28.0%	17,210	−4.4%	1,307	11.3%	70,200	−1.7%	5,500	44.5%
	東海理化電機製作所	1,588	11.8%	115	144%	1,520	−4.3%	114	−0%	6,000	−3.8%	300	4.1%
	太平洋工業	534	14.9%	43	363%	479	−10.3%	21	−51%	1,970	−5.0%	110	−23.9%
	小糸製作所	2,422	9.0%	178	32.5%	2,143	−11.5%	90	−49.2%	9,120	−4.0%	430	−23.2%
	豊田合成	2,635	7.7%	173	89.6%	2,516	−4.5%	117	−32.7%	10,500	−2.0%	530	−21.7%
	愛三工業	786	40.3%	46	53.8%	832	5.8%	52	12.6%	3,250	3.4%	190	22.6%
	アイシン	12,630	13.9%	564	181%	11,684	−7.5%	225	−60%	48,000	−2.2%	2,000	39.5%
	合計	59,804	12.8%	3,492	59.9%	57,499	−3.9%	2,920	−16.4%	233,375	−1.6%	12,786	17.9%
ホンダ系列	ジーテクト	864	−1.1%	37	−27.9%	806	−6.8%	23	−37.5%	3,460	0.4%	142	−12.6%
	エイチワン	559	−14.6%	8	−69.0%	未公表				未公表			
	スタンレー電気	1,144	−5.0%	104	−14.9%	1,225	7.1%	97	−7.2%	5,000	5.8%	500	39.5%
	武蔵精密工業	871	11.8%	44	66.7%	845	−3.1%	39	−12.5%	3,350	−4.3%	185	0.7%
	ユタカ技研	557	−11.1%	17	13.7%	433	−22.2%	12	−27.7%	1,750	−19.1%	61	−45%
	ミツバ	869	0.8%	53	122%	未公表				未公表			
	日本プラスト	296	23.1%	13	黒字化	309	4.3%	11	−16%	1,220	−1.8%	20	−29%
	エフ・シー・シー	605	3.1%	34	41.1%	632	4.4%	51	47.5%	2,430	1.1%	160	5.9%
	テイ・エス　テック	1,091	−5.1%	50	−15.0%	1,102	1.0%	42	−16.0%	4,430	0.3%	175	−0.0%
	合計	7,314	−2.5%	378	−0.4%	5,351	−1.4%	274	−8.4%	21,640	−21.8%	1,243	4.2%

注：決算データは11月8日の発表分までアップデートしてある
出所：各社公表データをもとに浜銀総合研究所が作成

米国では在庫が積み増され、売り切るためのインセンティブも上昇している

米国市場では新車販売が低迷している上、政権交代に伴う政策変更や政策金利など、不確定要素が多い。販売が思うように伸びず、上期には在庫が積み増されており、その在庫を削減するために自動車メーカーの販売奨励金（インセンティブ）が上昇した。インセンティブの増加の分だけ販売を維持できるメーカーとそうでないメーカーで明暗が分かれている（次頁図）。トヨタや

本田技研工業は、北米で人気が高いハイブリッド車を低いインセンティブで販売できたため、収益の落ち込みを最小限に抑えられた。

中国市場では NEV 投入まで耐える時期が続き、固定費削減による損益分岐点の改善を目指す

中国では引き続き、中国民族系メーカーとの価格競争が激化しており、販売を維持するための販売奨励金も増加している。工場閉鎖や人員削減といった大掛かりな固定費削減策だけでなく、仕様の絞り込みによる在庫や金型の削減を通じ、更なる固定費の削減を計画している。

中国市場の日系自動車メーカーの方針としては、サプライチェーンや販売網を維持できるだけの台数をキープしながら、現地での開発・調達をこれまで通り進めていく、ということが定着している。競争力のある PHEV や 2026 年以降に本格投入となる次世代 BEV の準備が整うまでは、現在の状況が続くとみる。

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					予想の修正（億円）	
	売上高	営業利益	売上高		営業利益		前年差（億円）						
	億円	億円	億円	前年比	億円	前年比	利益増減	台数・構成	原価低減	その他	為替影響	売上高	営業利益
日産自動車	126,857	5,687	127,000	0.1%	1,500	−73.6%	−4,187	−2,500	300	−2,237	250	−13,000	−3,500
いすゞ自動車	33,867	2,931	32,500	−4.0%	2,300	−21.5%	−631	−275	−220	−341	205	−1,000	−300
トヨタ自動車	450,953	53,529	460,000	2.0%	43,000	−19.7%	−10,529	−450	−1,600	−10,929	2,450	0	0
日野自動車	15,163	−81	16,500	8.8%	300	黒字化	381	350	−265	186	110	500	100
三菱自動車	27,896	1,910	28,800	3.2%	1,900	−0.5%	−10	280	50	−330	−10	0	0
マツダ	48,277	2,505	50,000	3.6%	2,000	−20.2%	−505	−288	−205	−360	348	−3,500	−700
本田技研工業	204,288	13,820	210,000	2.8%	14,200	2.8%	380	−1,705	5,500	−1,935	−1,480	7,000	0
スズキ	53,743	4,656	56,000	4.2%	5,500	18.1%	844	1,423	100	−729	50	0	700
SUBARU	47,029	4,682	47,200	0.4%	4,000	−14.6%	−682	−909	−217	−194	638	0	0
合計	1,008,072	89,638	1,028,000	2.0%	74,700	−16.7%	−14,938	−4,074	3,443	−16,868	2,561		

四半期決算

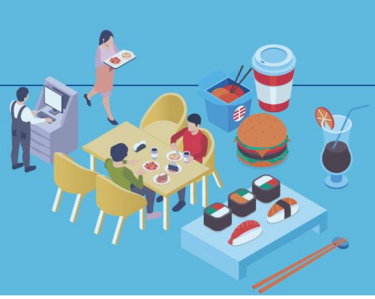
社名	23年9月四半期		24年9月四半期				営業利益増減要因の分析				
	売上高	営業利益	売上高		営業利益		前年差（億円）				
	億円	億円	億円	前年比	億円	前年比	利益増減	台数・構成	原価低減	その他	為替影響
日産自動車	31,457	2,081	29,858	−5.1%	319	−84.7%	−1,762	−611	−220	−974	43
いすゞ自動車	8,625	746	7,884	−8.6%	523	−29.9%	−223	−30	−162	−86	55
トヨタ自動車	114,348	14,384	114,446	0.1%	11,558	−19.6%	−2,826	−900	350	−4,676	2,400
日野自動車	3,835	56	4,365	13.8%	177	214.5%	121	74	−57	54	50
三菱自動車	6,951	590	6,799	−2.2%	552	−6.5%	−38	41	84	−244	81
マツダ	12,263	996	11,884	−3.1%	527	−47.1%	−469	−204	−35	−313	83
本田技研工業	49,844	3,021	53,928	8.2%	2,579	−14.6%	−442	4	1,088	−969	−565
スズキ	13,555	1,297	13,974	3.1%	1,774	36.8%	477	271	9	95	102
SUBARU	11,313	1,014	11,740	3.8%	1,309	29.1%	295	−127	16	95	311
合計	252,190	24,185	254,876	1.1%	19,317	−20.1%	−4,868	−1,482	1,073	−7,019	2,560

注: SUBARUは2020年3月期、トヨタ自動車は2021年3月期、スズキは2025年3月期からIFRSを適用。
出所: 各社決算発表資料等より浜銀総合研究所作成

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、テクノロジー等を担当

外食



現 状　6か月先

居酒屋業態

今月のポイント

- 居酒屋業態の業況判断は、現状及び 6 か月先ともに「曇り」を継続する。
- 居酒屋業態の売上高は前年水準を上回って推移しているが、その増勢は外食産業全体に比べて弱い状況が続いている。
- 6 か月先も消費者の節約志向が継続する可能性が高く、居酒屋業態の客数の大幅な増加は難しいと思われる。またコストの上昇や高止まりが続く一方、メニュー価格への転嫁は十分に進まず、居酒屋業態の業況改善は限定的とみる。

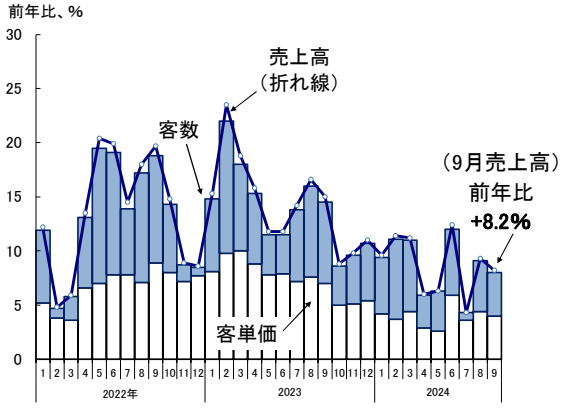
今月の統計と解説

9 月の外食産業売上高の伸び率は高水準を維持

外食チェーンの業界統計[1]によると、9 月の外食産業売上高は前年比 8.2%増となった（右上図）。9 月の増収率は前月（8 月、同 9.3%増）に比べて伸び率がやや縮小したものの、高い水準を維持した。

外食産業全体の客数の増加率も高い水準にある（9 月同 4.0%増）。業態別の客数をみると、9 月はファミリーレストラン（同 8.3%増）とディナーレストラン（同 6.9%増）の伸びが堅調であった（右下図）。今年 9 月は三連休が 2 回あったことから、前年に比べて外出機会が増加し、外食産業の客数の押し上げたとみられる。

外食産業売上高の推移
（全国/全店、業態計、前年比）



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：売上高と客単価は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

居酒屋業態は売上高の増勢が弱い

9 月の居酒屋業態の売上高は前年比 4.1%増で、前月（8 月）の伸び率と同値であった。売上高は前年水準を上回る状況が続いているものの、外食産業全体と比較すると、居酒屋業態の増収の勢いは依然として弱い。9 月の増収率（前年比 4.1%増）も外食産業全体の増収率（同 8.2%増）を大きく下回った（右下図）。

後述するように、9 月は家計の実質外食支出金額が前

2024年9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）	8.2%	4.0%	4.0%
ファストフード	5.9%	2.5%	4.3%
ファミリーレストラン	11.5%	8.3%	2.9%
パブ・居酒屋	4.2%	1.4%	2.7%
居酒屋	4.1%	2.6%	1.5%
ディナーレストラン	5.6%	6.9%	−1.2%
喫茶	10.1%	3.6%	6.3%

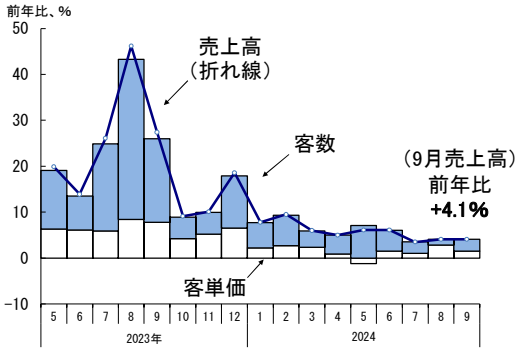
注1：全店とは、既存店と新規店の合計。
注2：売上高と客単価は名目ベースの税抜き価格による比較。
注3：売上高、客数、客単価は店内飲食だけでなく店外飲食も含む値。
出所：一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」より浜銀総研作成

[1] 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 9 月度　結果報告」

月比で増加しており、外食需要は堅調であった。三連休で外出機会等が増加したことからファミリーレストランやディナーレストラン等での飲食機会が増加したものの、居酒屋にとってはその恩恵は限定的で、利用が伸び悩んだと推察される。

居酒屋業態の 9 月の客単価（同 1.5%増）も外食産業全体の客単価の伸び（同 4.0%増）を下回った。その理由として、居酒屋業態では価格競争が厳しいため、他業態に比べてメニュー価格の引き上げに躊躇するチェーンや値上げ幅を抑えるチェーンが多いことがあげられる。また、一部の顧客層では注文品数の減少や、より安価なメニューへのシフトが進んでいる可能性も考えられる。外食業態の中でも、居酒屋業態は消費者の節約志向の影響が強く及んでいるとみられる。

居酒屋業態の売上高の推移
（全国/全店、前年比）



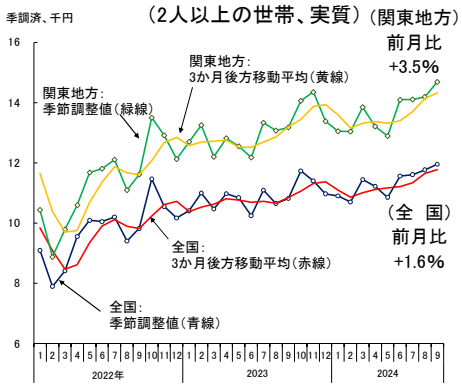
注1：既存店と新規店の合計
注2：売上高と客単価は名目ベースの税抜き価格による比較。
注3：新型コロナウイルスが感染症法上の5類に移行された2023年5月以降の値を掲載。
出所：一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」より浜銀総研作成

6 か月先については、名目賃金は上昇基調であるものの、物価の上昇、高止まりが続き、実質賃金は小幅な伸びに留まるとみる。このため、居酒屋業態では家計の節約志向の影響が続くと考えられる。また、厳しい価格競争によってコスト上昇分の価格転嫁が十分に進み難い状況も続く。これらから、居酒屋業態の業況は引き続き小幅な改善に留まるとする見方に変わりはない。

9 月の実質外食支出金額（季節調整済）は堅調

総務省「家計調査」によると、2024 年 9 月の実質外食支出金額（季節調整済）[2] は全国が前月比 1.6%増、関東地方が同 3.5%増となった。厚生労働省「毎月勤労統計」によると、9 月（速報）の実質賃金は 2 か月連続で前月比マイナスとなった。このような状況においても、実質外食支出金額は前月比プラスとなっており、家計の外食需要は、総じてみると堅調であった。

1世帯当たり外食支出金額
（2人以上の世帯、実質）（関東地方）



注1：用途分類、学校給食を除く
注2：実質化と季節調整は浜銀総研が実施
出所：総務省「家計調査」より浜銀総研作成

News

牛丼チェーン大手 3 社が期間限定で牛丼並盛りの割引キャンペーンを実施

2024 年 10 月、牛丼チェーン大手 3 社が期間限定で牛丼並盛りの割引キャンペーンを実施した。「吉野家」は店頭のメニュー価格を 100 円引き下げ、「すき家」と「松屋」は公式アプリと X（旧 Twitter））を通じて、それぞれ 80 円引き、50 円引きになるクーポンを配布した。2022 年以降、牛丼チェーンではコスト上昇分のメニュー価格への転嫁が進んでおり、直近では「吉野家」は 2024 年 7 月に並盛りで 27 円、「すき家」は 4 月に 30 円、「松屋」は 7 月に 30 円、それぞれ値上げをしていた。この結果、現在の 3 社の牛丼並盛りのメニュー価格（通常）は 400 円台であるが、今回のキャンペーンの実施により、割引後の販売価格は大手 3 社とも一時的に 300 円台となった（割引後の価格は「吉野家」が 398 円、「すき家」は 350 円、「松屋」は 380 円）。

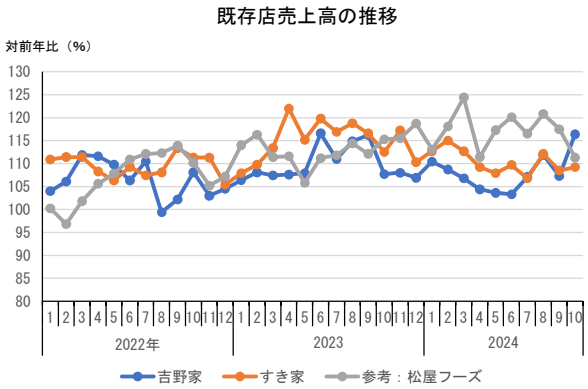
期間限定とは言え、3 社が収益の圧迫要因となる値下げキャンペーンを実施したのは、値上げ

[2] 「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。

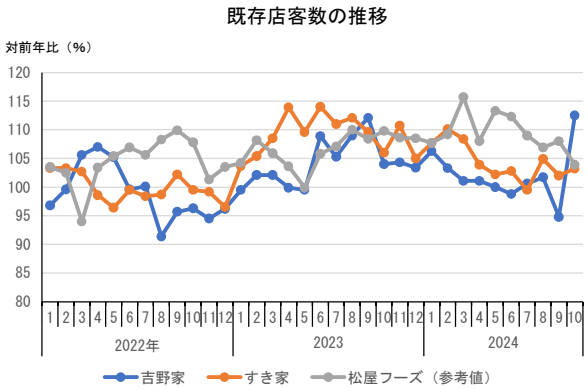
で離反した顧客を呼び戻すことや、新規顧客の開拓、来店によって牛丼以外の新規メニューの認知度を高めるなどの効果を期待していたためと考えられる。キャンペーンを実施した 10 月の既存店客数は、「吉野家」では前年比 11.2%増（9 月は同 5.2%減）と大幅に増加した。他方、「すき家」は同 3.2%増（9 月は同 2.0%増）と小幅な伸びに留まった（右下図）。なお、「松屋」の運営会社である株式会社松屋フーズホールディングスは「松屋」のみの既存店客数を公表していないが、牛丼以外の外食業態を含む松屋フーズホールディングス全体の 10 月の既存店客数は同 3.9%増と 9 月の伸び（同 8.0%増）を下回った。同社が展開する外食店舗の約 8 割程度が牛丼チェーン「松屋」であることから、右下図の「松屋フーズ」の値は「松屋」の値に近いと考えられる。

今回のキャンペーンにより、牛丼のような低価格帯の外食業態においては顧客の価格感応度が高く、且つ、顧客の節約志向も根強いために、値下げよる集客は効果的であることが改めて確認された。なお、「吉野家」の客数増加が顕著であったのは、メニューの店頭表示価格を引き下げたことで多くの顧客にキャンペーンが周知され、また通常の注文方法で自動的に割引が受けられたためと思われる。一方、「すき家」と「松屋」は公式アプリ等によるクーポン配布であったために、公式アプリ等を利用していない顧客への周知が進まず、また公式アプリの操作や提示を煩わしいと感じた顧客もいたと推察される。

期間限定の値下げによる客数増加は一時的に過ぎない。したがって、今回のキャンペーンによる来店をきっかけに、顧客の来店頻度の向上や、新規メニューの販売促進等に繋げていくことが重要であろう。また、飲食店における自社アプリの導入や SNS の利用が進む中、キャンペーンの実施にあたっては、PR の方法や利用客の利便性などに従来以上の配慮が求められるようになっていると言えよう。



注：松屋フーズの値は牛丼チェーン「松屋」以外の外食業態を含むため、参考値とした
出所：株式会社吉野家ホールディングス、株式会社ゼンショーホールディングス、株式会社松屋フーズホールディングスのIR資料より、浜銀総研作成



注：松屋フーズの値は牛丼チェーン「松屋」以外の外食業態を含むため、参考値とした
出所：株式会社吉野家ホールディングス、株式会社ゼンショーホールディングス、株式会社松屋フーズホールディングスの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

不動産

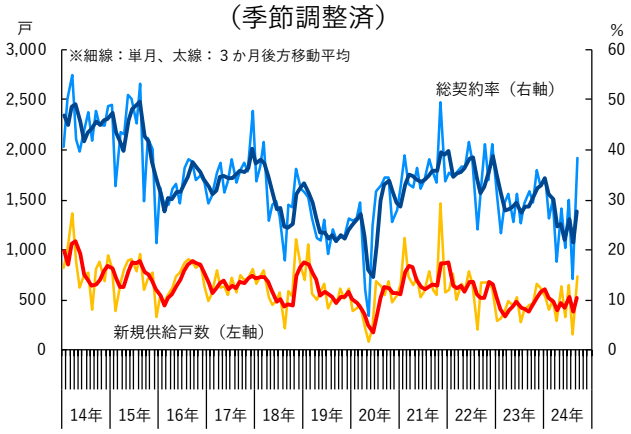
今月のポイント

- 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、販売価格の高止まりが需要回復の足かせとなっている模様である。新築マンションの 9 月の総契約率は単月で大きく上昇したが、ならしてみれば底ばい圏内。また、建売住宅と中古マンションの 10 月の成約率も低位である。
- オフィス賃貸市場では、空室率は依然高水準だが、低下傾向にあり、募集賃料も緩やかに上昇している。

今月の統計と解説

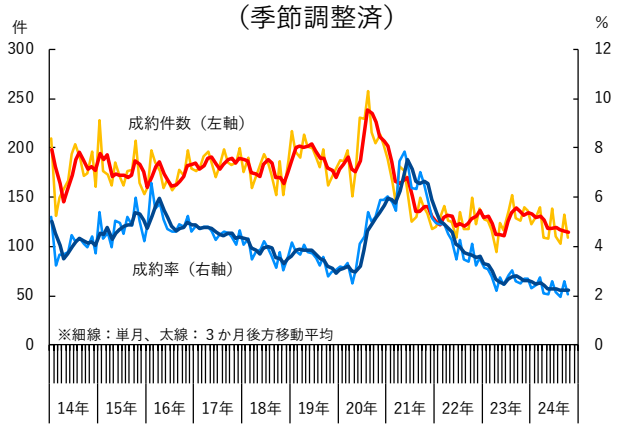
神奈川県内の住宅販売の判断は、現状、6 か月先ともに前月号から変更なし。住宅販売市場では、販売価格の高止まりが需要回復の足かせとなっている模様である。新築マンションの総契約率（季節調整済）は 9 月に 38.4％と 8 月（20.4％）比で大きく上昇した。しかし、3 か月移動平均でみると、依然として水準は低く、需要に勢いは感じられない。また、10 月の建売住宅の成約率も、同月の中古マンションの成約率も底ばい圏と言ってよい状況である。この先も、深刻な人手不足を前提とすると建築費は下がりづらい状況が続くと見込まれるため、住宅価格も下がりに

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

建売住宅販売（神奈川）
（季節調整済）

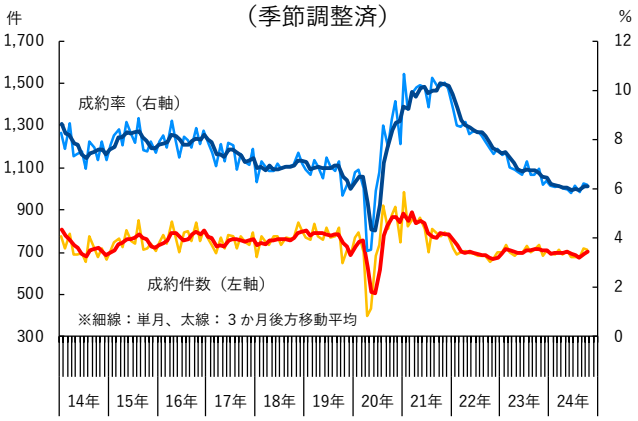


注 1：季節調整は浜銀総研が実施。
注 2：成約率は、成約件数を期中供給件数（在庫件数の期中平均値）で除して算出しているため、実際の成約率に比べて低い可能性がある。
注 3：集計条件の変更に伴い、2020 年 12 月以前と 2021 年 1 月以降の間はデータが不連続になっている。
出所：東日本不動産流通機構「月例マーケットウオッチ」より浜銀総研作成

くい状況が続こう。加えて、変動金利を含む住宅ローン金利の上昇が平均的な家計による住宅取得をこれまで以上に難しくする可能性もあり、神奈川県の住宅取得需要も弱い動きが継続すると予想される。

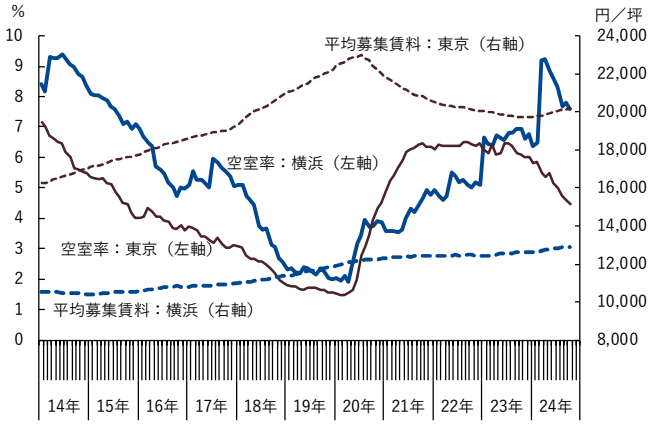
県内のオフィス賃貸の判断も現状、6 か月先ともに前月号から変更なし。横浜ビジネス地区の 10 月の空室率は 7.60%と前月差 0.2%ポイント低下した。9 月は単月でやや上昇したものの、基調としては低下傾向にあるとみてよいだろう。同月の平均募集賃料も 9 月比で 20 円上昇の 12,884 円／坪となった。募集賃料の上昇は緩やかであるが、それでも 21 か月連続での上昇となっている。3 月の新築ビルの竣工による大幅な供給増の影響が懸念されたが、今のところ貸主側の賃料設定行動に負の影響を与えているようにはみえず、今後もゆっくりとした空室の消化が進むと考えられる。

中古マンション販売（神奈川）



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「月例マーケットウオッチ」より浜銀総研作成

オフィス市場（横浜、東京各ビジネス地区）



出所：三鬼商事資料より浜銀総研作成

Pick Up

神奈川県の住宅着工は 10 年単位でみるとそれほど高い水準とは言えない

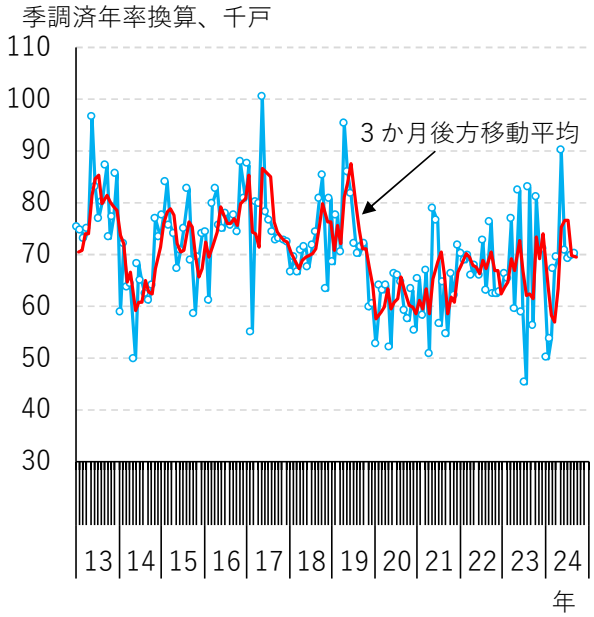
神奈川県内の新設住宅着工戸数（国土交通省「住宅着工統計」）をみると、このところ大規模マンションの着工の影響で振れが大きくなっている（次ページ左図）。ただ、10 年単位とやや長めの推移をみると、コロナ禍以降 6～7 万戸（年率換算、以下戸数については同様）での推移が続いており、それ以前（7～8 万戸）との比較でみると、伸び悩んでいると判断できる。中長期の視点でみると、県内においても人口減少の影響が表れている可能性が指摘できる。

利用関係別にみると、持家が減少傾向で推移している（次ページ右図）。コロナ禍の初期にテレワークの普及でファミリー層が都心から郊外に移動したことなどから、持家の着工がやや膨らむ展開がみられたものの、こうした要因が徐々に落ち着いたことに加え、建築コストの上昇など

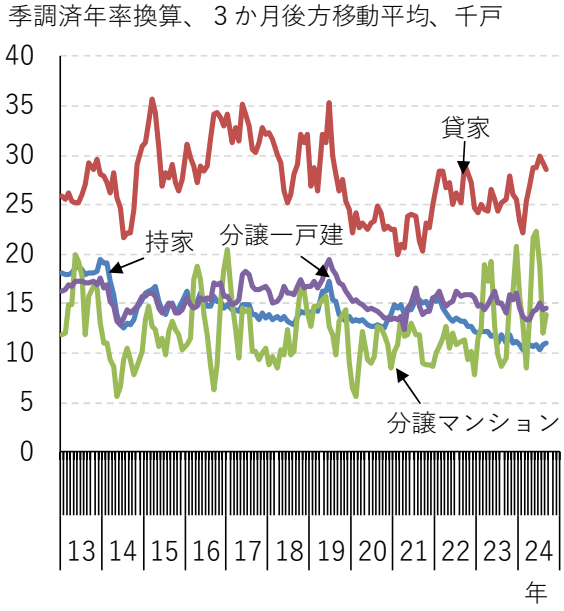
で再び減少が続いている。分譲一戸建もコロナ禍で持家と同様の動きがみられ、足元では着工にやや弱さがみられ始めている。一方で、分譲マンションについては、2023 年以降、大規模マンションの着工の影響で振れが大きくなっている。ただし、ならしてみれば 1.5 万戸で横ばい圏の推移と言える。デベロッパーは交通利便性の良い地域で、高価格帯に絞って供給を行っているようである。なお、貸家については、このところ 3 万戸の水準となっており、コロナ禍前の水準に戻りつつある。一部ファミリー層が住宅価格の高騰から購入ではなく、賃貸を選択していることも考えられ、この点が貸家の着工増につながっていると推察される。加えて、建築コストが上昇する中でも、物件の価格上昇期待などが賃貸の建設を後押ししている可能性もあろう。

今後については、中長期的には人口減少、短期では建築コスト増が引き続き重荷となろう。また、金利上昇の影響も徐々に表れてくる見込みである。こうした点を踏まえると、先行きやや水準を落とし、6 万戸に近づく水準での着工が続くとみるのが妥当であろう。

県内の新設住宅着工戸数（総計）の推移



利用関係別の推移



注：季節調整は当社が実施。
出所：国土交通省「住宅着工統計」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

- 神奈川県内の医療機関における 2024 年度第 1 四半期の患者数・医療費（収入）は、入院・入院外（外来）ともに前年を上回った。
- 先行きについては、入院・外来ともに当面は患者数の増加が続くとみているが、一部の医療機関においては、平均在院日数の短縮、生活習慣病管理料の引き下げ等の下押し要因があることに留意が必要である。
- Pick Up：2024 年度診療報酬改定で創設された地域包括医療病棟への転換が徐々に広がりを見せている。

今月の統計と解説

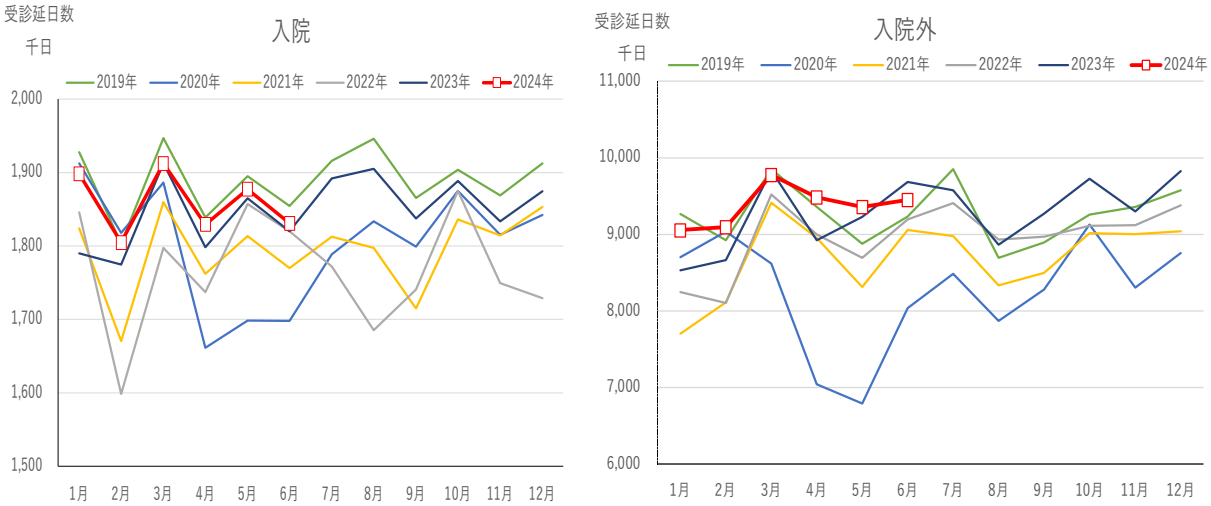
2024 年度第 1 四半期（4～6 月）の医療費は入院、入院外ともに前年を上回った

神奈川県内の医療機関における 2024 年度第 1 四半期（4～6 月）の入院医療費は、前年比＋1.5%だった。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。また入院外（診療所及び病院の外来）では、患者当たり単価は前年比＋0.1%にとどまったが、患者数が前年比＋1.6%と増加したため、医療費は同＋1.7%となった。

医療機関全体としては前年よりも患者数が増加し、医療費（収入）も増加していることが確認できる。ただし、入院外においては、患者単価が 4～6 月の 3 か月合計では前年を上回ったものの、6 月単月では、前年比 1.0%減となっていた。6 月より外来において生活習慣病の管理料の見直し（引き下げ）が行われた影響とみられ、引き続き状況を注視したい。

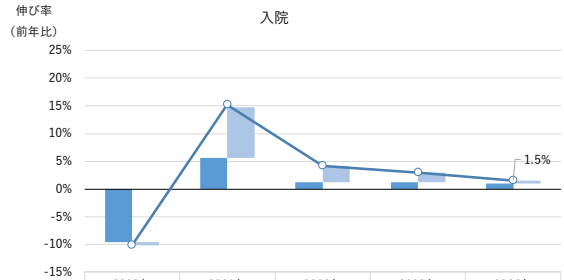
先行きについては、入院・外来ともに当面は患者数の増加が続くとみているが、入院においては平均在院日数の短縮を促す見直しが行われ、病床利用率に下押し圧力がかかっている。また、外来では一部の医療機関（内科系クリニック等）において、報酬改定により生活習慣病管理料が引下げられるなどの減収要因があることに留意が必要である。

図表 1　神奈川県の医療機関における延患者数の推移

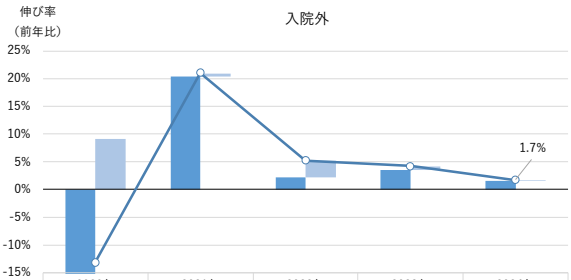


出所：厚生労働省「概算医療費データベース」より作成

図表 2　神奈川県の医療機関における診療種類別医療費等の伸び率（前年同期比）



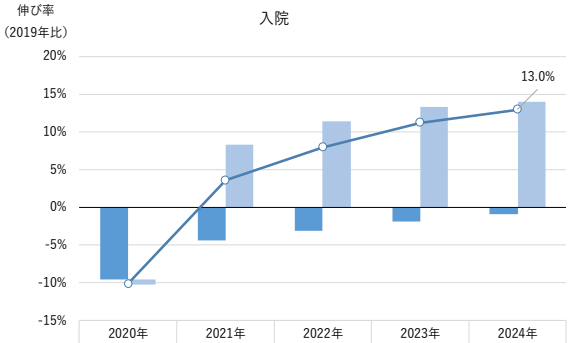
	2020年 4～6月	2021年 4～6月	2022年 4～6月	2023年 4～6月	2024年 4～6月
患者1人1日あたり医療費	-0.7%	9.1%	2.9%	1.7%	0.5%
延患者数（受診延日数）	-9.5%	5.7%	1.3%	1.3%	1.0%
医療費	-10.1%	15.3%	4.2%	3.0%	1.5%



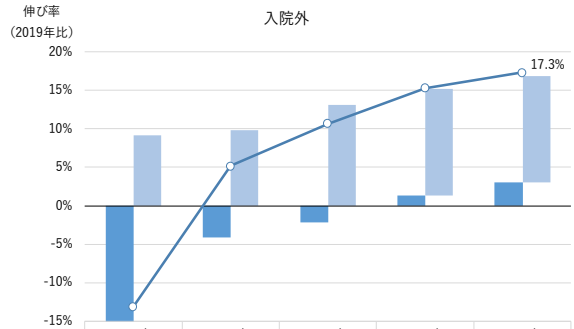
	2020年 4～6月	2021年 4～6月	2022年 4～6月	2023年 4～6月	2024年 4～6月
患者1人1日あたり医療費	9.1%	0.6%	3.0%	0.6%	0.1%
延患者数（受診延日数）	-20.4%	20.3%	2.1%	3.5%	1.6%
医療費	-13.1%	21.1%	5.2%	4.2%	1.7%

出所：厚生労働省「概算医療費データベース」より作成

図表 3　神奈川県の医療機関における診療種類別医療費等の伸び率（2019 年同期比）



	2020年 4～6月	2021年 4～6月	2022年 4～6月	2023年 4～6月	2024年 4～6月
患者1人1日あたり医療費	-0.7%	8.3%	11.5%	13.4%	14.0%
延患者数（受診延日数）	-9.5%	-4.3%	-3.1%	-1.9%	-0.9%
医療費	-10.1%	3.6%	8.0%	11.2%	13.0%



	2020年 4～6月	2021年 4～6月	2022年 4～6月	2023年 4～6月	2024年 4～6月
患者1人1日あたり医療費	9.1%	9.8%	13.1%	13.8%	13.9%
延患者数（受診延日数）	-20.4%	-4.2%	-2.1%	1.3%	3.0%
医療費	-13.1%	5.2%	10.7%	15.3%	17.3%

出所：厚生労働省「概算医療費データベース」より作成

Pick Up

2024年9月までに県内の5病院が地域包括医療病棟を開設

2024年度診療報酬改定では、今後増加することが見込まれる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棟として地域包括医療病棟が新設された。この病棟では、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ことから、転換を検討している病院も多い。また、急性期一般入院料1の施設基準がさらに厳格化されたことを受け、同基準を満たすことが難しくなった病院からの転換先としても注目されている。

では、改定後、実際に地域包括医療病棟に転換した病院はどれだけあったのだろうか。

2024年度診療報酬改定の適用（2024年6月1日）から3か月が経過した9月1日時点の施設基準届出（診療報酬を受け取るための基準を満たしていることを示す事前の届出）状況を確認したところ、神奈川県内では5病院が地域包括医療病棟入院料の届出を行っていたことがわかった（次頁図表）。施設基準が厳しいために転換が難しいとの指摘もあったが、既に改定後3か月で5病院が移行済みであり、徐々に広がりを見せていると言える。

急性期一般1、急性期一般4、地域包括ケア病棟から転換

転換元別にみると、①急性期一般入院料1（看護職員配置7対1）の病床の一部を転換した病院が2病院、②急性期一般入院料4（同10対1）の病床の一部を転換した病院が2病院、③地域包括ケア病棟入院料（同13対1）の病床の全部を転換した病院が1病院だった。

規模別にみると、100床台の病院が4病院、300床台の病院が1病院と、100床台の中小規模の病院の割合が高い。

地域包括医療病棟への転換は、高齢者が多い地域では有力な選択肢の一つ

人口構成の変化に伴い、救急搬送患者や入院患者に占める高齢者の割合は増加傾向にあり、それは、入院患者のうち、医療と介護の複合的なニーズを有する患者が増加していることを意味する。高齢者が多い地域の病院においては、地域のニーズの変化に応じて病棟の構成を見直すことも有力な選択肢の一つである。

図表　神奈川県内における地域包括医療病棟の開設事例（2024 年 9 月時点）

パターン１：急性期一般入院料 1（看護職員配置 7 対 1）から

座間総合病院（座間市）	転換前		転換後	
変更あり	急性期1	131床	急性期 1	88床
			地域包括医療病棟	43床
変更なし	回リハ1	90床	回リハ1	90床
	地ケア2	45床	地ケア2	45床
	療養 1	78床	療養 1	78床
全体	計	352床	計	352床

上白根病院（横浜市旭区）	転換前		転換後	
変更あり	急性期1	150床	急性期1	99床
			地域包括医療病棟	51床
全体	計	150床	計	150床

パターン２：急性期一般入院料 2～6（看護職員配置 10 対 1）から

麻生病院（川崎市麻生区）	転換前		転換後	
変更あり	急性期4	141床	急性期4	94床
			地域包括医療病棟	47床
変更なし	HCU	8床	HCU	8床
	地ケア1	41床	地ケア1	41床
全体	計	199床	計	199床

西横浜国際総合病院（横浜市戸塚区）	転換前		転換後	
変更あり	急性期 4	110床	急性期4	58床
			地域包括医療病棟	52床
変更なし	地ケア	37床	地ケア	37床
	回リハ	41床	回リハ	41床
全体	計	188床	計	188床

パターン３：地域包括ケア病棟（看護職員配置 13 対 1）から

平成横浜病院（横浜市戸塚区）	転換前		転換後	
変更あり	地ケア 1	36床	地域包括医療病棟	36床
変更なし	急性期 4	50床	急性期 4	50床
	回リハ1	97床	回リハ1	97床
全体	計	183床	計	183床

注：非稼働病床があることなどから、内訳の合計と「全体」は一致しない場合がある。
出所：関東信越厚生局「施設基準の届出状況」のデータを基に浜銀総研作成

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

現 状　6か月先

鉄道周辺事業

今月のポイント

- 鉄道周辺事業の業況判断は、現状、6 か月先とも「曇り」を継続する。
- 8 月は一部で天候・自然災害の影響が及んだが、一時的な動きであった。現状、ホテル事業は堅調、スーパーマーケットや百貨店等の小売事業は弱いとの見方に変わりはない。
- この先、家計の節約志向は継続するとみられる。小売事業は業績の大幅な改善が見込み難く、ホテル事業は宿泊料の上昇・高止まりが宿泊需要の抑制につながることが懸念される。

今月の統計と解説

鉄道周辺事業の業況判断は現状、6 か月先とも「曇り」を継続

鉄道周辺事業の現状判断は「曇り」を継続する。8 月は台風や地震など、一部で天候・自然災害の影響が生じたものの、一時的な動きであった。直近 9 月の統計をみると、8 月の天候・自然災害の影響は無くなり、総じて 7 月以前に近い値となった。現状、ホテル事業は堅調、百貨店やスーパーマーケット等の小売事業は弱いとの見方に変わりはない。

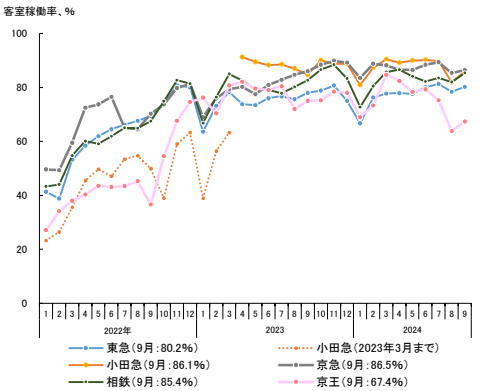
6 か月先の業況判断も「曇り」を継続する。この先、名目賃金は引き続き上昇基調だが、物価の上昇や高止まりも続くために実質所得は小幅な伸びに留まり、家計の節約志向が継続すると考えられる。小売事業の業績の大幅な改善は見込みにくく、また、ホテル事業は宿泊料の上昇・高止まりが宿泊需要の抑制につながることが懸念される。

9 月の客室稼働率は 8 月に比べて上昇

8 月は天候・自然災害等による旅行の延期や中止等で客室稼働率が低下したが、9 月は 3 連休が 2 回あり、旅行やイベント等にともなう宿泊需要は堅調であった。また、インバウンド需要も好調とみられる。日本政府観光局によると、9 月の訪日外客数（推計値）は 287 万人（前年同月比 26.4％増）で、8 か月連続で同月過去最高を記録した。

一方、宿泊料の上昇は依然として続いている。一例をあげると、相鉄の 2024 年 9 月の平均客単価（12,209 円）は前年比 13.0％増であり、前年（同 52.4％増）に比べれば伸び率が鈍化しているものの、依然として前年比 10%超の高い伸びである。足元の人手不足やコスト上昇などを勘案すると、ホテル業界全体において宿泊費の上昇または高止まりが続くと予想される。こうした状況が続けば、国内の宿泊旅行が敬遠され、日帰り旅行にスイッチする動きが強まる可能性があろう。

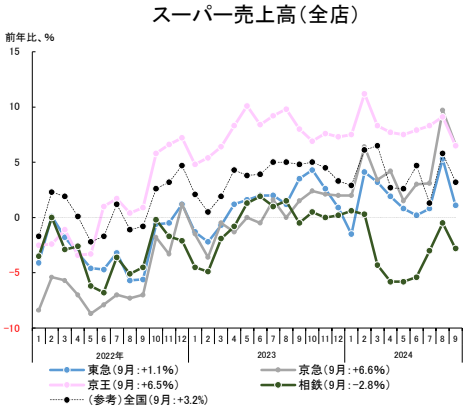
ホテル客室稼働率



注1：「東急」は東急株式会社、㈱東急ホテルズ、東急ホテルズ＆リゾーツ㈱、㈱THMが運営するホテル
注2：「小田急（2023年3月まで）」（黄土色・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

スーパー売上高は備蓄需要による押し上げ効果が無くなる

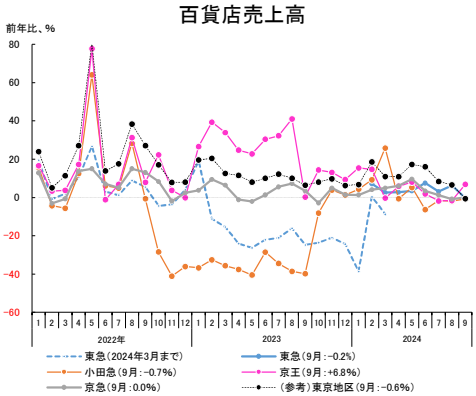
鉄道系スーパー売上高は、8 月に自然災害に対する備蓄需要による押し上げ効果がみられたが、9 月はその動きが無くなった。引き続き、食料品等の生活必需品に関しては家計の節約志向の影響が及んでいるとみられる。9 月、10 月は食料品の値上げが相次いだことから、客単価の押し上げ要因になっていると考えられる。ただし、9 月の相鉄の客単価は同 2.1%減と 2 か月ぶりに前年水準を下回った。一部の顧客に関しては、値上げが買い物機会の減少（客数の減少）だけでなく、買い上げ点数の抑制を招いている可能性がある。また、足元の為替レートは円安傾向に振れつつあることから、この先、輸入製品の価格がもう一段、上昇するとみられる。6 か月先に関しても、スーパーマーケット事業の大幅な業況改善は厳しいとみられる。



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

鉄道系百貨店にも節約志向の影響が及ぶ

鉄道百貨店の 9 月の売上高は、小田急が前年比 0.7%減、東急が同 0.2%減、京急が同横ばいであった。なお、京王は前年比 6.8%増と高い伸びになったが、これは前年の水準が低かったためである。東京地区の百貨店業界全体ではインポートブランド等の高額商品や免税品の好調が続いている。ただし、鉄道系百貨店は主要顧客の多くが沿線住民であることから、百貨店専業企業に比べてインバウンド需要の恩恵は少なく、また「普段使い」の商品が多いことから高額商品販売の寄与は小さい。



注1：「東急（2024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

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

現 状　6か月先

スーツ量販店

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。
- 10 月は平年を上回る気温となったため、秋冬商品の販売が不振であった。ただし、10 月末から気温が平年並みになってきており、足元では徐々に秋冬商品の購入の動きが出てきているとみる。
- 6 か月先に関しては、就活生や新入社員向けのスーツの新規需要は底堅いとみられるものの、オフィスワーカーの買い替えや追加購入の動きは伸び悩む可能性があると考えられる。

今月の統計と解説

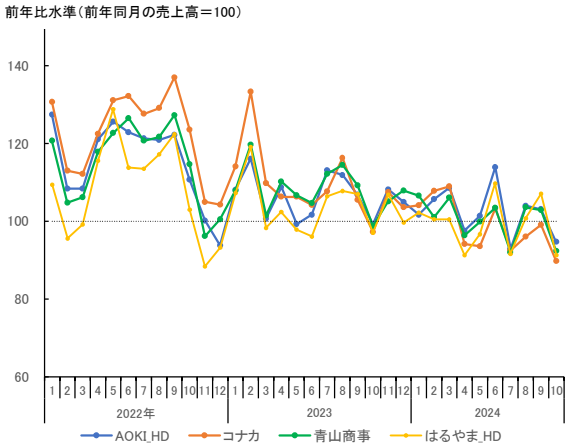
紳士服（スーツ量販店）の 10 月の既存店売上高は前年割れ

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。

10 月は気温が平年を上回る日が続き、衣料品小売業全般で秋冬商品の販売が不調であった。紳士服（量販スーツ）の 10 月の既存店売上高は、コナカが前年比 10.2％減、はるやまが同 8.7％減、青山商事が同 7.6％減、AOKI が同 5.3％減となった。 4 社とも、客単価は前年を上回ったものの、客数が前年比 10％前後の減少となった。8 月、9 月は 4 社の既存店売上高に前年水準を上回る動きが出ており、スーツの買い替え需要が徐々に顕在化しつつあるとみていた。しかし、10 月は異例ともいえる高気温により、消費者は秋冬商品の購入を先延ばししたと推察する。なお、10 月末から全国的に気温が平年並みになってきており、また、気象庁が 9 月 24 日に発表した「寒暖期予報」によると、今冬（12～2 月）の気温は全国的にほぼ平年並みの見込みとなっている。このため、足元では徐々に秋冬商品の購入の動きが出てきているとみる。

6 か月先については、就職活動中の学生や新入社員向けのスーツの新規需要は底堅いとみられる。ただし、オフィスワーカーのスーツの買い替えや追加購入の動きは伸び悩む可能性がある。名目賃金は上昇基調だが、物価の上昇や高止まりが続くために実質賃金の伸びは小幅に留まると考えられる。このため、消費者が生活必需品の購入を優先すれば、スーツの買い替えや追加購入を延期するケースが増えると考えられる。

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

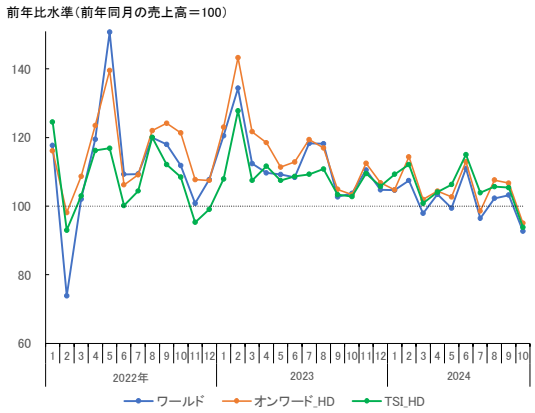
10月は婦人服アパレルとカジュアル系衣料も販売不調

婦人服アパレルとカジュアル系衣料の販売は、2023年春以降、堅調に推移してきたが、2024年10月は総じて不調であった。主な企業の10月の既存店売上高をみると、ファーストリテイリング前年比7.5％減、ワールド同7.3％減、バロックジャパン同7.2％減、TSI同6.2％減、オンワード同4.9％減など、前年割れの企業が目立った。

今年の10月は前年に比べて休日数が1日少なかった。この休日要因による減収効果について、TSIは約1.4％、ワールドは約1.6％ポイントの影響があったと推計している。ただ、この休日要因以上に平年を上回る気温の影響は大きく、総じて、秋冬商品の販売は厳しかったといえよう。

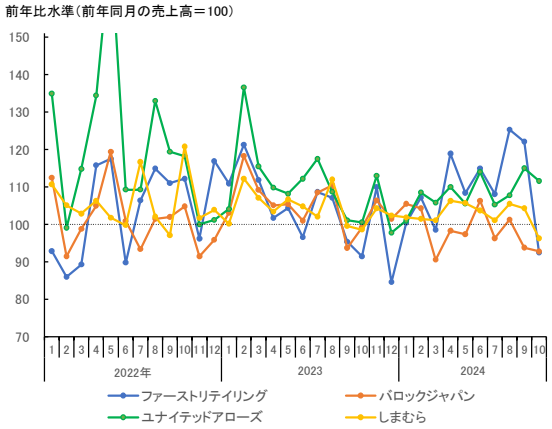
また、10月はSPA（Speciality store retailer of Private label Apparel）企業の売上高で明暗が分かれた。これまで、婦人服やカジュアル系衣料では、需要変動に応じて短納期で投入商品を判断していくSPAによって売上高を伸ばしてきた企業があった。ただし、前述のとおり、その象徴的存在であるファーストリテイリングの10月の既存店売上高は前年割れであった。同社における冬商品の代表格である吸湿発熱繊維「ヒートテック」のインナー等の販売が不調であった。一方、ユナイテッドアローズの10月の既存店売上高は前年比6.0％増となった。同社はシャツやカットソー、ジャケット、パンツ、ワンピースなど、長引く残暑にも対応可能な秋物衣料を中心とした製品を投入したことで前年を上回る売上高を確保した。

婦人服アパレルの既存店売上高【前年比水準】



出所：各社のIR資料より浜銀総研作成

カジュアル系衣料の既存店売上高の推移【前年比水準】

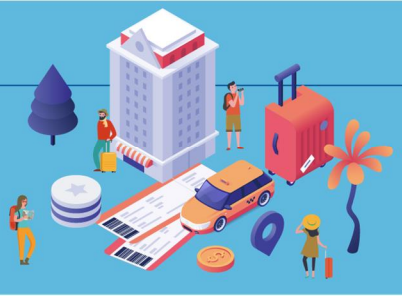


出所：各社のIR資料より浜銀総研作成

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



現 状　6か月先

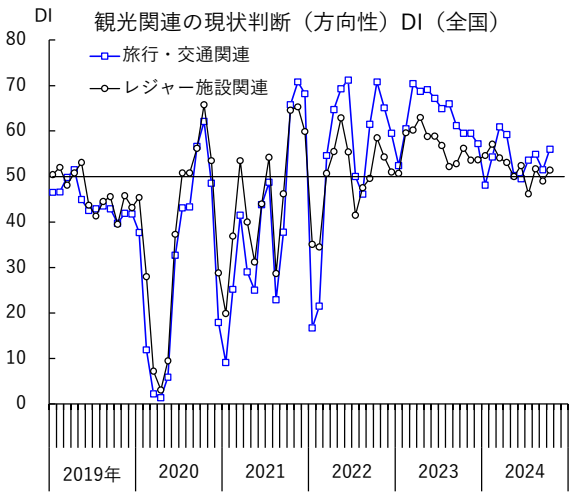
今月のポイント

- 観光産業の現状判断は「晴れ」。「景気ウォッチャー調査」によれば、10 月の観光産業の業況は堅調に推移した模様。また、9 月の「宿泊旅行統計」も良好な内容だった。もっとも、宿泊料の高止まりで旅行需要の伸びには、全体として減速感が出てきている。
- 先行きの判断は「薄曇り」。円安修正によるインバウンド消費の増勢鈍化、宿泊料の高止まりによる日本人の遠距離旅行の鈍化を見込む。また、米大統領選におけるトランプ氏再選で、景気全体の先行き不透明感が高まり、観光産業の先行きも見通しが悪くなった。

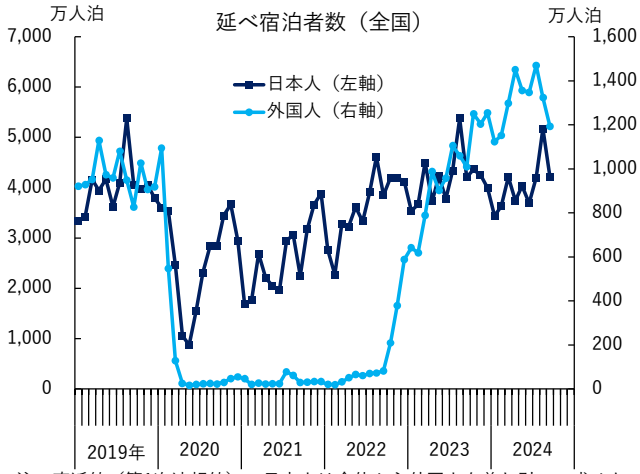
今月の統計と解説

観光産業の現状判断は「晴れ」。10 月「景気ウォッチャー調査」（内閣府）によると、旅行・交通関連の DI は 56.0 と、中立水準の 50 を大きく上回った。また、レジャー施設関連の DI も 51.4 となり、50 超に転じた。他方、9 月の「宿泊旅行統計」（観光庁、第 1 次速報値）によると、全国の延べ宿泊者数は、日本人（2019 年同月比+4.0%）がコロナ禍前並みの水準で推移し、外国人（同+44.4%）がコロナ禍前を大きく上回って推移した。もっとも、ここ 2 年程度、日本人の延べ宿泊者数は 2019 年同月水準前後での推移が続いているほか、拡大基調にある外国人延べ宿泊者数も伸びは徐々に減速している。9 月の「消費者物価指数」（総務省）をみると、宿泊料は 2019 年同月比で 3 割程度高い水準で推移しており、旅費が高止まりしていることが旅行需要拡大の制約になっていると考えられる。

先行きの判断は「薄曇り」。国内景気の動向や為替レート、地政学リスクといった観光産業をめぐる外部環境については、先般の米大統領選においてトランプ氏が再選されたことで先行きの不透明感が強まった。ただ、現状では、半年先という短期でみた場合、国内景気は緩やかな回復



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

が続き、為替レートは緩やかな円安修正が進むという見方で変更はない。従って、インバウンド消費は半年先にかけて増勢が鈍化すると予想する。日本人の旅行については、半年先という短期では、宿泊料高騰の影響が残り、遠距離旅行の減少が予想される。「宿泊旅行統計」（観光庁）で、全国の延べ宿泊者数を宿泊者の居住地別に 2019 年同月比で比べてみると、2020 年後半から 22 年にかけて、各都道府県の県内客が全体より急ピッチで回復してきたものが、2023 年後半から足元までは県外客の回復ペースが県内客を上回っていた。旅費の高騰により遠距離旅行が敬遠されれば、再び両者が逆転する展開となろう。

なお、トランプ氏の掲げる輸入品に対する関税の引き上げが、米国で大規模に、かつ、早期に発動された場合、日本国内の景気は、輸出の減少を通じて次第に減速感を強めると予想される[1]。「家計調査」（総務省）では、宿泊料や国内、外国パック旅行費は選択的支出（消費全体の変化以上に変化しやすい支出）である。旅行などのレジャー消費は、景気減速で家計が苦しくなれば真っ先に減らされやすいことから、トランプ氏再選で国内景気の動向をみることの重要性が増したと言えよう。

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扱いいただきますようお願いいたします。

[1] 前回のトランプ政権時代には、世界的に貿易が伸び悩み、日本経済や神奈川県経済の景気後退の原因の 1 つにもなった。詳しくは白須（2024）「トランプ氏関税大幅引き上げなら輸出回復に暗雲、生産性停滞リスクも」、HRI 研究員コラム、2024 年 11 月、浜銀総合研究所を参照。
（https://www.yokohama-ri.co.jp/html/report/pdf/pdf.html?pdf=column241107_shirasu）