

2025年1月20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 関連の需要は強いが、車載・産業機器向けの復調に遅れ。24 年 11 月の輸出金額は 2 か月連続のマイナスに。

自動車は 12 月の日本市場の登録乗用車の販売が前月比で大きく低下。海外では米国と中国の新車販売の持ち直しが続いている。

外食（居酒屋業態）は、24 年 11 月の居酒屋業態の売上高が忘年会需要などにより前年比高い伸び。ただ、客単価の伸びは小幅に留まる。

不動産では、神奈川県内の新築マンションの総契約率が 2 か月連続低下。販売価格の上昇が続き、取得需要の重荷に。

医療介護では、24 年 9 月の一般病床の利用率が 2 か月連続でコロナ禍前の水準を下回った。受療率の低下等により新規入院患者数が減少。

鉄道（鉄道周辺事業）では、鉄道系ホテルの 24 年 11 月の客室稼働率は高水準を維持。鉄道系百貨店では気温低下によりコート等の販売が堅調。

小売（紳士服）では、24 年 12 月の既存店売上高は総じて堅調。防寒衣料の需要が顕在化。ただし、既存店客数は前年割れの傾向が続く。

観光は、24 年 11 月の延べ宿泊者数は、日本人、外国人ともに高水準。また、年末年始の国内旅行需要は好調。

（文責：清水）

目次

テクノロジー p.2

清水 徹

自動車・自動車部品 p.6

湯口 勉

外食 p.10

佐橋 官

不動産 p.12

遠藤 裕基

医療・介護 p.15

清水 徹

鉄道 p.18

佐橋 官

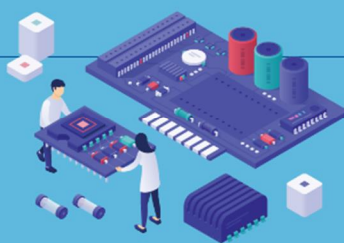
小売 p.21

佐橋 官

観光 p.23

白須 光樹

テクノロジー



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。
- ただし、2025年夏頃から在庫調整が徐々に進み、業績が改善に向かうとみる。

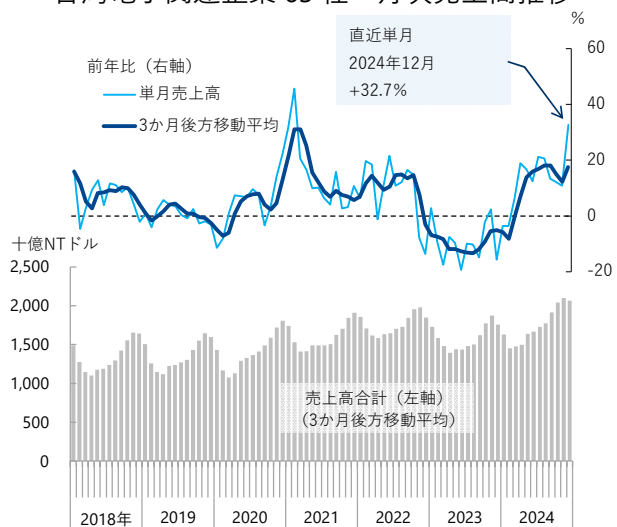
今月の統計と解説

台湾電子関連企業 63 社の 12 月の売上高は前年比 32.7% 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 12 月売上高は、前年比 32.7% 増となり、10 か月連続で前年を上回った（左図）。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 37.4% 増、PC 及び周辺装置関連 11 社合計は同 24.6% 増、半導体関連 11 社合計は同 33.9% 増、電子部品 22 社合計は同 11.5% 増など、各製品別で高い増収率を維持している。

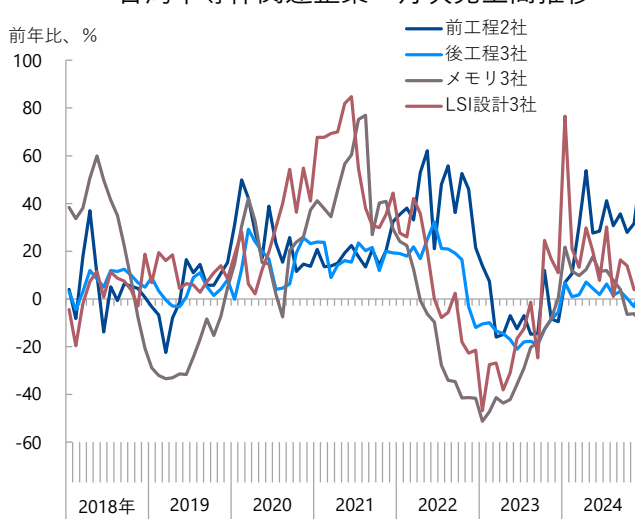
EMS では、鴻海精密工業がスマートフォン向け需要や AI サーバの需要により 12 月の売上高が前年比 42% 増と高い成長を維持している。半導体関連では、TSMC の 12 月の売上高が同 57.8% 増となった。スマートフォン向けマイクロプロセッサやシステムオンチップ（SoC）の需要に加え、NVIDIA 向けの GPU（Graphics Processing Unit）など AI 関連の需要が旺盛であることにより成長が続いている。台湾半導体関連企業の各区分の売上高では、前工程と後工程、LSI 設計が前年比プラス、メモリは同マイナスとなった（右図）。

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

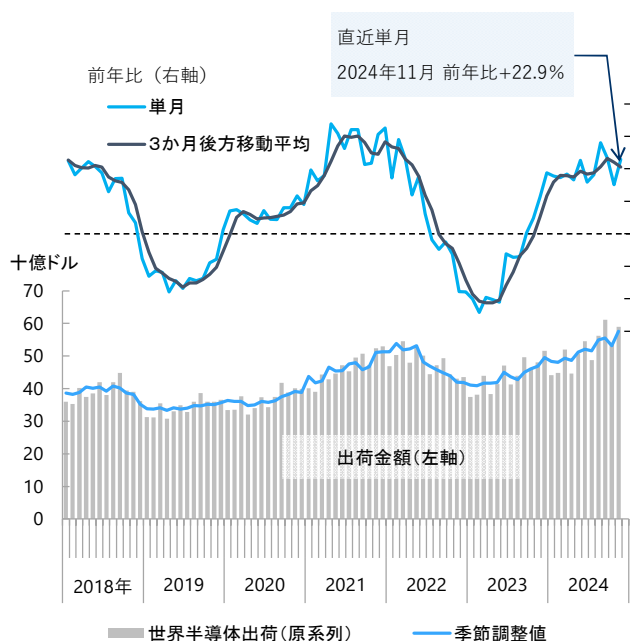
世界の11月の半導体出荷額（WSTS）は前年比22.9%増

2024年11月の世界半導体出荷額（WSTS）は、前年比22.9%増と高い伸びが続く（左図）。地域別にみると、北米が同54.2%増、アジア・パシフィックが同13.4%増、日本が同3.6%増と増加が続く。マイナス成長が続いていた欧州の半導体出荷額は同0.4%増と11か月ぶりのプラスとなった。

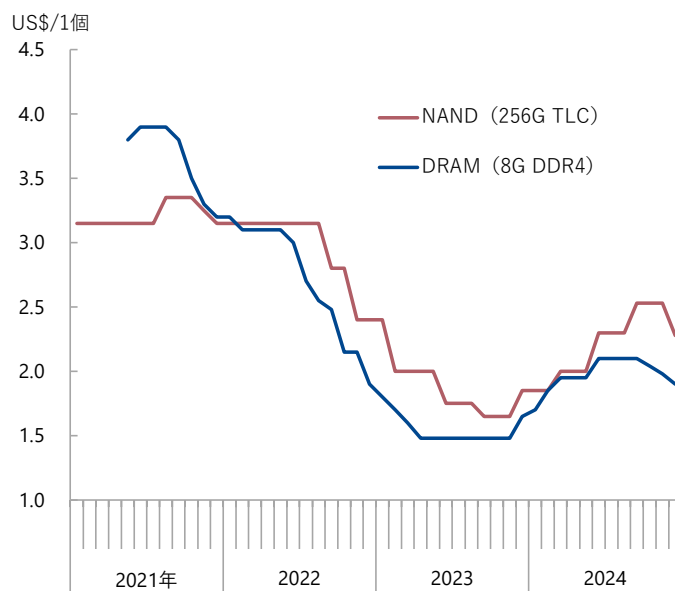
世界の半導体市場が高い伸びを示しているのは、前年の水準が低かったことに加え、GPUや広域メモリ（HBM）などのAI関連の需要が好調であるためである。しかし、AI関連を除くと、電気自動車（BEV：Battery Electric Vehicle）については本格生産を後ろ倒しにする自動車メーカーも多く、自動車向けの需要は弱い。また、産業機器向けも最終需要が弱く、在庫調整が長期化しているとみられる。

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。車載や産業機器向けの在庫調整は2025年夏頃から徐々に進むとみているが、半導体の生産能力に過剰感がある中、調整には時間を要する可能性があることに留意が必要である。

世界半導体出荷額



DRAM、NAND型フラッシュメモリ大口価格



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

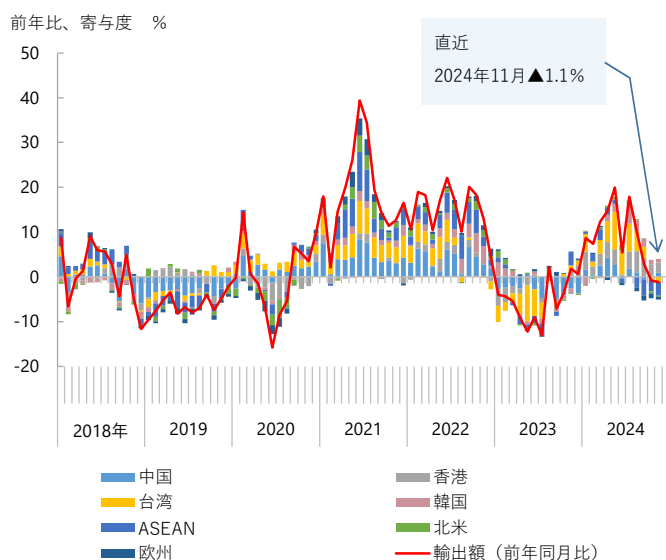
出所：日経 Financial Quest

我が国の電子部品・デバイスの輸出は2か月連続で前年を下回る

他方、電子部品・デバイスの11月の輸出金額は前年比1.1%減と、2か月連続のマイナスとなった（次頁左図）。地域別にみると、北米、欧州、アジアのいずれの地域向けでもマイナスで、アジア向けは13か月ぶりにマイナスに転じた。

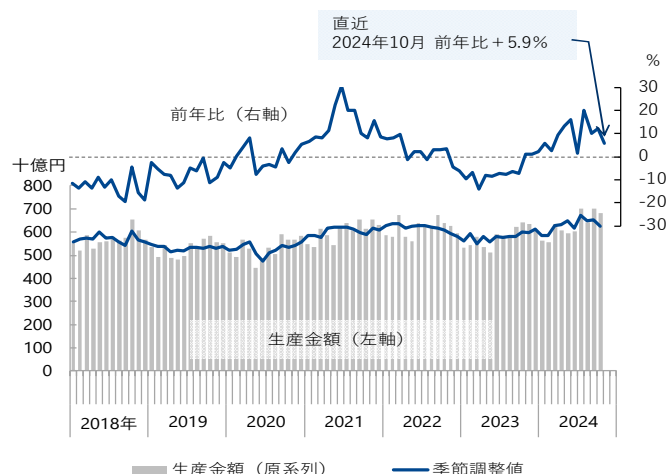
我が国の電子部品・デバイスの生産金額も伸び率が鈍化している（次頁右図）。直近10月の生産金額は前年比5.9%増であった（9月は同12.1%増）。製品別には、電子部品が同1.6%増、デバイスが同9.4%増となり、デバイスは前月（同23.9%増）よりも伸び率が鈍化した。機能別にみると、ロジックが同27.6%減、在庫調整が進んだメモリは同89.7%増となった。

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

News

電子情報産業の 2025 年の世界生産額は前年比 8%増となる見通し（JEITA 推計）

電子情報技術産業協会（JEITA）は 12 月 24 日、電子情報産業の世界生産額が、2024 年は前年比 9%増の 3 兆 7032 億米ドルとなり、2025 年は同 8%増の 3 兆 9909 億米ドルに拡大するとの見通しを示した。

足下の景況感については燃料・原材料価格の高騰、個人消費の低下、中国景気の低迷などにより必ずしも良好ではないとしつつも、2024 年はコロナ特需の反動で減速していた電子機器、電子部品・デバイスがプラスに転じるとともに、ソリューションサービスが成長していることによりプラス成長を見込むとしている。

2025 年は、生成 AI などの技術を活用した DX がさらに進展し、AI 用途のサーバ向け半導体の伸長が期待されること、ソリューションサービスが拡大することなどからプラス成長を見込んでいる。

日系企業の 2025 年の生産額については、AI 用途や自動車の電装化による需要が見込まれることから、世界生産額が前年比 4%増、国内生産額は同 3%増になるとしている。

米国政府が中国製の非先端半導体に対する調査を開始

米国通商代表部（USTR）は 12 月 23 日、中国製の非先端半導体（レガシー半導体）について、通商法 301 条に基づく不公正貿易の是正を目的とした調査を開始すると公表した。

レガシー半導体は、旧来の技術で生産される半導体で、防衛、自動車、医療機器、電力産業などの幅広い分野で利用されている。中国が「反競争的かつ非市場的手段」を駆使し、米国の競争力やサプライチェーンに悪影響を与えている疑いがあるとしている。

中国産の半導体については、既に 2025 年 1 月より追加関税率が 50%に引き上げられている。今回の調査はトランプ政権に引き継がれることになるが、調査の結果次第では、レガシー半導体などの米国への輸入にさらなる追加関税が課される可能性がある。

担当者



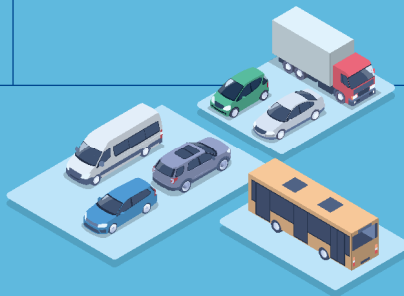
清水 徹

t-shimizu@yokohama-ri.co.jp

調査部 上席主任研究員

産業調査統括

自動車・自動車部品



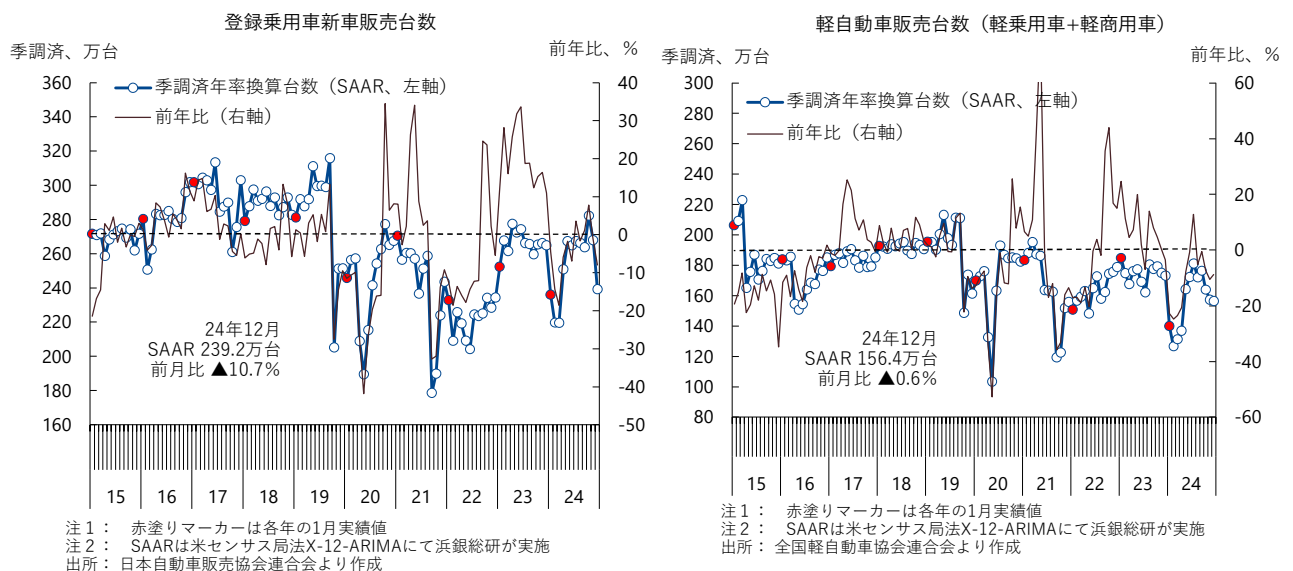
今月のポイント

- 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。
- 国内販売は需要面の弱さが露呈した格好。海外市場では米国で販売台数が増加傾向にあるが、インセンティブの増加に支えられている面が残る。中国では、政府の買い替え支援策を梃子（てこ）に市場が急回復しているが、日系メーカーの販売は引き続き苦戦。

今月の統計と解説

<自動車（日本）>

日本市場における自動車販売は再び弱含んでいる。2024年12月の季節調整済年率換算販売台数（SAAR：Seasonally Adjusted Annual sales Rate）は、登録乗用車が前月比10.7%減の239.2万台と大きく落ち込んだ。軽自動車と登録商用車についても、軽自動車は同0.6%減の156.4万台、登録商用車は同4.4%減の32.0万台と、それぞれ減少が続いている。12月は工場停止などの供給面からの目立った制約要因がないなかでの販売減であり、それまでの供給制約の裏側に潜んでいた需要面の弱さが露呈した格好となった。



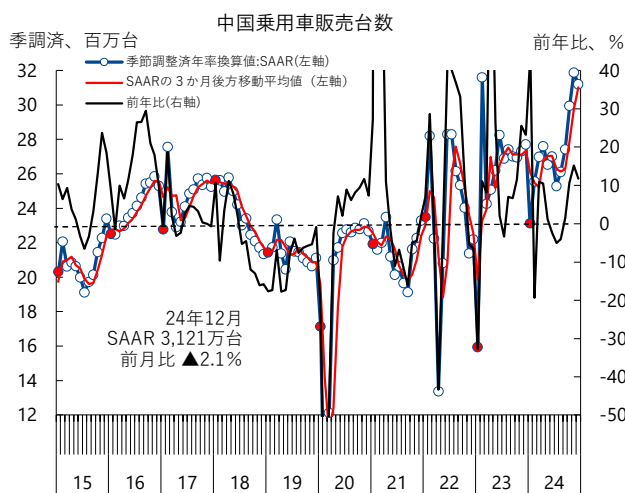
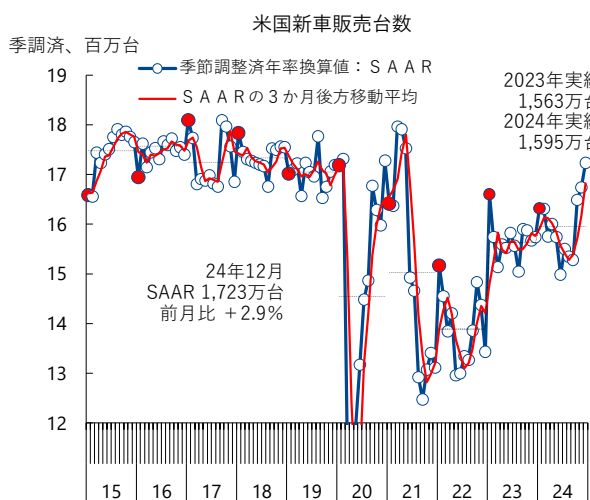
なお、2024年通年でみた国内販売台数は登録乗用車と軽自動車、登録商用車の合計で前年比7.5%減の442.1万台となり、5年連続で500万台を割り込んだ。ちなみに月次ベースのSAARでも、消費税率の引き上げがあった2019年10月以降は5年超にわたって年間500万台ペースを上回ったことがなく、コロナ禍明け以降の直近2年間では2024年7月の495.8万台が最高となっている。2024年は自動車メーカーの認証不正問題が相次いだという特殊要因があったとはいえ、そのような要因が緩和したタイミングでも年間500万台ペースをなかなか回復できなくなっ

ているという事実は重い。背景には、ガソリン価格をはじめとする物価高の影響のほか、人々のライフスタイルの変化等も考えられるが、この先、年間 500 万台の天井を超えていくためには、人々のニーズの変化を踏まえた商品力の向上とビジネスモデルの変革を図り、消費者に分かりやすく伝えていくことが必要となろう。

<自動車（海外）>

海外では、欧州市場が低調に推移する一方、米国と中国では新車販売の持ち直しが続いている。米国市場では、12月のSAARが前月比2.9%増の1,723万台と3か月連続で増加し、2021年5月以来、43か月ぶりに1,700万台の大台を回復した。在庫増に伴うインセンティブ（値引き）の増加等により、SAARの水準は直近3か月で約13%上昇している。日系メーカーの販売台数も増加しており、12月はトヨタが前年同月を割り込んだものの、ホンダ、日産、スバルなど、他のメーカーは前年同月を上回って推移した模様である。もっとも、市場の在庫水準は依然として高く、足元の販売台数を維持するためには、当面は、多くのメーカーで高めのインセンティブが必要な状況が続くとみられる。また、トランプ次期大統領の政策についての不安感も相変わらず強く、電気自動車（BEV）については購入控えが続いているという。マクロ経済環境は底堅いものの、もうしばらくは保守的な市場見通しが必要な状況が続くことになろう。

中国では、中央政府と地方政府による、BEVやPHVといったいわゆるNEV車への買い替え支援策を梃子（てこ）とする、10月以降の販売好調が継続中。12月のSAARは前月比2.1%減と小幅に減少したものの、水準としては3,121万台となり、2か月連続で3,000万台を超えた。NEV車の販売についても、増勢が鈍化しつつあるものの、引き続き前年を3割超上回る水準で推移している。ただし、中国のマクロ経済環境は雇用所得情勢が悪化し、消費者マインドも低調に推移するなど決して良好ではない。また、現地の自動車メーカーを中心とする販売競争も相変わらず激しく、値下げ圧力も続いている。中国政府は2025年も買い替え支援策を拡大する構えと伝えらるが、言うなれば市場の「底地」であるマクロ経済環境が不安定なだけに、市場の先行きについ



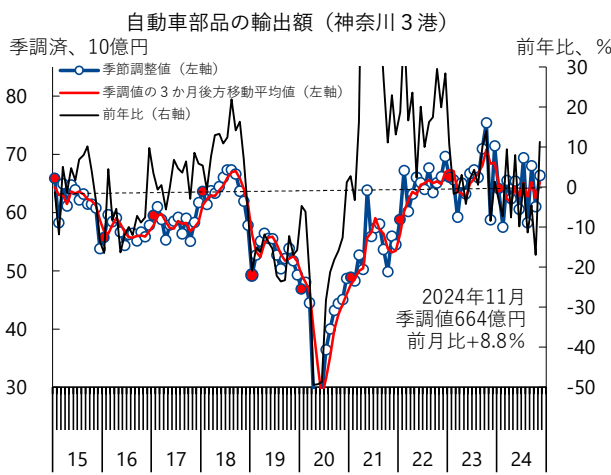
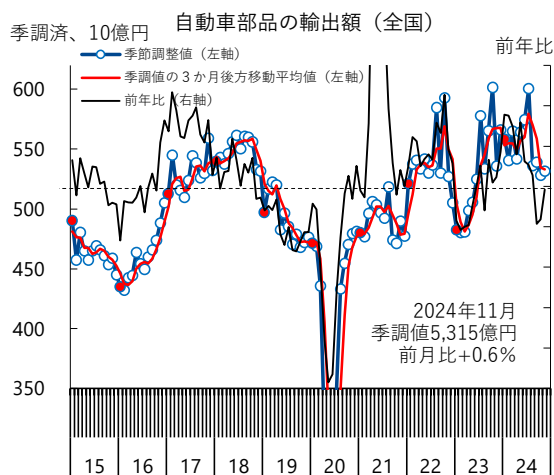
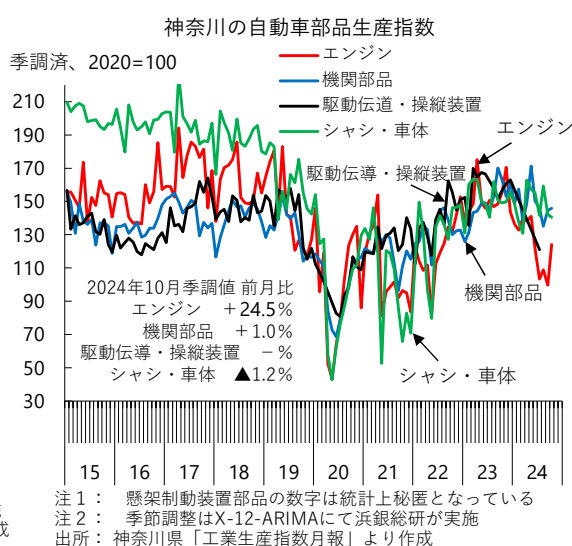
ては不透明感が残る。

なお、中国市場における日系自動車メーカーの販売は引き続き低調となっている。12月はトヨタの販売台数が前年同月比 1.0%増と 2 か月連続で前年水準を上回ったものの、日産は同 24.2%減、ホンダは同 32.5%減と前年割れが続いた。

<自動車部品>

全国の自動車部品生産指数（季節調整済み）は 9 月、10 月と持ち直しの動きが続いたが、直近の 11 月については前月比 1.3%低下と小幅に低下した。完成車の国内販売台数が減少しているうえに輸出も低調に推移しており、自動車部品の国内生産は伸び悩んでいる。神奈川県内においても自動車部品生産指数（同）は低調な動き。

なお、11 月の全国の自動車部品輸出額は季節変動の影響を除いた季節調整値（SA：Seasonally Adjusted）で前月比 0.6%増の 5,315 億円と低迷した。また、同月の神奈川 3 港（横浜、川崎、横須賀）からの自動車部品輸出額は 664 億円であった。神奈川 3 港からの輸出額は前月比でみると



当月は 8.8%増加、前年比（原数値）でみても 15.2%増とプラス圏に浮上しているが、すう勢的には一進一退の底這い状態が続いている。

News

ホンダと日産が経営統合に向けた検討開始を公表、基本合意書を締結

本田技研工業（同、ホンダ）と日産自動車（以下、日産）は 12 月 23 日に記者会見を実施し、両社の経営統合に向けた協議および検討を開始することについて合意し、共同持株会社設立による経営統合に向けた検討に関する基本合意書を締結したと発表した。また、三菱自動車工業も記者会見に参加し、日産・ホンダの経営統合の検討に参画するか否かの決定を、2025 年 1 月末を目途に行うと発表した。

記者会見の場でホンダの三部社長は、経営統合によるシナジー効果の代表例として、①車両プラットフォームの共通化によるスケールメリット獲得、②研究開発機能の統合による開発能力向上とコストシナジーの実現、③生産体制・拠点の最適化、④購買機能の統合によるサプライチェーン全体での競争力強化、⑤業務効率化によるコストシナジーの実現、⑥販売金融機能の統合に伴うスケールメリットの獲得、⑦知能化・電動化に向けた人財基盤の確立、を掲げたうえで、「これらを通じて売上高 30 兆円以上、営業利益 3 兆円を超える世界トップレベルの新価値を創造するリーディングカンパニーになることが可能」と述べた。

また三部社長は同時に、単に日産とホンダの両社が単純に持ち株会社体制に移行するのではなく、現在両社が取り組んでいる事業を着実に進め、強固な事業体質をそれぞれが築きあげていくことが不可欠であるとも強調した。そして、経営統合後には、速やかにシナジー効果を発揮させ、製品、技術、モビリティの利用形態、ユーザーのライフスタイルなど、様々な観点で、これまでにない新たな価値を創造できる会社になることが期待できるとした。これを受けて日産の内田社長も「現在進めているターンアラウンドの取り組みを着実に遂行し、1 日も早く、成果を形にしていくことが当社の責任である」とした。

ホンダと日産は 2025 年 6 月の正式契約締結を目標として経営統合に向けた協議・検討を進めるとしているが、日産についてはその前の段階で、2024 年 11 月に発表したグローバル生産能力 20%削減等の「ターンアラウンド」の具体策が見えてくる展開が予想される。

担当者



湯口 勉

yuguchi@yokohama-ri.co.jp

調査部 部長・上席主任研究員

外食



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、6か月先ともに「曇り」を継続する。
- 年末年始の宴会予約は好調である。ただし、競合店舗との厳しい価格競争や食材や人件費などのコスト増により、居酒屋業態の収益は厳しいとみられる。
- 6か月先も、居酒屋業態の業況改善は限定的であるとの見方に変わらない。コストの上昇や高止まりが続く一方、コスト上昇分のメニュー価格への転嫁は十分に進まないと考えられる。

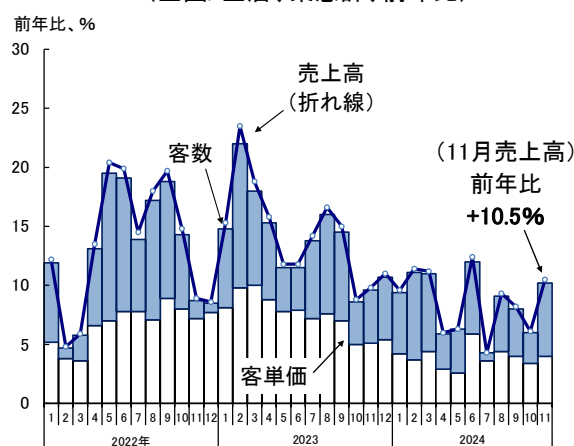
今月の統計と解説

外食産業売上高は堅調に推移

外食チェーンの業界統計¹によると、2024年11月の外食産業売上高は前年比10.4%増となった（左下図）。11月後半から全国的に気温が低下したことから鍋料理などの季節メニューの提供が好調であった。また、パブ・居酒屋業態やファミリーレストラン業態、ディナーレストラン業態では前年（2023年11月）に比べて会食や宴会などの予約が増えており、外食産業全体の売上高の押し上げ要因となった。厚生労働省「毎月勤労統計調査（速報、従業員5人以上の事業所）」によると、2024年11月の実質賃金が4か月連続で前年割れであることから、総じて、家計の節約志向は根強いとみられる。ただし、クリスマスや年末に向けた会食や宴会などの「ハレ」の日の需要は堅調であり、家計はメリハリを付けた消費行動をとっていると考えられる。

業態別の売上高をみると、11月も前月に続いて、麺類ファストフード業態（同18.3%増）と和風ファストフード業態（同12.6%増）が高い伸び率となった。季節限定の温かいメニューが堅調であったことに加えて、麺類ファストフード業態ではアルコール類の販売増が売上高を押し上げた。

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

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11月度 結果報告」

11月の実質外食支出金額（季節調整済）は全国、関東地方とも前月水準を上回る

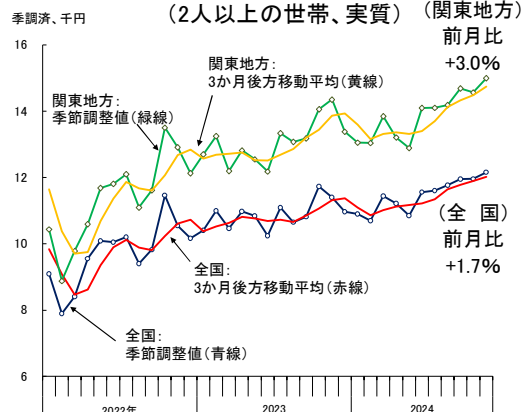
総務省「家計調査」によると、2024年11月の実質外食支出金額（季節調整済）²は全国が前月比1.7%増、関東地方が同3.0%増となった。全国、関東地方とも、実質外食支出金額は2024年後半から増加基調であり、家計の外食需要は総じて好調である。

11月の居酒屋業態の売上高は高い伸びとなった

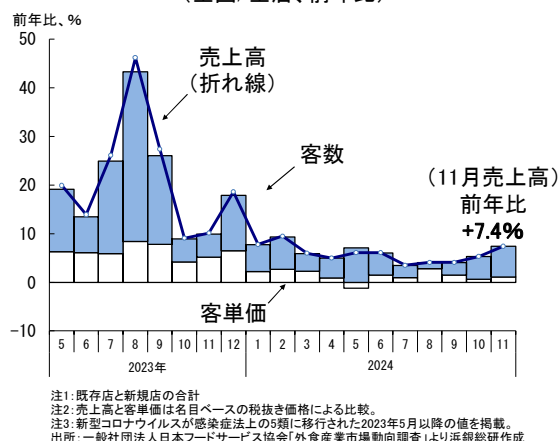
2024年11月の居酒屋業態の売上高は前年比7.4%増となり、前月（同5.3%増）に比べて増収率が拡大した。11月後半から忘年会シーズンとなり、大手居酒屋チェーンでは前年（2023年11月）に比べて宴会の予約件数が増加傾向にあり、また、徐々に宴会の参加人数も増加してきているとのことである。このため、居酒屋業態の11月の客数は同6.3%増となり、前月（同4.7%増）から増加率が拡大した。一方、11月の客単価は前年比1.1%増と小幅な伸びが続いている。店舗によるメニューの値上げ幅の抑制や割引券の配布等による価格競争に加えて、顧客側が価格の安い宴会コースを選択したり、宴会を短時間で終了するなどの動きも出てきていると推察される。居酒屋業態では食材等の値上げに加えて、10月からは最低賃金の引き上げによる人件費負担の増加等もあり、収益は厳しい状況にあるとみられる。

6か月先については、名目賃金は上昇基調であるものの、物価の上昇や高止まりが続くと予想される。実質賃金が上昇に転じるのは2025年後半になるとみられ、その結果、居酒屋業態に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の見方を維持する。

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）



居酒屋業態の売上高の推移
（全国/全店、前年比）



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

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。

不動産



現 状

6か月先



住宅



オフィス

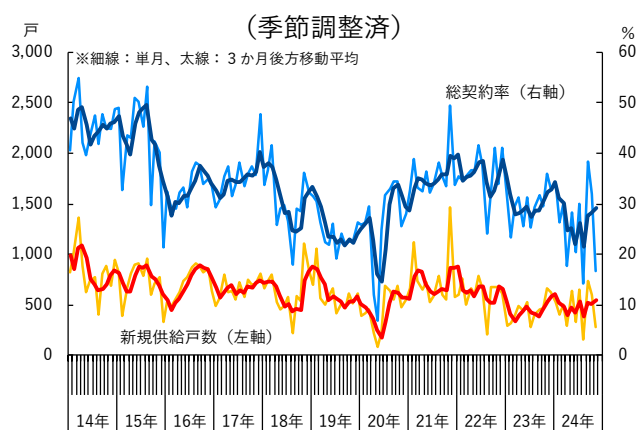
今月のポイント

- 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、建売住宅ともに販売価格の上昇で引き続き取得需要に弱さがみられる。新築住宅の高さから、需要が一部、中古マンションに流れている可能性がある。中古マンション価格の一段の上昇に要注意。
- オフィス賃貸市場では、空室率が低下傾向にあり、募集賃料も緩やかながら上昇基調にある。緩やかな景気回復を前提とすると、この先も空室率の低下と平均募集賃料の上昇が続くと考えられる。

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。2024 年 12 月の新築マンションの総契約率（季節調整済）は 2 か月連続で低下し、3 か月移動平均もほぼ横ばいとなった。過去との比較でみると、依然として総契約率は低位で推移しており、販売価格の上昇が

新築マンション販売（神奈川）

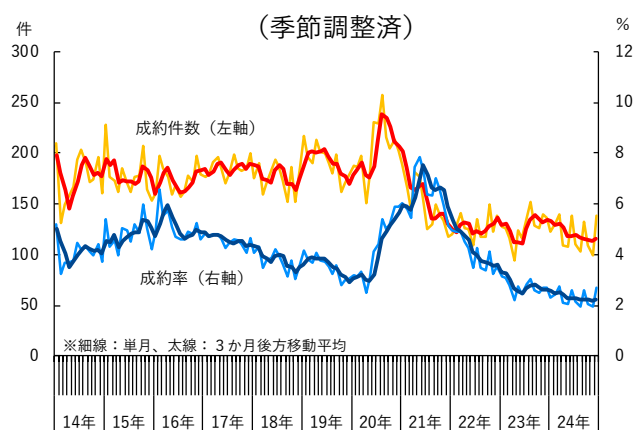


注：季節調整は浜銀総研が実施。

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

建売住宅販売（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。

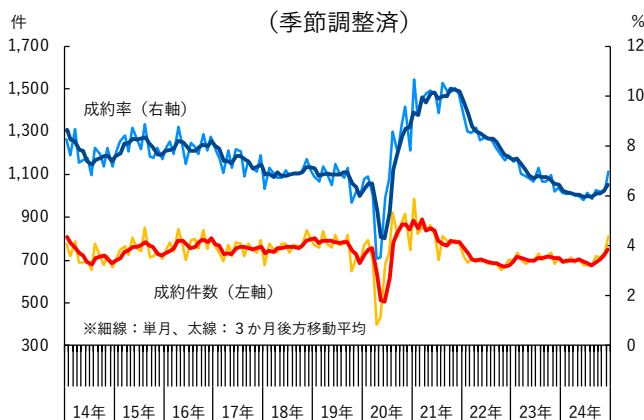
出所：東日本不動産流通機構「月例マーケットウォッチ」より浜銀総研作成



取得需要にとって重荷となっている状況に変わりはない。また、建売住宅の成約率も底ばいで推移している。建売住宅の取得需要が弱いにもかかわらず、コスト増の影響で値下げに踏み切れていないメーカーが多いとみられ、在庫の水準が過剰となっている点が気掛かりである。一方で、中古マンションの成約率をみると、依然として水準は低いものの、上向いている。新築住宅の販売価格の高さから、住宅取得需要が中古マンション市場に流れている可能性が指摘できる。今後も、建築費の高止まりを映じて新築住宅の販売価格が低下に転じる可能性は低い。こうした中で、中古マンションへの需要がさらに伸びれば、中古の販売価格も一段と上昇する恐れがある。引き続き、住宅価格の高さが需要の重荷となる状況が続くと予想される。

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2024年12月の空室率は7.34%と前月比でほぼ横ばいとなった。もっとも基調としては、空室率の低下が続いている。他方で、同月の平均募集賃料は前月と比べて34円上昇の12,918円/坪と上昇基調を維持している。緩やかな景気回復を前提とすると、この先も空室率の低下と平均募集賃料の上昇が続くと考えられる。

中古マンション販売（神奈川）



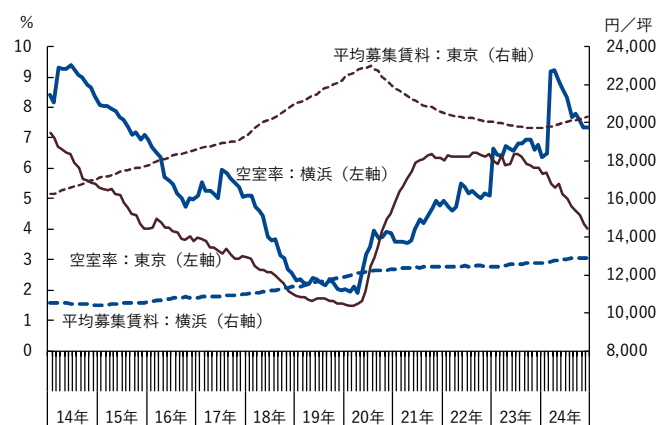
注1：季節調整は浜銀総研が実施。

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「月例マーケットウォッチ」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

子育て世帯などの住宅ローン減税の優遇措置が1年間延長に

政府は、2024年12月27日に「令和7年度税制改正の大綱」を閣議決定した。次ページの図表に示した通り、住宅ローン減税関連では、2024年からの子育て世代などの優遇措置が1年間延長されたことがポイントとなる。

前回の「令和6年度税制改正の大綱」では、減税対象となる借入限度額の上限が、長期優良住

宅・低炭素住宅では 5,000 万円から 4,500 万円に、ZEH 水準省エネ住宅では 4,500 万円から 3,500 万円に、省エネ基準適合住宅では 4,000 万円から 3,000 万円に引き下げられていた。しかし、子育て世帯（19 歳未満の子を有する世帯）と若者夫婦世帯（夫婦のいずれかが 40 歳未満の世帯）が 2024 年に入居する場合に限り、2023 年と同じ借入限度額が維持されていた。今回の改正では、この子育て世帯などへの優遇措置が 2025 年末まで 1 年間延長となった。

今回優遇措置が延長されたことは、子育て世帯などの住宅取得需要を一定程度、下支えするとみられるものの、引き続き優遇措置の対象が限定されていること、また、あくまでも優遇措置の「延長」であり、「拡大」ではないことから、県内の住宅販売市場全体に与える影響は軽微と考えられる。

「令和 7 年度税制改正の大綱」における住宅ローン減税の概要

			入居年		
			2022年、2023年	2024年	2025年
借入限度額	新築住宅 買取再販	長期優良住宅・低炭素住宅	5,000万円	4,500万円 子育て世帯・若者夫婦世帯：5,000万円	4,500万円 子育て世帯・若者夫婦世帯：5,000万円
		ZEH水準省エネ住宅	4,500万円	3,500万円 子育て世帯・若者夫婦世帯：4,500万円	3,500万円 子育て世帯・若者夫婦世帯：4,500万円
		省エネ基準適合住宅	4,000万円	3,000万円 子育て世帯・若者夫婦世帯：4,000万円	3,000万円 子育て世帯・若者夫婦世帯：4,000万円
		その他の住宅	3,000万円	0 円 (2023年までに新築の建築確認：2,000万円)	
	既存住宅	長期優良住宅・低炭素住宅 ZEH水準省エネ住宅 省エネ基準適合住宅	3,000万円		
		その他の住宅	2,000万円		
控除期間		新築住宅・買取再販	13年（「その他の住宅」は、2024年以降の入居の場合は10年）		
		既存住宅	10年		
控除率			0.7%		
所得要件			2,000万円以下		

注1：「ZEH 水準省エネ住宅」の ZEH とは、ネット・ゼロ・エネルギー・ハウスの略。

注2：子育て世帯とは、19 歳未満の子を有する世帯、若者夫婦世帯とは、夫婦のいずれかが 40 歳未満の世帯を意味する。

出所：国土交通省「令和 7 年度住宅税制改正概要」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



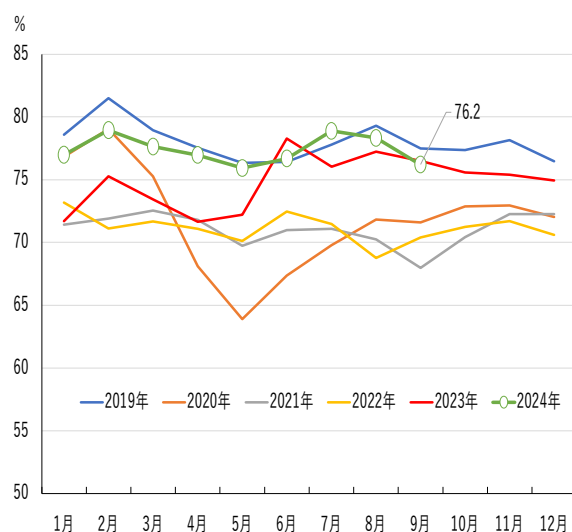
今月のポイント

- 神奈川県内にある病院の一般病床の病床利用率は、2024 年度に入ってからではコロナ禍前とほぼ同じ水準で推移していたが、足下では 2 か月連続でコロナ禍前の水準を下回った。新規入院患者数がコロナ禍前の水準を下回ったことが主な要因である。
- 先行きについては、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ことにより、病床利用率に下押し圧力がかかることに注意が必要である。

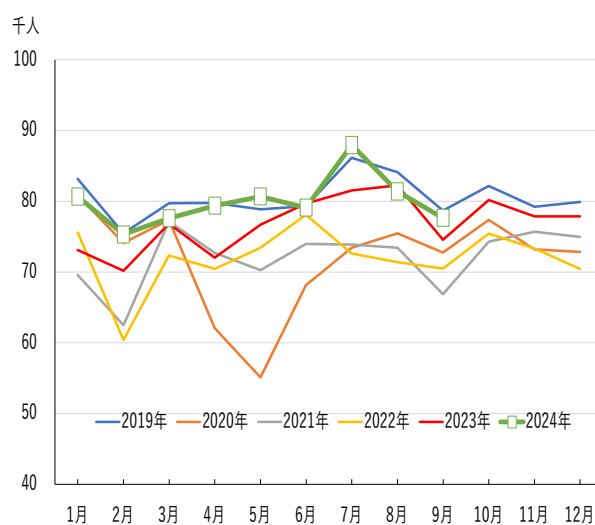
今月の統計と解説

県内の一般病床の病床利用率は回復傾向にあったが、直近 2 か月はコロナ禍前の水準を下回った。厚生労働省の「病院報告」（2024 年 12 月 10 日公表）により、直近の 2024 年 7～9 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、24 年度に入ってからではコロナ禍前（2019 年）とほぼ同水準まで回復していたが、直近では 2 か月連続（8～9 月）でコロナ禍前の水準を下回った（図表 1）。「5 類」への類型変更後は回復傾向にあった新規入院患者数が、直近では 2 か月連続でコロナ禍前の水準を下回った（図表 2）ことが主な要因である。外来や在宅へのシフトにより従来よりも入院受療率が低下しているために、患者数が減少していると推察される。

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

長期的にみると、一般病床の新規入院患者数は、県全体では少なくとも 2045 年度頃まで増加が続く見通しである。ただし、「横須賀・三浦」と「県西」の各医療圏では 2025 年度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注意が必要である（詳細は「産業マンスリー10月号」）。

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ており、個々の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。前述のとおり足下では病床利用率の回復が足踏みしていることに加え、平均在院日数の短縮により病床利用率に下押し圧力がかかることに注意が必要である。

News

12 月 20 日 2025 年度薬価改定の実施を決定

厚生労働省は、12 月 20 日、2025 年 4 月より、2025 年度の薬価改定を実施することを発表した。2025 年度の薬価改定は、2 年に 1 度の診療報酬改定と同じ年に行われる薬価改定とは別に、診療報酬改定の間年に行われる改定（中間年改定）である。

2025 年度の薬価改定については、2024 年調査において、薬価と仕入れ価格の平均乖離率が約 5.2%と過去最低となったことなどから、「実施を見送るべき」との意見も出ていたが、当初予定どおり実施されることになった。

対象品目の範囲については、新薬創出に向けたインセンティブの確保および医薬品の安定供給確保の必要性を考慮した設定方法が採用されることになった。すなわち、新薬創出等加算の対象の医薬品及び後発医薬品については、従来の方法に比べて引下げ対象品目の範囲を狭くする方法が採用され、他方、長期収載品では、引下げの対象が従来よりも広く設定された（下図表）。

図表 2025 年度薬価改定の対象範囲の設定方法

品目	薬価引き下げの対象 (薬価との乖離率)
新薬創出等加算対象の医薬品	基準の 1.0 倍超
後発医薬品	基準の 1.0 倍超
新薬創出等加算対象品目以外の新薬	基準の 0.75 倍超
長期収載品	基準の 0.5 倍超
その他医薬品	基準の 1.0 倍超

出所：厚生労働省「令和 7 年度薬価改定について」より浜銀総研作成

対象範囲の設定については従来の改定とは異なり製薬業界や薬局への一定の配慮がなされたが、薬価改定が行われること自体に変わりはなく、医療機関や薬局にとっては薬価差益の減少につながる。

Pick Up

2023年の入院受療率は、コロナ禍で大幅に低下した2020年よりもさらに低下

厚生労働省が3年に1度実施している「患者調査」から、入院受療率の動向を確認した。

受療率とは、ある調査時点（調査期間中の特定の1日）における人口に占める推計患者数のことで、入院受療率とは、人口に占める入院患者の割合のことである。

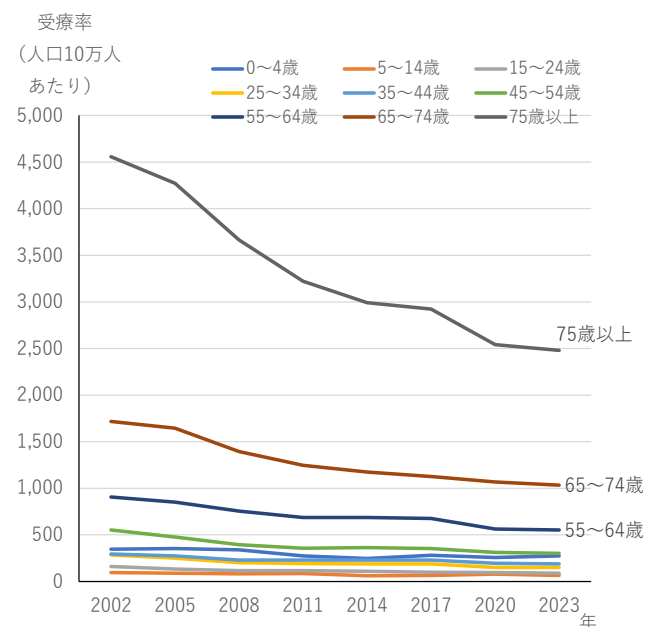
図表に、神奈川県の入院受療率の推移を示した。長期的にみると、神奈川県の入院受療率は、ほぼ全ての年齢階級において低下傾向にあることがわかる。これは、医療技術の進歩や診療報酬改定等の政策による誘導によって、①入院医療から外来医療や在宅医療へのシフトや、②在院日数の短縮、が進んでいるためであると考えられる。

2024年12月に公表された直近の2023年調査の結果を確認すると、ほぼ全ての年齢階級において、コロナ禍下の2020年よりも受療率が低下していた。

2020年調査が行われた2020年10月は、新型コロナ対応を優先するために、通常の入院が制限され、患者数が大きく減少していた時期である。イレギュラーな状況での調査結果であり、受療率の低下が一時的なものなのか否かが注目されていた。この点、2023年の調査結果からは、コロナ禍後においても入院受療率が低下したままであることが明らかになった。外来医療や在宅医療へのシフト、在院日数の短縮により、受療率が低下していると推察される。

神奈川県では当面75歳以上人口の増加が続くため、それに伴い入院患者数も増加することが予想される。ただし、受療率が大きく低下しているため、実際の患者数が過去の受療率をもとに計算された推計値よりも、大きく下振れしている可能性があることに留意する必要がある。

図表 年齢階級別入院受療率の推移（神奈川）



出所：厚生労働省「患者調査」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



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か月先ともに「曇り」を継続する。
- 足元では、鉄道グループが展開するホテル事業は堅調だが、スーパーや百貨店等の小売事業は総じて弱いという状況に変わらない。
- この先、小売事業の業況改善には実質賃金が上昇基調となる必要がある。また、ホテル事業においては、宿泊代金のさらなる上昇が日本人の宿泊需要の押し下げ要因となることが懸念される。

今月の統計と解説

鉄道周辺事業の現状、6か月先の業況判断は「曇り」を継続

鉄道周辺事業の現状判断は「曇り」を継続する。足元の業況をみると、ホテル事業の業況は堅調であるが、百貨店やスーパー等の小売業は総じて弱い状況に変わらない。2024年11月は鉄道系百貨店とスーパーの売上高が前年水準を上回ったものの、それまで販売不振であった冬物商品の販売が例年よりも遅れて顕在化したという側面がある。家計の節約志向が続く中、鉄道系の小売業の業況については慎重にみる必要がある。

鉄道周辺事業の6か月先の業況判断は「曇り」を継続する。小売事業の業況改善には実質賃金が上昇基調に転じる必要がある。来春の春闘においても今年並みの賃上げが実施されると予想されるが、物価上昇も継続することから、実質賃金が上昇基調に転じる時期は2025年後半になると見込む。また、ホテル事業においては、既に客室稼働率は高水準が続いており、今後は客室単価のさらなる上昇が見込まれる。ただし、客室単価の上昇は日本人の宿泊需要の押し下げ要因となることから、今後の宿泊代金の設定に関しては慎重な対応が必要であろう。

客室稼働率が9割超となるホテルもある

ホテル事業では、2024年11月も客室稼働率は高水準が続いている。特に、小田急（センチュリーサザンタワー）は95.4%、京急は90.8%、相鉄は90.6%と9割を超えており、客室稼働率は上限水準に近付きつつある。

客室稼働率が高水準である要因として、日本人の宿泊需要が堅調であることがあげられる。11月は全国的に雨天が多かったものの、秋の行楽シーズンの宿泊需要は堅調であった。また、訪日外国人数の宿泊需要も好調であるとみられる。観光庁によると、11月の訪日外国人客数（速報）は318万人（前年同月比30.6%増）となり、同月としては過去最高となった。また、2024年1月から11月までの累計人数は3,379万人となり、これまでの過去最高であった2019年の年間累計（3,188万人）を上回った。

百貨店では気温低下によって重衣料の販売が本格化

2024 年 11 月の東京地区の百貨店全体の売上高は前年比 2.7% 増と 3 か月ぶりに前年水準を上回った。来店客数は同 7.6% 減であったものの、月後半の気温低下でコート等の重衣料の販売が堅調であった。加えて、訪日外国人向けの免税売上も増加した。

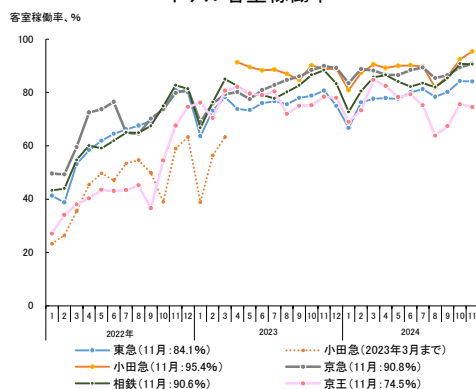
鉄道系百貨店の 11 月の売上高は、京急が前年比 7.3% 増、東急が同 3.3% 増、小田急が同 1.6% 増、京王が同 0.5% 増と、各社とも前年比で増収を確保した。11 月の増収は、9 月、10 月と伸び悩んでいたコートやダウンジャケットなどの冬物商品の販売が本格化したという面がある。鉄道系百貨店は沿線住民を主要顧客としており、家計の節約志向が継続していることを踏まえると、今後の売上高については慎重にみる必要がある。

鉄道系スーパーの売上高の伸びは業界平均に及ばず

鉄道系スーパー¹の 2024 年 11 月の売上高は、東急（東急ストア）が前年比 3.3% 増、相鉄（相鉄ローゼン）が同 2.2% 増となった。相鉄は 9 か月ぶりに売上高が前年水準を上回った。11 月後半から気温が低下したことから、それまで販売が不振であった冬の食材の需要が顕在化した。また、高値が続いていた生鮮品の価格がやや落ち着き、店舗が顧客に価格訴求をしやすい状況となったことも増収要因となったと考えられる。

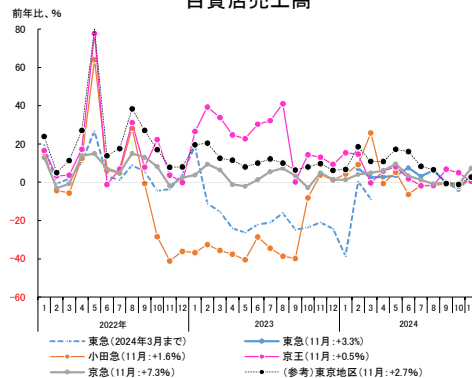
ただし、両社の増収率はスーパーマーケット業界全体の増収率（全国、全店、11 月：前年比 5.7% 増）を下回る状況が続いている。鉄道系のスーパーは駅近という店舗立地が強みであるが、顧客は価格面での優位性の高い郊外立地のスーパーマーケットや、ディスカウントストア等の他業態での買い物機会を増やしている可能性がある。厚生労働省「毎月勤労統計調査（速報、従業員 5 人以上）」によると、11 月の実質賃金は前年比 0.3% 減と 4 か月連続で前年水準を下回った。物価上昇に、給与の伸びが追いつかない状況は続いており、家計の節約志向が続いているといえよう。

ホテル客室稼働率



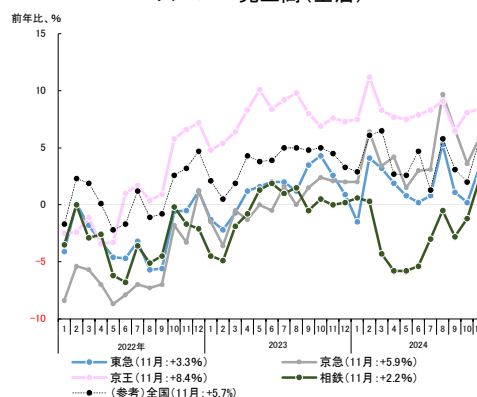
注1:「東急」は東急株式会社、湘東ホテルズ、東急ホテルズ&リゾート湘、湘THMが運営するホテル
 注2:「小田急 (2023年3月まで)」(黄土地・点線)はハイアットリージェンシー東京の値。2023年4月以降は非公表。小田急は、2023年6月末をもって経営から撤退
 注3:「小田急」(黄土地・実線)は、センチュリーサザンタワー(新宿)の値。2023年4月から公表。
 注4:「京王」は京王プラザホテル(新宿)
 注5:「相鉄」は相鉄フレッサイン、サンルートの直営ホテル、運営受託ホテル
 注6:「京急」は京急EXホテルと京急イン
 出所:各社IR資料

百貨店売上高



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、一部の売上非公表テナントの売上高は含まず)。
 注3:小田急は新宿店、前田店、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 ここでは、スーパー以外の小売業の売上高の値が含まれている京王と京急を除いた 2 社に言及する。

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



小売



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。
- 2024年12月は防寒衣料の需要が顕在化したものの、紳士服（スーツ量販店）の既存店客数は前年割れの傾向が続いていることから、現状判断は「曇り」を継続する。
- 6か月先に関しては、名目賃金は上昇基調にあるが、物価の上昇や高止まりで家計が食料品や日用品などの生活必需品の購入を優先する可能性が高いと考えられることから、スーツの買い替えや追加購入が進み難いと予想する。

今月の統計と解説

紳士服（スーツ量販店）の2024年12月の既存店売上高は総じて堅調

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。

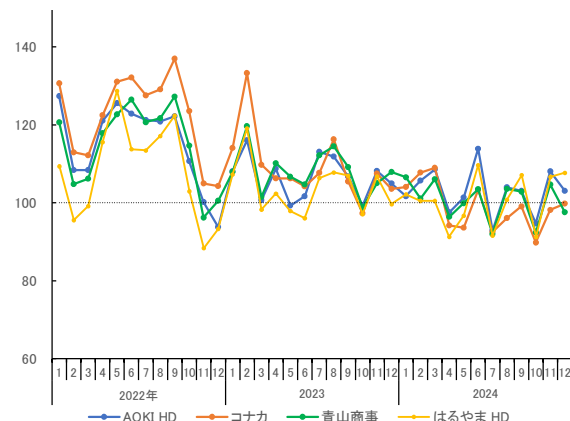
2024年12月は本格的な冬の到来で防寒衣料の需要が顕在化した。また、上場企業を中心に冬の賞与金額が高い伸びとなったことも、紳士服（量販スーツ）の販売の後押し要因になったとみられる。紳士服（量販スーツ）大手4社の12月の既存店売上高は、はるやまが前年比7.7%増、AOKIが3.1%増と前年水準を上回った。他方、コナカは前年比0.2%減、はるやまは同2.4%減だが、これは暖冬であった前年（2023年12月）に冬物商品の値引きを前倒しで実施したため、比較対象である前年同月の売上高の水準が高かったことが影響したとみられる。この点を踏まえると、総じて12月の販売は堅調であったといえよう。また、気象庁による3か月予報（2024年12月24日公表）によると、全国の気温は2025年1月から2月の前半にかけて平年並みと予想されていることなどから、足元の冬物商品の販売も堅調とみられる。

ただし、はるやまを除く3社の12月の既存店客数は前年割れである。2024年夏以降、大手4社の既存店客数は前年割れ傾向が続いており、足元の増収は紳士服の値上げが客単価を押し上げたという側面があることから、現状の業況判断は引き続き「曇り」とする。

6か月先については、政府が2025年度も前年並みの賃上げの実現を企業に呼び掛けていることから、名目賃金の上昇基調が続くと考えられる。ただし、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、家計が食料品や日用品などの生活必需品

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）



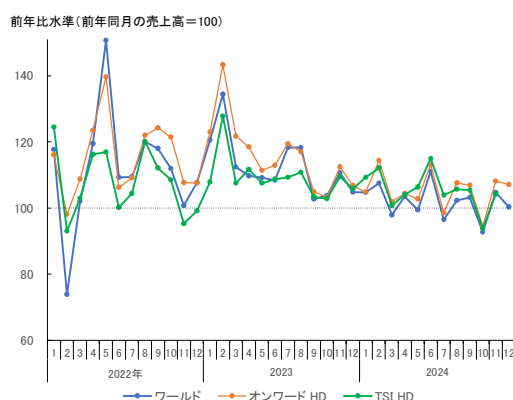
注：AOKIホールディングスはファッション事業の数値
出所：各社のIR資料より浜銀総研作成

の購入を優先する可能性が高いと考えられることから、スーツの買い替えや追加購入は進み難いと予想する。

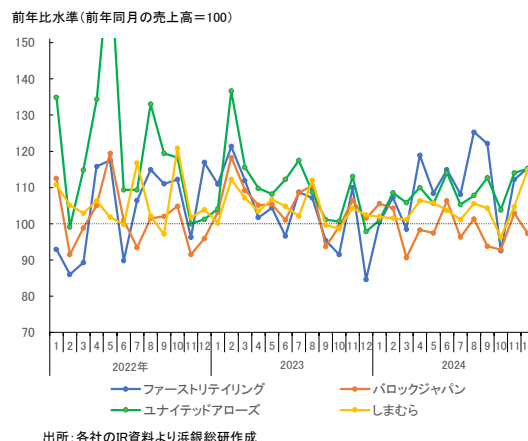
婦人服アパレルとカジュアル系衣料も総じて販売は好調

婦人服アパレルとカジュアル系衣料の2024年12月の既存店売上高をみると、バロックジャパンが前年同月比2.3%減、ワールドが同0.3%増であったものの、ファーストリテイリングが同15.3%増、ユナイテッドアローズが同15.2%増、しまむらが14.9%増、オンワードが同7.1%増と、高い伸びとなった企業が多かった。2024年12月は前年（2023年12月）に比べて休日数が1日少なく、ユナイテッドアローズとワールドはそれぞれ約1.6%ポイントの減収効果があったと推計している。しかし、この休日要因による減収効果にもかかわらず、多くの企業で既存店売上高が高い伸びとなったという点が注目される。このうち、ファーストリテイリング、ユナイテッドアローズ、オンワードの既存店売上高が高い伸びとなった背景には、需要変動に応じて短納期で投入商品を判断していくSPA（Speciality store retailer of Private label Apparel）による生産・販売体制を構築していることがあると考えられる。その象徴的存在であるファーストリテイリングでは冬物商品の代表格である「ヒートテック」や「ダウンジャケット」などを機動的に投入したことで機会損失を回避し、増収につなげた。

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】



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



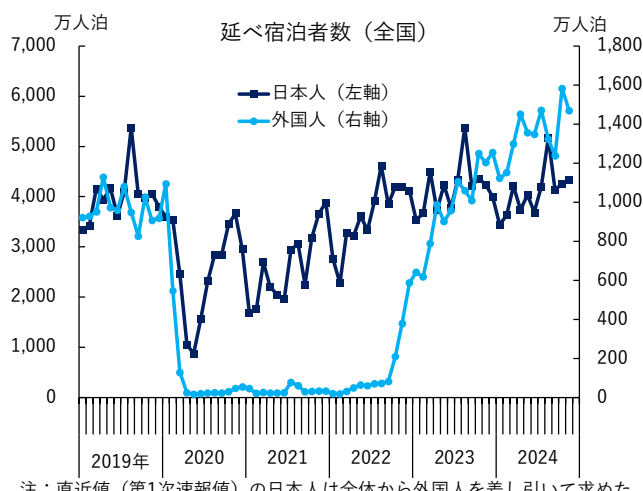
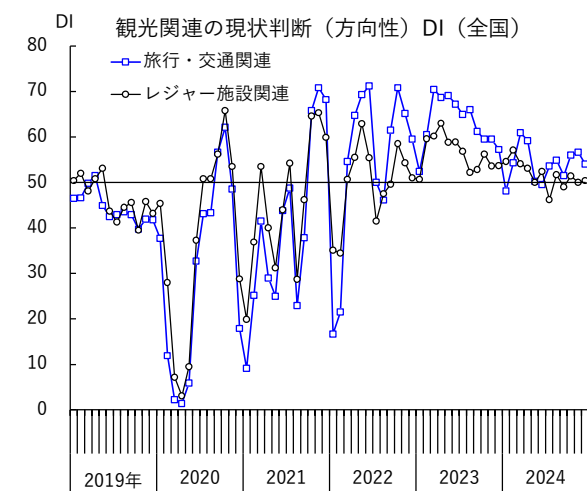
今月のポイント

- 観光産業の現状判断は「晴れ」。11月の延べ宿泊者数は高水準だったことが改めて確認された。また、交通機関の利用状況からは、年末年始の国内旅行も好調だったことがうかがえる。「景気ウォッチャー調査」では、12月の観光関連の業況も堅調だった。
- 先行きの判断は「薄曇り」。日本人客は、宿泊料や航空運賃の高止まりが引き続き懸念材料となる。外国人客は、米国を除く海外経済の減速感が強いことなどから、徐々に横ばい圏内の推移になるとみる。

今月の統計と解説

観光産業の現状判断は「晴れ」。年末年始の国内旅行需要は好調だった模様である。大手航空2社が発表した年末年始の国内線利用実績、JR各社が発表した新幹線利用実績は、ともに前年の水準を大きく上回った。予約段階から好調だったが、実績でも好調だったことが改めて示された。今回の年末年始は日並びが良く、長期休暇を取得しやすかったこともあり、遠距離の旅行需要が増加したとみられる。実際、2024年12月の「景気ウォッチャー調査」（内閣府）でも、旅行・交通関連、レジャー施設関連ともにDIが中立水準の50を上回った。

また、2024年11月の「宿泊旅行統計」（観光庁、第1次速報値）の結果も良好で、全国の延べ宿泊者数は、日本人（2019年同月比+7.0%）、外国人（同+62.0%）ともに高水準で推移した。前述の通り、年末年始の旅行需要は好調だったため、日本人の延べ宿泊者数は2024年12月から2025年1月も高水準が続くと予想される。なお、「出入国管理統計」（出入国在留管理庁、速報値）によると、2024年11月の出国日本人数は2019年同月比-28.4%にとどまっている。大手航空2社の年末年始の国際線利用実績は大きく伸びたようだが、円安の影響もあり、日本人の海外



旅行需要がコロナ禍前水準を回復するにはなお時間を要すると考えられる。

先行きの判断は「薄曇り」。日本人の国内旅行需要については、賃上げの継続が需要の押し上げ要因となる一方、宿泊料や航空運賃の高止まりという下押し要因もあり、伸び悩む展開になると予想する。ややデータが古いが、2024年7～9月期の「旅行・観光消費動向調査」（観光庁、速報）の結果をみても、宿泊旅行から日帰り旅行へ需要がシフトする傾向が続いている。年末年始にいったんは遠距離旅行が復活した模様であるが、先行きも大きなトレンドとしては、旅費の高騰を受けて、近距離旅行のニーズが高まりやすいと考えられる。

インバウンド消費については、目先、2024年12月からの韓国内の政情不安や、2024年末の航空機事故が韓国人訪日客の動向に与える影響が懸念される。また、半年先までを考えると、欧州経済の不調や中国経済の減速といった米国以外の海外景気の弱さが完全に解消するとは考え難く、これらの影響が、円安によるインバウンド消費の押し上げ効果を一部打ち消すと予想される。従って、インバウンド消費は高水準を維持しながらも、徐々に横ばい圏内の推移になると見込んでいる。

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。

