

2025 年 4 月 17 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(スーパー)		観光			
現状	6か月先	現状	6か月先		
			 		

今月はテクノロジー、外食、観光の 6 か月先の業況判断を下方修正。

今月の業況

テクノロジーでは、電子部品・デバイスの 2 月の輸出は 3 か月連続で前年比プラス。

自動車は 3 月の日本市場の新車販売は弱含みの状況が続く。海外では 3 月の米国の新車販売が大きく持ち直した。

外食（居酒屋業態）では、2 月の居酒屋業態の客数・客単価は前年を上回ったものの、客単価は伸び悩み、収益は厳しい。

不動産では、神奈川県内の 2 月の新築マンションの総契約率が 2 か月連続で上昇。ただ、水準は依然として低い。

医療介護では、県内病院の 2024 年 12 月の病床利用率が 4 か月ぶりにコロナ禍前を上回った。

鉄道（鉄道周辺事業）では、鉄道系ホテルの 2 月の客室稼働率は高水準を維持。鉄道系百貨店の 2 月の売上高は 4 社中 3 社が前年比増収に。

小売（スーパー）では、神奈川県内の 2 月のスーパー販売額は前月比マイナスに。

観光は、2 月の全国の延べ宿泊者数は前年比で増加となったものの、日本人は前年割れ、外国人は増勢が鈍化。

（文責：清水）

目次

テクノロジー p.2

袴田 真矢

自動車・自動車部品 p.7

奥山 要一郎

外食 p.13

佐橋 官

不動産 p.18

遠藤 裕基

医療・介護 p.22

清水 徹

鉄道 p.26

佐橋 官

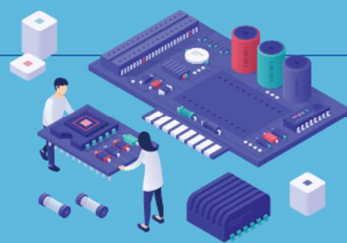
小売 p.29

佐橋 官

観光 p.31

白須 光樹

テクノロジー



今月のポイント

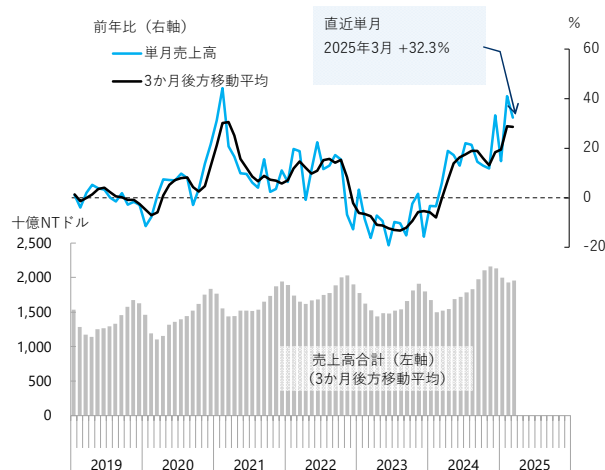
- 現状の業況判断は「曇り」を維持し、6か月先は「薄曇り」から「曇り」に引き下げる。
- テクノロジー市場は、AI 関連の需要好調によって総じて良好な結果となったが、米国の関税引き上げ前の駆け込み需要の可能性はある。
- 米国の関税政策の影響でテクノロジー業界全体での不安感が増している。わが国の電子部品・デバイスの輸出額に占める米国向け輸出額の比率をみると直接的な影響は限定的と考えられるものの、世界経済の悪化によって最終製品市場が冷え込む可能性がある。

台湾電子関連企業 69 社の 3 月の売上高は AI 関連需要で好調を維持

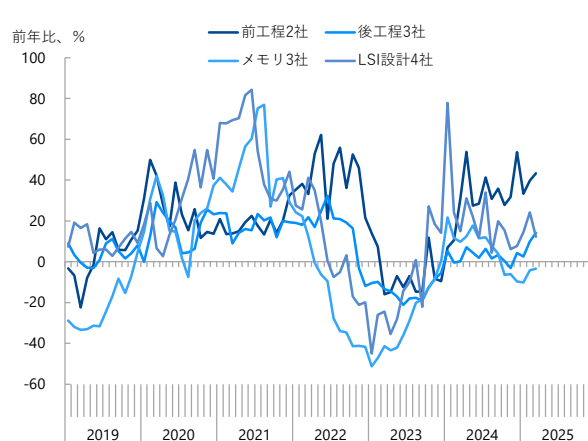
浜銀総研が集計している台湾の電子関連企業 69 社の 2025 年 3 月の売上高は、前年比 32.3% 増となり、2024 年 3 月から 13 か月連続で前年を上回った（左図）。鴻海精密工業を含む EMS（Electronics Manufacturing Service：電子機器製造受託サービス）は 8 社合計で同 32.1% 増、PC 及び周辺装置関連 14 社合計は同 47.8% 増、半導体関連 12 社合計は同 30.8% 増、電子部品 23 社合計は同 22.5% 増と、各製品別で高い増収率を維持している。

EMS では、鴻海精密工業の売上高が AI サーバー出荷増によって前年比 23.4% 増と好調を維持した。また、半導体関連では、TSMC の売上高が同 46.5% 増と引き続き大幅増となった。AI 向け半導体やサーバー向け半導体が好調であった。台湾半導体関連企業の各区分の売上高では、メモリを除く前工程、後工程、LSI 設計が前年比プラスとなった（右図）。メモリでは、汎用的な DRAM の価格下落したため、メモリサプライヤーが苦戦したとみられる。

台湾電子関連企業 69 社 月次売上高推移



台湾半導体関連企業 月次売上高推移



注：台湾企業 69 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

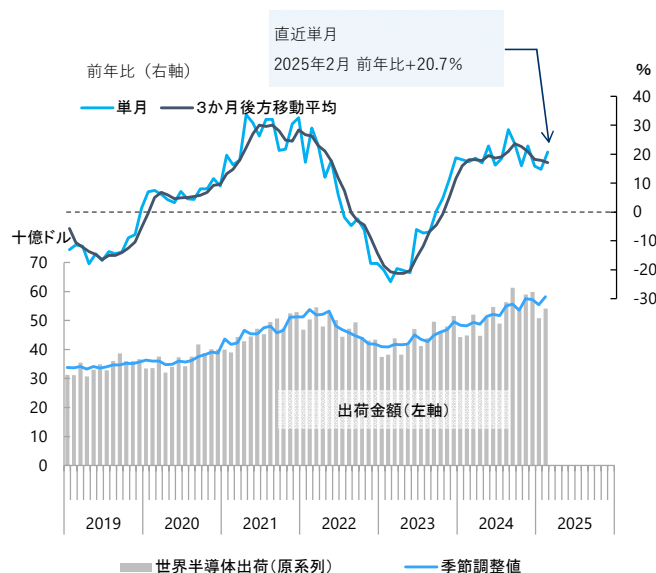
注：前工程:TSMC、UMC。後工程:KYEC、Powertech、ASE。
メモリ:Nanya、Winbond、Macronix International。
LSI 設計:MediaTek、Novatek、Realtek、Alchip
出所：Taiwan Stock Exchange, M.O.P.S. より浜銀総研作成

世界の2月の半導体出荷額（WSTS）は高成長が続く

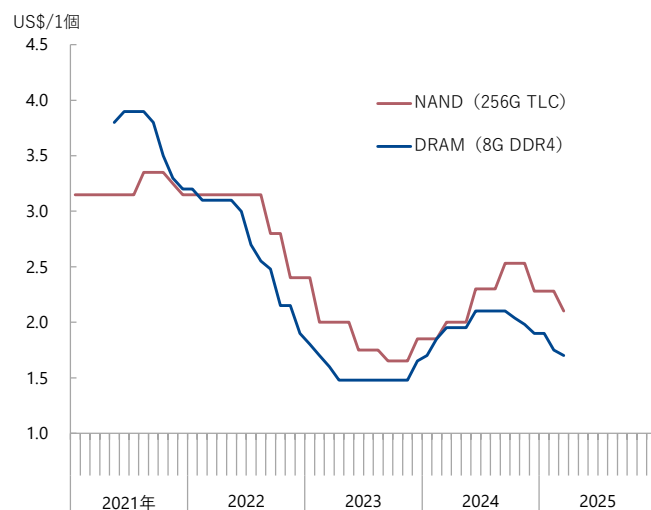
2024年2月の世界半導体出荷額（WSTS）は、前年比20.7%増と高い成長を示した（左図）。地域別動向は、欧州が同6.5%減となったが、北米が同47.2%増、アジア・パシフィックが同15.2%増、日本が同0.2%増となった。世界の半導体出荷額が高い伸びを示す主な要因は、米国においてGPUや広帯域幅メモリ（HBM）などのAI関連の需要が好調なためとみられる。また、米国の関税引き上げへの不安感から、一部の顧客が前倒しで出荷を行った可能性もある。

3月のDRAM、NAND型フラッシュメモリの大口価格は下落した（右図）。中国サプライヤーによるDRAM増産など、メモリの供給が多くなっていることが主な要因とみられる。一方、Micron Technologyとサムスン電子はAI向けの高性能メモリの需要増加を背景に高性能なDDR5やHBMに注力し、メモリ価格全般を引き上げる動きを見せている。そのため、DRAMメモリ価格は再び上昇局面に転じることが期待される。NANDに関しては、サプライヤー各社の減産効果と2025年後半に向けてPCやスマートフォン向けの需要が増加することによって、2025年の夏以降再び上昇局面に転じると見込む。

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

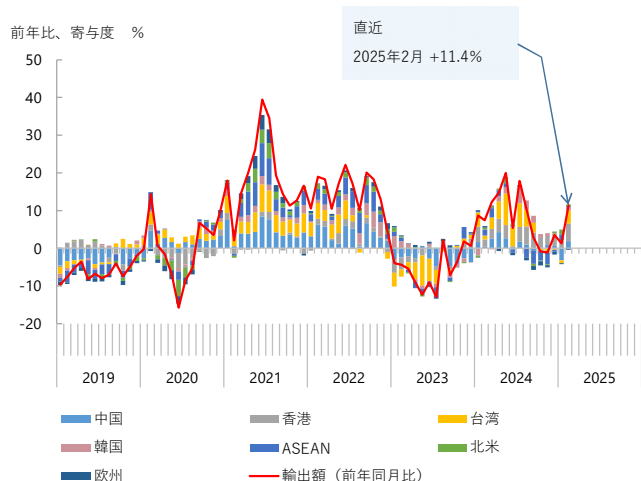
わが国の電子部品・デバイスの輸出は電子回路・半導体が増加

わが国における電子部品・デバイスの2025年2月の輸出金額（総輸出）は前年比11.4%増となり、3か月連続で前年比プラスとなった（次頁左図）。部品別では、電子回路基板や半導体素子の輸出増加が輸出総金額を押し上げる要因となった。仕向け地域別では、中国、台湾、韓国、北米など、欧州を除く地域にて前年比プラスとなった。米国の関税政策を不安視した世界各国の顧客による北米への前倒し出荷が日本の電子部品・デバイスの輸出増にも波及した可能性がある。

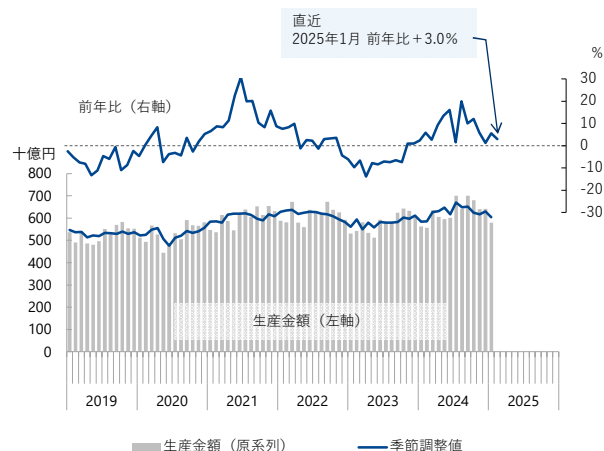
生産金額に関しては、直近2025年1月の生産金額は前年比3.0%増となり、12月の同5.6%増と比較して増勢がやや鈍化したものの、前年比プラスを維持した（次頁右図）。製品別では、半

導体素子やメモリの生産が増加となった。また、機能別では、ロジックが同 11.7%減となる一方、メモリは同 25.7%増となった。メモリは在庫調整が進み、徐々に出荷が増加しているとみられる。

電子部品・デバイス輸出額（前年比、国別寄与度）



電子部品・デバイス国内生産金額



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

出所：財務省「貿易統計」より浜銀総研作成

Pick Up

米 Micron Technology が DC 向け製品による好調な第 2 四半期決算を発表

2025 年 3 月、Micron Technology が他メモリサプライヤーよりひと月早く、第 2 四半期（2024 年 12 月-2025 年 2 月）の決算を発表した。同四半期の売上高は、80.5 億ドルとなり、過去最高の四半期売上を記録した前四半期と比較すると 7.5%減となったが、前年比では 38.3%増と好調な結果となった。

売上増加の要因は、データセンター（DC）向け製品の販売が増加したためである。同用途向けは過去最高の売上を記録し、特に HBM（高帯域幅メモリ）が前四半期比 50%以上の増加となった。テクノロジー別でみると、DRAM および NAND は前年比では増加しているものの、前四半期比では、HBM を含む DRAM が 4.3%減、NAND が 17.2%減となった。NAND の大幅な売上減少については、ASP（平均販売価格）が 10%台後半の下落率となっていることが主要因として挙げられる。ただし、2025 年後半は、年末のスマートフォンや PC 向けの需要拡大によって NAND の需給バランスが改善し、NAND 市況の回復が見込まれる。

Micron Technology は、次期の第 3 四半期（2025 年 3 月-5 月）では、売上は、88 億ドル前後と発表しており、引き続きデータセンター向けの需要が好調とみられる。

図表 Micron Technology の売上高推移

単位：百万ドル

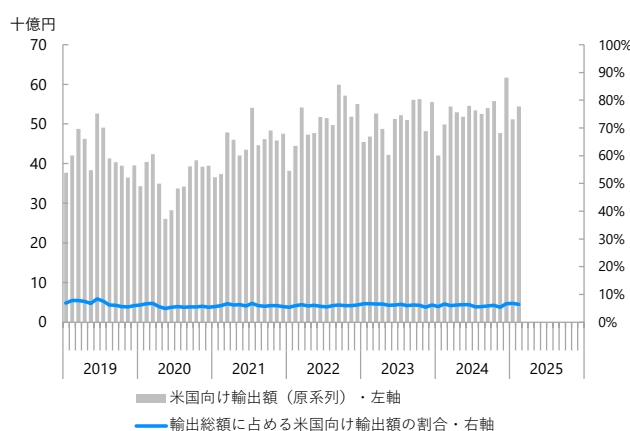
摘要	2023/12-2024/2	2024/3-6	2024/7-9	2024/9-11	2024/12-2025/2
DRAM	4,158	4,692	5,326	6,400	6,123
NAND	1,567	2,065	2,365	2,241	1,855
その他	99	54	59	68	75
合計	5,824	6,811	7,750	8,709	8,053

出所：Micron Technology の決算資料より、浜銀総研作成

電子・デバイスの輸出における米国関税の直接的な影響は限定的だが、市場環境の悪化が懸念

2025 年 2 月の米国向け電子・デバイス輸出額は 544 億円となり、日本の電子・デバイス輸出総額の 6.4% を占めた。2019 年以降、米国向けの電子・デバイスの輸出額の構成比は 5~7% 台で推移しており、電子・デバイスの輸出総額に占める米国のシェアは低い。そのため、電子・デバイスの輸出における米国関税の直接的な影響は限定的と考えられる。ただし、上記には第 3 国の生産拠点から米国に輸出される分が含まれていない点に注意が必要で

米国向け電子部品・デバイス輸出金額・比率



出所：財務省「貿易統計」より浜銀総研作成

ある。企業レベルでみると京セラやTDKなどの国内の主要電子・デバイスメーカーの米国向けの売上比率は5%から20%程度と幅があり、米国向けの売上比率と米国へ輸出比率がともに高い企業は影響を受ける可能性がある。

また、関税の引き上げによって、米国内を中心とした世界経済の悪化が懸念され、民生用の需要が冷え込む可能性もある。引き続きAI関連需要は堅調とみられるが、自動車や産業向け製品は回復が遅れていることに加え、民生用の需要が停滞することで、市場全体の成長にブレーキがかかる可能性がある。

なお、米国国土安全保障省の税関・国境取締局は、2025 年 4 月 11 日にスマートフォンやノート PC、半導体デバイス、半導体製造装置などの品目に対する相互関税の適用を除外すると発表した。ただし、これらの製品について米国政府が別の関税を課す方針との報道もあり、今後も米国の関税政策を巡る動きに注視が必要である。

図表 主要電子・デバイスメーカーの米国向け売上高比率

メーカー名	比率	注記
京セラ	21.8%	2024 年 4 月から 9 月末までの米国向け売上高比率
TDK	6.2%	2024 年 4 月から 12 月末までの米州（主に米国）向け売上高比率
ニデック	20.0%	2024 年 4 月から 12 月末までの米国向け売上高比率
村田製作所	16.4%	2024 年 4 月から 12 月末までの南北アメリカ向け売上高比率
ルネサス エレクトロニクス	11.5%	2024 年 1 月から 12 月末までの北米向け売上高比率
ローム	5.7%	2024 年 4 月から 12 月末までの米国向け売上高比率

注：含まれる地域は各社の定義による。

出所：各社の決算資料より浜銀総研作成

担当者

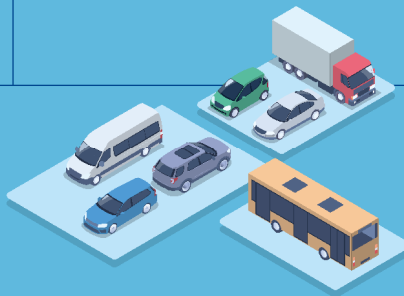


袴田 真矢

s-hakamata@yokohama-ri.co.jp

調査部 副主任研究員

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、消費者マインドの弱さが自動車販売の重荷となる状況が続きそうだ。海外市場では、米国で「トランプ関税」前の駆け込み需要が一部観測された。ただ、米トランプ政権の相互関税策が世界的な貿易縮小と景気後退を招く可能性があり、各地で販売にネガティブな影響が出ると見られる。

今月の統計と解説

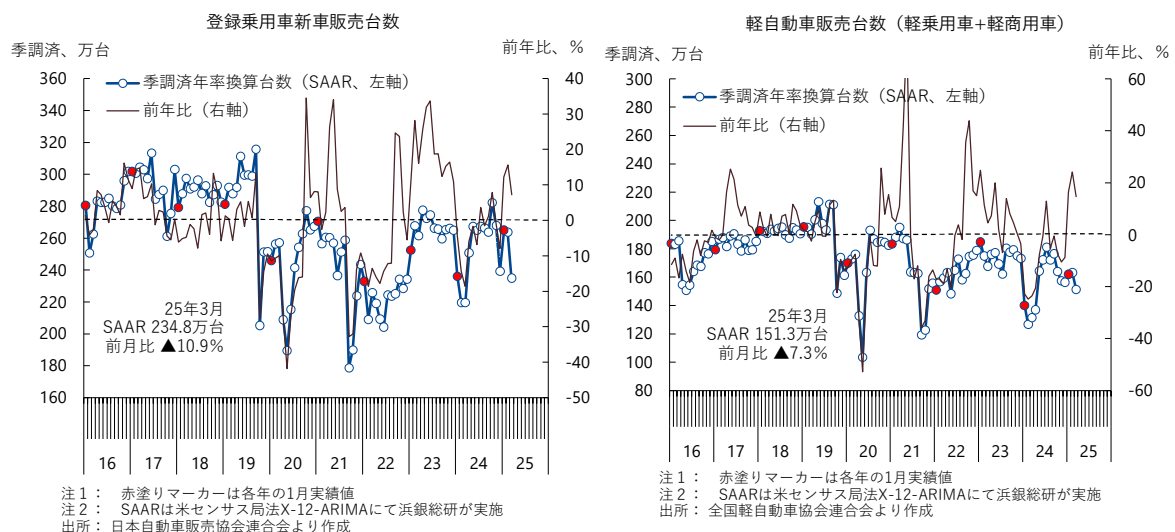
<自動車（日本）>

日本市場における自動車販売は引き続き弱含んでいる。物価上昇が購入を控える要因の一つで、市場拡大の重荷となっている。

2025年3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10.9%減だった。軽自動車も同7.3%減と振るわない。車用ばねを手掛ける中央発條で3月6日に爆発事故が発生し、一部で部品供給不足の影響が出た。相良工場（静岡県牧之原市）の完成車ラインを停止したスズキの月次販売台数は登録車・軽自動車共に前年比マイナスとなった。ホンダや日産も登録車ベースで前年比減少となっている。

3月の販売台数を前年比で見ると、登録乗用車と軽自動車はいずれもプラスだが、前年は認証不正による出荷停止の影響が残っていたため、その反射で前年比がかさ上げされている。ダイハツの軽自動車販売は前年比3.3倍を記録した。

もっとも、3月の登録乗用車の販売実数は28.8万台と、例年の繁忙期にしては物足りない数字だった。コロナ禍下の20年や21年でも30万台超をキープしていたの比べると、需要の弱さ



が意識されている。内閣府による景気ウォッチャー調査（25年3月調査）では、景気の先行き判断DI（季節調整値）が45.2と前月を1.4ポイント下回った。家計動向関連DIも44.6と前月から1.8ポイント低下し、4か月連続で好不況の分かれ目となる50を下回った。判断理由の中には「物価上昇が続いており、国内では自動車あまり売れていない」「自動車の価格も上がっているため販売量がなかなか増えない。可処分所得が上がるまでしばらくはこの状況が続くとみている」などのコメントがあった。消費者マインドの弱さが自動車販売の重荷となる状況が続きそうだ。

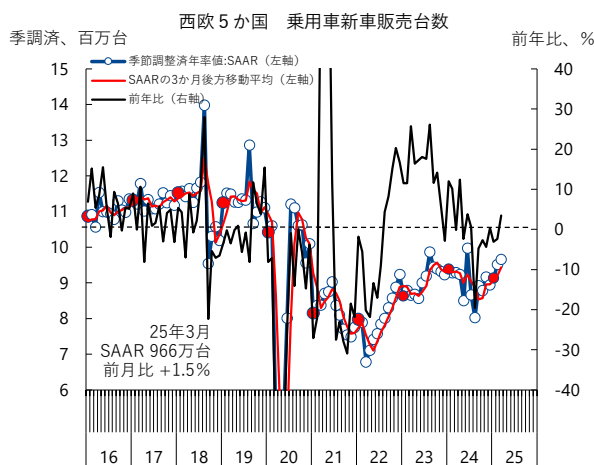
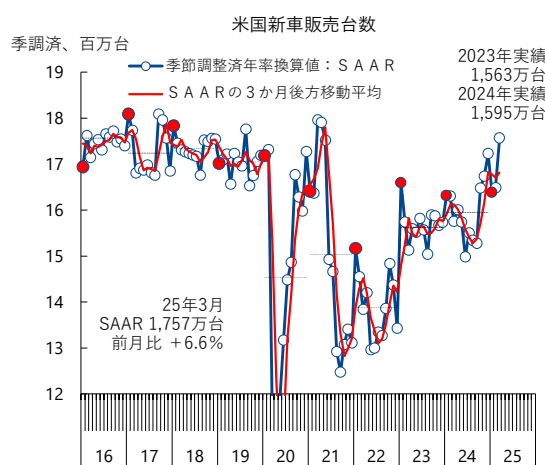
登録商用車のSAARは前月比0.5%増の31.8万台で、2か月連続でプラスとなった。小型トラックの販売が好調で全体を押し上げた。期末・年度末に購入が増える傾向が例年以上に現れた。今後の懸念点は価格上昇による販売への影響。いすゞ自動車は大型トラック「ギガトラック」を改良し、4月1日からメーカー希望小売価格を約7%引き上げた。今後、他のトラック、バスも適切なタイミングで値上げする方針を示しており、この動きが業界全体に広がることも予想される。

<自動車（海外）>

3月の米国市場のSAARは前月比6.6%増と大きく持ち直した。トランプ政権による輸入自動車に対する25%の追加関税発動を前に、価格上昇を懸念した駆け込み需要が販売を押し上げた。月次実数ベースでは159.1万台で、前年比9.2%増、前月比30.2%増と大きく伸びた。販売全体の11.6%を占めるHEVは前月比で3割超増加し、一部で在庫が不足する状況になった。

メーカー別では、GMが前年比22.7%増と好調で、フォードは同7.4%増と4か月ぶりのプラスとなった。日系では、ホンダが前年比13.3%増、マツダが同16.1%増、スバルが同16.6%増といずれも二桁増。トヨタは前年比7.5%増、日産は同7.8%増と堅調で、三菱は同3.5%増だった。テスラは、米政権入りしたイーロン・マスク CEO に対する反発から一部販売店で抗議運動が起きたものの、前年比の減少幅は1%にとどまった。ただ、4月以降の販売状況が懸念される。

欧州市場では、3月のSAAR（西欧5か国分）が前月比1.5%増と3か月連続のプラスとなった。実数ベースでは、主力のドイツやフランスは前年比マイナスが続くが、英国が同12.4%増と6か月ぶりにプラス転換した。英国では4月から自動車物品税（VED）の規定変更でEVも徴収対象になり、HEVとPHEVの税率も引き上げられるため、これらの車種で駆け込み需要が発生した。な



お、欧州では米トランプ政権に対する反感から米国製品の購入ボイコットの動きが広がっており、その余波でテスラの販売台数はドイツで前年比 42.5%減、フランスで同 36.8%減となった。

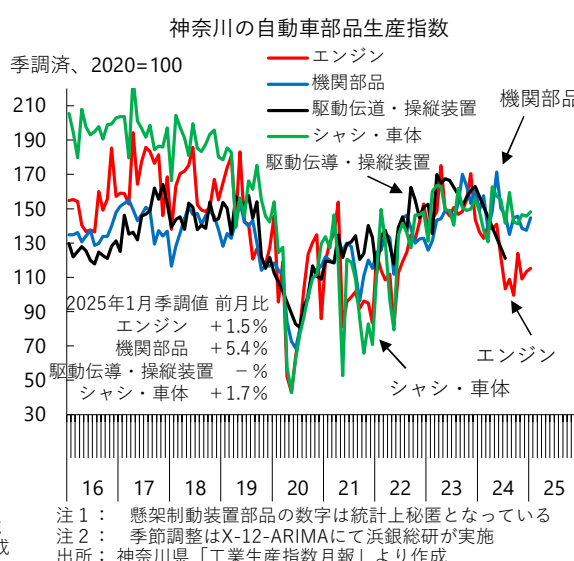
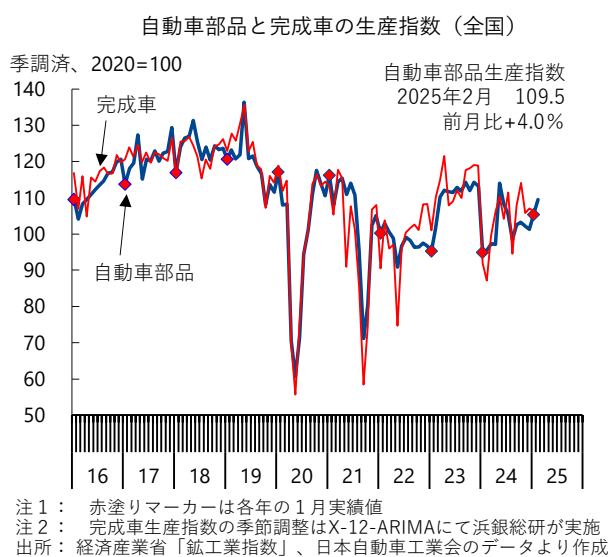
中国市場では、3月のSAAR（輸出含む）が前月比 14.8%減の 2,970 万台となった。3月単月の中国国内販売は 205.8 万台（前年比 13.5%増）。うち新エネルギー車（NEV：電気自動車、プラグインハイブリッド車、燃料電池車の総称）が 100.9 万台（同 42.2%増）で、全体の 49%を占めている。日系では、トヨタが前年比 17.3%増と好調だったが、日産は同 25.9%減、ホンダは 8.8%減とマイナス成長。1～3 月期で見ると、トヨタが同 3.6%増とそろそろプラス成長となったが、日産は同 27.5%減、ホンダは同 23.7%減と苦しい状況が続く。

今後の海外市場の動向は米国の関税政策に左右されよう。米国での輸入自動車に対する追加関税 25%の発動（4月2日）は、各社の製品価格の値上げやサプライチェーンの見直しなどを誘発し、米国市場の足かせになる可能性が高い。米国による相互関税の発動（4月5日）は世界的な貿易縮小と景気後退を招く可能性があり、自動車販売にネガティブな影響を与えることになろう。

<自動車部品>

2月の全国の自動車部品生産指数（季節調整済み）は前月比 4.0%上昇と2か月連続で上向いている。2月から3月の繁忙期というタイミングに当たり、生産が伸びたようだ。ただ、前述のように完成車の国内販売台数は振るわず、中央発條の爆発事故による部品供給不足、完成車メーカーの一時操業停止の影響でサプライチェーン全体が冷え込んだと見られ、3月以降はやや弱い数字となっている可能性がある。神奈川県自動車部品生産指数（同）については、1月のデータだがエンジン、機関部品、シャシ・車体がいずれもプラスに転じたことは明るい材料と言える。ただ、日産の生産台数が2月まで12か月連続で前年割れとなっていることなどに鑑みると、楽観視はできないだろう。

2月の全国の自動車部品輸出額（同）は前月比 15.9%増の 5,902 億円と、前月の同 14.1%減からプラスに転じた。神奈川3港（横浜、川崎、横須賀）からの自動車部品輸出額も同 8.4%増とプラス転換を果たした。米国による輸入自動車・自動車部品への関税発動前の駆け込み需要が働いたとも推測される。ただ、今後はこの反動減が現れる可能性もあり、注意が必要となろう。



News

鴻海が EV 事業説明会を開催、27 年にも日本市場に EV バス投入へ

台湾の鴻海（ホンハイ）精密工業は 4 月 9 日、東京都内で EV 事業の説明会を行った。EV 事業を担う関潤・最高戦略責任者（CSO）が登壇し、同社が開発したモデル 8 車種を紹介した。関氏は日産自動車の副最高執行責任者（COO）、日本電産（現ニデック）の社長を務め、23 年から鴻海に転じている。

同社初の量産モデルの SUV「MODEL C」は最長航続距離 700km を誇り、23 年 12 月に生産を開始。25 年第 4 四半期には米国向け輸出を計画している。高級セダンの「MODEL E」はイタリアのピニンファリーナと共同デザインしたスタイリッシュな外観が特徴で、最高出力 750 馬力を誇る。また、大型バス「MODEL T」、マイクロバス「MODEL U」も開発。関氏は EV バスを 27 年以降に日本市場に投入する考えを示した。

同社には、日産自動車との協業や、ホンダや三菱自動車を加えた「日台連合」の枠組み構築の狙いがあるとされる。また、三菱自動車から EV を受託生産する方向で調整中という報道も出ている。今回のイベントで個別企業への言及はなかったが、27 年から 28 年をめどに日本での EV 生産に踏み切る考えもあるようだ。

EMS（電子機器の受託製造サービス）大手の鴻海は 2019 年に EV 事業への参入を発表。自社ブランドではなく受託生産のビジネスモデルを描き、中長期的に EV 生産の世界シェアで 4 割前後の達成を目指している。

中国 BYD、24 年売上高でテスラを抜く

米中を代表する新エネルギー車メーカー、テスラと BYD の 2024 年決算が出揃った。BYD の売上高は前年比 29% 増の 7,771 億元に上り、米ドル換算（決算発表日 3 月 24 日の為替レート）で 1,064 億ドルと 1,000 億ドルの大台を突破。テスラの売上高（977 億ドル）を 7 年ぶりに上回った。

24 年の乗用車販売台数を BEV だけで比較すると、テスラが 178 万台、BYD が 176 万台と前者がわずかながら上回る。ただ、BYD は PHEV（249 万台販売）を加えると計 425 万台となり、テスラの約 2.3 倍の規模となる。

一方、平均単価（自動車部門売上高/販売台数）は、テスラの 43,074 ドルに対し BYD は 19,791 ドルと大きな差がついている。BYD は低価格帯車種から高級車まで幅広いラインアップを展開していることが背景にある。「稼ぐ力」でもテスラに軍配が上がる。営業利益率はテスラの 7.3% に対し、BYD は 5.2%。税引き前ベースの利益率でもテスラの方が高い。もっとも、BYD の売上高研究開発費比率は 6.9% とテスラの 4.7% を大きく上回り、将来へ向けた投資を積極的に行っていることがうかがえる。

足元のトップラインでは明暗が分かれた。BYD の 25 年 1～3 月期の販売台数は 100 万台で、前年比 59.8% 増と好調。通年目標は前年比約 18% 増の 500 万台（うち、海外は 2 倍近くの 80 万台超）に設定した。対照的にテスラの 1～3 月期販売台数は同 13% 減の 33.6 万台だった。イーロン・マスク CEO の政治的発言を受け、欧米で広がる抗議や不買運動の影響が出た。このままの情勢が続けば、テスラは今年、BYD に BEV 世界首位の座を明け渡すことになりそうだ。

Pick Up

米自動車関税の影響、日本の追加関税額は大手6社の営業利益の2割に相当

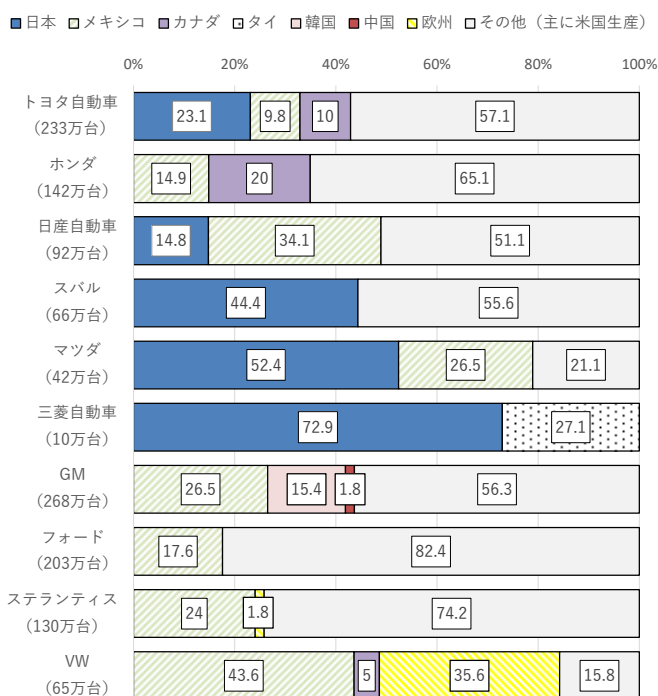
米国による輸入自動車に対する25%の追加関税が4月2日に発動された。現地で事業展開する企業の間で関税負担の懸念が高まっているが、手元試算によると日系大手6社の追加関税額（日本からの輸入分）は営業利益の約2割に相当する規模になりそうだ。

日系メーカーの2024年の米国販売及び米国での輸入状況を比べると各社の特徴が見えてくる（図表1）。トヨタ自動車（レクサス含む）は、販売台数233万台のうち日本からの輸入台数が53万台で全体の23.1%になる。メキシコ工場産は9.8%で、カナダ（推計10%）を合わせると輸入比率は約43%に上る。一方、ホンダはメキシコが14.9%、カナダが20%（推計）などと比較的バランスが取れている。日産自動車はメキシコからの輸入比率が34.1%と高いのが特徴的で、日本の比率は14.8%となっている。スバルは販売66万台のうち、半分に近い44.4%を日本から輸入する。マツダの輸入比率も高く、日本が52.4%、メキシコが26.5%となっている。

財務省の貿易統計によると、24年における日本の対米自動車輸出は138万台だった。額にして6.02兆円となり、対米輸出総額の28.3%を占める。このうち、乗用車（対米輸出台数134万台、輸出額5.88兆円。中古車は除く）について今回の追加関税による影響を大まかに試算してみる。

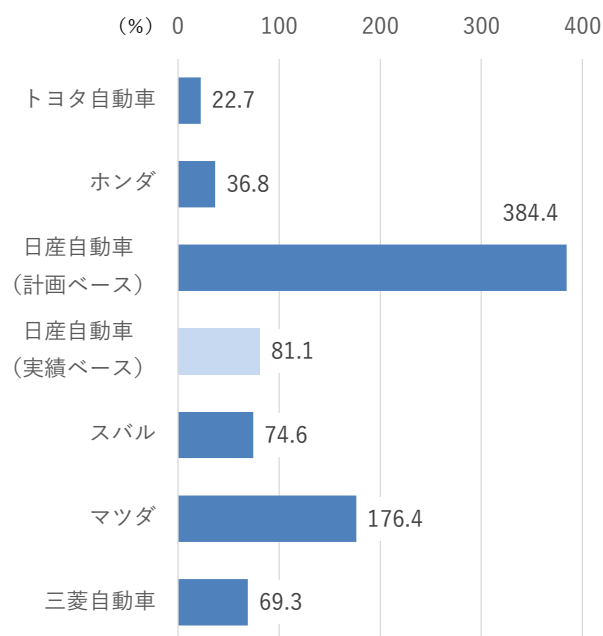
米国はこれまで、輸入乗用車に対して一律2.5%の関税をかけていた。日本製乗用車に対する関税額は単純計算で1,470億円（5.88兆円×2.5%）となる。これに追加関税25%を上乗せすると関税率は27.5%となり、関税額は1.61兆円（5.88兆円×27.5%）に膨らむ。結果的に負担額が1.46兆円増加する。この額は、単純比較で国内大手6社（スズキを除く）の北米事業の営業利益（1.86兆円、24年3月期）の78.5%に相当する大きな額となる。同6社本体の営業利益と比較しても、

(図表1) 2024年の米国販売車の輸入元（生産国）



注：社名の下は米国販売台数。カナダの数値は推計
出所：マークライnz、各社資料より浜銀総研作成

(図表2) 大手各社の関税負担額/営業利益の比較



注：関税負担額は、日本、メキシコ、カナダの3か国の対米輸出分が対象

注：営業利益は25年3月期の各社計画を採用
出所：米商務省、マークライnz、各社データより浜銀総研作成

実績ベース（24 年 3 月期）の 17.8%、会社計画ベース（25 年 3 月期）の 20.9%に相当する。

集計の幅を広くして、米国の主要輸入元の日本、メキシコ、カナダの 3 か国を対象に算出すると、大手 6 社の追加関税額は 2.81 兆円、会社計画ベース営業利益の 40.2%に上る。

企業ごとに「関税負担額/営業利益（25 年 3 月期計画）」比率を算出すると、日産は関税が営業利益を大きく上回り、384.4%と非常に高くなった（図表 2）。販売不振などで分母の営業利益が大きく下方修正されたことも影響しているが、24 年 3 月期実績値で計算しても 81.1%となっている。マツダも 176.4%と高い。背景には、前述のように米国販売の 8 割近くを日本とメキシコからの輸入で支えていることがある。一方、トヨタは 22.7%、本田は 36.8%と比較的低い。米国生産比率の高さに加え、元々の「稼ぐ力」で影響を一定程度カバーできるようだ。

実際のビジネス現場では、各社が関税コストを消費者に転嫁する動き（製品の値上げ）、それに伴う消費者の購入行動の変化（購入先送り、低価格モデルへのシフトなど）、さらにサプライチェーンの見直しによるコスト増など、企業経営を左右する様々な事象が起こればと考えられる。いずれにせよ、米国事業で輸入比率が高い企業ほど被る影響が大きくなる可能性が高いと言え、各社とも生産体制の見直しや調整が求められてくるだろう。

★米自動車関税の日本企業への影響の詳細はこちらのレポートもご参照ください

【HRI 研究員コラム】奥山 要一郎「米国による自動車追加関税の影響と各メーカーの動向」

https://www.yokohama-ri.co.jp/html/report/pdf/column250411_okuyama.pdf

担当者



奥山 要一郎

y-okuyama@yokohama-ri.co.jp

調査部 主任研究員

自動車・自動車部品を担当

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の「曇り」を継続し、6か月先は「曇り」から「雨」に引き下げる。
- 現状、居酒屋業態は客数が前年水準を上回っているが、顧客の節約志向や競合他社との価格競争の影響でコスト上昇分のメニュー価格への転嫁が十分に進んでおらず、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、ビール類の仕入価格の上昇により、居酒屋業態における客数の増勢鈍化や収益のさらなる悪化が懸念される。

今月の統計と解説

客数の増加率は業態による差が大きい

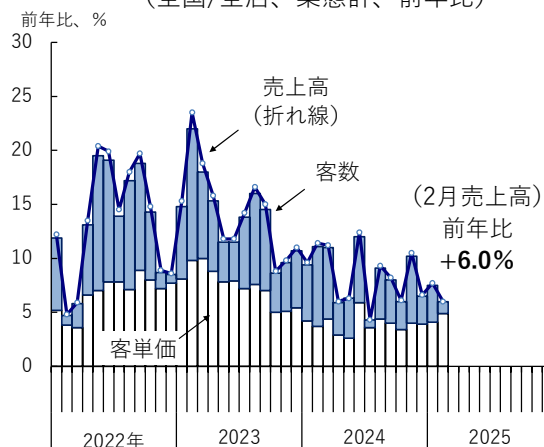
外食産業ではメニュー価格の引き上げによる客単価の上昇が売上高の押し上げ要因となる一方、客数の増減については業態による差が生じている。

外食チェーンの業界統計¹によると、2025年2月の外食産業全体の売上高は前年比6.0%増、客単価は同4.9%増、客数は同1.1%増であった（右図）。

2月は大手外食チェーンの値上げが外食産業全体の客単価を押し上げる形となった。業態別の客単価をみると、和風ファストフード業態は前年比10.3%増と高い伸びとなった。これは牛丼チェーン「すき家」が2024年度3回目となる値上げを実施した影響が大きいと思われる。また、中華ファミリーレストランの客単価上昇（同6.6%増）には「餃子の王将」が2月に実施した値上げの影響が含まれる。なお、3月には「マクドナルド」と「モスバーガー」が、4月には「吉野家」がそれぞれ値上げを実施している。加えて、この先も外食の原材料となる食材や調味料等の値上げが数多く予定されており、中堅・中小チェーンが大手の値上げに追随すると予想される。このため、当面、外食産業全体では値上げによる客単価の上昇が売上高を押し上げる状況が続くだろう。

一方、2月の客数は比較対象である前年（2024年2月、閏年）に比べて営業日数が1日少なか

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 2025年2月度 結果報告」

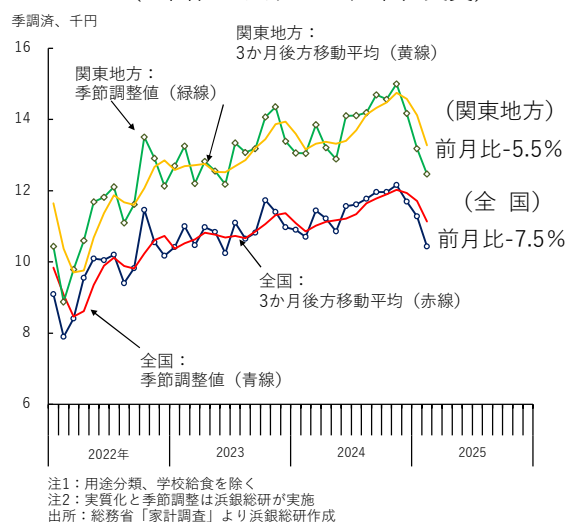
ったにも関わらず、前年水準を上回った。2月も訪日外国人客数が過去最高を記録しており、外食チェーンを利用する外国人の増加が外食産業全体の客数の押し上げに寄与したと考えられる。ただし、客数の増加率は業態による差が大きい。ディナーレストラン（前年比5.8%増）は訪日外国人客の取り込みに積極的なチェーンが多く、インバウンド需要の恩恵が及んだ。また、中華ファミリーレストランの客数（同5.6%増）は大手各社が積極的なキャンペーンを展開したことから高い伸び率となった。一方、持ち帰り米飯/回転寿司（同6.8%減）と焼き肉ファミリーレストラン（同4.2%減）では、前年比でみた営業日数の減少と、昨年来の価格改定（値上げ）が客数の減少要因になったとみられる。

2月の実質外食支出金額（季節調整済）は全国、関東地方とも3か月連続で前月比マイナス

総務省「家計調査」によると、2025年2月の実質外食支出金額（全国、二人以上の世帯、季節調整済）²は全国が前月比7.5%減（同845円減）、関東地方が同5.5%減（同721円減）となった（右上図）。全国、関東地方とも、3か月連続で減少した。

2月の一般外食³の消費者物価指数は全国が前年比3.7%上昇、東京都区部が同4.7%上昇と高い伸びになった。食材価格や人件費等の上昇により、外食価格は上昇傾向にある。また、足元では数多くの生活必需品の値上げが続いている。家計の節約志向は一段と強まっており、総じて、家計は外食支出を抑える動きを強めている。

1世帯当たり外食支出金額
（全国、二人以上の世帯、実質）



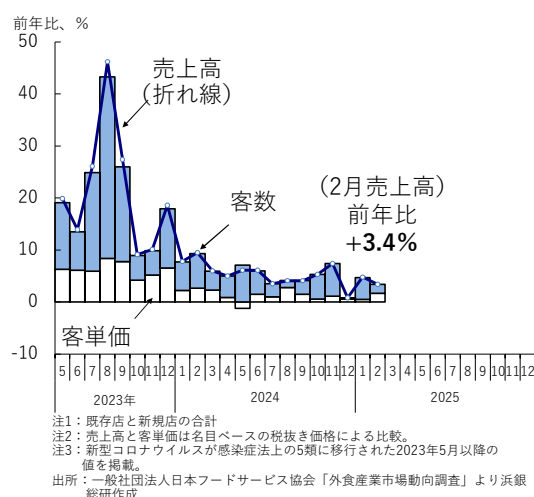
居酒屋業態ではビール類の仕入価格の上昇が収益や集客に与える影響が懸念される

居酒屋業態の現状の業況判断は「曇り」を継続する。客数は前年水準を上回って推移しているものの、家計の節約志向の強まりと競合店との価格競争の影響で客単価が伸び悩んでおり、収益は厳しいとみられる。

2025年2月の居酒屋業態の売上高は前年比3.4%増となった（右下図）。客数は同1.7%増となり、外食産業全体の客数の伸び（同1.1%増）を上回った。大手居酒屋チェーンによると、3月、4月も歓送迎会等の予約が好調とのことであり、足元の客数は堅調に推移している。

一方、2月の客単価は前年比1.7%増となった。前月の伸

居酒屋業態の売上高の推移



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。

³ 学校給食を除く外食。

び率（2025年1月、同0.5%増）を上回ったものの、外食産業全体の伸び率（2月、同4.9%増）には及ばない。食料品や日用品等の生活必需品の値上がりが続く中、家計は居酒屋での支出に対して慎重な姿勢を保っていると考えられる。家計の節約志向が強まる中、居酒屋チェーンでは割引クーポンの配布による集客が常態化しており、このような販売促進策が客単価の伸び悩みの一因となっていると考えられる。競合他社との価格競争の激化により、コスト上昇分のメニュー価格への転嫁は十分に進んでおらず、居酒屋チェーンの収益は厳しい状況にあるとみられる。

6か月先の居酒屋の業況判断は「曇り」から「雨」に引き下げる。2025年4月から大手ビールメーカー4社がビール類の出荷価格を引き上げたが、多くの居酒屋チェーンではビール類のメニュー価格を据え置いている。居酒屋チェーンにとって、ビール類は利益率が高く、顧客からの注文頻度が高い主力メニューである。このためビール類の仕入価格上昇が収益に与えるインパクトは大きい。ビール類の価格を据え置いた状況で夏の需要期を迎えれば、居酒屋チェーンの収益は一段と厳しくなると予想される。また、ビール類の利益は割引クーポンによる値引きの原資となっている面もある。したがって、ビール類の利益率が低下した状況では、企業体力の弱い中小チェーンが価格競争を継続することは難しくなり、居酒屋業態全体の集客力が低下することも予想される。

一方、居酒屋チェーンがビール類のメニュー価格を引き上げれば、顧客の来店頻度の抑制や注文品目数の抑制等に繋がるのが懸念される。大手ビールメーカーによる出荷価格の引き上げは2022年10月以来となる。居酒屋チェーンの中には2022年10月以降、ビール類のメニュー価格を据え置いているところもあり⁴、居酒屋チェーンのビール類の価格に割安感や安心感を抱いていた顧客が来店頻度を下げれば、客数の増勢が鈍化することが予想される。また、ビール類の値上げによって顧客の節約志向が一段と強まれば、注文品数の抑制や単価の低いメニューへのシフトが進むことで客単価が伸び悩み、居酒屋の収益は一段と厳しさを増すと考えられる。

News

2024年度の「飲み屋」の倒産件数が過去最多に

4月7日に株式会社東京商工リサーチが公表した調査結果によると、2024年度の「飲み屋」（「酒場、ビヤホール（居酒屋）」と「バー、キャバレー、ナイトクラブ」）の倒産は276件（前年度比17.4%増）で、2年連続で前年度を上回り、過去最多を更新した。一方、2024年度の「飲み屋」の負債総額は184億5,900万円（前年度比39.9%減）と2年ぶりに前年度を下回ったことから（次頁、図表）、事業規模の小さい企業の倒産が増加した。

「飲み屋」の倒産件数は、コロナ禍で来店客が激減した2020年度に230件に達したが、休業・時短営業への補助金や雇用調整助成金、金融機関による無利子・無担保融資等の支援策等により、2021年度、2022年度は前年度に比べて減少した。しかし、2023年度は食材や水道光熱費、人件費などのコスト上昇したことから倒産件数は前年度に比べて増加した。2024年はコストのさらな

⁴ 一例を挙げると、モンテローザが展開する「魚民」は2022年10月以降、生ビールのメニュー価格を据え置いている。また、ワタミ株式会社が展開する「三代目鳥メロ」は2024年11月にグランドメニューの見直しを行ったが、ビールの価格は据え置いている。

る上昇や高止まりに加え、競合他社との価格競争の激化したことから、企業体力の弱い小規模企業の倒産が増加したと推察される。

図表 「飲み屋」の倒産件数と負債総額の推移



注：「酒場、ビヤホール（居酒屋）」と「バー、キャバレー、ナイトクラブ」の合計
出所：株式会社東京商工リサーチ「2024年度「飲み屋」さんの倒産 最多の276件 値上げが難しく、食材・光熱費の高騰などが直撃」（2025年4月7日）

Pick Up

令和6年産米の流通が示す外食産業における食材調達の変化

3月31日、農林水産省は2024年（令和6年）産のコメの流通状況についての調査結果をまとめた⁵。2024年産米の価格高騰は、生産者が全国農業協同組合連合会（JA 全農）等、大手集荷業者への出荷を抑制し、集荷業者以外の業者との取引や外食や小売、消費者に直接販売する量を増やしたことが一因であるとされる。

2024年（令和6年）産米の生産量は2023年（令和5年）産米に比べて14万トン増加した。生産者の出荷先をみると、JA 全農などの「集荷業者への出荷」が前年産に比べて31万トン減少したが、「集荷業者以外の業者との取引、生産者の直接販売等」は前年産に比べて44万トン増加した（次頁、図表）。この増加した44万トンの中には、外食や中食、小売業者等への直接販売が含まれている。現在、外食企業の多くはコメの不足や価格高騰の影響を受けているが、生産者と直接取引をしていた外食企業は必要量のコメを確保できていると推察される。

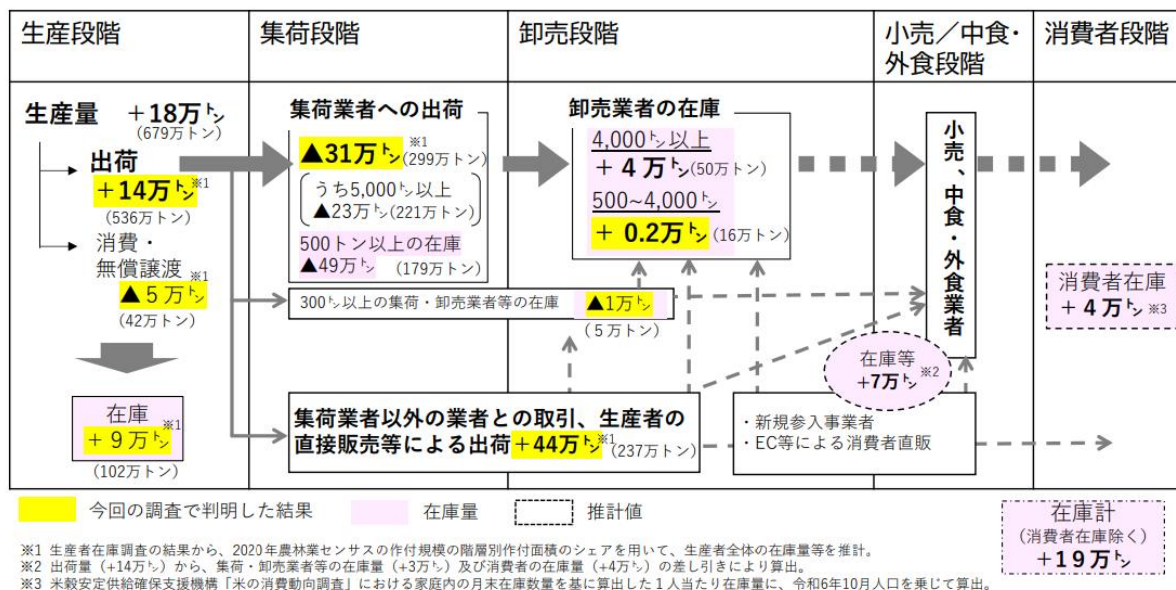
生産者が集荷業者以外の業者との取引や外食・小売、消費者への直接販売等の割合を増やす動きは、コメ以外の農産物や水産物等でも生じている。大手外食チェーンの中には、安全で価格の安い食材を安定的に確保するため、独自の生産・流通ルートを開拓しているケースがある。例えば、ワタミ株式会社は農場や牧場の「ワタミファーム」を全国7か所（合計面積530ヘクタール）で経営しており、2029年までに自社で管理する農地や牧場の面積を約2倍に増やす計画である。また、株式会社サンマルクホールディングスは九州地方の自治体と農業参入に向けた協定を締結

⁵ 農林水産省「米穀の生産者・小規模事業者の在庫数量等に関する調査結果（令和7年1月末現在）」（2024年3月31日）

し、2025年から小麦の作付けを始める予定であり、将来的には小麦に加えてコメなども生産する計画である。

今回のコメの品不足や価格高騰を契機に、これまで集荷業者から食材を調達していた外食チェーンの中には、今後、生産者との直接取引ルートの開拓や食材の自社生産等へシフトするケースが増えると考えられる。外食産業では食材の調達ルートの多様化や在庫の安定確保が収益を左右する要因として一段と重要視されることになるであろう。

図表 令和6年産米の流通の状況（対前年差）



出所：農林水産省「米穀の生産者・小規模事業者の在庫数量等に関する調査結果（令和7年1月末現在）」（2024年3月31日）

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



現状

6か月先



住宅



オフィス

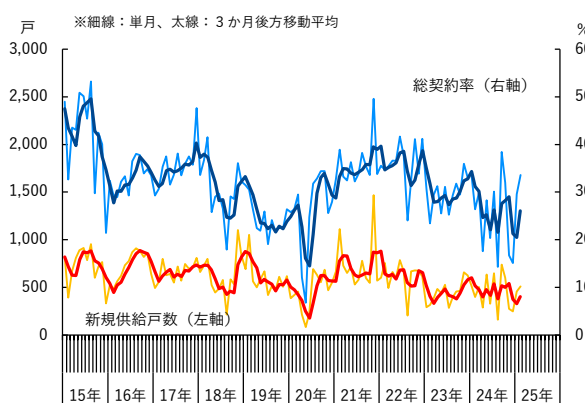
今月のポイント

- 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、建売住宅、新築マンションの販売価格の高さから、相対的に割安な中古マンション市場に住宅取得需要が流れている可能性がある。今後については景気動向次第となるが、景気が急速に冷え込んで雇用・所得情勢の先行きに不安が生じたり、株価の下落が続くなど金融市場が不安定に推移したりする場合には、住宅価格に下落圧力が掛かる可能性があり、注意が必要である。
- 県内オフィス賃貸市場では、空室率が低下傾向にあり、募集賃料も上昇を継続している。ただ、景気の先行き不透明感が極めて高く、今後はオフィス市場の需要拡大に負の影響が及ぶ恐れがある点には注意を要する。

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。2月の新築マンシ

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、分子に前月からの繰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。

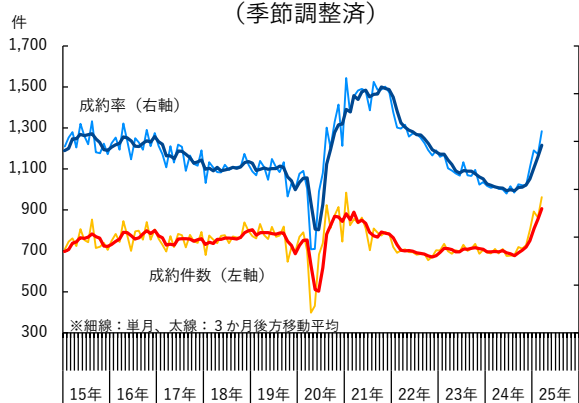
注3：集計条件の変更に伴い、2020年12月以前と2021年1月以降の間はデータが不連続になっている。

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

ヨンの総契約率（季節調整済）は 33.6%と 2 か月連続で上昇し、3 か月後方移動平均もやや上向いている。ただ、販売価格の高騰などが重荷となり、成約率の水準自体は依然として低い。他方で、特殊要因¹で大きく押し上げられている建売住宅の成約率をみると、1 月が 7.04%、2 月が 7.88%、3 月が 8.35%と徐々に上向いている。特殊要因の影響もあり、判断が難しいところではあるが、県内の建売住宅の着工戸数が依然低位であることを踏まえると、「需要回復→ビルダーの供給増」には至っていないと考えられる。一方で、中古マンションの成約率（季節調整済）は 3 月に 8.44%と前月比で上昇し、3 か月移動平均も明確に上向いている。住宅取得需要が相対的に割安な中古マンション市場に流れている可能性が指摘できる。今後については景気動向次第、とりわけトランプ関税の影響次第となるが、景気が順調に回復傾向をたどるとすれば、数か月以内に住宅価格が低下に転じるとは考えにくく、今後もしばらくは現状のような流れが継続すると予想する。一方、景気が急速に冷え込んで雇用・所得情勢の先行きに不安が生じたり、株価の下落が続くなど金融市場が不安定に推移したりする場合には、実需と仮需がともに委縮して住宅価格に下落圧力が掛かる可能性があり、注意が必要である。

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 3 月の空室率は 6.83%と前月比でほぼ横ばいとなり、同月の平均募集賃料は 2 月比上昇の 12,992 円/坪と緩やかな上昇基調を維持している。今後については上述のように景気の先行き不透明感が極めて強く、景気が冷え込んだ場合には、オフィス市場の需要拡大に負の影響が及ぶ恐れがあ

中古マンション販売（神奈川）
（季節調整済）



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、実勢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

¹ 国土交通省の通達である「宅地建物取引業法の解釈・運用の考え方」の改正（2024 年 7 月 1 日施行）により、指定流通機構への成約情報の通知の徹底が明記された。これに伴い、東日本不動産流通機構においても 2025 年 1 月より、成約情報の入力・登録の奨励が進められている。建売住宅の成約件数が 2025 年 1 月以降高い水準となっている背景には、こうした点が影響していると考えられる。

る点には注意を要する。

Pick Up

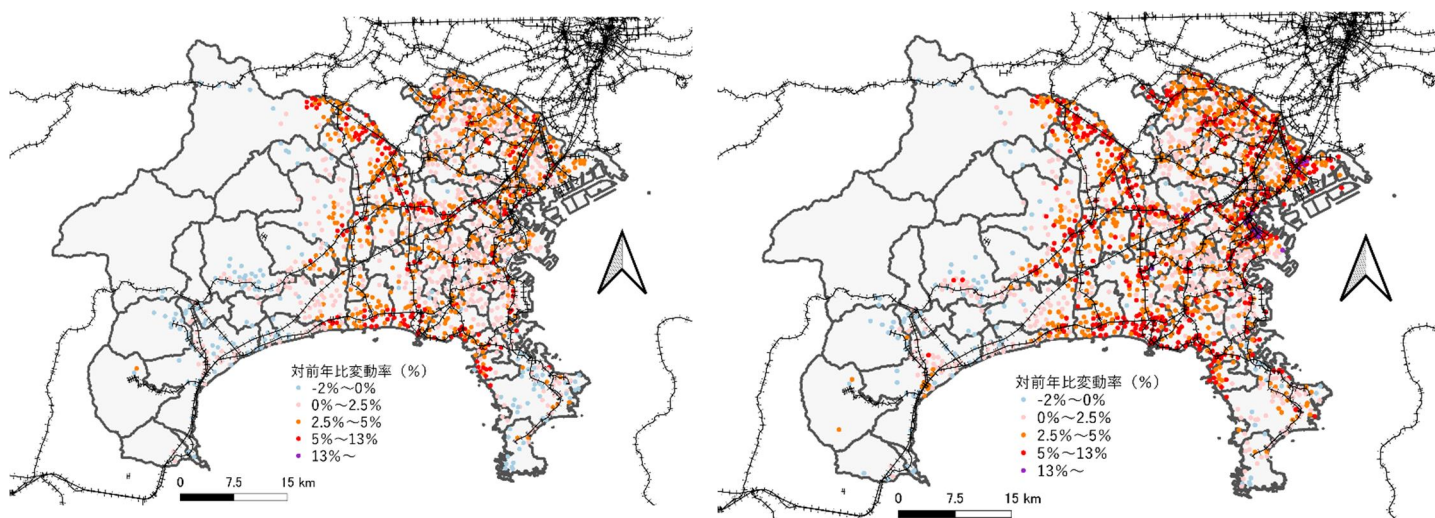
住宅地の平均変動率は4年連続で上昇。交通利便性の高い地域で地価の伸びが拡大

3月19日に公表された神奈川県「令和7年地価公示（神奈川県分）」によると、神奈川県の住宅地の平均変動率は2025年1月1日時点で+3.4%と、2024年1月1日時点（+2.8%）と比べて伸びが加速した。住宅地の上昇は4年連続であり、比較可能な継続地点（1303地点）中、9割超の地点で住宅地価格が前年を上回った。全体として鉄道沿線にある地点での上昇率の高まりが顕著であり、最寄り駅に近く交通利便性の高いエリアでの住宅需要が高まったことなどが背景にあると推察される。

県内市町村別に住宅地の平均変動率をみると、横浜市（+3.2%）、川崎市（+4.4%）、相模原市（+4.3%）では、交通利便性の高い市中心部で上昇率が一段と拡大した。他方、政令市以外のその他の地域においても、例えば、藤沢市（+5.3%）では辻堂駅徒歩圏、大和市（+5.2%）では大和駅徒歩圏の住宅需要が旺盛であり、継続して強い上昇を示している。また、葉山町（+5.4%）では、景観が良好な海岸に近い住宅地への旺盛な需要が山の手の住宅地にも波及しているようだ。なお、今回、下落となった地域でも、2024年と比べるとマイナス幅が全体的に縮小した。

図表は、調査地点毎の変動率（前年比）を神奈川県の地図にプロットしたものである。全体的な傾向として、2025年は2024年と比べて、ピンク色（対前年比変動率0%超～+2.5%以下）の地点が減少し、オレンジ色（同+2.5%超～+5%以下）と赤色（同+5%超～+13%以下）の地点が増加した。調査地点別の変動率のトップ10をみると、相鉄いずみ野線ゆめが丘駅周辺（横浜市泉区）の上昇率が14.3%と初めてトップとなった。なお、上昇率トップ10には、相鉄沿線の4地点

神奈川県内の地点別の公示地価変動率（住宅地）
（2024年1月1日） （2025年1月1日）



出所：国土交通省「国土数値情報ダウンロードサイト」より浜銀総研作成

がランクインしており、相鉄・東急直通線開業に伴う交通利便性の高まりが背景にあらう。

2026年1月の公示地価についても、都心部の住宅価格の高止まりなどを背景に郊外部への移住の動きが継続し、県内の住宅地の平均変動率も引き続きプラスで推移しよう。ただ、米国の関税政策に伴い海外経済が減速し、それにより日本の経済成長率が大きく鈍化した場合、地価に下落圧力がかかる懸念があり、注意を要しよう。

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

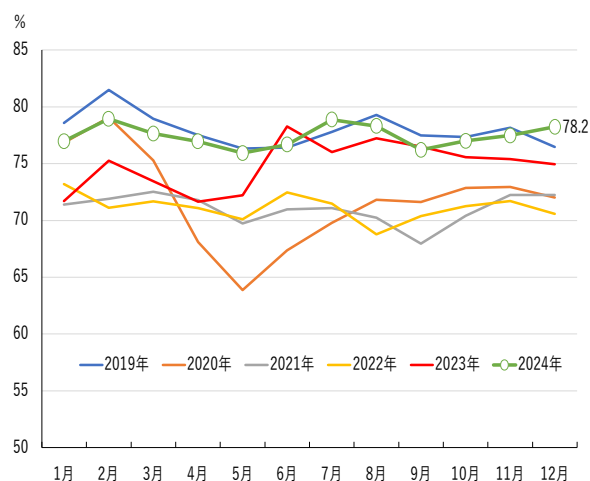
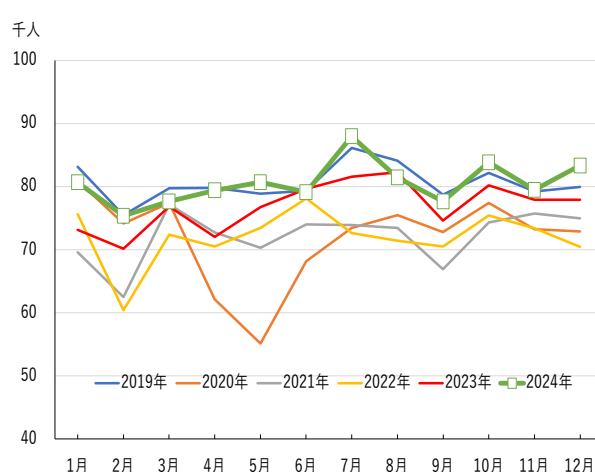
- 2024 年 12 月の神奈川県内にある病院の一般病床の病床利用率は、4 か月ぶりにコロナ禍前の水準を上回った。コロナ禍前に比べて平均在院日数は短縮しているものの、新規入院患者が増加したことにより、病床利用率は上昇した。
- 先行きについては、県内の入院患者数は当面増加する見通しであるが、2024 年度の診療報酬改定により平均在院日数の短縮が進んでおり、病床利用率に下押し圧力がかかっていることに注意が必要である。

今月の統計と解説

2024 年 12 月の県内の一般病床の病床利用率は 4 か月ぶりにコロナ禍前の水準を上回った

厚生労働省の「病院報告」により、直近の 2024 年第 3 四半期（10～12 月）の病院の稼働状況を確認した。2024 年 10～12 月の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、いずれの月においても前年を上回った。また、コロナ禍前の 2019 年比では、10 月（▲2.0 ポイント）、11 月（▲0.4 ポイント）はコロナ禍前を下回ったが、12 月（+4.9 ポイント）は 4 か月ぶりにコロナ禍前を上回った。

病床利用率は、新規入院患者数と平均在院日数の動向に左右される。10～12 月はいずれの月も新規入院患者数がコロナ禍前を上回ったが、10・11 月は平均在院日数短縮の影響（在院日数の短縮は病床利用率の低下につながる）の方が大きく、病床利用率は低下した。12 月も平均在院日数はコロナ禍前よりも短くなっていたが、新規入院患者数が大きく増加したことにより、病床利用率は上昇した。

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

先行きを展望すると、一般病床の新規入院患者数については、長期的にみると、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2024 年 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、実際、平均在院日数の短縮が進んでいる。今後も在院日数の短縮傾向は続くことが予想され、病床利用率に下押し圧力がかかっていることに注意が必要である。

News

3 月 28 日 2024 年中の救急出動件数、搬送人員数は過去最高となった

総務省消防庁は、「令和 6 年中の救急出動件数等（速報値）」を公表した。2024 年中の救急出動件数は前年比 1.0% 増の 771.7 万件、救急搬送人員数は同 1.9% 増の 676.5 万人で、ともに 1963 年の集計開始以降で最高となった。搬送人員数の対前年比を年齢階級別にみると（下図表）、新生児、乳幼児、少年の搬送人員数は減少した一方、高齢者の搬送人員数が 18.9 万人増（前年比 4.6%）と大きく増加していた。

図表 2024 年中の救急搬送人員数

年齢区分	搬送人員	前年比（増減）	前年比（率）
新生児	12,262	▲82	▲0.7%
乳幼児	275,323	▲60,724	▲18.1%
少年	226,740	▲4,505	▲1.9%
成人	1,968,285	53	0.0%
高齢者	4,282,228	188,676	4.6%
合計	6,764,838	123,418	1.9%

出所：総務省消防庁「令和 6 年中の救急出動件数等（速報値）」

また、2024 年の救急搬送人員数に占める高齢者の割合は 63.3% で、2009 年の 49.3%、2014 年の 55.5%、2019 年の 60.0% から一貫して上昇している。病院においては、高齢の救急患者の受け入れを円滑に進めることが引き続き重要な課題となるといえるだろう。

なお、神奈川県においては、救急出動件数は同 1.3% 増の 60.2 万件、救急搬送人員数は同 1.9% 増の 50.8 万人だった。

3 月 31 日 神奈川県の病院に勤務する正規雇用看護職員の離職率は全国で 3 番目に高い水準

日本看護協会は、病院に勤務する看護師の離職率や給与の状況等を調査した「病院看護実態調査」の調査結果を公表した。

2023 年度の神奈川県の病院（回答病院数：152 病院）における看護職員の離職率は、正規雇用職員が 13.6%（前年比▲0.1 ポイント）、新卒採用者が 9.9%（同▲0.7 ポイント）、既卒採用者あ g 18.0%（同+2.8 ポイント）だった（次頁図表）。神奈川県の正規雇用職員の離職率は、東京都（14.2%）、大阪府（13.7%）に次いで 3 番目に高かった。

図表 病院の看護職員の離職率

		正規雇用看護職員	新卒採用者	既卒採用者
全国	2022 年度	11.8%	10.2%	16.6%
	2023 年度	11.3%	8.8%	16.1%
神奈川	2022 年度	13.7%	10.6%	15.2%
	2023 年度	13.6%	9.9%	18.0%

注：看護職員＝保健師・助産師・看護師・准看護師

出所：日本看護協会「病院看護実態調査」

Pick Up

横浜市が 3 病院に対し 40 床の病床配分を決定

横浜市は 3 月 31 日、2024 年度の病床配分の公募（病床整備事前協議）の結果を公表した。2024 年度の公募では、「回復期または慢性期機能を担う病床」が公募対象で、公募枠 471 床に対して 3 病院から計 40 床の申請があり、申請どおり計 40 床（回復期 30 床、慢性期 10 床）の病床が配分されることとなった（図表）。なお、配分を受けた病院では原則として 1～2 年以内に改修や新築を終えて当局の許可を受ける必要がある。

2024 年度の公募では、471 床の枠に対して、応募は 40 床と募集枠を大きく下回った。横浜市における病床の公募は 6 年連続となるが、2021 年度以降は応募病床数が募集枠を下回る状況が続いている（次頁図表）。

横浜市において 2018～21 年度に配分された 1,433 床のうち、2024 年 1 月時点で稼働済みの病床は 534 床、整備中が 548 床、返還済みが 351 床となっている。建築資材の高騰や資材調達の遅延等の影響で、整備計画に遅れが生じているケースが散見される（令和 5 年度第 3 回横浜地域地域医療構想調整会議資料）。過去に配分された病床の整備が進んでいない病院が多いため、公募が行われても応募に踏み出す病院が少なくなっていると考えられる。

図表 横浜医療圏（横浜市）における 2024 年度の病床配分結果

医療機関名等	場所	配分病床数	配分病床の内訳	
			回復期	慢性期
医療法人きぼう 徳田病院	鶴見	10 床	—	10 床
医療法人社団 鴨居病院	緑	6 床	6 床	—
医療法人社団 鵬友会 湘南泉病院	泉	24 床	24 床	—
合計		40 床	30 床	10 床

出所：横浜市「令和 6 年度 病床整備事前協議の結果について」

図表 近年の公募状況と配分結果

	二次医療圏	募集病床数	応募病床数	配分病床数
2018 年度	横浜	855	2,116	809
	県央	99	不明	85
2019 年度	県央	14	応募なし	-
2020 年度	横浜	602	880	470
2021 年度	横浜	464	214	154
	横須賀・三浦	188	不明	11
2022 年度	横浜	373	応募なし	-
	相模原	83	不明	81
2023 年度	横浜	385	160	160
	横須賀・三浦	209	408	138
	県央	28	33 (一部取り下げあり)	21
2024 年度	横浜	471	40	40
	湘南東部	133	未公表	未公表

出所：神奈川県資料を基に浜銀総研作

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。
- 足元において、鉄道グループのホテル客室稼働率は高水準を維持している。鉄道グループの小売事業は値上げによる商品単価、客単価の上昇が売上高を押し上げる状況が続いている。
- 6 か月先については、宿泊料金の高止まりが日本人の宿泊需要を一段と下押すことが懸念される。また、小売事業では、米国の関税政策によって、わが国の雇用・所得状況に不透明感が増していることが不安材料となる。

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。2 月の業況をみると、ホテル事業は引き続き好調である。小売事業については、前年（2024 年 2 月）が閏年であったため、今年 2 月の営業日数が前年比で 1 日少なかったものの、売上高は前年水準を上回るケースが多かった。商品の値上げにより商品単価や客単価が上昇し、売上高を押し上げる状況が続いているためである。食料品や日用品等、生活必需品の値上げ品目数は前年を上回るペースで増加しており、家計の節約志向は依然として根強く、消費マインドの改善は鈍いと考えられる。

鉄道周辺事業の 6 か月先の業況判断は「曇り」を継続する。ホテル事業は人件費や燃料費などのコスト上昇等で宿泊料金が高止まりする可能性が高く、夏から秋にかけての行楽シーズンにおける日本人の宿泊需要は伸び悩むと考えられる。一方、小売事業に関しては、今年の春闘で賃上げ率が高い伸びとなったが、この先も多くの生活必需品の値上げが予定されており、賃金の上昇が物価上昇に追い付かない状況が想定される。加えて、米国の関税政策によって、この先、わが国の雇用・所得状況に不透明感が増していることも小売事業における不安材料となっている。

鉄道系ホテルの客室稼働率は高水準を維持

わが国の 2 月の宿泊需要は堅調であった。観光庁が発表した「宿泊旅行統計調査」によると、2025 年 2 月の全国の延べ宿泊者数（第 1 次速報）は前年同月比 1.0% 増（4,833 万人）、うち、外国人が同 34.8% 増（1,515 万人）、日本人は同 2.0% 減（3,373 万人）であった。また、2 月の宿泊施設全体¹の客室稼働率は 60.3% であり、前年（57.8%）を上回った。

全体の約 7 割を占める日本人延べ宿泊者数は 10 か月連続の前年割れとなった。宿泊料金の高止まりにより、宿泊を伴わない旅程とするケースや、そもそも旅行や出張等を延期または中止するケースもあると推察される。

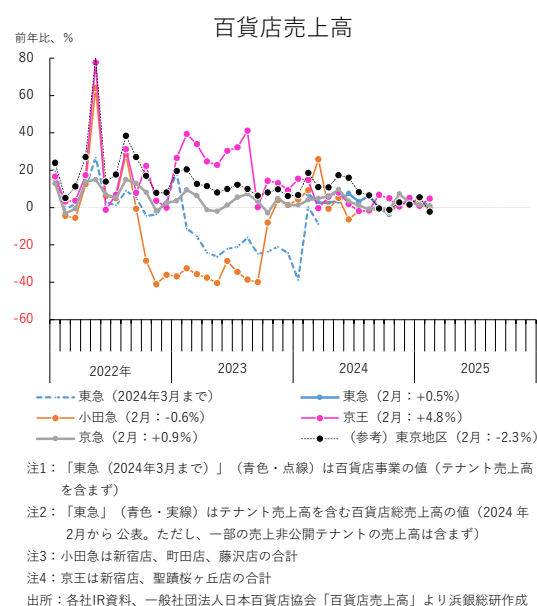
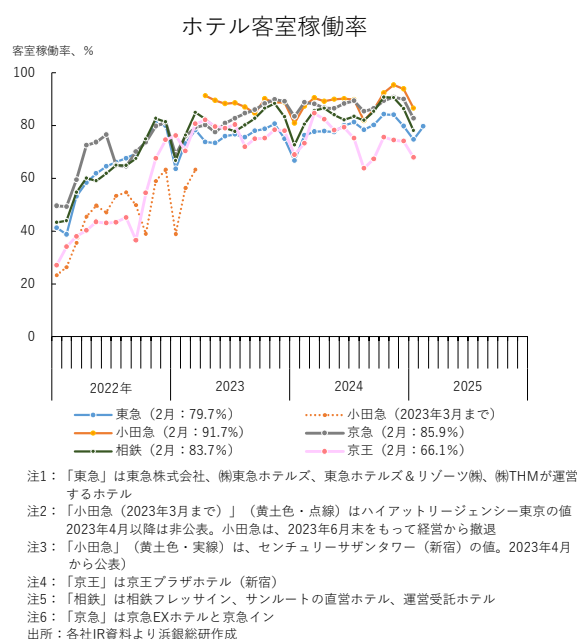
¹ 旅館、リゾートホテル、ビジネスホテル、シティホテル、簡易宿泊所が該当。

鉄道グループが展開するホテルは、ターミナル駅や空港の近隣等の好立地が多いことから、客室稼働率は高水準を維持している。2月の客室稼働率は小田急 91.7%、京急 85.9%、東急 79.7%、相鉄 83.7%となった（左図）。鉄道系のホテルでは訪日外国人増加の恩恵を受けている。観光庁によると、2月の訪日外国人客数（速報）は325万人（前年同月比16.9%増）となり、2月としては初めて300万人超となった。

鉄道系百貨店のうち、東急、京急、京王は前年比で増収を確保

2025年2月の東京地区の百貨店全体の売上高は前年比2.3%減と4か月振りに前年水準を下回った。百貨店においては、前年比で営業日数が1日少なかったことに加えて、気温が平年以下の日が多かったことから、主力商品である春物衣料品の販売が伸び悩んだ。

一方、鉄道系百貨店の2月の売上高は、小田急が前年比0.6%減となったものの、東急（同0.5%増）、京急（同0.9%増）、京王（同4.8%増）は増収を確保した（右図）。鉄道系百貨店は沿線住民を主要顧客とし、「普段使い」の商品を中心とした品揃えが特徴である。このため、従来から訪日外国人による免税品や、宝飾品や貴金属等の高額商品の恩恵は小さかった。一方、固定客を中心とした「普段使い」の商品の売上は比較的底堅いことから、今年2月は営業日数減少の影響が軽微にとどまったと考えられる。ただし、家計の節約志向は根強く、この先、顧客の来店頻度の低下や買い上げ点数の減少、低価格商品へのシフト等の動きが強まることが懸念される。

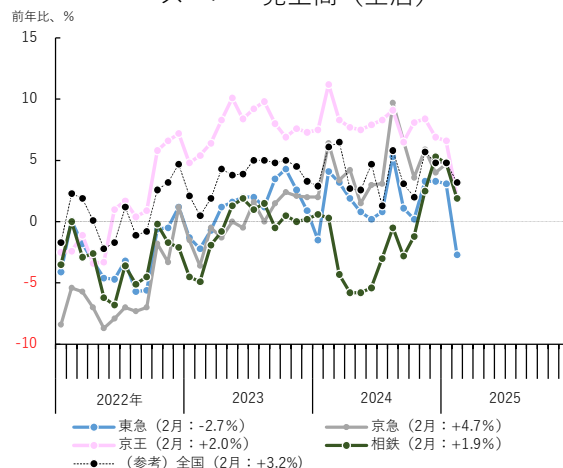


2月のスーパー売上高は東急が前年割れ、相鉄は増収を確保

全国のお食品スーパーマーケットの2月の売上高は前年比3.2%増であった。今年2月は前年に比べて営業日が1日少なかったが、生鮮品やコメの価格高騰による商品単価の上昇や、トイレットペーパーや食用油等、値上げ前のまとめ買いの動きが売上高を押し上げたとみられる。

鉄道系スーパー²の2025年2月の売上高は、東急（東急ストア）が前年比2.7%減と前年割れであった。相鉄（相鉄ローゼン）は同1.9%増と増収を確保したものの、前述の全国のスーパーマーケットの増加率には及ばなかった（右図）。両社の店舗は駅周辺に立地する店舗が多く、店舗賃料や人件費等のコスト面で郊外の大型店舗よりも高コストであるため、価格競争力が弱い。このため、ディスカウントストア等、郊外立地の大型店舗に顧客が流れている可能性がある。

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

News

東急グループがリテール（小売）事業を再編

鉄道グループにおける小売事業は鉄道事業や不動産事業、ホテル事業等に比べて事業規模が小さい。また、鉄道グループ以外の小売事業者との競争が厳しく、駅直結・駅周辺という店舗立地の優位性だけでは十分な収益が稼げないケースもある。このため、鉄道グループにおいては、小売事業における抜本的な見直しが必要になっている。このような中、東急グループでは小売（リテール）事業を再編する動きが具体化した。

3月24日、東急グループの中核をなす事業持株会社である東急株式会社は、新たに東急リテールマネジメント株式会社を設立し、東急本体が直接出資するリテール6社³を傘下に置くと発表した。渋谷をはじめとする東急線沿線を中心とした商業施設の企画開発において、東急リテールマネジメントと商業施設運営各社が横断的な体制で参画することでグループ内の商業施設の一体的な運営・企画開発を進めるとともに、業務の効率化を進める。東急グループは、これまでは「渋谷ヒカリエ ShinQs」や「グランベリーパーク」「SHIBUYA109 渋谷店」などの商業施設を、それぞれ別の会社が運営してきた。今後は、東急リテールマネジメントと客層や地域ごとに独自のブランドやノウハウを持つ各社が一体的に経営することで、それぞれのノウハウをグループで共有することを進める。

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

² 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。

³ 株式会社東急百貨店、株式会社東急モールズデベロップメント、株式会社 SHIBUYA109 エンタテインメント、株式会社ながの東急百貨店、渋谷地下街株式会社、東急商業發展（香港）有限公司の6社。

小売



スーパー

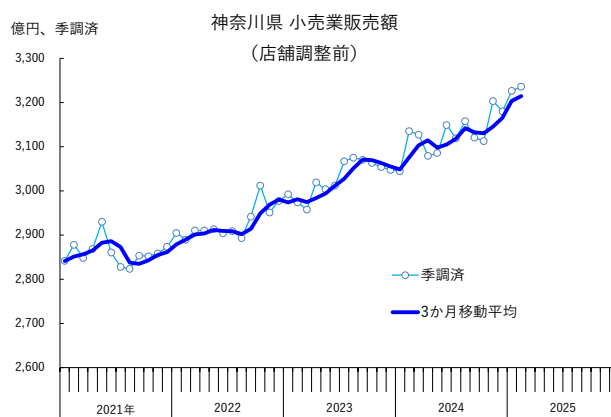
今月のポイント

- 神奈川県内のスーパーの業況判断は、現状、6か月先とも、「曇り」を継続する。
- 現状、家計の消費マインドは弱含みとなっている。相次ぐ値上げで購入頻度や買い上げ点数を抑制する一方、値上げや品不足への対応策として買いだめの動きもみられる。
- この先、米国の関税政策により、日本企業の業績は不透明感を増している。企業業績の悪化が賃金や雇用環境に及べば、家計の節約志向は一段と強まると考えられる。

今月の統計と解説

神奈川県の2月の小売業販売額は前月比0.3%増

経済産業省「商業動態統計」によると、2月の神奈川県の小売業販売額¹（店舗調整前、季調値）は前月比0.3%増となり、増加基調を維持した（右図表）。業態別にみると、2月はコンビニエンスストアで販売額の増加が続いたほか、ドラッグストアの販売額も底堅く推移した。また、2024年末から足踏み感が出ていた家電大型専門店とホームセンターの販売額も2月はやや持ち直した。その一方で、百貨店とスーパーの販売額は前月を下回った。



注1：百貨店、スーパー、家電大型専門店、ドラッグストア、ホームセンター、コンビニエンスストアの合計値。

注2：季節調整は浜銀総研が実施。

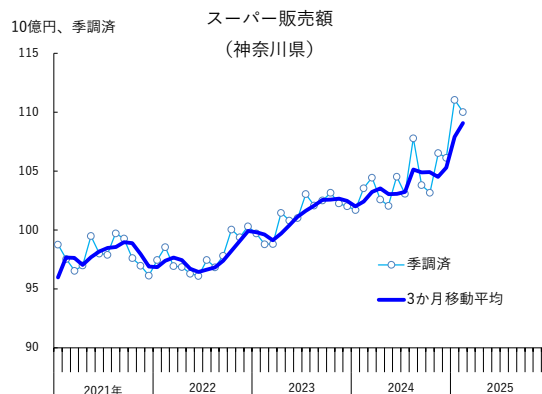
出所：経済産業省「商業動態統計」より浜銀総研作成

上記のとおり、神奈川県の小売業販売額は増加基調にある。ただし、現状は小売全般における相次ぐ値上げが商品単価、客単価の上昇要因となり、販売額を押し上げている側面がある。家計の節約志向が根強い中、値上げによって顧客の購入頻度の低下や購入点数の減少、より安い商品へのシフト等の動きがみられる。一方、今後の値上げの予定がマスコミ等で報道されることにより、トイレットペーパーや食用油、ビール等、値上げ前にまとめ買いをする動きがみられ、一時的に販売数量が急増した商品もある。ただし、値上げ前のまとめ買いは需要の先食いであり、この先、購入頻度の低下や買い上げ点数の減少の要因となる。このように、小売業販売額に関しては客単価の上昇による増加だけでなく、客数や買い上げ品数等の増減も踏まえて慎重に評価する必要がある。

¹ 百貨店、スーパー、家電大型専門店、ドラッグストア、ホームセンター、コンビニエンスストアの販売額の合計値。季節調整は浜銀総研が実施。

2月のスーパー販売額は前月比マイナス

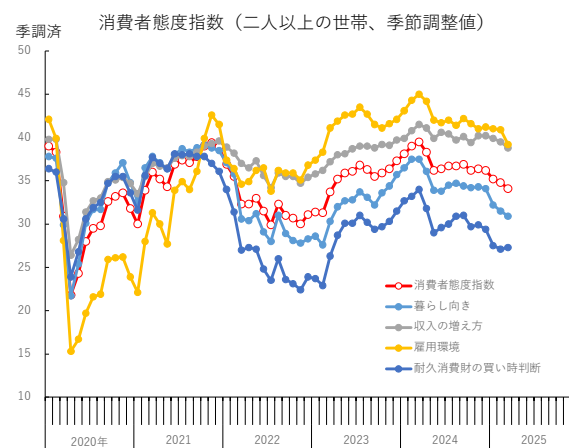
現状のスーパーの業況判断は「曇り」を継続する。今年の春闘は前年以上の賃上げとなったが、食料品等の値上げ品目数が前年を上回るペースで増加しており、家計の節約志向は依然として根強い。神奈川県の2月のスーパー販売額（季調値）は前月比0.9%減となり、高水準ながら小幅に減少した（右上図表）。2月はコメや青果などの農水畜産品の価格が高騰したことから、スーパー全体の商品単価、客単価が上昇した。このうち、特にコメに関しては価格高騰に加えて、店頭在庫が減少したことから、一部ではまとめ買いの動きが顕在化した。ただし、スーパー全体でみると、客数の伸び悩みや買い上げ点数の抑制の動きの方が強かったとみられる。



注：季節調整は浜銀総研が実施
出所：経済産業省「商業動態統計」より浜銀総研作成

家計の消費マインドの改善の動きは依然として鈍い

6か月先におけるスーパーの業況判断は「曇り」とする。家計の消費マインドの改善の動きは依然として鈍い。内閣府「消費動向調査」によると、消費者が半年後の消費環境をどのようにみているのかを表す消費者態度指数（全国、二人以上の世帯、季調値）は、直近の3月に前月比で0.7ポイント低下し、4か月連続の低下となった（右下図表）。



出所：内閣府「消費動向調査」より浜銀総研作成

消費者態度指数を構成する消費者意識指標をみると、いずれの指標も2024年後半は横ばい圏で推移していたが、2025年1月以降は低下傾向が鮮明となった。このうち、「雇用環境」（3月39.2）、「収入の増え方」（同38.8）は比較的高い水準にあるものの、3か月連続の低下となっており、賃上げ継続への期待が薄れつつあるとみられる。「暮らし向き」（同30.9）と「耐久消費財の買い時判断」（同27.3）の水準は依然として低い。家計は生活必需品の価格上昇で日々のやりくりに苦心し、大型の買い物については慎重になっている様子が見えがえる。

加えて、トランプ米大統領による関税政策により、日本企業の業績は不透明感を増している。企業業績の悪化が賃金や雇用環境に及べば、家計の節約志向は一段と強まると考えられる。

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



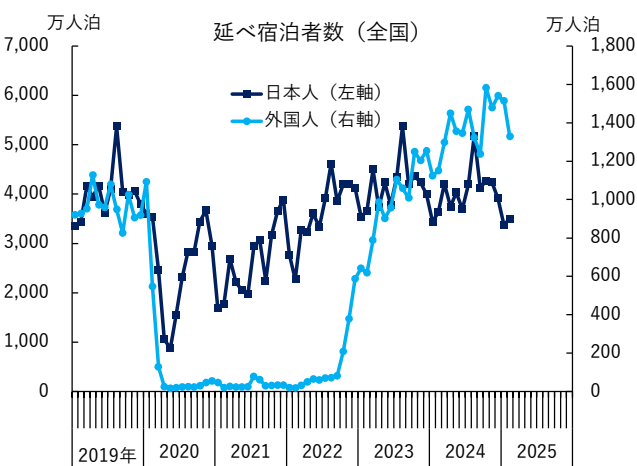
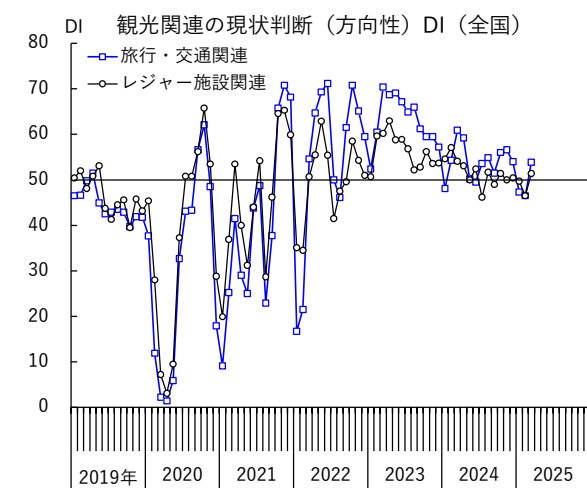
今月のポイント

- 観光産業の現状判断は「晴れ」。春の行楽シーズンを迎え、観光産業の業況は改善。しかし、データの端々からは、需要拡大の勢いに陰りが見え始めていることが確認できる。
- 先行きの判断は「薄曇り」から「曇り」に下方修正。インバウンド消費の拡大停止が予想される中、日本人の国内旅行需要も伸び悩むと予想される。

今月の統計と解説

観光産業の現状判断は「晴れ」。春の行楽シーズンを迎え、3月の「景気ウォッチャー調査」（内閣府）の旅行・交通関連（53.9）、レジャー施設関連（51.4）の業況は回復し、中立水準の50を上回った。また、2月の「宿泊旅行統計」（観光庁、第1次速報値）における全国の延べ宿泊者数をみても、前年比+1.0%で増加が継続し、かつ、2月としては高い水準を維持したことから今回は判断を据え置いた。

しかし、直近の様々なデータを詳しくみると、観光需要拡大の勢いには陰りが見え始めていることが分かる。「景気ウォッチャー調査」（内閣府）の観光関連の業況は、前年の3月のDI（旅行・交通関連：60.9、レジャー施設関連 54.1）を大きく下回っている。「宿泊旅行統計」（観光庁）の延べ宿泊者数についても、2月の内訳をみると、日本人（前年比-3.6%）は前年割れ、外国人（同+15.5%）も増勢が鈍化傾向にある。さらに、「短観（2024年3月調査）」（日本銀行）では、宿泊・飲食サービス（全規模）の業況判断DIと国内需給判断DIが、高水準ながらも、前回調査（2024年12月）比で低下した。さらに、雇用人員判断DIも大幅な「不足」超であることに変化はないものの、23年12月調査をピークに、徐々に「不足」超幅が縮小している。業況に減速感がみられる中で、人手不足感がやや緩和していることは、観光需要がピークを迎える兆候



とみられ、注意が必要である。

先行きの判断は、「薄曇り」から「曇り」に下方修正する。2025年4月上旬にトランプ米大統領が相次いで導入した関税の影響で、先行きの世界経済の減速は不可避と考えられる。これまで日本の観光需要を押し上げてきたインバウンド消費は、失速リスクが高まったとみる。また、25年3月には、4月からの関税発動を前に、米国の消費者心理が急速に悪化していたことが確認された。米国の「消費者信頼感指数（1985年＝100）」（米コンファレンスボード、データはCEICから取得）は92.9と、コロナ禍の影響が非常に大きかった21年1月以来の低水準となった。米国人訪日客数の増加は、コロナ禍が最悪期を脱してからのインバウンド消費拡大のけん引役の1つだっただけに、米消費者心理の悪化で米国人訪日客数が減少するリスクに警戒が必要である。

日本人の国内旅行需要についても、先行きは伸び悩む展開を予想する。米国の関税引き上げ策の影響による国内景気の減速が予想される一方、旅費の高騰が直ちに収束するとは考えづらく、需要の押し上げ要因は乏しい。2月の「消費者物価指数」（総務省）をみると、宿泊料は前年比+5.2%となお上昇が続いており、2019年同月比でも3割弱高い。

なお、4月13日に大阪・関西万博が始まった。3月の「景気ウォッチャー調査」（内閣府）の景気判断理由集（先行き）では、近畿地方において、万博の効果に期待するホテルなどのコメントが複数みられている。万博が近畿地方の観光需要の押し上げにつながるのか、近畿地方以外の地域の観光需要を抑制する要因となるのか、注目したい。

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。

