

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		

今月は鉄道（鉄道周辺事業）、小売（紳士服）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3月の輸出は4か月連続で前年比プラス。ただし、中国向けが大きく減少。

自動車は4月の日本市場の新車販売は持ち直しの動きが見られるものの、消費マインドは弱含んでいる。海外では4月の米国の新車販売において関税発動前の駆け込み需要が販売を後押し。

外食（居酒屋業態）では、3月の居酒屋業態の客数が27か月ぶりに前年割れ。

不動産では、神奈川県内の3月の新築マンションの総契約率が3か月連続で上昇したが、水準は依然として低い。

医療介護では、24年4～12月の神奈川県内の医療費が入院、入院外ともに前年を上回った。ただ、入院患者数の伸び率は小幅にとどまった。

鉄道（鉄道周辺事業）では、鉄道系ホテルの3月の客室稼働率は高水準を維持。鉄道系百貨店、スーパーの3月の売上高は比較的堅調だが、値上げ前の駆け込み需要による押し上げとみられる。

小売（紳士服）では、スーツ量販店の4月の既存店売上高は大手4社とも前年割れ。

観光は、3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、日本人は前年割れが続く。外国人は増勢が鈍化傾向。

（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.6
奥山 要一郎	
外食	p.12
佐橋 官	
不動産	p.16
田口 恵理子	
医療・介護	p.20
清水 徹	
鉄道	p.25
佐橋 官	
小売	p.28
佐橋 官	
観光	p.31
白須 光樹	

テクノロジー



今月のポイント

- 現状及び6か月先の業況判断は「曇り」を維持。
- テクノロジー市場は、情報通信機器や民生機器の需要にけん引され、好調を維持。ただし、米国の関税政策を不安視した前倒し需要の可能性があり、今後の動向に注視が必要。
- 米国の関税政策の影響でテクノロジー業界全体の不安感が増している。わが国の大手電子部品・デバイスメーカーの2026年3月期の売上見通しは、減収とする企業が多い。

台湾電子関連企業 68社の4月の売上高はAI関連需要で好調を維持

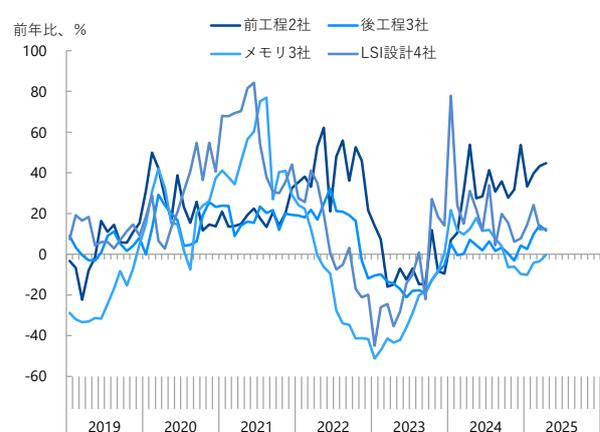
浜銀総研が集計している台湾の電子関連企業68社の2025年4月の売上高は、前年比29.4%増となり、2024年3月から14か月連続で前年を上回った（左図）。鴻海精密工業を含むEMS（Electronics Manufacturing Service：電子機器製造受託サービス）は8社合計で同27.8%増、PC及び周辺装置関連14社合計は同44.3%増、半導体関連12社合計は同33.2%増、電子部品23社合計は同17.9%増と、各製品ともに引き続き二けた成長を維持している。

EMSでは、米国関税政策に関する不安感からPCなどの前倒し出荷がみられているが、顧客の在庫が充分となったことや、相互関税が延期となったことから、前月と比較すると前倒しの出荷は鈍化しつつある。また、鴻海精密工業はAIチップ搭載サーバーの本格量産・出荷により、売上高が前年比25.5%増となり好調となった。半導体関連では、TSMCがAIやHPC（High Performance Computing）用半導体の需要増により、売上高が同48.1%増と好調であった。台湾半導体関連企業の各区分の売上高では、メモリが横ばい（前年比0.3%減）となったものの、前工程、後工程、LSI設計はいずれも前年比プラスとなった（右図）。

台湾電子関連企業 68社 月次売上高推移



台湾半導体関連企業 月次売上高推移



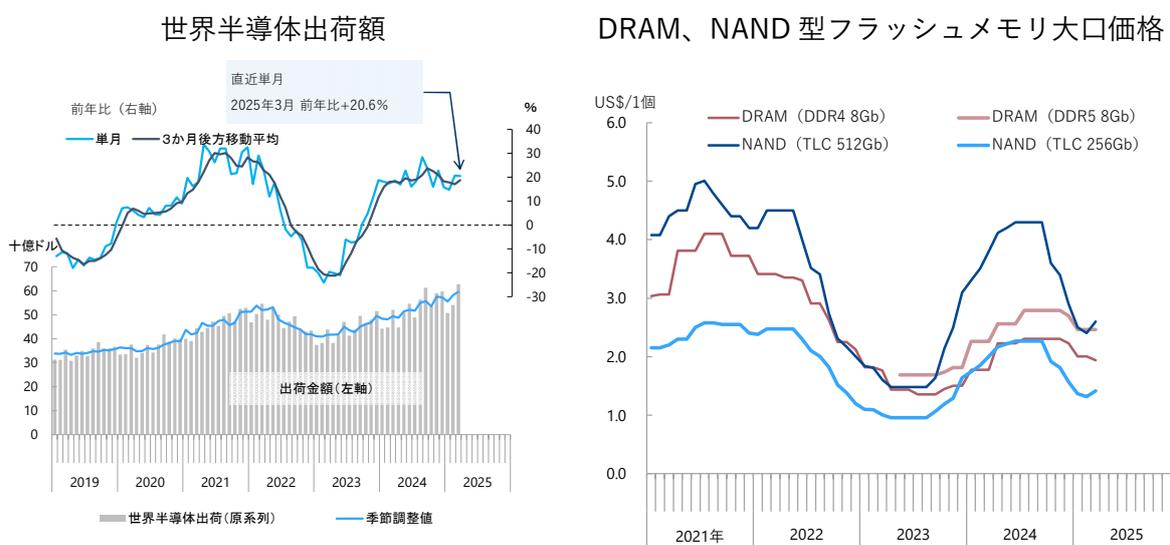
注：台湾企業68社はTWSE（台湾証券取引所）に上場している電子関連の代表的な企業を浜銀総研が抽出。
出所：Taiwan Stock Exchange, M.O.P.S.より浜銀総研作成

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3月の半導体出荷額（WSTS）は高成長が続く

2025年3月の世界半導体出荷額（WSTS）は、前年比20.6%増と高い成長が続いた（左図）。地域別動向では、北米（同46.6%増）、欧州（同5.1%増）、日本（同9.2%増）、アジア・パシフィック（同11.7%増）となり、いずれの地域も前年度と比較して出荷額が増加した。AI関連の半導体需要が旺盛であることが背景にあるとみられる。

3月の半導体メモリの大口価格では、DRAM価格が横ばいから下落傾向（DDR5は横ばい、DDR4は下落）となった。中国サプライヤーによるDRAM増産が進み、メモリの供給が過剰となっていることが主な要因とみられる。一方、NAND型フラッシュメモリ価格は上昇に転じた。サプライヤー各社が生産の調整を行い、供給量を調整した効果と、米国政府の関税を不安視した製品メーカーが在庫を積み増していることが要因とみられる。

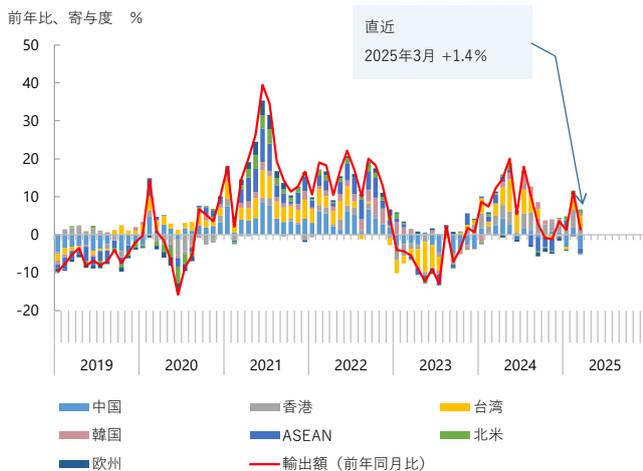


注：季節調整はX12-ARIMAモデルにより浜銀総研が実施。 出所: Bloomberg
 出所: WSTS（世界半導体出荷統計）より浜銀総研作成

わが国の電子部品・デバイスの輸出は4か月連続で前年比プラス

わが国における電子部品・デバイスの2025年3月の輸出金額は前年比1.4%増となり、4か月連続で前年同期比プラスとなった（次頁左図）。仕向け地域別では、北米や台湾向けの輸出額が大きく増加しており（同15.5%増、同20.1%増）、米国の関税政策による駆け込み需要が主な要因と考えられる。一方、中国向けの輸出額は大きく減少（前年比14.2%減）した。関税政策を不安視し生産拠点の移転を視野に入れたメーカーが、日本からの電子部品・デバイス購入を控えた可能性が考えられる。生産金額に関しては、直近2025年2月の生産金額は前年比8.1%増となり、上昇幅が拡大した（1月は同3.0%増）（右図）。製品別では、前月同様に半導体素子やメモリの生産が増加した。機能別では、ロジックが同11.7%減となる一方、メモリは同33.6%増となった。メモリの在庫調整が進み、メモリ出荷が徐々に増加したと考えられる。

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

2026年3月期、わが国の大手電子部品・デバイスメーカーは厳しい市場環境を見込む
2024年1月～3月期の業績は好調を維持

わが国の大手電子部品・デバイスメーカー8社（8社は次頁の図表参照）の2025年1月～3月期における業績は、売上高が前年同期比2.5%増、営業利益が同24.9%増となった。情報通信機器及び民生機器需要が好調であることが要因とみられる。ただし、米国の関税引き上げを前にした駆け込み需要も要因である可能性がある。

用途別では、情報通信機器や民生機器用途が好調

1～3月期の各社業績を用途別でみると、データセンター（DC）やサーバーなどの情報通信機器、スマートフォンやPCなどの民生機器向け需要が堅調であった。また、産業機器用途は在庫調整が解消し、非常に緩やかに回復しつつある。本格的な回復は順調に行っても2025年後半以降とみられる。車載用途は、自動車生産台数の伸び悩みによって低調となったものの、ADAS（先進運転支援システム）など特定分野では需要が堅調であった。

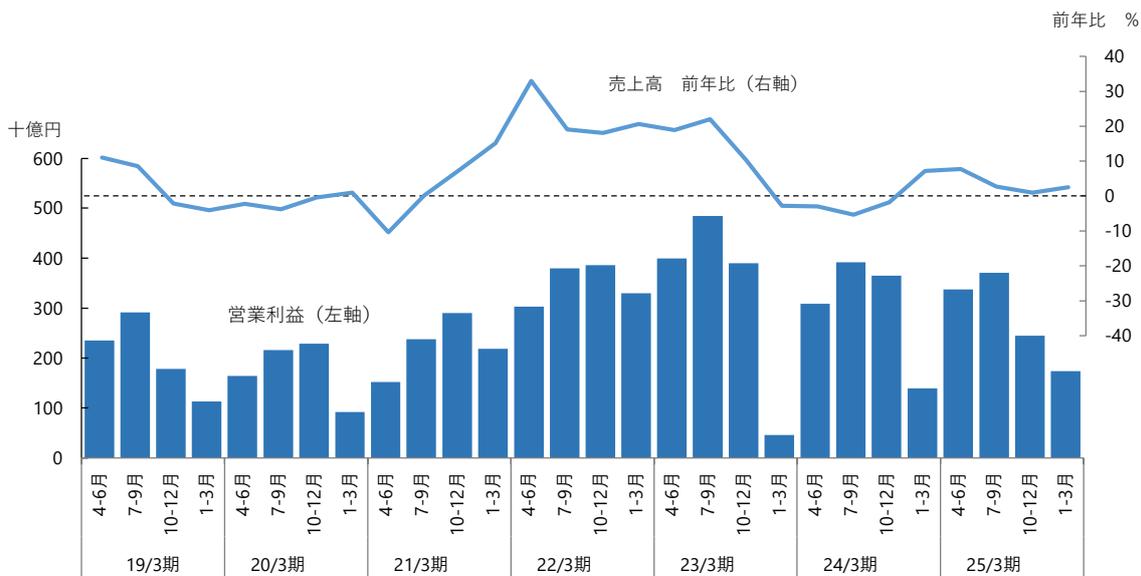
2026年3月期の電子部品・デバイス市場環境は厳しい見通し

大手電子部品・デバイスメーカー8社の2026年3月期における業績見通しは、増収減益が1社、減収増益が3社、減収減益が2社となった（その他に、通期業績見通しを未発表が1社、数%増収から減収と幅を持たせた見通しを発表した企業が1社）。多くの企業が減収を想定しており、2026年3月期は、厳しい市場環境となることが予想される。減収見通しの主な要因としては、円高の進行、主要最終製品である自動車や民生機器の低調さが挙げられる。業績予想の前提となる主要最終製品（PC、スマートフォン、自動車）の需要動向に関しては、PCが微増、スマートフォンが横ばい、自動車は微減と見込んでいる。

2025年5月現在、PCやスマートフォンは米国の相互関税の対象外となっている。しかし、ト

ランプ米大統領は PC やスマートフォンを別枠の関税の対象とする可能性を示唆している。今後の関税政策によって、米国におけるこれらの民生機器の価格が上昇し、販売が減少する可能性がある。電子・デバイス製品の最大用途として出荷台数が最も多い民生機器の需要の下振れは、当該分野のメーカーの業績に対して大きなマイナス要因となるだろう。今後、電子・デバイス分野の関税の動向に注視が必要である。

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・デバイスメーカー8社は、ニデック、ルネサスエレクトロニクス、TDK、京セラ、ヒロセ電機、村田製作所、日東電工、ローム。
出所：各社決算短信より浜銀総研作成

担当者



袴田 真矢

s-hakamata@yokohama-ri.co.jp

調査部 副主任研究員

半導体・電子デバイスなどテクノロジー領域を担当

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、物価高の継続による消費者マインドの弱さが自動車購入の足かせになっている。世界的には、米国の関税政策による不透明感が強く、貿易縮小と景気後退懸念から販売が伸び悩む可能性がある。
- 国内自動車メーカーの決算が出揃った。26年3月期の見通し、特に米国の関税政策による影響が注目されたが、政策の行方自体に不透明な点が多く、各社とも予想を立てづらかったようだ。今年は、実際の課税状況を見ながら小まめに見通しを更新する企業が多いと思われる。

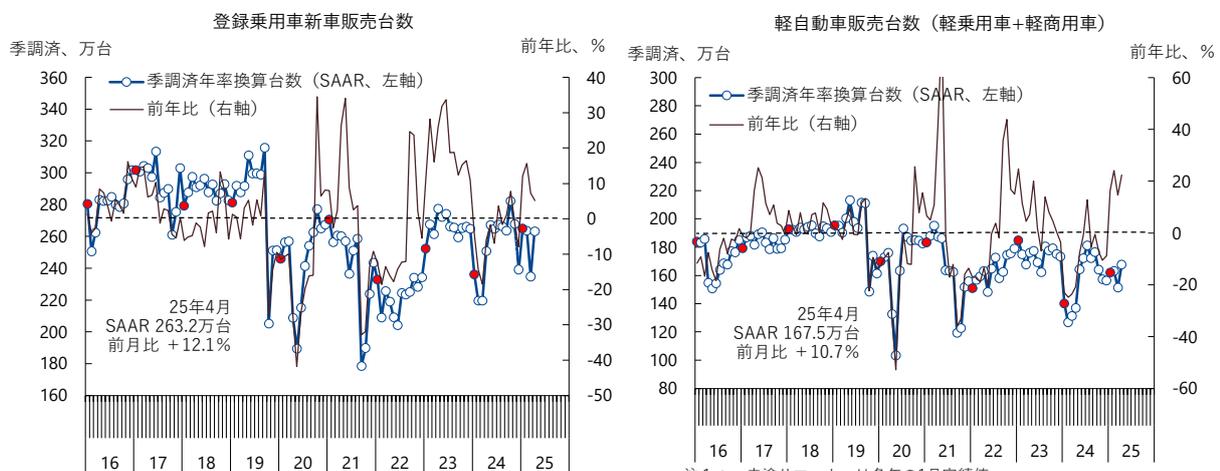
今月の統計と解説

<自動車（日本）>

日本市場における自動車販売は、データ上ではやや持ち直しの動きが見られるものの、消費マインドは相変わらず弱含んでいる。“トランプ関税”による先行き不透明感もあり、予断を許さない状況が続く。

2025年4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12.1%増の263.2万台、軽自動車が同10.7%増の167.5万台だった。前月は、中央発條の爆発事故により一部で部品供給不足となり生産に影響が出ていたが、それが払しょくされた。

前年比で見た4月の販売台数は、登録乗用車が5.2%増の19.1万台、軽自動車（乗用車+商用



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

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

車)が22.4%増の12.5万台といずれも4か月連続で前年比プラスとなった。前年は認証不正による出荷停止の影響があり、その分かさ上げされた。ダイハツの軽自動車販売は前年比142.5%増だったが、同社は昨年5月に全工場の稼働を再開しているため、5月の数値から足元の実力が現れてこよう。トヨタは小型車の寄与で前年比12.1%増と好調をキープも、ホンダは10.1%減、日産は19%減と不振。背景には、前年は他社の出荷停止により顧客が流れてきた影響で、比較値が若干高かったこともあったようだ。日産については新型車の投入が進んでいないことがネックとなった。

米トランプ政権の関税政策による景気動向への影響は未知数だが、今のところ国内の新車販売に大きな動きは見られていない。もっとも、先行き不透明感は相変わらずで、物価上昇に伴う消費者のマインドの弱さも引き続き重荷となりそうだ。

内閣府の「消費動向調査」(4月実施分)では、「暮らし向き」と「耐久消費財の買い時判断」が大きく悪化した。消費者態度指数の動きから見た消費者マインドの基調判断は、前月の「足踏みがみられる」から「弱含んでいる」に下方修正された。

同じく内閣府による「景気ウォッチャー調査」(4月実施分)では、景気の先行き判断DI(季節調整値)が42.7と前月を2.5ポイント下回った。このうち、家計動向関連DIも42.5と前月から2.1ポイント低下し、5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、「物価高が継続しているため、自動車の購入にも慎重な様子が続いている」「米国の関税引上げに振り回される形で、客も今後の景気を見極めようという意識からか、自動車などの高額商品の引き合いが減っている」「ガソリンの価格高騰の影響もあり、軽自動車は好調だが、普通車の売行きは芳しくなく、良い状況ではない」(コメント元の業種はいずれも乗用車販売店)などの声があった。

登録貨物車のSAARは前月比9.8%増の34.9万台で、3か月連続でプラスとなった。小型トラックが好調を維持したほか、普通貨物車が6か月ぶりにプラスに転じた。4月の販売で見ると、いすゞ自動車が前年比18.9%増の4,801台だったが、日野は同13.1%減の2,578台、三菱ふそうは同26.1%減の2,136台と明暗が分かれた。いすゞは小型トラックが同57.6%増と好調であり、普通自動車運転免許で運転可能な「エルフミオ」の販売が引き続き伸びていると見られる。

<自動車(海外)>

4月の米国市場のSAARは前月比2.4%減と3か月ぶりのマイナスとなった。一方、4月単月では前年比10.2%増と、前月の9.2%増から伸び率が拡大した。トランプ政権が4月2日に自動車、5月3日に自動車部品に対してそれぞれ25%の追加関税を発動しているが、販売価格に反映される前の駆け込み需要が販売を後押しした。

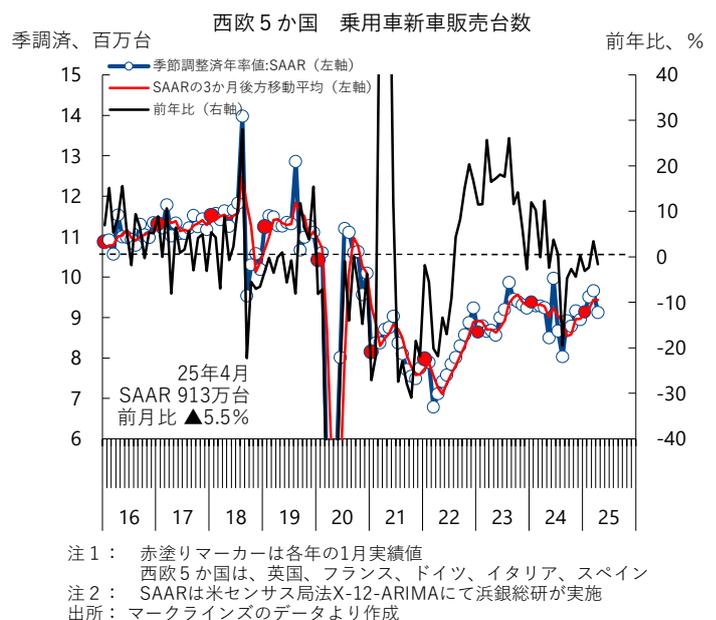
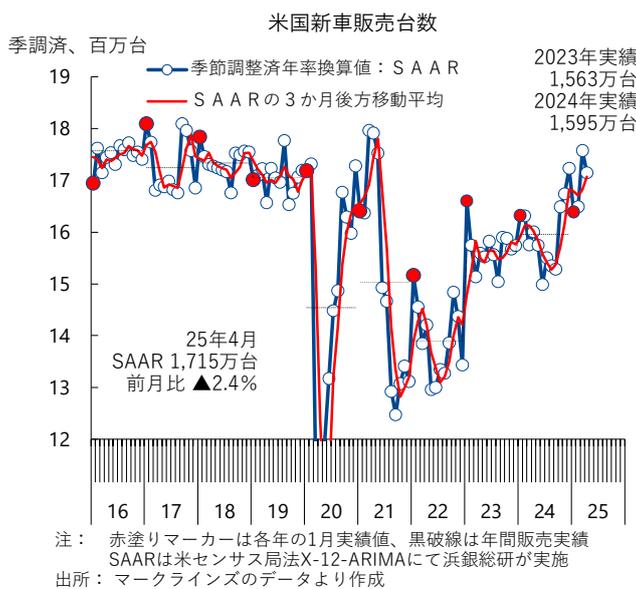
メーカー別では、GMが前年比19.6%増、フォードが同13.3%増と好調。ステランティスは3.9%増とプラス転換した。日系では、トヨタが前年比10.2%増と好調。レクサスが4月としては過去最高の販売を記録した。トヨタの在庫水準は全体で10日、HEVは5日を切る程度まで低下しているという。このほか、マツダが同21%増、ホンダが同18.1%増と大きく伸び、三菱自は同7.5%増、スバルは同0.3%増だった。一方、日産は同2.4%減と波に乘れなかった。テスラは同19.6%減と不振。イーロン・マスク CEO に対する反発から一部販売店で抗議運動が起きた影響が出た。

欧州市場では、4月のSAAR(西欧5か国分)が前月比5.5%減と4か月ぶりのマイナスとなっ

た。月次ベースでは、主力のドイツやフランスは前年比マイナスが続く。英国は同 10.4%減と前月の 12.4%増から大きく落ち込んだが、新エネルギー車の税制変更（4月から実質増税）を背景とした駆け込み需要の反動と見られる。今年は復活祭の時期が遅く、営業日数が少なかったことも影響したようだ。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続いているが、その余波でテスラの販売台数はドイツで前年比 45.9%減（前月は 42.5%減）、フランスで同 59.4%減（前月は 36.8%減）と減少率が拡大した。

中国市場では、4月の SAAR（輸出含む）が前月比 2.7%増の 3,050 万台となった。4月単月の中国国内販売は前年比 13.9%増の 179.2 万台、輸出は同 0.4%増の 43.1 万台だった。国内販売のうち、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）が同 37.6%増の 95.6 万台と好調。乗用車全体の 53.4%を占めている。政府による買い替え支援効果が続いているようだ。一方、日系では、トヨタが前年比 20.8%増の 14.3 万台と3か月連続でプラス成長となったが、日産が同 15.7%減、ホンダが同 40.8%減と苦戦が続く。

海外市場の動向は米国の関税政策に左右される状況が続きそうだ。米国市場では今後、各メーカーがコスト増加分を価格に反映する動きが出てくると見られ、消費者の購入意欲低下に繋がる懸念がある。世界的な貿易縮小と景気後退を招き、自動車販売が伸び悩む可能性もあろう。



<自動車部品>

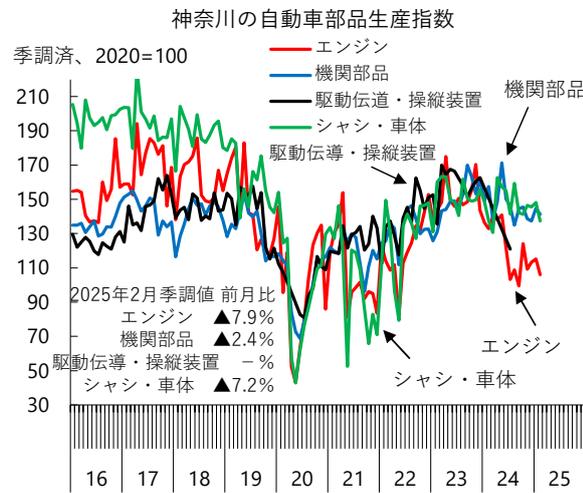
3月の全国の自動車部品生産指数（季節調整済み）は前月比 8.9%低下となった。マイナスとなるのは3か月ぶり。中央発條の爆発事故による部品供給不足、完成車メーカーの一時操業停止の影響でサプライチェーン全体が冷え込んだことが背景にあるようだ。今後は“トランプ関税”の影響が出てくる可能性が高く、生産の低迷が続くことが予想される。

2月の神奈川県自動車部品生産指数（同）は、エンジン、機関部品、シャシ・車体がいずれもマイナスに転じた。日産の生産台数が3月まで13か月連続で前年割れとなっており、厳しい状況が続きそうだ。

3月の自動車部品輸出額（同）は、全国分が前月比6.0%減の5,546億円、神奈川3港（横浜、川崎、横須賀）分が同7.6%減の674億円と、いずれも前月比で減少した。2月は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ようだが、3月は早くもこの反動減が現れ始めた可能性がある。



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



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

News

トヨタ、自動運転の普及で米 Waymo と戦略的提携

トヨタ自動車は2025年4月30日、米Waymo（ウェイモ）との間で自動運転の開発と普及における戦略的パートナーシップに関して基本合意したと発表した。両者は互いの強みを結集し、新たな自動運転の車両プラットフォーム開発における協業を目指す。Waymoの技術とトヨタのクルマづくりの知見を生かし、トヨタの将来の市販車両の自動運転技術の向上をともに模索していく方針。協業の範囲、詳細についてはさらなる議論を進めていく。

今回の基本合意について、トヨタの中嶋裕樹副社長は、「Waymoと自動運転技術を世界に普及させ、事故ゼロ社会へ一歩近づくことができると確信しています」と述べた。Waymoのテケドラ・マワカナ共同CEOは、「この戦略的パートナーシップを通じて、トヨタの車両を当社の配車サービスに導入し、Waymoの自動運転技術でトヨタのお客様に感動をお届けしていくことを楽しみにしています」としている。

Waymoは、米Alphabet傘下の自動運転車開発企業で、世界初の商用自動運転タクシーサービスのパイオニア。Googleの自動運転車開発部門が分社化して16年に誕生した。今年4月からは、日本交通とGOとの共同で、東京都心7区においてWaymo車両（ジャガー製）による試験走行を開始している。

日産自動車が新たな経営再建計画「Re:Nissan」を発表、従業員を2万人削減へ

日産自動車は5月13日、事業回復に向けた経営再建計画「Re:Nissan」を公表した。同計画は「変動費の削減」「固定費の削減」「市場戦略と商品戦略の再定義」「パートナーシップの強化」の4本柱からなる。変動費と固定費の計5,000億円削減、2万人規模の人員削減、工場の統合など

を進め、2026年度までに自動車事業における営業利益とフリーキャッシュフローの黒字化を目指す。

変動費と固定費はそれぞれ2,500億円削減する計画だ。前者については、先行開発や26年度以降の商品の開発を一時的に停止して、3,000人の従業員がコスト削減活動に集中的に取り組む。後者では、車両生産工場を27年度までに17から10の工場に統合し、24年度から27年度にかけて計2万人（発表済みの9,000人を含む）の人員削減を行う。これは同社の世界従業員数の15%に相当する。一方で、部品の種類を70%削減するとともに、プラットフォームの統合と最適化を進め、プラットフォームの数を35年度までに現在の13から7に減少させる考えだ。

今回の計画発表に先立ち、同社は5月9日、福岡県北九州市に建設予定だったLFP（リン酸鉄リチウムイオン）バッテリー工場の計画を断念すると発表していた。EV向け電池工場は日産の成長投資の一つで、同工場についても今年1月に自治体と立地協定を結んだばかりだが、4月の新体制の発足後、業績不振を受けて巨額投資は難しいと判断したもようだ。

同じ福岡県では、トヨタ自動車が苅田町にEV向けの次世代電池工場を建設する計画だ。しかし、今春予定していた地元自治体との立地協定の締結式が延期され、工場建設も実質的に先送りされている。

Pick Up

各社決算が出揃う、トヨタは2か月で関税の影響1,800億円を織り込む

国内自動車メーカー9社の2025年3月期決算が出揃った（別表参照）。今回の決算では、これまで以上に今期（26年3月期）の見通し、とりわけ“トランプ関税”による影響や対応方針に注目が集まった。関税政策の行方自体に不透明な点が多いため具体的な見通しが立てづらいというメーカーの本音も聞かれた。

トヨタ自動車は今期、営業利益が前年比21%減の3.8兆円になると見込む。関税の影響として暫定的に4・5月分のみで1,800億円を織り込んだ。単純に年間換算すると1.08兆円となり、営業利益の28.4%に相当する。6月以降の見通しについてはさらなる発表が待たれるが、同社は場当たり的な対応、すなわち安易な値上げは行わない方針を示している。

ホンダは今期の営業利益を前年比55.8%減の5,000億円と見込む。減益額として、為替影響で4,520億円（為替レート的前提は対米ドルで135円）、関税影響で6,500億円を織り込んだ。同社は、為替・関税影響を除いた営業利益は1.4兆円（前期同等の営業利益率6.2%が前提）としており、この2項目が利益を大きく下押しする形になる。

日産自動車は、米国の関税政策による環境の不確実性を踏まえ、合理的に算定することが困難であるとの理由から今期の営業利益を未定とした。一方で、関税のグロス影響額見込み（軽減対策前）を最大で4,500億円と見積もっている。これは25年3月期の営業利益697億円の約6.5倍に相当する額だ。

マツダも、先行き不透明な経営環境に鑑みて今期の見通しを未定とした。同社は、米国販売台数の26.5%（24年）を占めるメキシコ製車両については米国・メキシコ・カナダ協定（USMCA）に適合する（関税減免）とするが、米国以外からの調達部品に対しては関税の影響があると言うにとどめ、具体的な数字は明らかにしなかった。一方、4月単月では90億～100億円の関税影響

があったとした。月間100億円として年間換算すると1,200億円になるが、これは25年3月期の営業利益1,861億円の64.5%に当たる。

日系自動車各社の決算動向

年度実績

社名	24年3月期		25年3月期				営業利益増減要因の分析				
	売上高 億円	営業利益 億円	売上高 億円	営業利益		利益増減	前年差(億円)				
				前年比	前年比		台数・構成	原価低減	その他	為替影響	
日産自動車	126,857	5,687	126,332	-0.4%	698	-87.7%	-4,989	-2,998	120	-2,475	364
いすゞ自動車	33,867	2,931	32,081	-5.3%	2,291	-21.8%	-640	-370	-210	-305	245
トヨタ自動車	450,953	53,529	480,367	6.5%	47,956	-10.4%	-5,573	-200	0	-11,273	5,900
日野自動車	15,163	-81	16,972	11.9%	575	黒字化	656	523	-143	98	178
三菱自動車	27,896	1,910	27,882	-0.0%	1,388	-27.3%	-521	37	-26	-661	129
マツダ	48,277	2,505	50,189	4.0%	1,861	-25.7%	-644	-621	-212	-250	439
本田技研工業	204,288	13,820	216,888	6.2%	12,135	-12.2%	-1,685	-2,336	5,250	-3,663	-936
スズキ	53,575	4,938	58,252	8.7%	6,429	30.2%	1,490	1,526	130	-665	499
SUBARU	47,029	4,682	46,858	-0.4%	4,053	-13.4%	-629	-1,231	-110	-248	960
合計	1,007,905	89,921	1,055,820	4.8%	77,386	-13.9%	-12,535	-5,670	4,799	-19,442	7,778

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、いすゞ自動車は2026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

年間計画

社名	25年3月期		26年3月期(会社計画)				営業利益増減要因の分析				
	売上高 億円	営業利益 億円	売上高 億円	営業利益		利益増減	前年差(億円)				
				前年比	前年比		台数・構成	原価低減	その他	為替影響	
日産自動車	126,332	698	125,000	-1.1%	(未)	(未)	-698	600	-184	86	-1,200
いすゞ自動車	32,081	2,291	33,000	—	2,100	—	-191	960	-95	-1,481	425
トヨタ自動車	480,367	47,956	485,000	1.0%	38,000	-20.8%	-9,956	2,600	-3,050	-2,056	-7,450
日野自動車	16,972	575	15,000	-11.6%	400	-30.4%	-175	-25	10	10	-170
三菱自動車	27,882	1,388	29,500	5.8%	1,000	-28.0%	-388	735	-33	-580	-510
マツダ	50,189	1,861	(未)	(未)	(未)	(未)	(未)	(未)	(未)	(未)	(未)
本田技研工業	216,888	12,135	203,000	-6.4%	5,000	-58.8%	-7,135	1,561	2,500	-6,676	-4,520
スズキ	58,252	6,429	61,000	4.7%	5,000	-22.2%	-1,429	1,454	0	-2,083	-800
SUBARU	46,858	4,053	(未)	(未)	(未)	(未)	(未)	(未)	(未)	(未)	(未)
合計	1,055,820	77,386	951,500	-0.8%	51,500	-27.2%	-19,971	7,885	-852	-12,779	-14,225

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、いすゞ自動車は2026年3月期からIFRSを適用。

注: 「—」は記載なし(IFRS適用に伴うもの)。「(未)」は未定。日産といすゞの利益増減は決算資料内の「営業利益増減分析」を採用。

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



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」、6か月先の「雨」を継続する。
- 現状、居酒屋業態では顧客の節約志向や競合他社との価格競争等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、家計が外食支出抑制の動きを強めると考えられる。居酒屋業態では他業態よりも早期に客数減や減収の動きが及ぶと懸念される。

今月の統計と解説

3月も外食産業売上高は前年比プラスだが、一部の業態では客数が前年割れとなる

外食産業では2022年後半以降、メニュー価格の引き上げ（値上げ）が相次ぐ中、客単価の上昇と客数の増加によって売上高を伸ばしている。ただし、客数の増加に関しては外食チェーン（外食企業）や外食業態による差が拡大しており、一部の業態では客数が前年割れとなっている点に留意が必要である。

外食チェーンの業界統計¹によると、2025年3月の外食産業全体の売上高は前年比7.0%増、客単価は同4.4%増、客数は同2.5%増であった（右図）。歓送迎会や春休みの行楽等に伴う外食機会が増加したとみられることから、外食産業全体の客数は堅調であった。

3月はハンバーガーチェーン大手の「マクドナルド」と「モスバーガー」が値上げを実施したが、両チェーンの3月の既存店客数はそれぞれ前年比4.8%増、同5.2%

増と高い伸びを維持した。一方、業界統計で3月の業態別の客数をみると、パブ・ビアホール（同1.8%減）、焼き肉ファミリーレストラン（前年比1.7%減）、持ち帰り米飯/回転寿司（同1.2%減）、居酒屋（同0.5%減）で前年割れとなった。焼き肉や回転寿司は昨年来の値上げの影響が続いていると推察される。足元では食料品や日用品等、生活必需品の値上げが相次いでおり、家計では外食支出抑制の動きが強まっている（次頁、右上図表）。このため、顧客は利用する外食業態や外食チェーンを選別する動きが強まっていると考えられる。

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

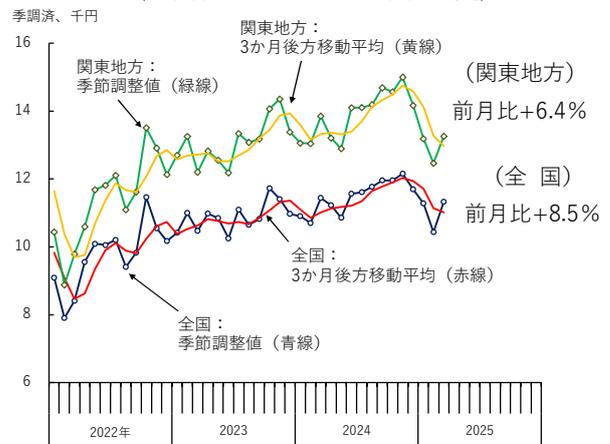
¹ 一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査 2025年3月度 結果報告」

3月の実質外食支出金額（季節調整済）は前月比プラスとなったものの、金額の水準は低い

総務省「家計調査」によると、2025年3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8.5%増（同891円増）、関東地方が同6.4%増（同797円増）となった（右上図）。全国、関東地方とも、4か月ぶりに前月比プラスとなったものの、金額の水準は2024年後半を下回っていることから、家計は外食支出を抑制しているといえる。

3月の一般外食³の消費者物価指数は全国が前年比4.1%上昇、東京都区部が同5.3%上昇となり、引き続き高い伸びとなった。この先も、食材価格や人件費等の上昇が見込まれることから、外食のメニュー価格への上昇圧力はさらに強まると考えられる。また、足元では外食以外にも、数多くの生活必需品の値上げが続いており、家計では外食支出を抑制する動きが一段と強まると考えられる。

1世帯当たり外食支出金額
（全国、二人以上の世帯、実質）



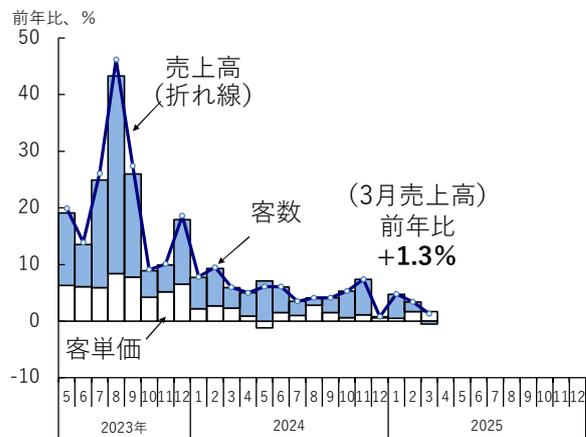
注1：用途分類、学校給食を除く
注2：実質化と季節調整は浜銀総研が実施
出所：総務省「家計調査」より浜銀総研作成

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。家計の節約志向の強まりや競合店との価格競争等の影響で、コスト上昇分のメニュー価格への転嫁が十分に進まず、居酒屋業態の収益は厳しい状況にあるという見方は変わらない。

2025年3月の居酒屋業態の売上高は前年比1.3%増と小幅な伸びにとどまった（右下図）。3月の客数は同0.5%減で、2022年12月以来、27か月ぶりの前年割れとなった。歓送迎会等の宴会予約は堅調であったが、月初の降雪で予約のキャンセルが発生したことや、前年に比べて少人数の宴会が増えたこと等が客数が前年割れとなった直接的な要因となった。これらの要因に加えて、家計が外食支出を抑制する中、顧客は居酒屋業態での外食に対して消極的な態度を強めていることが客数の伸び悩みの背景にあると考えられる。

居酒屋業態の売上高の推移



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

3月の居酒屋業態の客単価は前年比1.7%増となった。前月（2月）の伸び率と同値だが、引き続き、外食産業全体の伸び率（3月、同4.4%増）には及ばない状況である。居酒屋チェーンでは

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。

食材や人件費等、コスト上昇分のメニュー価格への転嫁が十分進んでいないことに加え、家計の節約志向に呼応すべく、クーポンによる割引等、価格競争が続いているためと考えられる。

6か月先の居酒屋の業況判断は「雨」を継続する。米国の関税政策により、わが国の企業業績に不透明感が増している。この先の賃金や雇用環境等への不安が高まっていることから、家計は外食支出を抑制する動きを一段と強めると考えられる。過去の経験からして、居酒屋業態では他業態よりも早期に客数減や減収の動きが及び、そのインパクトも大きくなることが懸念される。また、2025年4月からのビール類の出荷価格を引き上げに加え、10月には最低賃金の引き上げによる人件費の更なる上昇も見込まれることから、居酒屋の業況は一段と厳しさを増すと考えられる。

News

外食大手の2025年春闘、過去最高の賃上げ

昨年に引き続き、2025年の春闘も外食産業では過去最高水準の賃上げとなった（図表）。外食産業は一般的に他業種に比べて給与水準が低いことから、人手不足への対応や従業員の生活水準の維持・向上、業務に対するモチベーションの向上等の観点から、近年、大手外食チェーンを中心に賃上げの動きが活発化している。ただし、賃上げによる人件費増加はコスト上昇要因であり、外食企業における収益拡大が今後の課題となる。このため、社員が新たなメニューや店舗・業態開発等を進めることにより、付加価値の高いサービスを提供することが期待される。

図表 2025年の主な大手外食企業の賃上げ状況

株式会社すかいらーくホールディングス	<ul style="list-style-type: none"> ・ベースアップと定期昇給を合わせて平均約6.5%（23,375円）の賃上げ ・昨年の6.22%を上回る賃上げ率 ・3年連続で組合要求に対して満額回答、2014年の再上場以来、最大の賃上げ率 ・すかいらーくホールディングスとすかいらーくレストランズの正社員約4,340人が対象
株式会社松屋フーズホールディングス	<ul style="list-style-type: none"> ・定期昇給とベースアップ、新卒初任給の引き上げ（大卒初任給250,000円⇒265,000円）を含めて賃上げ率は平均7.41% ・その他賃金改定などを含めると最大10.12% ・昨年の10.9%に続き2年連続で10%台の賃上げ率 ・正社員約2,000人が対象
株式会社ゼンショーホールディングス	<ul style="list-style-type: none"> ・ベースアップと定期昇給を合わせて平均11.2%の給与引き上げ ・給与引き上げ額（月例給与額一人平均47,390円）は過去最高 ・ベースアップは13年連続 ・正社員1,339名が対象
株式会社王将フードサービス	<ul style="list-style-type: none"> ・組合要求22,200円に対し、平均30,139円（8.2%）の賃上げを実施 ・3年連続の賃上げ
株式会社モスフードサービス	<ul style="list-style-type: none"> ・3%のベースアップと定期昇給2%と合わせて、合計約5%の賃上げ ・ベースアップは昨年に続いて2年連続 ・全社員約650名が対象

出所：各種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

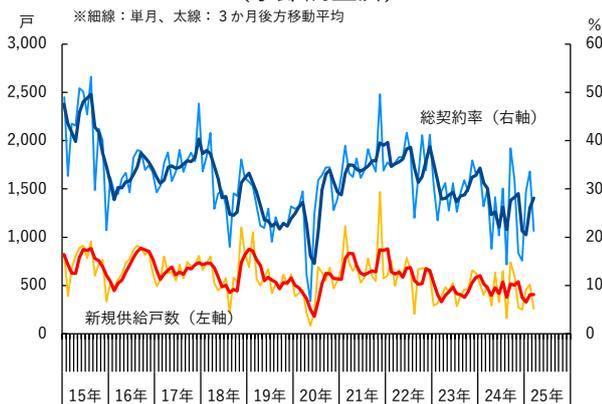
- 住宅販売とオフィス賃貸の業況判断は、現状、6か月先ともに前月号から変更なし。
- 住宅販売をみると、新築マンション、建売住宅の販売市場では、販売価格や登録価格の高値が重荷となり、需要が弱含みで推移。一方で、新築住宅の販売価格の高さから、相対的に割安な中古マンション市場に住宅取得需要がシフトしている可能性がある。
- オフィス賃貸市場では、空室率が低下傾向にあり、募集賃料も緩やかな上昇傾向を維持している。景気の先行き不透明感が強い点には依然として注意を要するものの、空室率の低下と賃料の緩やかな上昇が続くと見込まれる。

今月の統計と解説

神奈川県内の住宅販売の判断は、現状、6か月先ともに前月号から変更なし。新築住宅は、販売価格が高値で推移していることを背景に、全体として需要が弱含んでいる。3月の新築マンションの総契約率（季節調整済）は、3か月後方移動平均が28.1%と上向いているものの、引き続き

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り越し販売分を含めて計算した契約率。

出所：不動産経済研究所資料より浜銀総研作成

建売住宅販売（神奈川）

(季節調整済)



注1：季節調整は浜銀総研が実施。

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

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

出所：東日本不動産流通機構「月例マーケットウォッチ」より浜銀総研作成

低位でとどまっている。他方で、4月の建売住宅の成約率は、特殊要因¹で大きく押し上げられている。神奈川県内の建売住宅の着工戸数が低水準で推移していることを踏まえると、依然として需要は低迷していると考えられよう。一方で、中古マンションの成約率（季節調整済）は4月に8.02%と前月比でやや低下したものの、3か月移動平均は上昇している。住宅取得需要が相対的に手頃な価格帯の中古マンション市場へシフトしている可能性が考えられる。新築住宅の販売価格は、建築コストの高止まりに伴い今後も高水準で推移することが予想される。従って、新築住宅の取得需要の回復には依然時間を要しよう。

県内のオフィス賃貸の判断も現状、6か月先ともに前月号から変更なし。横浜ビジネス地区の4月の空室率は6.45%と前月比で低下し、引き続き順調に空室の消化が進んでいる。また、同月の平均募集賃料も3月比上昇の13,034円/坪と、緩やかながらも上昇基調を維持している。当面は大規模物件の新規供給が予定されていないため、需給バランスが大きく崩れることは考えにくい。景気の先行き不透明感が強い点には注意を要するものの、今後も空室率の低下と平均募集賃料の緩やかな上昇が続くと見込まれる。

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。

Pick Up

都心での高額物件の販売により首都圏の分譲マンション平均価格が急騰

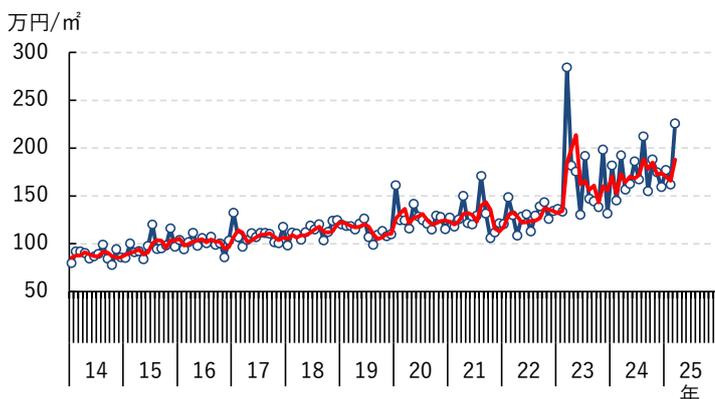
不動産経済研究所が4月21日に公表した2025年3月の首都圏新築分譲マンション動向によると、首都圏の分譲マンション価格が平均で1億485万円、平米単価が158.9万円となった。首都圏のマンション販売価格が「平均」で1億円を超えたのは、2023年3月以来2年ぶりであり話題となった。3月は、中央区や港区、豊島区で最高分譲価格が5億円を超える物件が販売され、これらの物件を中心とする都心の高額物件の販売が、首都圏全体の平均単価を押し上げた主な要因と考えられる。

東京23区の3月の販売動向をみると、平米単価は225.5万円と依然高い水準となった（図表1）。高額物件の販売が集中したにもかかわらず、初月契約率は85.2%となり、好不調の分岐点とされる70%を大幅に上回った（図表2）。例えば、リビオタワー品川の第1期1次販売分221戸は即日完売した。

平米単価が高水準で推移していることから明らかのように、東京23区では1億円以上の高額物件の供給割合が上昇傾向にある。2024年の東京23区の新築マンション販売戸数の割合を価格帯別にみると、超高価格帯（1億円以上）の構成比が高まっている（図表3左図）。神奈川県内でも高価格帯物件の割合が年々上昇しており、超高価格帯（1億円以上）を含め、7,000万円超9,000万円以下の物件を中心に構成比が高まっている（図表3右図）。

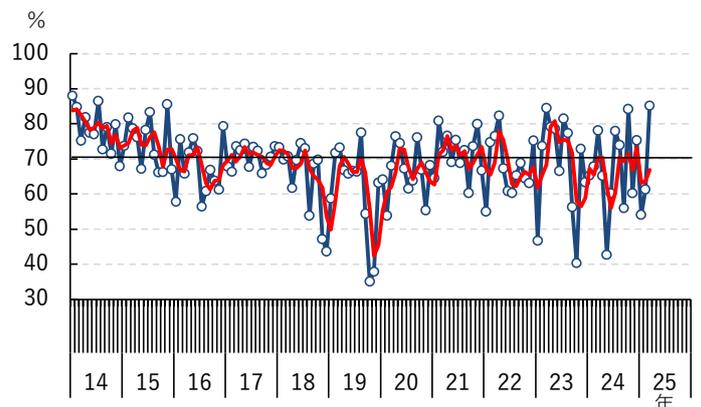
デベロッパーは、新築マンションの建設に関わるコストの増加に合わせて、需要が見込めるエリアを中心に販売価格を引き上げてきたと推察する。今後も、建築費は高水準で推移することが見込まれる。このため、高所得者層を中心に一定の需要が見込める東京都心部や、都心までの交通アクセスの良い神奈川県内地域でも高価格帯を維持した販売が続く可能性が高いとみる。

図表1 新築マンションの1㎡当たり単価の推移
(東京23区)



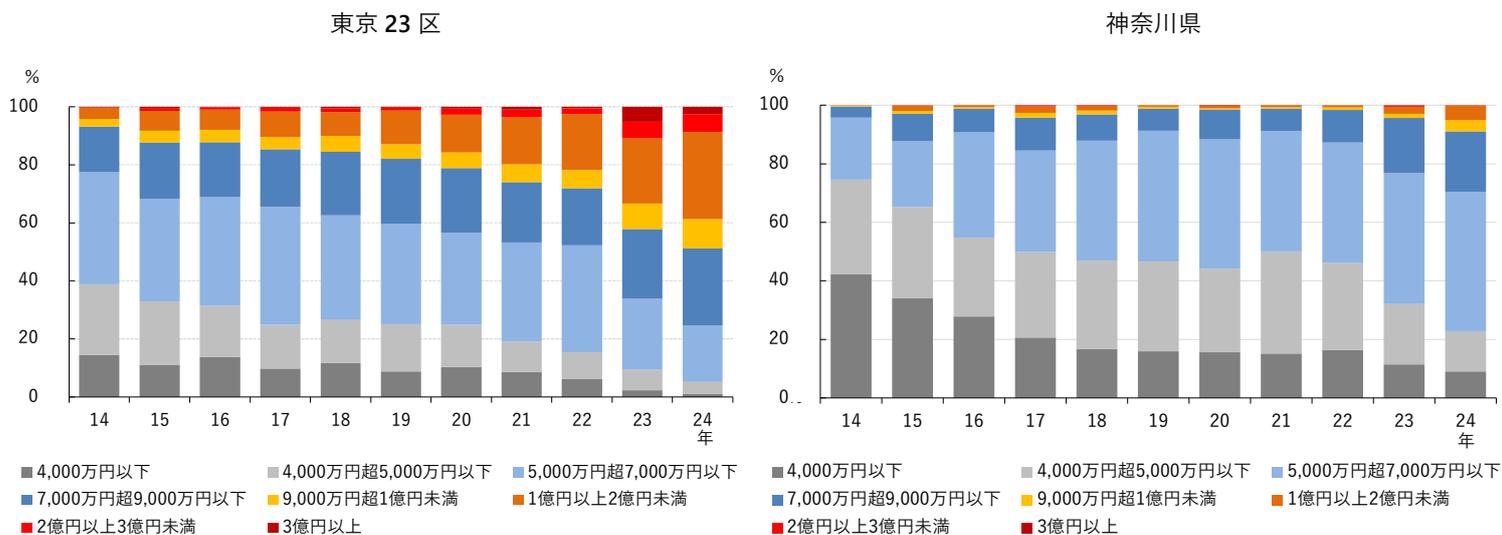
出所：不動産経済研究所資料より浜銀総合研究所作成

図表2 新築マンションの初月契約率の推移
(東京23区)



出所：不動産経済研究所資料より浜銀総合研究所作成

図表3 価格帯別にみた新築マンション販売戸数の割合



出所：不動産経済研究所資料より浜銀総合研究所作成

担当者



田口 恵理子
e-taguchi@yokohama-ri.co.jp
 調査部 副主任研究員
 不動産、地域経済等を担当



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 4～12 月の患者数・医療費（収入）は、入院・入院外（外来）ともに前年を上回った。
- ただし、入院については、患者数の伸びが小幅にとどまった。平均在院日数の短縮や在宅医療の利用が進むことにより、患者数の伸びが鈍化している可能性がある。
- 外来では患者当たり単価が低下した。前年よりも呼吸器感染症の患者数が少なかったことや、2024 年度診療報酬改定により一部で報酬の引き下げが行われたことが要因と考えられる。

今月の統計と解説

2024 年 4～12 月の医療費は入院、入院外ともに前年を上回った

神奈川県内の医療機関における 2024 年 4～12 月の入院医療費は、前年比+2.9%だった。延患者数が前年比+0.7%と増加するとともに、患者当たり単価（患者 1 人 1 日あたり医療費）も同+2.1%と上昇していた。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▲0.7%と低下したが、患者数が前年比+1.7%と増加したため、医療費は同+1.0%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）も増加しているといえる。ただし、入院の患者数の伸び率は、入院患者の過半数を占める 75 歳以上人口が増加傾向にあること¹を踏まえると、小幅にとどまったといえる。2024 年度診療報酬改定において平均在院日数の短縮を促す見直しが行われたことや、在宅医療の利用が進むこと等により、患者数の伸びが鈍化している可能性がある。

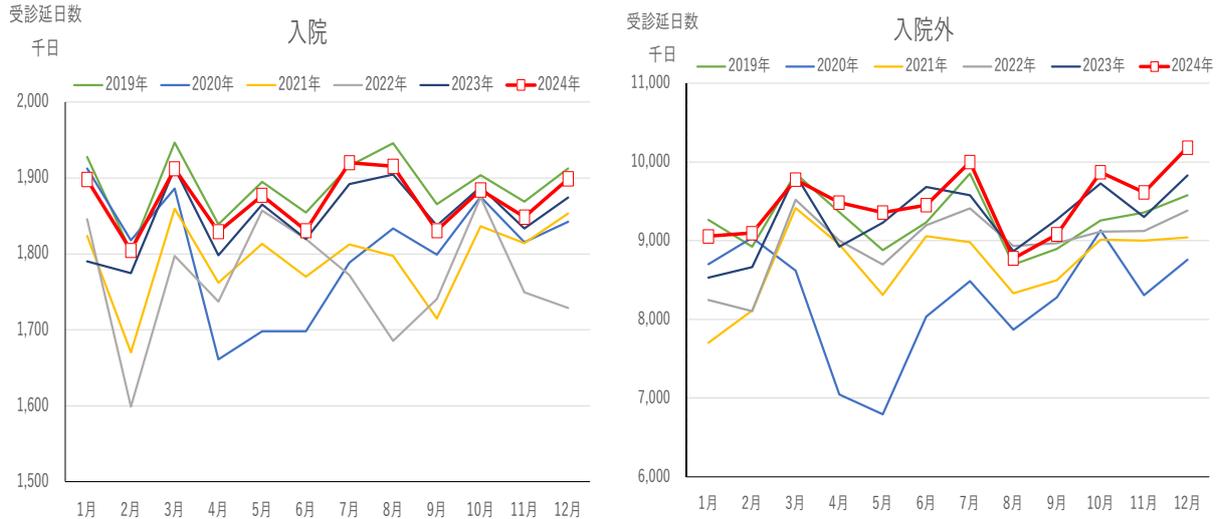
入院外においては、患者当たり単価が前年比▲0.7%と低下した。2024 年度の前半はインフルエンザや新型コロナウイルス感染症の患者数が前年よりも少なく、初診料や検査の対象となる患者（再診患者や通常の風邪の患者よりも単価が高くなることが想定される）の数が少なかったことや、内科系において、2024 年度診療報酬改定により報酬が引き下げられた（生活習慣病管理料）ことが、患者当たり単価の低下につながったと推察される。

先行きについては、高齢者数の増加に伴い入院・外来ともに当面は患者数の増加が続くことが予想される。ただ、平均在院日数の短縮や在宅医療の利用が進むことにより、患者数の伸びが鈍化している可能性があることに留意が必要である。

外来では、感染症の発生状況によって患者数及び医療機関の収入が大きく左右される可能性がある。加えて、一部の医療機関（内科系クリニック等）においては、報酬改定により生活習慣病管理料が引き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。

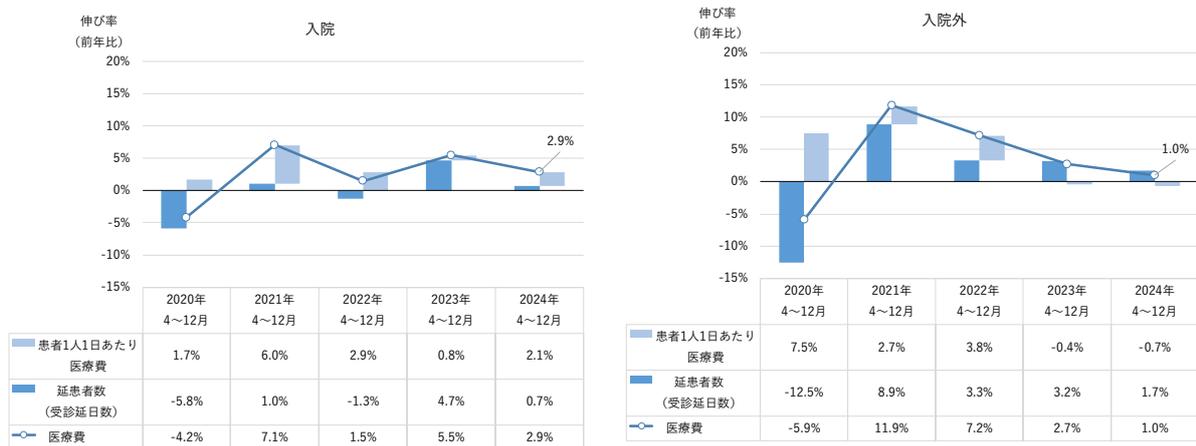
¹ 国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、神奈川県の 75 歳以上人口は、2020 年から 2025 年までの 5 年間で毎年 3.5%の増加が見込まれている。

図表1 神奈川県における医療機関における延患者数の推移



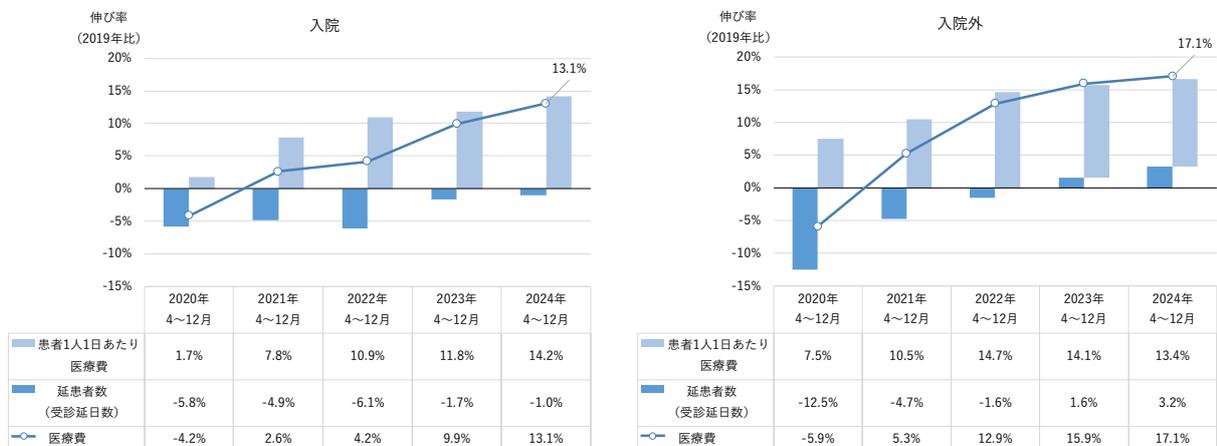
出所：厚生労働省「概算医療費データベース」より作成

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



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



出所：厚生労働省「概算医療費データベース」より作成

News

湘南東部で133床の病床配分を決定

神奈川県は4月、2024年度の湘南東部医療圏における病床配分の公募（病床整備事前協議）の結果を公表した。2024年度は、県内の9医療圏のうち、横浜と湘南東部の2つの医療圏で公募が行われ、横浜では3病院に対して40床の配分を行うことが既に公表されている（産業マンスリー2025年4月号参照）。

湘南東部では、「回復期または慢性期機能を担う病床」が公募対象で、募集枠を大きく上回る316床（9病院）の応募があった。審査の結果、7病院（うち1病院は新設）に対して計133床の病床がそれぞれ配分されることとなった。

図表 湘南東部医療圏における2024年度の病床配分結果

医療機関名等	病院所在地	配分病床数		
		一般	療養	合計
医療法人社団健育会 湘南慶育病院	藤沢市	0	20	20
医療法人篠原湘南クリニック クローバーホスピタル	藤沢市	3	0	3
医療法人徳洲会 山内病院	藤沢市	6	0	6
医療法人社団村田会 村田会湘南大庭病院	藤沢市	0	8	8
療法人徳洲会 湘南藤沢徳洲会病院	藤沢市	41	0	41
医療法人社団桐杏会 メディカルパーク第2病院（仮称）	藤沢市	15	0	15
医療法人徳洲会 茅ヶ崎徳洲会病院	茅ヶ崎市	40	0	40

出所：神奈川県「令和6年度 病床整備事前協議について」

なお、2025年度は川崎北部で166床、相模原で91床分（数値は2024年時点の見込みであり変動する可能性がある）の病床配分の公募が行われる予定である。

Pick Up

かかりつけ医機能報告制度が4月より施行

医療機関に対し、かかりつけ医機能の報告を求める「かかりつけ医機能報告制度」が2025年4月より施行された。

かかりつけ医機能とは、慢性疾患を有する高齢者など、継続的な医療を必要とする人に対して日常的な診療を総合的かつ継続的に行う機能のことである（医療法上の定義については後掲の「図表1」参照）。

そして、かかりつけ医機能報告制度は、医療機関に対し、かかりつけ医機能の有無や有する機能の具体的な内容を都道府県に報告することを義務付けるものである。2023年の医療法等の改正によって制度化された。

制度創設の目的は、患者への情報提供と地域におけるかかりつけ医機能の確保

制度創設の背景には、高齢化と医療従事者の不足がある。この先、複数の慢性疾患や認知症、介護ニーズといった複合的なニーズを抱える高齢者が増加することが見込まれる。一方、生産年

齢人口が減少する中、医療従事者の確保には制約がある。そのため、慢性疾患等の複合的なニーズを抱える高齢者に対し、①日常的な診療や指導、②通常の診療時間外の診療、③入退院時の支援、④在宅医療、⑤介護サービスと連携した医療などを総合的に提供する体制を、医療機関等が連携して効率的に構築していくことが求められる。

そこで、報告を通じ、かかりつけ医機能を有する医療機関及びその医療機関が担うことができる機能を明確化し、患者に情報提供することで、患者の適切な医療機関の選択に資することが制度創設の狙いの一つである。また、もう一つの狙いは、報告により地域におけるかかりつけ医機能の確保状況を確認し、不足する機能を確保するための方策（例：夜間・休日対応の調整、在宅患者の24時間対応の調整等）の検討・実施につなげることである。

図表1 かかりつけ医機能報告制度の概要

かかりつけ医機能とは？

- ・ 「身近な地域における日常的な診療、疾病の予防のための措置その他の医療の提供を行う機能」（医療法第6条の3第1項）

報告制度の概要

- ・ 報告対象医療機関は、かかりつけ医機能の有無・内容を都道府県に報告。
- ・ 都道府県は、報告をした医療機関がかかりつけ医機能の確保に係る体制を有することを確認し、外来医療に関する「地域の協議の場」に報告するとともに、公表。
- ・ 都道府県は、「地域の協議の場」において、地域においてかかりつけ医機能を確保するために必要な具体的な方策を検討し、公表。

報告内容

1号機能

- ・ 継続的な医療を要する者に対する発生頻度が高い疾患に係る診療その他の日常的な診療を総合的かつ継続的に行う機能を有すること
- ・ かかりつけ医機能に関する研修の修了者の有無、総合診療専門医の有無
- ・ 17の診療領域ごとの一次診療の対応可能な有無、いずれかの診療領域において一時診療を行うことができること
- ・ 医療に関する患者からの相談に応じることができること

2号機能

- (1) 通常の診療時間外の診療
自院又は連携による通常の診療時間外の診療体制の確保状況 等
- (2) 入退院時の支援
後方支援病院の確保状況、地域連携クリティカルパスへの参加状況 等
- (3) 在宅医療の提供
自院又は連携による在宅医療を提供する体制の確保状況、訪問診療・往診・訪問看護の診療報酬項目の算定状況、看取りの実施状況 等
- (4) 介護サービス等と連携した医療提供
介護サービス等事業者と連携して医療を提供する体制の確保状況
地域の医療介護情報共有システムの参加・活用状況 等

出所：厚生労働省資料より浜銀総研作成

報告制度では、医療機関が有する機能や連携体制の報告が求められる

報告制度では、医療機関がかかりつけ医としてどのような診療を行うことができるかや、かかりつけ医機能を有している場合には、時間外の診療、在宅医療、入退院支援等に関してどのような体制を有しているか（自院における体制と、他院との連携体制）を報告する（図表1）。

報告結果が公表され、比較されることを踏まえて準備を進めておくことが必要

報告制度の運用が開始されると、「かかりつけ医研修の修了者の有無」や、「通常の診療時間外の診療体制の確保状況」、「在宅患者の後方支援病院の確保状況」、「地域の医療介護情報共有システムへの参加状況」などが、患者に対して比較可能な形で公表されることになる。

報告制度はこれらの全ての項目への対応を求めるものではないが、報告結果が公表され、比較可能になることを念頭に置くと、かかりつけ医として期待される役割を幅広く担えることを患者やその家族に対してアピールできることが望ましい。

医療機関から都道府県への報告は2026年1月頃から開始される見通しである(図表2)。地域においてかかりつけ医としての役割を担うことを目指す医療機関は、報告の開始までに、かかりつけ医機能に関する連携体制の構築・明確化(通常の診療時間外の診療を確保するための連携先の確保、在宅医療における24時間対応のための連携先の確保、後方支援病院の確保など)を進めることが求められる。

図表2 スケジュール

時期	内容
2025年11月頃～	医療機関に報告依頼
2026年1～3月	医療機関からの報告 都道府県は、報告をした医療機関が、かかりつけ医機能の確保に係る体制を有することを確認
2026年4月～	協議の場での協議 報告結果の公表

出所：厚生労働省「かかりつけ医機能報告制度に係る自治体向け説明会(第2回)資料(2025年1月31日)」より作成

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、現状は「曇り」を継続し、6か月先は「曇り」から「雨」に引き下げる。
- 現状、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。一方、小売事業の売上高の数値は比較的堅調であることを示しているが、これは値上げ前の駆け込み需要が押し上げ要因となっているためであり、駆け込み分を除いてみると、業況は芳しくないとみる。
- 6か月先については、米国の関税政策によって、世界的な景気後退への懸念や日本企業の業績の不透明感が増している。外国人の宿泊需要がピークアウトすることでホテル事業の業績が伸び悩むことや、家計の消費マインドが弱含むことで小売事業の業績が低迷することが危惧される。

今月の統計と解説

鉄道周辺事業の6か月先の業況判断を「雨」に引き下げる

鉄道周辺事業の現状判断は「曇り」を継続する。直近2025年3月の業況をみると、ホテル客室稼働率は高水準を維持している。小売事業については、統計数値は比較的堅調であることを示しているが、百貨店では化粧品、スーパーマーケットではビールやトイレットペーパー等、値上げ前の駆け込み需要が売上高の押し上げ要因となっており、需要が前倒しで顕在化している状況である。家計の節約志向が根強いことに変わりなく、駆け込み分を除いてみると、業況は統計数値が示すほどではないとみる。

鉄道周辺事業の6か月先の業況判断は「曇り」から「雨」に引き下げる。この先、米国の関税政策による世界的な景気後退への懸念から、鉄道系のホテルの高い客室稼働率を支えてきた外国人の宿泊需要が伸び悩む可能性がある。また、日本の企業業績に対する不透明感が増しており、家計では賃金や雇用環境への不安が高まっている。この先、家計による消費抑制の動きが一段と強まり、日本人の行楽や出張等に伴う宿泊需要も伸び悩むことも考えられる。一方、小売事業については、今年の春闘の賃上げ率が高い伸びとなったものの、この先も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、前述のように賃金や雇用への不安が高まることで消費者マインドが弱含む、小売事業の業績が低迷することが危惧される。

3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

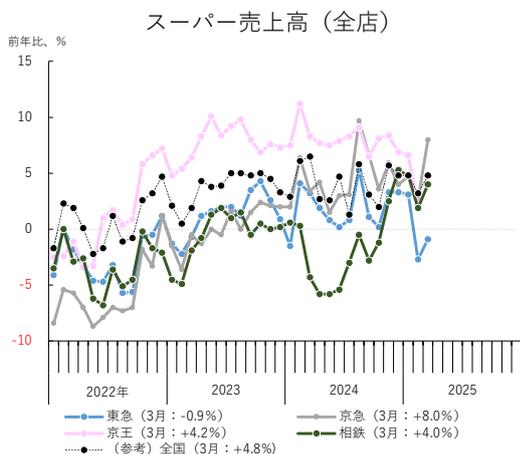
全国の食品スーパーマーケット（鉄道系以外を含む）の3月の売上高は前年比4.8%増であった。コメや青果の価格高騰による商品単価の上昇に加えて、ビールや調味料、トイレットペーパー等、値上げ前のまとめ買い（駆け込み需要）が売上高を押し上げた。

鉄道系スーパー¹の 2025 年 3 月の売上高は相鉄が前年比 4.0%増で、増収率は前月（2 月、同 1.9%増）に比べて拡大（良化）した。東急は同 0.9%減と 2 か月連続で前年割れだが、前月（2 月、同 2.7%減）に比べて減少率は縮小（良化）した（左図表）。鉄道系スーパーマーケットは駅前立地で店舗面積が中小規模の店舗が多く、通常であれば他社の郊外立地の大型店舗に比べてまとめ買いをする顧客は少ないと考えられる。しかし、大手メーカーによる 4 月からの食料品や日用品の値上げがマスコミ等で報道されたことから、鉄道系スーパーマーケットにおいても、値上げ前の駆け込み需要が売上高の押し上げ要因となったと考えられる。

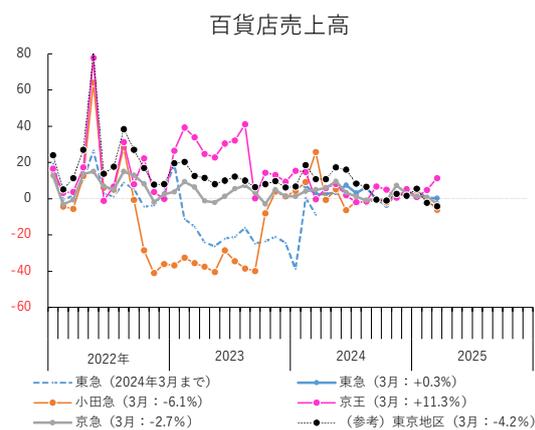
京王百貨店では化粧品のまとめ買いが売上高の押し上げ要因に

2025 年 3 月の東京地区の百貨店（鉄道系以外を含む）の売上高は前年比 4.2%減と 2 か月連続で前年水準を下回った。全国的に平年に比べて気温の寒暖差が大きかったことから春物商材の販売が鈍かった。また、免税売上高の前年に比べて低調であった。世界的な景気後退懸念が外国人客のブランド品や宝飾品等への購買心理に影響したと考えられる。

鉄道系百貨店の 3 月の売上高は小田急（前年比 6.1%減）と京急（同 2.7%減）が前年割れとなったが、京王（同 11.3%増）と東急（同 0.3%増）は前年比で増加した（右図）。鉄道系百貨店は訪日外国人による免税品等の売上の恩恵は小さかった半面、足元の免税売上低調の影響も小さい。一方、沿線住民を主要顧客として「普段使い」の商品を中心とした品揃えが特徴であるため、家計の節約志向の影響は大きい。京王百貨店は新宿店の 3 月の売上高（前年比 12.4%増）が高い伸びとなった。同社担当者によると、値上げ前の化粧品のまとめ買いが売上高の押し上げ要因となったとのことである。このように、スーパーマーケットだけでなく、百貨店においても値上げ前の駆け込み需要の動きが出ており、家計の節約志向は根強いとみられる。



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



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

この先、訪日外国人の宿泊需要に不透明感

足元におけるわが国の宿泊需要は堅調である。観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、2025

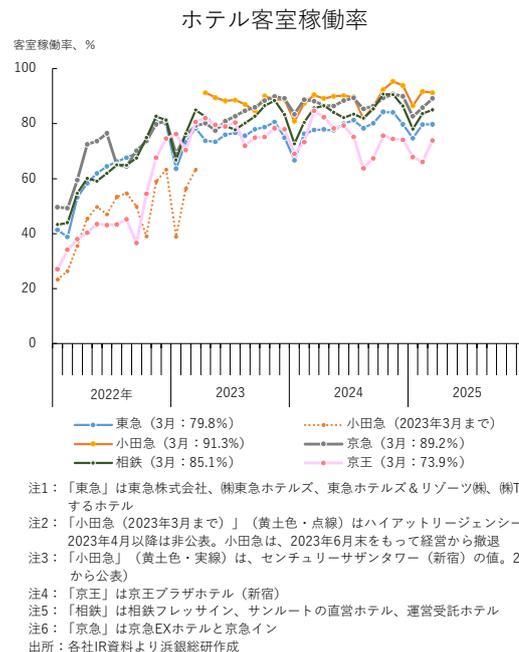
¹ ここでは、スーパー以外の小売業の売上高の値が含まれている京王と京急を除いた 2 社に言及する。

年3月の全国の延べ宿泊者数（第1次速報）は前年同月比3.4%増（5,697万人）、うち、外国人が同15.9%増（1,504万人）、日本人は同0.5%減（4,193万人）であった。日本人は11か月連続の前年割れだが、外国人は高い伸びが続いている。また、3月の宿泊施設全体²の客室稼働率は61.2%であり、前年（60.2%）を上回った。

現状、鉄道グループが展開するホテルの客室稼働率は高水準を維持している。3月の客室稼働率は小田急91.3%、京急89.2%、相鉄85.1%、東急79.8%、京王73.9%となった（下図表）。鉄道系のホテルは都心のターミナル駅や空港の周辺等、交通の利便性の高い物件が多く、訪日外国人増加の恩恵が及んでいる。日本政府観光局（JNTO）「訪日外客統計」によると、3月の訪日外客数（推計値）は349万人（前年同月比13.5%増）となり、3月の過去最高を更新した。

ただし、今後の外国人の宿泊需要には不安材料がある。米国の関税政策によって世界的な景気後退への懸念等が高まっている点である。海外の消費マインドが悪化することで外国人のレジャーや娯楽関連の支出が抑制され、訪日外国人客数の伸び悩みに繋がる懸念される。

日本人の宿泊需要も伸び悩むとみる。訪日外国人の宿泊需要がピークアウトしたとしても、人件費や水道光熱費等のコスト上昇により、ホテル宿泊費は高止まりとなることが予想される。また、日本の企業の業績の不透明感も増している。家計では賃金や雇用に関する不安が高まっているとみられることから、この先、消費マインドが弱含むことが予想される。ホテル宿泊費の高止まりと家計の消費支出抑制により、秋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。



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 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。

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6か月先の業況判断を「曇り」から「雨」に引き下げる。
- スーツ量販店の4月の既存店売上高は大手4社とも前年割れとなった。年度初めのスーツの買い替えや追加購入の動きが弱く、前年比でみた客数の減少率が拡大（悪化）しており、足元の業況は芳しくない。
- 6か月先は家計の消費マインドが弱まると予想される。世界経済や日本経済の先行きへの懸念が高まる中、家計は生活必需品の購入を優先する動きを強め、緊急性が比較的低いスーツの買い替えや追加購入を先延ばしとする傾向が一段と強まると考えられる。

今月の統計と解説

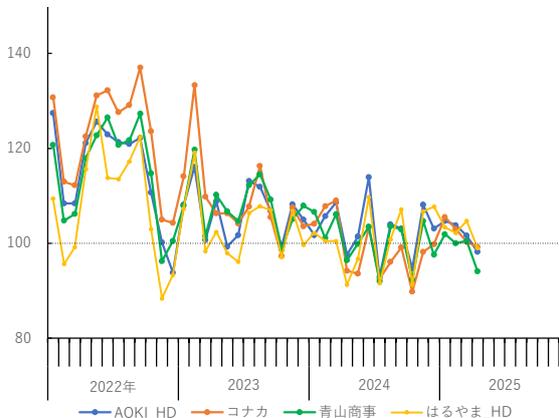
紳士服（スーツ量販店）大手4社の4月の既存店売上高が前年割れ

紳士服（スーツ量販店）の現状の業況判断は「曇り」を継続する。2025年4月の既存店売上高は、青山商事（同5.9%減）、AOKI（同1.8%減）、はるやま（同1.0%減）、コナカ（同0.8%減）と、大手4社とも前年割れとなった（右上図表）。2024年後半以降、スーツ量販店では客数の前年割れが続いているが、商品の価格改定（値上げ）による客単価の上昇によって増収を確保してきた。しかし、4月は年度初めのスーツの買い替えや追加購入の動きが弱く、客数の減少幅が拡大（悪化）したことから、売上高は前年割れとなった。

6か月先における紳士服（スーツ量販店）の業況判断は「曇り」から「雨」に引き下げる。家計の消費マインドが弱まると予想されるためである。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4月調査結果で前月比2.9ポイント低下の31.2となり、2023年2月以来の低い水準となった（次頁、右上図表）。消費者態度指数を構成する消費者意識指標は、いずれも2025年1月以降、低下傾向にあったものの、4月に大きく落ち込んだ。個別にみると、「暮らし向き」が前月比3.6ポイント、「雇用環境」が3.5ポイント、「耐久消費財の買い時判断」が3.1ポイント、「収入の増え方」が1.3ポイント、それぞれ

紳士服（スーツ量販店）の既存店売上高【前年比水準】

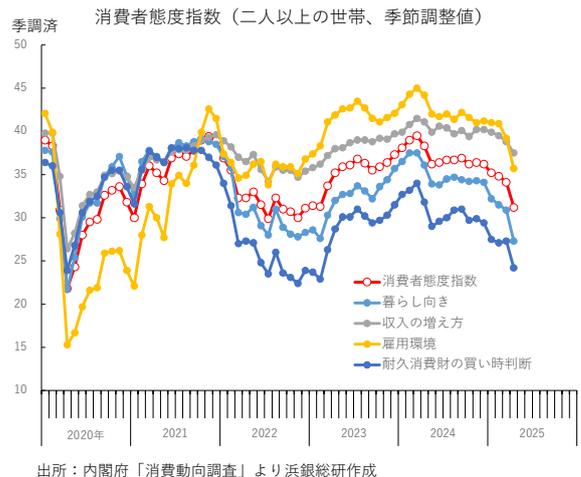
前年比水準（前年同月の売上高=100）



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

低下した。米国の関税政策の発表によって、世界的な景気後退の懸念や日本経済の不透明感が増している。家計では雇用・所得環境に対する不安が高まっていると考えられることから、消費行動を抑制する動きが強まると予想される。また、4月に調味料やトイレットペーパー等の生活必需品に加えて、ビールや化粧品等、嗜好品の値上げが相次いだことも、消費マインドに影響を与えたと考えられる。これらを踏まえると、家計は消費支出全体を抑制する中、食料品や日用品等、生活必需品の購入を優先する動きを強め、緊急性が比較的低いスーツの買い替えや追加購入を先延ばしとする傾向が一段と強まると考えられることから、スーツ量販店の業況は低迷する可能性がある。

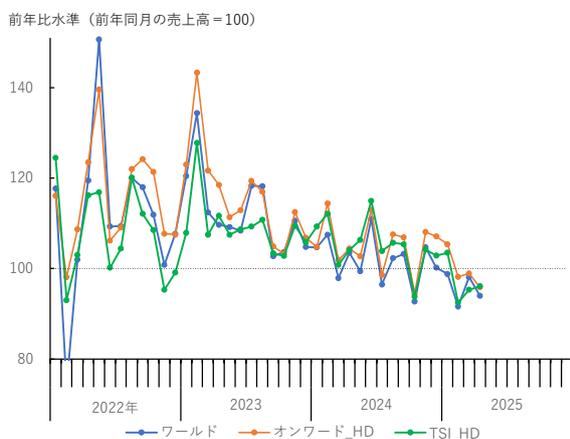


婦人服アパレル大手3社の4月の既存店売上高も前年割れ

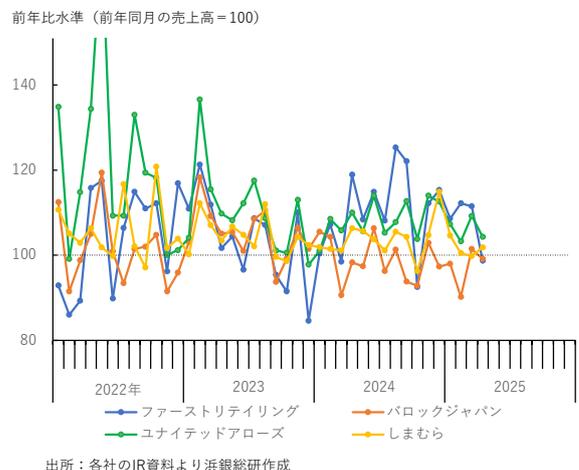
婦人服アパレルも4月の販売は不調であった。大手3社の4月の既存店売上高は、ワールドが前年比6.0%減、オンワードが同4.1%減、TSIが同3.9%減となった（左下図表）。今年4月前半は全国的に気温が平年を下回る日が多かったことから、前年に比べて初夏物商品の立ち上がりが鈍かったことが影響したという面はある。ただし、月後半からは気温が上昇し、大型連休前半では春物商品のセール販売が好調な店舗もあったにも関わらず、4月を通してみると大手3社の既存店売上高は前年割れとなった。家計の節約志向の強まりの影響が及んだ可能性があると考えられる。

カジュアル系衣料の販売は企業や商品の特徴によって明暗が分かれた。4月の既存店売上高は、ユナイテッドアローズ（前年比4.3%増）としまむら（同1.8%増）は前月比で増収となったが、ファーストリテイリング（同1.3%減）とバロックジャパン（同0.9%減）は減収となった（右下図表）。ユナイテッドアローズは顧客ターゲットを絞った商品の販売が好調であった。また、しまむらは低価格帯で実用性に富んだ衣料に対する顧客の支持が高く、家計の節約志向が強まる中

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】



でも増収を維持した。一方、ファーストリテイリングは SPA (Speciality store retailer of Private label Apparel) による生産・販売体制が構築されており、販売実績データに基づいて短納期で投入商品を判断することで機会損失や不良在庫を低減していることが特徴である。ただし、消費者が商品購入を抑制している状況では SPA の強みが十分に発揮できず、売上高が伸び悩んだと考えられる。

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

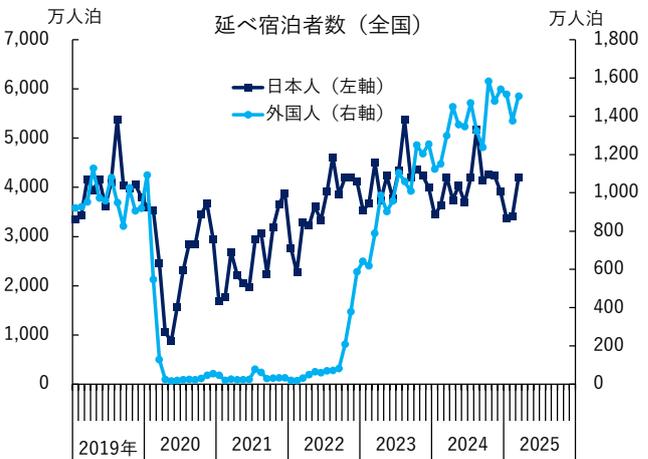
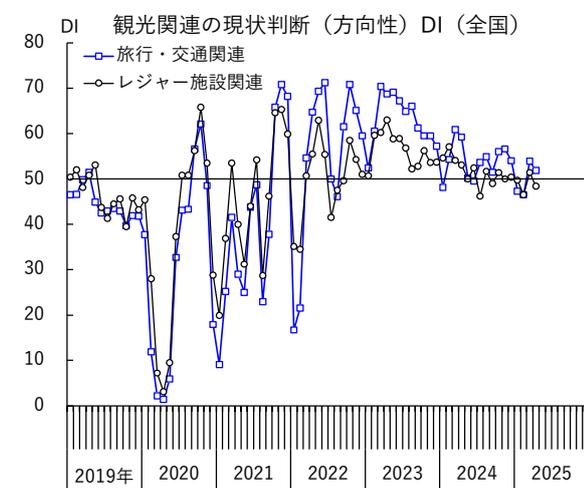
- 観光産業の現状判断は「晴れ」。ゴールデンウィークの国内旅行需要は前年並みか、それを若干上回った模様。しかし、3月の宿泊者数の伸びをみると、日本人客は11か月連続の前年割れ、外国人の伸びもこのところ鈍化傾向で、次月号では判断の引き下げが視野に入る。
- 先行きの判断は「曇り」。日本人客、外国人客ともに増加は見込みづらい。大阪・関西万博も、5月10日時点の来場者数（AD証入場者を除く）で単純計算の想定の56%程度にとどまり、計画から期待されるほどの需要喚起には、現時点ではつながっていないとみられる。

今月の統計と解説

観光産業の現状判断は「晴れ」。交通機関の利用から推測すると、ゴールデンウィーク期間の国内旅行需要は前年並みか、それを若干上回った模様である。JR各社の新幹線の利用実績は、多くの路線で前年をやや上回った。また、大手航空3社の国内線の利用実績も概ね前年並みである。

ただ、業況の変調を示すデータは多い。4月の「景気ウォッチャー調査」（内閣府）では、旅行・交通関連のDI（51.9）は中立水準の50を上回ったものの、レジャー施設関連（48.4）は再び50を下回った。また、3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ると、日本人（前年比-0.5%）は11か月連続の前年割れである。もっとも、外国人（同+15.9%）は依然として増加が続き、全体では前年比+3.4%となった。ゴールデンウィーク期間の国内旅行需要の動向も考慮して、今回も現状判断は「晴れ」で据え置く。しかし、外国人の延べ宿泊者数も、このところ増勢が鈍化傾向となっており、次月号では判断の引き下げが視野に入る。

なお、大阪・関西万博開催の効果により、近畿地方の宿泊需要はシティホテルを中心に押し上げられているとみられる。「景気ウォッチャー調査」（内閣府）の近畿地方の景気判断理由集を



みると、万博来場者の宿泊がみられることを示すホテルのコメントが複数みられている。ただ、大阪・関西万博の公式 HP で発表されている来場者数（AD 証入場者（万博関係者）を除く）は、5月10日時点で想定来場者数の56%程度にとどまっており、計画から期待されるほどの旅行需要喚起には、現時点ではつながっていないとみられる¹。

先行きの判断は「曇り」。トランプ米大統領による関税引き上げの影響が、海外経済の見通しや、海外の消費者心理の悪化につながっており、先行きのインバウンド需要は下振れリスクが大きい。また、日本人の国内旅行需要も、旅費の高騰が収束しない中で国内経済の減速が予想されるため、増加は期待しにくい。日本人の延べ宿泊者数については、前年比で減少基調が続く公算が大きい。

大阪・関西万博については、現時点ではスロースタートとなっているが、7月からの夏休みシーズンには来場者数が大きく拡大する可能性もある。その場合、近畿地方では宿泊需要が押し上げられることによる需給ひっ迫が懸念される。一方、それ以外の地域では、需要の下押しに引き続き警戒が必要である。

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。

¹ 大阪・関西万博の公式 HP (<https://www.expo2025.or.jp/>、2025年5月12日閲覧) から発表されているデータによる単純計算である。公式発表の想定来場数2,820万人を開催期間の184日で割ると、1日当たり平均15万3,261人が来場する計算となる。開催初日の4月13日から5月10日までで429万1,304人の来場が想定される計算になるが、AD証入場者数を差し引いた実績は241万9,509人とどまっており、率に直すと約56%である。