

みずほ産業調査79号

日本産業の中期見通し

― 向こう5年（2026―2030年）の需給動向と求められる事業戦略 ―

みずほ銀行

産業調査部

2025年11月28日

ともに挑む。ともに実る。



1. 産業総合	P2	11. 都市ガス	P46
2. 化学	P9	12. メディアサービス	P50
3. 石油	P13	13. 情報サービス	P54
4. 鉄鋼	P17	14. 物流	P59
5. 非鉄金属	P21	15. 小売	P64
6. 建設機械	P25	16. 不動産	P68
7. エレクトロニクス	P29	17. 宿泊	P73
8. 自動車	P33	18. ヘルスケア	P77
9. 建設	P38	予測値一覧表	P85
10. 電力	P42		

不確実性が高まる中でも供給体制適正化・ビジネス領域拡張・デジタル技術活用で高付加価値な産業構造へ

I. 事業環境

(短期)

- 製造業はデジタル化に伴う、半導体・IT分野のグローバル需要拡大を中心に引き続き伸長を見込むも、関税引き上げ前の駆け込み需要の反動減や不透明な情勢もあり伸びは鈍化。非製造業は、高齢化等を背景としたヘルスケア需要拡大を中心に引き続き伸長する見込み

(中期)

- 2026年以降は、外部環境の変化として国際情勢の緊張・不安定化による経済のブロック化、人手不足に伴う供給制約やインフレ圧力が顕在化する想定。加えてデジタル化・AI等のテクノロジーの進展により産業構造も大きな変化に直面
 - － 素材・自動車産業は、人口減少や現地生産シフト、省資源化などの構造的要因による内需縮小と、海外市場の競争環境激化に直面
 - － エレクトロニクス・IT産業は、調整局面が一部発生するも、旺盛なデジタル・AI投資意欲に支えられ成長
 - － エネルギー産業は、内需縮小を見据えた生産能力最適化に加え、脱炭素化実現に向けたクリーンエネルギー供給拡大が求められる状況は不変。電力においては、高まるデータセンター向け需要に対応する供給力確保が益々重要に
 - － 生活・社会インフラ産業は、内需低迷に加えて人手不足がさらに深刻化して供給制約が顕在化し、コスト上昇圧力にも影響
 - － ヘルスケア産業は高齢化の進展や医療の高度化等により市場は堅調に拡大も、生産年齢人口の減少による労働供給制約に直面

II. リスクとチャンス

- 5つの主要な外部環境の変化(①国際情勢の緊張・不安定化、②脱炭素化・環境対応の揺らぎ、③供給制約の高まり、④人口動態の変化、⑤デジタル化・テクノロジーの急速な進化)がもたらす主なリスクとチャンスは以下の通り

(リスク)

- ①自国産業保護による貿易の制限、②脱炭素化・環境対応シフトに伴うコスト・投資増、③供給制約による物価上昇、④人手不足による労働供給制約、⑤デジタル化・テクノロジーへの対応の遅れによる競争力低下

(チャンス)

- ①経済安全保障や自国産業強化を目的とした国内投資の増加、②省エネ製品や低／脱炭素市場の拡大、③コスト転嫁による戦略の柔軟性拡大、④労働力不足解消に向けた投資や高付加価値領域への転換、⑤AI・テクノロジーを活用した付加価値向上・新規需要の創出

III. 中期の戦略

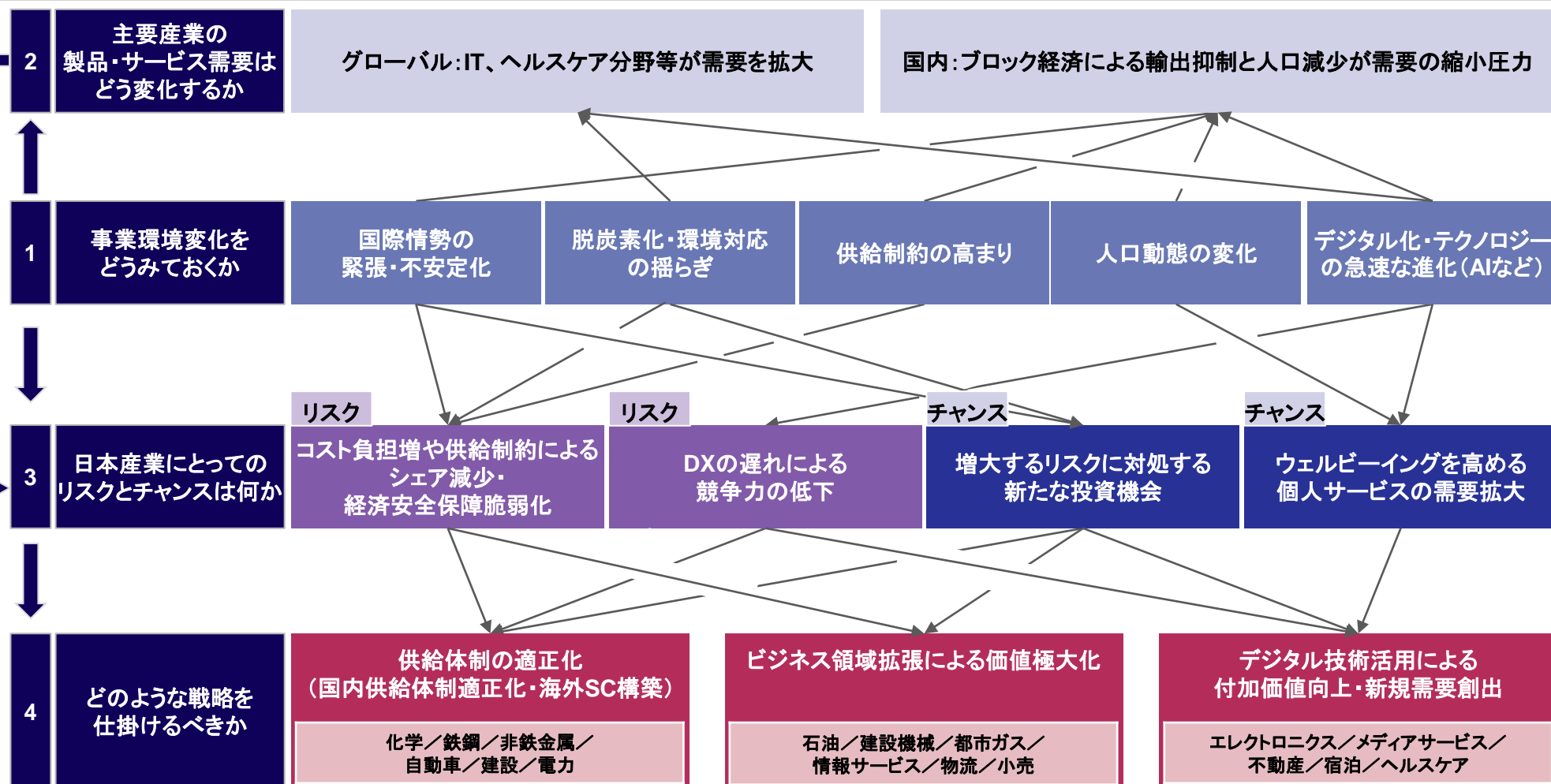
- 日本産業には不確実性が増す中でもチャンスを見出し高付加価値な産業構造へ転換することが求められる。主なポイントは以下の通り
 - － 供給体制の適正化: 自国産業保護等の国際情勢を見極めた供給網の再構築や国内の労働力不足環境下での人材確保・省人化、原材料の安定確保を通じた供給リソースの持続的な確保(化学／鉄鋼／非鉄金属／自動車／建設／電力)
 - － ビジネス領域拡張による価値極大化: 既存事業で捉えた顧客ニーズを周辺領域へ展開することによるバリューチェーン事業、領域横断や非競争領域・競争領域での戦略的提携による効率化・領域拡張(石油／建設機械／都市ガス／情報サービス／物流／小売)
 - － デジタル技術活用による付加価値向上・新規需要創出: デジタル技術の組み込みや高度な技術提供等、既存商品・サービスの付加価値向上や新規需要の取り込み(エレクトロニクス／メディアサービス／不動産／宿泊／ヘルスケア)

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

経済安全保障強化、ビジネス領域拡張、デジタル技術活用に向けた新たな投資機会から新たな需要を捉える

- 今後、サプライチェーンの強靱化やAI・テクノロジー活用等による人手不足への対応に向かう中で産業構造が転換
- 外部環境変化がもたらすリスクとチャンスをつ捉えた事業戦略が競争を勝ち抜く重要な要素に

外部環境変化がもたらす日本の産業構造の変容



(出所)みずほ銀行産業調査部作成

強固な供給基盤と拡張が生むシナジー、技術がもたらす付加価値の創出が日本産業の競争力強化につながる

主要な5つの外部環境が日本産業に変化をもたらす

- グローバルベースでのデジタル化の進展に伴い、消費者・産業の需給構造は変化。同時に、経済安全保障の観点から、自国産業の保護・育成が進み、サプライチェーンの強靱化が求められる状況に
 - ― 本稿では、今後5年（～2030年）の需給見通しならびに事業環境、戦略方向性を考察

日本産業を取り巻く5つの外部環境

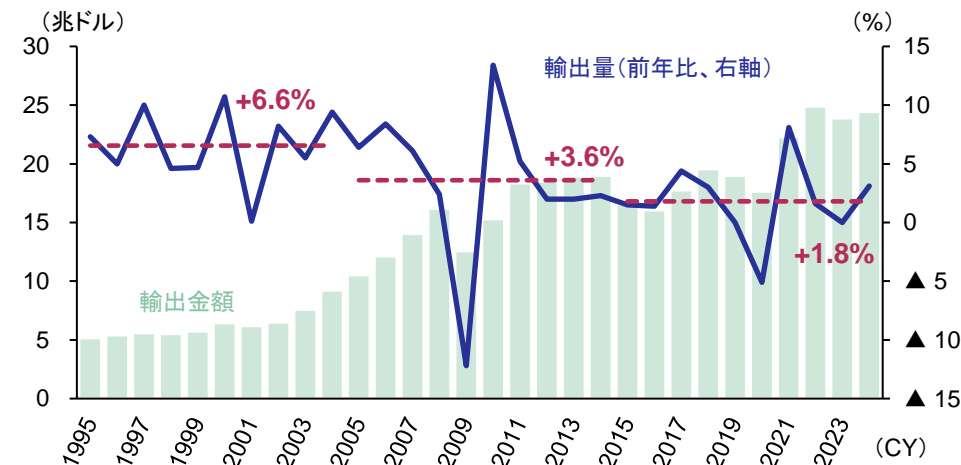
政治	国際情勢の緊張・不安定化	<ul style="list-style-type: none">■ 各国の自国産業保護や地政学リスク低減に向けたデリスキングの取り組みが進展する中で、同志国を軸とした<u>経済のブロック化・地産地消化が進み</u>、財の貿易が鈍化■ 防衛・航空宇宙・造船・ヘルスケア（抗菌薬・原薬）・サイバーセキュリティ等の経済安全保障上の戦略分野では、各国政府主導での<u>国内産業保護・育成および同志国間の連携が進み</u>、関連予算や投資が増加
	脱炭素化・環境対応の揺らぎ	<ul style="list-style-type: none">■ 脱炭素化に向けた各国の環境政策の足並みが乱れていることに加え、電化の進展や<u>データセンターの増加</u>により拡大する電力需要への対応が求められる中で世界的な環境対応は難局を迎える■ 経済性を追求する米国ではLNGや原子力への投資が拡大。脱炭素化と産業競争力の両立を図る欧州では、<u>クリーン産業投資が拡大し</u>、GX投資やカーボンプライシングの導入が進展。国内では、<u>排出量取引制度（2026）</u>、化石燃料賦課金（2028）、発電事業者への排出枠の有償オークション（2033）などの導入によってGHG排出の負担が増加、GX投資拡大
経済	供給制約の高まり	<ul style="list-style-type: none">■ 国内では、<u>人手不足が深刻化</u>する中で、供給面からのインフレ圧力は解消せず。モノ・サービスの価格は持続的に上昇■ 製造大国を目指す<u>中国の競争力がますます拡大</u>
社会	人口動態の変化	<ul style="list-style-type: none">■ 国内では人手不足が継続。外国人労働者の受け入れも、円安・低賃金、他国との獲得競争激化、政府の規制強化により難化。<u>ロボットやAI等の省人化・省力化投資が拡大</u>（非製造業の2.6次産業化）■ 国内人口は全体として減少するものの<u>高齢者数は増加</u>。グローバルでは、アジアやアフリカ等の新興国中心に世界人口増加
技術	デジタル化・テクノロジーの急速な進化（AIなど）	<ul style="list-style-type: none">■ データが豊富かつ知識集約型産業の領域から、<u>AIエージェント等の実装が進む</u>。創薬・金融等の特定領域においては、AI・量子コンピュータの社会実装に向けた開発が推進。また、徐々に<u>フィジカルAIによるロボティクス高度化等</u>、現実世界とデジタルの融合が進行■ AI活用に向けたデータ連携基盤や、<u>AIインフラ（データセンター、ワット・ビット連携、次世代チップ等）の投資が継続</u>■ ハードの売り切りではなく、サービス（アフターサービス、カスタマイズ等）で儲けるリカーリング型のビジネスモデルがデジタル化とともに拡大（製造業の2.4次産業化）

（出所）みずほ銀行産業調査部作成

(参考)外部環境の変化を示す主な指標

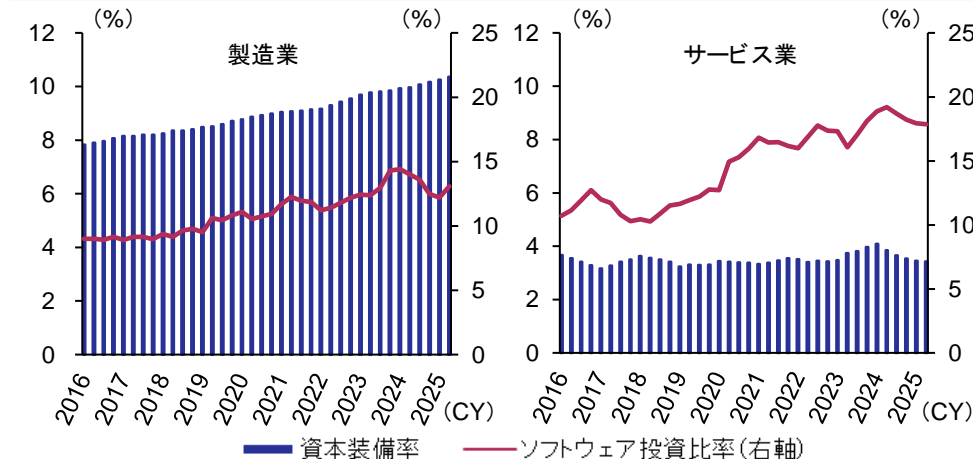
【図表1】国際情勢 ～世界の財輸出の動向

世界全体の“モノ”の貿易の伸びは、足下で徐々に鈍化傾向



【図表3】人口動態 ～企業の資本装備率とソフトウェア投資比率

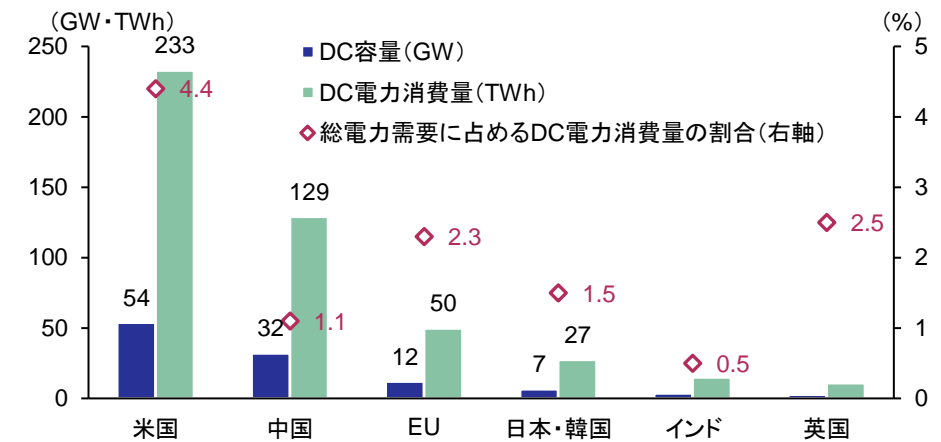
産業全体でソフトウェア投資が加速するも、サービス業の資本装備率は停滞



(注)【図表1】:各破線は輸出量前年比伸び率の1995～2004年、2005～2014年、2015～2024年の平均値。【図表2】:IEAによる2025年見込みの値(2025年6月16日時点)。【図表3】:資本装備率は有形固定資産÷従業員数で算出、ソフトウェア投資比率は設備投資額に占めるソフトウェア投資額の割合。資本装備率・ソフトウェア投資比率の値はともに4四半期後方移動平均(出所)【図表1】はWTO Stats、【図表2】はIEA, “Energy and AI Observatory”、【図表3】は財務省「法人企業統計」、【図表4】はStanford HAI, “The 2025 AI Index Report”、IMFより、みずほ銀行産業調査部作成

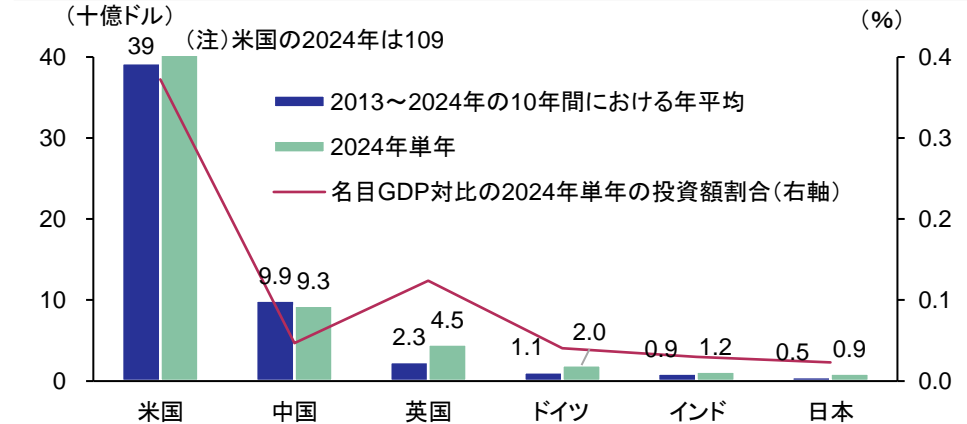
【図表2】脱炭素化 ～足下の各国データセンター(DC)容量と電力消費

高まる電力需要への対応と脱炭素化の両立が求められる難局に



【図表4】テクノロジー ～各国のAIに関連する民間投資の動向

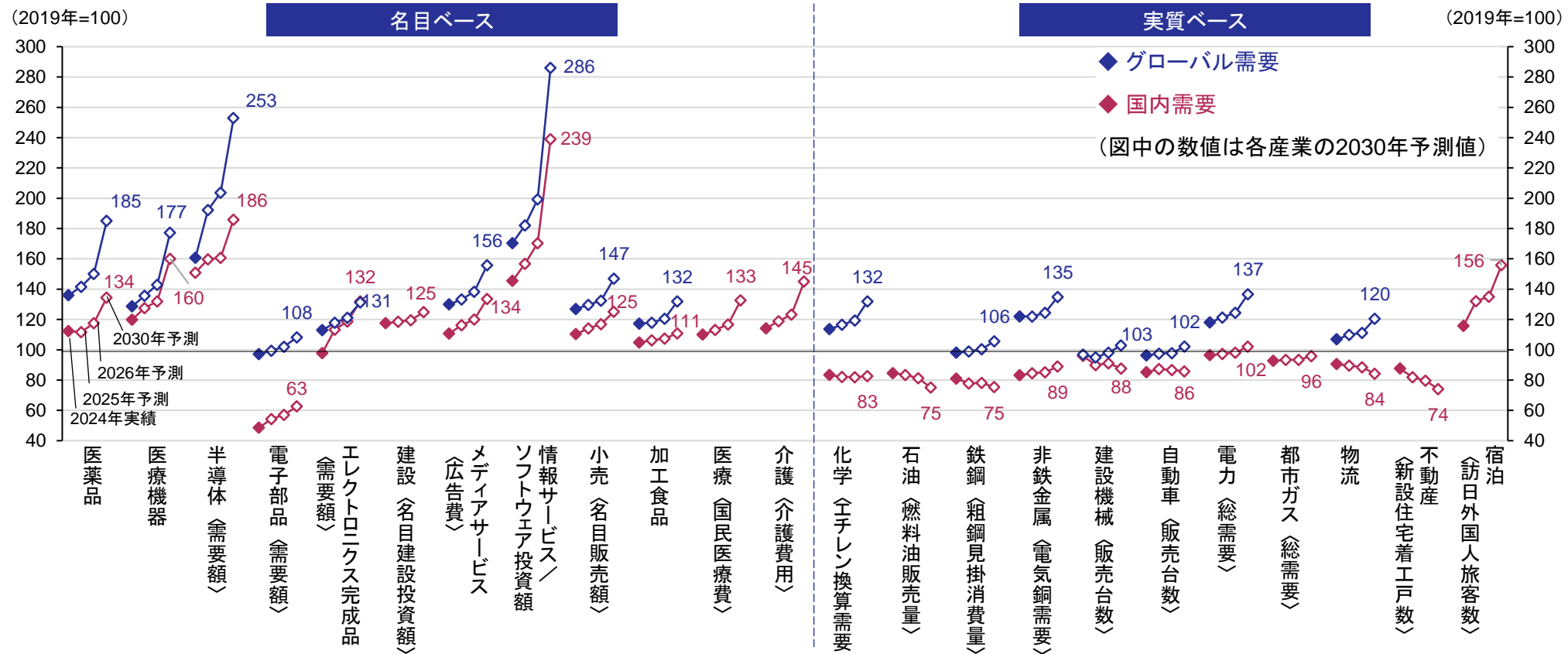
足下で日本のAI向け投資が進みつつあるも、他国比遅れが目立つ



グローバル需要は引き続き旺盛も、国内需要は構造的要因によって中期的に縮小圧力が強まる

- グローバル需要はデジタル化に伴う半導体・IT分野の需要拡大、高齢化や医療の高度化に伴うヘルスケア分野の需要拡大等を中心に名目だけでなく実質ベースでも引き続き伸長する見込み
- 一方で、国内需要は国内の人口減少や、世界的な地産地消化に伴う基幹産業（自動車等）の輸出減少による部素材の需要減といった構造的要因により、2030年にかけて縮小圧力が強まる見込み

産業別のグローバル・国内の需要水準の中期見通し(2025～2030年)



(注)①医薬品はグローバルが販売額、国内が出荷額。医療機器はグローバルが市場規模、国内が出荷額。加工食品はグローバルが販売額、国内が食料支出。物流はグローバルが海上コンテナ貨物稼働量、国内がトラック輸送量。②エレクトロニクス完成品は2020年=100として算出。③建設、医療、介護、物流(国内)は暦年値ではなく年度値。④各指標の出所は産業毎に詳述した各章を参照。⑤産業の指標名は「予測値一覧表」を参照

(出所)各種資料より、みずほ銀行産業調査部作成

外部環境変化がもたらすリスクを乗り越え、ビジネスチャンスに向けた仕掛けが求められる

- 日本の課題である資源・エネルギー領域とデジタル領域への対応を進めるとともに、日本の強みである製造業と個人サービス産業の高付加価値化を進めることで、経済安全保障強化・社会資本強化・社会課題解決につながる可能性

外部環境変化がもたらす日本産業のリスクとチャンス

	リスク	チャンス <small>(注)着色箇所は成長が見込まれる分野</small>
国際情勢の緊張・不安定化	<ul style="list-style-type: none"> ■ 輸出産業(自動車等)の価格競争力低下、シェア縮小 ■ 米国の対中規制に日本が追随し、電子部品・半導体関連製品の輸出が制限される可能性 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 防衛・セキュリティ分野向け製品の官民需要増(エレクトロニクス、情報サービス) ■ 対中デリスク進展による戦略分野(半導体関連・医薬品・蓄電池等)の国内投資増加、資源開発・資源循環への国内投資増加
脱炭素化・環境対応の揺らぎ	<ul style="list-style-type: none"> ■ カーボンプライシングによる企業の費用増加 ■ サプライチェーン制約に伴う資源調達価格上昇 ■ 米国等でのEV・再エネ市場成長の鈍化 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 省エネ製品の需要増加 ■ EV、脱炭素電源(再エネ・原子力)、低炭素／脱炭素燃料(LNG・水素・アンモニア・合成燃料・バイオ等)の市場拡大
供給制約の高まり	<ul style="list-style-type: none"> ■ 節約志向が強い中で原料コスト上昇分の転嫁が困難(小売) ■ 労働力不足によるコストプッシュインフレ(建設、宿泊) ■ 製造大国を目指す中国の生産拡大による日本の供給体制の弱体化 	<ul style="list-style-type: none"> ■ インフレ下で、原料価格や賃金の上昇に比して価格転嫁に成功すれば戦略の柔軟性拡大
人口動態の変化	<ul style="list-style-type: none"> ■ 労働力不足による供給減少、社会インフラの維持が困難になる可能性(建設、ヘルスケア) ■ 内需縮小に伴う内需産業の業績悪化 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 労働力不足の補完を狙ったデジタル技術やロボット活用による省人化・省力化が拡大 ■ 高付加価値領域を中心にグローバル市場参入の可能性
デジタル化・テクノロジーの急速な進化(AIなど)	<ul style="list-style-type: none"> ■ AI・テクノロジー活用、DXの遅れによる競争力の低下 ■ DXインフラの海外依存が進み、経済安全保障が脅かされるリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 社会課題解決先進国の実現に向け、ヘルスケア、業務インフラ等にAI・ロボット等のデジタル技術の導入が加速 ■ デジタル技術の導入の加速により、半導体・DC・ソフトウェア・SI市場や、電力・通信需要が拡大
1. コスト負担増や供給制約によるシェア減少・経済安全保障脆弱化 2. DXの遅れによる競争力の低下		3. 増大するリスクに対処する新たな投資機会 4. ウェルビーイングを高める個人サービスの需要拡大

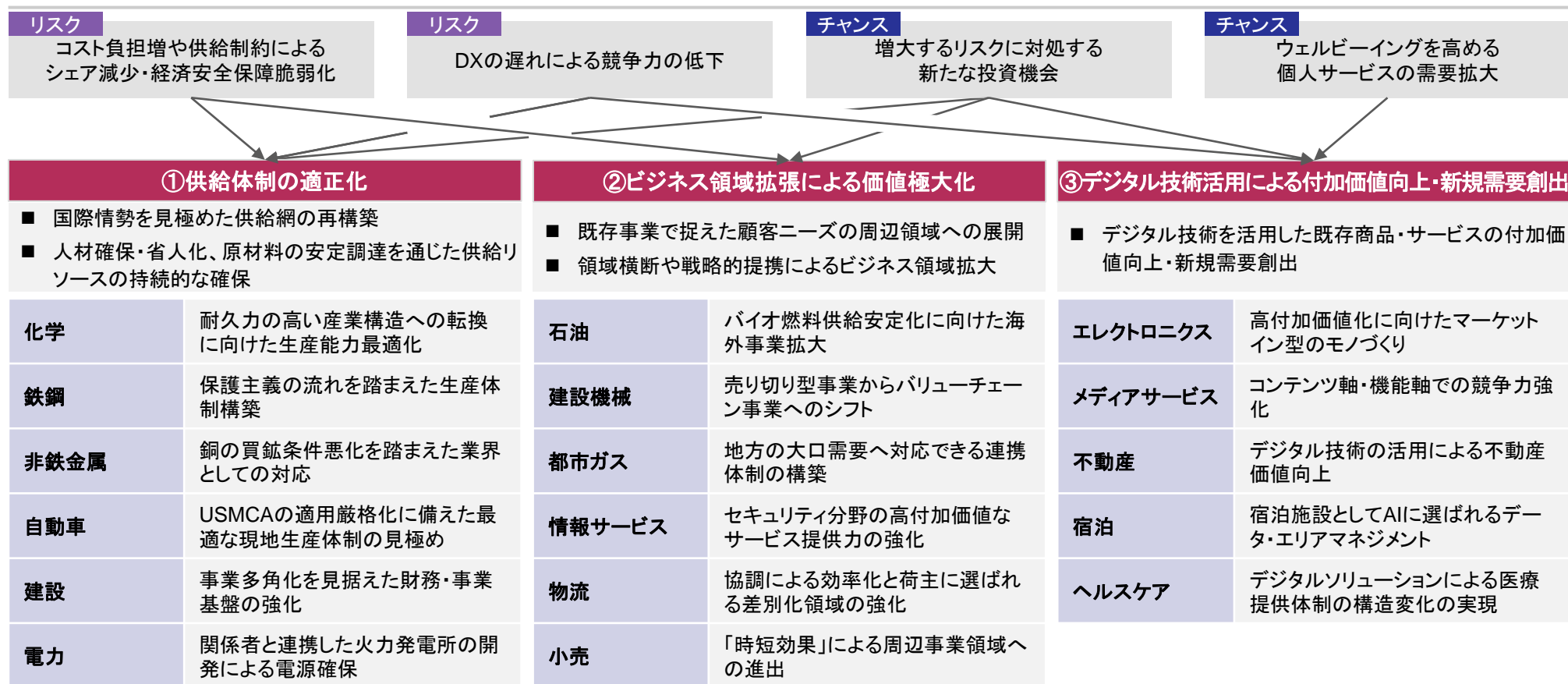
(出所)みずほ銀行産業調査部作成

強固な供給基盤と拡張が生むシナジー、デジタル技術による付加価値の創出が日本産業の競争力強化に

■ 不確実性を増す外部環境変化を踏まえ、日本産業・企業に求められる戦略として大きく3点

- ① 国際情勢を見極めた最適な供給網の整備・需要に応える供給体制の確保
- ② 既存事業にて蓄積した情報を踏まえた周辺領域への進出等のビジネス領域拡張
- ③ デジタル技術を活用した既存事業の価値向上・新規需要の創出

外部環境変化における論点を踏まえた日本産業・企業に求められる戦略



強固な供給基盤と拡張が生むシナジー、デジタル技術による付加価値の創出が日本産業の競争力強化につながる

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

厳しい事業環境が継続する中、日本は生産能力適正化を先駆けて進めることで強固な体制の構築が必要に

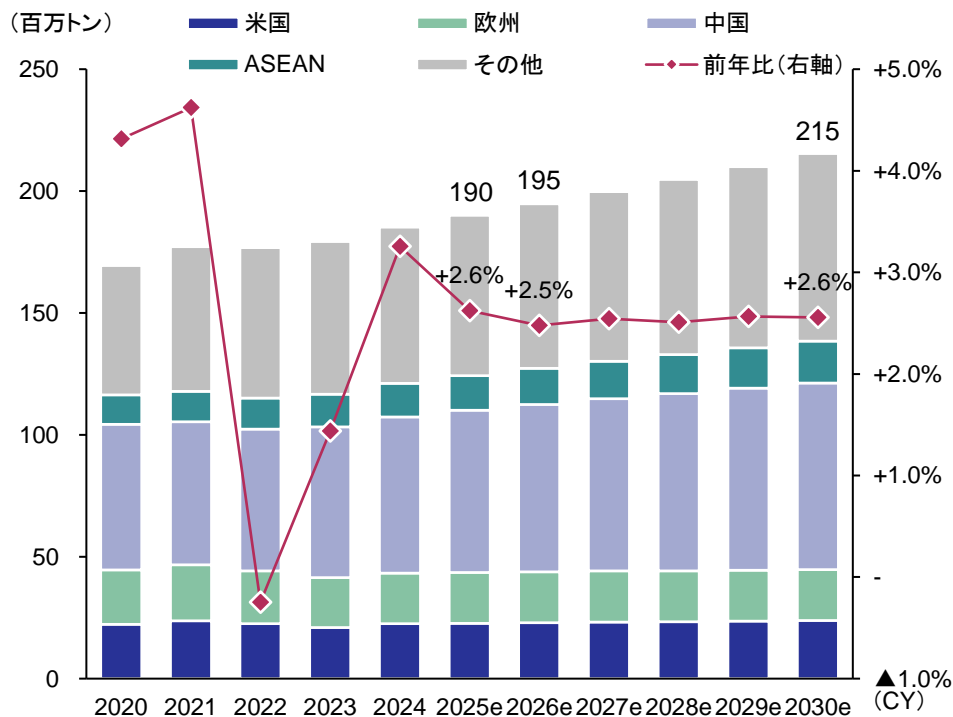
I	需給動向	<p>(短期)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ グローバル:2025年は前年比+2.6%、2026年は同+2.5%と需要成長率の鈍化を見込む。2026年はグローバル需要の3割を占める中国の需要成長率が前年割れとなり、グローバル全体の成長率を押し下げる見込み ■ 国内:エチレン換算内需はコロナ後の中国経済低迷、自動車の落ち込み等から回復段階にあるが、物価上昇による買い控え、建設など需要産業の人手不足やプラスチック使用量削減などの構造的要因で戻りきらず。2025年はエレクトロニクスや自動車の国内生産は増えるも、建設など需要産業低迷が影響し、内需は前年比▲1.5%、2026年同+0.1%と横ばい。輸出は定修要因で変動あるも、グローバルの需要減速と供給能力拡大に伴い2025年以降は減少することで、生産も減少 <p>(中期)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ グローバル:2030年にかけて年率+2.6%で推移する見通し。中国の成長率が伸び悩むものの、ASEAN等の新興国の成長が需要をけん引。一方、米国は同+1%程度の成長、その他先進国は横ばい推移にとどまると予測 ■ 国内:内需は低迷が継続。人口減少や人手不足に伴う需要産業の成長率低下に加えて、プラスチック使用量削減対応の進展等も構造的な減少要因となり、内需低迷が継続する見通し。輸出と生産は、2026年以降のエチレンプラント3基停止に伴い、市況が低迷し採算が厳しいエチレン輸出分等を中心に減少することを想定
II	競争環境	<ul style="list-style-type: none"> ■ グローバル:2025年以降も供給過剰の状況が継続するため、引き続き需給環境は厳しい見込み。足下で着実に進んでいる中国の大規模な新增設を中心に、中東等も含めて2030年頃まで大規模投資が継続する見通し ■ 国内:中国の自給化進展により、特に汎用品の輸出が困難になる見込み。一方で、内需が低迷しても、汎用品を中心にコスト競争力のある輸入品は流入が継続することで、国内生産量は減少し、厳しい事業環境が継続する見通し
III	リスクとチャンス	<p>(リスク)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 2030年頃まで、中国等のコスト競争力の高い海外プラントが相次いで新增設されることを背景として、アジア市場を中心に安価な中国品による市況価格への影響が拡大する見込み。日本の輸出減少、輸入品の拡大がリスク要因 <p>(チャンス)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 日本は他国に先駆けてエチレンプラント再編を進めており、2026年以降の3基停止が実現すれば稼働率が改善する見込み。関税影響や海外の生産能力拡大に伴いトレードフローが変わりつつある中、中長期的には、誘導品も含めて生産能力を適正化することにより、収益極大化に向けて採算性の高い誘導品に対する供給を確保することが重要に
IV	戦略方向性	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内石化産業は、エチレン生産能力の削減を含めた生産体制の最適化を他国に先駆けて行うことで、厳しい市況でも生き残れる産業構造へ転換することが急務 ■ 具体的には、各社はエチレン生産能力の削減を契機に、川下の誘導品においても低採算の汎用品比率を極小化し、代替困難で付加価値の高い製品のウエイトを高めていく想定。原料と誘導品の能力バランスなど難しいオペレーションを伴うため、複数のコンビナートをまたいだ連携を活用しながら能力の適正化を目指していくことが求められる

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

グローバルでは年率+2.6%の成長を見込むも、国内では大きな回復が見込めない見通し

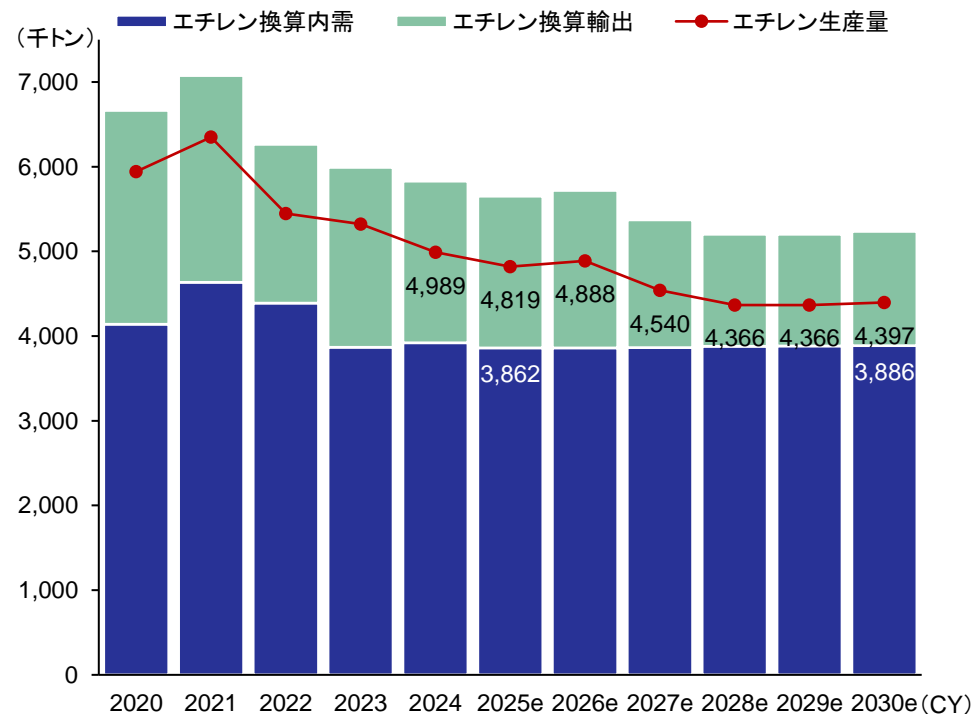
- グローバルのエチレン換算需要は、2025年190百万トン（前年比+2.6%）、2026年195百万トン（同+2.5%）を見込む。中期的にも、需要の3割を占める中国での成長鈍化を見込むものの、2030年は215百万トン（年率+2.6%）と拡大を予測
- エチレン換算内需は、住宅需要等の減少で2025年3,862千トン（前年比▲1.5%）、2030年は人口減少も底堅いエレキや食品需要で3,886千トン（年率+0.1%）と横ばいを予測。コロナ後の中国経済低迷等から回復も、物価上昇による買い控え、建設など需要産業の人手不足やプラ使用量削減等の構造的要因で内需は4,000千トンには戻らない見込み。生産量は、グローバル需要鈍化と海外供給能力拡大に加え、2026年以降のエチレンプラント停止や輸出の減少により減少する見通し

グローバルの地域別エチレン換算需要動向



(注)2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測
(出所)各種公表情報より、みずほ銀行産業調査部作成

国内のエチレン換算内需・輸出・生産動向

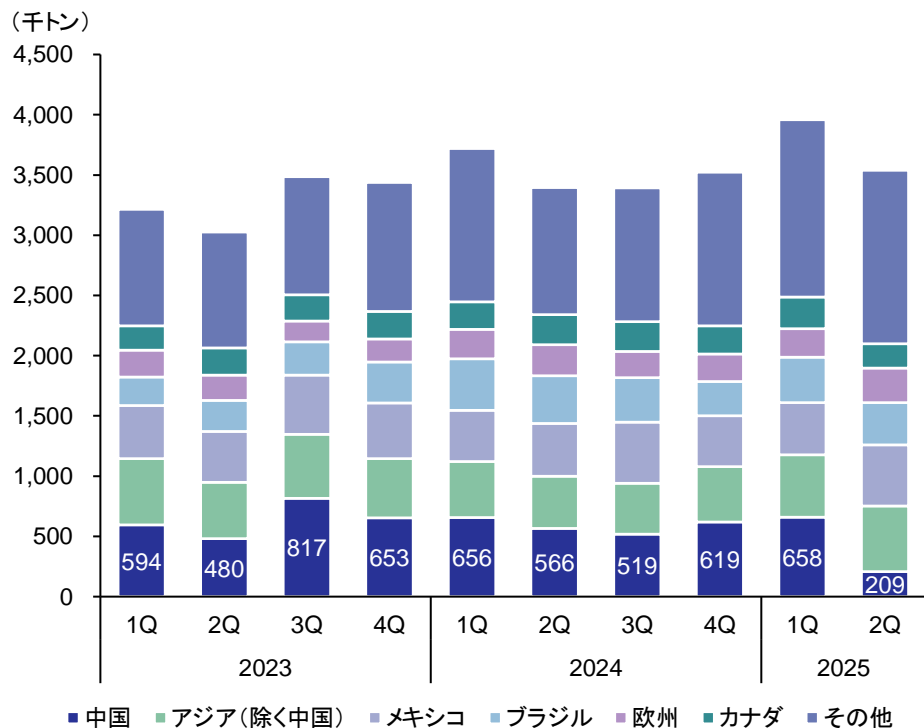


(注)2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測
(出所)重化学工業通信社等より、みずほ銀行産業調査部作成

関税影響での米中取引減少や中国自給化によるトレードフロー変化は日本の輸出にとってマイナス影響を想定

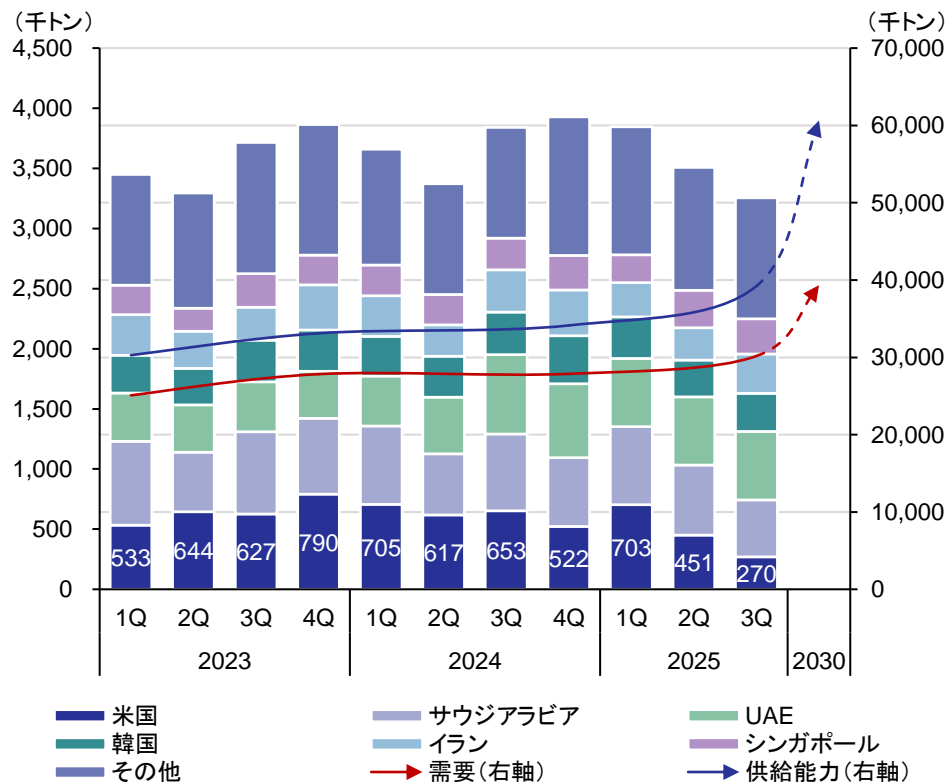
- 米国は世界第2位のポリエチレン輸出国だが、うち2割を占め最大輸出先だった中国向けは関税影響で2025年2Q以降減少
— 代替輸出先としてアジアなど他地域向け輸出量が増加しており、同地域への日本からの輸出への影響が懸念
- 中国にとっても米国は最大のポリエチレン輸入先だったが、関税影響で2025年2Q以降減少。ただし、中国では需要の増加ペースが鈍化する一方で生産能力の増加がそれを上回ること、結果的に輸入量全体が減少傾向にあるため、中国が今後米国の代替先として日本からの輸入量を増やす蓋然性は低い
— 中国は2030年に向けて更なる能力増強が計画されており、日本は中国向け汎用品輸出が困難となる厳しい環境を予想

米国の国別ポリエチレン輸出量の推移



(出所) Global Trade Atlasより、みずほ銀行産業調査部作成

中国の国別ポリエチレン輸入量の推移



(出所) Global Trade Atlas等より、みずほ銀行産業調査部作成

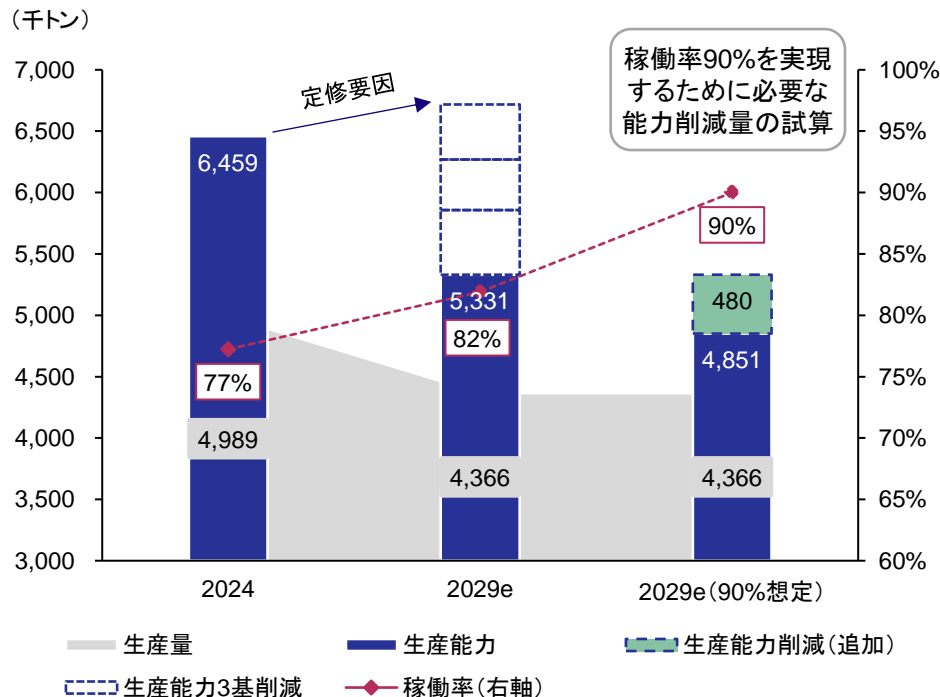
需要側とすり合わせた誘導品を安定供給できる体制に向けた構造改革にはさらなる生産能力の適正化が必要

- 今後汎用品の輸出困難化を主因に生産量の減少が予測される中、2026年以降に予定される3基のエチレンプラント停止によって、稼働率は改善する見通し。しかし採算の目安とされる稼働率90%にはそれでも足りず、さらなる能力適正化も想定
- 各社はエチレン生産能力の削減を契機に、川下の誘導品においても低採算の汎用品比率を極小化し、代替困難で付加価値の高い製品のウエイトを高めていく想定。原料と誘導品の能力バランスなど難しいオペレーションを伴うため、複数のコンビナートをまたいだ連携を活用しながら能力の適正化を目指していくことが求められる

再編による国内エチレンプラントの生産能力と稼働率の想定

【2029年想定稼働率の前提条件】

- ・ 生産能力：定修を考慮。停止公表済のプラント3基（千葉・川崎）の能力を削減
- ・ 生産量：みずほ銀行産業調査部予測



(出所)重化学工業通信社、Global Trade Atlasより、みずほ銀行産業調査部作成

採算の目安である稼働率90%に必要とされる生産能力削減の試算

生産能力のさらなる適正化

- ・ 2026年以降のエチレンプラント停止により稼働率は改善する見通し
- ・ しかし採算の目安となる稼働率90%には届かず、2029年の予測ベースの場合、追加で480千トンの生産能力削減が必要
- ・ さらなる適正化には、複数の拠点をまたいだ連携が求められる

追加的に稼働率減少をもたらす得るリスク要因

輸出が更に減少するリスク

- ・ 中国等のプラント新增設が進むことで、中国を筆頭に自給化が進み、日本からの輸出品が減少するリスクあり。海外市場において日本よりも安価な製品の市場シェアが増えることで、日本の輸出が減少

輸入増加のリスク

- ・ 2030年にかけて中国等のプラント新增設が控えており、日本市場でも安価な輸入品が増える可能性あり

日本企業に求められる対応

生産PFの高度化

- ・ 市況に影響されづらいポートフォリオへの転換。すなわち代替困難で高付加価値な製品、例えば需要産業側とのすり合わせによる開発品などの生産ウエイトを高めることが肝要

(出所)いずれの図表も、みずほ銀行産業調査部作成

国内燃料油需要の減少が進み、中期的には低炭素エネルギーの需要が高まる見込み

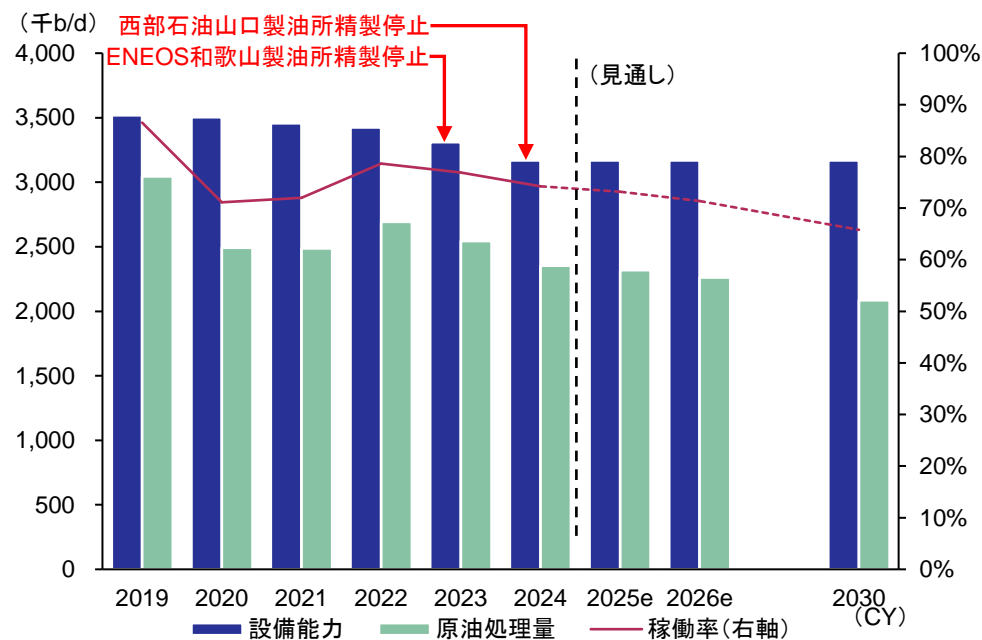
I	需給動向	<p>(短期)</p> <ul style="list-style-type: none"> 国内需要は、人口動態の変化や燃費改善などの要因により減少トレンド。2025年は石油化学品生産量の減少によりナフサ需要が減少。一方で、1月から2月にかけての低気温により、灯油と発電用重油の需要が微増するが、前年比▲1.4%の138百万KLの見通し。2026年は複数の石化プラントで定期修理が行われ、ナフサ需要が減少する見通し。さらに、冬季の気温が平年並みに戻ることで、前年の低気温による一時的な需要増が解消され、前年比▲2.5%の134百万KLと予想 <p>(中期)</p> <ul style="list-style-type: none"> 国内需要は、ガソリン、軽油、重油を中心に減少トレンドが継続し、年率▲1.6%と予想 国内需要の減少に伴い生産量も減少すると見込まれる。設備能力が変わらない場合、稼働率は70%を下回る見込み。今後需要に応じて設備能力の削減が経営合理化策として実施される可能性
II	競争環境	<ul style="list-style-type: none"> 石油元売業界は、政府の規制の下、製油所などの大規模装置産業として高い参入障壁を構築。1990年代後半、価格競争が激しかったものの、2000年代の規制緩和や2010年代の高度化法の下で企業の再編・統合や設備の効率化が進んだ結果、足下では引き締まった需給環境となり、マージンを確保できる状況 中期的には電化・燃料転換の拡大によって、電力・ガス会社が競合に。長期的には低・脱炭素社会実現に向けたクリーンエネルギー供給が既存サービスの代替となる見込み
III	リスクとチャンス	<p>(リスク)</p> <ul style="list-style-type: none"> 脱炭素エネルギーはコストが高く需要家の拡大が限定的となっており、大規模生産が進まず規模の経済による価格低下が見込みにくい悪循環に陥っている状況 <p>(チャンス)</p> <ul style="list-style-type: none"> 中期的には排出削減と経済性を両立した現実的な対応として、低炭素エネルギーの必要性が高まる見込み
IV	戦略方向性	<p>(バイオエタノールの低廉かつ安定的な供給体制を構築し将来的には成長事業化も想定)</p> <ul style="list-style-type: none"> バイオエタノールは、着実な低炭素化に資する燃料であり、燃料油の内需が減少する中でも数量拡大が期待される燃料。しかし、米国・ブラジルで生産の7割を占め、原料の市況変動の影響を受けることから、安定調達の確保が課題。また、調達コストを価格に転嫁することが難しく、揮発油税の特例措置等の政策的支援が導入拡大には不可欠 国産化に向けた技術開発、共同調達、海外権益投資等により、低廉かつ安定的な供給体制の構築が期待され、将来的には国内外の生産プロジェクトからのバイオエタノール輸出を通じて外需を取り込むことで成長事業化の可能性も

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

燃費改善や燃料転換により需要減少が継続

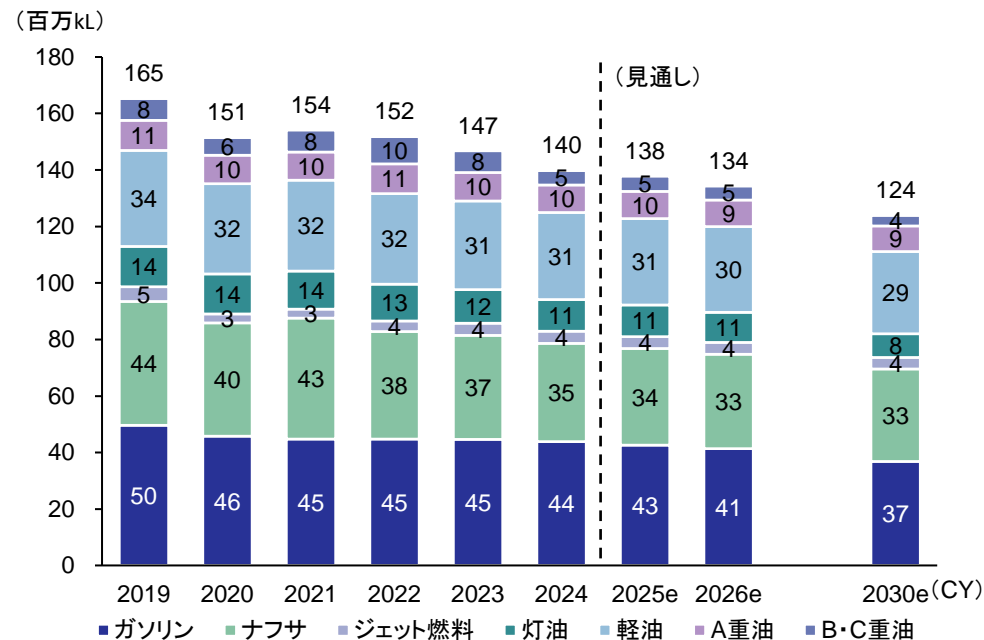
- 2025年の国内燃料油需要は、石油化学製品の生産減少により原料であるナフサ需要が減少。一方で、冬の低気温により灯油需要と発電用重油の需要が微増し、前年比▲1.4%と予想
- 2026年は複数の石化プラントの定修が重なりナフサ需要の減少を見込む。また気温影響がはく落し、前年比▲2.5%と予想
— ガソリン需要は価格に対して非弾力的であり、暫定税率廃止に向けた価格下落の影響は軽微であり一時的
- 2030年にかけては、ガソリン、軽油、重油を中心に燃料転換や燃費効率の向上が継続し、年率▲1.6%と予想
— 需要に合わせて生産量も減少する見込み。設備能力が変化しない場合、稼働率は70%を下回る見通し

国内生産の中期見通し



(注)2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測
(出所)石油連盟統計より、みずほ銀行産業調査部作成

国内燃料油需要の中期見通し

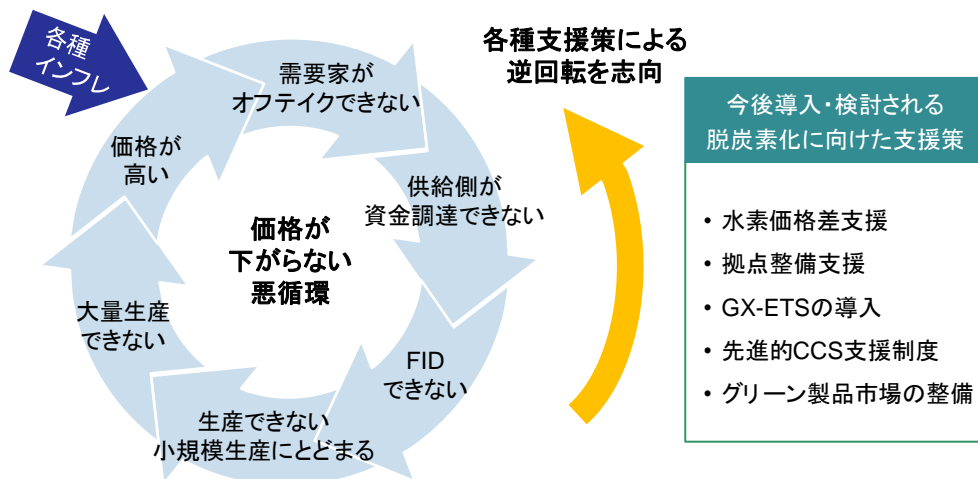


(注)2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測
(出所)石油連盟統計より、みずほ銀行産業調査部作成

外部環境の変化に伴い低炭素エネルギーの重要性が高まる可能性

- 石油元売は石油から脱炭素エネルギーへのトランジションを推進も実現には技術開発と大量生産によるコスト低減が必要
 - 政府はカーボンニュートラル実現に向けて脱炭素エネルギーの普及を推進する各種支援策を導入・検討
 - しかし、高価格・オフテイク契約の未成立に加え、インフレ影響等により、脱炭素エネルギーの価格が高止まる悪循環に陥っている状況
- 脱炭素エネルギーの事業環境が厳しい中、本格的な市場投入や普及が遅れることで、最終的なGHG累積排出削減量が当初の想定よりも小さくなる懸念
 - 着実な排出削減の手段として、既に流通している低炭素エネルギー（バイオ燃料・天然ガス・LNG等）の重要性が高まり、その供給の時間軸が長期化すると推察

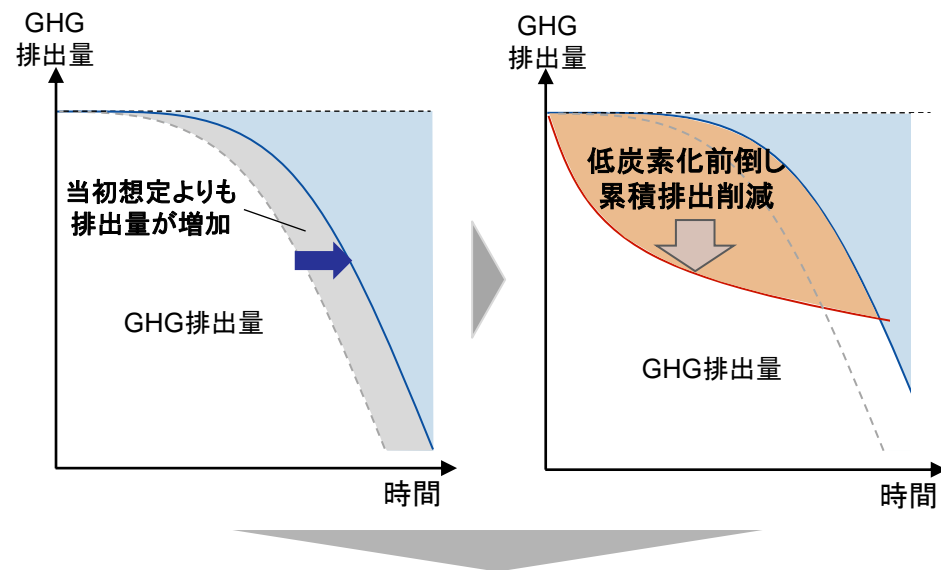
脱炭素エネルギーの悪循環



政府は各種支援策を通じて脱炭素化を推進も現状は価格が下がりにくい環境

(出所)両図ともに、みずほ銀行産業調査部作成

カーボンニュートラルに向けた排出削減の時間軸・アプローチの変化

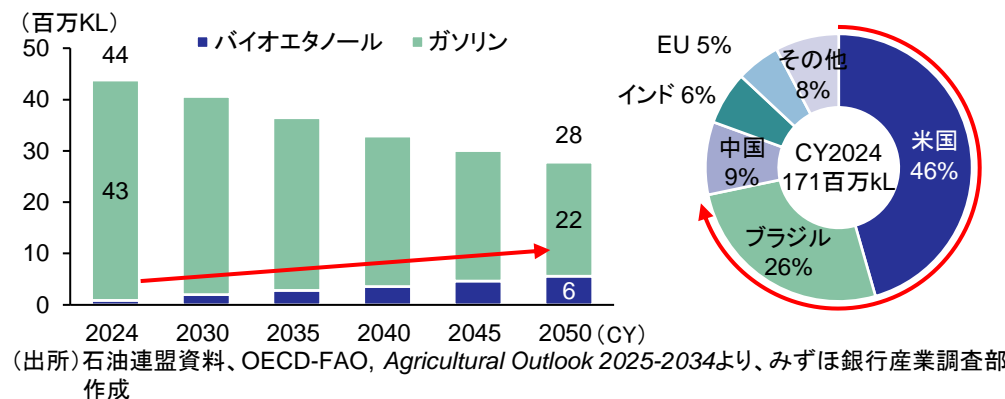


着実な排出削減の手段として
低炭素エネルギー（バイオ燃料・天然ガス・LNG等）の重要性が高まる

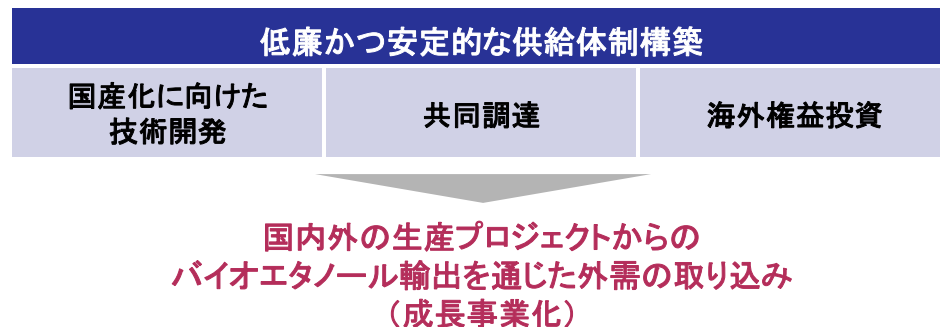
バイオエタノールの低廉かつ安定的な供給体制を構築し将来的には成長事業化も想定

- バイオエタノールは、着実な低炭素化に資する燃料であり、燃料油の内需が減少する中でも数量拡大が期待
 - しかしながら、米国・ブラジルで生産の7割を占め、原料の市況変動の影響を受けることから、安定調達の確保が課題
 - また、調達コストを価格に転嫁することが難しいため、揮発油税の特例措置等の政策的支援が導入拡大には不可欠
- 国産化に向けた技術開発、共同調達、海外権益投資等により、低廉かつ安定的な供給体制の構築が期待
 - 将来的には国内外の生産プロジェクトからのバイオエタノール輸出を通じて外需を取り込むことで成長事業化の可能性も
 - 現時点では、韓国・台湾はバイオエタノール未導入だが、潜在的な市場として要注視

国内ガソリン・バイオエタノール需要見通しと世界のバイオエタノール生産量



低廉かつ安定的な供給体制構築と成長事業化の可能性

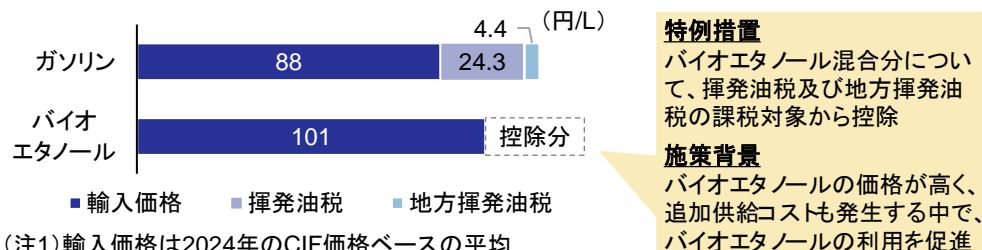


(参考)近隣の国・地域等の導入状況とバイオエタノール需要ポテンシャル

国・地域等	導入・検討状況	需要ポテンシャル(百万KL)	
		2030	2040
韓国	・ 混合義務なし。ディーゼルのみB3	1.3	1.9
台湾	・ 混合義務なし	1.0	1.7
日本	・ バイオエタノール換算3%(ETBE方式) ・ 2030年度までにE10、2040年度からE20の供給開始を目指す	4.1	6.6

(注1)ETBE:エチル・ターシャリー・ブチル・エーテル。エタノールとガソリンの生成過程等で複製される炭化水素の一種であるイソブテンから合成された含酸素化合物
 (注2)バイオエタノール需要は2030年:E10、2040年:E20と仮定し試算
 (出所)IEEJ「IEEJアウトルック2026」より、みずほ銀行産業調査部作成

バイオエタノール等揮発油に係る課税標準の特例措置(現行)



中期的に国内需要は先細る中、グローバル需要は拡大。国内構造改革と海外生産体制構築が課題

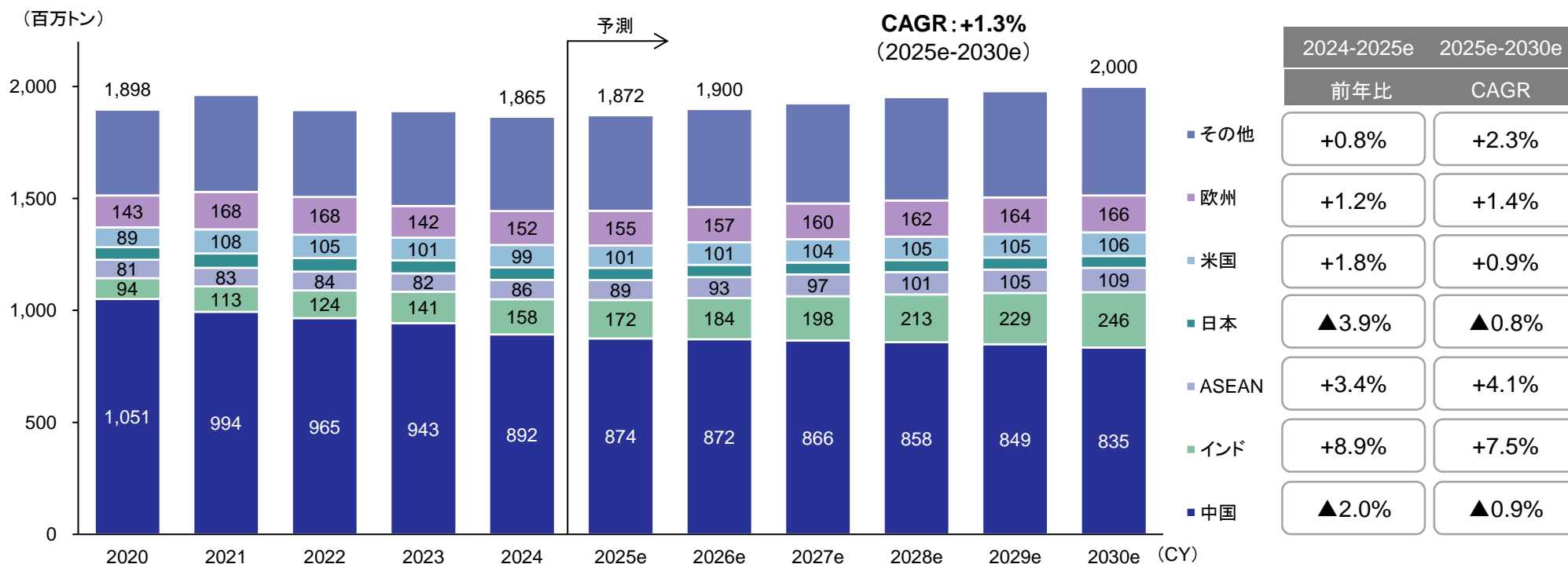
I	需給動向	<p>(短期)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ グローバル需要は、不動産市場が低迷する中国が減少も、先進国の需要が底堅く推移し、インドやASEAN等の新興国需要が伸び、2025年1,872百万トン(前年比+0.3%)、2026年1,900百万トン(同+1.4%)と予測。内需は、建設需要の減少が継続し、2025年は54.5百万トン(同▲3.9%)を見込む。2026年は船舶や産業機械生産が伸び、54.8百万トン(同+0.4%)と予測 <p>(中期)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ グローバル需要は、中国の需要減少が継続も、ASEANやインド等の新興国需要の拡大がけん引し、2030年には2,000百万トン(年率+1.3%)と予想。内需は、製造業向け需要は横這い推移し、建設業向け需要の減少が一段と進むことから、2026年をピークに減少基調に転じ、2030年52.7百万トン(同▲0.7%)と減少を予測。また、輸出も地産地消化が促され2030年28.5百万トン(年率▲2.8%)と減少継続し、国内生産は2030年に73.7百万トン(年率▲1.7%)と更なる減少を予想
II	競争環境	<ul style="list-style-type: none"> ■ 世界全体では中国以外での鋼材需要が回復へと向かう中、中国の輸出拡大や米国の追加関税を背景に、各国で保護主義の流れが強まる。通商措置の発動により輸出マーケットは縮小し、鉄鋼メーカーの輸出ビジネスは厳しさを増す一方、自国内生産については安価な輸入材の流入が限定されることで各国の事業環境は一部改善。日本でも鉄鋼一次製品、普通鋼で初となるアンチダンピング調査が開始され、国内競争環境の適正化が期待される ■ 足下、グローバル全体で脱炭素投資の一部見直しや機運の減退が見られる一方、欧州のCBAMや日本のETS導入など一部地域では製鉄における脱炭素規制の具体化が進んでおり、鉄鋼メーカーの脱炭素投資は難しい舵取りが必要に
III	リスクとチャンス	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内鉄鋼メーカーにとっては以下論点が存在するが、これらを実現できるか否かでリスクにもチャンスにもなり得る <ul style="list-style-type: none"> ― 内需の増加に期待出来ず、中国の輸出拡大で輸出市況が悪化し、輸出ビジネスの縮小を余儀なくされる中、既存製造品種だけでなく現状手がけられていない品種も含めて、いかに国内で生産規模を確保できるか ― 各国で保護主義政策が進行していくことが想定される中、日本企業が持つ高級鋼製造技術を武器に、いかに需要成長が見込まれる海外での成長戦略が描けるか ― 革新製鉄技術(直接水素還元炉、外部水素高炉、所内水素高炉、大型電炉)の開発は脱炭素化を目指す上で必要不可欠であり、安価にエネルギー(電力・水素)や冷鉄源(スクラップ・DRI)を確保できるかが重要。脱炭素投資について、環境変化に応じて実現可能性やリスク・リターンを踏まえた戦略見直しも求められる。将来的なアジア地域での技術供与といった事業機会も想定
IV	戦略方向性	<p>(世界の潮流変化と日本企業の指針)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 世界で自国の鉄鋼産業を保護する流れが強まる中で、輸出ビジネスは厳しくなる一方、各国地場企業にとっての事業環境は改善が期待 ■ 日本企業はこうした潮流変化を奇貨として、海外子会社や現地パートナーを通じた現地鉄鋼一貫生産体制の構築を押し進めていくべき。ただし、国内事業については、内需縮小に加え、輸出が更に困難になることで、もう一段の構造改革が必要に

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

グローバルの需要は、インドなど新興国の成長がけん引し、中期的に拡大

- 2025年は、先進国の需要が底堅く推移したほか、インドやASEAN等の新興国の需要成長が続き、不動産市場の低迷が続く中国の需要減少を打ち返して、グローバル全体の需要は増加に転じ、1,872百万トン（前年比+0.3%）を見込む
- 2026年は、引き続き中国の需要減少は継続するも、インドなど新興国の成長にけん引されるかたちで、中国以外の地域で安定して需要は成長し、グローバル全体の需要は、1,900百万トン（同+1.4%）を予測
- 2030年にかけて、グローバルの需要は成長継続し、2,000百万トン（年率+1.3%）と予測。特に、インドは建設や製造業向けの需要拡大に伴い、高い需要成長（同+7.5%）を維持

グローバルの鉄鋼需要の中期見通し(粗鋼換算)



(注1) 2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測

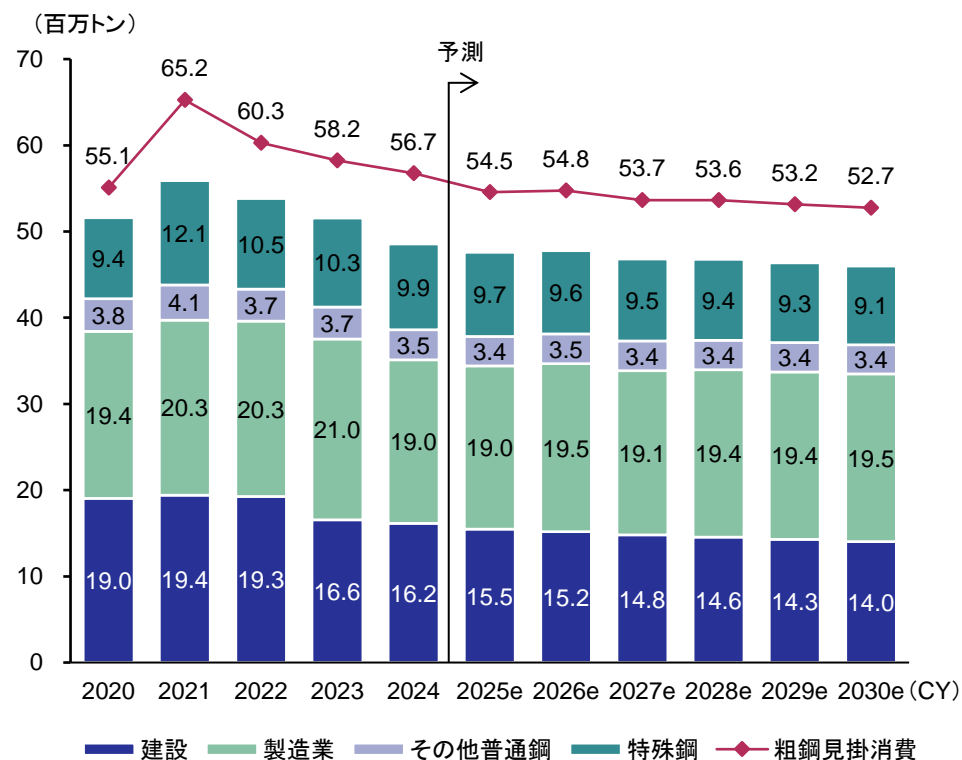
(注2) ASEANはタイ・インドネシア・ベトナム・マレーシア・フィリピン・シンガポール・ミャンマーの7カ国を指す。その他は豪州を含む。欧州はEU+英国を指す

(出所) World Steel Association, Steel Statistical Yearbookより、みずほ銀行産業調査部作成

建設向け需要の減少を主因に、内需は一段と縮小。輸出の減少も継続し、国内生産は中長期的に減少

- 【需要】2025年は、期待されていた製造業向けの需要回復は限定的で、建設向け需要の減少が一段と進み、54.5百万トン（前年比▲3.9%）を見込む。2026年は、産業機械や船舶向け需要が拡大し、54.8百万トン（同+0.4%）と増加を予測。その後、製造業向けの増加は続かず建設向けの減少が継続し、2030年にかけて52.7百万トン（年率▲0.7%）と減少を予測
- 【輸出】2025年は、中国の輸出拡大を背景にアンチダンピングなど各国の通商措置が拡大した影響で、32.8百万トン（前年比▲4.5%）と減少を予測。中期的には、地産地消化が促され輸出は減少し、2030年に28.5百万トン（年率▲2.8%）と予測
- 【生産】内需減少と輸出低迷に伴い、国内粗鋼生産は2030年に73.7百万トン（年率▲1.7%）と更なる減少を予想

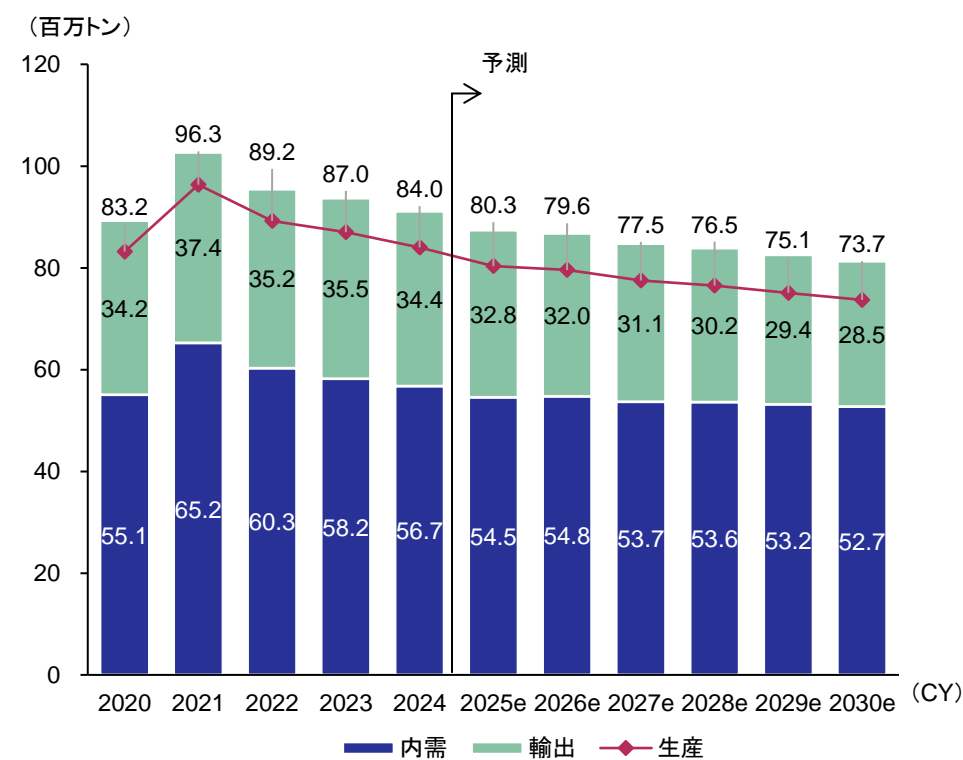
国内鉄鋼需要の中期見通し



(注)2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測

(出所)日本鉄鋼連盟「鉄鋼需給統計月報」より、みずほ銀行産業調査部作成

国内生産の中期見通し(粗鋼換算)



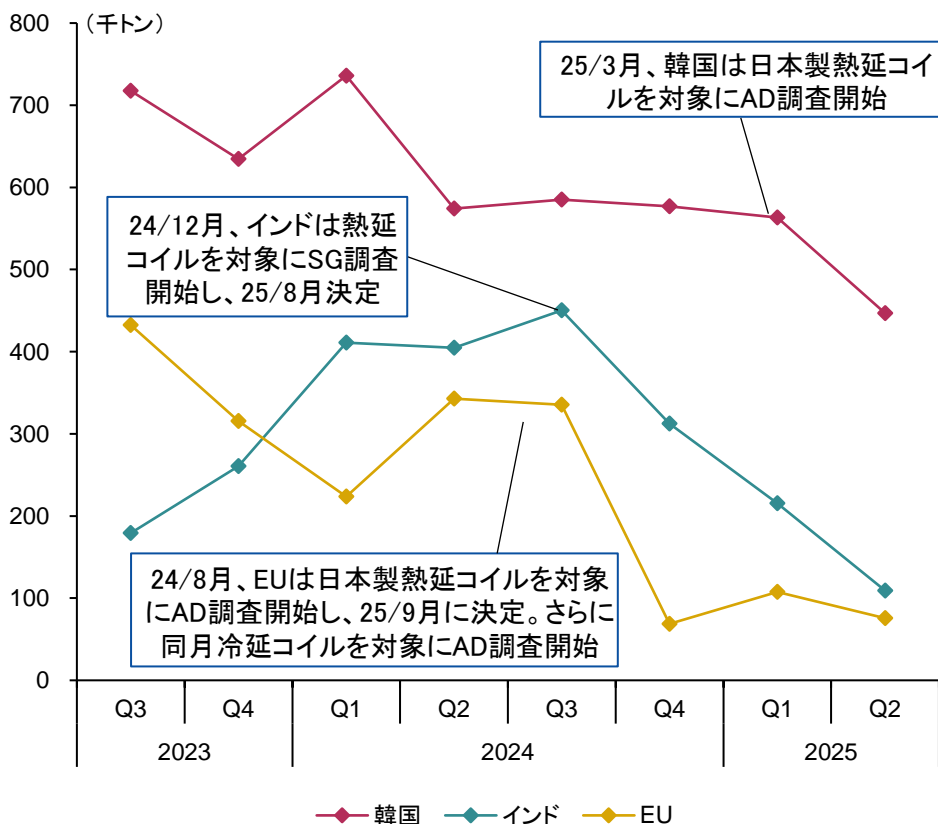
(注)2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測

(出所)日本鉄鋼連盟「鉄鋼需給統計月報」より、みずほ銀行産業調査部作成

日本企業は潮流変化を奇貨として、現地での鉄鋼一貫生産体制の構築を押し進めていくべき

- 各国で保護主義が強まる中、日本の主要な輸出先であった韓国やインド、EUで通商措置が発動され、日本の輸出は減速
 - ― 南米やアフリカなど、遠国向けに輸出先を拡大する動きがあるも、ボリュームとしては限定的
- 米国の追加関税が契機となり、世界で自国の鉄鋼産業を保護する流れが強まる中で、各国内での事業環境は改善が期待。日本企業はこうした潮流変化を奇貨とし、海外子会社や現地パートナーを通じて現地鉄鋼一貫生産体制の構築を図るべき
 - ― 一方で、日本では想定を上回る内需縮小に加え輸出が更に難しくなることで、もう一段の構造改革が必要に

日本の熱延・冷延コイル輸出推移（四半期毎）



(注) SG: セーフガード AD: アンチダンピング
(出所) Global Trade Atlasより、みずほ銀行産業調査部作成

海外における新たな通商措置の概要と日本企業の戦略方向性

米国	✓ 2025年3月、鉄鋼への25%追加関税について適用除外を廃止し、同年6月に50%へ関税を引き上げ。同年8月に派生品を追加
欧州	✓ 2025年10月、鉄鋼輸入に関する新たな通商措置案を発表。無税とする関税割当数量を2024年セーフガード水準比47%削減し、超過分には50%の関税賦課し、製鉄・製鋼の原産国を特定するメルト&ポア(M&P)要件の新設を検討
インド	✓ 2024年8月、インドで輸入・販売する製品の規格取得を義務付ける認証制度(BIS制度)において鋼板類を対象に追加。更に、2025年6月には、鋼材の母材に関しても強制規格の適用を拡大
潮流変化	✓ 輸入鋼材の原産地まで特定し、高関税や非関税障壁により自国への鋼材流入を抑え、自国の鉄鋼産業を保護する流れが加速

競争環境

輸出ビジネスが厳しくなる一方で、各国内での事業環境は改善が期待

戦略方向性

日本国内は、内需と輸出の減少で、もう一段の構造改革が必要。海外では、海外子会社やパートナー企業を通じた現地鉄鋼一貫生産体制の構築を図るべき

(出所) みずほ銀行産業調査部作成

グローバル・国内ともに銅需要は拡大する見通し。買鉱条件の悪化が銅製錬事業に大きく影響

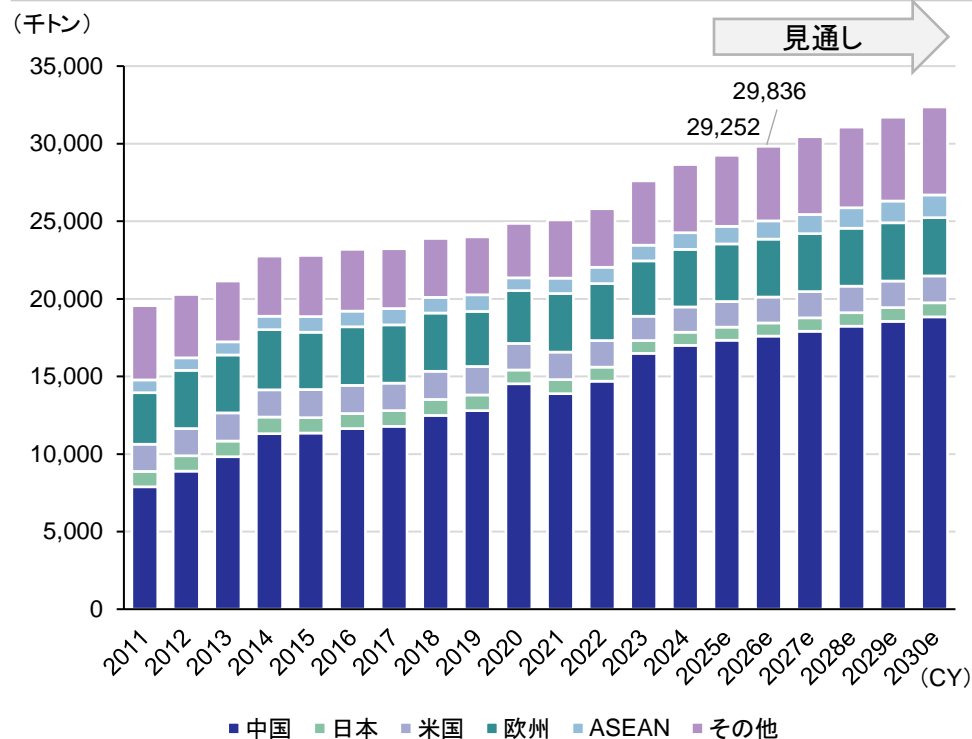
I	需給動向	<p>(グローバル需要)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 2026年のグローバル電気銅需要は、中国での拡大ペースが鈍化するものの、アジア新興国での需要増加が見込まれ29,836千トン(前年比+2.0%)の成長を予測(2025年は同+2.1%で着地見込み) ■ 中期的には、新興国におけるインフラ需要拡大、またEVの普及やデータセンター向け伸銅品の成長を背景に銅需要は拡大し、2025年から2030年にかけて年率+2.0%の成長を予測 <p>(国内需要)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 2026年の国内電気銅需要は、電気機械向けを中心とする伸銅品の需要増加により、特に電線における建設向けの需要低迷を打ちかえし、銅需要は864千トン(前年比+0.8%)を予測(2025年は同+1.8%で着地見込み) ■ 中期的には、EV化の進展やAI・データセンター向けの増加などにより需要は堅調に推移し、2025年から2030年にかけて年率+1.0%の伸びを予測。一方で、中国やアジアでの銅製錬能力拡大により、地産地消化が進展し輸出は減少見込み。内需の拡大では輸出減少を賄えず、国内生産は減少していくと予想
II	競争環境	<ul style="list-style-type: none"> ■ 足下、銅鉱石需給のひっ迫により、製錬マージンがゼロ近辺まで急低下し、銅製錬企業にとって厳しい環境に ■ 中国に加え、インドネシアやコンゴといった銅資源国が電気銅の内製化を進め、銅製錬能力を拡大している状況。今後は日本の最大輸出国である中国やアジア向けへの電気銅輸出は増えづらい状況
III	リスクとチャンス	<p>(リスク)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 中国やアジア各国の電気銅内製化により日本からの電気銅輸出が減少し、国内の電気銅生産量は減少していく見通し ■ 銅のTC/RCの低迷が継続し、銅製錬事業にとっては銅鉱石の調達コストが上昇、収益性の低下につながる可能性 ■ 銅価格高騰により、銅からアルミなど他素材への代替が進み、銅需要が停滞するおそれ <p>(チャンス)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ EV化の進展やAI・データセンター向けで、圧延銅箔やチタン銅などの高機能伸銅品の需要が拡大 ■ データセンターの建設や大型の投資開発案件にて電線需要が増加
IV	戦略方向性	<p>(買鉱条件悪化に対する日本の銅製錬産業としての方向性)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 銅のTC/RCは、需要と供給の双方の要因から低水準が継続。銅製錬事業にとって厳しい局面に ■ 主な要因としては、中国を中心に銅製錬能力の拡大が進展したことで鉱石需要が増加、銅鉱石を保有する資源国における鉱石輸出制限や、大型鉱山における地震や事故に起因する供給停止による鉱石供給のひっ迫が挙げられる ■ 日本企業としては、銅鉱石使用量を減少させ、リサイクル原料を活用するなど、鉱石に依存しない銅製錬にシフトしつつあるものの、今後現在の買鉱条件が継続した場合に備え、民間と政府が協調する仕組みを検討する必要もあり

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

【グローバル・国内需要】中期的にはEVの普及やAI・データセンター向け需要の拡大で安定した成長を見込む

- グローバル電気銅需要は、2025年は29,252千トン(前年比+2.1%)、2026年は29,836千トン(同+2.0%)と見込む。最大需要国の中国で安定した拡大が見込まれることや、ASEANでの需要増加を想定。中期的には、EVの普及やAI・データセンター向け需要の拡大、新興国におけるインフラ需要などの増加が主因となり、2030年にかけて年率+2.0%の増加を予想
- 国内電気銅需要は、2025年は857千トン(前年比+1.8%)、2026年は864千トン(同+0.8%)と予想。建設向けの減少が大きいものの、主には電子部品向けの拡大が打ち返す想定。中期的には、EV化の進展や電子部品向け需要の増加などにより、2030年にかけて年率+1.0%にて推移するが、地産地消化の進展で輸出が減少し国内生産は減少していくと予想

世界の電気銅需要の中期見通し

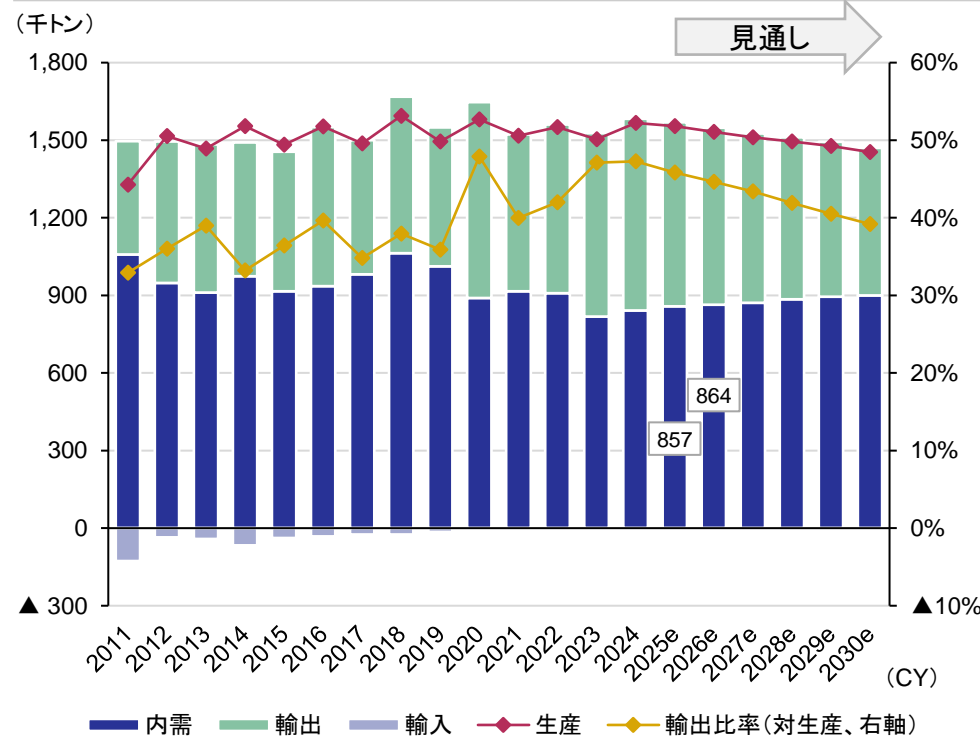


(注1)2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測

(注2)ASEANは、インドネシア、マレーシア、フィリピン、タイ、ベトナム

(出所) LSEG WBMS, World Metal Statisticsより、みずほ銀行産業調査部作成

国内電気銅生産・内需・輸出入の中期見通し



(注)2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測

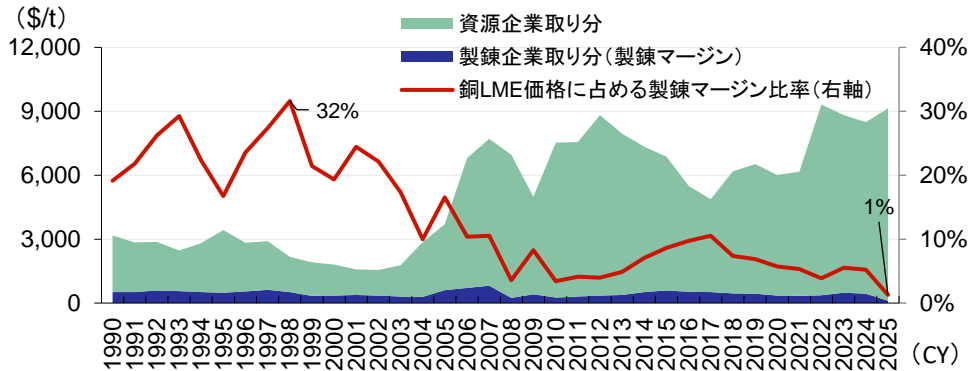
(出所) 経済産業省「生産動態統計」、日本鉱業協会「需給実績表」より、みずほ銀行産業調査部作成

需要と供給の双方を背景に、銅の買鉱条件の低迷が継続

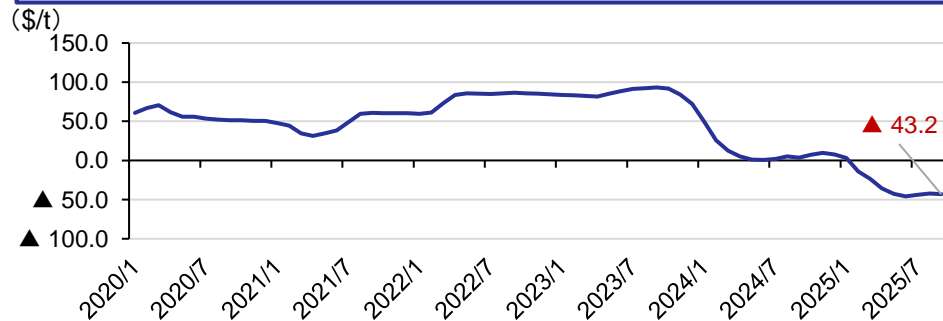
- 銅のTC/RCは、需要と供給の双方の要因から低水準が継続。買鉱製錬を営む日本の銅製錬企業にとっては厳しい局面に
 - ― 需要面：中国を中心に銅製錬能力の拡大が進展し鉱石の需要が増加、今後も大型の銅製錬所の新設が予定されており、さらなる銅製錬能力拡大で鉱石需要の増加が想定
 - ― 供給面：銅鉱石を保有する資源国における鉱石輸出制限や、大型鉱山における地震や事故に起因する供給停止により鉱石市場がひっ迫、鉱石の調達不安定に

銅のTC/RCの推移

銅のTC/RCの長期トレンド



銅のTCの推移（スポット月次平均ベース）



（注1）TC：Treatment Charge（溶錬費）、RC：Refining Charge（精製費）

（注2）TCおよびRCの合計が製錬マージン

（出所）JOGMEC資料、(c) EIU 2025 All rights reserved.、IRuniverse株式会社／MIRUより、

みずほ銀行産業調査部作成

MIZUHO みずほ銀行

銅のTC/RC低迷の主な要因

需要

中国を中心とするグローバルでの銅製錬能力の拡大で鉱石需要増加

電気銅 生産量(千t)	2019年	2024年	CAGR (19-24)	電気銅 生産計画	企業	生産量	時期 (目途)
中国	9,447	13,451	7.3%	インド	JSW	50万t	2029年
コンゴDRC	1,064	2,282	16.5%	インド	Adani	50万t	2028年
インドネシア	258	351	6.4%	インド	Hindalco	30万t	未定

供給

資源国の鉱石輸出制限により鉱石市場がひっ迫

インドネシアの 高付加価値 政策

✓ 自国で採取できる豊富な資源（鉱石）を活かし、国内で製錬や加工を実施し、下流産業の強化を進める方針

銅鉱石の
輸出制限へ

供給

大型鉱山における供給停止による鉱石調達不安定化

コブレ・パナマ鉱山

- ・パナマ
- ・2023/11操業停止
- ・想定生産量：年32万t
- ・鉱山開発に対する国民の反対等を理由に停止

カモア・カクラ鉱山

- ・コンゴDRC
- ・2025/5操業停止
- ・想定生産量：年52万t
- ・地震と地下水の影響で停止、一部は再開済

グラスベルグ鉱山

- ・インドネシア
- ・2025/9操業停止
- ・想定生産量：年80万t
- ・大量の土砂が流れ込む事故により停止

（出所）LSEG WBMS、JOGMEC、JETROより、みずほ銀行産業調査部作成

銅製錬各社による取り組みだけでなく、複合的な政策支援が必要か

- 国内の銅製錬各社は買鉱条件の悪化を受け、鉱石の使用比率を減らし、リサイクル原料の使用比率を増やす原料構成にシフトすることで収益改善を企図。日本政府も韓国やスペインと連名で現在の買鉱条件低迷への問題提起を実施
- 足下の買鉱条件が継続した場合、民間による取り組みだけでなく、民間と政府が協働して本課題に取り組む必要があると想定。銅権益や海外製錬への投資は大規模鉱山の減少や投資負担の重さが課題となる中、TC/RC及び販売プレミアムの適正化に向けた政策支援の導入や、「日本連合」として交渉を実施し、適正な買鉱条件に向けた動きを進めていくことも必要か

民間企業の取り組み例と政府の動き

民間の取り組み例	
会社名	取り組み
三菱マテリアル	<ul style="list-style-type: none"> ■ 直島製錬所の銅精鉱処理能力増強計画を見直し、E-scrapの処理能力を増強する計画に変更(2024/12/12) ■ 小名浜製錬所にて銅精鉱処理を縮小し、リサイクル原料比率を高める原料構成へのシフトを発表(2025/8/4)
JX金属	<ul style="list-style-type: none"> ■ 銅鉱石の調達を減らすことによる粗銅の減産を発表。リサイクル原料の比率を高め、銅製錬の収益改善を企図(2025/6/17) ■ 佐賀関製錬所にてリサイクル原料の増処理に向け、前処理プロセスの設備投資約70億円の実施を公表(2025/9/26)



政府の動き

日本、韓国、スペイン政府連名で銅精鉱の買鉱条件悪化への懸念を表明

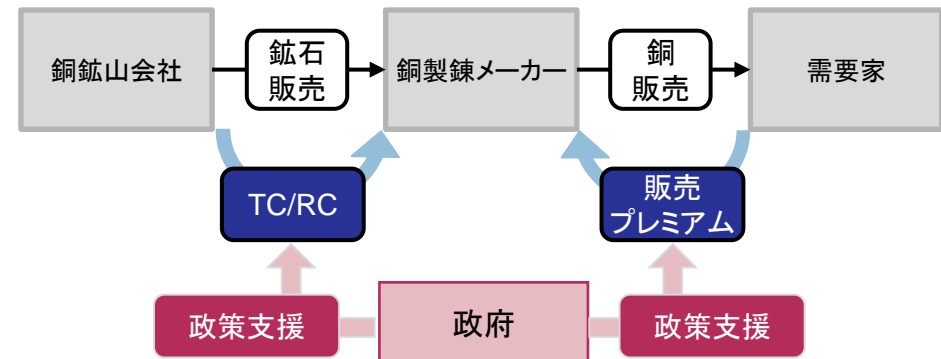
- ✓ 産業に不可欠な銅を今後将来に渡って安定的に供給する責任を担う銅製錬事業が、資源国の鉱山事業とともに、持続的に発展できない市場環境およびその影響について深い懸念を表明
- ✓ 製錬費用が銅精鉱事業の持続可能な価格水準に戻ることを期待

(出所)各社開示資料、経済産業省公表資料より、みずほ銀行産業調査部作成

買鉱条件の適正化に向けた方向性

1 TC/RCまたは販売プレミアムへの政策支援導入

- ✓ 永続的な資金拠出は困難なため、リサイクル原料へのシフトを促す制度設計とすることも一案



2 政府及び日本企業が協働し、「日本連合」として買鉱条件の交渉を実施



(出所)みずほ銀行産業調査部作成

幅広い事業領域のデータやデジタル技術を活用した高付加価値ソリューションの提供が勝ち筋に

I	需給動向	<p>(グローバル販売)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 2025年は、872千台(前年比▲1.8%)と予測。2024年に金利高と建設コスト高騰を背景に需要が縮小した欧州では、金利低下を受けて底打ち。一方、米国の政策による不確実性の高まりや関税影響により、北米では需要が縮小 ■ 2026年は、中国やインドの内需拡大がけん引し、901千台(同+3.3%)と5年ぶりのプラス成長に転じる見通しながら、国際情勢の不確実性の影響等もあり本格回復には至らず ■ 2030年にかけて、北米・欧州・インドは底堅いが中国が伸び悩み、グローバル需要は年率+1.6%と緩慢な成長 <p>(グローバル生産)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 2025年は1,261千台(前年比▲0.3%)、2026年は1,297千台(同+2.8%)と予測。中国・インドは底堅いが先進国は横ばい ■ 2030年にかけて、年率+1.5%の緩慢な成長。日本では人口減・住宅投資の頭打ちで内需低迷も、輸出拡大が押し上げ
II	競争環境	<ul style="list-style-type: none"> ■ 人口動態の変化に伴う内需縮小や人手不足、グローバル市場動向を踏まえると、日系建機メーカーは厳しい事業環境に ■ 米国の関税影響により、輸出の多い日本勢は米国メーカーと比べて価格競争力が低下 ■ 中国系建機メーカーは、日本企業が強いシェアを誇った中国・東南アジア市場において近年急速にシェアを拡大
III	リスクとチャンス	<p>(リスク)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 内需縮小、建設現場の労働供給制約、米国関税の恒久化や中国勢のシェア拡大といった要因で、収益性が低下する懸念 <p>(チャンス)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 外部環境の変化を契機に、売り切り型事業からより付加価値の高い領域にリソースシフトを進めやすくなる可能性 ■ 人手不足は、デジタル技術の活用を通じて生産性向上等をもたらすソリューションニーズに直結。バリューチェーン事業の付加価値を高める可能性
IV	戦略方向性	<p>(バリューチェーン事業の強化)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 厳しい外部環境をビジネスチャンスと捉え、差別化につながる打ち手を講じる必要性あり ■ 国内の課題解決を足掛かりとしたバリューチェーン事業の確立、他地域への横展開が国際競争力の獲得に繋がる可能性 ■ 補給部品・部品再生事業、レンタル・中古車販売事業等を通じて得られるデータを集約し、デジタルプラットフォーム上で統合・解析することで、生産性・安全性の向上やコスト低減といったユーザーニーズに対して新たなソリューションを提供可能に ■ バリューチェーン事業の拡大にあたり、建機メーカー各社は国内外企業との協業を今まで以上に加速させる可能性あり

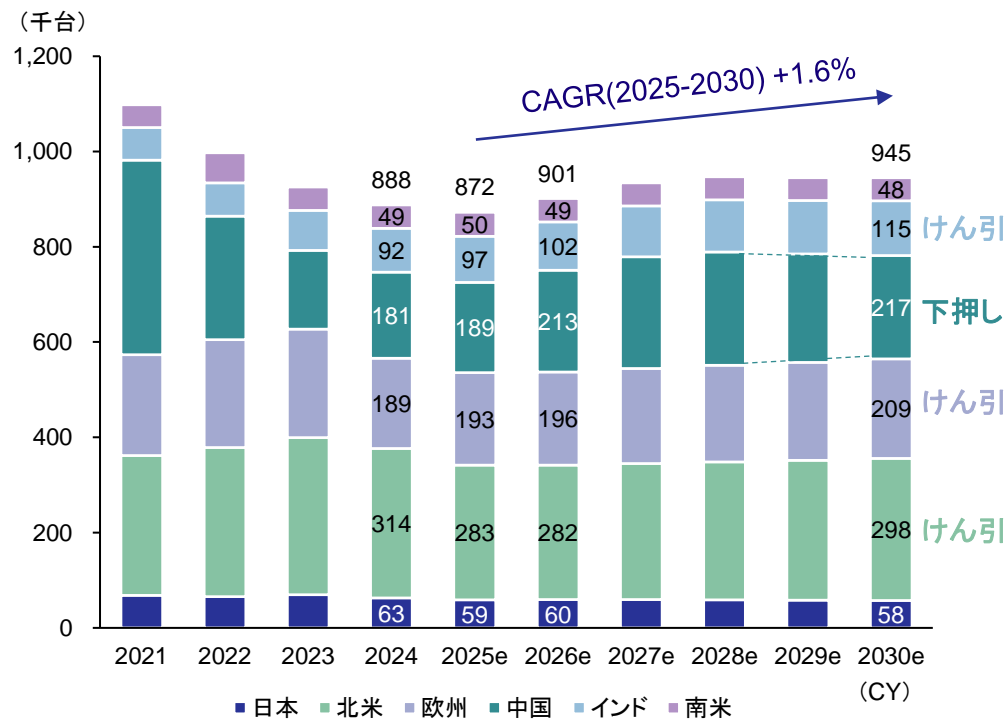
(注)「バリューチェーン事業」は、建機本体の新車販売以降のライフサイクルにおける関連事業(補給部品・部品再生、レンタル・中古車販売、販売金融など)を指す

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

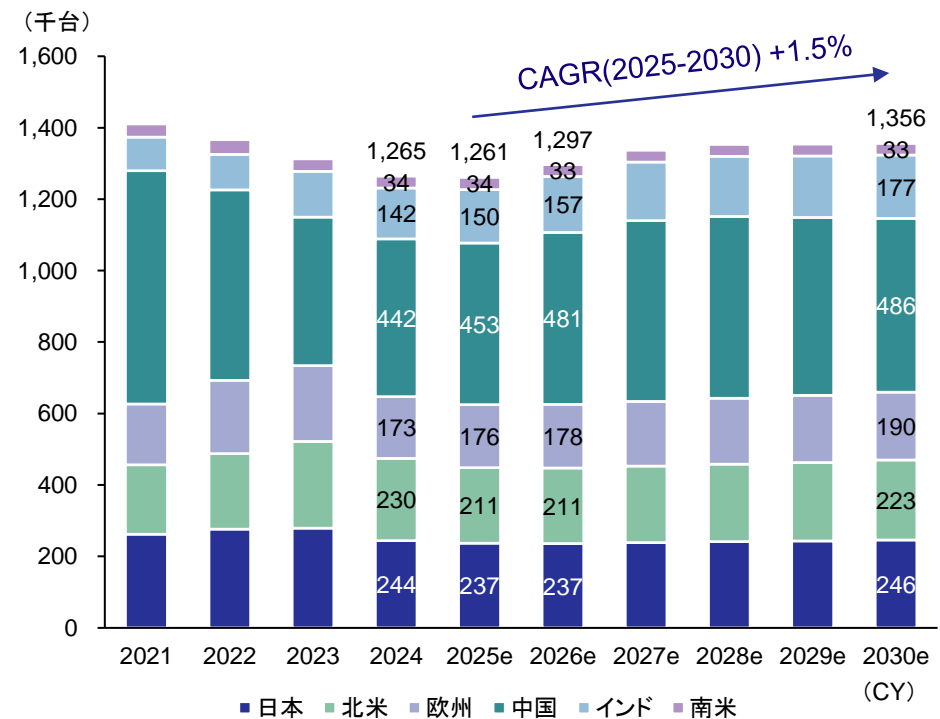
北米・欧州・インドは底堅いが中国が伸び悩み、グローバル需要は中期的に緩慢な成長に

- 2025年販売は872千台（前年比▲1.8%）と予測。米国の関税影響を受けて北米で大幅に需要縮小。欧州では金利低下を受け底打ちを見込む。2026年は中・印がけん引し901千台（同+3.3%）とプラス成長に転じる見通しも、国際情勢の不確実性の影響等もあり本格回復には至らず。中国では住宅購入規制緩和の効果、インドではインフラ投資進展が需要を下支え
 - 2030年にかけて投資の堅調な米・欧・印がけん引も経済減速する中国が下押し。2021年水準まで販売台数は回復せず
- 2025年生産は1,261千台（前年比▲0.3%）、2026年は1,297千台（同+2.8%）と予測。中・印が堅調も、先進国は横ばい
 - 2030年にかけて、年率+1.5%の成長を予測。日本は人口減・住宅投資頭打ちで内需低迷も、輸出増加が寄与

販売台数（グローバル・年次）



生産台数（グローバル・年次）



（注1）両図ともに、2025年以降の数値はみずほ銀行産業調査部予測

（注2）データ制約により、実績・予測値の集計対象国は28カ国。生産拠点となる国・地域が中心のため、販売台数と生産台数に差異が生じるもの

（出所）両図ともに、Off-Highway Researchより、みずほ銀行産業調査部作成

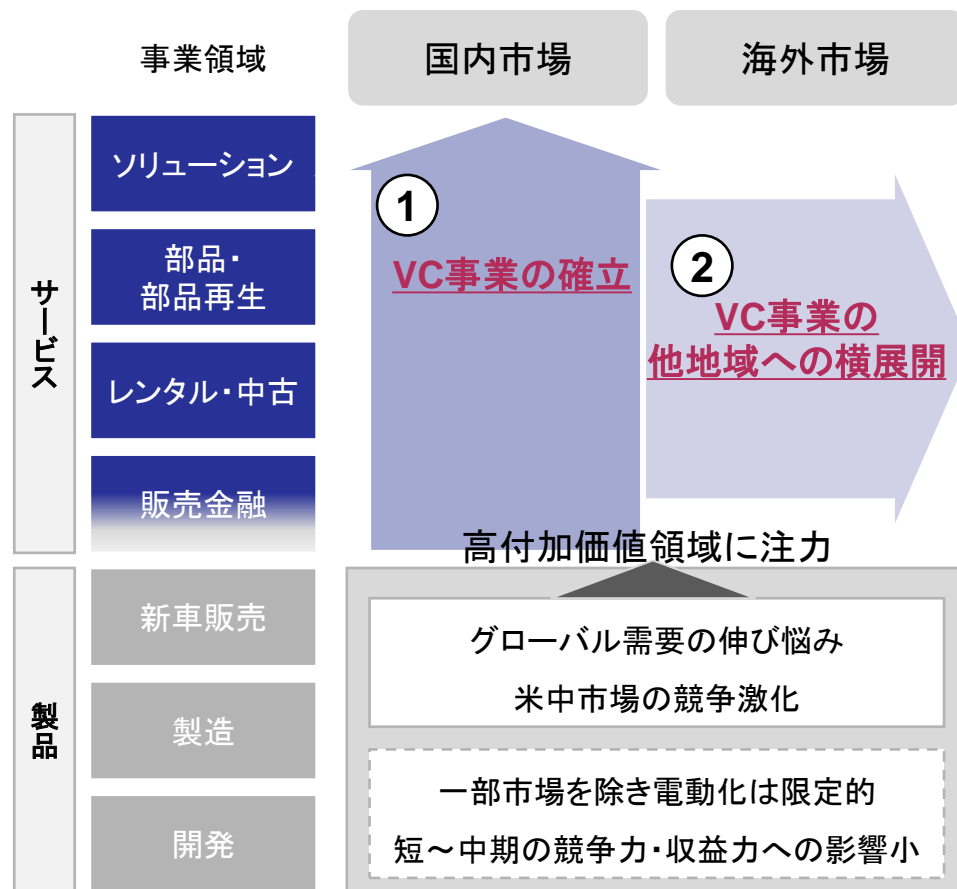
厳しい外部環境が継続する中、売り切り型事業からバリューチェーン(VC)事業への転換がより重要に

- 国内建機メーカーは、外部環境の変化により車両売り切り型事業の売上・利益が低成長となる懸念
- デジタル技術活用を含む各種サービスの提供により、付加価値の向上・収益源の多様化を図ることが有効

日系建機メーカーを取り巻く国内外環境、リスクとチャンス

	リスク	チャンス
内需縮小 マクロ	✓ 人口動態の変化、住宅投資減少が構造的な内需縮小をもたらす懸念	✓ 高付加価値領域へのリソースシフトを進めやすくなる可能性
人手不足 マクロ	✓ 建設現場における労働供給制約により市場の下押しに拍車がかかる懸念	✓ デジタル技術活用により生産性向上等をもたらすソリューションのニーズが高まる可能性
米国関税の影響 マクロ 競争環境	✓ 米国メーカー比の価格競争力劣後、関税負担の恒久化により、収益性が低下する懸念	✓ 既存生産体制、部品調達網の大胆な見直しを検討する契機となる可能性
中国企業の台頭 競争環境	✓ 中国メーカーが中国・東南アジア市場に浸透。日本企業はシェア低下の懸念	✓ 高付加価値領域へのリソースシフトを進めやすくなる可能性

建機メーカーに求められる中期の戦略方向性



(出所)みずほ銀行産業調査部作成

(注)2024年新車販売に占める電動機種割合は中国では約8%。他の全地域では1%未満
(出所)Off-Highway Researchより、みずほ銀行産業調査部作成

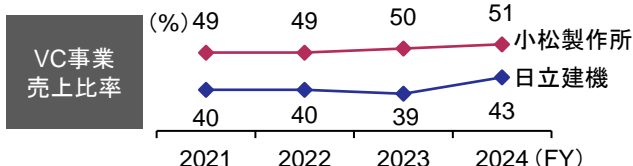
VC事業の勝ち筋は、各事業領域で取得するデータの統合・解析による、高付加価値ソリューションの提供

- 差別化要素は①幅広い事業領域の膨大な情報、②デジタルプラットフォーム構築・AI活用。他社協業は更に加速する可能性

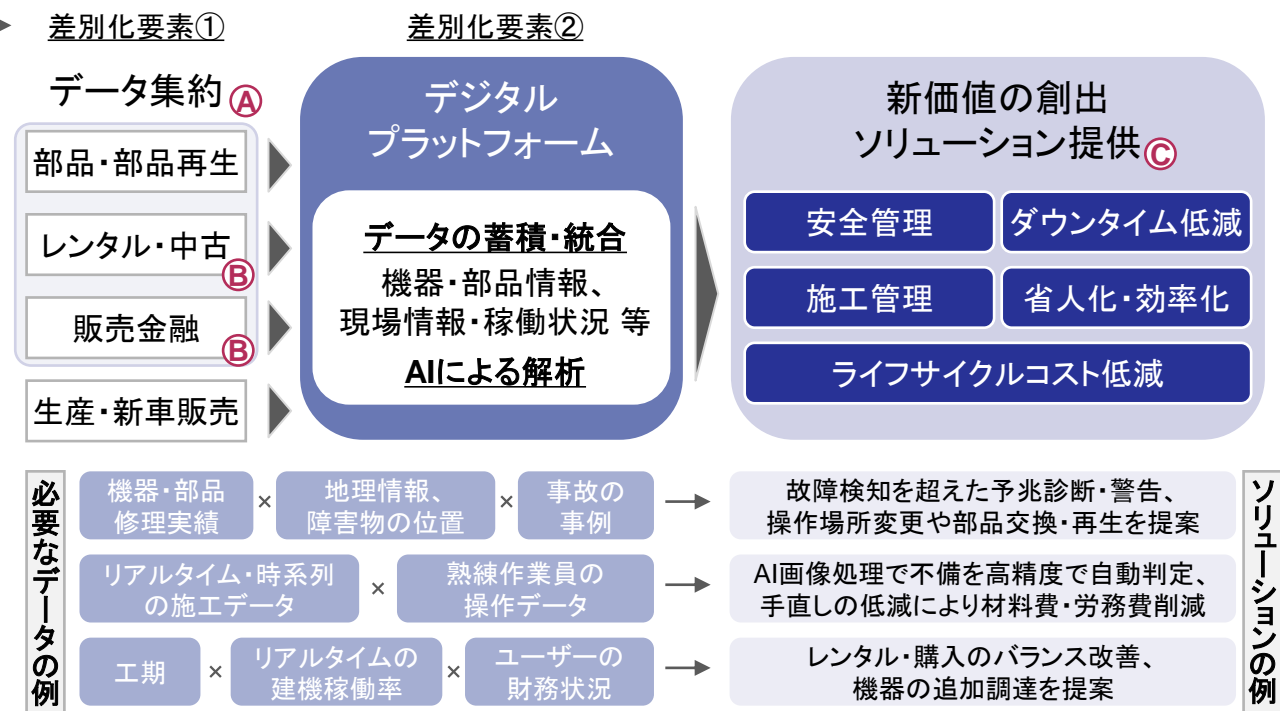
主要企業によるVC事業関連の主な取り組み

小松製作所	
方針	VC事業拡大等の成長戦略を掲げる中計
ソリューション提供の事例	建設現場の各種デバイスからオープンプラットフォームLANDLOGにデータを格納。建設プロセスの可視化に活用
近年のM&A	2024年、鉱山現場の最適化ソフト開発 Octodots Analytics社(チリ)を買収

日立建機	
方針	FY2025 VC事業比率50%の中計目標
ソリューション提供の事例	サービスソリューションConSiteを通じて稼働状況を遠隔監視、部品交換を提案
近年のM&A	2024年、レンタル事業ACME社(米国)を完全子会社化。2024年、鉱山機械部品再生事業Brake Supply社(米国)を買収



VC事業の勝ち筋



戦略をより発展

- A** 囲い込むデータ量がソリューションの種類・質に直結
- B** 自社での全事業展開はアセット負担大
- C** 海外市場に展開する場合、商慣習や建設現場・機器の特徴など現地情報を精緻に把握する必要

単独での取り組みには限界があり
建機メーカーをはじめとする
国内外事業者との協業を
より一層広げる必要あり

(注)小松製作所のVC比率は決算説明資料のアフターマーケット比率
(出所)各社HPより、みずほ銀行産業調査部作成

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

デジタル化・AI化を踏まえて成長基調を見込む。高付加価値化に向けて、マーケットイン型への仕掛けが必要

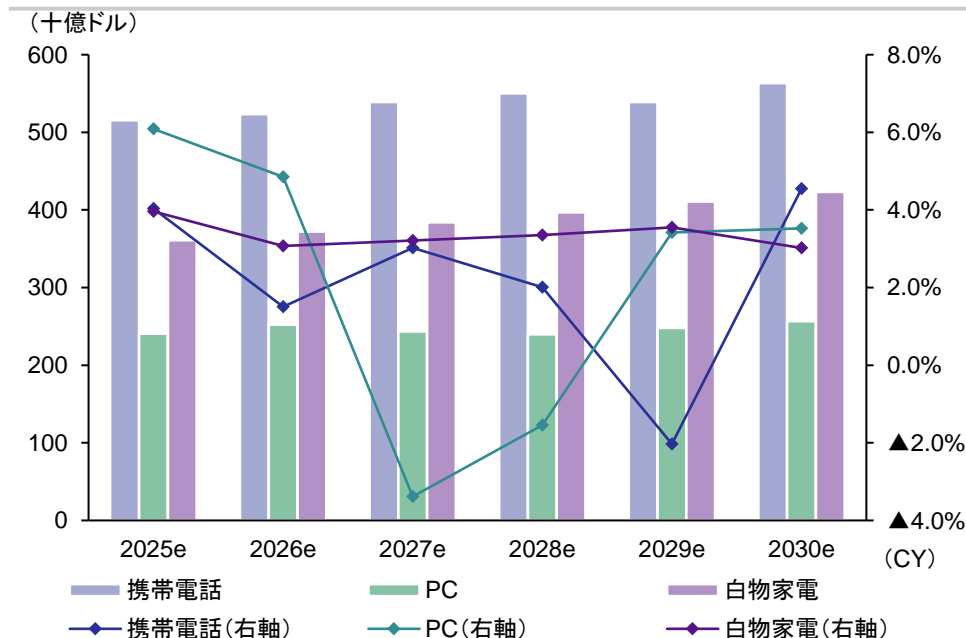
I	需給動向	(グローバル短期) ■ 完成品はイベントによる特需もあり、2025年は市場拡大を見込む。電子部品も完成品の好調を受けて市場拡大を見込む。半導体市場は金額ベースで過去最高を更新するも、伸び率が鈍化する見込み。生成AI関連とそれ以外の二極化が続く (グローバル中期) ■ イベントによる変動を受けるが、完成品は、デジタル化・AI化に伴い、端末スペック高度化が求められるため、個人向けデバイスの買替サイクルが短期化し、成長基調を見込む。電子部品も完成品同様、安定成長基調を予測。半導体は2027年に供給増に伴う需給緩和で前年割れとなるが、中期的には”2030年1兆ドル“を1年前倒しで達成すると予測					
II	競争環境	完成品	(国際秩序) ■ 米国関税や米中対立等のマクロ環境変化を受けた、製造地の移管や調達網の複雑化 (デジタル化(AI)) ■ デバイスに対するAIの搭載が一般化し、個人向けスマホやPCにもAI搭載が進む	電子部品	(国際秩序) ■ 顧客からの要請に伴う、脱地政学リスクのための製造拠点移管 ■ 中国等の外資系同業の技術キャッチアップに伴う競争激化 (デジタル化(AI)) ■ AIの普及と進化による半導体・完成品の変化への対応が必要に	半導体	(国際秩序) ■ 米中対立激化・地産地消化により、世界各国のサプライチェーンに合わせた供給体制構築が重要に (デジタル化(AI)) ■ エッジAI・フィジカルAIの普及で、AI関連需要の裾野が拡大(スマホ、PC、ロボット、自動車等)
III	リスクとチャンス		(リスク) ■ マクロ環境変化に応じた価格転嫁の遅れに伴う収益減や、適切な製造地・調達網シフトへの対応の遅れによる失注のリスク (チャンス) ■ 製造・輸出拠点の最適化や、モノづくりプラットフォームの確立で先手を取ることに伴うプレゼンスの向上		(リスク) ■ 上記構造変化への対応の遅れに起因する、大口顧客からの失注 (チャンス) ■ 顧客の製造拠点最適化への適応を通じた、収益機会獲得 ■ デジタル化・AI化の進展や、新技術の登場(光電融合等)による、顧客の裾野拡大・新規大口顧客の出現		(リスク) ■ AI向け半導体の供給者が限られていることによる供給制約 ■ 世界各国の対米投資増に伴う、半導体の投資過多・供給過剰 (チャンス) ■ 半導体への要求仕様の変化(AI最適化等)におけるビジネス獲得
IV	戦略方向性	(将来的に業界を先導し得るスタートアップやアカデミアに対して、テクノロジーを活用した効率的なアプローチが必要) ■ 電子部品・半導体業界においては、一部の大手顧客向けを除き、代理店・商社経由で製品を販売。直販と比して、代理店販売ではマーケットトレンド・ニーズの捕捉が難しく、適切なマーケティングや顧客ニーズを踏まえたR&Dに繋がりにくい場合も ■ 将来的に業界を先導し得るスタートアップ・アカデミア等に対して、研究開発段階から幅広いマーケティングが必要。顧客ニーズに基づくR&Dを行うことで、マーケットイン型モノづくりが可能になり、ニーズ・シーズを先取りした高付加価値化も望める					

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

イベントに起因する変動がありながらも成長基調。半導体は踊り場を経て、2029年に1兆ドル突破を見込む

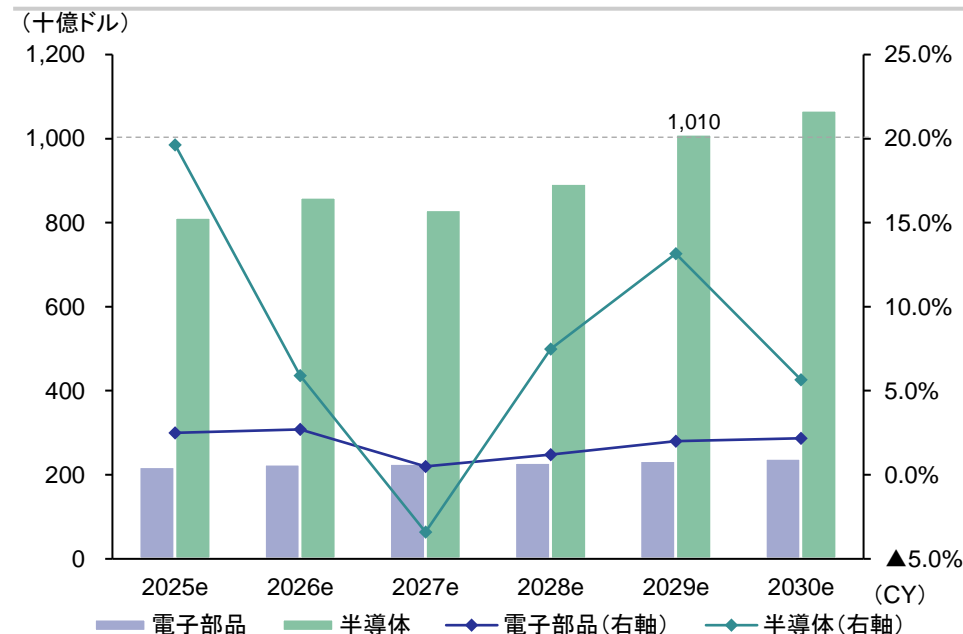
- 業界全体: 2025年は米国関税政策の影響を受けるも、市場拡大を見込む。個人向け携帯電話・PCは、エッジAI化進展に伴いプロセッサ・メモリ等の端末性能アップデートが必要となるため、買い替えサイクル短期化を見込む。完成品・電子部品・半導体いずれもイベントに起因する変動はあるが、社会のデジタル化・AI化ニーズを受けて、成長基調を見込む
- 完成品: 携帯電話・PCは、イベント(携帯電話: 2030年から6Gサービス開始を想定。PC: 2025年のWin10 OSサポート終了)が需要押し上げ、前後数年で調整予想も、安定成長基調。白物家電は、必需品として人口・世帯成長なりの成長を予想
- 電子部品: 構造的に値下げ圧力が強いものの、デジタル化・AI化に伴う継続的な搭載員数増を見込む。PC市場のマイナス影響を受けて、2027年は成長鈍化を見込むが、中期的には安定成長基調を見込む
- 半導体: AI関連需要に加え、戦略的な在庫積み増しが2025年の市場規模を押し上げた。中期的には市場拡大が続くものの、半導体強化策を受けた新規ラインの稼働増に伴う需給緩和で単価下落が起こると想定、2026～2028年は踊り場と見込む

完成品の世界需要見通し



(注) 2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測
(出所) 各種資料より、みずほ銀行産業調査部作成

電子部品・半導体の世界需要見通し

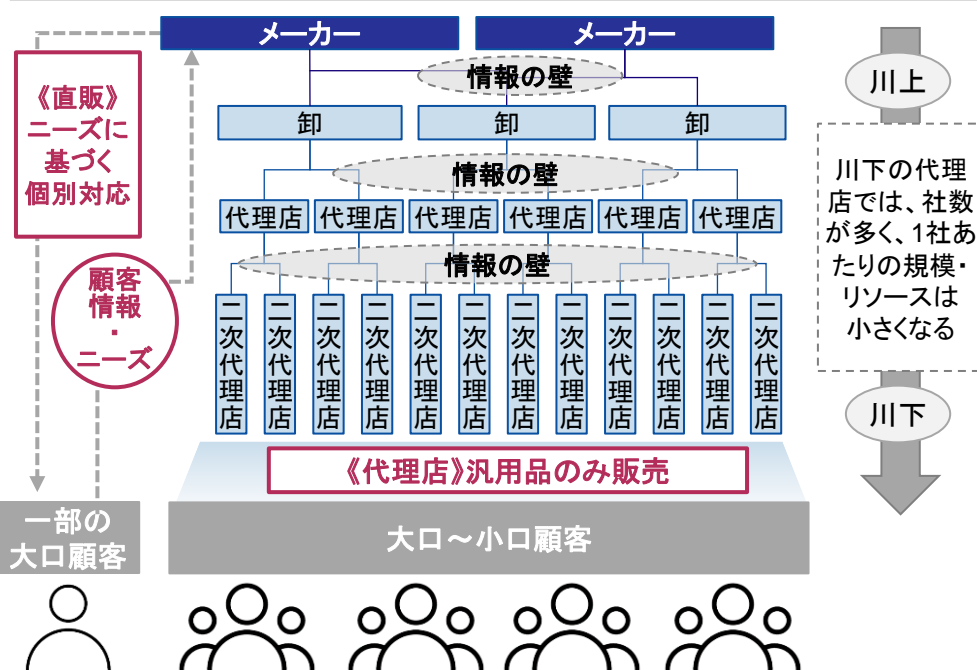


(注) 2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測
(出所) 各種資料より、みずほ銀行産業調査部作成

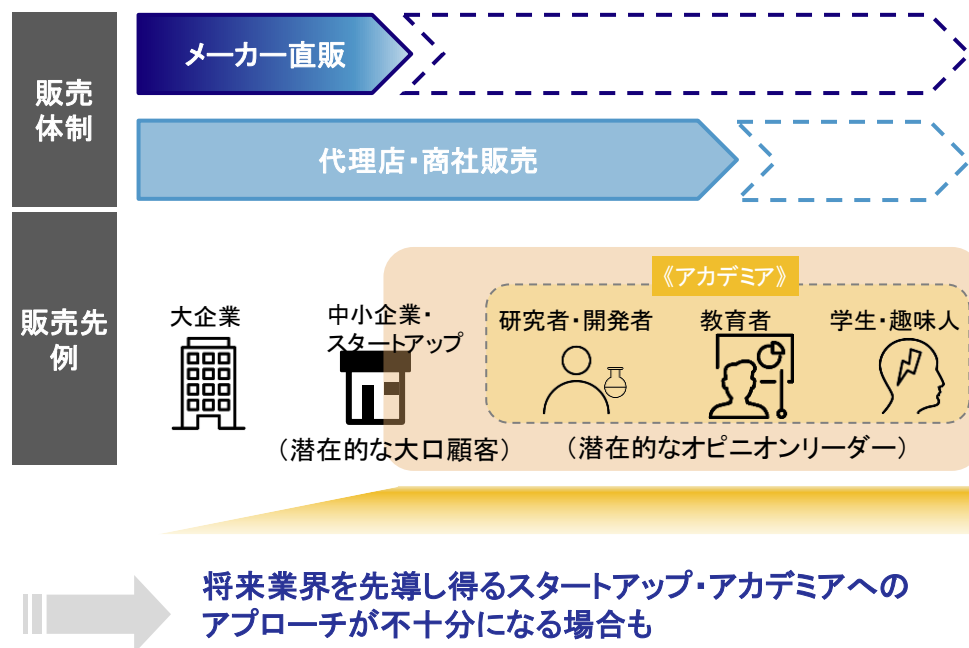
複雑な流通構造とリソース制約がある中で、潜在的に業界を主導するアカデミア等へのアプローチが必要に

- 電子部品・半導体の流通構造は、一部の直販を除き、複数の卸・代理店等が介在し複雑化している
 - 個別カスタマイズが必要となる大口顧客向けはメーカー直販、一般顧客向け汎用品は代理店販売と棲み分け
 - 代理店販売の場合、各レイヤー間に情報の壁があるため、顧客ニーズを十分に捕捉出来ない場合も
- リソースの制約上、メーカーの直販先は足下の収益源となる大口顧客が中心。一方で、将来の大口顧客や、オピニオンリーダーになり得るスタートアップ・アカデミアへの幅広いアプローチも必要
 - 例えば、AIサーバーで用いられるGPUのトップ企業であるNVIDIAは、現在でもアカデミアを「最新の技術動向を把握し続けるための重要な手段かつ、次世代の研究者との出会いの場」として、アカデミアへの支援・アプローチを続ける
 - GPUプログラム開発環境「CUDA」の開発者は、学生時代にGPUを活用した汎用計算を研究し、後にNVIDIAに入社

顧客規模別の流通構造



電子部品・半導体の販売体制・棲み分け(イメージ)

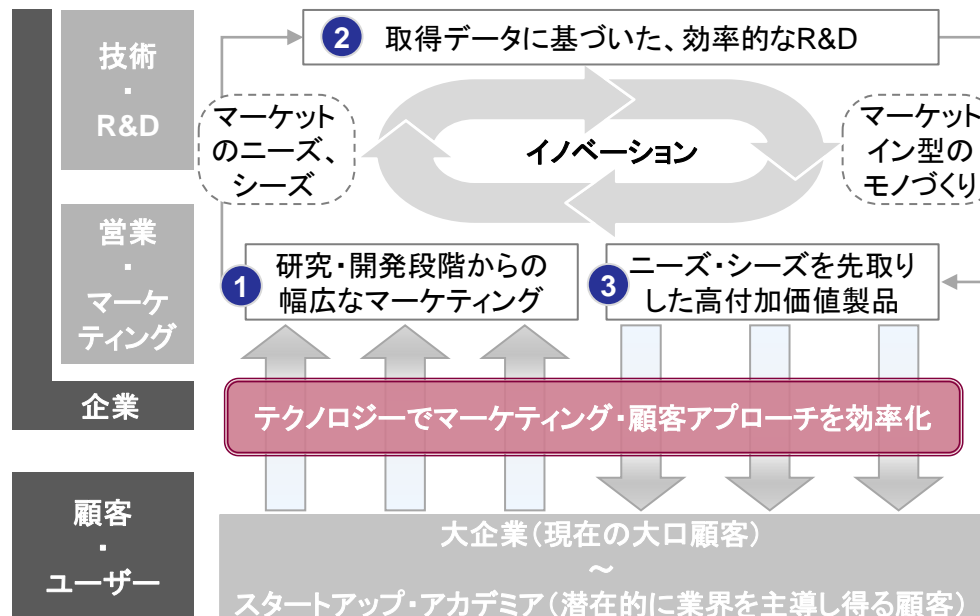


(出所)両図ともに、みずほ銀行産業調査部作成

産学を跨ぐ幅広いマーケティングに基づく、ニーズ・シーズを先取りした、製品の高付加価値化が求められる

- 電子部品・半導体企業には、顧客・ユーザーのニーズを満たす製品・ソリューション提供が求められる。以下のサイクルを通じ、ニーズの捕捉・R&Dの効率化および製品の高付加価値化が可能に。特に、テクノロジーを活用することで、大口顧客向けに加えて、潜在的に業界を主導し得る顧客向けにも効率的にアプローチすることが、企業にとっての差別化要因に
 - ― ①R&D段階から、スタートアップ・アカデミアを含め幅広くマーケティングを行い、顧客・ユーザーのニーズ・シーズを捕捉
 - ― ②取得データに基づき、顧客ニーズを満たすためのR&Dを実施。需要の先読みは、R&D短期化・効率化にも結実
 - ― ③顧客・ユーザーのニーズ・シーズを先取りした製品・ソリューションは高付加価値になり、高い競争力を持つ
- 具体的には、テクノロジーを活用した効率的なマーケティング手法として、以下の打ち手が考えられる
 - ― (A) 設計SW・クラウドサービス提供による設計者思想の捕捉、(B) 開発キット・プラットフォーム提供による開発者の囲い込み、(C) B2B ECによるマーケットトレンド捕捉

電子部品・半導体企業に求められるマーケティング・R&D体制



（出所）みずほ銀行産業調査部作成

顧客アプローチ効率化のための、テクノロジーを活用した具体的な打ち手

	(A) 設計SW クラウドサービス	(B) 開発キット・PF	(C) B2B EC
概要	<ul style="list-style-type: none"> ■ クラウド上で設計サービスを提供し、設計者の意向・考え方の捕捉が可能に 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 開発フローやコードを通じて、開発者の設計思想や傾向の捕捉が可能に 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 顧客の購買動向・部品表データを通じ、業界トレンドや、潜在的な大口顧客の捕捉が可能に
事例（公表）	<ul style="list-style-type: none"> ■ ルネサスによるAltium買収（2024年2月） 	<ul style="list-style-type: none"> ■ QualcommによるArduino買収（2025年10月） 	<ul style="list-style-type: none"> ■ キーエンス子会社による、B2B EC開設（2025年4月）

メーカーは、捕捉したデータを活用・分析することで、「顧客が欲しいモノづくり」の実現に向けて、R&D方針の制定やリソース配分が可能に。結果的に、顧客ニーズを満たす製品開発の効率化・短期化に繋がる

（出所）各種公開情報より、みずほ銀行産業調査部作成

内需・輸出は減少方向。USMCA適用基準厳格化の水準によっては、本格的な米国生産シフトが必要な可能性

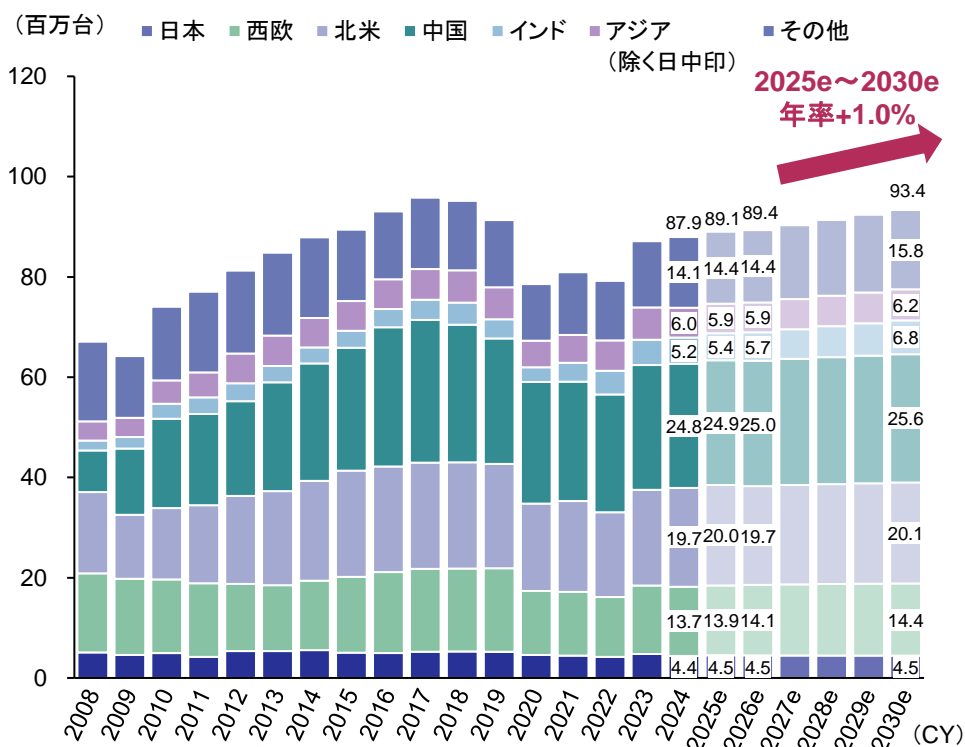
I	需給動向	<p>(グローバル新車販売台数: 短期、中期)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 2025年のグローバル新車販売台数は米国の関税上昇前の駆け込み需要で増加し89.1百万台(前年比+1.3%)となる一方、2026年は関税コスト転嫁が進むことや、中国の経済成長鈍化が継続することで89.4百万台(同+0.4%)と成長は緩やかに ■ 2030年にかけてはインドを中心とした新興国市場がけん引し、2030年は93.4百万台(年率+1.0%)となる見通し <p>(国内新車販売台数: 短期、中期)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 2025年の国内販売は2024年に発生した一部OEMの認証不正等に伴う供給制約の解消により買い控え需要が顕在化し、4,541千台(前年比+2.7%)と増加も、2026年は関税による物価上昇等のマクロ影響により4,500千台(同▲0.9%)を見込む ■ 2030年にかけては人口や世帯数減少を主因として漸減し、2030年は4,452千台(年率▲0.4%)と予想
II	競争環境	<ul style="list-style-type: none"> ■ 自動車業界の主要トレンドとして、電動化の状況は地域ごとに差が拡大、知能化は引き続き進展、サプライチェーン戦略は米国中心に保護主義が拡大し、現地化の検討も進む。本稿では米国の関税影響についてフォーカス ■ 2025年上期より自動車・自動車部品の対米貿易で25%の追加関税が賦課。これまでは完成車OEMが負担を引き受けており、日本に対する関税が15%へ下がったことを踏まえても、今後はOEMが価格転嫁を進めざるを得ない状況 ■ 一方で北米関連の取引ではUSMCAが例外規則として継続しており、USMCAによる関税免除の重要度が高まる
III	リスクとチャンス	<p>(リスク)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 2026年7月にUSMCAの定期見直しが予定され、米国は原産地規則の厳格化や賃金条項基準引き上げを通じ協定の適用厳格化を要求 ■ USMCA適用基準が厳格化された際、現時点のサプライチェーンでも影響が軽微な水準となる可能性はあるものの、再工業化を掲げる米国の方針を踏まえ、メキシコ生産品の大部分でUSMCA非適用となる水準まで厳格化される可能性が残存。USMCAの非適用品が拡大することで自動車や自動車部品における米国向け販売分の関税負担も上昇するおそれ <p>(チャンス)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 各国OEMはメキシコ中心に米国外で相応の割合の生産・部品調達をしており、USMCAの基準次第で米国生産シフトが相対的に優位な状況も想定。日系OEMは米国政策動向を注視し、柔軟に生産体制の見直しができればコスト優位に立つ可能性
IV	戦略方向性	<p>(USMCAの適用厳格化に応じて求められるアクション)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 交渉の結果としてUSMCAの適用範囲が調整され、一定程度の厳格化にとどまる場合(メインケース)、工場の新設による米国生産シフトまでには至らず。インフレによる生産コスト上昇、米国内の技能労働者不足、米国政策変動リスクも考慮し、既存工場の稼働率向上などから実施することが現実的 ■ 一方で、USMCAの関税免除がメキシコ生産品の大半で適用されないほどの大幅な基準厳格化となる場合(リスクケース)、メキシコでの生産コストが米国シフトのコストを上回る見込み。OEMは米国への生産・調達シフトを本格的に迫られる懸念

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

グローバル新車販売は関税の価格転嫁で抑制されるも、中期的には新興国を中心に成長。国内販売は漸減

- 2025年のグローバル新車販売台数は米国の関税上昇懸念の駆け込み需要で増加し、89.1百万台（前年比+1.3%）を予想。2026年は米国の関税コスト転嫁が進み、中国経済の減速が継続することで89.4百万台（同+0.4%）と成長鈍化の見込み
 — 2030年にかけてはインドを中心とした新興国市場がけん引し、2030年は93.4百万台（年率+1.0%）となる見通し
- 2025年の国内販売は2024年に発生した一部OEMの認証不正等に伴う供給制約の解消により買い控え需要が顕在化し、4,541千台（前年比+2.7%）と増加も、2026年は関税による物価上昇等のマクロ影響により4,500千台（同▲0.9%）を見込む
 — 2030年にかけては人口や世帯数減少を主因として漸減し、2030年は4,452千台（年率▲0.4%）と予想

グローバル新車販売台数予測

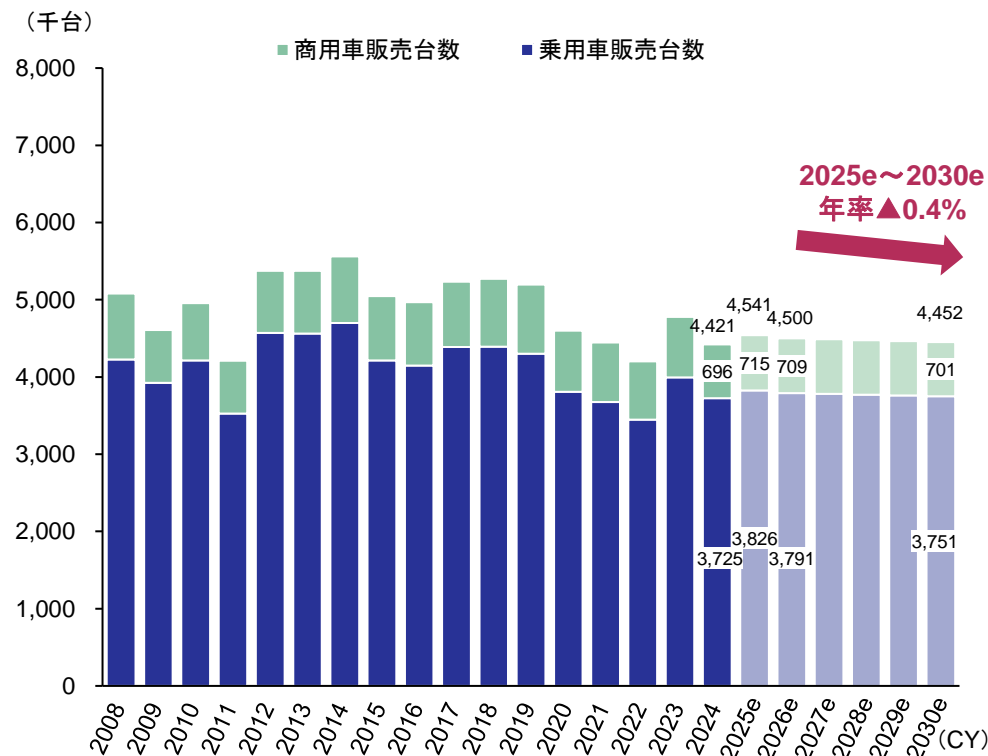


(注1) 2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測

(注2) 中国の台数は、出荷台数や輸出入台数に基づく試算値

(出所) 各国自動車工業会資料等より、みずほ銀行産業調査部作成

国内新車販売台数予測



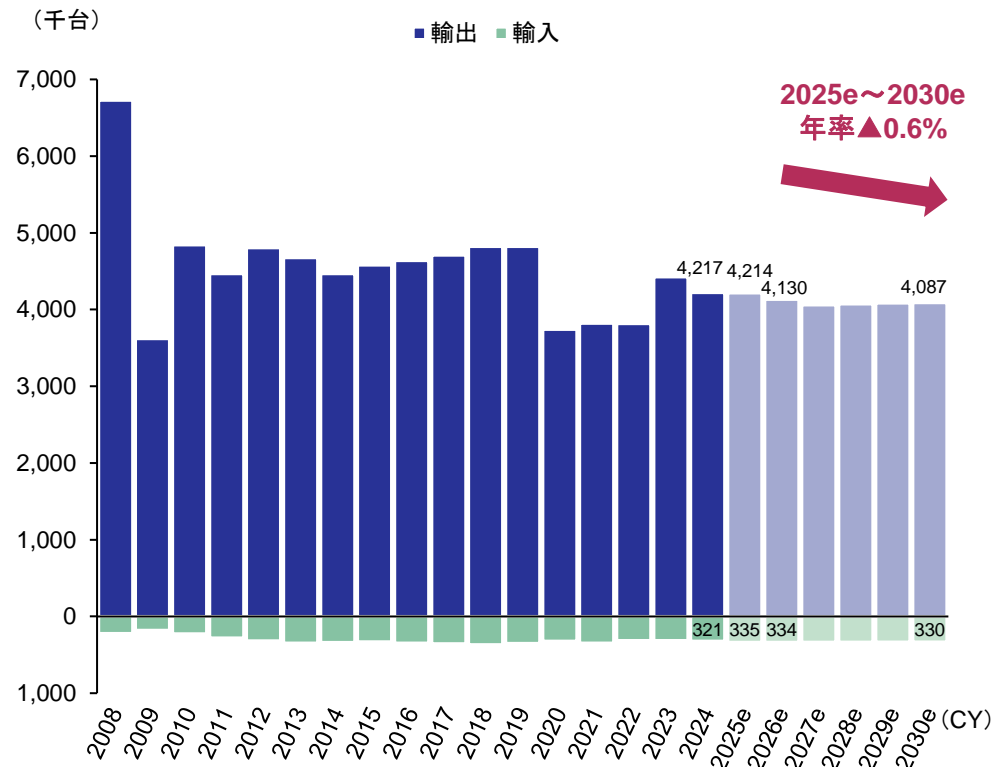
(注) 2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測

(出所) 日本自動車工業会資料より、みずほ銀行産業調査部作成

輸出は現地生産シフトや中資系OEMの勢力拡大によって減少傾向。国内生産も内需漸減が響き減少が続く

- 2025年の輸出は、日米間交渉で関税水準が抑えられるも一部OEMの米国現地生産シフトで4,214千台（前年比▲0.1%）。2026年は関税価格転嫁で米国需要が抑制、現地生産シフトも通年影響し、4,130千台（同▲2.0%）を見込む
 - 以降は中国向けでも現地生産シフトが進むことに加え、積極的な海外進出を進める中資系OEMとの欧州・豪州市場での競争激化を受け、2030年に4,087千台（年率▲0.6%）と減少が続く見込み
- 2025年の国内生産は国内OEMの供給制約解消により8,420千台（前年比+1.2%）と増加も、2026年は米国現地生産シフトが進み8,297千台（同▲1.5%）。以降も内需漸減と米中現地生産シフトで、2030年に8,209千台（年率▲0.5%）と減少予想

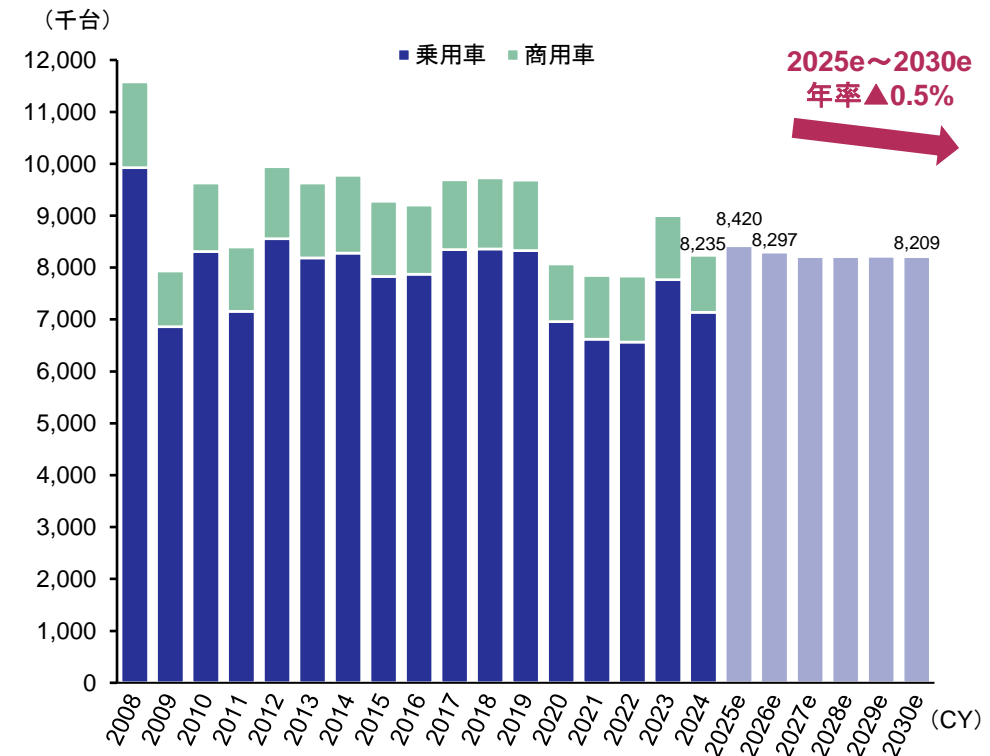
国内自動車輸出・輸入台数予測



（注）2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測

（出所）日本自動車工業会、日本自動車輸入組合資料より、みずほ銀行産業調査部作成

国内自動車生産台数予測



（注）2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測

（出所）日本自動車工業会資料より、みずほ銀行産業調査部作成

米国の関税上昇により、USMCAの重要度が高まる。2026年7月の協定見直し結果が注目される

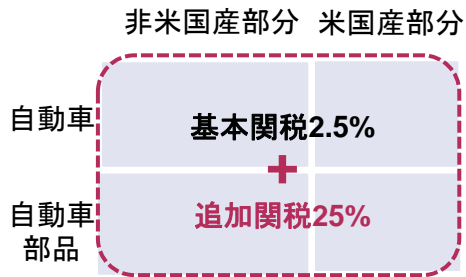
- 対米貿易の関税が上昇し、米国関連での取引においてUSMCAによる関税免除の重要性が高まる
- 2026年7月にUSMCAの定期見直し期限が近づき、米国を最大の自動車販売先とする日系OEMへの更なる影響が想定
 - 米国が原産地規則・賃金条項を通じて米国内生産基準を厳格化させ、OEMのUSMCA非適用品が増加する可能性

米国追加関税(自動車・自動車部品)の現状とUSMCAの適用関係

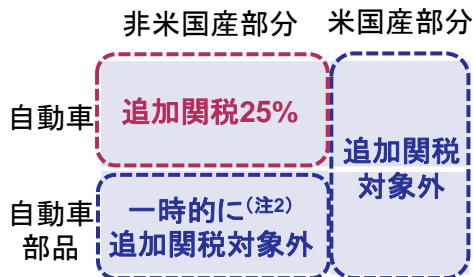
- **USMCAは追加関税の例外措置として有効、適用時は関税対象外**
 - USMCA適用に求められる自動車・自動車部品の規則は以下

現状のUSMCA(2020年7月1日発効)における自動車原産地規則		
完成車		域内付加価値率75%
	賃金条項	付加価値の40%(乗用車)、45%(小型トラック)を時給16ドル以上の北米内地域で生産
	鉄鋼・アルミ	鉄鋼・アルミの70%を域内で調達
	スーパーコア部品	基幹部品7種 ^(注1) がそれぞれ、もしくは合算で域内調達率75%
部品		域内付加価値率65%~75%(コア部品ほど高水準)

USMCAの適用対象とならない場合

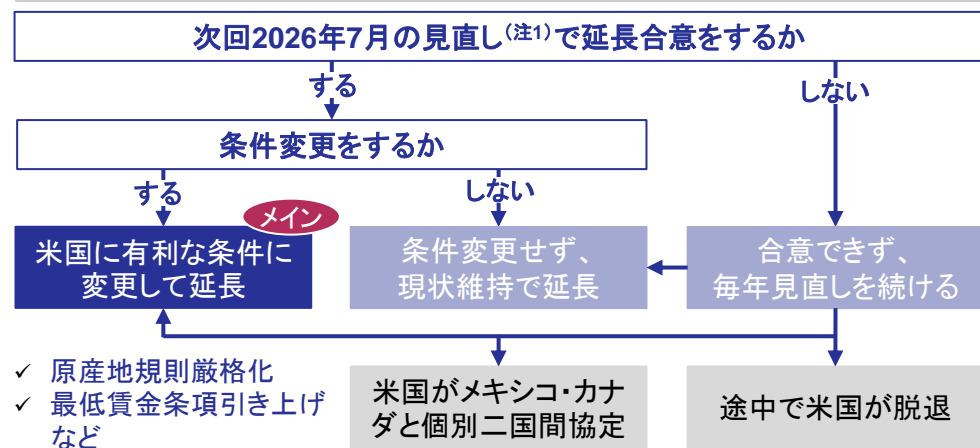


USMCAの適用対象となる場合



(注1) エンジン、変速機、ボディ・シャーシ、車軸、サスペンション、ステアリング、先端バッテリー
 (注2) 追加関税適用のプロセスが確立するまで
 (出所) JETRO、米国通商代表部、ホワイトハウスより、みずほ銀行産業調査部作成

USMCAにおける規定の見直しを踏まえた今後のシナリオ



- **米国産業はUSMCAの恩恵を受けており、存続メリットは相応にある**
 - 米国通商代表部はUSMCAの経済効果^(注2)を試算(2025年7月)
 - 自動車部品の売上35億ドル増加等、米国経済へプラスの恩恵あり
- **米国政府の変更要求は強く、現状維持の可能性は低い**
 - 雇用創出、ダンピング防止、経済安全保障強化等を理由に再工業化を推進
 - 政府関係者が米国製部品比率の引き上げ、中国の迂回輸出防止等へ言及

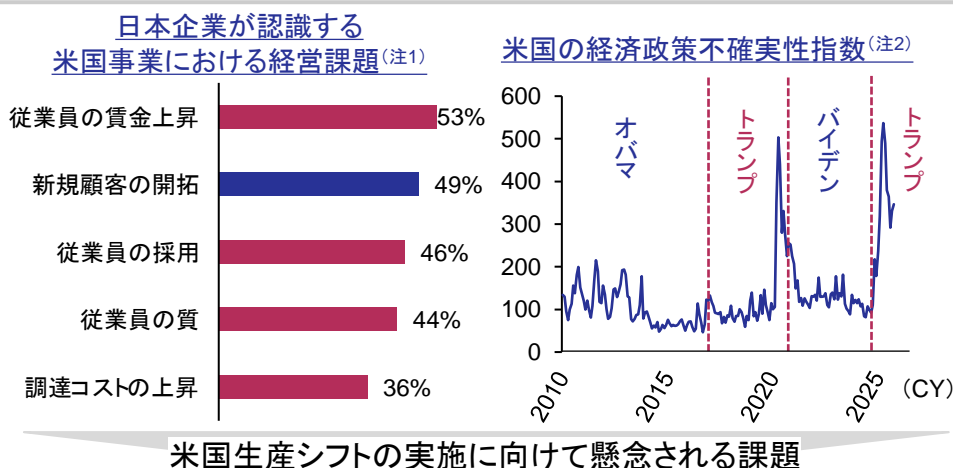
メキシコ・カナダの反発が想定されるも、米国は更なる関税やUSMCA脱退等の交渉カードでUSMCAの適用厳格化を実現させる可能性

(注1) USMCAで規定された6年に一度の定期見直し。合意に至らない場合は失効まで毎年実施
 (注2) 2020年から2024年の累計値、USMCA域内へのサプライチェーン変更によるもの
 (出所) JETRO、米国通商代表部、各種報道より、みずほ銀行産業調査部作成

USMCA適用厳格化が大幅な水準で進む場合、OEMは本格的に米国への生産・調達シフトが求められるリスク

- 交渉の結果としてUSMCAの適用範囲が調整され、一定程度の厳格化にとどまる場合（メインケース）、工場の新設による米国生産シフトまでには至らず、既存工場の稼働率向上などから実施することが現実的
 - インフレによる生産コスト上昇、米国内の技能労働者不足、米国政策変更リスクも米国生産シフトを慎重にさせる要因に
- 一方で、メキシコ生産品の大部分にUSMCAの関税免除が適用されない水準まで厳格化した場合（リスクケース）、メキシコでの生産コストが米国シフトのコストを上回る見込み。OEMは米国への生産・調達シフトを本格的に迫られる懸念

米国への生産・調達シフトの実施に向けて考慮すべき課題、将来的なリスク



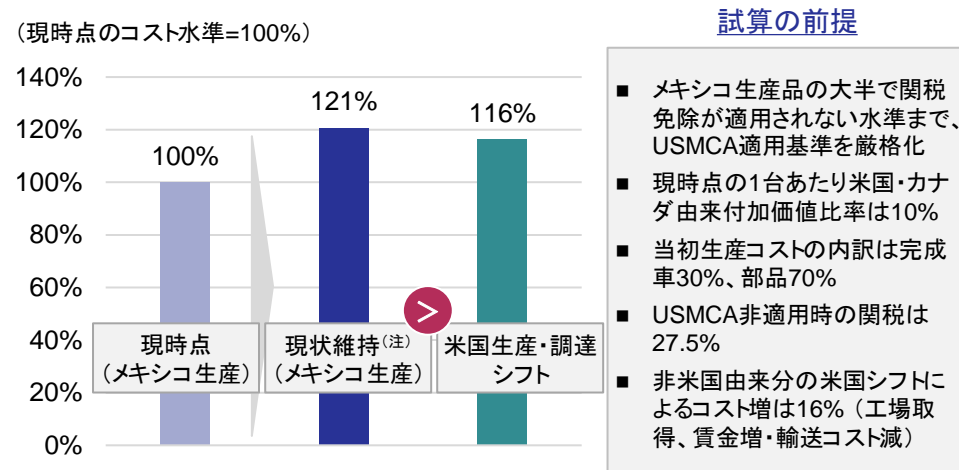
今後のインフレ加速
による生産コスト上昇

技能職の
現地人材不足

政策の変動リスク

インフレや人材不足、政策変動リスクを考慮すれば、工場の新設による
米国への生産・調達シフトには至らない可能性は相応にあり（メインケース）

USMCA適用が最も厳格化されたリスクケースのコスト増加試算



- リスクケースの前提では、現時点のメキシコ生産を現状維持し
USMCA非適用拡大の関税を負担した場合、米国へ生産・調達シフトした場合の設備投資や高賃金によるコスト増加を上回る

USMCA適用が大幅に厳格化された場合には、日系OEMは
本格的に米国への生産・調達シフトを迫られる懸念（リスクケース）

（注1）自動車関連以外も含む在米日本企業の2024年時点の回答のうち、上位5つを抜粋

（注2）1985年から2009年の平均を101.8とする指数

（出所）JETRO、Economic Policy Uncertaintyより、みずほ銀行産業調査部作成

（注）USMCA適用時でも完成車付加価値の非米国産部分には追加関税25%が賦課されているため、USMCA非適用時とのコスト差分（増加分）からは当該部分を控除

（出所）米国運輸省道路交通安全局、JETROより、みずほ銀行産業調査部作成

名目建設投資は好調だが、需要と供給の両面で実質ベースの動きを踏まえた戦略が必要

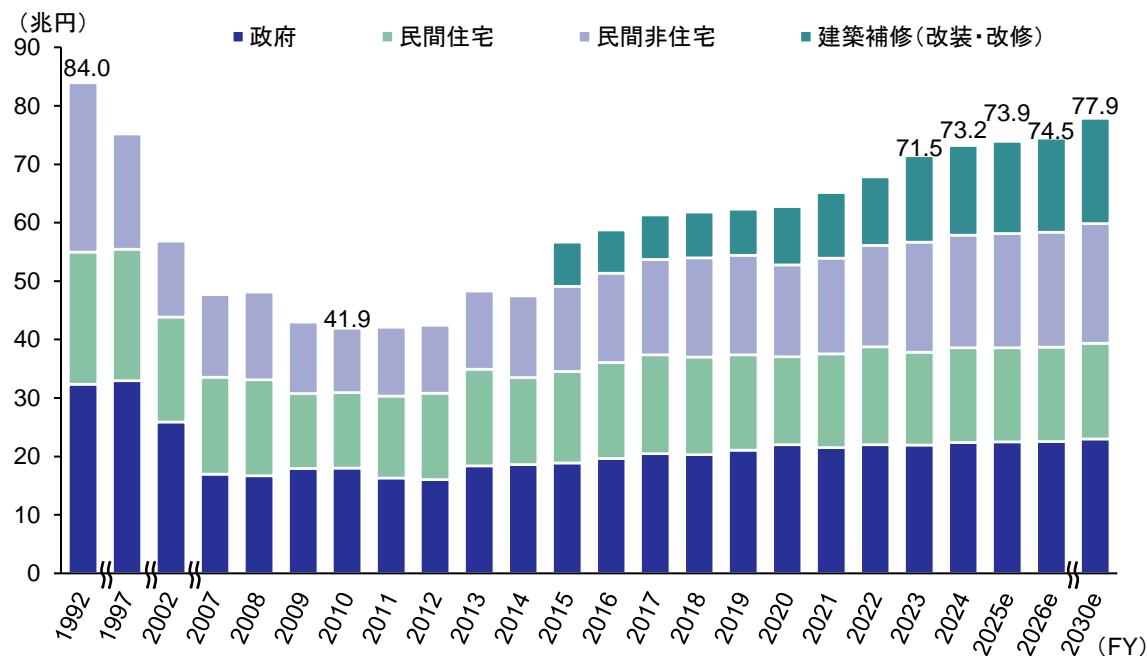
I	需給動向	<p>(短期)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 2025年度は、民間住宅について建築基準法改正に伴う着工戸数の減少が続いており、名目建設投資ベースでも減少を予想。一方で、民間の設備投資意欲や省エネ対策等に伴う建築補修の需要により、名目建設投資全体は73.9兆円(前年度比+1.0%)を見込む ■ 2026年度にかけては、各分野で床面積等の実質ベースでの減少は続くものの、建設工事費の高騰が継続し、74.5兆円(同+0.7%)を見込む ■ 供給面については、技能労働者の減少に伴う人手不足が継続。労務費の増加が建設工事費の上昇につながっており、民間非住宅着工床面積は減少傾向が継続 <p>(中期)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 2030年度にかけては、ストックの増加を背景とした建築補修の増加、設備投資意欲に支えられた民間非住宅需要、国土強靱化の対応に関する需要に加え、建設工事費の上昇も継続し、名目建設投資は77.9兆円(年率+1.1%)を見込む ■ 技能労働者の減少に伴う労務費の増加、建設工事費の上昇は継続すると見込む
II	競争環境	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2021年度から2022年度にかけて、高騰した資材価格を発注者に転嫁できず利益率は低下していたが、不採算工事の消化が進み、2024年度の利益率は回復傾向 ■ 手持ち工事高は高水準が継続しており、受注利益率の高い案件や適正工期の案件を優先して受注していく方針
III	リスクとチャンス	<p>(リスク)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 民間住宅・非住宅で着工床面積が減少している通り、人口減少が続く環境下で実質ベースで大きな成長は期待できない ■ 人手不足が慢性的に継続しており、下請け企業を確保できず案件を受注できない事例が見られる状況 <p>(チャンス)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 建設事業の川上や川下領域、周辺事業への進出や海外展開が実質的な成長を継続するチャンス ■ 協力会社の囲い込みを含め、供給力確保が差別化の要因に
IV	戦略方向性	<p>(攻めと守りの両面で積極的な投資を可能にするための国内建設事業の規模拡大)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 国内建設事業から多角化を図るにあたっては、国内建設事業と比較して大きなリスクやアセットを抱えることが必要 ■ また、施工力確保のため協力会社を囲い込むことは、外部委託費が固定費となるリスクを包含 ■ 上記リスクやアセットを乗り越えて多角化を展開するためには、安定した財務基盤・事業基盤が必要。国内建設元請事業で規模を拡大することが積極的な事業展開を図るための有効な打ち手に

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

【国内需要】名目建設投資は好調に推移する一方、着工床面積は減少傾向と予想

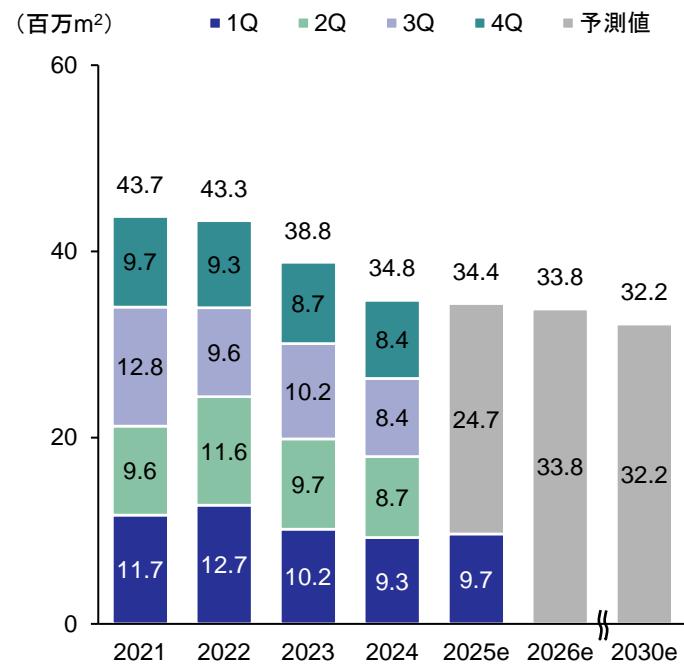
- 名目建設投資については、東日本大震災以降概ね拡大傾向で推移しているが、2030年度にかけても好調な推移を予想
 - 2025年度は、民間住宅について建築基準法改正に伴う着工戸数の減少が続いており、名目ベースでも減少を予想。一方で、民間の設備投資意欲や省エネ対策等に伴う建築補修の需要により、73.9兆円(前年度比+1.0%)を見込む
 - 2026年度は、各分野で床面積等の実質ベースでの減少は続くものの、建設工事費の高騰が継続し、74.5兆円(同+0.7%)を見込む
 - 2030年度にかけては、ストックの増加を背景とした建築補修の増加等により、77.9兆円(年率+1.1%)を見込む
- 民間非住宅着工床面積については、建設工事費高騰に伴う計画見直しが見られ、足下も減少傾向が継続。人手不足を原因とする建設工事費の増加傾向は継続すると考えられ、着工床面積は2030年度にかけても減少傾向が継続する見通し

国内需要(名目建設投資)の推移



(注)2023、2024年度は見込額、2025年度以降はみずほ銀行産業調査部予測
(出所)国土交通省「建設投資見通し」より、みずほ銀行産業調査部作成

民間非住宅着工床面積の推移



(注)2025年度以降はみずほ銀行産業調査部予測
(出所)国土交通省「建築着工統計」より、みずほ銀行産業調査部作成

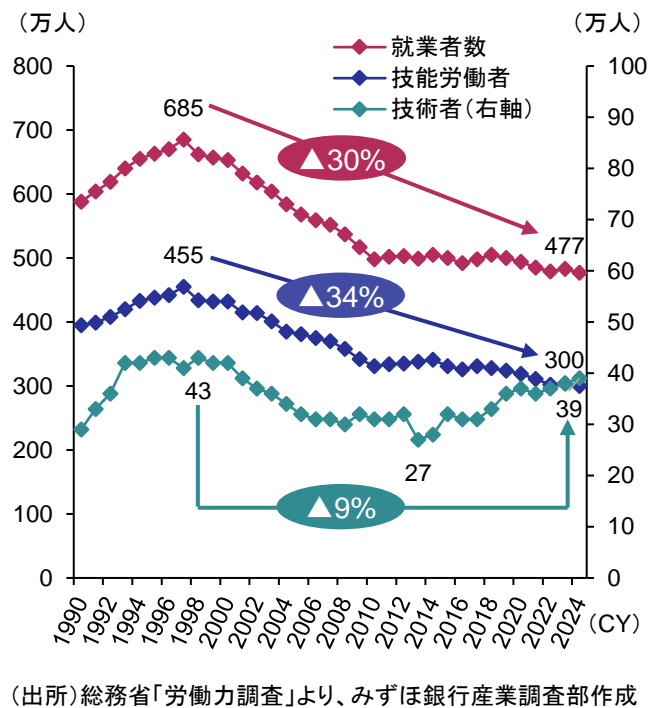
【供給】建設工事費は上昇が継続してきたが、今後も人手不足主因の上昇が続くおそれ

- 建設工事費は、2021年以降の世界的な資材価格の高騰と人手不足による労務費の増加により上昇傾向で推移
— 足下、資材価格は落ち着いているものの、労務費の増加を主因とした建設工事費の上昇が続く
- 建設業就業者数は、名目建設投資の減少もあり1997年をピークに減少傾向が続き、2024年は477万人とピーク時と比較して約30%減少。特に技術者と比較して技能労働者の減少が顕著であり労務費の上昇が継続
- 建設業就業者の年齢構成について、若手の入職が進まない中で、55歳以上の割合は就業者数がピークであった1997年と比較して12.7%増加しており、就業者数の減少は今後も避けられないと考えられる

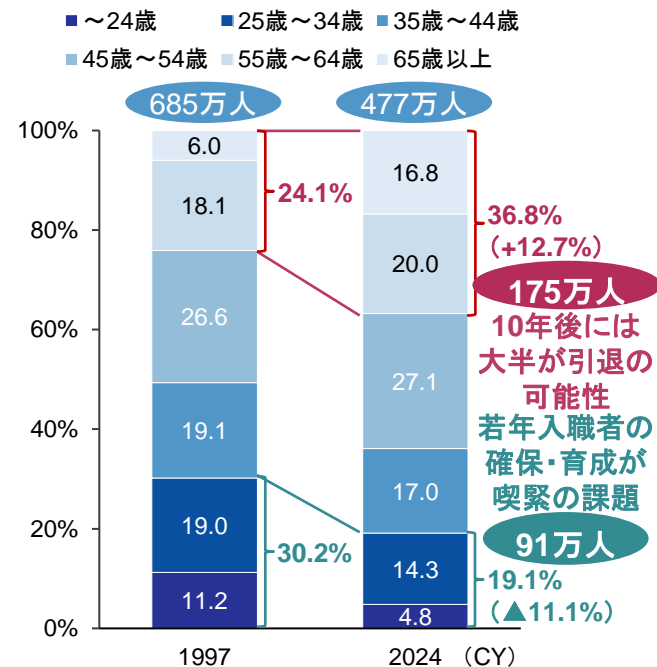
建設工事費デフレーター推移



建設業就業者、技能労働者及び技術者数の推移



年齢階層別建設業就業者割合



国内建設事業で規模を追求することは、攻めと守りの両面で積極的な投資を可能に

- 需給環境を踏まれば、国内建設元請以外への事業拡大が売上の増加や競合との差別化を実現する成長戦略
- 事業拡大のためには、国内建設元請事業と比較して大きなリスク・アセットを抱えることが必要。ゼネコンとしての規模拡大は、リスクテイク力向上に向けた財務体力増強・事業基盤獲得の観点でも、成長に向けた有効な打ち手に

国内建設元請事業の環境と事業戦略における近時再編事例の位置づけ

国内建設元請事業の環境	
需要	✓ 国内建設投資について、実質ベースでは減少傾向が継続 → 国内建設以外に成長領域を見出す必要… 攻
供給	✓ 需要の減少に加えて、技能労働者の減少はさらに顕著 → 施工力の確保が競合との差別化要因に… 守

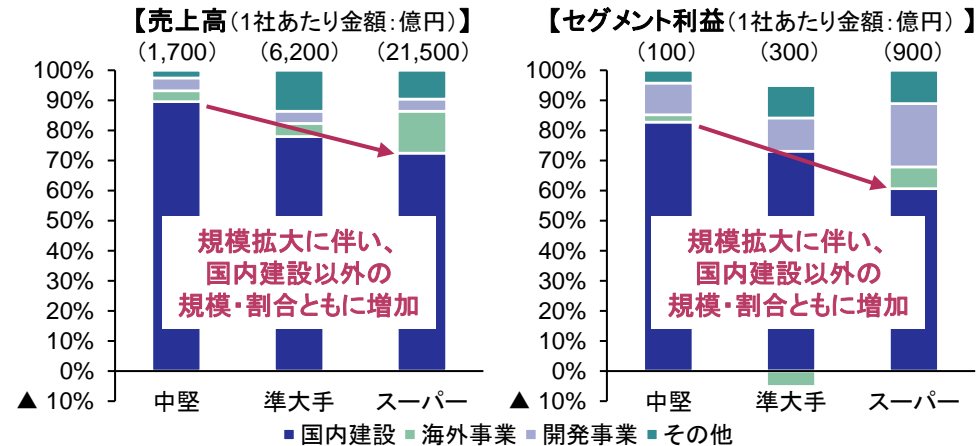
国内建設以外への拡大	事業戦略	近時再編事例
	不動産事業	✓ 大成建設 × 平和不動産
	再生可能エネルギー事業	✓ インフロニア × 日本風力開発
	海外事業	✓ 大林組 × GCON社
	その他(DXや建材、PFI(注)等)	✓ 長谷工コーポレーション × ウッドフレンズ
力確保 施工	協力会社の囲い込み	✓ 大和ハウス工業 × 住友電設

(注) Private Finance Initiativeの略で、民間の資金と経営能力・技術力を活用し、公共施設等の設計・建設・改修・更新や維持管理・運営を行う公共事業の手法

(出所) みずほ銀行産業調査部作成

国内建設元請以外への事業拡大に関するハードルと打ち手

	国内建設元請事業	攻 新規事業、 守 施工力確保
	小 (国内建設の利益率の変動(注1): 3.0%)	大 (海外事業の利益率の変動(注1): 4.6%)
	小	大
	(建設会社のROA(注2): 4.1%)	(不動産会社のROA(注2): 2.4%)



ゼネコンとしての規模拡大を図る近時再編事例

- ✓ 大成建設 × 東洋建設
- ✓ インフロニア × 三井住友建設

(注1) 大手ゼネコン30社について、過去10年間ににおける国内建設と海外事業の利益率の標準偏差を比較。海外事業について20%超の赤字となる年度は異常値として除外

(注2) 大手ゼネコン30社と大手デベロッパー7社の過去10年間ににおけるROAを比較。利益額については当期純利益を、総資産については当期と前期の平均値を採用

(出所) 各社有価証券報告書より、みずほ銀行産業調査部作成

電力需要拡大と供給力の減少が見込まれる中、他社との連携による適切な電源投資が必要に

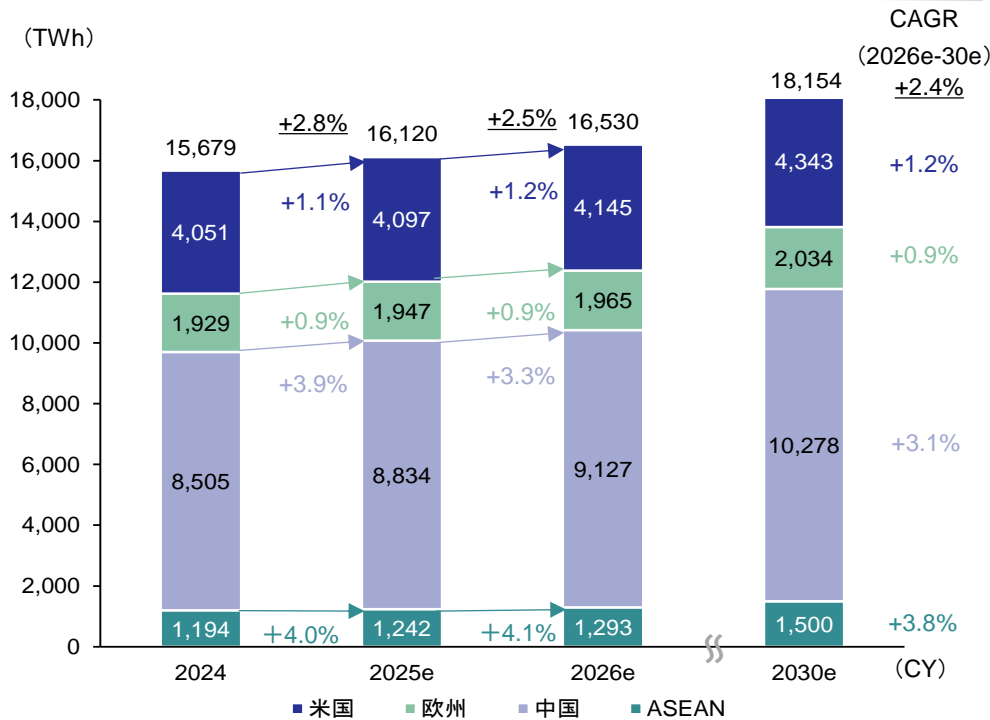
I	需給動向	<p>(短期)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 2025年のグローバルの電力需要は、中国・ASEANの経済成長や、データセンター(以下、DC)向け需要拡大の影響により、16,120TWh(前年比+2.8%)を予測 ■ 2025年の国内電力需要は、DC向け需要拡大、夏季の高気温に伴う冷房需要の増加を主因として、932TWh(前年比+1.0%)を予測。国内電力供給においては、再生可能エネルギー(以下、再エネ)の着実な導入拡大と、2024年に複数の原子力発電所が再稼働したことにより、非化石電源比率は上昇を見込む <p>(中期)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ グローバルの電力需要は、各国・地域での電化やDC向け需要の拡大、中国・ASEANの経済成長により、引き続き増加で推移し、2030年は18,154TWhを予測。供給面は、地域で差はあるものの、概ね再エネ比率が上昇していくと予想 ■ 国内電力需要については、家庭用需要は横ばいで推移を見込むも、電化の進展やDC向け需要拡大による産業用需要の増加により、2030年の総需要は976TWhを予測。供給面では、再エネの導入拡大と原子力発電所の再稼働に伴い、非化石電源比率は上昇傾向を見込む
II	競争環境	<p>(発電)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 供給力の維持・確保に向けた、電源投資の必要性が認識され、制度措置による事業環境整備が進展。国の支援獲得のために、事業者間では公募の落札に向けた価格競争が一定程度発生。一方で、将来的には供給が過少になり、競争が緩和される可能性 <p>(小売)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 足下はスポット市場価格が低価格で推移し、安価に電力を調達しやすい環境にあるため、価格競争が激化する可能性
III	リスクとチャンス	<p>(リスク)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 事業環境整備は一定程度進んでいるものの、適切な電源投資が行われなければ、経年による老朽化設備の休廃止が進み、供給力が不足する懸念 <p>(チャンス)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 電力需要の増加が見込まれる中、低炭素な電力供給が可能なLNG火力の新設・リプレースのニーズが拡大
IV	戦略方向性	<p>(発電事業者と他社による共同での火力発電所の開発)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 発電事業者にとっては電源投資は大規模で長期間の案件となるため、投資資金・適切な収益性の確保が課題 ■ 電力需要拡大と既存火力発電所の経年劣化が進む中、他社との連携等による適切な電源投資を進めることが必要

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

【グローバル需給】中国・ASEANの経済成長やDC向け需要拡大により電力需要は増加傾向

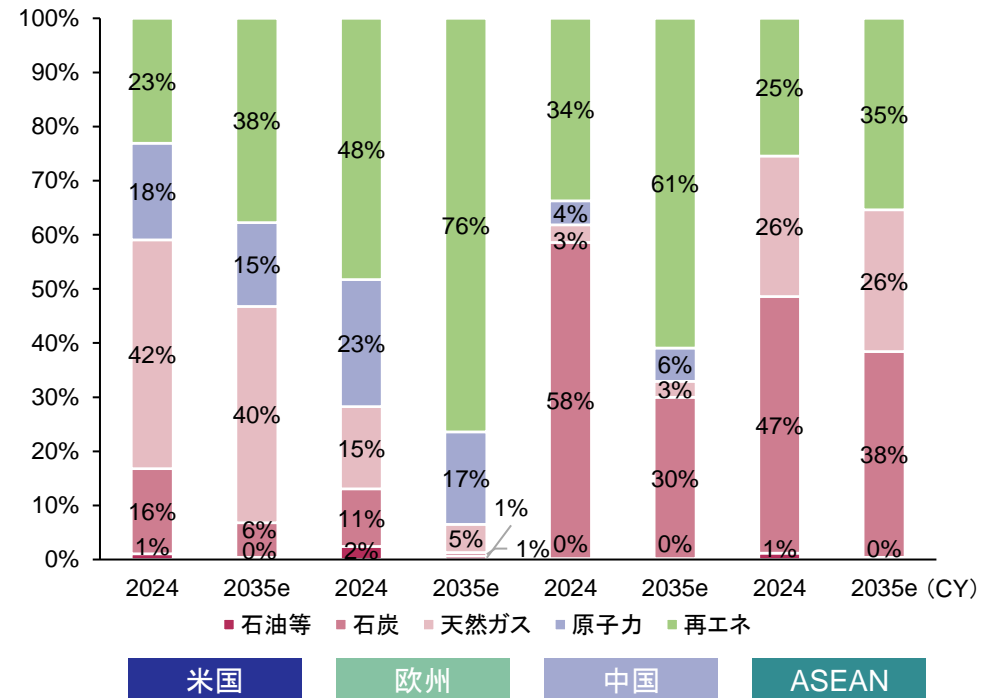
- 2025年のグローバルの電力需要は、中国・ASEANの経済成長や、DC向け需要拡大を背景に、前年比+2.8%を見込む。2026年も、中国・ASEANの経済成長とDC需要の拡大を主因に、電力需要は増加と予測。2030年にかけては、中国・ASEANの持続的な経済成長に加え、各国・地域での電化やDC向け需要拡大が継続することにより、年率+2.4%の増加と予想
- IEAによると、2035年にかけての電源構成は、各国・地域で濃淡はあるものの、再エネの割合は増加していく見通し
 - ー 原子力発電や火力発電は、安定供給に必要な役割を引き続き担うと予想

各国・地域の電力需要の中期見通し



(注1) 2024年の実績値は各種資料の速報値、2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測
 (注2) 欧州の値は、ユーロ圏20カ国の需要の総和。ASEANの値は、インドネシア、マレーシア、タイ、フィリピン、ベトナムの需要の総和
 (出所) IEA, World Energy Balances 2025等より、みずほ銀行産業調査部作成

各国・地域の電源構成の中期見通し(IEA 公表政策シナリオ)

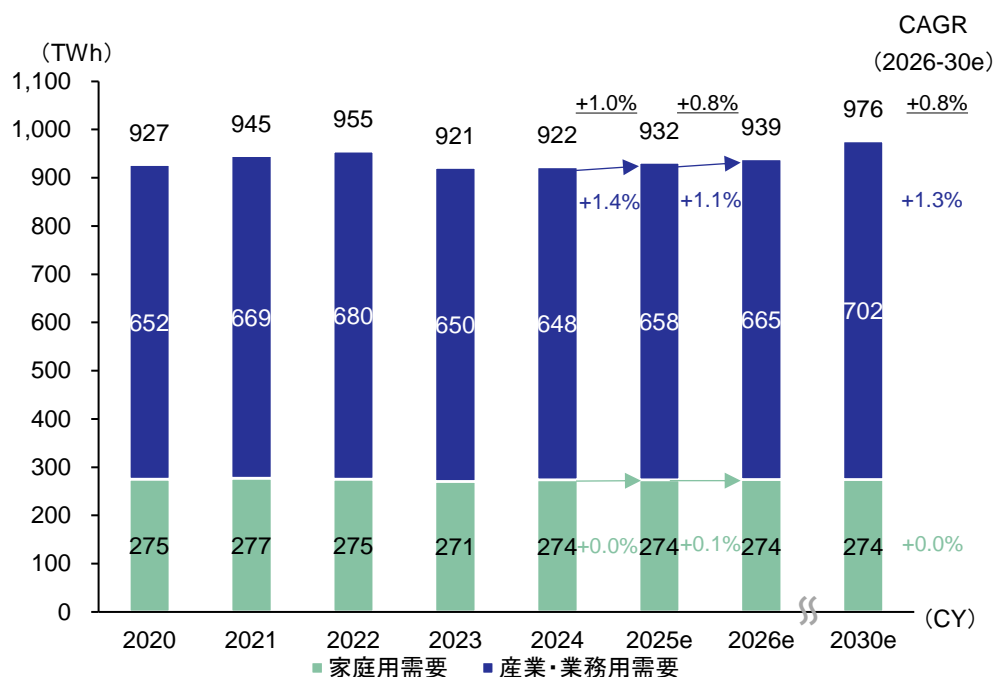


(注) 欧州は、EU加盟国27カ国で算出。ASEANは加盟国10カ国で算出
 (出所) IEA, World Energy Outlook 2025より、みずほ銀行産業調査部作成

【国内需給】電化の進展やDC向け需要の拡大により、電力需要は増加する見通し

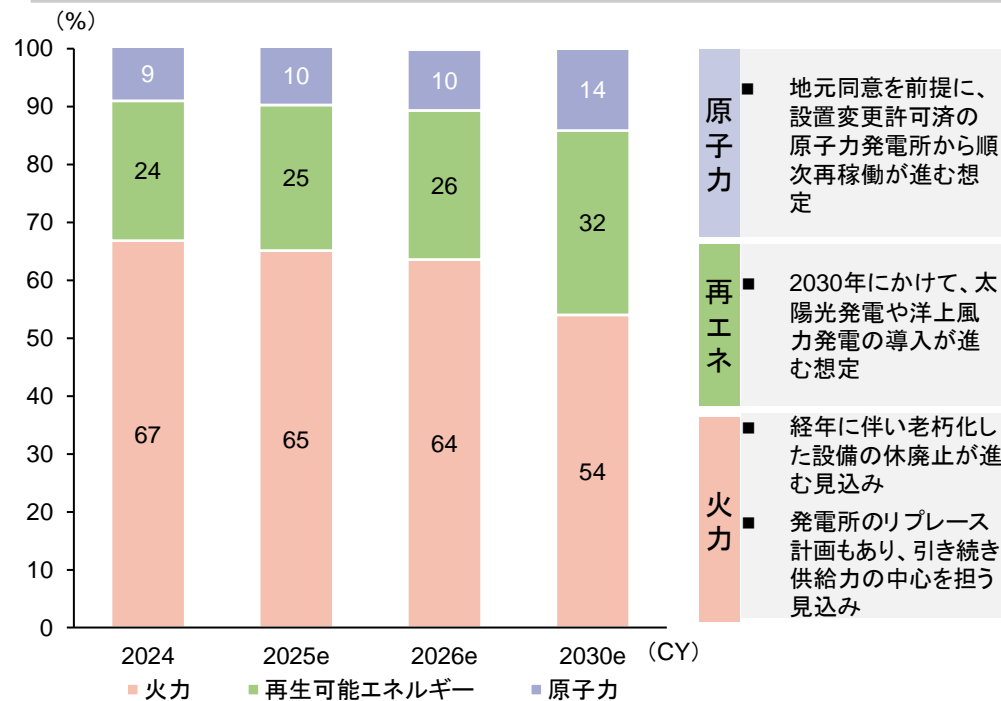
- 2025年の電力需要は、DC向け需要の拡大や夏季の冷房需要の増加により前年比+1.0%と予測
 - 2030年にかけては、引き続き電化の進展やDC向け需要拡大による影響が見込まれ、電力需要は年率+0.8%を予想
- 2025年の電源構成は、再エネの着実な導入と原子力発電所の安定稼働により、非化石電源比率は35%程度と予測。2030年にかけては、再エネの導入拡大の継続や、設置変更許可済の原子力発電所から順次再稼働が想定されるため、非化石電源比率は増加基調と予想

国内電力需要の中期見通し



(注) 実績値(2020～2024年)は、電力調査統計における電気事業者の販売電力量及び電気事業者の特定供給・自家消費電力量に加え、発電設備の合計出力が1,000kW以上の自家用発電所の自家消費電力量、住宅用太陽光発電等による自家発自家消費電力量の推計値を含めたみずほ銀行産業調査部試算の推定実績値。2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測(出所)資源エネルギー庁「電力調査統計」等より、みずほ銀行産業調査部作成

国内電源構成の中期見通し(発電電力量ベース)

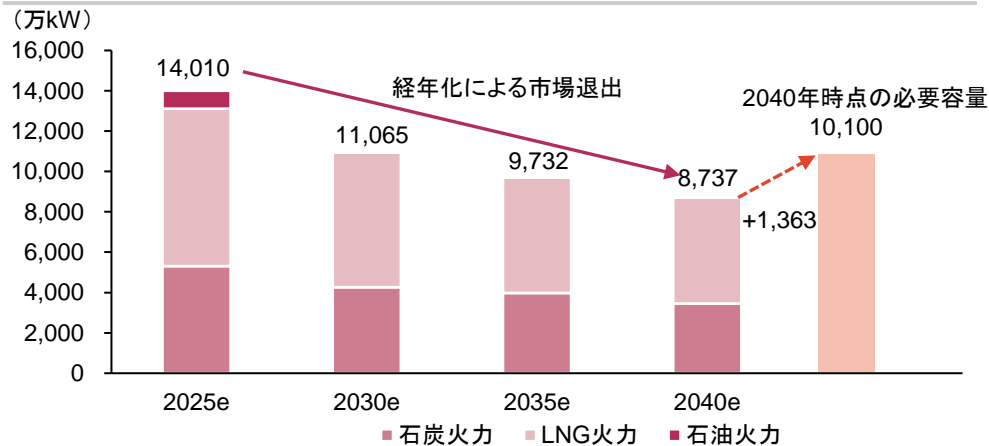


(注) 2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測
(出所) 資源エネルギー庁「電力調査統計」等より、みずほ銀行産業調査部作成

供給力の確保に向けては、他社との共同投資による適切な電源開発を進めることが重要に

- 電力需要の増加が見込まれる中、足下の電力供給を支える火力発電所は経年化が進むため、新設・リプレイスにより、適切な設備容量を確保していくことが必要。2040年までのトランジションを含めた必要投資額は約33兆円と試算
- 一方で、大規模かつ長期の案件となる電源投資を進めるためには、資金の調達や適切な収益性を確保できるかが論点に
- 発電事業者単独での電源投資に加え、国の制度の活用を検討しつつ、大規模需要家のみならず、金融投資家を含めた多様な協業先と投資を行うことで、投資負担を軽減しつつ、電源投資を進めることが重要

国内火力発電所の設備容量見通しとトランジションを含めた必要投資額の試算

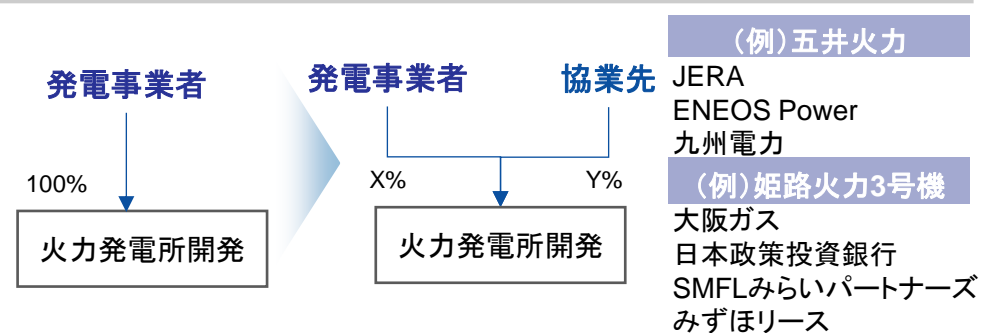


- ✓ 2040年にかけて電力需要が増加すると仮定し、必要容量は10,100万kWと試算
- ✓ リプレイス、トランジション(水素・アンモニア、CCS)の必要投資額は約33兆円と推計

供給力が減少する中、安定供給と脱炭素化の投資において、以下の論点が存在

投資資金	✓ リプレイスとトランジションにおける投資額の大きさ
収益性	✓ 資本収益性に対する資本市場からの要請

電源投資における協業先との投資イメージ



発電事業者としては、同時期に投資が重なることも想定される中、国の制度の活用を検討しつつ、協業先と投資を行うことで、投資負担の軽減を志向

協業先	発電事業者から見た共同での投資による効果
エネルギー関連事業者	✓ 発電事業に加え、上流開発、燃料調達や将来のトランジション(水素・アンモニア、CCSの導入)に向けた協業が可能
大規模需要家	✓ 需要家(鉄鋼、DC等)が長期間電力を引き取ることで、電源収入が安定
金融投資家	✓ 投資負担を軽減しつつ、事業運営は自社が主導(従来の共同火力の投資家である大規模需要家と異なり、金融投資家は電力のオフテイクはせず、発電事業からの利益を享受)

(出所) 公開情報より、みずほ銀行産業調査部作成

現実的な低炭素化の手段として注目が集まる中、いかに燃料転換需要を取り込めるかが重要に

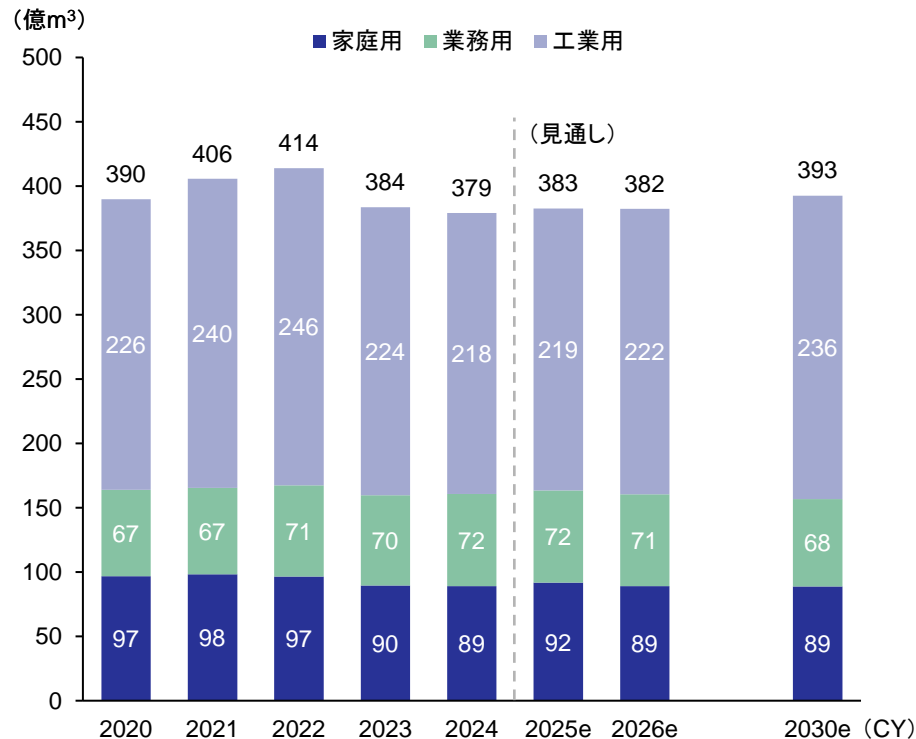
I	需給動向	<p>(短期)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 2025年の国内都市ガス需要は、低気温による家庭用需要の増加を主な要因として、383億m³(前年比+0.9%)を見込む ■ 2026年は、家庭用・業務用需要は平年並みの気温のもと前年の低気温の影響がはく落するため減少を見込む。工業用需要は、燃料転換需要の獲得による増加がある一方、省エネ等の減少要因と相殺され、382億m³(前年比▲0.1%)とほぼ横ばいを予測 <p>(中期)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 2030年にかけては、人口減少や省エネ・電化の進展による家庭・業務用需要の減少を、燃料転換需要獲得による工業用需要の増加が上回ること、2030年に393億m³(年率+0.5%)と緩やかな需要増加を予測
II	競争環境	<p>(足下)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 1995年以降段階的に進展したガス小売自由化(2017年4月全面自由化)を契機として、引き続き小売事業者間の競争は激しい <p>(中長期)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 工業用の燃料転換需要の取り込みが各社の販売量を左右。各地域ごとに燃料転換ポテンシャルは異なるため、ノウハウや人的リソースが不足し需要を取り込めない事業者は、中長期的に販売量減少に直面し、競争力が低下する可能性
III	リスクとチャンス	<p>(リスク)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 家庭・業務用の減少傾向は継続。特に、家庭用は工業用に比べて利益率が相対的に高いため、収益性低下がリスク ■ 託送料金は、物価変動が自動的に反映される仕組みではないため、インフレ局面ではコスト上昇分を即座に託送料金へ転嫁できず、その間事業者の収益が圧迫される懸念 <p>(チャンス)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 第7次エネルギー基本計画にてトランジション期における現実的な低炭素化の手段として、LNGや都市ガスの重要性が再認識。また、代替燃料とされる水素・アンモニアのコストが高止まる中、一層注目が高まっている。既に燃料転換は一定程度進展も、都市ガス比率が比較的低い西日本にはポテンシャルが見込まれる
IV	戦略方向性	<p>(地方の大口燃料転換需要に対応できる体制が必要)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 燃料転換の課題は、需要家サイドでは割高なエネルギーコストや設備投資負担等が挙げられる。他方、供給サイドでは、大口の燃料転換需要に対して地方都市ガス会社単体ではLNG調達や投資負担等の面で対応しきれない可能性。需要家の円滑な燃料転換に向けて地方都市ガス事業者と大手都市ガス事業者の連携が一層必要に

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

【国内需要】中期では家庭・業務用需要の減少を工業用需要の増加が上回り、緩やかな増加を予測

- 2025年の国内都市ガス需要は、低気温による家庭用需要の増加を主な要因として、383億m³(前年比0.9%)を見込む
- 2026年は、家庭用・業務用需要は平年並みの気温のもと前年の低気温の影響がはく落することで減少を見込む。工業用需要は、燃料転換需要の獲得による増加がある一方、省エネ等の減少要因と相殺され、382億m³(同▲0.2%)と予測
- 2030年にかけては、人口減少や省エネ・電化の進展による家庭・業務用需要の減少を、燃料転換需要獲得による工業用需要の増加が上回り、2030年に393億m³(年率+0.5%)と緩やかな需要増加を予測

国内都市ガス需要の中期見通し



(注)2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測

(出所)経済産業省「ガス事業統計月報」、「総合エネルギー統計」等より、みずほ銀行産業調査部作成

中長期での変動要因

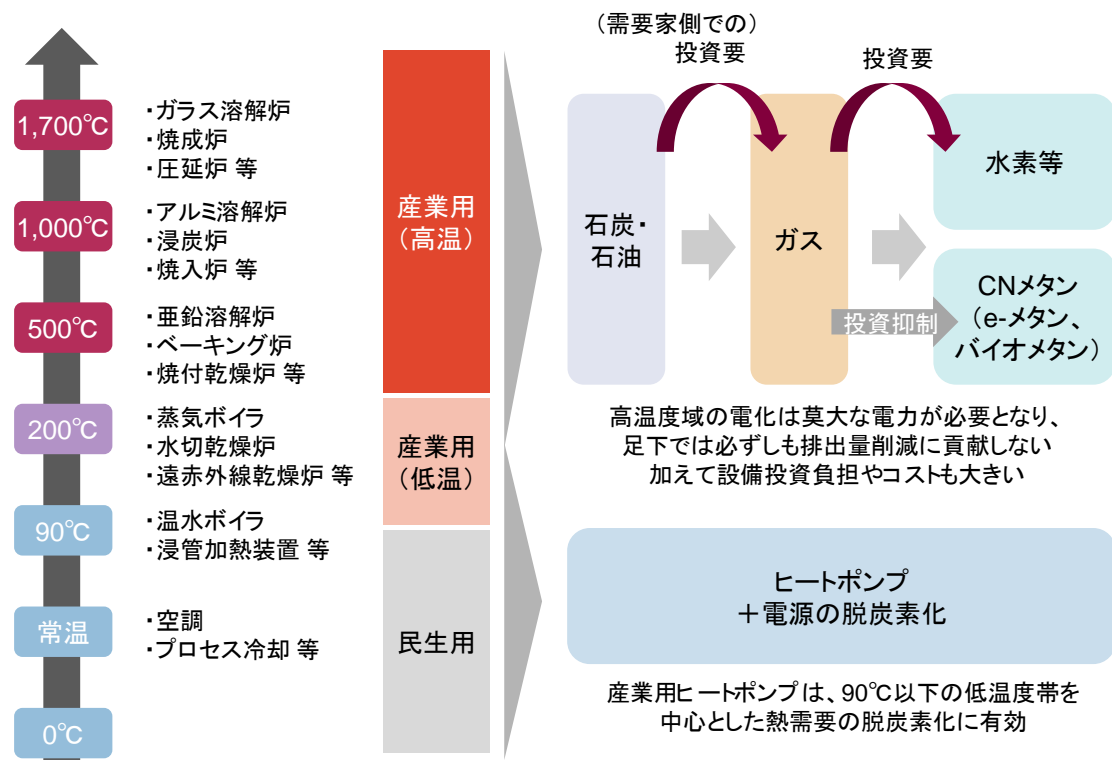
家庭用	<ul style="list-style-type: none"> ■ 人口減少の影響や省エネ・電化の進展に伴って、需要減少傾向が継続 ■ 給湯器の効率化等の直接的な省エネだけでなく、住宅の断熱性能の向上等に伴う構造的な省エネの影響も拡大
業務用	<ul style="list-style-type: none"> ■ 省エネ・電化の進展に伴って、需要減少傾向が継続 ■ GHP(ガスヒートポンプ)空調の普及など新規需要の開拓が進めば、需要減少ペースが緩やかになる可能性も想定
工業用	<ul style="list-style-type: none"> ■ 大口需要産業の生産能力の減少により、ベースとなる既存需要については減少傾向と想定 ■ 燃料転換のポテンシャルは地域によって異なるものの、一定の燃料転換需要を取り込むことが見込まれ、全体として工業用需要は当面増加

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

電化が困難な高温帯の熱需要の脱炭素化にはガスへの燃料転換が現実的な手段

- 産業部門の消費エネルギーには電化による脱炭素対応が難しい高温帯も存在。高温帯の電化は現在の電源構成においては必ずしもCO2排出削減に繋がらず、コストの観点からもガス転換が優位
 - ガス⇒カーボンニュートラルメタン(CNメタン)への燃料転換(燃料置換)ケースでは、引き続き都市ガスインフラの活用が可能であるため、水素等他のCN燃料への燃料転換ケース対比で、需要家サイドでの追加コストを抑制することが可能
- 自家発電の低・脱炭素化や熱源の燃料転換の場面でガスの活用が期待

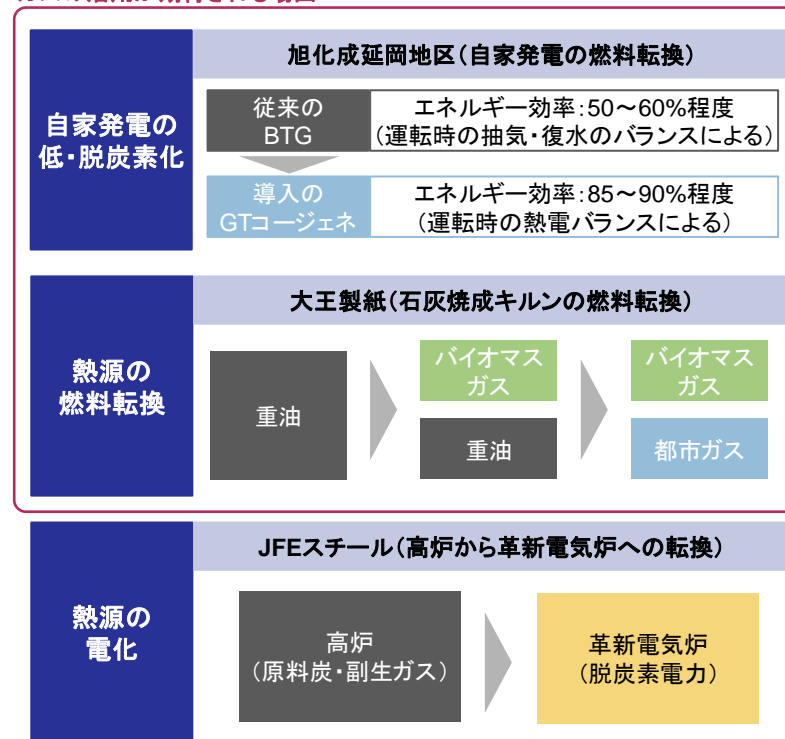
温度帯別の低・脱炭素化への道筋



（出所）経済産業省資料より、みずほ銀行産業調査部作成

燃料転換の事例

ガスの活用が期待される場面



（注）BTG: ボイラータービン発電機、GT: ガスタービン
（出所）各種公表情報より、みずほ銀行産業調査部作成

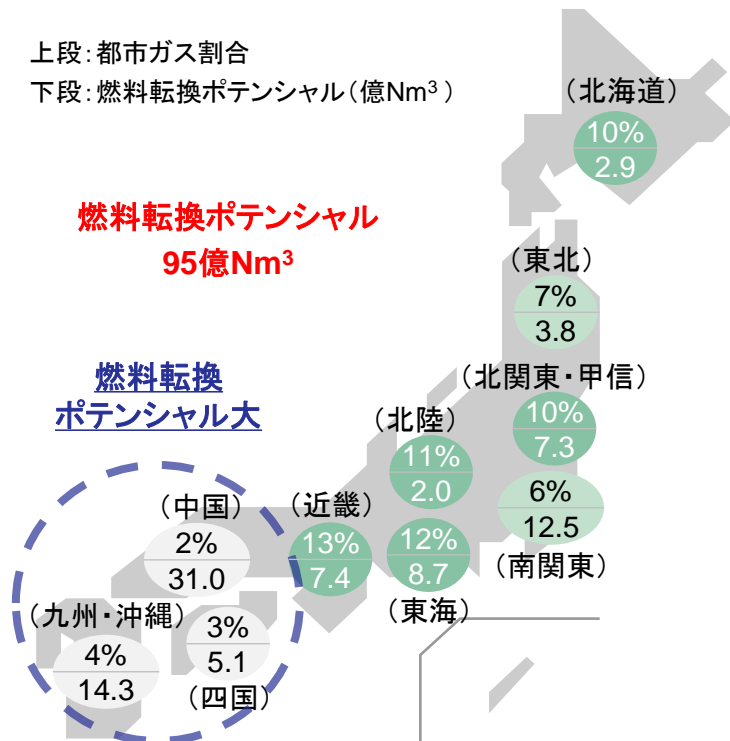
地方の燃料転換需要に応える体制構築がさらに求められる

- 国内製造業の燃料転換ポテンシャルは既存都市ガス需要とほぼ同水準の95億Nm³と推計
 - 都市ガス割合が比較的低い中国・四国・九州地域のポテンシャルが高い
 - コンビナート企業が自社のエネルギーを石炭・重油を燃料とする自家発電や、副生ガス等で賄っていることが要因と推察
- 地方都市ガス会社による大規模燃料転換対応では、供給網整備や都市ガス調達体制構築など相応のリソース投下が必要
 - 地方都市ガス会社単独では対応できない場合は、大手都市ガス会社を巻き込んだ座組を構築し、これらのポテンシャルを逃さずに顕在化させていくことが重要

国内製造業の都市ガス化率と燃料転換のポテンシャル

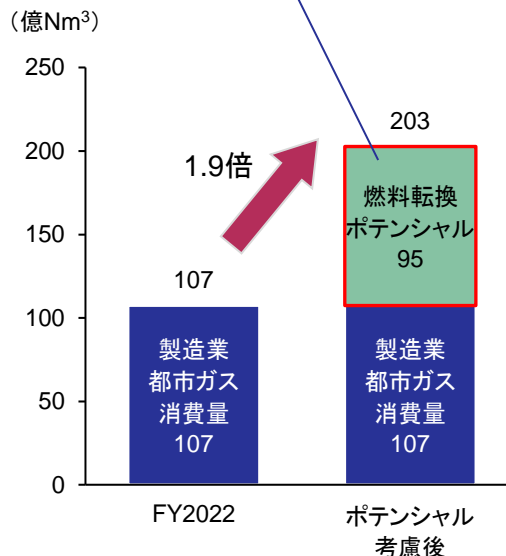
上段: 都市ガス割合

下段: 燃料転換ポテンシャル(億Nm³)

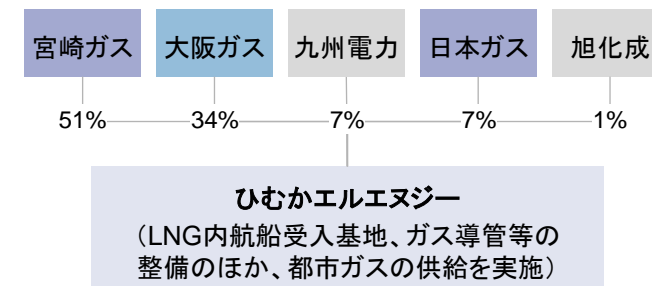


(出所) 資源エネルギー庁「都道府県別エネルギー消費統計」、「総合エネルギー統計」より、みずほ銀行産業調査部作成

〈ポテンシャル実現に必要な投資〉
 需要側: 燃焼設備(ボイラー・炉)
 供給側: LNG基地・導管・LNGサテライト基地等



旭化成延岡地区石炭火力発電所の燃料転換事例



座組における役割分担

地方都市ガス	<ul style="list-style-type: none"> 現地関係事業者との調整 都市ガス供給業務 保安業務
大手都市ガス	<ul style="list-style-type: none"> エネルギーシステムの検討・提案 基地等の大規模投資 LNG調達

地方の燃料転換ニーズの捕捉・顕在化

(出所) 両図ともに、公開情報より、みずほ銀行産業調査部作成

消費者・広告主の行動変化が加速する中、消費者の嗜好に応じたサービスの構築と競争力の強化が重要

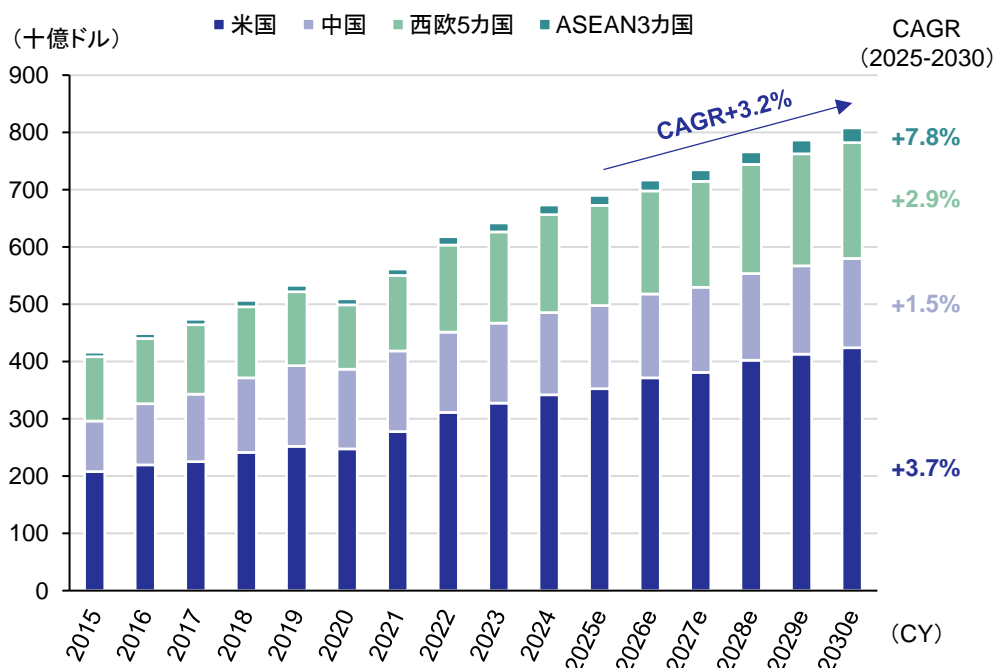
I	需給動向	<p>(グローバル)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 2025年は、景気は拡大するもオリンピックなど大型イベントが予定されていないため、前年比+2.5%の成長にとどまる見込み。2026年は景気の拡大や大型イベントの複数開催を背景に同+3.9%の成長を見込む ■ 中長期的には、世界最大の広告市場である米国の景気が拡大することや、生成AIがインターネット広告の運用を効率化させ、クリエイティブの制作コストを下げ、需要を拡大させることで、2030年まで年率+3.2%の成長を見込む <p>(国内)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 国内広告市場は、景気が拡大し広告需要も拡大する中、消費者のスマートフォン・SNS利用の拡大を要因にインターネット広告が成長し、2025年は8兆689億円(前年比+5.2%)、2026年は8兆3,259億円(同+3.2%)となる見込み ■ 中長期的には、景気が継続的に拡大することや、グローバル市場と同様に生成AIがインターネット広告の出稿を手軽にし、需要を拡大させることで、広告市場は2030年まで年率+2.8%の成長を見込む
II	競争環境	<ul style="list-style-type: none"> ■ 消費者はスマートフォンへの接触を拡大しており、特に対話型生成AIの利用拡大や検索結果の要約利用が、企業の広告・マーケティング戦略に大きな影響を及ぼす ■ また、消費者はYouTubeやSNSを通して多種多様なコンテンツへの接触時間を伸ばしており、特にクリエイターが制作したコンテンツへの接触時間が増加。メディア企業によるコンテンツへの興味・関心を高める方法もテレビからYouTubeやSNSに変化しているなか、消費者の興味・関心を大きく集める新たな勝ち筋の構築が重要に ■ 消費者はテレビデバイスにおいてもインターネットメディアに接触。企業は消費者が複数のデバイス・メディアを通してコンテンツに触れていることを前提にしながら、広告・コンテンツの配信などサービスを提供する必要性がさらに拡大
III	リスクとチャンス	<p>(リスク)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ テレビや映画などの映像メディア企業は、テレビを通して消費者のコンテンツに対する興味・関心を高めることが今後は一層困難に。結果として、コンテンツへの投資予算がより限定され、魅力あるコンテンツの創出が行われづらくなる懸念が増大 ■ 生成AIを用いてコンテンツをより簡単に製作できるように変化。そのため、SNSなどでは消費者が、他の消費者の嗜好を満たすコンテンツを数多く投稿。結果として、テレビや映像配信サービスを通じたコンテンツに対する消費者の需要が低下 <p>(チャンス)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 消費者の嗜好するコンテンツがより多様化。メディア企業は多様なコンテンツに対して、グッズの販売などファン向けサービスを拡充することで、自社メディア収益以外のコンテンツを起点とした収益機会を拡大させることが可能に
IV	戦略方向性	<p>(機能軸・コンテンツ軸での競争力強化)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 日本のメディア企業が外資系デジタルプラットフォーマーと差別化するためには、マスメディアのリーチ力を活かして認知から購買までのマーケティングをオフライン・オンラインの一気通貫で行えるサービスを構築することや、消費者が触れるコンテンツを軸にビジネスモデルを構築することが必要

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

生成AIはインターネット広告の運用を効率化させ、広告市場の拡大に貢献

- 2025年のグローバル広告費は、2024年のパリ五輪や米国大統領選挙等の大型イベントがないこともあり、前年比+2.5%で着地を見込む。中期的にも緩やかな経済成長を背景に、2025年から2030年にかけて年率+3.2%の成長を見込む
- 国内広告費は、消費者のスマートフォン接触時間拡大などを背景に、インターネット広告費の拡大が継続。テレビ広告費は底堅く推移するものの、国内広告費に占めるシェアは低下する見通し。その結果、2025年は8兆689億円（前年比+5.2%）、2026年は8兆3,259億円（同+3.2%）の成長を見込む。中期的には、生成AIが広告出稿を手軽にすることにより、今より多くの企業がインターネット広告を利用することも想定し、2025年から2030年に年率+2.8%で成長することを見込む

グローバル広告費の中期見通し

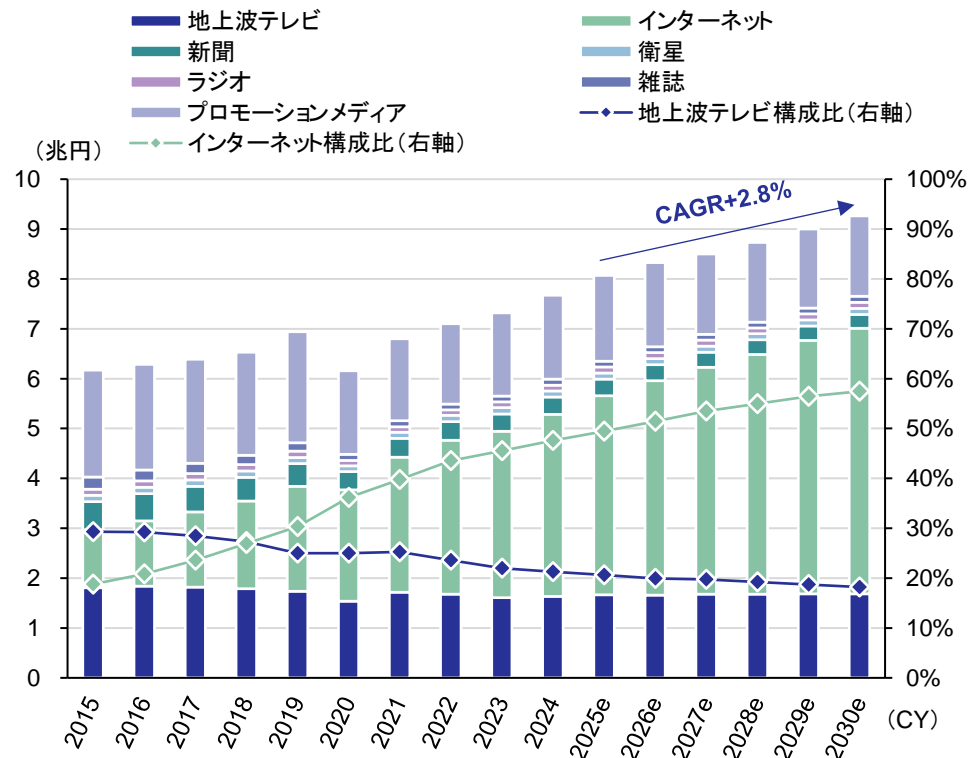


(注1) 2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測。なおドル換算レートは2024年の平均為替レートを一律に使用

(注2) 西欧5カ国はドイツ、イギリス、フランス、イタリア、スペインの5カ国合計。ASEAN3カ国はインドネシア、フィリピン、マレーシアの3カ国合計

(出所) Euromonitorより、みずほ銀行産業調査部作成

国内広告費の中期見通し



(注) 2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測

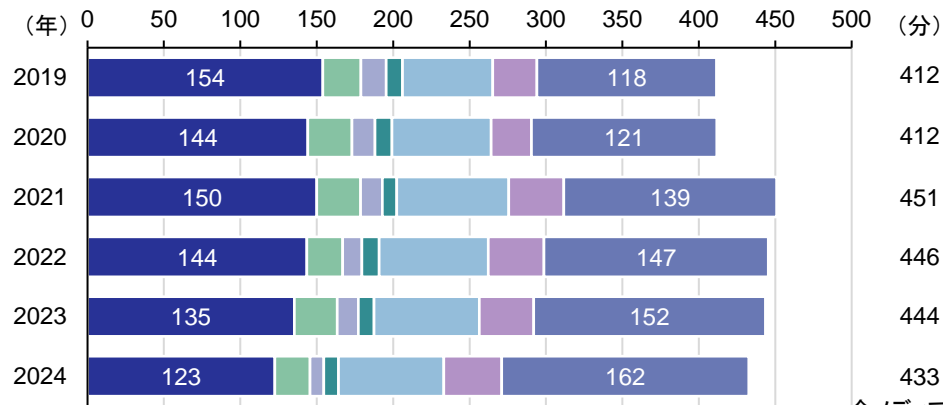
(出所) 電通「日本の広告費 2024」より、みずほ銀行産業調査部作成

メディアサービス企業の競争軸は消費者の嗜好や欲求を捉えてサービスを提供する方向へ変化

- 消費者はスマートフォンへの接触時間を拡大。また、動画投稿・共有サービスの利用時間を拡大させ、企業が制作したコンテンツだけでなく、ユーザーが投稿したコンテンツに触れるように変化し、コンテンツへの嗜好も多様化
- 消費者の触れるメディアとコンテンツが変化、多様化する中、メディアサービス企業の競争軸は①消費者の多種多様なコンテンツへの嗜好や欲求に応えるサービス構築と、②広告主の多様な消費者へのマーケティングを支援する、「マス＋ターゲティング」のメディアサービスの構築に変化

上段:メディア接触時間、下段:動画投稿・共有サービスの平均利用時間

■ テレビ ■ ラジオ ■ 新聞 ■ 雑誌 ■ パソコン ■ タブレット端末 ■ 携帯電話・スマートフォン



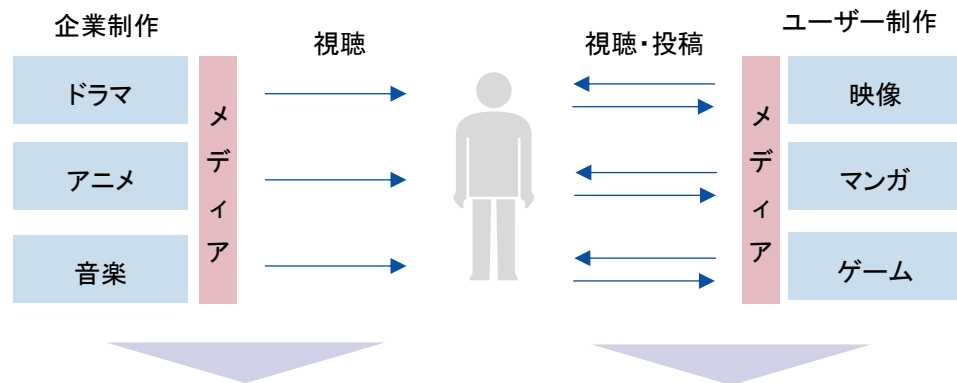
全メディア合計

(分)	全年代	10代	20代	30代	40代	50代	60代
2024年	50.8	116.0	90.2	71.5	41.9	38.2	29.8
2019年	25.9	74.2	46.6	30.6	16.2	12.2	7.0
変化時間	+24.9	+41.8	+43.6	+40.9	+25.7	+26.0	+22.8

(注) 上段:1日あたり、週平均。下段:1日あたり、平日の接触時間。動画投稿・共有サービスはYouTubeやTikTokなどのサービス

(出所) 上段: 博報堂 メディア環境研究所「メディア定点調査2025」、下段: 総務省情報通信政策研究所「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」より、みずほ銀行産業調査部作成

日本のメディアサービス企業における競争環境の変化



- テレビは依然として多くの消費者にリーチすることが可能なマスメディアとして機能するも、消費者の興味・関心を高める機能はSNSなどに代替
- コンテンツは多くの消費者に届けることが可能だが、誰が、どのような嗜好を持っているかは把握が困難

- SNSや動画共有サービスでは、外資系デジタルプラットフォームの高いシェアが継続。これらはコンテンツへの興味・関心を高める場として機能
- コンテンツの種類は特定の層に好まれるものまで幅広く、消費者自身の発信や反応から嗜好把握が可能

(出所) みずほ銀行産業調査部作成

自社コンテンツのファン拡大・把握と広告配信テクノロジーの強化で差別化を図ることが重要

- 日本のメディア企業においては、①提供するコンテンツ軸、②マス＋ターゲティングの機能軸でサービス性を向上させ、消費者と企業の双方から求められるメディアサービスを構築することが必要
 - － コンテンツ軸では、コンテンツを通じた収益最大化に向けて、ファンクラブなどを活用しながらファンダムを把握し、民・官でマーケティングの連携を行いながら、世界の消費者へグッズや体験を提供する体制を構築
 - － 機能軸では、広告主に対してメディアの訴求力を高めるために、広告主が認知から購買までのマーケティングを、オフライン・オンラインの双方で一気通貫で行えるメディアサービスを構築

日本のメディアサービス産業の中長期的なトレンドと競争軸

消費者・広告主の行動変化

①消費者のメディア接触行動の変化

- 消費者は、YouTubeやSNSを通して様々なコンテンツに触れる機会を拡大
- コンテンツへの関心の醸成は、テレビからSNSに変化

②広告主のマーケティング行動の変化

- 広告主は、インターネット広告への出稿を拡大させる中、投資収益率(ROI)を重視するように変化
- 認知を目的とした広告でも、インプレッションなど計測需要が高まる

メディアサービス企業間の競争環境変化

- SNS上で視聴されやすい短尺動画を
用いたコンテンツ発信・集客が進展
- 企業がテレビでも効果の検証や配信の調整をすることが可能に

メディアサービス企業の競争軸

- ファンクラブなどを通し、消費者の嗜好を把握しながらサービスを提供することでコンテンツから受け取る収益を最大化
- オンライン・オフラインでの消費者行動データを起点とした、「マス＋ターゲティング」のメディアサービス構築

日本のメディア企業の戦略方向性

メディア企業の戦略

コンテンツ軸の メディアサービス構築

- コンテンツやクリエイターに対するファンダムをアンケートやファンクラブなどを活用しながら特定。また、ファンのコンテンツ需要に応じて、グッズの販売やアニメ化などのコンテンツの多様な展開を行うことで、コンテンツから受け取る収益の最大化を目指す
- 世界各国の消費者に向けて、官とも連携しながらコンテンツのマーケティングをSNSを通して行い、コンテンツに対するファンを拡大

マス＋ターゲティングの メディアサービス構築

- 広告主の認知から購買に至るまでのマーケティング機能をカバーすることで、広告需要を上流から囲い込む
- アドテクノロジーを取り込みながら、マスメディアにおいても「誰に」広告が届いているのかを可視化し、対話型生成AIを導入しながら出稿や運用を容易にすることで、出稿する広告主の裾野を拡大

消費者・広告主に魅力ある独自のコンテンツやマーケティングサービスを提供
外資系デジタルプラットフォーマーと差別化

市場環境は好調も、成長するセキュリティ需要の捕捉に向けた人材確保とサービスの高付加価値化が課題に

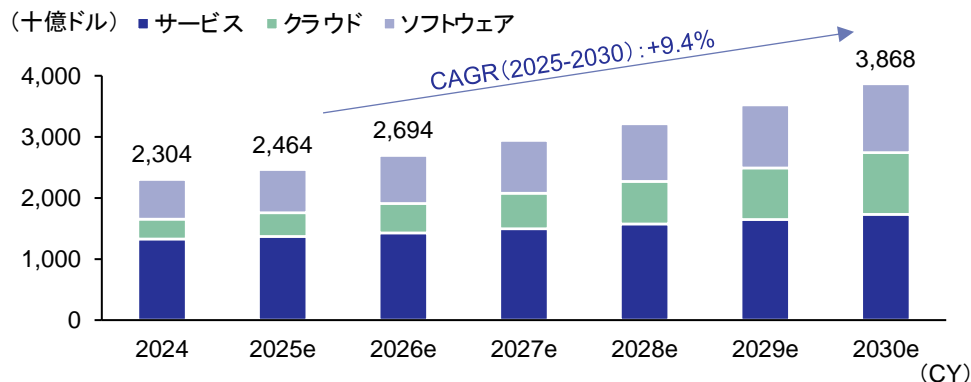
I	需給動向	<p>(短期)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ グローバルのIT投資は、生成AIを始めとするテクノロジーへの対応を目的とした投資を背景にソフトウェア・クラウドサービスが市場をけん引、2025年は2.5兆ドル(前年比+7.0%)、2026年は2.7兆ドル(同+9.4%)を予測 ■ 国内需要はモダナイゼーション需要に伴うサービスがけん引役となり、2025年は22.1兆円(同+7.9%)、2026年は24.1兆円(同+8.6%)と引き続き拡大する見通し <p>(中期)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ グローバルでは生成AI関連投資やソフトウェアが市場をけん引する構図は継続、2030年には3.9兆ドル(年率+9.4%)を予測 ■ 国内はモダナイゼーション需要の継続、生成AI関連需要の高まりにより、2030年は33.7兆円(同+8.8%)を予測
II	競争環境	<p>(短期)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 生成AI等のテクノロジーの進展は、システムの実装にとどまらず、コンサルティングやマネージドサービスまで拡大 ■ AI・サイバーセキュリティ・クラウドなど高度IT人材の獲得競争の激化 ■ サイバー攻撃の増加や巧妙化に伴い、セキュリティ対策も広範囲に渡り、セキュリティサービスの差別化が加速 <p>(中期)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 情報サービス市場では、従来型マネージドサービスからの脱却や高い専門性が求められるサービスへ進出が求められ、高付加価値なソリューションを構築することが差別化要素に
III	リスクとチャンス	<p>(リスク)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 生成AIの活用進展による、労働集約的サービスの代替、ユーザー企業の内製化加速、ユーザー企業からの価格低減圧力 ■ 専門分野の人材不足による、サービス提供力の不足やビジネス機会の減少 <p>(チャンス)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 短期から中期にかけては、クラウドシフトやモダナイゼーションなどのDX需要が継続する見込み ■ 生成AIの活用により、システム開発の一部が自動化され、社内利用を中心に生産性の向上が期待 ■ サイバー攻撃の増加、特に近年のサプライチェーン攻撃の増加を背景に、顧客企業の関連企業まで踏まえたセキュリティ対策需要が創出
IV	戦略方向性	<p>(セキュリティ分野の高付加価値なサービス提供による競争力の強化)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 生成AIやデータ管理の知見を活かし、セキュリティ領域で新たなサービスを提供 ■ 短期的には人材の確保が求められ、中長期的にはサイバー脅威の分析への生成AIの活用等、高付加価値なセキュリティサービスの創出が差別化要素に

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

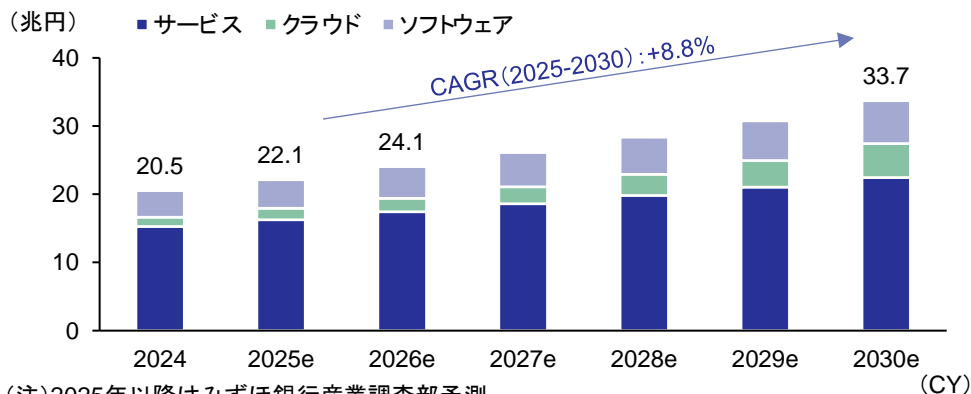
IT投資はクラウドと生成AI関連需要がけん引し、高成長を見込む

- IT投資は、クラウド、生成AI活用等のデジタル化需要の継続的な拡大を背景に、グローバル市場は2030年にかけて年率+9.4%の成長を予測。サービスの構成比率が高い国内市場においても同+8.8%での成長を予測
- グローバル市場のセグメント別では、クラウド、ソフトウェアの占める割合が拡大
 - クラウドが年率+21.0%と市場成長をけん引するほか、ソフトウェアはSaaS活用進展や値上げの影響でより伸張
 - サービスはモダナイゼーション需要等で成長が見込まれるものの、相対的に構成比が縮小する見通し

グローバル市場の中期見通し



国内市場の中期見通し



(注)2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測

(出所)いずれの図表も、各種公表資料より、みずほ銀行産業調査部作成

地域別市場シェア(2025年見込み)



セグメント別需要の動向(グローバル)

セグメント	CAGR 2025-2030	予測のポイント
ソフトウェア	9.8%	<ul style="list-style-type: none"> ■ クラウド化の進展やセキュリティ関連需要によってSaaSの活用が進展 ■ ソフトウェアへの生成AI機能の実装等による高付加価値化
クラウド	21.0%	<ul style="list-style-type: none"> ■ オンプレミスからクラウドサービスへのシフトが継続 ■ 新たに生成AIを活用したサービスの拡充に伴い、GPUaaS等のクラウドサービスの活用が進行
サービス	4.8%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 足下では、モダナイゼーション需要がサービス拡大をけん引 ■ 生成AI活用による業務効率化やユーザー企業の内製化により、従来型の労働集約的サービスは減少

(注)GPUaaS:クラウド上でGPUを提供するサービス

BPaaS:クラウド上で業務プロセスそのものをアウトソースするサービス

テクノロジーの進展により、業界内の競争優位性は絶えず変化

- テクノロジーの進展やユーザーニーズの変化により、業界内の競争は激化し、それに伴いリスクやチャンスが出現
 - ー 生成AIは、生産性やソリューション提供価値を向上させる一方で、ユーザー企業の内製化加速や労働集約的サービスの代替によるビジネス機会減少の恐れがあり、情報サービス企業にとって大きな脅威に
 - ー 生成AIを用いた巧妙なサイバー攻撃の増加により、企業のセキュリティ対策が複雑かつ広範囲になることから、セキュリティ対策需要が創出

情報サービス業界における競争環境

市場トレンド

		競争環境
テクノロジーの進展	生成AIの発展	生成AI活用 <ul style="list-style-type: none"> ■ 企業における生成AIの活用は、実証段階から実利用段階へシフト <ul style="list-style-type: none"> ー システム実装だけでなくコンサルティングやマネージドサービスが求められる競争環境へ変化
	クラウド技術の発展	サイバー脅威の深刻化 <ul style="list-style-type: none"> ■ 近年は生成AIを利用したサイバー攻撃が増加し、攻撃方法も巧妙化 <ul style="list-style-type: none"> ー セキュリティ対策も広範囲に渡ることから、セキュリティサービスの差別化競争が激化
		クラウドシフト <ul style="list-style-type: none"> ■ 企業のシステム基盤がクラウドネイティブな構造に変化することに伴い、クラウド化ソリューションが活発化 <ul style="list-style-type: none"> ー クラウドへの深い知見を活かしたサービスの競争優位性の高まり
ユーザーニーズの変化		サービス高度化 <ul style="list-style-type: none"> ■ 生成AIやクラウド等のテクノロジーの進展により、情報サービス企業のサービスが高度なものへシフト <ul style="list-style-type: none"> ー 高度IT人材の獲得競争が激化

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

競争環境の変化を踏まえたリスクとチャンス

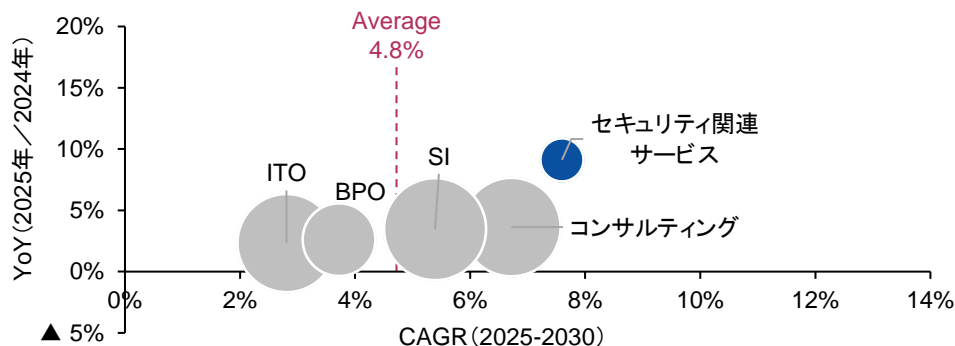
リスク	チャンス
<ul style="list-style-type: none"> ■ ユーザー企業の生成AI活用による内製化の加速や価格低減圧力 ■ 生成AIの活用進展によるBPO等の労働集約的サービスの代替 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 生成AI活用により、コーディング等の開発現場を中心に生産性が向上 ■ 生産性向上に伴い、案件サイクルが早期化し、獲得可能な案件数が増加
<ul style="list-style-type: none"> ■ セキュリティ人材の不足による、サービス提供力の不足 ■ セキュリティ人材の外部への流出 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 近年のサプライチェーン攻撃等を背景に、顧客企業の上流・下流、グループ内等のセキュリティ対策需要が創出 ■ 顧客向け教育等の新たな需要の創出
<ul style="list-style-type: none"> ■ クラウドサービスをハイパースケーラーに依存することによる付加価値の低下 ■ クラウドスキル不足によるビジネス機会の減少 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 需要に対して供給力が不足しており、新たな顧客を獲得する事業機会へ ■ 既存人材のクラウドスキル向上に投資し、業界内での競争優位性を獲得
<ul style="list-style-type: none"> ■ 高度IT人材の需要増加による人材不足・人材流出 ■ 高度IT人材獲得に伴う人件費の高騰 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 顧客が求める新たなサービスの創出により、デファクト化を図れる可能性 ■ 高度IT人材の獲得・教育による、競争力の強化

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

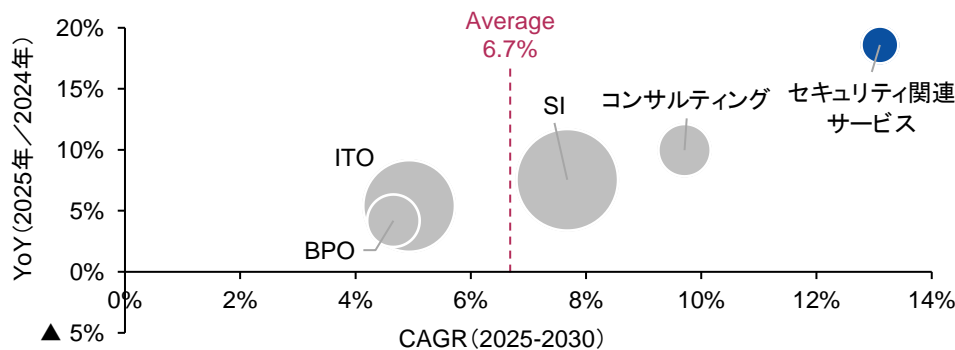
国内の情報サービス市場は、サイバー攻撃対応を中心にセキュリティ関連需要が高成長

- サイバー攻撃手法が日々進化する中、組織をサイバー脅威から守る必要があり、インシデント発生時も被害抑制とレジリエンス向上が求められるため、セキュリティ関連サービスの需要がグローバルで高まっている
 - 特に、国内では2025年に前年比+18.6%と高い需要が確認されており、中期的にも年率+13.1%で成長する見通し
- 国内ではセキュリティ人材が不足していることから、情報サービス企業が運用業務の代行・支援を行うセキュリティマネージドサービスが伸長

サービスのセグメント別市場規模の見通し(グローバル)

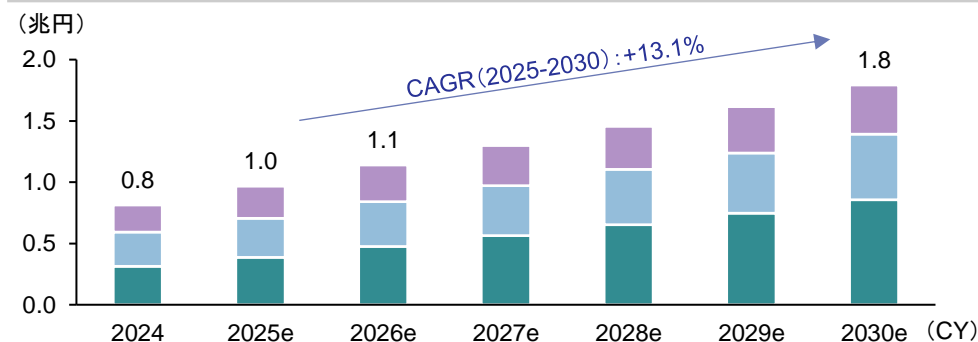


サービスのセグメント別市場規模の見通し(国内)



(注) ITO: ITアウトソーシング、BPO: ビジネスプロセスアウトソーシング、SI: システムインテグレーション
2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測、バブルサイズは2025年の市場規模を示す
(出所) いずれの図表も、各種公表資料より、みずほ銀行産業調査部作成

国内セキュリティ関連サービス市場の中期見通し



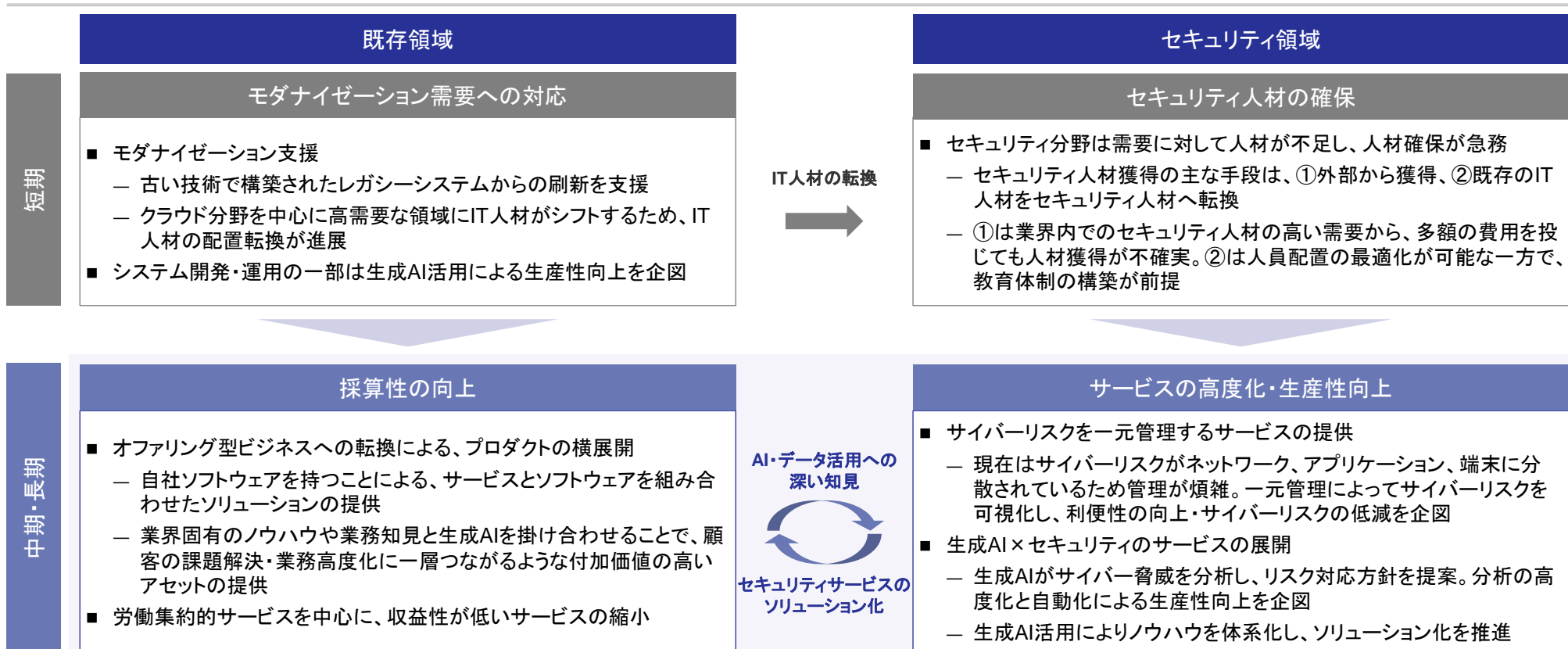
	CAGR 2025-2030	サービス内容
セキュリティ コンサルティング サービス	8.9%	<ul style="list-style-type: none"> ■ セキュリティ対策の方針策定 <ul style="list-style-type: none"> — サイバーセキュリティ対策への提言 — 情報セキュリティポリシーの策定 — 監査・コンプライアンス
セキュリティ プロフェッショナル サービス	10.8%	<ul style="list-style-type: none"> ■ セキュリティ対策の実装・評価 <ul style="list-style-type: none"> — セキュリティ対策の実装 — リスクアセスメント — セキュリティテスト
セキュリティ マネージド サービス	17.3%	<ul style="list-style-type: none"> ■ セキュリティ運用業務の代行・支援 <ul style="list-style-type: none"> — セキュリティ運用支援(24時間/365日監視等) — MDR(脅威の検知とインシデント対応)

(注) MDR: Managed Detection and Response

情報サービス企業はセキュリティ領域も含めたソリューション提供が求められる

- 情報サービス企業は、モダナイゼーション支援を行いつつ、オフリング型ビジネスへの転換やソフトウェアへの進出といったビジネスモデルの変革が必要。加えて、既存のIT人材を活かし、セキュリティ領域での競争力強化が必要
 - 短期的には、セキュリティ人材の確保のために他分野のIT人材のリスキリング等を進めることが肝要
 - 中長期的には、生成AIやデータ管理等で獲得した知見を活かし、サイバー脅威の分析への生成AIの活用等、高付加価値なセキュリティサービスの創出が差別化要素に

情報サービス企業に求められる戦略の方向性



(出所)みずほ銀行産業調査部作成

人手不足と国内需要減が進展。再編・連携による持続性維持と、新たな付加価値提供による差別化が鍵に

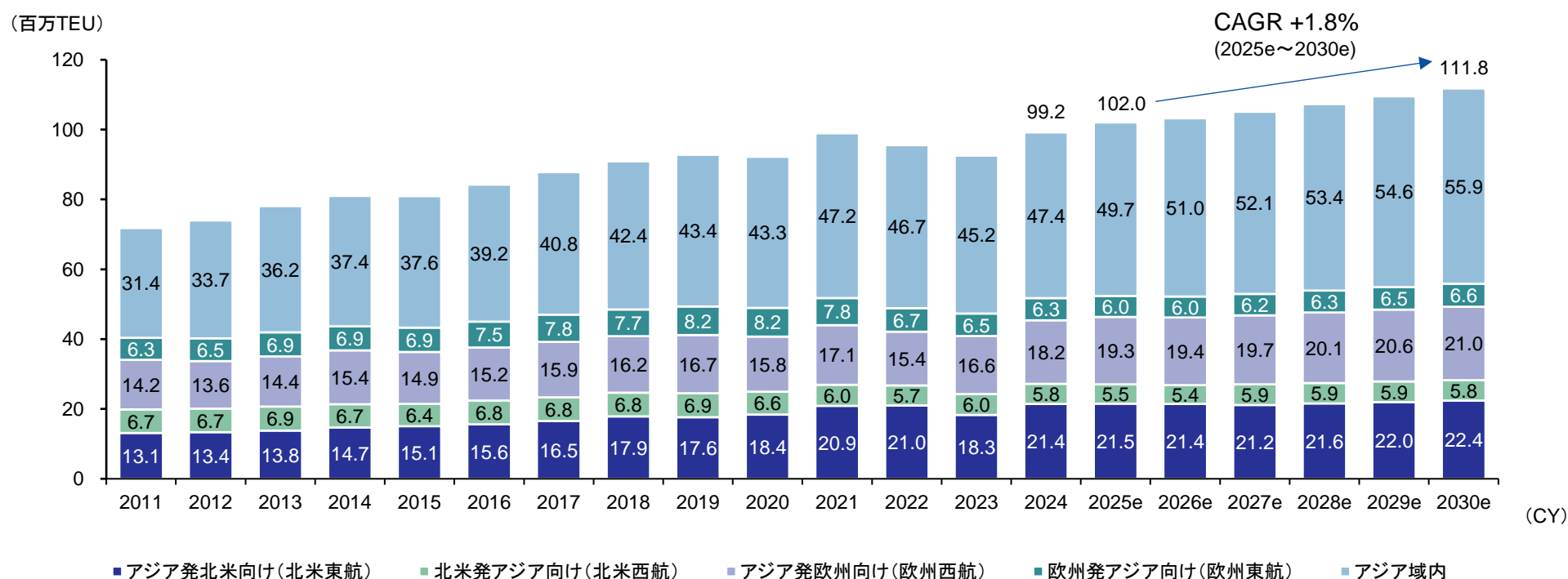
I	需給動向	<p>(グローバル需要)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 2025年の主要航路における海上コンテナ貨物荷動きは、トランプ関税発動前の駆け込み需要や各国経済の堅調な成長を背景に前年比+2.9%と予想。2026年もアジア域内中心に荷動き伸長の一方で、前年の駆け込み需要の反動減と、発動中のトランプ関税影響が継続し同+1.2%にとどまる予想 ■ 2030年にかけては、ASEANを中心とした経済成長が荷動きをけん引。一方で、米中対立を背景とした先行き不透明感やリショアリングの動きは継続し、伸び率は年率+1.8%程度で緩やかに推移すると予想 <p>(国内需要)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 2025年度の国内トラック輸送量(B2B)は、自動車生産台数減少等による生産関連貨物の減少(前年度比▲0.7%)、民間住宅投資の低調等による建設関連貨物の減少(同▲1.4%)により、全体では同▲0.9%にて着地見込み。2026年度も引き続き建設関連貨物を中心に減少し、全体では同▲1.2%を見込む。2030年度にかけても年率▲1.2%と減少傾向が継続 ■ 2025年度の宅配便個数(B2C)は、EC市場規模の拡大に伴い前年度比+1.6%の増加見込み。2030年度にかけて、人口減少が加速する一方、EC市場規模は更に拡大し、年率+1.1%での成長を予想
II	競争環境	<ul style="list-style-type: none"> ■ 足下、人手不足の顕在化や物流関連二法(物流効率化法、貨物自動車運送事業法)の改正といった効率化要請の拡大により、共同輸配送をはじめとする協調の枠組み設立の流れが継続。また、大手物流事業者を中心とする荷主の囲い込み、輸送能力強化に向けたM&Aや資本・業務提携も増加 ■ 中期的には、人手不足の深刻化や貨物輸送量の減少により、協調領域の拡大を目指した連携やM&A、資本・業務提携などの動きが加速。大手物流事業者も含めた合従連衡が進展
III	リスクとチャンス	<p>(リスク)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 共同輸配送をはじめとする協調の枠組みが広がることで、輸送サービスの標準化が進展。荷主への付加価値の提供が不十分であれば、他社との競争上劣後し、プレゼンスが低下。業界での地位を業界内外の他プレイヤーに奪われるおそれ <p>(チャンス)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 法改正を契機として荷主への物流効率化要請が高まる中、業界外プレイヤーにはないオペレーションノウハウや物流アセットを活用した新たな付加価値を荷主に提供することで、他社との差別化につながる可能性
IV	戦略方向性	<p>(協調領域の維持)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 持続可能な物流が求められる中、協調の枠組みを利用した効率化は肝要。一方で、参加プレイヤーの狙いや方向性は様々でスケール化は道半ばの状況下、自社にとって必要な枠組みの見極めと、関係維持が求められる <p>(競争領域の強化)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 物流起点でのサプライチェーン全体の最適化提案等、コモディティ化しにくい事業領域の創出と強化に取り組むことで、サプライチェーンの一部におけるサービスの提供者ではなく、全体戦略に関わるパートナーとして荷主から選ばれる存在に

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

【グローバル需要】主要航路の荷動きは、関税導入後も各国の経済成長を背景に緩やかに増加

- 2025年の主要航路における海上コンテナ貨物荷動きは、トランプ関税発動前の駆け込み需要や各国経済の堅調な成長を背景に、前年比+2.9%で着地する見込み。2026年もアジア域内中心に荷動きが伸長する一方で、前年の駆け込み需要の反動減と、発動中のトランプ関税影響で同+1.2%にとどまると予想
- 2030年にかけては、ASEANを中心とした各国経済の成長が荷動きをけん引する一方で、米中対立を背景とした先行き不透明感やリショアリングの動きは継続し、伸び率は年率+1.8%程度で緩やかに推移すると予想

海上コンテナ貨物荷動量(主要航路)の見通し



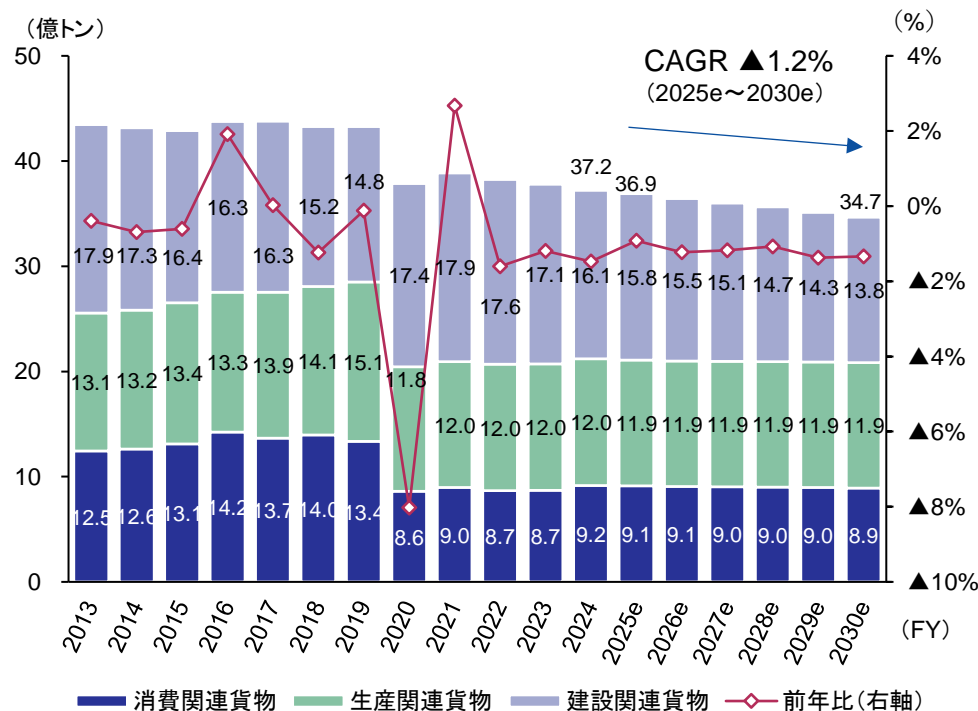
(注)2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測

(出所)日本海事センター資料、各種資料より、みずほ銀行産業調査部作成

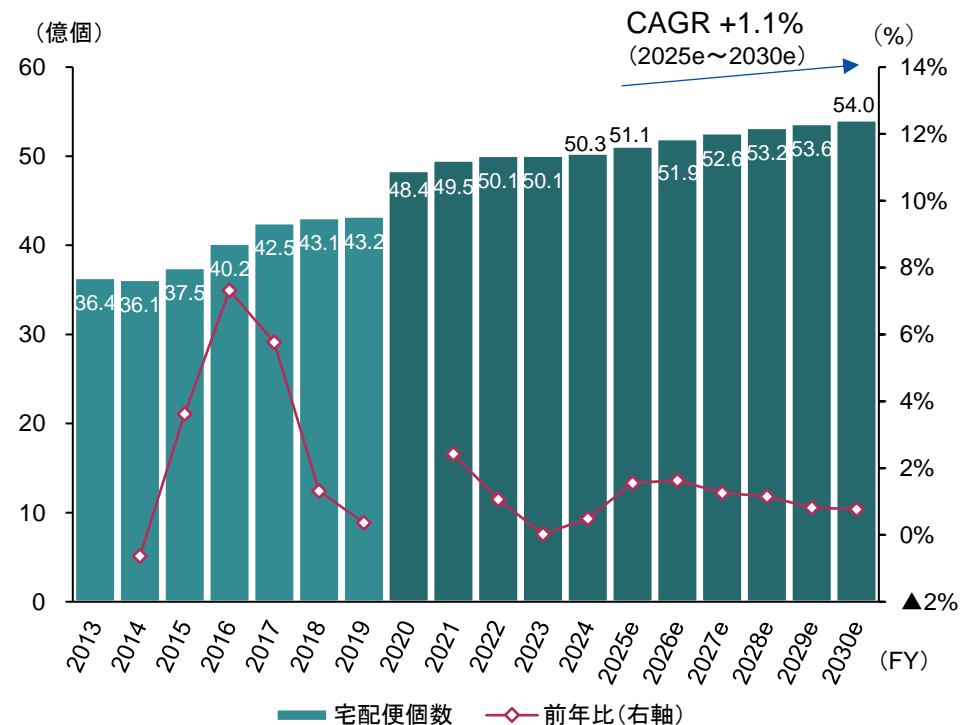
【国内需要】B2B市場は短期、中期とも減少基調。B2C市場は短期、中期とも緩やかな拡大

- 国内トラック輸送量(B2B)において、2025年度は、自動車生産台数減少等による生産関連貨物の減少(前年度比▲0.7%)、民間住宅投資の低調等による建設関連貨物の減少(同▲1.4%)により、全体では同▲0.9%にて着地見込み。2026年度も引き続き建設関連貨物を中心に減少が継続し、全体で同▲1.2%を予想。2030年度にかけても年率▲1.2%と同様の傾向が継続する見込み
- 宅配便個数(B2C)は、EC市場規模の拡大に伴い、2025年度は前年度比+1.6%、2026年度も同+1.6%と増加を予想。2030年度にかけては、人口減少の影響を受ける一方で、EC市場規模は更に拡大し、年率+1.1%での成長を予想

国内トラック輸送量(B2B)の見通し



宅配便個数(B2C)の見通し



(注1)両図ともに、2025年度以降はみずほ銀行産業調査部予測

(注2)右図は2020年4月より貨物営業用自動車の調査方法および集計方法が変更になったため、FY2019とFY2020の統計情報に断絶あり

(出所)両図ともに、国土交通省統計より、みずほ銀行産業調査部作成

人手不足や物流効率化要請を背景にした業界再編の動きは継続

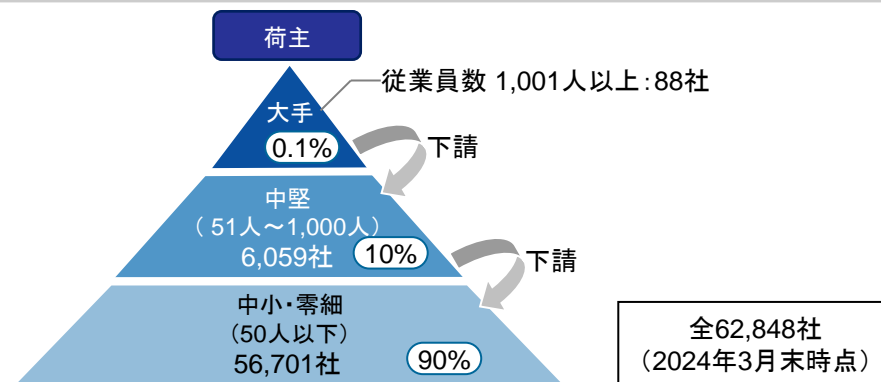
- 2024年問題による人手不足の顕在化により拡大していた業界再編の動きは、2025年も継続
 - ― 「運べない」状況を防ぐため、業界内外のプレイヤーが主導する物流の効率化に向けた協調の枠組みが増加
- 2030年にかけて、国内トラック輸送量は減少する一方、人手不足の深刻化を背景に、業界再編の動きは継続する見込み
 - ― 中小・零細が大宗を占める構造につき、法改正による物流効率化要請も踏まえ、事業承継による合従連衡も拡大と推察

協調に向けた枠組み構築の動き

		概要(例)	代表事例
物流事業者 主導の協調	物流事業者 同士の協調	■ 自社単独での事業維持が難しく互いに協調メリットが見出しやすい事業領域(例:過疎地物流)における協調	■ センコーと福山通運による共同中継輸配送
	物流事業者 主導の協調	■ 荷主企業や物流事業者など多様なステークホルダーが参画できる共同輸配送のオープンプラットフォームを提供	■ セイノーのオープンパブリックプラットフォーム ■ ヤマトのSST(株)
外部プレイヤー 主導の協調	荷主 主導の協調	■ 本業では競合同士だが、物流については協調領域という共通の見解のもと、業界のトップ企業が協調を主導	■ F-LINE (味の素ほか) ■ 化学品WG (三菱ケミカルほか)
	他業界 プレイヤー 主導の協調	■ 他業界プレイヤーが物流業界の課題解決を目指して協調を主導	■ 伊藤忠商事のフィジカルインターネット事業化への取り組み
	スタートアップ 主導の協調	■ スタートアップ企業がサービス提供を通して集めたデータを活用し、共同輸配送の実現を目指す	■ HacobuのDXツール「MOVO」 (日本製紙ほか)

(出所)公開情報より、みずほ銀行産業調査部作成

物流産業(トラック輸送)における事業者構造



(出所)国土交通省HPより、みずほ銀行産業調査部作成

物流関連二法改正の概要

法律名	対象	主な改正内容
物流効率化法 ^(注)	荷主 (一部、運送事業者)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 荷待ち・荷役時間の短縮、積載効率の向上目標を明記 ■ 取扱貨物が一定量以上の荷主に、物流統括管理者(CLO)の選任を義務付け
貨物自動車運送事業法	トラック事業者 軽トラック事業者	<ul style="list-style-type: none"> ■ 元請事業者に対し、実運送体制管理簿の作成を義務付け ■ 下請けを2次までに制限する等、健全化のための委託契約条件の制定

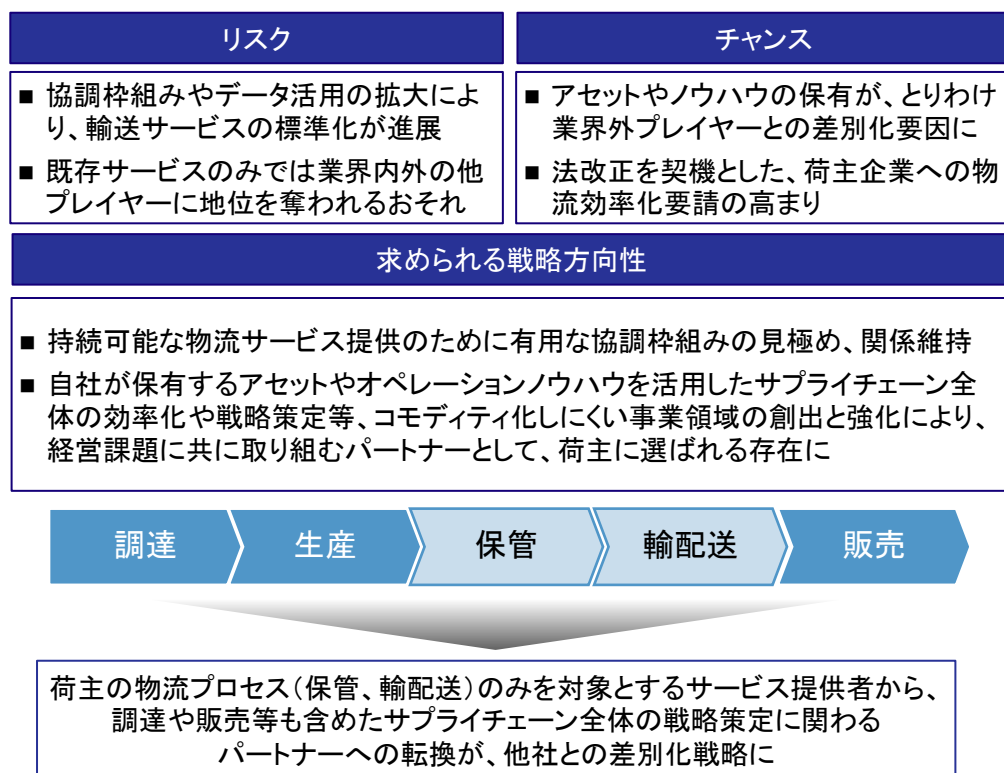
(注)2025年4月1日の施行に伴い「流通業務の総合化及び効率化の促進に関する法律(流通業務総合効率化法)」から「物資の流通の効率化に関する法律(物流効率化法)」に変更

(出所)国土交通省資料より、みずほ銀行産業調査部作成

協調の枠組みを活用しつつ、既存の物流サービスに加えた新たな価値提供が、他社との差別化戦略に

- 持続可能な物流が求められる中、人手不足や地方過疎化の深刻化も踏まえると、業界内外の協調枠組みは必要
 - ― 一方で、参加プレイヤーの狙いや方向性が様々であることから、限定的な範囲での協調にとどまり、スケール化は道半ば。協調領域においては緩やかに連携が拡大するものと推察
- 協調領域が拡大する中では、物流サービスの標準化が進展。荷主には選ばれるためには、新たな価値提供が必要
 - ― 協調枠組みの利用やM&Aによる既存サービスの維持・拡充に加え、物流起点でのサプライチェーン全体の最適化等、培ったノウハウやアセットを活かした新たな価値提供に取り組み、荷主のパートナーとして選ばれることが重要に

物流事業者におけるリスクとチャンス、求められる戦略方向性(弊行想定)



事業領域の拡大に関する物流事業者の取り組み(例)

企業名	取り組みの概要
ロジスティード	<ul style="list-style-type: none"> ■ 社内DXの中で構築したデジタル基盤を活用し、輸送事業や物流センター運営から発生するデータを収集 ■ 現場運営で培ったオペレーションノウハウと組み合わせ、顧客のサプライチェーン最適化サービス「SCDOS」を提供。保管、輸配送に関するデータの可視化や分析環境の提供に加え、サプライチェーン再構築に向けたコンサルティング提案などを行う
船井総研ロジ	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2025年7月、物流分野を新規事業として取り組む沖電気工業と、システム開発に関する業務提携を発表。自社でのDX投資が難しい中小物流事業者や荷主企業が参画するプラットフォームの開発と提供を通じ、実行支援ノウハウを活かしたコンサルティングサービス提供を目指す ■ 2025年11月、事業領域拡大を示すため、2026年1月1日付での「船井総研サプライチェーンコンサルティング」への社名変更を発表

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

(出所)公開情報より、みずほ銀行産業調査部作成

国内小売市場が伸び悩む中、小売事業者は周辺事業領域を取り込むことで成長継続へ

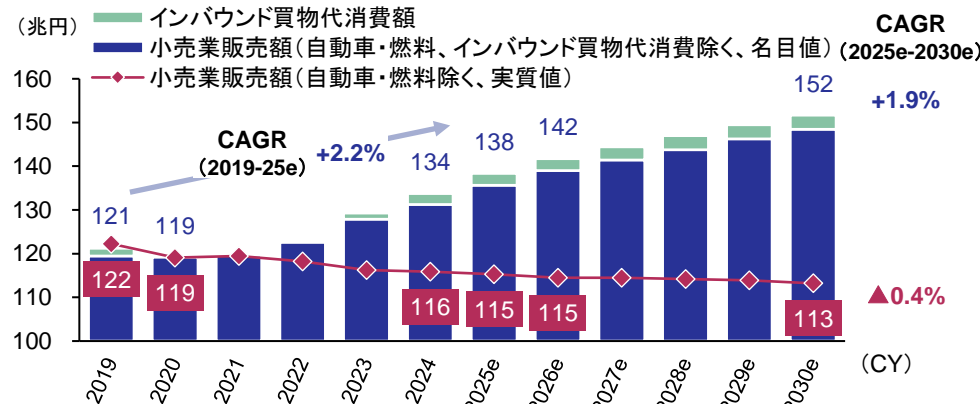
I	需給動向	<p>(グローバル)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 2025年の小売業販売額は19.0兆ドル、前年比+2.3%で着地と予測。米国関税政策や米中対立によるグローバルでの先行き不透明感が消費者マインドを弱め、市場成長ペースは2019年からの成長率(年率+4.4%)対比鈍化する見通し ■ 2030年にかけては米国関税政策や米中対立の影響が徐々に波及し、アジア新興国やその他途上国でも経済成長が減速。消費者マインドの回復には時間を要し、年率+2.7%の成長と2019年からの成長率対比では引き続き鈍化と予測 <p>(国内)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 2025年の小売業販売額(自動車・燃料除く)は名目ベースで138兆円、前年比+3.4%と前年並みの伸び率を維持と予測。賃上げの価格転嫁が進行も食品の需給ギャップの解消や円高方向へのシフトにより物価上昇ペースは緩和。一方で実質ベースでは▲0.5%とマイナス成長継続と予測 <ul style="list-style-type: none"> － インバウンド買物代消費額は2.67兆円、前年比+6.9%と堅調に推移するものの、為替の円高方向へのシフトと、特に訪日中国人における高額消費の一服により単価は下落。足下では宿泊費の高騰も訪日外客の消費余力を圧迫 ■ 2030年にかけて、小売業販売額(自動車・燃料除く)の名目ベースの成長率は鈍化(年率+1.9%)と予測。円安の進行が一服し、物価上昇ペースが弱まることが主因。実質ベースでは人口減少が制約となり、マイナス成長(同▲0.4%)と予測 <ul style="list-style-type: none"> － インバウンド買物代消費額は引き続き成長(年率+3.9%)と予測。訪日外客数は増加を続けるものの、アジア各国の経済成長の鈍化や円高方向へのシフトにより、買物代含むインバウンド消費単価全体は伸び悩むほか、宿泊費の高止まりも消費余力を圧迫し、買物代単価は横ばいと予測
II	競争環境	<ul style="list-style-type: none"> ■ 小売事業者は川上・川下双方からのコスト上昇・価格引き下げ圧力に直面し厳しい競争環境にある中、成長の継続に向けては消費者との接点や購買データ、中食商材やチャネルがもたらす「時短効果」といった小売事業者が持つ強みを活かす必要
III	リスクとチャンス	<p>(リスク)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 小売事業者と消費者との間にエージェンティックAIが介在することで、小売事業者の強みである消費者との接点は希薄に <p>(チャンス)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 消費者の時間消費ニーズの変化は、小売事業者が持つ「時短効果」の強みを活かした周辺事業領域への進出のカギに
IV	戦略方向性	<p>(リスクの抑制に向けた「エージェンティックAIによる買物の代行」への対策)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 「タイパ」ニーズや買物困難者への対応に向け、AI-Tech企業とのアライアンスや、オンラインチャネルへの対応を進める必要 <p>(チャンスの取り込みに向けた「時短効果」による周辺事業領域への進出)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 小売の店舗立地やチャネル、中食商材が提供する「時短効果」に着目し、余暇時間や労働時間を捻出することで、国内小売市場が実質ベースで縮小する中においても、サービス消費や可処分所得の拡大から成長を実現することが可能に

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

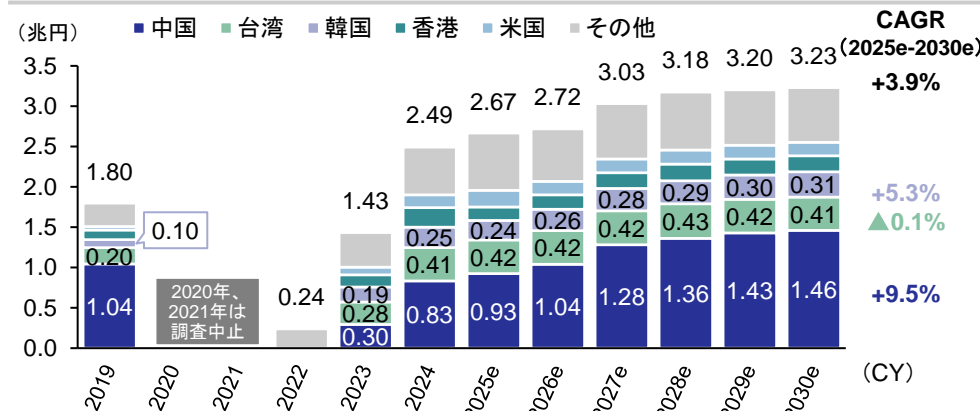
グローバルでの先行き不透明感が国内外の小売市場における成長の重荷に

- 2025年の国内小売業販売額(自動車・燃料除く)は138兆円(前年比+3.4%)と予測。賃上げの価格転嫁によるインフレで名目成長も、先行き不透明感が消費者マインドを下押しし2026年は142兆円(同+2.5%)、2030年は152兆円(年率+1.9%)に
- グローバル小売売上高は2025年に19.0兆ドルと予測。米中対立を背景に不透明感が増すことで成長ペースは鈍化し、2026年は19.4兆ドル(前年比+2.2%)、2030年には21.7兆ドル(年率+2.7%)と予測

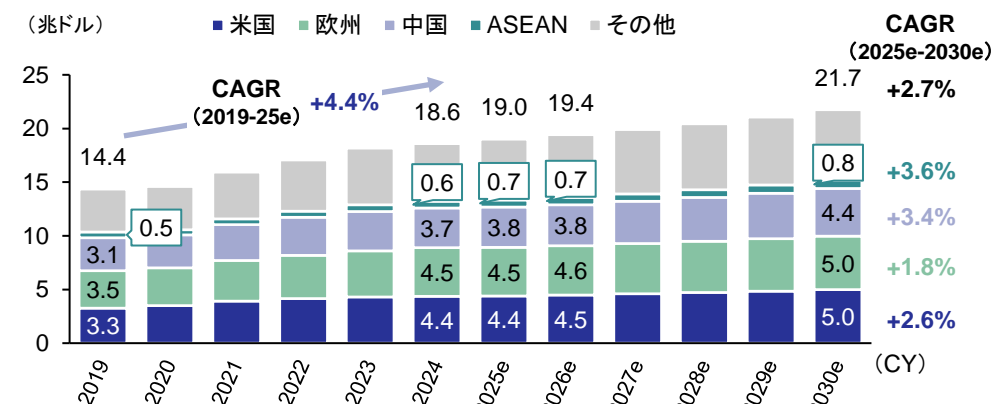
国内小売業販売額(自動車・燃料除く)の推移・中長期見通し



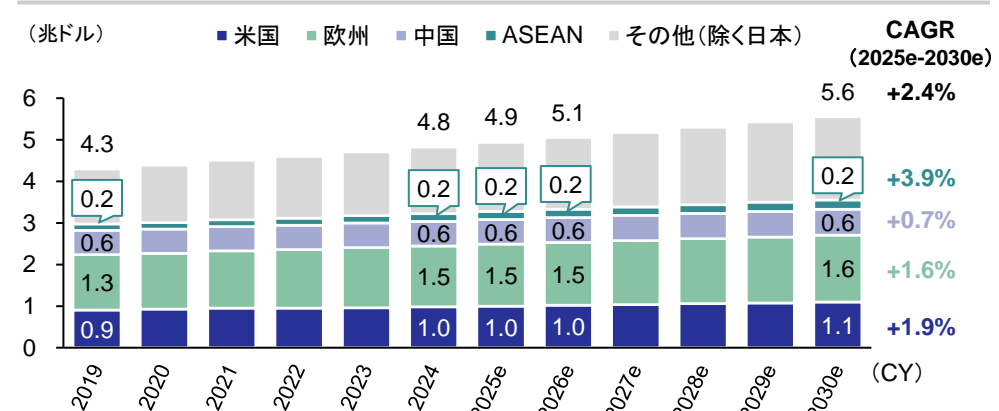
インバウンド買物代消費額の推移・中長期見通し



グローバル小売売上高の推移・中長期見通し



グローバル食品需要(加工食品小売販売額)の推移・中長期見通し



(注1)いずれの図表も、2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測 (注2)国内小売業販売額は2025年1月分にて水準の調整あり。2024年の数値を元に、リンク係数による前年比増減を用いて算出(出所)いずれの図表も、経済産業省「商業動態統計」、総務省「家計調査」、「消費者物価指数」、観光局「訪日外客統計」、「インバウンド消費動向調査」、Euromonitorより、みずほ銀行産業調査部作成

小売事業者は厳しい競争環境にあり、さらにAIによる代替の脅威によって強みを失うリスクも

- 食品サプライチェーンにおける価格転嫁の動向を踏まえると、小売事業者は川上・川下双方からのコスト上昇・価格引き下げ圧力に直面しており、競争環境は厳しい。成長を継続するためには、リスクの抑制とチャンスの取り込みが必要に
 - ― リスクとしては、エージェンティックAIの普及により買物の形態が変化し、消費者との接点が希薄化するほか、インフレや賃上げ、気候変動に伴う、人件費や設備投資に係る資本的支出・減価償却費、原材料の調達価格高騰等のコスト上昇も
 - ― 一方で消費者の時間消費ニーズの変化は、小売事業者が持つ「時短効果」の強みを活かした周辺事業領域への進出のカギに。その他海外市場での堅調な食料需要や、購買データを活用したサプライチェーン上流への支援等もチャンスに

食品のサプライチェーンにおける競争環境と課題の分析

国内における競争環境・交渉力		強み(国内)	課題(国内)
サプライチェーン	(川上) 原材料生産	<ul style="list-style-type: none"> ■ コストプッシュでの供給価格引き上げ <ul style="list-style-type: none"> ― インフレや需給ギャップによる価格上昇 ― 賃上げの転嫁 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 品種改良技術 ■ 鮮度や品質の維持 <ul style="list-style-type: none"> ― コールドチェーンも貢献
	食品メーカー	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 小売対価価格転嫁が進行 <ul style="list-style-type: none"> ― 営業利益率は引き続き上昇 ― ただし前年比伸び率は縮小 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 製造技術の国際競争力 <ul style="list-style-type: none"> ― 日本特有の精密発酵技術等がインバウンドによる日本食への評価の源泉に ■ 顧客ニーズの把握 <ul style="list-style-type: none"> ― 把握に係る購買データは、主に小売事業者から取得
	(卸) 小売事業者	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 価格転嫁は最低限にとどまる <ul style="list-style-type: none"> ― 営業利益率はほぼ横ばい～減益推移 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 顧客接点と購買データの保有 <ul style="list-style-type: none"> ― PB開発やマーケティングへの活用 ■ 中食商材・チャネルの付加価値 <ul style="list-style-type: none"> ― 品質・サービスの他「時短効果」も
	(川下) 消費者	<ul style="list-style-type: none"> ■ 節約消費志向による価格抑制圧力 <ul style="list-style-type: none"> ― 実質賃金の低迷と可処分所得の圧迫 ■ デジタルネイティブ世代の増加からAIへ適応 <ul style="list-style-type: none"> ― 買物等はエージェンティックAIによる代行も 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 固定費が高い <ul style="list-style-type: none"> ― DXや仕組み化による効率化が急務 ■ 「タイパ」ニーズ <ul style="list-style-type: none"> ― 家事・買物等の短縮 ― 余暇時間等の捻出

(注)国内における競争環境・交渉力について、図中の矢印は営業利益率の前年比変動を示す

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

小売事業者の中長期的なリスクとチャンス

	内容	脅威度・優先順位
リスク	■ インフレや賃上げに伴う固定費のさらなる高騰	中
	■ エージェンティックAIの普及による買物の形態の変化と、消費者との接点の希薄化	高
	■ 長期的な気候変動による原材料の調達価格高騰	低
チャンス	■ 海外市場における堅調な食料需要	中
	■ 購買データを活用したサプライチェーン上流への支援	低
	■ 消費者における時間の使い方の変化	高

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

リスクの抑制だけでなく、小売事業者が持つ強みを活かすことで成長領域への進出を実現

- エージェントAIの普及による買物の形態の変化に適応することで、小売事業者の持つ消費者との接点という強みが失われるリスクを回避しつつ、都市部共働き世帯を中心とする「タイパ」ニーズや要介護者等の買物困難者への対応も可能に
- また、小売は店舗立地やチャネル、中食商材によって「時短効果」を提供しているものの、捻出された時間が生み出す周辺事業領域の取り込みは不十分。サービス消費や可処分所得の拡大といった周辺事業領域の取り込みにより成長を維持

リスク

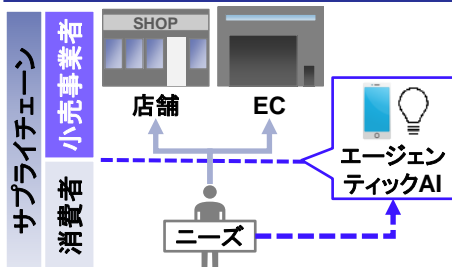
- エージェントAIの普及による買物の形態の変化と、消費者との接点の希薄化

チャンス

- 消費者における時間の使い方の変化

1 エージェントAIによる買物代行への対策

サプライチェーンにおける変化



起こり得る影響

- 消費者との接点が希薄化し、強みを喪失
- AIへの買物代行手数料コストが必要に
- ニーズのみで買物が完結し、店舗への移動や探索は不要に

1 オンラインチャネルへの適応

- 従来のECだけでなく配送にも対応し、消費者との接点を確保
- 店舗は購買の拠点から配送の拠点に

2 AI-Tech企業の手の内化

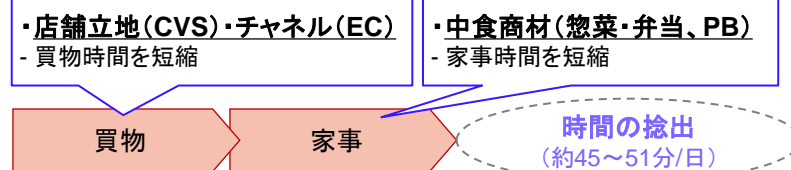
- 消費者との接点を回復し、強みを維持
 - 小売（販売側）と買物代行（購入側）の間の利益相反がネックに

新たに 取り込める ニーズ

- 都市部共働き世帯における「タイパ」ニーズ
- 買物困難者（要介護者、「買物難民」等）への対応

2 「時短効果」による周辺事業領域への進出

「時短効果」の概要



1 余暇時間の捻出

⇒ 余暇消費商材・サービスへ送客

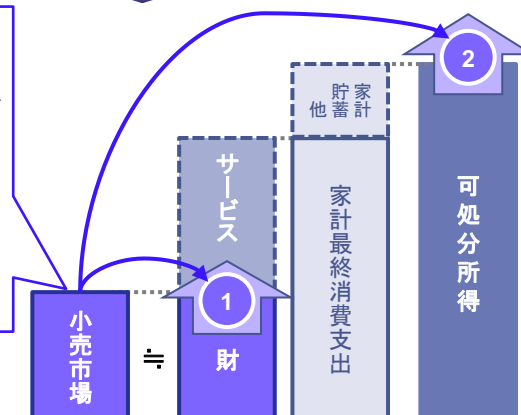
2 労働時間の捻出

⇒ 労働投入量の確保、所得拡大

「時短効果」による 周辺事業 領域の 取り込み

【周辺事業領域の例】

- ① サービス消費支出
 - 趣味・娯楽、メディア視聴、スポーツ等
- ② 可処分所得
 - リスキングに係る学習・自己啓発
 - 企業内立地や給食への進出も



(出所)みずほ銀行産業調査部作成

オフィスは既存ビルへのデジタル技術の活用、住宅は新築市場縮小を受け既存住宅流通の活性化が不可欠

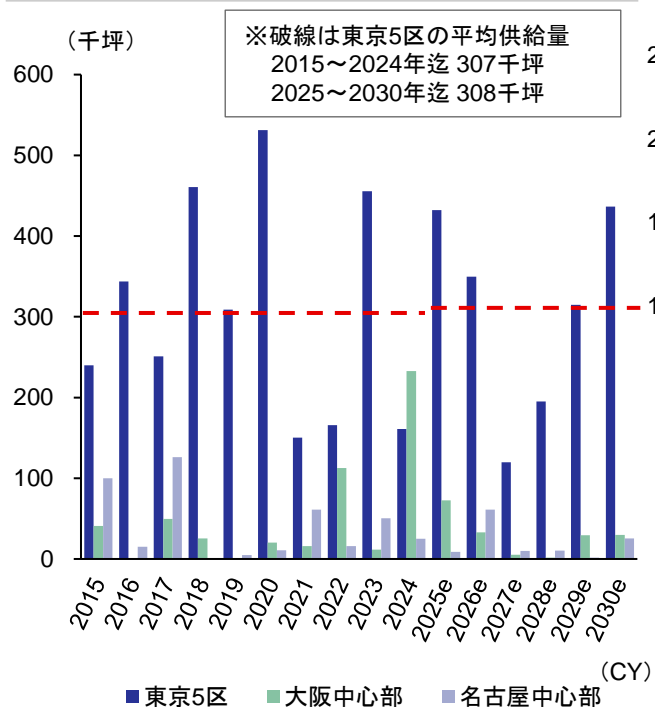
I	需給動向	<p>(オフィス)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 2025年は、東京5区において大規模オフィス供給を上回る需要があり、新築ビルの入居内定率も高い状況が続いているため、空室率は改善、賃料は上昇する見込み ■ かかる状況下、東京・大阪・名古屋の三大都市のオフィス床需要は2025年に11.3百万坪(前年比+3.5%)、2026年も同様な状況が続き、11.5百万坪(同+1.8%)へ拡大を予測 ■ 中期的には、2027年・2028年まで供給鈍化を受け低位な空室率が継続するが、2029年以降は過去10年平均以上の供給が予定されており、空室率は平準化に向かう見込み。2030年のオフィス床需要は11.7百万坪(年率+0.8%)まで拡大を見込む <p>(住宅)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 2025年の新設住宅着工戸数は、金利上昇や建築費高騰による住宅価格上昇の影響を受け、持家・分譲住宅等の実需の弱さを反映し、742千戸(前年比▲6.3%)と急減、2026年においても721千戸(同▲2.8%)と減少傾向の継続を予測 ■ 中期的には生産年齢人口の減少、特に住宅購入のメインターゲットとなる30～40代の世帯数減少の影響を受け、市場縮小は不可避であり、2030年には670千戸(年率▲2.0%)を見込む
II	競争環境	<ul style="list-style-type: none"> ■ 建築費高騰の中、企業の採用力強化やブランド力向上ニーズを背景に、好立地で高機能なオフィスへの需要が続いており、不動産事業者は環境性能や、ワーカーの満足度を高めるサービスの充実といった複合的な付加価値創出に取り組む ■ 住宅事業者は、新築市場縮小を背景に、高付加価値化による収益性の確保や事業の多角化への取り組みを実施
III	リスクとチャンス	<p>(オフィス)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 建築費高騰に伴うオフィス開発プロジェクトのコスト肥大化により、安定収益を目的とした不動産投資需要の減退を招くことで、オフィス開発事業を成立させることが困難となり、資本力の乏しい不動産事業者を中心に開発ビジネスの機会を失うおそれ ■ 一方で、都心の底堅いオフィス需要があることから、不動産事業者は既存ビルストックのバリューアップにより、不動産価値の最大化を図ることで、安定収益の確保につなげることを期待 <p>(住宅)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 生産年齢人口の減少に加え、金利・建築コストの更なる上昇によって、住宅取得マインドは一層低下するおそれ ■ 新築住宅の供給を軸としつつも、既存住宅のリフォーム等ストックビジネスに取り組むことで、住宅事業者の収益確保に期待
IV	戦略方向性	<p>(オフィス: デジタル技術活用による不動産価値向上)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 既存ビルのスマート化(ビルOS、BIM、AI等のデジタル技術活用)に取り組むことで、ライフサイクルコストの最適化によるコスト圧縮、テナントの快適性やビル管理の生産性向上を図り、新築に劣らないオフィス空間の提供が必要 <p>(住宅: 新築住宅中心の市場構造からの転換)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 日本はこれまで新築住宅に偏重してきたが、新築市場の縮小が加速化する中、流通・ストックビジネスへの取り組みを一層強化することで既存住宅流通の活性化を生み出し、消費者の住宅取得における選択肢を増加させることが重要

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

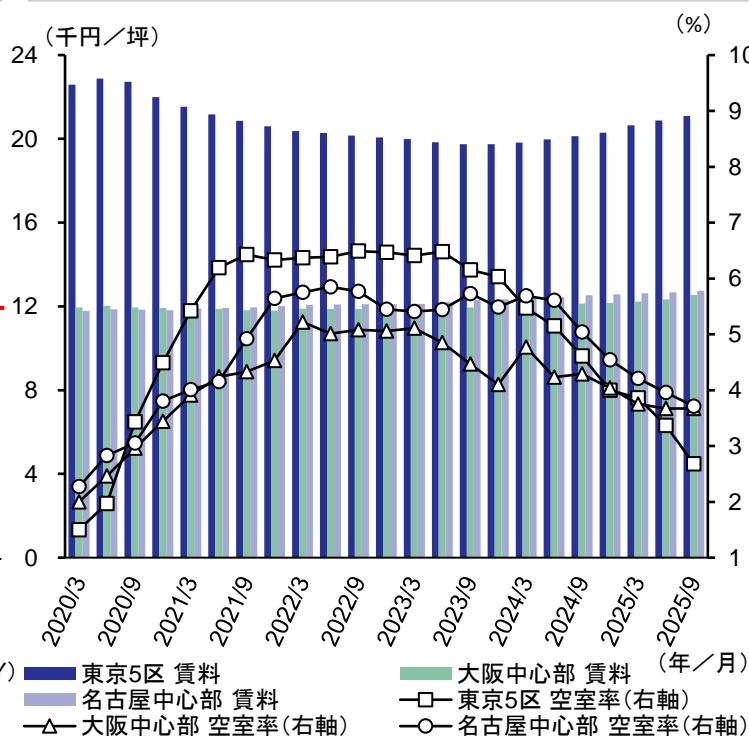
【オフィス】旺盛なオフィス床需要により、空室率低下・賃料上昇が継続する見込み

- 2026年のオフィス供給は東京5区で大規模供給があるが、高いオフィス床需要を受けて空室率の低下、賃料の上昇を予想
- 三大都市圏におけるオフィス床需要は、企業の採用力強化やブランド力向上ニーズを背景に好立地で高機能なオフィス需要が高まっており、空室率は低位で推移している。2025年10月の東京5区の空室率は2.6%とコロナ禍前の水準近くまで低下しており、オフィス床需要は2025年に11.3百万坪（前年比+3.5%）、2026年に11.5百万坪（同+1.8%）まで拡大を見込む
- 中期的には、2027年・2028年まで供給鈍化に伴い低位な空室率が継続するが、2029年以降は過去10年平均以上の供給が予定され、空室率は平準化に向かう見込み。2030年のオフィス床需要は11.7百万坪（年率+0.8%）まで拡大を見込む

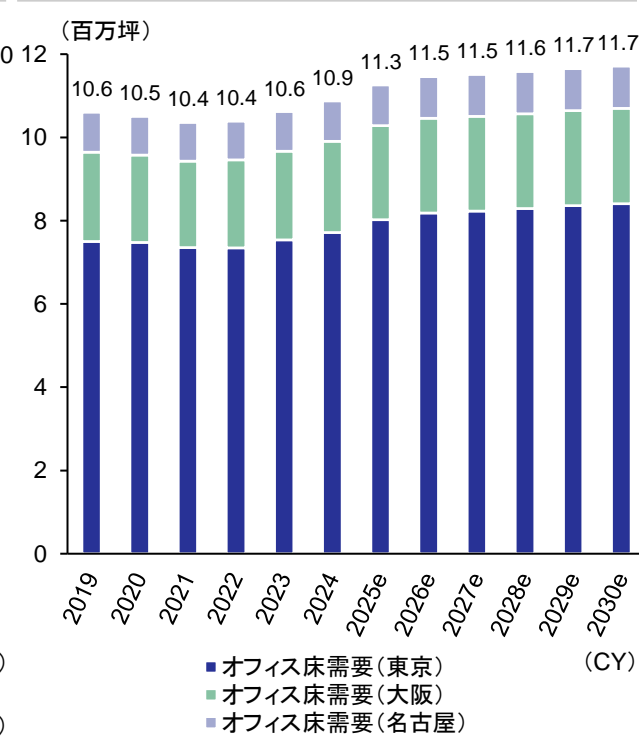
東京5区、大阪・名古屋中心部のオフィス供給推移



エリア別オフィスビル空室率・賃料の推移



オフィス床需要の中期見通し



(注1)いずれの図表も、2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測

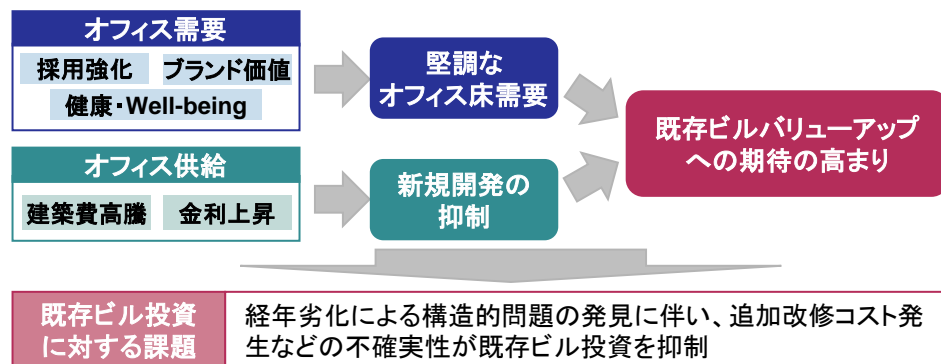
(注2)いずれの図表も、東京5区＝千代田・港・中央・新宿・渋谷区、大阪中心部＝梅田・淀屋橋・本町・船場・心斎橋・難波・新大阪地区、名古屋中心部＝名古屋駅・伏見・栄・丸の内地区

(出所)いずれの図表も、三鬼商事公表データより、みずほ銀行産業調査部作成

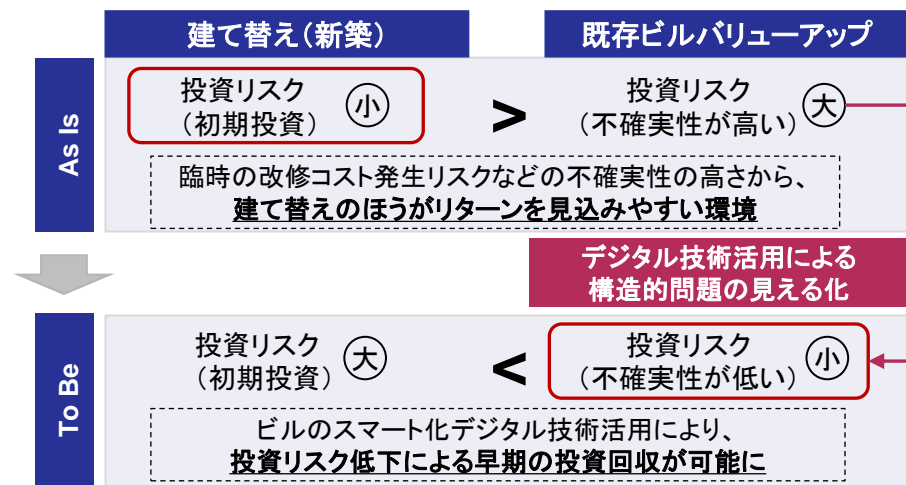
【オフィス】デジタル技術を生かした既存ビルのバリューアップへ

- 堅調なオフィス床需要に対し、建築費高騰によるオフィス開発の抑制等が起ること、既存ビルの重要性が増すと推察
 - 既存ビルは経年劣化による構造上の不確実性（投資リスク）があり消極的な投資対象であったが、デジタル技術活用により、老朽化による構造的問題の「見える化」を図り、投資リスクを最小化したマネジメントが可能に
- データ基盤整備・ソフトウェア構築を行うことで、既存ビルの継続的なアップデート（＝進化）による不動産価値向上の実現へ

既存ビルのバリューアップに対するリスクとチャンス

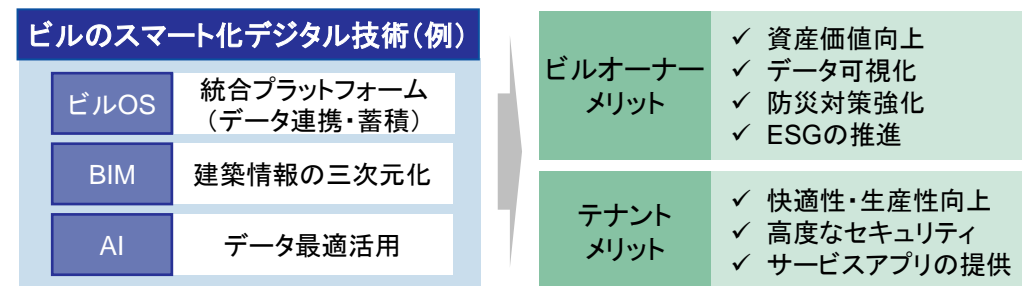


デジタル技術活用による既存ビル投資に対する課題解消アプローチ



(出所)みずほ銀行産業調査部作成

既存ビルのスマート化に向けた投資



デジタル技術を活用した不動産価値向上

$$\begin{array}{|c|} \hline \text{データ基盤整備} \\ \hline \text{(ビルOS・BIM)} \end{array} + \begin{array}{|c|} \hline \text{ソフトウェア構築} \\ \hline \text{(AI・アプリ)} \end{array} = \begin{array}{|c|} \hline \text{既存ビルバリューアップ} \\ \hline \end{array}$$

新築建て替えとデジタル技術活用による改修投資の比較試算(概算イメージ)

(前提条件)東京5区の築年数40年・延床面積1万㎡、賃料15千円/坪のオフィスビル
残存経済耐用年数60年、割引率3%、レントラブル比70%にて現在価値ベースで算出

	項目	建替え(A)	改修(B)	前提条件等
収益	① 賃料収入	162億円	141億円	A: 23千円/坪 B: 20千円/坪(バリューアップ効果)
	② 初期投資	51億円	9億円	A: 165万円/坪 B: 30万円/坪(工事費抑制)
支出	③ 年間コスト	35億円	29億円	新築ビルの効率化と租税公課を反映
	④ 大規模修繕費	5億円	7億円	A: 30年毎に12億円、B: 15年毎に5億円
	⑤ 解体廃棄費	1億円	1億円	同額計上
	支出合計(②～⑤)	91億円	45億円	
	ライフサイクル収支	71億円	96億円	ライフサイクルベースで25億円改善

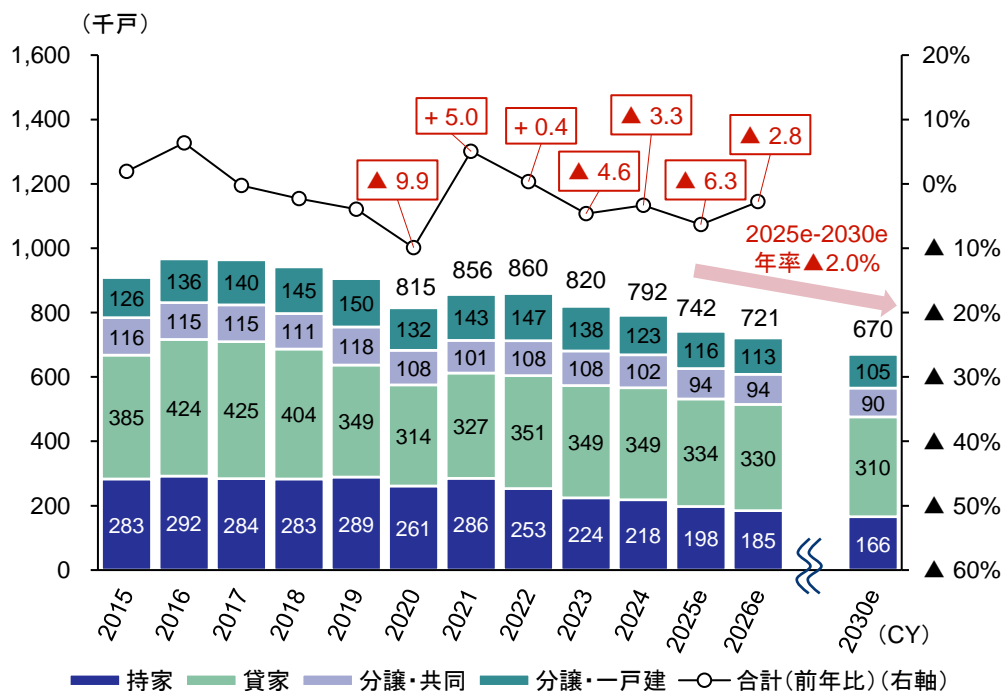
(注)投資効果試算は、みずほ銀行産業調査部による一定条件を仮定した概算(小数点以下四捨五入)

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

【住宅】住宅価格上昇や住宅購入世代の減少を背景に、新設住宅着工戸数の低下が続く見通し

- 2025年の新設住宅着工戸数は、金利上昇や建築費高騰の影響を受け、742千戸（前年比▲6.3%）、2026年も721千戸（同▲2.8%）と減少を見込む
 - 注文住宅を中心とする持家は、建築費高騰を受けた住宅メーカーの価格改定等により受注減少の影響が続く見込み
- 中期的には、生産年齢人口や住宅購入世帯である30～40代の減少により、2030年に670千戸（年率▲2.0%）と減少を見込み、コロナ禍で減少した2020年の水準を下回る傾向が続く
 - 2021年以降、建築費高騰を背景に不動産価格指数の上昇トレンドが継続、マンション（区分所有）に加え、戸建住宅も上昇し、住宅購入マインド低下の要因に

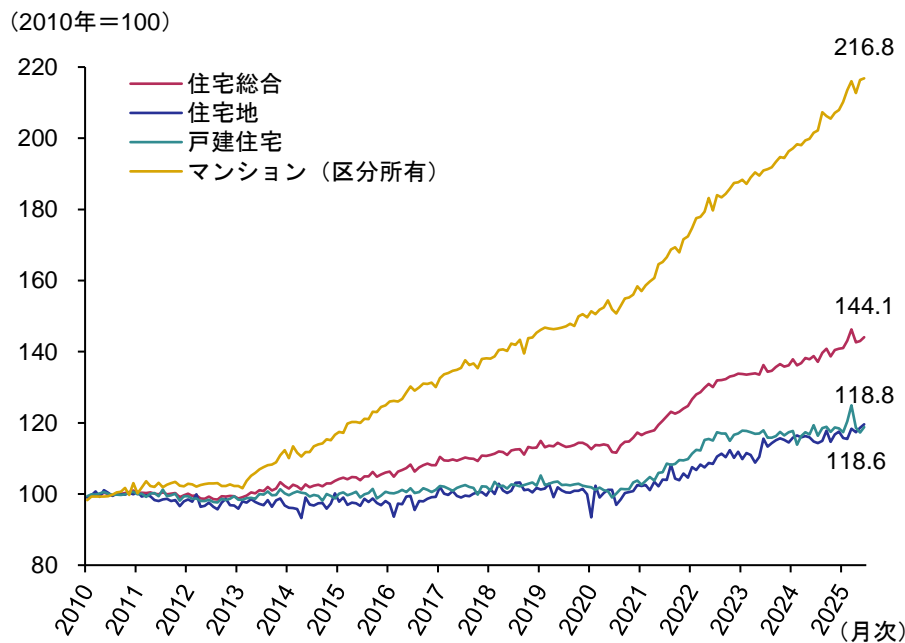
新設住宅着工戸数の中期見通し



（注）2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測

（出所）国土交通省「住宅着工統計」より、みずほ銀行産業調査部作成

不動産価格指数の推移(住宅)



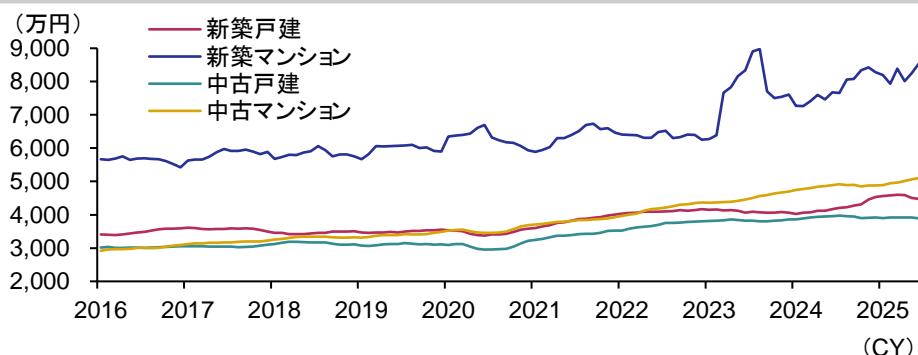
（注）国土交通省が実施する「不動産の取引価格情報提供制度」により蓄積された取引価格データ等をもとに指数化したもの

（出所）国土交通省「不動産価格指数(住宅)」より、みずほ銀行産業調査部作成

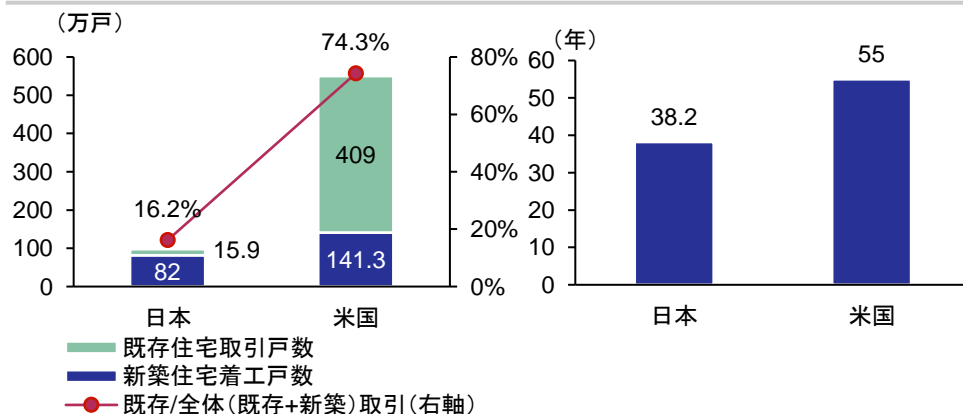
【住宅】住宅産業は、既存住宅市場の流通・ストックビジネスの活性化が重要に

- 住宅価格の上昇が続く中、新築住宅の購入マインドがより一層低下し、貸家や既存住宅へ流れる可能性
 - 日本は、住宅＝資産という意識が希薄であり、住宅へのメンテナンス投資の関心も低いため、既存住宅の減失築後年数が短い傾向にある。そのため、米国のような既存住宅取引が活発な市場形成には課題が多い
- 既存住宅市場の拡大に向けては、個社として買取再販ビジネスの強化や販売後の顧客接点の確保に加え、業界全体として安全・安心保証や市場ニーズの可視化への取り組みを通じ、消費者の購入選択肢を増やすための市場形成が必要

首都圏戸建、マンション価格の推移(6カ月移動平均)

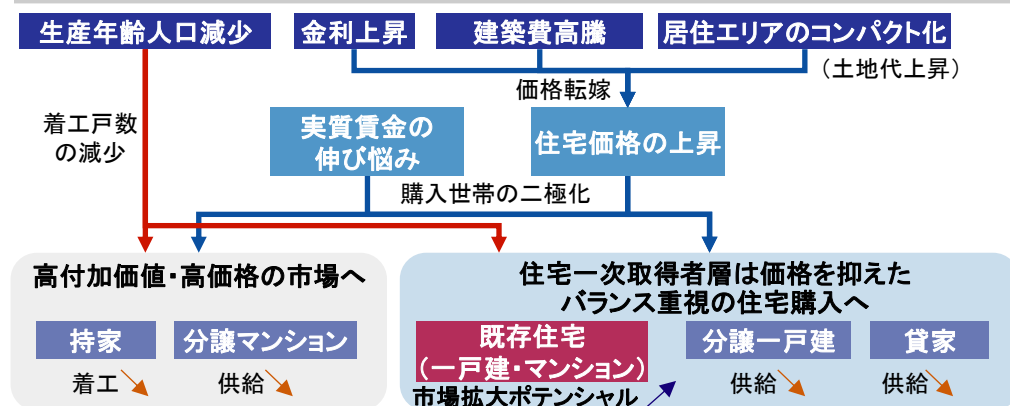


既存住宅の流通シェア比較(2023年)(左)、既存住宅の減失平均築後年数(右)



(出所) 上図: 東日本不動産流通機構(レインズ)公表データより、下図: 国土交通省「令和6年度住宅経済関連データ」より、みずほ銀行産業調査部作成

住宅市場環境と今後の方向性



既存住宅市場の活性化に向けて

既存住宅流通・ストックビジネスの強化

買取再販ビジネスの強化

- 物件仕入れ力・リフォーム技術の強化
⇒ デジタル活用・職人内製化

顧客接点の確保(フォローアップ)

- 新築から点検、リフォーム、買取までシームレスなサービス提供
- デジタルでの住宅履歴管理の普及

安全・安心保証(マインドチェンジ)

- インスペクション体制強化
- 業界全体で既存住宅認定制度の普及

市場ニーズの可視化(流通活性化)

- 住宅流通情報の更なる透明化

(注) インスペクション: 既存住宅の点検・調査
(出所) みずほ銀行産業調査部作成

オペレーションコスト増加や旅行者の意思決定フローの変容を見据えた打ち手が求められる

I	需給動向	<p>(短期)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 延べ宿泊者数は、2025年は654百万人泊(前年比▲0.8%)、2026年は655百万人泊(同+0.1%)を見込む。日本人延べ宿泊者数は、円安を背景とした一部の海外旅行需要の国内旅行への代替を主因とした国内レジャー需要の強さがWeb会議の定着に伴うビジネス需要の減少を補い、コロナ前を超える水準で推移 ■ 訪日外国人旅行者数は2025年に過去最高の4,212万人(2019年比+32.1%)、2026年に4,308万人(同+35.1%)を見込む <p>(中期)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 日本人延べ宿泊者数は人口減少に伴い2030年にかけて461百万人泊(年率▲0.7%)まで減少を想定するも、訪日外国人延べ宿泊者数が205百万人泊(同+3.1%)まで増加することにより、全体で666百万人泊と微増する見込み(同+0.4%) ■ 訪日外国人旅行者数は、後背地であるアジア圏の人口増加やGDP 成長等に伴い右肩上がりで推移し2030年に4,966万人(2019年比+55.7%)を見込む
II	競争環境	<ul style="list-style-type: none"> ■ インバウンド増加を背景としてグローバルで大きな顧客基盤を持つ外資系ホテルオペレーターの進出が加速しており、日系ホテルオペレーターは特にインバウンドの獲得において外資系ホテルオペレーターに劣後するおそれ ■ 消費者ニーズの多様化に伴いホテルセグメントも細分化が進んでいることからブランド定義の重要性が高まっており、明確なブランド定義が欠けているオペレーターは需要獲得力が弱まるおそれ ■ 土地・建築費高騰による新規開業費用増加や人手不足、物価高によるオペレーションコスト増加が収益を圧迫するおそれ
III	リスクとチャンス	<p>(リスク)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ オペレーションコスト増加により人手不足解消に向けた賃上げを実現できず、人手不足が深刻化し需要を取りこぼすおそれ <p>(チャンス)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 旅行の意思決定におけるAI活用普及に伴い、宿泊事業者の競争力の源泉として“AIに選ばれるためのデータ構造化・整備と体験の品質向上”も重要に。AI普及を見据えた戦略展開により、外資系ホテルオペレーター対比顧客基盤が弱い日系ホテルオペレーターにおいても需要獲得のチャンスが広がる可能性
IV	戦略方向性	<p>(OTA^(注)を介さずに“選ばれる宿泊施設”となるためのデータ整備やエリアマネジメント)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 今後旅行者と事業者のAIエージェント同士のやり取りを通じた宿泊施設予約が普及する可能性を踏まえて、AIエージェントを実装しエリア内連携を通じてデータの量・質を確保することにより対OTAの競争力を獲得し、予約におけるOTA依存を脱却 <p>(共同ネットワーク加盟を通じたソフト連携による独自性とスケールメリットの両立)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 日本の宿泊業は世界的に見ても投資余力やマンパワーが限定的である中小規模事業者が多い一方、高付加価値化に向けた再編や提携については独自性喪失への懸念から進みづらい ■ そのため、独自性とスケールメリットを両立可能な取り組みとして共同ネットワーク加盟を通じたソフト連携が選択肢

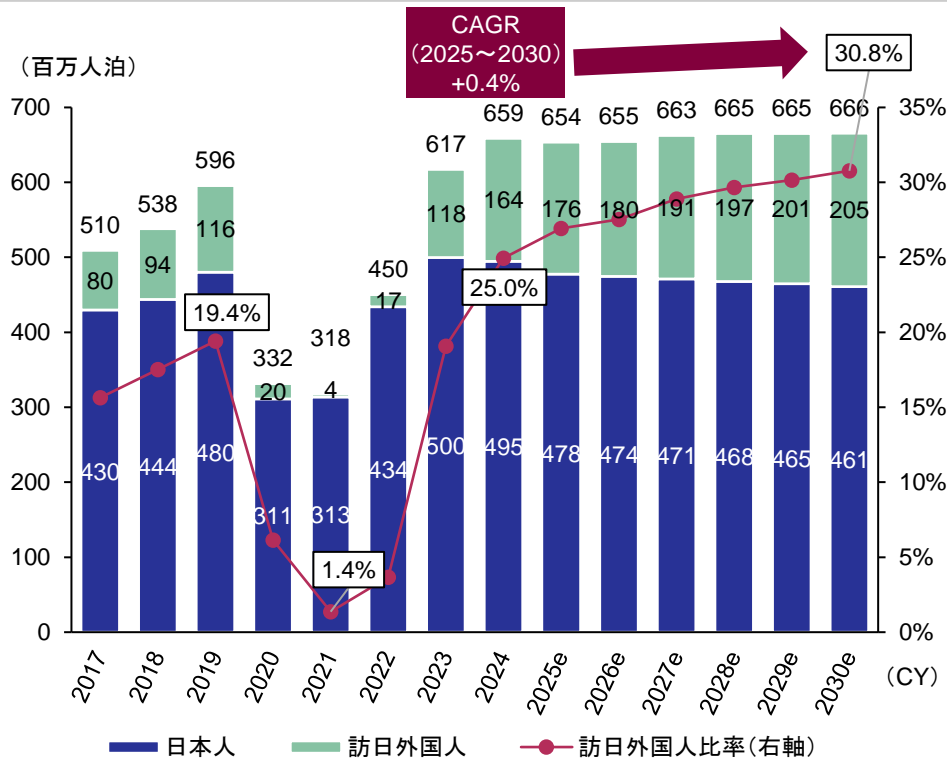
(注)Online Travel Agentの略。オンライン上のみで取引を行う旅行会社

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

中期的には日本人需要の減少を訪日外国人需要の増加が補う見込み

- 延べ宿泊者数は、2025年は654百万人泊、2026年は655百万人泊、2030年は666百万人泊と微増を見込む
 - ― 足下の日本人延べ宿泊者数は、円安を背景に海外レジャー旅行需要の一部が国内レジャー旅行に代替され好調。ただし、中長期的には人口減少およびWeb会議定着による出張需要減少により、微減が継続する見込み
- 訪日外国人旅行者数は、2025年は4,212万人、2026年は4,308万人、2030年は4,966万人と増加を見込む
 - ― 2026年については地政学リスク影響により伸び悩むも、以降は主に後背地であるアジアからの訪日外国人旅行者が自国の経済成長に伴い増加していく見込み

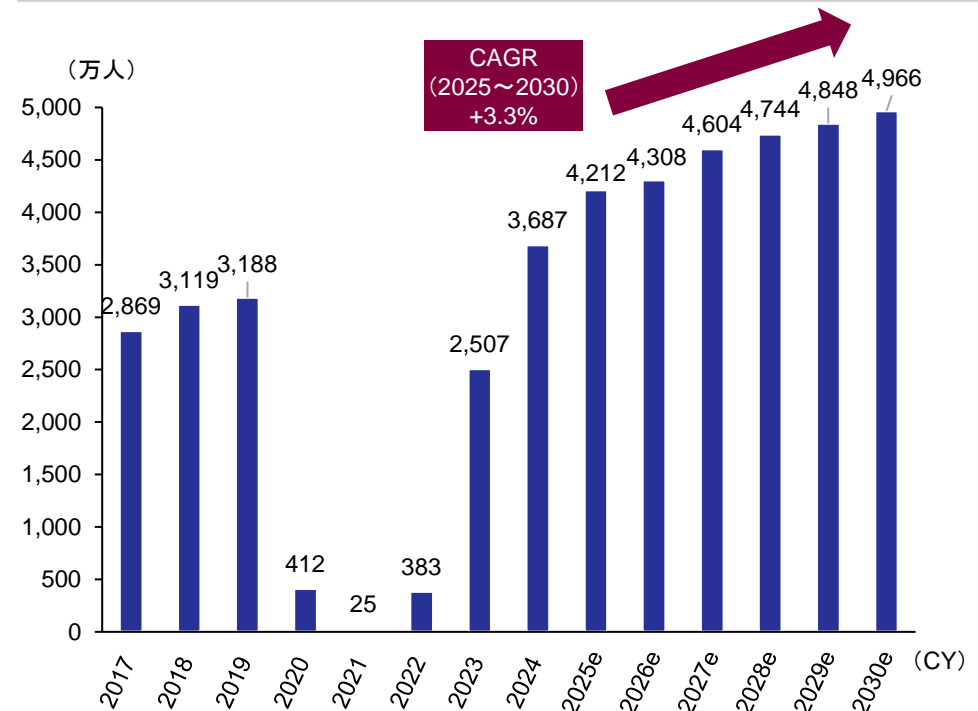
国内の延べ宿泊者数の中期見通し



(注)2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測

(出所)観光庁「宿泊旅行統計」より、みずほ銀行産業調査部作成

訪日外国人旅行者数の中期見通し



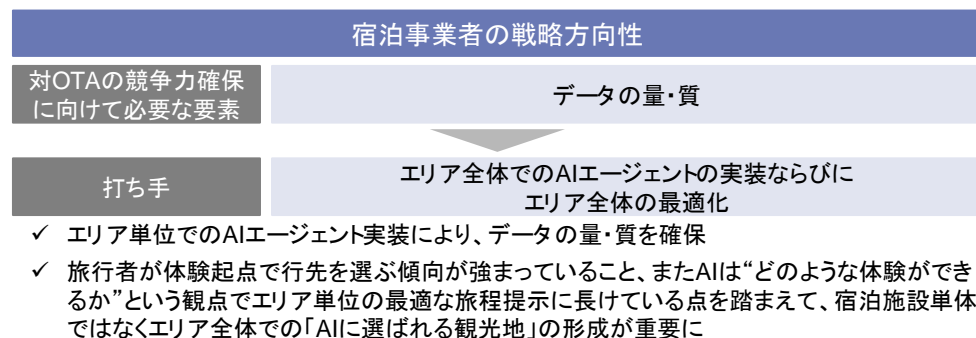
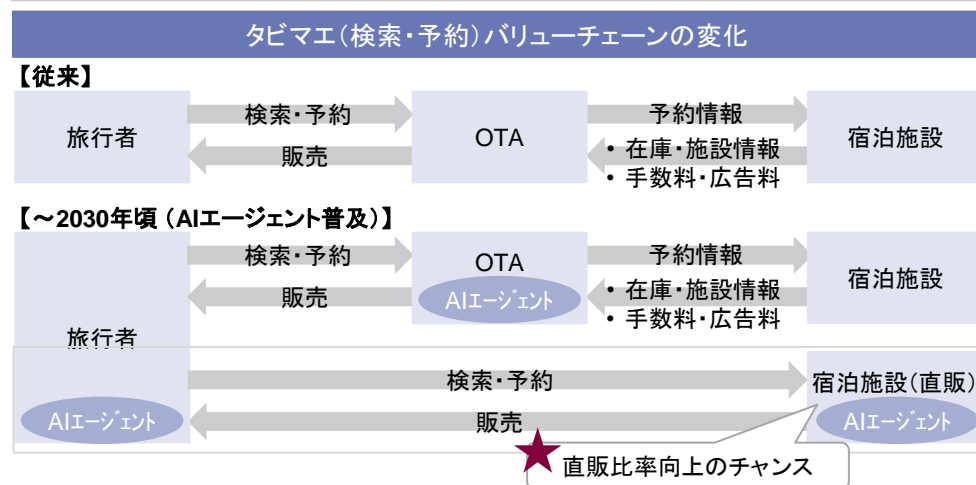
(注)2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測

(出所)JNTO「訪日外客数統計」より、みずほ銀行産業調査部作成

AI普及に伴う予約バリューチェーンの変化を奇貨としてOTA依存脱却へ

- 生成AI活用拡大に伴い宿泊施設予約における検索主体がAIになり、将来的にはAIエージェント同士のやり取りによる予約が普及する見込み
- 宿泊事業者は、AIエージェントの導入ならびにエリア連携によるエリアの最適化とデータ強化により旅行者のAIエージェントに選ばれやすくなり、OTAに対する競争力を確保し直販比率を高められる可能性
 - AIエージェントはデータに基づいてパーソナライズするため、データ量が多く質が高い情報源が選ばれやすい

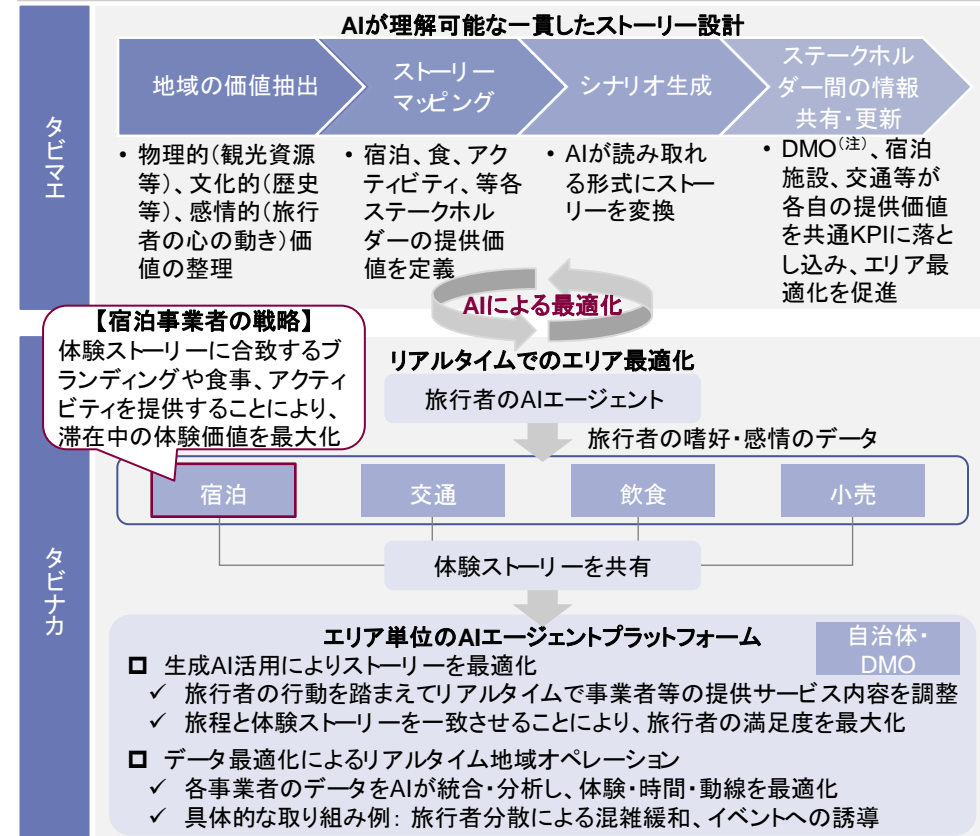
旅行者の生成AI活用拡大を踏まえた宿泊事業者の戦略



(注)Destination Management Organizationの略。地域の多様な関係者と協働し、観光地域づくりの司令塔となる法人

(出所)両図ともに、みずほ銀行産業調査部作成

提供価値を軸としたエリア最適化・AIエージェントの実装



共同ネットワーク加盟を通じたソフト連携であれば独自性とスケールメリットを両立可能か

- 日本の宿泊事業者は中小規模事業者が多いため、高付加価値化の実現に向けて共同利用可能なネットワークへの加盟を通じた連携による独立性とスケールメリットの両立が有効と見料
 - ― スケールメリットの最大化という観点では、個別施設の独自性喪失が懸念されるものの事業者間での連携や再編を通じた規模拡大による高付加価値化も引き続き期待される

独立ホテル同士の共同ネットワーク

概要	
組織形態	・ 加盟ホテルが出資・運営する協同組合型
共通領域	・ ブランド基準、予約システム、CRM ^(注1) 、販促、共同購買など
事業者の加盟目的	・ スケールメリットとマーケティング力の確保
メリット	<ul style="list-style-type: none"> ・ 独自の共通予約サイト確立によりOTA依存度低減 ・ 共通ネットワークのブランド力により施設の信頼度を向上 ・ 調達の効率化
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> ・ 各ホテルにおける自由度の制約 ・ 統一感に欠けるおそれ
ネットワーク展開のイメージ	
Step1. 共通基盤整備	・ 共通PMS ^(注2) 、CRM ^(注1) の導入によるデータ共有・顧客管理一元化
Step2. 共通会員プログラム導入	・ 共通の予約サイトとロイヤリティプログラムを整備
Step3. 収益・ブランドモデル確立	・ 共通の価格方針や品質基準、収益分配モデルを構築
実現に向けた主な障壁とその解消に向けた打ち手	
障壁	打ち手
推進主体の不在	・ PMS ^(注2) やCRM ^(注1) を提供する民間プラットフォーム企業がビジネスチャンスを見込んでネットワーク組成やホテルの加盟を推進
地域性・個性の強さ	・ ブランドガイドラインを緩やかに設計して個性を維持

競争力強化に向けた事業者間の提携や再編

	メリット	デメリット
小 非競争領域における提携 【対象領域】 共同配送・購買、人材育成、リネン・清掃、ITシステム・インフラ	<ul style="list-style-type: none"> ・ スケールメリットによるコストダウン ・ 人手不足を理由とする稼働率抑制の回避 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 意思決定や運用スピードの遅延 ・ データ共有リスク ・ サービス品質やブランドポリシーが事業者ごとに異なり標準化が困難
一部機能の集約・統合 【対象領域】 マーケティング、人事、経理など本部機能	<ul style="list-style-type: none"> ・ バックオフィスの効率化 ・ ブランド・人材戦略の強化 ・ 地域連携の強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 意思決定の複雑化 ・ 共同運営による収益分配の合意調整が困難なおそれ
再編 【手段】 M&A、事業統合、持株会社化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 資本力の強化 ・ 投資力向上 ・ ブランドポートフォリオ拡大 ・ データ統合とCRM^(注1)強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・ PMI^(注3)に時間を要するおそれ ・ 独自性を喪失するリスク

小

規模の経済効果

大

(注1) Customer Relationship Managementの略。顧客情報を一元管理し、顧客との関係を良好に築くための経営・マーケティング手法、またはそのためのツールやシステムを指す

(注2) Property Management Systemの略。ホテルや旅館の予約・顧客・会計管理などを一元管理する基幹システム

(注3) Post Merger Integrationの略。M&A成立後の統合プロセス

(出所)両図ともに、みずほ銀行産業調査部作成

医療インフラの代替となる在宅ケア環境の整備へ向けて、デジタルソリューションの活用が打ち手に

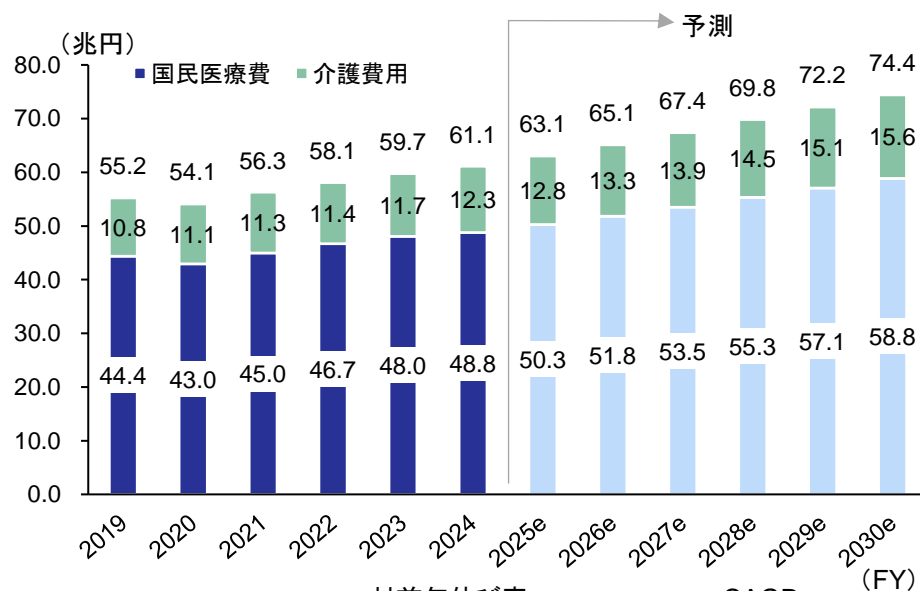
I	需給動向	医療・介護	<ul style="list-style-type: none"> ■ 団塊の世代の後期高齢者入りによる需要増、医療の高度化や中重度の要介護者への介護報酬重点化による単価増により、2025年度は医療費50.3兆円(前年度比+3.0%)、介護費12.8兆円(同+4.2%)となる見込み ■ これらの要因に加えて、物価高騰や賃上げが医療・介護事業者の経営を圧迫する中、政府がこれらを報酬改定に反映させる方針を踏まえると、医療費は2030年度に向け年率+3.2%、介護費は同+4.0%での増加を予想
		医薬品	<ul style="list-style-type: none"> ■ グローバル需要:2025年は世界的な経済成長鈍化に伴い、市場成長率は若干低下の前年比+4.2%での拡大を予想。中期的には市場の約6割を占める欧米市場を中心に成長し、年率+5.5%での拡大を予想 ■ 国内需要:2025年は新型コロナウイルス感染症治療薬の需要減少に伴い前年比▲0.5%の見通し。中期的には高齢化に伴う需要増加や継続的な新薬上市により年率+3.8%での拡大を予想
		医療機器	<ul style="list-style-type: none"> ■ グローバル需要:高齢化の進展、新興国における医療インフラ整備に伴う医療機器の需要増、医療の高度化による製品価格の上昇を受け2025年は前年比+5.6%を見込む。中期的にも大きなトレンドは変わらず年率+5.5%の安定成長を予想 ■ 国内需要:2025年は、物価上昇を受けた一部製品の値上げ等により、前年比+6.4%を見込む。中期的には高齢化の進展による治療機器の需要増、医療の高度化に伴う製品価格上昇により、年率+4.7%で拡大すると予想
II	競争環境		<ul style="list-style-type: none"> ■ 日本は諸外国に比べ、医療インフラが多く、入院・外来の受診頻度が高い一方で、病床当たりの医師数が少ない ■ 中長期的に、医療・介護の支え手となる総人口の減少と高齢者人口の増加が見込まれ、医療・介護需要は増大。人材面の制約と医療費増加という課題に対し、医療の効率化・高度化を通じた提供体制の構造改革が不可欠
III	リスクとチャンス		<p>(リスク)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 医療インフラと人材配置の最適化へ向けて、仮に人口当たり病床数が先進諸国並みの水準となった場合、試算では2040年に約87.6万人／日の入院需要に対する受け皿が院外に必要な <p>(チャンス)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 病院の集約化とデジタルソリューションを活用した在宅ケアの推進により医療資源全体を最適化 ■ デジタルソリューションを活用した在宅ケア環境の整備を進めることにより、従来は医療機関のアセットを活用して行っていた医療サービスを、自宅等の場で代替することが可能となり医療資源全体の最適化に寄与する ■ 在宅ケアを支えるデジタルソリューションは新たな市場創出のチャンス
IV	戦略方向性		<p>(在宅ケア環境の整備へ向けたデジタルソリューションの活用)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ デジタルソリューションの活用により、外来においては「AI等を活用することによる問診・診断の高度化・効率化」や、「モニタリング機器、オンライン診療等を活用することによる高度かつ効率的な慢性疾患管理・重症化予防」、入院においては「患者の状況やニーズに応じた入院から在宅へのシフト」を進め、質の維持・向上を前提とした医療提供体制の構造改革を実現 ■ 上記により捻出した原資を、在宅を中心とした医療関連産業のすそ野拡大へ向けた投資へ振り向ける

(出所)みずほ銀行産業調査部作成

後期高齢者の増加や医療の高度化、賃上げ等による報酬の引き上げから、医療費・介護費は増加を見込む

- 団塊の世代の後期高齢者入りによる需要増、医療の高度化や中重度の要介護者への介護報酬重点化による単価増により、2025年度は医療費50.3兆円(前年度比+3.0%)、介護費12.8兆円(同+4.2%)となる見込み
- これらの要因に加え、物価高騰や賃上げが医療・介護事業者の経営を圧迫する中、政府がこれを報酬改定に反映させる方針を踏まえると、医療費は、2026年度51.8兆円(前年度比+3.1%)、2030年度に向け年率+3.2%。介護費は、2026年度13.3兆円(同+3.6%)、2030年度に向け年率+4.0%の増加を見込む

国民医療費・介護費用の推移見通し(注2)

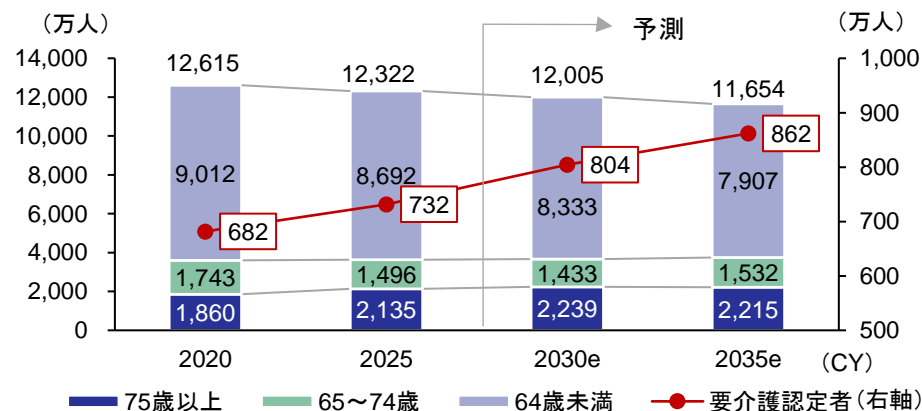


対前年伸び率		CAGR		
(年度)	2025e	2026e	2030e	2025-2030
医療費	3.0%	3.1%	3.1%	3.2%
介護費	4.2%	3.6%	3.4%	4.0%

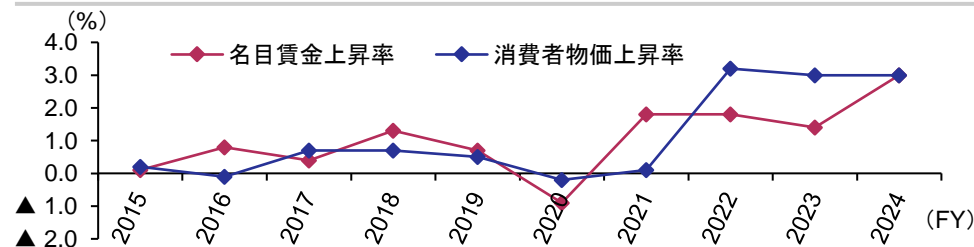
(注1) 上図および右上図は、2024年度は実績見込み、2025年度以降はみずほ銀行産業調査部予測

(注2) 人口要因に加え、単価要因として、費用構造から、医療費は $0.5 \times$ 名目賃金上昇率 $+0.5 \times$ CPI上昇率 $+1.0\%$ (高度化等)、介護費は $0.65 \times$ 名目賃金上昇率 $+0.35 \times$ CPI上昇率により算出(出所)いずれの図表も、厚生労働省「国民医療費」「介護保険事業状況報告」、社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」、内閣府「中長期の経済財政に関する試算」(2025年8月)等より、みずほ銀行産業調査部作成

年齢別人口推移



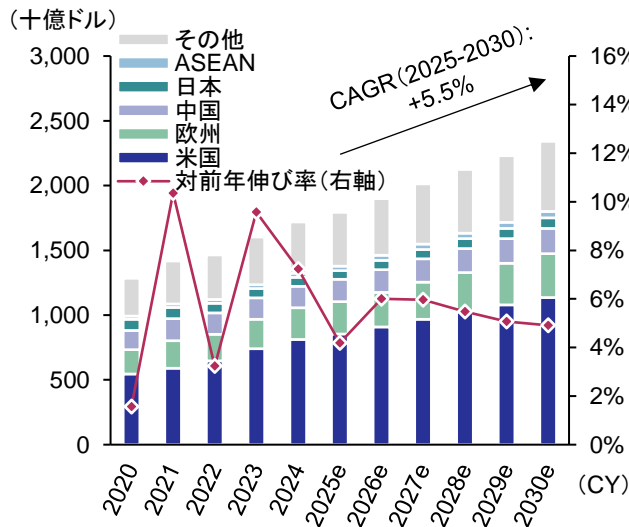
名目賃金上昇率、消費者物価上昇率(CPI上昇率)の推移



新薬上市や経済成長、医療需要の増加等を背景に国内外で市場は拡大の見通し

- **グローバル需要**: 2025年は世界的な経済成長鈍化に伴い、若干市場成長率は低下。前年比+4.2%を予想。中期的には市場の約6割を占める欧米市場を中心に成長し、年率+5.5%での拡大を予想
- **国内需要**: 2025年は新型コロナウイルス感染症治療薬の需要減少に伴い前年比▲0.5%の見通し。中期的には高齢化に伴う需要増加や継続的な新薬上市により年率+3.8%での拡大を予想
- **輸出入**: 2025年の輸出は代謝性医薬品の減少等により前年比+0.2%と概ね横ばいとなる見通し。中期的にはグローバル需要の増加と、日系製薬企業による継続的な新薬の開発・製造に伴い年率+10.1%での拡大を予想。2025年の輸入はバイオ医薬品の輸入増加が寄与し前年比+3.6%の見通し。中期的には国内の需要拡大に伴い年率+9.1%での拡大を予想

グローバル市場規模

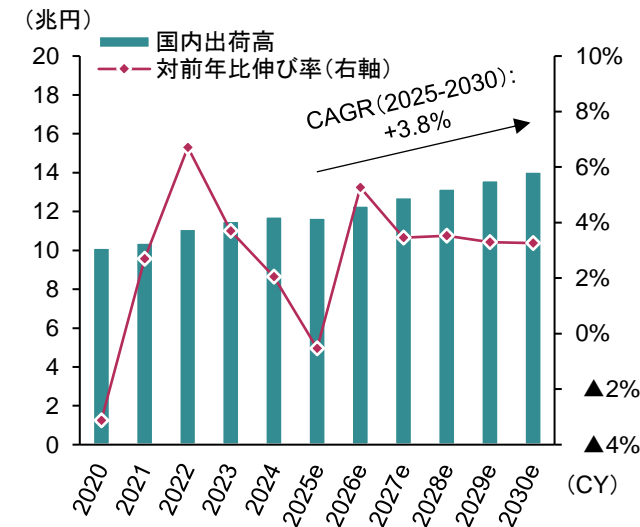


(注1)実績値(2020～2024年)はIQVIAによる数値を使用。
2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測

(注2)欧州はドイツ、フランス、イタリア、イギリス、スペイン。
ASEANはインドネシア、タイ、ベトナム、フィリピン、マレーシア

(出所)IQVIA World Review, Data Period – Year 2020-2024
(Copyright© 2025 IQVIA. 無断転載禁止)より、みずほ銀行産業調査部作成

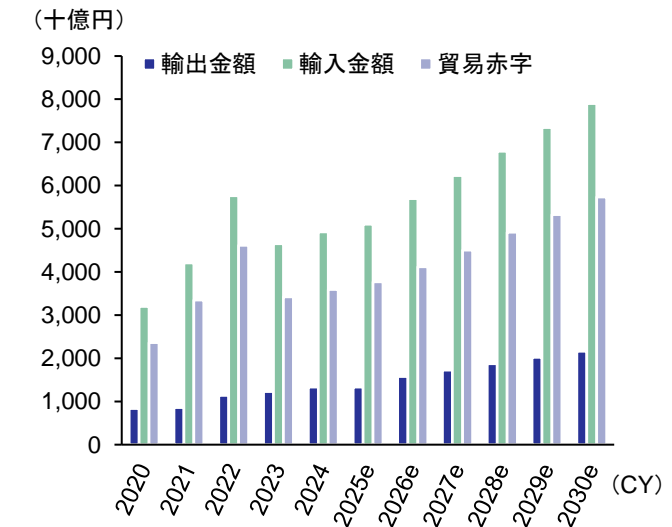
国内出荷高推移



(注)2020～2023年は薬事工業生産動態統計の年報より、
2024年は月報より試算、2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測

(出所)厚生労働省「薬事工業生産動態統計」より、みずほ銀行産業調査部作成

輸出入推移

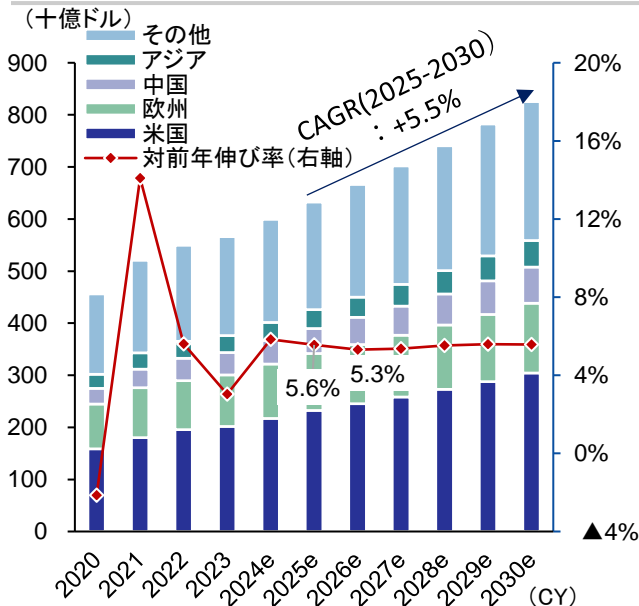


(注)2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測
(出所)財務省「貿易統計」より、みずほ銀行産業調査部作成

グローバル・国内需要は高齢化の進展、医療の高度化に伴い安定成長

- **グローバル需要**: 高齢化の進展、新興国における医療インフラ整備に伴う医療機器の需要増、医療の高度化による製品価格の上昇を受け2025年は前年比+5.6%を見込む。中期的にも大きなトレンドは変わらず年率+5.5%の安定成長を予想
- **国内需要**: 2025年は、物価上昇を受けた一部製品の値上げ等により、前年比+6.4%を見込む。中期的には高齢化の進展による治療機器の需要増、医療の高度化に伴う製品価格上昇により、年率+4.7%で拡大すると予想
- **輸出入**: 輸出は2025年に中国による国産優遇策等の影響で中国向けの内視鏡、X線フィルムが減少し、前年比+3.4%を見込む。中期的には、欧米市場を中心に堅調な需要から年率+7.7%を予想。輸入は2025年は病院の経営悪化を受けた高額機器の買い控え等により同+4.4%にとどまったが、中期的には治療機器を中心に年率+7.3%の拡大を予想

グローバル市場規模



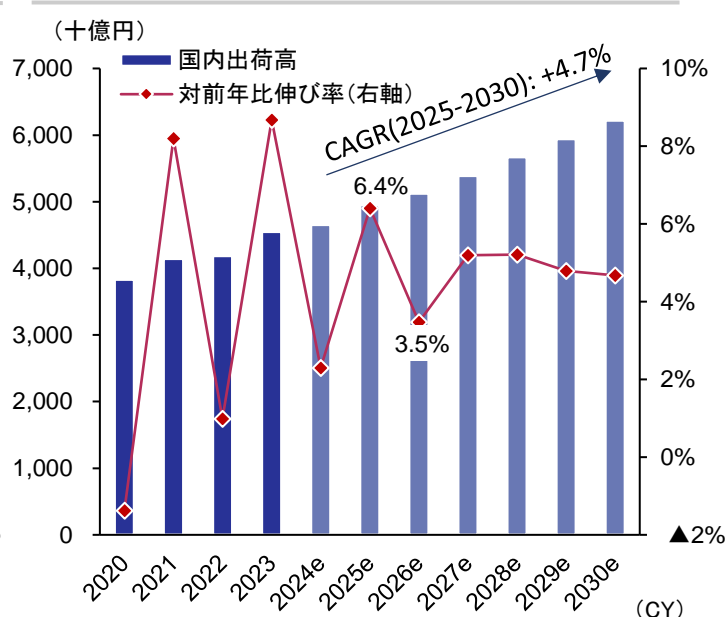
(注1) 2024年以降は、日本市場の伸び率のみ、みずほ銀行産業調査部予測データを使用し再計算

(注2) 欧州はイギリス、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン

(注3) アジアはマレーシア、タイ、インドネシア、フィリピン、ベトナム、シンガポール、韓国、台湾、インド

(出所) Statista Market Insightsより、みずほ銀行産業調査部作成

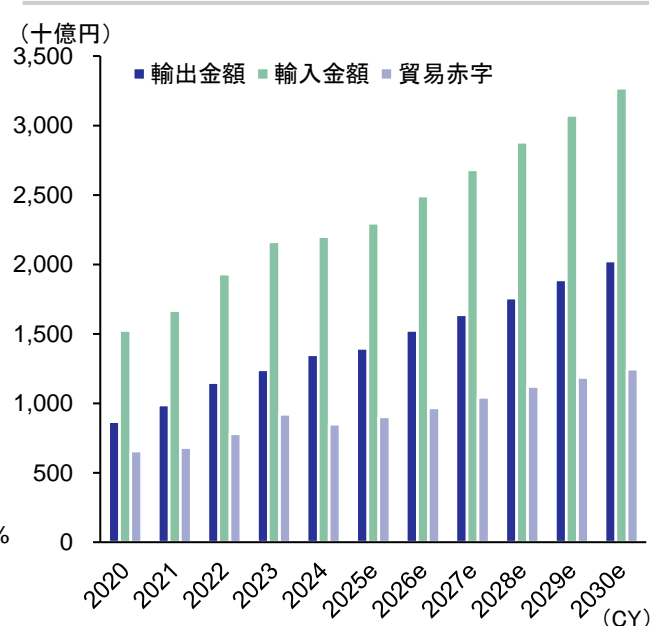
国内出荷高推移



(注) 2024年以降はみずほ銀行産業調査部予測

(出所) 厚生労働省「事業工業生産動態統計」より、みずほ銀行産業調査部作成

輸出入推移



(注) 2025年以降はみずほ銀行産業調査部予測

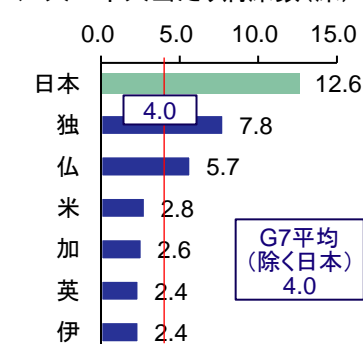
(出所) 財務省「貿易統計」より、みずほ銀行産業調査部作成

医療提供体制の持続可能性を高めるには、質の維持・向上を前提とした医療提供体制の構造改革が必要

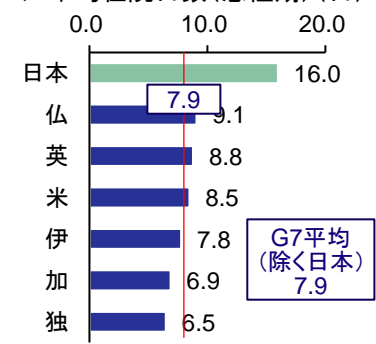
- 日本は諸外国に比べ、病床数等のインフラが多く、入院・外来の受診頻度が高い一方で、病床当たりの医師数が少ない
— インフラの効率的な活用や医師の業務効率化へ向けた対応が必要
- 中長期的に、医療・介護の支え手となる総人口の減少と高齢者人口の増加が見込まれ、医療・介護需要は増大。人材面の制約と医療費増加という課題に対し、医療の質を維持・向上させつつ持続可能な体制を構築するには、医療の効率化・高度化を通じた提供体制の構造改革が不可欠

医療システムの国際比較

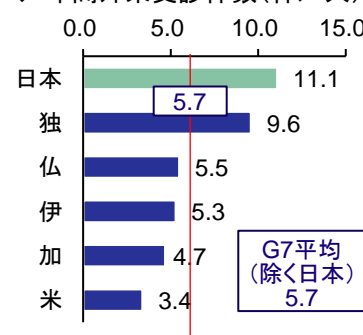
◆ 人口千人あたり病床数(床)



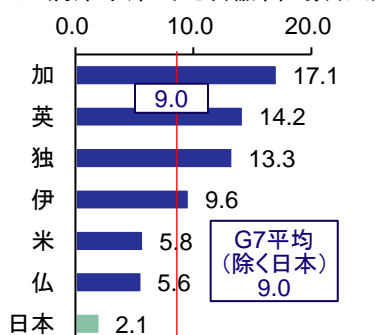
◆ 平均在院日数(急性期)(日)



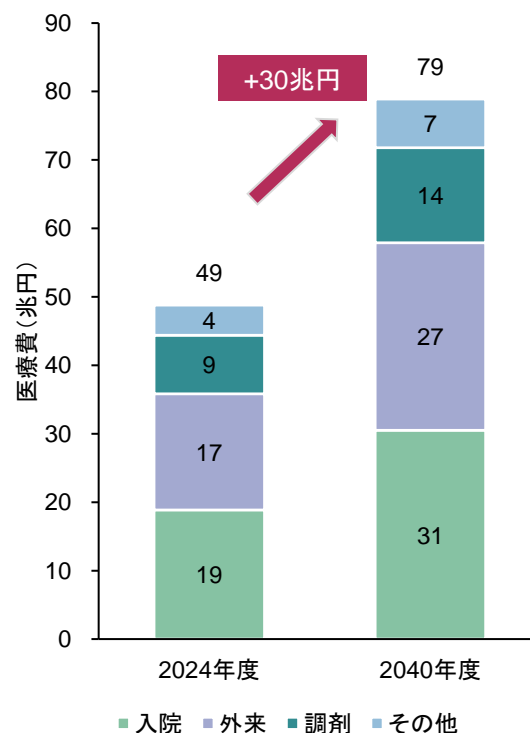
◆ 年間外来受診件数(件/人)



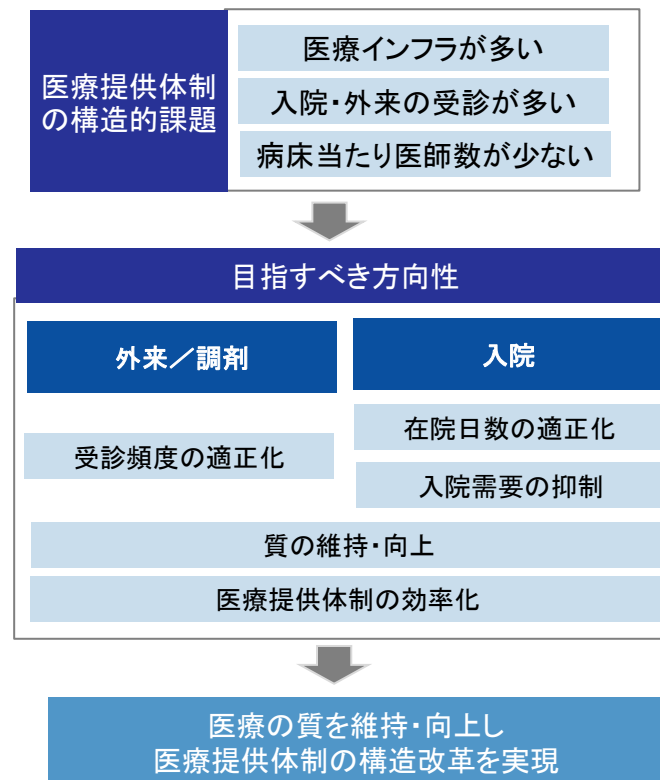
◆ 病床千床当たり臨床医数(人)



医療費の構造と将来推計



医療提供体制の構造的課題に対する対応の方向性



(出所) OECD Health at a Glance 2023、財務省資料、国立社会保障・人口問題研究所資料より、みずほ銀行産業調査部作成

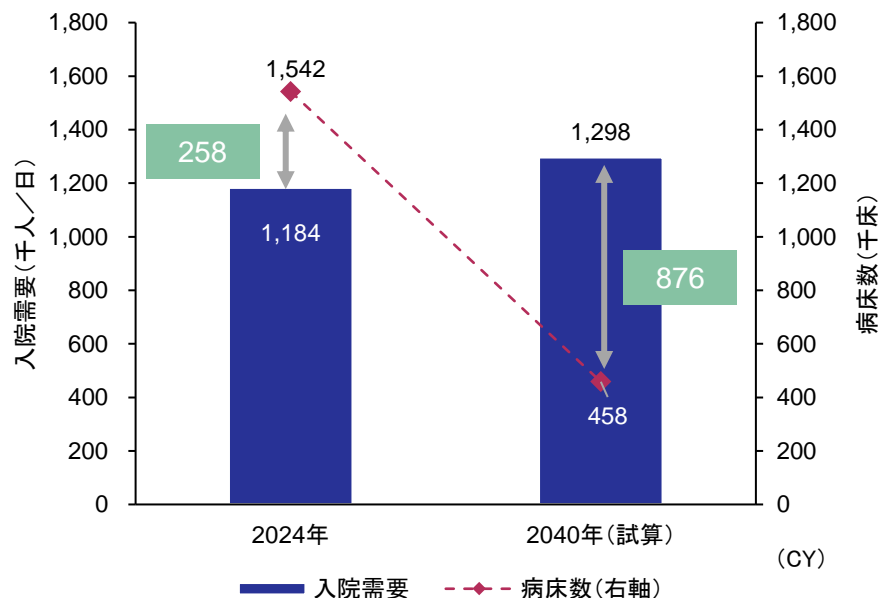
(注) 2040年度はみずほ銀行産業調査部による推計
(出所) 厚生労働省「国民医療費」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」他より、みずほ銀行産業調査部作成

(出所) みずほ銀行産業調査部作成

病院の集約化とデジタルソリューションを活用した在宅ケアの推進により限られた人材を効率的に活用

- 医療インフラと人材配置の最適化へ向けて、仮に人口当たり病床数が先進諸国並みの水準となった場合、試算では2040年に約87.6万人／日の入院需要に対する受け皿が院外に必要なとなる
- デジタルソリューションを活用した在宅ケア環境の整備を進めることにより、従来は医療機関のアセットを活用して行っていた医療サービスを、自宅等の場で代替することが可能となり医療資源全体の最適化に寄与する

2040年にかけての入院需要と病床数の需給ギャップ



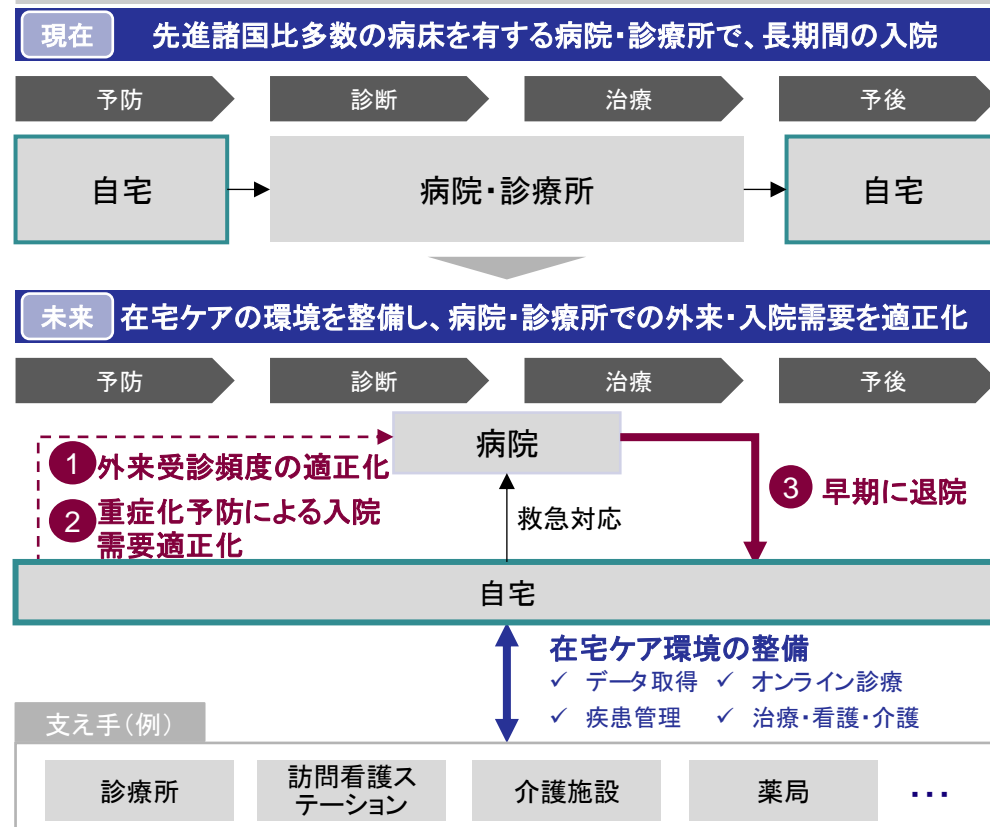
先進諸国並みの病床数水準とした場合の2040年の在宅ケア需要
876千人／日

(注1) 人口あたり病床数を12.6床／千人から、日本除G7構成国平均並みの4.1床／千人へ削減すると仮定

(注2) 2024年の入院需要、2040年の入院需要・病床数はみずほ銀行産業調査部試算

(出所) 厚生労働省「医療施設調査」、「患者調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」より、みずほ銀行産業調査部作成

医療サービス提供の場の在宅シフトへ向けたアプローチ

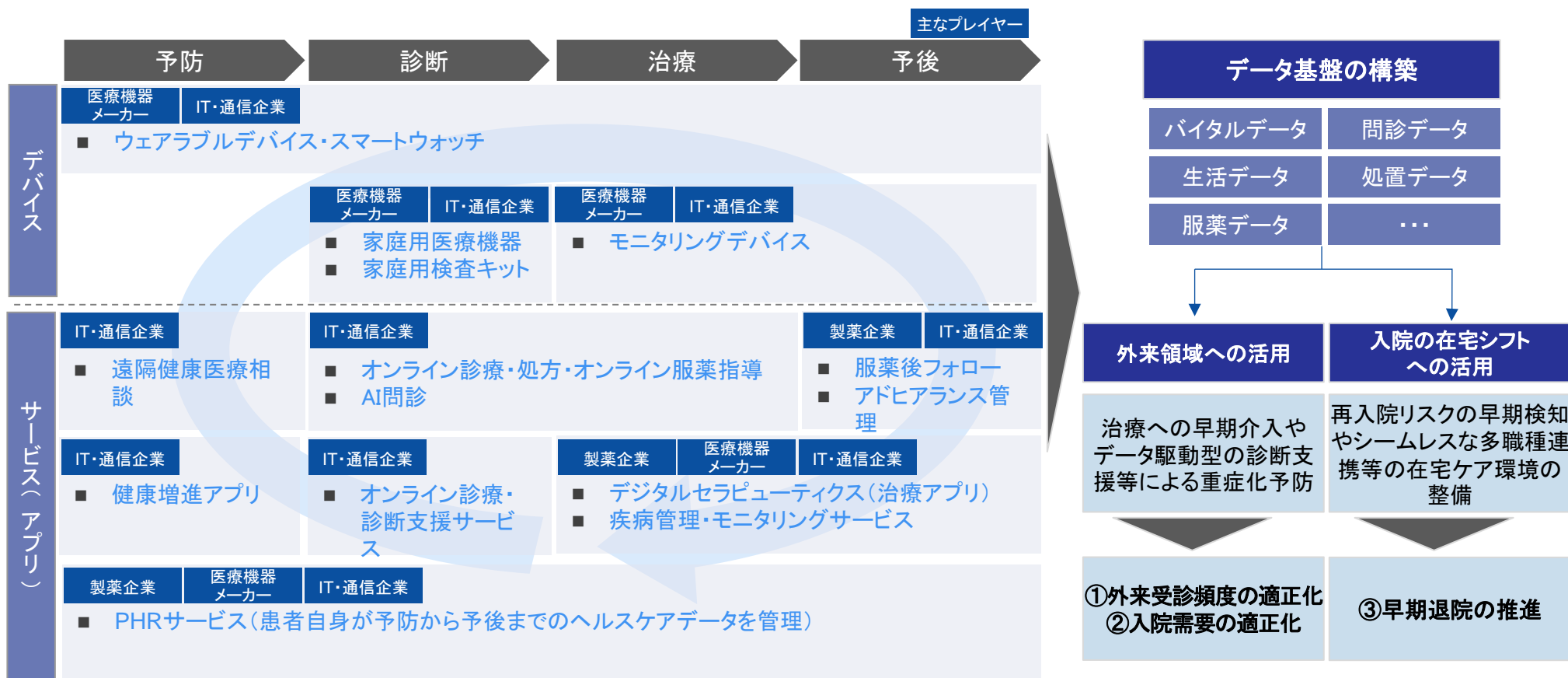


(出所) みずほ銀行産業調査部作成

在宅ケア環境の整備へ向けて、在宅ケアの基盤となるデジタルソリューションの活用が鍵に

- デジタルソリューションは在宅ケアを支える基盤としての役割を果たすとともに、そこから得られるデータも、「①外来受診頻度の適正化」、「②重症化予防による入院需要の適正化」、「③早期退院の推進」へ向けて有用
- デジタルソリューション市場においては、医療機器メーカーや製薬企業に加え、IT・通信企業等の参入が進む

在宅ケアの基盤となるデジタルソリューション概観とその活用による医療へのインパクト

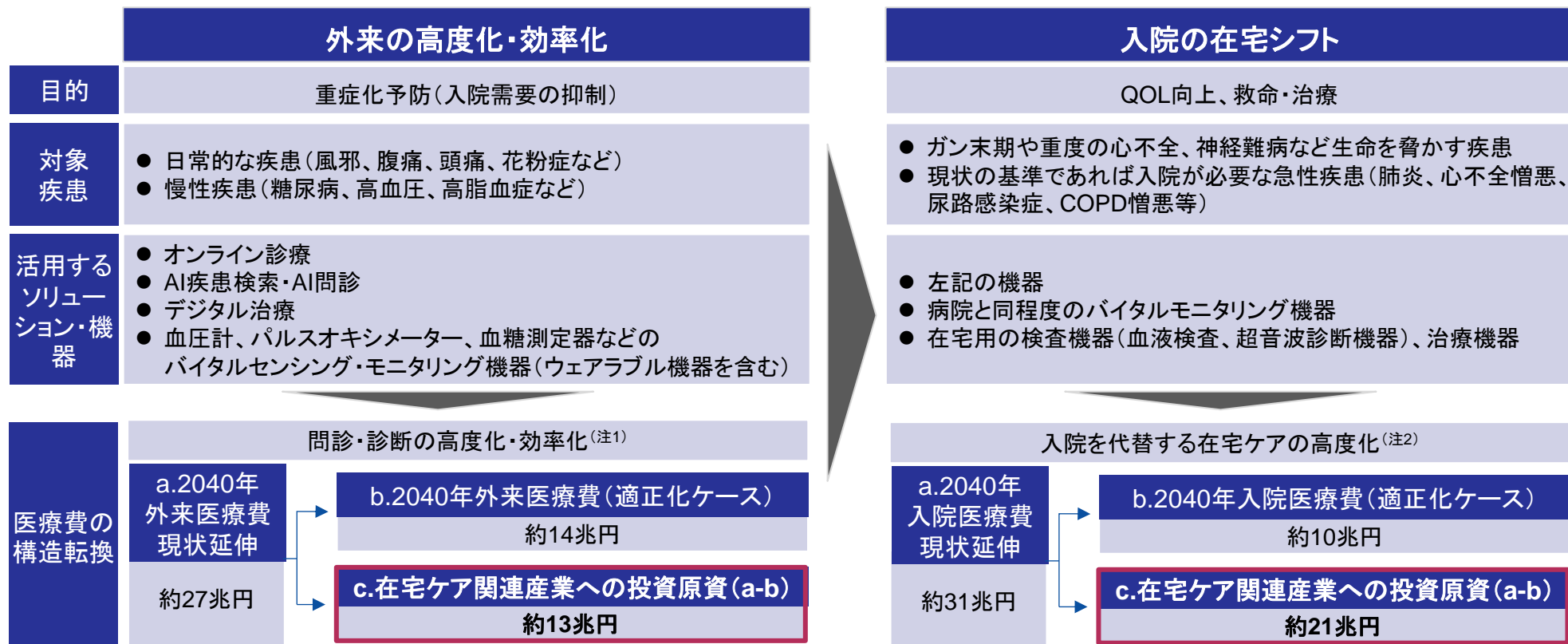


（出所）みずほ銀行産業調査部作成

デジタルソリューションで外来を高度化・効率化し、中長期的に入院の在宅シフトを推進

- 従来、通院・対面診療中心だった外来を、デジタルソリューションを活用して高度化・効率化
 - 外来で普及するデジタルソリューションに加え、在宅用検査機器等の活用により、中長期的には入院の在宅シフトを推進
- 上記により捻出した原資を、在宅を中心とした医療関連産業のすそ野拡大へ向けた投資へ振り向ける

デジタルソリューション活用領域の展開可能性



(注1) 2040年(現状延伸)では人口動態の変化を加味して試算。2040年(適正化ケース)では外来受診頻度が11.1回／人・年から、日本除くG7構成国平均並みの5.7回／人・年になったと仮定して試算
 (注2) 2040年(現状延伸)では人口動態の変化を加味して試算。2040年(適正化ケース)では人口当たり病床数が12.6床／千人から、日本除くG7構成国平均並みの4.1床／千人になったと仮定し、入院医療費が病床数に連動する前提により試算

(出所) OECD Health at a Glance 2023、厚生労働省「国民医療費」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」より、みずほ銀行産業調査部作成

(参考)グローバル指標の推移 1/2

業種	指標 (単位)	項目	数値				前年比				指数(2019年=100)				
			2024年 (実績)	2025年 (見込)	2026年 (予想)	2030年 (予想)	2024年 (実績)	2025年 (見込)	2026年 (予想)	CAGR 2025-2030	2023年 (実績)	2024年 (実績)	2025年 (見込)	2026年 (予想)	2030年 (予想)
化学	エチレン換算需要 (千トン) 【実質】	米国	22,501	22,697	22,917	23,811	+7.2%	+0.9%	+1.0%	+1.0%	95	102	103	104	108
		欧州	20,812	20,813	20,915	20,915	+1.6%	+0.0%	+0.5%	+0.1%	90	91	91	92	92
		中国	64,058	66,578	68,690	76,564	+3.7%	+3.9%	+3.2%	+2.8%	123	127	132	136	152
		ASEAN	13,722	14,249	14,794	17,224	+2.2%	+3.8%	+3.8%	+3.9%	114	117	121	126	146
		世界計	185,183	190,039	194,746	215,329	+3.3%	+2.6%	+2.5%	+2.5%	110	114	117	119	132
鉄鋼	粗鋼見掛消費 (百万トン) 【実質】	米国	99	101	101	106	▲1.5%	+1.8%	+0.5%	+0.9%	93	91	93	93	97
		欧州	142	155	157	166	▲0.7%	+9.1%	+1.7%	+1.4%	89	88	96	98	103
		中国	892	874	872	835	▲4.4%	▲2.0%	▲0.3%	▲0.9%	98	94	92	92	88
		ASEAN	86	89	93	109	+0.8%	+3.4%	+4.5%	+4.1%	95	95	99	103	120
		世界計	1,854	1,872	1,900	2,000	▲1.3%	+0.9%	+1.5%	+1.3%	99	98	99	100	106
非鉄金属	電気銅需要 (千トン) 【実質】	米国	1,638	1,651	1,667	1,728	+4.0%	+0.8%	+0.9%	+0.9%	86	90	90	91	94
		欧州	3,704	3,711	3,721	3,759	+3.9%	+0.2%	+0.3%	+0.3%	101	104	105	105	106
		中国	17,005	17,326	17,591	18,844	+3.1%	+1.9%	+1.5%	+1.7%	129	133	135	137	147
		ASEAN	1,069	1,127	1,187	1,464	+5.3%	+5.4%	+5.4%	+5.4%	95	100	105	111	137
		世界計	28,647	29,252	29,836	32,358	+3.8%	+2.1%	+2.0%	+2.0%	115	119	122	124	135
建設機械	建設機械グローバル 販売台数 (主要国・地域) (千台) 【実質】	北米	313.6	282.9	282.0	298.4	▲5.0%	▲9.8%	▲0.3%	+1.1%	125	118	107	106	113
		欧州	189.3	193.5	195.6	208.7	▲16.8%	+2.2%	+1.1%	+1.5%	119	99	101	102	109
		中国	180.6	189.5	213.2	217.2	+9.3%	+4.9%	+12.5%	+2.8%	50	55	58	65	66
		インド	92.0	97.1	101.6	114.6	+9.3%	+5.5%	+4.7%	+3.4%	123	134	141	148	167
		世界計	887.9	872.2	901.0	944.7	▲4.0%	▲1.8%	+3.3%	+1.6%	101	97	95	98	103
半導体	半導体世界需要 (十億ドル)【名目】	世界計	679	812	860	1,068	+19.7%	+19.6%	+5.9%	+5.6%	134	161	192	204	253
電子部品	電子部品世界需要 (十億ドル)【名目】	世界計	214	219	225	239	+0.5%	+2.5%	+2.7%	+1.7%	97	97	99	102	108
エレクトロ ニクス (完成品)	主要エレクトロニクス 製品世界需要 (十億ドル) 【名目】	米国	265	278	288	328	+4.2%	+4.8%	+3.6%	+3.4%	114	119	125	129	147
		欧州	203	220	237	269	+4.2%	+8.2%	+7.7%	+4.1%	100	104	112	121	137
		中国	245	257	268	294	+2.4%	+4.9%	+4.5%	+2.7%	113	115	121	127	138
		アジア	226	246	262	298	+2.4%	+8.6%	+6.3%	+3.9%	108	110	120	127	145
		世界計	1,070	1,117	1,148	1,244	+4.2%	+4.4%	+2.7%	+2.2%	108	113	118	121	131
自動車	自動車販売台数 (主要国・地域) (千台) 【実質】	日本	4,421	4,541	4,500	4,452	▲7.5%	+2.7%	▲0.9%	▲0.4%	92	85	87	87	86
		西欧5カ国	10,727	10,889	11,011	11,270	+0.8%	+1.5%	+1.1%	+0.7%	81	82	83	84	86
		米国	16,336	16,662	16,462	16,798	+2.1%	+2.0%	▲1.2%	+0.2%	91	93	95	94	96
		中国	24,756	24,880	25,004	25,580	▲0.4%	+0.5%	+0.5%	+0.6%	99	99	99	100	102
		ASEAN	3,018	2,968	3,018	3,269	▲8.2%	▲1.7%	+1.7%	+2.0%	98	90	88	90	97
電力	グローバル電力需要 (TWh) 【実質】	世界計	87,943	89,064	89,389	93,409	+1.0%	+1.3%	+0.4%	+1.0%	95	96	98	98	102
		米国	4,051	4,097	4,145	4,343	+4.0%	+1.1%	+1.2%	+1.2%	102	106	107	108	113
		欧州	1,929	1,947	1,965	2,034	+2.7%	+0.9%	+0.9%	+0.9%	94	96	97	98	101
		中国	8,505	8,834	9,127	10,278	+6.1%	+3.9%	+3.3%	+3.1%	123	130	135	140	158
		ASEAN	1,194	1,242	1,293	1,500	+4.7%	+4.0%	+4.1%	+3.8%	124	130	135	141	163
電力	グローバル電力需要 (TWh) 【実質】	世界計	15,679	16,120	16,530	18,154	+5.0%	+2.8%	+2.5%	+2.4%	112	118	121	124	137

(注) 暦年ベース。エレクトロニクス(完成品)の指数は2020年=100として算出

(出所) 各種資料より、みずほ銀行産業調査部作成

(参考)グローバル指標の推移 2/2

業種	指標 (単位)	項目	数値				前年比				指数(2019年=100)				
			2024年 (実績)	2025年 (見込)	2026年 (予想)	2030年 (予想)	2024年 (実績)	2025年 (見込)	2026年 (予想)	CAGR 2025-2030	2023年 (実績)	2024年 (実績)	2025年 (見込)	2026年 (予想)	2030年 (予想)
メディア サービス	グローバル広告費 (百万ドル) 【名目】	米国	341,906	352,821	371,578	424,109	+8.6%	+3.2%	+5.3%	+3.7%	134	146	151	159	181
		西欧5カ国	171,174	174,887	179,667	202,104	+9.8%	+2.2%	+2.7%	+2.9%	122	134	137	141	158
		中国	143,521	144,817	146,508	155,828	▲5.1%	+0.9%	+1.2%	+1.5%	105	100	101	102	109
		ASEAN	16,461	17,636	19,008	25,623	▲13.1%	+7.1%	+7.8%	+7.8%	147	128	137	148	199
		世界計	673,061	690,162	716,761	807,664	+5.0%	+2.5%	+3.9%	+3.2%	124	130	133	138	156
情報 サービス	グローバル 情報サービス市場 (十億ドル) 【名目】	米国	1,134	1,210	1,329	1,899	+7.6%	+6.8%	+9.8%	+9.4%	163	176	188	206	295
		欧州	645	680	729	997	+5.8%	+5.5%	+7.2%	+7.9%	154	163	172	184	252
		アジア	379	415	465	732	+9.9%	+9.6%	+12.0%	+12.0%	189	207	227	254	400
		世界計	2,304	2,464	2,694	3,868	+7.5%	+7.0%	+9.4%	+9.4%	158	170	182	199	286
物流	グローバル 海上コンテナ 貨物荷動量 (千TEU) 【実質】	北米東航	21,445	21,483	21,405	22,404	+17.0%	+0.2%	▲0.4%	+0.8%	104	122	122	121	127
		北米西航	5,759	5,543	5,399	5,840	▲3.7%	▲3.8%	▲2.6%	+1.1%	87	84	81	79	85
		欧州西航	18,190	19,348	19,401	21,027	+9.7%	+6.4%	+0.3%	+1.7%	99	109	116	116	126
		欧州東航	6,329	5,979	5,961	6,618	▲2.1%	▲5.5%	▲0.3%	+2.1%	79	77	73	73	81
		アジア域内	47,431	49,658	51,048	55,902	+5.0%	+4.7%	+2.8%	+2.4%	104	109	114	118	129
		対象航路計	99,155	102,011	103,215	111,792	+7.2%	+2.9%	+1.2%	+1.8%	100	107	110	111	120
加工食品	加工食品 小売販売額 (十億ドル) 【名目】	米国	1,010	1,025	1,042	1,118	+4.9%	+1.5%	+1.6%	+1.7%	106	111	113	115	123
		欧州	1,563	1,530	1,552	1,644	+8.3%	▲2.1%	+1.4%	+1.4%	108	117	115	116	123
		中国	595	597	602	621	+0.9%	+0.3%	+0.8%	+0.8%	101	102	103	103	107
		ASEAN	187	193	201	234	+6.4%	+3.2%	+3.9%	+3.9%	117	124	128	133	155
		世界計	5,042	5,075	5,185	5,678	+7.1%	+0.7%	+2.2%	+2.3%	109	117	118	121	132
	加工食品 外食販売額 (十億ドル) 【名目】	米国	839	852	866	933	+5.1%	+1.6%	+1.7%	+1.8%	126	132	134	137	147
		欧州	682	666	675	709	+7.2%	▲2.3%	+1.2%	+1.2%	141	151	148	150	157
		中国	808	798	791	765	+5.4%	▲1.3%	▲0.8%	▲0.8%	125	132	130	129	125
		ASEAN	123	128	134	161	+5.9%	+4.0%	+4.7%	+4.7%	120	127	132	138	166
		世界計	3,197	3,253	3,345	3,759	+6.3%	+1.7%	+2.8%	+2.9%	129	137	139	143	161
小売	世界小売販売額 (十億ドル) 【名目】	米国	4,372	4,381	4,478	4,977	+1.3%	+0.2%	+2.2%	+2.6%	133	134	135	137	153
		欧州	4,515	4,550	4,607	4,981	+5.8%	+0.8%	+1.3%	+1.8%	122	130	131	132	143
		中国	3,696	3,764	3,812	4,439	+0.8%	+1.9%	+1.3%	+3.4%	119	120	122	123	144
		ASEAN	635	655	673	781	+1.0%	+3.2%	+2.8%	+3.6%	118	119	123	127	147
		世界計	18,582	19,007	19,417	21,733	+2.4%	+2.3%	+2.2%	+2.7%	126	129	132	135	151
ヘルスケア (医薬品)	医薬品販売金額 (十億ドル) 【名目】	米国	812	855	909	1,136	+9.6%	+5.3%	+6.3%	+5.8%	142	156	164	175	218
		欧州	245	249	267	340	+8.4%	+1.8%	+7.2%	+6.4%	129	140	142	153	194
		中国	166	171	176	193	+0.1%	+3.3%	+2.6%	+2.4%	110	110	114	117	128
		ASEAN	31	35	37	50	+4.3%	+9.8%	+8.3%	+7.8%	121	127	139	151	202
		世界計	1,720	1,792	1,900	2,341	+7.2%	+4.2%	+6.0%	+5.5%	127	136	142	150	185
ヘルスケア (医療機器)	グローバル市場規模 (十億ドル) 【名目】	米国	217	232	245	304	+7.7%	+6.9%	+5.6%	+5.6%	122	132	141	149	185
		欧州	104	109	114	134	+4.9%	+4.8%	+4.6%	+4.2%	114	120	126	131	154
		中国	46	48	52	69	+6.8%	+4.3%	+8.3%	+7.5%	145	155	162	175	233
		アジア	34	36	39	42	+5.0%	+5.8%	+7.2%	+2.8%	121	127	135	144	155
		世界計	599	633	666	826	+5.8%	+5.7%	+5.2%	+5.5%	121	129	136	143	177

(注) 暦年ベース

(出所) 各種資料より、みずほ銀行産業調査部作成

(参考)国内指標の推移 1/3

業種	項目	指標名	単位	数値				前年比				指数(2019年=100)				
				2024年 (実績)	2025年 (見込)	2026年 (予想)	2030年 (予想)	2024年 (実績)	2025年 (見込)	2026年 (予想)	CAGR 2025-2030	2023年 (実績)	2024年 (実績)	2025年 (見込)	2026年 (予想)	2030年 (予想)
化学	国内需要	エチレン換算需要	(千トン) 【実質】	3,922	3,862	3,860	3,886	+1.4%	▲1.5%	▲0.0%	+0.1%	82	83	82	82	83
	輸出	エチレン換算輸出		1,907	1,789	1,859	1,348	▲10.3%	▲6.2%	+3.9%	▲5.5%	85	76	71	74	54
	輸入	エチレン換算輸入		840	832	832	837	+25.6%	▲1.0%	▲0.0%	+0.1%	84	105	104	104	105
	国内生産	エチレン換算生産		4,989	4,819	4,888	4,397	▲6.3%	▲3.4%	+1.4%	▲1.8%	83	78	75	76	69
石油	国内需要	燃料油販売量	(千kL) 【実質】	139,789	137,852	134,399	123,882	▲4.8%	▲1.4%	▲2.5%	▲2.1%	89	85	83	81	75
	輸出	石油製品輸出量		25,166	23,896	22,987	19,573	▲7.9%	▲5.0%	▲3.8%	▲3.9%	80	74	70	67	57
	輸入	石油製品輸入量		33,129	30,159	29,093	25,201	+1.8%	▲9.0%	▲3.5%	▲3.5%	103	104	95	92	79
	国内生産	石油製品生産量		133,439	131,589	128,293	118,254	▲6.2%	▲1.4%	▲2.5%	▲2.1%	84	78	77	75	69
鉄鋼	国内需要	粗鋼見掛消費	(百万トン) 【実質】	57	55	55	53	▲2.6%	▲3.9%	+0.4%	▲0.7%	83	81	78	78	75
	輸出	粗鋼換算鋼材輸出量		34	33	32	29	▲3.0%	▲4.5%	▲2.6%	▲2.8%	97	94	90	87	78
	輸入	粗鋼換算鋼材輸入量		7	7	7	8	+6.3%	▲0.7%	+1.5%	+1.4%	89	95	94	96	101
	国内生産	粗鋼生産量		84	80	80	74	▲3.4%	▲4.4%	▲0.9%	▲1.7%	88	85	81	80	74
非鉄金属	国内需要	電気銅需要	(千トン) 【実質】	842	857	864	900	+2.8%	+1.8%	+0.8%	+1.0%	81	83	85	85	89
	輸出	銅地銀輸出量		741	713	684	570	+4.6%	▲3.8%	▲4.0%	▲4.4%	132	138	133	127	106
	輸入	銅地銀輸入量		5	5	5	5	▲47.2%	+1.8%	+0.8%	+1.0%	64	34	34	35	36
	国内生産	銅地銀生産量		1,567	1,554	1,533	1,454	+4.2%	▲0.8%	▲1.4%	▲1.3%	101	105	104	102	97
建設機械	国内需要	建設機械国内販売台数	(千台)	63.0	59.2	59.9	57.6	▲9.5%	▲6.1%	+1.2%	▲0.5%	106	96	90	91	88
	輸出	建設機械輸出額	(十億円)	1,708	1,731	1,770	1,880	▲10.0%	+1.3%	+2.2%	+1.7%	175	158	160	163	173
	輸入	建設機械輸入額	(十億円)	50	47	50	49	▲4.5%	▲4.7%	+4.5%	+0.7%	151	145	138	144	142
	国内生産	建設機械国内生産台数	(千台)	244	237	237	246	▲12.6%	▲3.1%	▲0.0%	+0.8%	124	108	105	105	109
半導体	国内需要	半導体需要額	(十億円) 【名目】	2,170	2,298	2,312	2,672	▲21.9%	+5.9%	+0.6%	+3.1%	193	151	160	161	186
電子部品	国内需要	電子部品需要額	(十億円) 【名目】	764	855	900	985	▲6.1%	+12.0%	+5.2%	+2.9%	52	49	54	57	63
	輸出	電子部品輸出額		3,685	4,084	4,210	5,011	▲3.2%	+10.8%	+3.1%	+4.2%	95	92	102	105	125
	輸入	電子部品輸入額		1,759	2,093	2,175	2,504	▲4.8%	+19.0%	+3.9%	+3.6%	95	90	107	112	129
	国内生産	電子部品生産額		2,568	2,847	2,934	3,493	▲7.3%	+10.8%	+3.1%	+4.2%	76	71	78	81	96
エレクトロニクス(完成品)	国内需要	主要エレクトロニクス製品 需要額	(十億円) 【名目】	5,207	6,039	6,326	7,028	+9.1%	+16.0%	+4.7%	+3.1%	90	98	113	119	132
	輸出	主要エレクトロニクス製品 輸出額		120	131	137	149	▲14.6%	+9.1%	+5.1%	+2.7%	98	83	91	96	104
	輸入	主要エレクトロニクス製品 輸入額		4,049	4,738	4,958	5,528	+14.0%	+17.0%	+4.6%	+3.1%	94	108	126	132	147
	国内生産	主要エレクトロニクス製品 生産額		1,278	1,431	1,505	1,649	▲6.1%	+12.0%	+5.2%	+2.9%	80	75	84	88	96

(注) 暦年ベース。建設機械は出所元の違いにより指標ごとに単位が異なる。エレクトロニクス(完成品)は2020年=100として算出

(出所) 各種資料より、みずほ銀行産業調査部作成

(参考)国内指標の推移 2/3

業種	項目	指標名	単位	数値				前年比				指数(2019年=100)				
				2024年 (実績)	2025年 (見込)	2026年 (予想)	2030年 (予想)	2024年 (実績)	2025年 (見込)	2026年 (予想)	CAGR 2025-2030	2023年 (実績)	2024年 (実績)	2025年 (見込)	2026年 (予想)	2030年 (予想)
自動車	国内需要	自動車販売台数	(千台) 【実質】	4,421	4,541	4,500	4,452	▲7.5%	+2.7%	▲0.9%	▲0.4%	92	85	87	87	86
	輸出	自動車輸出台数		4,217	4,214	4,130	4,087	▲4.6%	▲0.1%	▲2.0%	▲0.6%	92	88	87	86	85
	輸入	自動車輸入台数		321	335	334	330	+3.0%	+4.3%	▲0.3%	▲0.3%	89	92	96	96	95
	国内生産	自動車国内生産台数		8,235	8,420	8,297	8,209	▲8.5%	+2.3%	▲1.5%	▲0.5%	93	85	87	86	85
建設	建設投資額		(兆円) 【名目】	73.2	73.9	74.5	77.9	+2.4%	+1.0%	+0.7%	+1.0%	115	117	119	119	125
	政府			22.4	22.5	22.6	23.0	+2.2%	+0.3%	+0.3%	+0.4%	104	106	107	107	109
	民間住宅			16.2	16.1	16.2	16.4	+1.6%	▲0.5%	+0.4%	+0.3%	98	99	99	99	100
	民間非住宅			19.3	19.6	19.7	20.5	+2.3%	+1.7%	+0.3%	+0.9%	110	113	115	115	120
	建築補修			15.4	15.8	16.1	18.0	+3.9%	+2.6%	+2.2%	+2.7%	187	195	200	204	228
電力	電力総需要		(TWh) 【実質】	922	932	939	976	+0.1%	+1.0%	+0.8%	+0.9%	96	96	97	98	102
	産業・業務部門			648	658	665	702	▲0.3%	+1.4%	+1.1%	+1.3%	95	95	96	97	103
	家庭部門			274	274	274	274	+1.1%	+0.0%	+0.1%	+0.0%	99	100	100	101	101
都市ガス	都市ガス需要		(億m3) 【実質】	379	383	382	393	▲1.2%	+0.9%	▲0.1%	+0.5%	94	93	93	93	96
	家庭用			89	92	89	89	▲0.5%	+3.0%	▲2.8%	▲0.6%	95	94	97	94	94
	業務用			72	72	71	68	+2.3%	+0.1%	▲0.6%	▲1.1%	96	98	98	98	93
	工業用			218	219	222	236	▲2.5%	+0.3%	+1.3%	+1.5%	93	90	91	92	98
メディアサービス	国内総広告費		(億円) 【名目】	76,730	80,689	83,259	92,642	+4.9%	+5.2%	+3.2%	+2.8%	105	111	116	120	134
	地上波テレビ			16,351	16,630	16,577	16,870	+1.6%	+1.7%	▲0.3%	+0.3%	93	94	96	96	97
	インターネット			36,517	39,913	43,029	53,265	+9.6%	+9.3%	+7.8%	+5.9%	158	173	190	204	253
	プロモーション			16,850	17,180	16,839	16,130	+1.0%	+2.0%	▲2.0%	▲1.3%	75	76	77	76	73
情報サービス	情報サービス市場		(兆円) 【名目】	20.5	22.1	24.1	33.7	+8.7%	+7.9%	+8.6%	+8.8%	134	145	157	170	239
物流	トラック輸送量(B2B)		(百万トン) 【実質】	3,725	3,691	3,645	3,468	▲1.5%	▲0.9%	▲1.2%	▲1.2%	87	86	85	84	80
	消費関連			917	913	908	893	+5.2%	▲0.4%	▲0.6%	▲0.4%	65	69	68	68	67
	生産関連			1,203	1,195	1,192	1,193	+0.2%	▲0.7%	▲0.2%	▲0.0%	79	80	79	79	79
	建設関連			1,605	1,583	1,545	1,383	▲6.0%	▲1.4%	▲2.4%	▲2.7%	115	108	107	104	93
	宅配便個数(B2C)		(百万個) 【実質】	5,031	5,110	5,193	5,404	+0.5%	+1.6%	+1.6%	+1.1%	116	116	118	120	125

(注)物流のみ年度ベース

(出所)各種資料より、みずほ銀行産業調査部作成

(参考)国内指標の推移 3/3

業種	項目	指標名	単位	数値				前年比				指数(2019年=100)				
				2024年 (実績)	2025年 (見込)	2026年 (予想)	2030年 (予想)	2024年 (実績)	2025年 (見込)	2026年 (予想)	CAGR 2025-2030	2023年 (実績)	2024年 (実績)	2025年 (見込)	2026年 (予想)	2030年 (予想)
加工食品	食料支出		(兆円) 【名目】	81.0	82.2	83.1	85.7	+3.6%	+1.5%	+1.0%	+0.8%	101	105	106	107	111
	内食			45.7	46.9	47.8	50.3	+6.0%	+2.7%	+1.8%	+1.4%	106	112	115	117	124
	中食			11.3	11.4	11.5	11.9	+2.8%	+1.0%	+0.9%	+0.9%	106	109	111	112	116
	外食			24.0	23.9	23.8	23.4	▲0.4%	▲0.4%	▲0.4%	▲0.4%	92	92	91	91	89
小売	小売業販売額(自動車・燃料小売除く)		(十億円) 【名目】	133,733	138,321	141,739	151,645	+3.4%	+3.4%	+2.5%	+1.9%	107	110	114	117	125
	除くインバウンド買物代			131,239	135,655	139,022	148,416	+2.7%	+3.4%	+2.5%	+1.8%	107	110	114	116	124
	インバウンド買物代			2,494	2,666	2,717	3,229	+74.2%	+6.9%	+1.9%	+3.9%	80	139	148	151	180
	実質小売業販売額		(十億円) 【実質】	115,903	115,319	114,519	113,204	▲0.3%	▲0.5%	▲0.7%	▲0.4%	95	95	94	94	93
不動産	オフィス床需要		(千m2) 【実質】	35,888	37,155	37,814	38,652	+2.4%	+3.5%	+1.8%	+0.8%	100	103	106	108	110
	新設住宅着工戸数		(千戸) 【実質】	792	742	721	670	▲3.3%	▲6.3%	▲2.8%	▲2.0%	91	88	82	80	74
	持家			218	198	185	166	▲2.8%	▲9.4%	▲6.4%	▲3.4%	78	76	68	64	58
	貸家			349	334	330	310	▲0.1%	▲4.2%	▲1.2%	▲1.5%	100	100	96	95	89
	分譲・共同			102	94	94	90	▲5.1%	▲8.3%	▲0.5%	▲0.8%	92	87	80	79	77
	分譲・一戸建			123	116	113	105	▲11.2%	▲5.3%	▲3.2%	▲2.1%	92	82	78	75	70
宿泊	宿泊需要		(百万人泊) 【実質】	659	654	655	666	+11.2%	▲0.8%	+0.1%	+0.4%	99	111	110	110	112
	日本人			495	478	474	461	+3.4%	▲3.4%	▲0.7%	▲0.7%	100	103	99	99	96
	訪日外国人			164	176	180	205	+43.8%	+7.1%	+2.3%	+3.1%	99	142	152	156	177
	訪日外国人旅行者数		(万人) 【実質】	3,687	4,212	4,308	4,966	+47.1%	+14.2%	+2.3%	+3.3%	79	116	132	135	156
ヘルスケア (医薬品)	国内出荷	国内医薬品出荷額	(十億円) 【名目】	11,759	11,696	12,311	14,067	+2.0%	▲0.5%	+5.3%	+3.8%	110	112	112	118	134
	輸出	医薬品輸出金額		1,334	1,337	1,576	2,165	+8.4%	+0.2%	+17.9%	+10.1%	168	182	182	215	295
	輸入	医薬品輸入金額		4,929	5,106	5,696	7,901	+6.0%	+3.6%	+11.6%	+9.1%	150	159	165	184	256
	国内生産	国内医薬品生産金額		9,221	9,133	9,637	10,794	+0.7%	▲1.0%	+5.5%	+3.4%	108	109	108	114	128
ヘルスケア (医療機器)	国内需要	医療機器国内出荷額	(十億円) 【名目】	4,654	4,952	5,123	6,220	+2.3%	+6.4%	+3.5%	+4.7%	117	120	127	132	160
	輸出	医療機器輸出金額		1,349	1,395	1,526	2,024	+8.7%	+3.4%	+9.4%	+7.7%	136	148	153	167	222
	輸入	医療機器輸入金額		2,199	2,297	2,493	3,269	+1.7%	+4.4%	+8.6%	+7.3%	130	132	138	150	197
	国内生産	国内医療機器生産金額		2,675	2,647	2,749	2,934	▲0.0%	▲1.0%	+3.8%	+2.1%	107	107	106	110	118
ヘルスケア (医療)	国民医療費		(兆円) 【名目】	48.8	50.3	51.8	58.8	+1.6%	+3.0%	+3.1%	+3.2%	108	110	113	117	133
ヘルスケア (介護)	介護費用		(兆円) 【名目】	12.3	12.8	13.3	15.6	+5.0%	+4.2%	+3.6%	+4.0%	109	114	119	123	145
	高齢者人口		(万人) 【実質】	3,624	3,630	3,634	3,672	+0.1%	+0.2%	+0.1%	+0.2%	101	101	102	102	103
	うち後期高齢者			2,078	2,135	2,177	2,239	+3.5%	+2.7%	+2.0%	+1.0%	109	113	116	118	122
	要介護者認定者数			721	732	743	805	+1.8%	+1.5%	+1.6%	+1.9%	106	108	109	111	120

(注) 医療・介護のみ年度ベース

(出所) 各種資料より、みずほ銀行産業調査部作成

全体総括 伊藤 佑 tasuku.itou@mizuho-bk.co.jp

<各パート主筆>

産業総合 諸富 貴洸 takahiro.morotomi@mizuho-bk.co.jp

化学 川合 秋帆 shuho.kawai@mizuho-bk.co.jp

石油 北尾 愛 ai.kitao@mizuho-bk.co.jp

鉄鋼 久米 晃太 kouta.kume@mizuho-bk.co.jp

非鉄金属 森田 雄貴 yuki.c.morita@mizuho-bk.co.jp

建設機械 長沼 良 ryuu.naganuma@mizuho-bk.co.jp

エレクトロニクス 山本 昶史 takeshi.c.yamamoto@mizuho-bk.co.jp

自動車 高山 隼人 hayato.takayama@mizuho-bk.co.jp

建設 西野 恭平 kyohei.nishino@mizuho-bk.co.jp

電力 三宅 将矢 masaya.miyake@mizuho-bk.co.jp

都市ガス 島村 晃平 kouhei.shimamura@mizuho-bk.co.jp

メディアサービス 橋本 貴央 takahiro.a.hashimoto@mizuho-bk.co.jp

情報サービス 宮本 孟 hajime.c.miyamoto@mizuho-bk.co.jp

物流 南 勇希 yuuki.a.minami@mizuho-bk.co.jp

加工食品 黒田 康平 kouhei.kurota@mizuho-bk.co.jp

小売 清水 健史 kenji.b.shimizu@mizuho-bk.co.jp

不動産 中橋 和也 kazuya.nakahashi@mizuho-bk.co.jp

宿泊 福島 はるか haruka.a.fukushima@mizuho-bk.co.jp

ヘルスケア 加藤 隆一 ryuichi.kato@mizuho-bk.co.jp

[X\(Twitter\)公式アカウント](#) [産業調査部](#)
[「みずほ産業調査」はこちら](#) [発刊レポートはこちら](#)



みずほ産業調査／79号

2025年11月28日発行

© 2025 株式会社みずほ銀行

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引の勧誘を目的としたものではありません。本資料は、弊行が信頼に足り且つ正確であると判断した情報に基づき作成されておりますが、弊行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しては、貴社ご自身の判断にてなされますよう、また必要な場合は、弁護士、会計士、税理士等にご相談のうえお取扱い下さいますようお願い申し上げます。
本資料の一部または全部を、①複写、写真複写、あるいはその他如何なる手段において複製すること、②弊行の書面による許可なくして再配布することを禁じます。

編集／発行 みずほ銀行産業調査部

東京都千代田区丸の内1-3-3 ird.info@mizuho-bk.co.jp