

Nikkei日本製造業PMI®

製造業の業況改善、勢いは鈍化が続く

主な動向

- 生産高と新規受注の伸びが弱まる
- 生産能力への圧力を背景に雇用が増加
- 製品価格、記録的勢いで上昇

データ収集期間 3月12日～22日

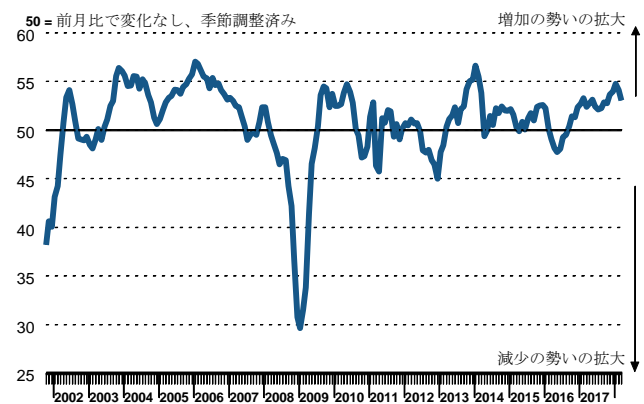
日本の製造業の業況は3月も引き続き改善したが、勢いは鈍った。生産高と新規受注の双方で引き続き改善が見られ、企業は雇用と購買数量を増やした。生産能力に引き続き圧力がかかり、企業は受注残の増加およびサプライヤー納期の長期化を報告した。供給品の不足、旺盛な購買需要と並んで、平均購買コストの加速的上昇も報告された。そのため企業は、比較的大幅な勢いで製品価格を引き上げた。

主要指数のNikkei日本製造業 購買担当者指数™ (PMI)®（製造業の業況を単一の数値で表す複合指標）は、2月の54.1から下がって3月は53.1となり、日本の製造業の業況が前月より小幅ながらも堅調に改善したことを示した。PMIはこれで19ヶ月連続で改善を記録している。

日本の製造業の生産高は3月に20ヶ月連続で増加した。調査回答によれば、新規受注の伸びが生産高増加の要因だった。しかしその勢いは鈍化し、過去8ヶ月で最小となった。また今回の調査期間中、新規受注の伸びも前月から縮小した。とはいえ、18ヶ月続く現在の増加期間の平均とほぼ同じ勢いだった。企業は新規受注の増加の理由として、新規顧客の獲得および新製品の発売を挙げた。3月はまた新規輸出受注も増加した。調査対象企業は輸出先として、ヨーロッパ、中国、韓国を指摘した。

新規受注の増加を背景に、日本の製造業全体で生産能力に圧力がかかった。生産ラインが需要に対応できず、受注残が増加した。このため企業は完成品在庫を活用して受注に応じた。また受注残消化を

Nikkei日本製造業PMI



出典：Nikkei、IHS Markit

図って人員採用も進み、雇用が3月も増加した。とはいえ増加の勢いは鈍り、過去3ヶ月で最小となった。

調査データはまた、需要の持続的増加でサプライチェーンに影響が出ていることを示した。平均納期は3月に、2011年5月以降最大という著しい勢いで長期化した。このため企業は原材料・半製品の在庫確保を進めた。購買品在庫の増加は3ヶ月連続である。

日本の製造業の操業費は3月に急増した。調査対象企業は食品、燃料、金属の値上がりを報告した。利益マージンの浸食を防ぐため、企業は製品価格を引き上げた。製品価格は上昇の勢いが加速し、2008年10月以降2番目の大きさとなった。

企業は今後1年間の生産高について、今回もプラスの見通しを示した。調査対象企業は強気の根拠として、マーケティング活動、オリンピック関連の商機、新製品開発を挙げた。

コメント

当調査をまとめたIHS Markitエコノミスト、**Joe Hayes**による日本製造業PMI調査データに関するコメント。

「最新調査データによれば、日本製造業PMIは2ヶ月連続で前月を下回った。とはいえ全体として引き続き好調な様子うかがわれる。今回の値は**53.1**で、なお堅調な勢いでの業況改善を示した。また第1四半期平均も力強い成長を示しており、公式データに期待がもてる。

さらに明るい材料として、新規受注が**18**ヶ月連続で増加した。このような需要の持続的増加はサプライチェーンにも影響し、**2011**年の大震災後最大の勢いで平均納期が長期化した。このことは製造業にとって逆風となる可能性がある。圧力がさらに増大すれば生産力に影響が及ぶであろう。

一方調査データが示す通り、製品価格が**2008**年10月以降**2**番目の勢いで上昇した（なお同期間で最大の上昇率が記録されたのは**1**月だった）。製品価格の加速的上昇は好材料であるが、その主たる要因は食品・エネルギーを中心とするコスト圧力の増大だった。」

- 以上 -

Nikkei日本製造業PMI[®]は、**NIKKEI**の支援を受けています

Nikkei（日本経済新聞社）は新聞発行を軸にした複合メディア企業です。購読者数およそ250万人を数える日刊紙「日本経済新聞」にくわえ、複合メディアとしてオンライン、放送、雑誌を通じた情報発信を行っています。

前身である「中外物価新報」の1876年創刊以来、中正公平の旗を掲げて質の高い言論報道を貫いてきました。「NIKKEI」ブランドは信頼の代名詞として国内外から高い評価をいただいております。

日経は、日本経済新聞をはじめとする新聞4紙を中核としながら、グループ各社の人材やコンテンツを生かし、デジタル技術を使って多様な読者ニーズに応える「複合メディア」を目指しています。2010年に創刊した「日本経済新聞 電子版」の有料会員数は50万人を超え、新聞社が手がける有料ネットメディアでは世界有数の規模になりました。創刊から8年、読者にニュースをお届けするメディアから仕事に役立つツールへと発展しました。

また2013年には、ネットと雑誌の英文複合媒体「Nikkei Asian Review」を創刊しました。アジアの経済情報を海外に発信するため、14年にはバンコクに「アジア編集総局」を開設するとともに、アジアの駐在記者を倍増させました。シンガポールにはビジネスの拠点「日経グループアジア本社」を設立、グループを挙げて「NIKKEI」ブランドのさらなる浸透と事業展開に取り組んでおります。目指すのは「アジアのリーディング・メディア」です。

<http://www.nikkei.co.jp/nikkeiinfo/en/>

NIKKEI ASIAN REVIEW <http://asia.nikkei.com/>

アジアの経済圏の実像を徹底的に詳しく伝えます

「Nikkei Asian Review」ではアジアに密着した比類ない取材網を生かし、経済の専門家による寄稿記事、知識人の洞察、見解、分析を交えアジアの今をお伝えします。

ご購入いただければ、最新のニュース、分析、洞察を手にしていただけます。パソコンやスマートフォン、タブレット端末で読めるほか、週刊雑誌の印刷版でもご購入できます。



Asia300

アジア11カ国・地域の最大手企業300社超について網羅的な報道を提供します。事業に関わるデータベースや財務情報が支える手厚い報道により、アジア企業に関する最大の情報ハブとなる狙いです。



JAPAN UPDATE

日本の最新のビジネス情報およびニュースをお届けします。



VIEWPOINTS

第一線の書き手らによるコラム“Tea Leaves”をはじめ、世界の識者らがアジアに関する知見を寄せます。



POLITICS & ECONOMY

財政・金融政策、国際情勢を中心に様々な情報をお伝えします。



MARKETS

アジア各国市場の徹底的な分析にくわえ、特に成長著しいセクターについて最新の業界ニュースをお伝えします。



動画

アナリストによる記事の解説や、企業トップのインタビューをご覧いただけます。



印刷版

Nikkei Asian Reviewの選りすぐりのコンテンツを毎週、ご自宅・オフィスへお届けします。

詳細は下記へお問い合わせください

IHS Markit (PMIおよびコメントについて)

エコノミスト Joe Hayes

電話: +44 1491 461 006

Eメール: joseph.hayes@ihsmarkit.com

マーケティング&コミュニケーション Jerrine Chia

電話 +65 6922-4239

Eメール jerrine.chia@ihsmarkit.com

プリンシパルエコノミスト Bernard Aw

電話 +65 6922 4226

Eメール bernard.aw@ihsmarkit.com

日本経済新聞社

広報室

電話 03-3270-0251

エディター・ノート

購買担当者指数 (Purchasing Managers' Index)™ は、400余りの製造会社の購買担当者に毎月アンケート調査を行い、寄せられた回答を集計したデータにもとづいて算出されています。調査対象企業はGDPおよび従業員数別に階層化されています。製造業はその内訳として、鉄鋼・非鉄金属・同製品、化学・プラスチック製品、電気・電子・光学・精密機器、食品・飲料、一般機械器具、繊維・衣類、木材・紙・同製品、輸送用機械器具の8つのセクターに分類されます。

各暦月の中旬に収集されたデータを基準に、前月実績と比較して当該月に何らかの変化がある場合には、その変化が調査回答に反映されます。当レポートでは、サブインデックスごとに改善・横ばい・悪化の各回答率、改善と悪化の回答率の差、および景気動向指数が掲載されます。景気動向指数は、改善の回答率に横ばいの回答率の半数を加算したものです。景気動向指数は先行指標的な特性があり、現在起こりつつある動向変化を概ね示唆する有効な指数です。この指数が50を超えれば全体的な改善を、50未満なら全体的な悪化を表します。

Nikkei日本製造業 PMI®は、次の加重値に基づいて5つのサブインデックスを統合した複合指数です: 新規受注数 - 0.3、生産高 - 0.25、雇用 - 0.2、サプライヤー納期 - 0.15、購買品在庫 - 0.1。ただしサプライヤー納期の指数は、結果として得られる数値が他の指数と比較可能になるような計算方法を用いて算出しています。

IHS Markitは基本的調査データを公表後に修正することはありません。ただし季節調査要因は必要に応じて修正されることがあります。その場合、季節調整済みデータに影響が及びます。IHS Markitの過去の基本 (未調整) 数値、最初に公表された季節調整済みデータ、その後修正されたデータは購読契約によりご利用いただけます。お問い合わせは、economics@ihsmarkit.com へどうぞ。

IHS Markit (www.ihsmarkit.com)

IHS Markit (Nasdaq上場企業: 株式銘柄コード「INFO」) は、世界の経済を促進する主要産業・市場のため、必須情報、分析、ソリューションにつながる専門知識を提供するリーディングカンパニーです。次世代の情報・分析・ソリューションを企業、金融機関、各国政府に提供し、経営効率の改善および正しい情報に基づいた意思決定のための洞察に役立てていただいております。企業・政府機関の顧客数は50,000を超え、ここにはFortune Global 500企業の85パーセントと世界の大手金融機関も含まれます。ロンドンに本部をおく弊社は、持続可能で利益の高い成長のために尽力しています。

IHS MarkitはIHS Markit Ltd.の登録商標です。その他全ての社名及び製品名はその各々の所有者の商標である可能性がありますのでご注意ください。© 2018 IHS Markit Ltd. 禁無断転載。

PMI (購買担当者指数)

「購買担当者指数™ (PMI®)」調査は現在、40を超える国々およびユーロ圏等主要地域で実施されています。世界で最も注目される景況調査として、各国中央銀行、金融市場、企業経営者の方々より、経済動向を知る最新、正確、かつ独自の月間指標としてご利用いただいております。詳しくはウェブサイト、<https://ihsmarkit.com/products/pmi.html> をご覧ください。

ここに提供するNikkei日本製造業PMI®の知的所有権はIHS Markitに帰属し、もしくは使用が許諾されています。当データのいかなる部分についても複製、配布、伝達またはその他の行為を含む無許可の使用は、IHS Markitから事前の承諾がない限り認められません。IHS Markitは、当レポートの内容またはそこに含まれる情報 (「データ」)、データ上のいかなる間違い、不正確な記述、脱落、遅延による、またはそれに関連した責任、義務、負担のいずれをも負うものでなく、またこれにもとづきとられたいかなる行為についても責任、義務、負担のいずれをも負いません。当データの使用によって生じるいかなる特殊、偶発的もしくは間接的損害についても、IHS Markitは一切責任を負いかねますので予めご了承下さい。Purchasing Managers' Index™およびPMI®はMarkit Economics Limitedの登録商標、もしくはMarkit Economics Limitedに使用が許諾されたものです。Nikkeiは上記商標の使用許諾を得ています。IHS MarkitはIHS Markit Ltd.の登録商標です。

IHS Markitのプレスリリースを受け取りたくない場合は、joanna.vickers@ihsmarkit.com へメールでお知らせください。弊社のプライバシーポリシーは、[ここをクリック](#)してください。