

Nikkei日本製造業PMI®

製造業の業況改善、勢いは過去11ヶ月で最小

主な動向

- 新規受注の伸びが弱まり、2016年10月以降最小に
- サプライヤー納期、過去7年超の最大幅で長期化
- 購買コストと製品価格の伸びが加速し、過去数年で最大に

データ収集期間：7月12日～24日

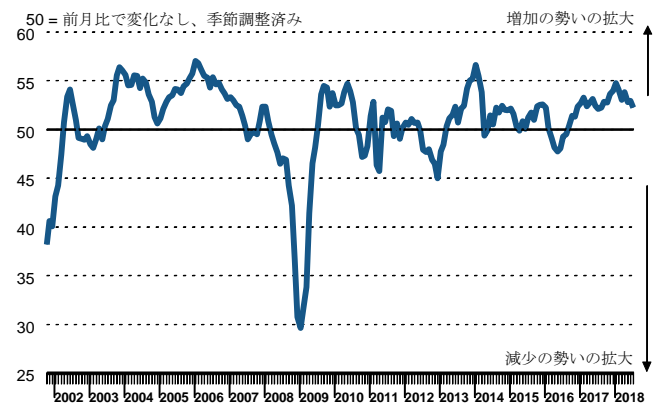
最新のPMI調査によれば、日本の製造業の業況は昨年8月以降最も小幅な勢いで改善した。新規受注の伸びが鈍化して小幅となり、生産高の伸びも過去4ヶ月で最小となった。しかし雇用は、人件費の上昇にも関わらず、今回も比較的堅調な勢いで増加した。また原材料費の急騰により、購買コストが過去7年超の最大幅で上昇した。ここから製品価格も記録的な勢いで上昇した。

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、6月の53.0から下がって7月は52.3となり、製造業の業況改善の勢いが鈍化したことを示した。

今回の調査期間中、新規受注の伸びが著しく縮小した。実際、増加率は過去21ヶ月で最小で、全体としてごく小幅だった。調査対象企業は国内・海外両市場における需要の弱まりを指摘した。調査データによれば7月の輸出は前月と同じだった。新規輸出受注は過去2ヶ月間、改善していない。

しかしながら生産高の伸びは、過去4ヶ月で最小ではあったが、今回も比較的堅調だった。生産高の伸びは今回で2年連続である。日本の製造業はまた、生産能力の拡充を図って引き続き雇用を増やした。雇用増の勢いは前回から減速したが、調査のこれま

Nikkei日本製造業PMI



出典：Nikkei、IHS Markit

での傾向と比べればなお堅調だった。生産高と雇用の増加に従い、受注残の伸びは7月に緩和した。受注残の増加率はわずかで、理由としては新規受注の伸び悩みが挙げられた。

一方、調査対象企業は原材料調達の困難を報告した。平均サプライヤー納期が2011年5月以降最大の勢いで長期化した。納期が長期化した理由としては、在庫の不足と購買需要の拡大が指摘された。

価格は7月も引き続き急騰した。調査対象企業は、石油、金属、食品価格と人件費が前月より上昇したと回答した。また上昇の勢いは加速し、過去88ヶ月で最大だった。企業は利益維持のためコスト増の一部を顧客に転嫁し、製品価格を引き上げた。勢いは過去10年弱で最も大幅だった。

価格の上昇およびサプライヤー納期の長期化にも関わらず、日本の製造業は引き続き購買数量を増やしたが、勢いは6月よりも小幅だった。ただし出荷の遅れが要因となり、購買品在庫は引き続き減少した。

最後に、日本の製造業は生産高について強気の見通しを維持した。理由としては新市場への進出計画と新製品発売が挙げられた。しかし強気の程度は過去4ヶ月で最小だった。

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、第3四半期のスタートとなる7月、製造業の業況改善は勢いが鈍化した。生産高の伸びが弱まり、需要も著しく軟化した。輸出も過去2ヶ月間改善が見られない。

またサプライサイドの制約もいっそう強まった。雇用の伸びも落ち込み、年初の勢いを失った。サプライヤー納期は過去7年強の最大幅で長期化した。

一方、購買コストは過去88ヶ月の最大幅で上昇し、ここから製品価格も過去10年弱で最大の勢いで引き上げられた。製品価格の加速的上昇は政策立案者にとっては朗報となるが、調査回答が示すとおり、今回の上昇は主としてコストインフレである。国内・海外の新規受注総数の伸びがさらに弱まり、インフレ見通しを下落傾向にゆがめる懸念がある。」

- 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。お問い合わせは次へどうぞ。 economics@ihsmarkit.com

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・市場のために必須情報・分析・ソリューション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80パーセントと世界の大手金融機関も含まれます。

IHS MarkitはIHS Markit Ltd及び/又はその関連会社の登録商標です。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をご覧ください。 <https://ihsmarkit.com/products/pmi.html>

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ください。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及び/又はその関連会社の登録商標です。

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。