

## Nikkei日本製造業PMI®

### 製造業の業況、堅調な改善が続く

#### 主な動向

- 生産高が引き続き増加、底堅い需要圧力が支えに
- サプライヤー納期、大幅長期化が続く
- 景況感、さらに落ち込み

データ収集期間：9月12日～21日

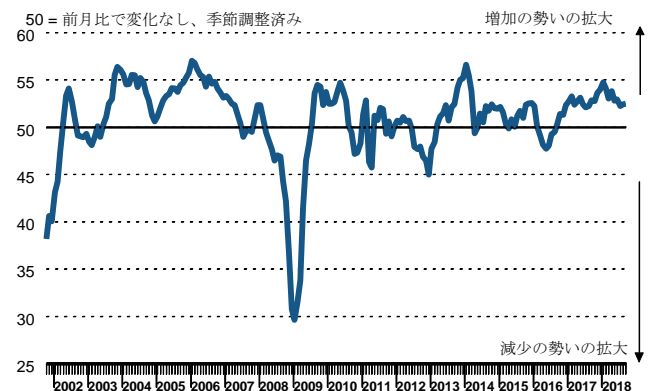
日本の製造業は9月も引き続き業況が改善した。生産高、需要、雇用がすべて増加した。しかし生産高の増加率は過去14ヶ月で最小だった。また新規受注総数（国内+海外）は加速的に増加したが、輸出のみで見れば今回も減少した。生産高の伸び悩みが一因となり受注残が増加した。一方、サプライヤー納期の長期化も操業能力を圧迫した。今後の生産高予想はプラスだったが、その程度は過去2年弱で最低だった。

第3四半期最終月となる9月、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52.5を記録した。この値は8月と等しく、製造業の業況が今回も比較的堅調な勢いで改善したことを示した。しかし、2018年第3四半期全体のPMI平均値（52.4）は、第1、第2四半期それぞれの値を大きく下回った。

9月の業況の支えとなったのは売上の継続的な増加だった。新規受注の連続増加期間は今回で2年になった。ただし増加の勢いは、連続増加期間全体の平均より小さかった。一方、製造業の輸出は今回も前月比で減少した。底堅い需要状況が生産高の増加を支えたが、増加率は過去14ヶ月で最小であり、全体として小幅だった。

生産高の伸び鈍化にも関わらず、調査対象企業は受注が今後も引き続き増加すると予想している。企業は生産能力の増強を図り、製造業の雇用が9月も増加した。雇用増の勢いは前月から加速したが、

#### Nikkei日本製造業PMI



出典：Nikkei、IHS Markit

25ヶ月続く現在の増加期間全体で見れば小幅だった。日本の製造業の購買数量も9月に増加したが、勢いは2016年11月以降で最小だった。

購買数量の継続的な増加に原材料不足が重なり、サプライヤー納期は引き続き長期化した。9月の値が示す通り、調査史上有数の急激な勢いで平均納期の長期化が進んだ。調査対象企業によれば、サプライヤー納期の悪化は受注残増加の一因でもあった。今回の受注残の増加率は前月から加速し、過去3ヶ月で最大だった。

石油・金属を中心とする原材料価格の上昇にくわえ、円安、人件費・運送費の値上がりにより、9月の購買コストは急騰した。購買コスト増に対応して、企業は製品価格を引き上げた。製品価格の上昇率は8月から鈍化した。それでも過去10年弱で最大だった同月とほぼ等しかった。

今後1年間の生産高について、日本の製造業は引き続き楽観的だった。ただし強気の程度は4ヶ月連続で縮小し、2016年11月以降で最小となった。

## 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。

「日本の製造業の業況は9月も引き続き改善し、第3四半期を好調に締めくくった。ただし今四半期の平均PMIは、第1・第2四半期の平均値と比べれば見劣りし、勢いの鈍化をうかがわせた。

9月はサプライヤー納期の長期化が生産能力を圧迫し、受注残の増加と運送費の増加を招いたと指摘された。雇用は加速的に増加したものの、生産高の伸びは鈍り、サプライチェーンの圧力が生産ラインの効率性を引き下げていると見られる。

企業は今後1年についてプラスの生産高予想を維持したが、強気の程度は過去22ヶ月の最小値に縮小した。一部企業は需要見通しに懸念を募らせている。」

- 以上 -

## Nikkei日本製造業PMI<sup>®</sup>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](mailto: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](mailto: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](mailto: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](mailto:economics@ihsmarkit.com)

### IHS Markit ([www.ihsmarkit.com](http://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](mailto: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。