

Nikkei日本製造業PMI®

生産高、2年半ぶりに減少

主な動向

- 日本製造業PMI、過去29ヶ月で最小に
- 新規輸出受注が2016年7月以降の最大幅で減少
- 景況感の後退は8ヶ月連続

データ収集期間 1月11日～24日

2019年の幕開けとなる1月、日本の製造業の業況は改善の勢いが大きく鈍化した。主要指数のPMIは2016年8月以降で最小となった。背景として生産高と新規受注がいずれも過去2年半で初めて減少した。1月はまた海外需要も、前月を上回る勢いで減少した。ここから企業の受注残と在庫、および購買数量も減少した。一方、景況感の後退は8ヶ月連続となり、雇用も伸びが縮小した。

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）によれば、1月の業況はわずかに改善した。同指数は12月の52.6から落ち込んで、2016年8月以降で最小の50.3となった。

1月のPMIを引き下げたのは、主に生産高である。調査データでは製造業の生産高が2年半ぶりに減少したことが示された。世界金融危機以降最長だった連続増加がこれで打ち止めとなった。調査対象企業は理由として、需要の弱さを指摘した。減少の勢いは小幅だったものの、堅調な増加を見せた12月とは対照的である。

1月のデータによれば、日本の製造業は新規受注も減少した。新規受注の減少は2016年9月以降初であり、国内・海外両方からの受注が減少したと指摘された。調査対象企業はまた、半導体関連製品の受注の減少も指摘した。一方、輸出も2ヶ月連続で減少し、その勢いは2016年7月以降で最大だった。複数の企業が中国と米国からの受注の減少を指摘した。

Nikkei日本製造業PMI



出典：Nikkei、IHS Markit

仕事量の低下から、企業は受注残の消化を進めた。受注残の減少は2017年8月以来初である。また必要生産量の減少で、日本の製造業は購買数量も引き下げた。在庫は完成品・購買品いずれも減少し、需要状況の悪化が理由に挙げられた。購買需要が低下したことで、1月のサプライチェーンは圧力の軽減をみたところもあったが、ベンダー側の在庫不足および生産能力不足のためにサプライヤー納期は今回も長期化した。

しかしそれにも関わらず日本の製造業は成長の維持を図り、1月も引き続き雇用を増やした。ただし増加の勢いは縮小し、過去2年余りの再小幅を再び記録した。

一方購買コストは、運輸、エネルギー、原材料にかかる費用の増大を背景に今回も引き続き上昇した。しかし上昇の勢いは弱まり、2017年12月以降で最小となった。それでも製品価格は前月より大幅な勢いで引き上げられた。

景況感も1月も後退し、企業の楽観論は8ヶ月連続で縮小した。理由としては、予定される消費税増税および中国・米国間の貿易紛争の拡大が挙げられた。

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。

「今回の日本製造業PMIデータによれば、2019年の幕開けとなる1月、輸出が過去2年半の最大幅で減少し、世界貿易サイクルにとっての懸念材料となった。調査回答によれば、特に半導体関連製品の売上が減少し、他のアジアの輸出業者にとっても不安な展開となっている。一方、国内市場も低迷し、新規受注総数が2016年9月以降で初めて減少した。

今年は消費税増税が予定され、米中間の貿易摩擦も続いていることから、日本の国内市場の弱さは問題のさらなる悪化につながる恐れがある。景況感の後退も続き、今回の調査で連続8ヶ月となった。完成品および購買品の在庫削減と生産高の減少から、製造業が今後のさらなる経済的困難に対応し始めている様子が見えてくる。」

- 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、洞察を手に入いただけます。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。© 2019 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。