

## Nikkei 日本製造業PMI®

### 生産高が引き続き減少、需要不振が響く

#### 主な動向

- 内外の需要状況が悪化
- 生産高が減少し、雇用も増加の勢いが鈍化
- 生産高見通しが2012年11月以降初めてマイナスに

データ収集期間：5月13日～23日

最新の調査データによれば、日本の製造業の不振は第2四半期央も継続した。生産高が5ヶ月連続で減少し、国内外の需要も減少した。新規受注減への懸念から、企業は在庫を減らし購買数量も削減した。雇用の伸びも鈍化して2016年11月以降で最小となった。

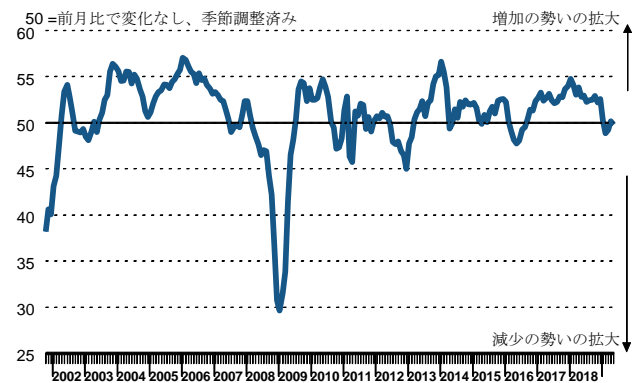
また景況感の目立った変化として、生産高予想が6年半ぶりにマイナスに転じた。

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4月の50.2からやや下がり、5月は49.8となった。生産高と新規受注の動向は前月とほぼ同じだったが、雇用指数が大きく下落し、PMIの前月比での下落の最大要因となった。

雇用は、企業の新卒採用を背景に5月も引き続き増加した。しかしその勢いはわずかで、過去2年半で最小だった。雇用増の鈍化の背景として、5月は新規受注が5ヶ月連続で減少し必要生産量が低下した。ただし新規受注減少の勢いは4月からやや緩和した。市場グループ別では、生産財製造企業と中間財製造企業は売上が減少したが、消費財製造企業では増加した。

調査対象企業によれば、新規受注の減少は国内・海外両市場で需要が低迷したためだった。輸出は5月に6ヶ月連続で減少した。企業は中国等主な輸出先の景気不振と国際競争の激化を理由とした。

#### Nikkei 日本製造業PMI



出典：Nikkei、IHS Markit

輸出の減少で企業は在庫を調整し、購買数量も削減した。完成品在庫と購買品在庫がいずれも5月に減少した。完成品在庫の減少率は1月以降最大だった。また購買品在庫も過去7ヶ月で6度目の減少を記録した。

購買数量の減少にも関わらず、サプライチェーンは5月も引き続き圧力を受け、平均納期が長期化した。調査対象企業によれば、サプライヤー納期の悪化はサプライヤーにおける在庫の不足が要因だった。

複数の企業がサプライヤーによる値上げを指摘し、購買コストが5月も引き続き前月比で上昇した。上昇率は全体として大きかったが、過去20ヶ月で最小だった4月とほぼ同じだった。コスト増のため企業は負担の一部を顧客に転嫁し、製品価格が上昇したが、勢いは小幅だった。

最後に生産高予想は、4月にやや改善したものの、5月は2012年11月以降初のマイナス見通しとなった。米中間の貿易摩擦の激化と今年後半に予定される消費税増税への懸念が響いた。

## 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。

「5月は製造業の業況不振が改善する兆しは見られず、生産高と新規受注がいずれも5ヶ月連続で減少した。日本の主な貿易相手国である中国の需要低迷のほか、国内景気もますます停滞する兆候が表れ、売上に響いた。市場グループ別のデータでは生産財製造企業で新規受注が最も急減し、特に業況不振だったことをうかがわせた。日本の貿易にとっての生産財の重要性を考えれば、今後も輸出業者にとって厳しい環境が続くと予想される。

今年後半の消費税増税のほか7月には参院選もあり、日本企業にとっては回避したいリスクがいくつもあ  
る。しかも、すでにある懸念要因に米中間の貿易紛争の再燃も加わった。このため企業の今後1年の生産高予想は6年半ぶりにマイナスとなった。」

- 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](mailto:joseph.hayes@ihsmarkit.com)

マーケット&コミュニケーション Joanna Vickers

電話: +44 207 260 2234

Eメール: [joanna.vickers@ihsmarkit.com](mailto:joanna.vickers@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

アジアのPMIは、6月初めに公表する5月のデータがNikkeiブランドで提供する最後のものとなります。

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。© 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。