

## Nikkei日本製造業PMI®

### 8月の業況、緩やかに改善

#### 主な動向

- 生産高が増加、新規受注の加速的伸びが背景に
- 輸出は過去3ヶ月で2度目の減少
- 景況感、地政学的リスク懸念により後退

データ収集期間：8月13日～23日

第3四半期半ばにあたる8月、日本の製造業の業況は24ヶ月連続で改善したことが調査データで示された。新規受注の加速的な伸びを支えに、企業が生産高が増え雇用も増加した。しかし景況感は縮小し、グローバルな地政学的リスクが要因に指摘された。一方コスト圧力は8月も続き、企業は製品価格を過去10年弱の最大幅で引き上げた。

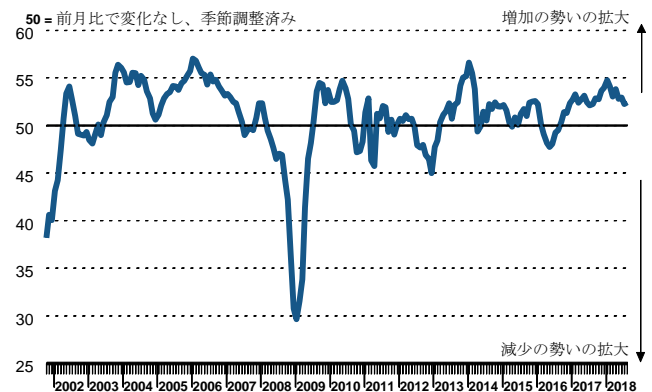
主要指数のNikkei日本製造業購買担当者指数™（PMI）®（製造業の業況を単一の数値で表す複合指標）は、8月に52.5を記録した。7月の同指数は52.3であり、日本の製造業の業況が前月比で加速的に改善したことがうかがわれた。業況の改善はこれで連続2年となった。しかし第1および第2四半期と比較すれば、今回のPMIの値は比較的緩やかな改善だった。

今回の調査期間中、需要は引き続き改善した。特に注目されるのは新規受注が4月以降初めて、前月よりも大幅に増加したことである。調査対象企業は要因として新規顧客の獲得と製品の多角化を挙げた。またここから生産高が前月を上回る緩やかな勢いで増加した。

調査データによれば、新規受注が増加したのは主に国内市場であり、輸出は減少した。調査対象企業は中国への輸出の減少を指摘した。

新規受注の加速的伸びは生産能力に影響し、受注残が8月に12ヶ月連続で増加した。ただし増加率はわずかだった。企業は能力拡充を図り雇用を増やしたが、その勢いは2016年11月以降の（2度目の）最小幅だった。一部調査対象企業は、定年退職者の増加

#### Nikkei日本製造業PMI



出典：Nikkei、IHS Markit

で従業員数が減少したと回答した。

生産能力への圧力はサプライチェーン全体でもみられ、8月のサプライヤー納期は著しく長期化した。要因としては旺盛な購買品需要と原材料不足が指摘された。8月の購買数量の伸びは過去4ヶ月で最大だった。しかし企業の在庫増強の努力も納期の長期化に妨げられ、購買品在庫は減少した。

8月の購買コストは、運送費を始めとする複数の要因により上昇した。他に燃料、金属、人件費の値上がりも要因に挙げられた。購買コストの伸びは全体として急激であり、7月に記録した過去88ヶ月の最大値とほぼ同じだった。また企業は利益マージンの浸食を緩和すべく、8月に製品価格を引き上げた。その勢いは2008年10月以降で最大だった。

最後に、生産高見通しはプラスだった。新製品の発売、オリンピック関連事業、生産能力拡大計画が強気の根拠となった。しかし地政学的リスクへの懸念から強気の程度は縮小し、過去21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。

「第3四半期半ばとなる8月、日本の製造業は引き続き成長を記録した。業況の改善はこれで連続2年となり、世界金融危機以来最長となった。調査データが示したのは業況の緩やかな改善で、これを支えたのは新規受注の加速的な増加だった。

ただし拡大は内需主導で、輸出は減少した。また貿易紛争が悪化する懸念が景況感を引き下げた。

全体として製造業の勢いは第1および第2四半期と比較すればなお小幅にとどまった。調査データではまた、サプライヤー納期の長期化の継続も示された。一方、定年退職者の補充が不十分で、雇用創出の勢いも引き続き鈍化した。これらの傾向が続く場合、今後数ヶ月間は、需要圧力の有無にかかわらず生産能力に制約がかかる可能性もある。」

- 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](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。