

Nikkei 한국 제조업 PMI[®]는

생산, 근 2년래 가파른 감소

주요 내용:

- 신규 주문의 전반적인 정체 및 수출 판매 추가 하락, 생산 감소 견인해
- 자동차 부문, 수요 감소 보고돼
- 구매 가격 하락으로 생산 가격 현격히 감소해

설문 조사 데이터 취합 기간 (7월 12일-21일)

생산의 가파른 감소로 인해 7월 한국 제조업 경기는 다시 하강세로 돌아섰다. 신규 수출 주문의 추가 감소에 영향을 받으면서 7월 신규 주문은 변동이 거의 없었다. 또한, 제조업체들이 판매 수요를 맞추기 위해 재고를 활용하면서 잔존 수주량도 감소했다.

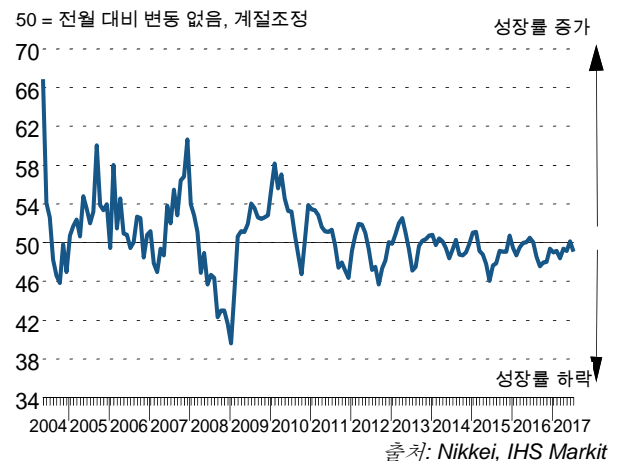
현저한 생산 가격 하락에도 불구하고 매출은 감소 흐름을 나타냈다. 단, 구매 가격의 소폭 하락으로 영업 마진은 일정 정도 보존되었다. 한편, 향후 전망에 대한 낙관 정도는 3개월래 최저치를 기록했다.

주요 조사 지표들을 기반으로 산정하여 제조업 동향을 하나의 수치로 보여주는 종합 지표 헤드라인 Nikkei 한국 구매관리자지수 (Manufacturing Purchasing Managers' Index™: PMI[®])는 7월 에는 6월 50.1에서 하락한 49.1을 기록, 3월 이후 최저치를 나타냈다.

7월 설문 조사 결과는 생산이 약 2년래 가장 큰 폭으로 감소했음을 보여 준다. 응답자들은 신규 주문의 하락 흐름을 그 이유로 지적했으며 일부 기업들은 특정 하위 부문들, 특히, 자동차 부문의 신규 주문량이 감소했다고 답했다. 이는 다수의 응답에서 알 수 있듯이, 중국과 일본의 한국 제조품 수요가 약화된 때문이다. 7월 조사에 따르면, 신규 수출 주문은 6개월 연속 감소해왔다. 전체 신규 주문은 6월 이후 변동이 거의 없었다.

한국 제조업체들은 가능한 한 재고를 활용해 판매 물량을 맞추면서 생산량을 줄일 수 있었다. 완제품 재고는 7월 포함 4개월 연속 감소했으며 감소율은 1월 이후 최고치를 기록했다.

Nikkei 한국 제조업 PMI[®]는



잔존 수주 또한 감소했으며 11월 이후 가장 가파른 감소 흐름을 나타냈다.

7월 생산량 감소는 신규 주문의 전반적인 정체와 맞물려 7월 구매 활동의 완만한 감소를 초래했다. 생산 수요가 감소하면서 구매 재고도 감소했다.

11월 가격 관련 설문 조사 결과에 따르면 평균 생산 가격은 지난 9월 이후 가장 큰 폭으로 하락했다. 기업들은 치열한 경쟁에 대처하기 위해 가격 전반을 인하했는데, 일부 응답자들은 구매 가격 하락 덕분에 생산 가격 인하가 가능했다고 설명했다. 7월 조사 결과는 시장 수요 및 수입 비용이 감소한 가운데 구매 가격이 소폭 하락했음을 시사했다.

한국 제조업의 7월 향후 생산 전망은 일정정도 낙관적인 흐름을 유지했다. 기업들은 전반적으로 기본 시장 활동이 개선될 것으로 예상했으며 향후 12개월 동안 수출이 반등할 것으로 내다봤다. 단, 낙관 정도는 4월 이후 최저치를 기록하며 14개월래 최고치를 기록했던 6월 수치 대비 하락했다.

또, 제조업의 7월 고용 규모는 증가했는데, 이러한 증가세는 지난 8월 이후 처음이다. 단, 증가율은 경미한 수준을 기록했다. 일부 응답자들은 수요 증가 전망과 함께 사업 확장 계획이 있어 고용 인원을 추가했다고 답했다.

의견:

한국 제조업 PMI 조사 결과에 대해, 본 조사 결과를 취합한 IHS Markit의 선임 이코노미스트인 폴 스미스(Paul Smith)는 다음과 같이 설명했다.

“한국 제조업 부문은 수요 부진으로 인해 지속적인 분투 중에 있다. 기업들은 주요 수출 시장 수요 및 자동차와 같은 중요 산업의 주문이 감소했다고 답했다.

“따라서, 현 수요 요구와 생산 공급의 재균형을 위해, 기업들은 생산량을 늘리기보다는 재고를 소진하고 있는 상황이다.

“수요 및 생산의 균형이 이루어질 때까지, 성장은 최소한 단기적으로는 다소 제한적일 것으로 보인다. 단, 기업들은 향후 경기에 대해 다소 낙관적인 관점을 견지하고 있으며, 향후 12개월 내 경기 전망에 대해 전반적으로 성장 흐름을 예측했다.”

- 이상 -

Nikkei 한국 제조업 PMI[®]는 NIKKEI의 후원으로 발간됩니다

Nikkei는 일간 신문 발행을 주 활동으로 하는 언론 기관이다. 대표적인 일간지인 The Nikkei의 구독자는 약 3백만 명에 이르며, 온라인, 방송 및 잡지 등을 통해 언론 활동을 전개하고 있다.

1876년에 추가이 부카 심포(Chugai Bukka Shimpo)라는 이름으로 창간된 The Nikkei는 2016년이 되면 140주년을 맞이하게 된다. 지난 140년 동안 The Nikkei는 공정 중립 보도 기조를 유지하며 양질의 정보를 보도해 왔다.

Nikkei Inc.는 다양한 언론 매체를 통해 독자들의 다양한 니즈를 충족시켜 왔으며, 그 중심에 독자 수가 약 3백만 명에 달하는 The Nikkei가 있다. 그 밖에, Nikkei의 프리미엄 콘텐츠와 첨단 디지털 매체 활용으로 Nikkei Inc.는 독보적인 입지를 자랑하고 있다. 2010년에 처음 창간된 The Nikkei 온라인 판 유료 구독자는 40만 명을 넘어, 온라인 신문 발행사 중 세계 최고의 유료서비스 이용자 수를 기록하고 있다. 창간 후 5년이 지난 후 부터, The Nikkei 온라인 판은 뉴스 보도를 넘어 독자들의 비즈니스 능력 향상에 도움을 주는 장으로 발전하게 되었다.

2013년에는 영어 뉴스 서비스인 The Nikkei Asian Review를 창간하여, 온라인 및 주간 오프라인 잡지로 서비스를 제공해 왔다. 그 이듬 해에는 아시아 지역 편집 본부를 태국 방콕에 개소하여 아시아 경제 뉴스에 깊이를 더했다. 또한, 일본 외 아시아 국가에 파견된 기자의 수를 배가시켰다. 또, 2014년에는 지역 내에 Nikkei의 브랜드 홍보를 담당하는 Nikkei Group Asia Pte.를 싱가포르에 설립했다. Nikkei는 아시아의 선도적인 언론이 되겠다는 목표로 최선을 노력을 다하고 있다.

<http://www.nikkei.co.jp/nikkeiinfo/en/>

NIKKEI ASIAN REVIEW <http://asia.nikkei.com/>

아시아 경제에 대한 가장 정확하고 명쾌한 보도, 아시아 최고의 비즈니스 전문지

아시아 전 지역에 어떤 경제지보다 많은 수의 기자와 전문가들을 보유한 Nikkei Asian Review만의 가장 정확하고 명쾌한 보도를 만날 수 있다.

Nikkei Asian Review 구독을 통해 최신 뉴스와 분석, 경제 흐름을 가장 먼저 파악할 수 있으며, 모든 기사 및 내용은 인쇄 매체와 온라인을 통해 휴대폰과 태블릿에서 만날 수 있다.



아시아 300:

11개국과 아시아 지역 및 11개국의 300개 이상의 선도 기업들에 대한 종합적인 통찰력 제공. Nikkei Asian Review는 역내 기업들의 비즈니스와 재무 정보에 대한 대형 데이터베이스를 구축하고, 이를 바탕으로 아시아 기업 뉴스를 알리는 세계 최고의 허브로 발전하는 것을 목표로 한다.



일본 업데이트:

일본 경기 및 새소식에 대한 업데이트



관점:

최고의 칼럼리스트들이 작성한 “Tea Leaves” 칼럼 등 아시아에 대한 전 세계 유수 전문가들의 관점을 제공



정치 및 경제:

재정 정책 및 통화 정책, 국제 뉴스 등



마켓:

업종별 세부 뉴스와 깊이 있는 분석 제공, 지역 내 가장 빠른 성장을 보이는 분야의 최신 뉴스 파악



영상:

본 기사에 대한 애널리스트의 설명 및 최고 경영진 인터뷰 듣기



프린트 에디션:

Nikkei Asian Review 의 주간 최고 콘텐츠를 자택이나 사무실에서 받아보기

세부 자료 요청:

IHS Markit (PMI 및 의견)

폴 스미 (Paul Smith), 의 선임 이코노미스트
전화: +44 1491 461 038
이메일: paul.smith@ihsmarkit.com

메린 차 (Jerrine Chia), 홍보부
전화: +65 6922 4239
이메일: jerrine.chia@ihsmarkit.com

버나드 오 (Bernard Aw), 이코노미스트
전화: +65 6922 4226
이메일: bernard.aw@ihsmarkit.com

Nikkei inc. (Nikkei 관련 문의)

켄 치바 (Ken Chiba), Deputy General Manager, 홍보부
아즈시 쿠보타 (Atsushi Kubota), Manager, 홍보부
전화: +81 3 6256 7115
이메일: koho@nex.nikkei.co.jp

편집자 참고 사항:

Nikkei 구매관리자지수(PMI[®])는 매월 업계 내 400개 이상 기업의 구매 담당 임원에게 보내는 설문 조사에 대한 답변을 통해 집계된 데이터를 기초로 한다. 설문 참가자는 한국 GDP 대한 산업적 기여도를 고려하되, 지리적인 위치 및 표준산업분류(SIC, Standard Industrial Classification) 그룹에 따라 선정된다. 제조업은 1차 금속, 화학 수지, 전기 및 광학, 식음료, 기계 공학, 섬유 및 의류, 목재 및 제지, 운송 등 크게 8개 부문으로 나뉜다.

설문 조사 응답에는 매월 중순에 집계된 데이터에 기초하여 지난 달과 비교한 이번 달의 변화(있는 경우)가 반영되어 있다. 각 지표에 대해 본 ‘보고서’에는 각 응답의 백분율, 증가/개선 응답 수와 감소/악화 응답 수의 순증감 및 ‘개별’ 지수가 표시되어 있다. 이 지수는 증가했다고 답한 응답들의 합계와 ‘동일’하다고 답한 응답들의 반을 더한 값이다. 개별 지수는 선행 지수의 특성을 갖고 있으므로 일반적인 변화의 방향을 요약적으로 보여준다. 지수 수치가 50.0을 초과하면 해당 변수의 전반적인 증가를, 50.0 미만이면 전반적인 감소를 시사한다.

구매관리자지수(PMI[®])는 5가지 개별 지수에 가중치를 두어 산정한 종합 지수다. 가중치 내역은 신규 주문 (0.3), 생산 (0.25), 고용 (0.2), 공급업체의 배송 시간 (0.15), 구매 품목 재고 (0.1)이며, 공급업체 배송 시간 지수는 역으로 전환하여 다른 지수와 비교 가능한 방향으로 움직인다.

IHS Markit은 보고서 첫 발행 이후 근원 조사 데이터 내용을 수정하지 않는다. 단, 계절 조정 요인이 계절 조정 지수에 영향을 미치는 경우, 계절 조정 지수는 적절하게 수정될 수 있다. 근원 (조정하지 않은) 수치, 계절 조정된 최초의 데이터 시리즈 및 이후 수정된 데이터 등 모든 과거 데이터는 IHS Markit 구독자들에게 공개된다. 문의처 economics@ihsmarkit.com.

IHS Markit에 대하여 (www.ihsmarkit.com)

IHS Markit(나스닥: INFO)은 세계 경제를 이끄는 주요 산업 및 시장에 대한 중대한 정보, 분석 결과, 해법에 대한 전문적인 의견을 제시하는 세계적인 기업으로, 다양한 사업체와 금융 업계 및 정부를 고객으로 하여 차세대 정보, 분석 결과, 해결방안을 제공하고 있다. 이러한 정보는 운영 효율을 향상시키고 심도 깊은 통찰력을 제공함으로써, 충분한 정보를 바탕으로 한 자신있는 의사 결정을 내리는 데 도움을 준다. IHS Markit은 전 세계에 50,000여 개의 주요 기업 및 정부를 고객으로 하고 있으며, 이중 포춘 글로벌 500에 선정되었거나 주요한 글로벌 금융 기관들이 85%를 차지한다. 런던에 본사를 둔 IHS Markit은 지속가능하고 수익을 창출하는 성장을 이루기 위해 힘쓰고 있다.

IHS Markit은 IHS Markit Ltd의 등록 상표이다. 모든 타 기업 및 상품명도 해당 기업 및 상품의 등록 상표일 수 있다. © 2017 IHS Markit Ltd. All rights reserved.

PMI에 대하여

현재 30개 이상의 국가 및 유료 존을 비롯한 주요 지역을 대상으로 한 보고서인 *구매 관리자 지수(PMI[®])*는 세계에서 가장 주목 받는 비즈니스 설문 조사로, 중앙은행, 금융시장 및 비즈니스 의사 결정자들은 가장 최신의 정확한 지표, 차별화된 경제 동향 지표를 파악하고, 이를 제공하기 위해 PMI[®]를 활용해 왔다. 보다 상세한 내용은 www.markit.com/product/pmi 참조 바람.

Nikkei 한국 제조업 PMI[®]에 대한 본 정보의 지적 재산권 또는 라이선스는 IHS Markit이 소유한다. IHS Markit의 사전 동의 없이 이 보고서 데이터를 무단 복제, 배포, 전달하는 것은 불법이며, 이러한 불법 사용은 엄격히 금지된다. IHS Markit은 본 보고서의 콘텐츠 또는 정보(“데이터”)와 관련하여, 어떠한 책임이나 의무를 지지 않으며 이 데이터의 오류, 부정확성, 누락 또는 지연에 대해서도 어떠한 의무나 책임을 지지 않는다. 또한, 이 데이터 사용으로 인해 발생하는 모든 특정 손해나, 부수 간접적 또는 결과적인 손해에 대해, IHS Markit은 어떠한 경우에도 책임을 지지 않는다. Purchasing Managers' Index[™]와 PMI[®]는 Markit Economics Limited가 소유한 상표이거나 Markit Economics Limited가 라이선스를 보유하고 있다. Nikkei는 허가를 받아 상기 상표를 사용한다. IHS Markit은 IHS Markit Group Limited의 등록 상표이다.

IHS Markit의 뉴스 보도 자료 수신을 원치 않을 경우, joanna.vickers@ihsmarkit.com 로 이메일을 보내 주십시오. 개인정보 보호 정책을 읽으시려면, [여기를 클릭해 주십시오](#).