

Nikkei日本サービス業PMI[®]（および複合PMIデータ）

サービス業の業況改善は7月に鈍化

主な動向

- 事業活動と新規事業、前月より小幅に増加
- 生産能力への圧力が続き、雇用が増加
- 事業見通しは後退し、2月以降最低に

データ収集期間 7月12日～26日

日本のサービス業の業況は7月も改善し、現在の連続改善期間を10ヶ月に引き延ばした。新規事業も引き続き増加したが、前月より小幅な勢いだった。一方、生産能力に圧力がかかり、受注残が今回も増加した。また仕事量の増大、および今後の事業活動への楽観論の継続に対応する形で、雇用も増加した。

価格面を見ると、平均購買コストは人件費の増加を主な理由として引き続き増加したが、サービス単価はわずかに下落した。下落は2017年に入って初である。

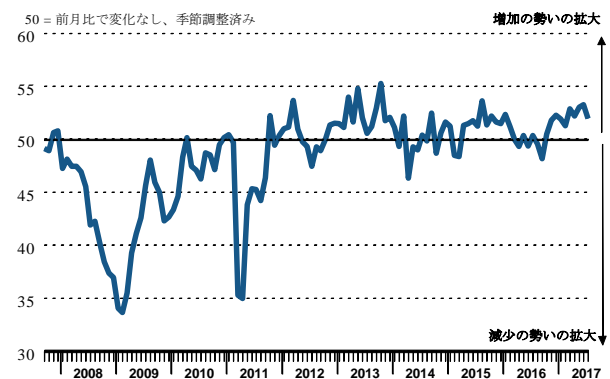
主要指数である季節調整済み**事業活動指数**は7月に**52.0**となり、事業活動が10ヶ月連続で増加したことを示した。しかし同指数は6月の**53.3**より小さく、事業活動増加の勢いは小幅となり、2月以降では最小だった。

また日本の製造業の生産高も増加の勢いが鈍化した。このため、**Nikkei複合生産高指数**は6月の**52.9**から下落して7月は**51.8**となり、昨年10月以降で最小となった。

サービス業の事業活動の増加は、新規事業の継続的な増加が主な理由だった。7月の調査によれば、新規事業は12ヶ月連続で増加した。勢いは堅調だったが、5月・6月の値と比べればやや小幅だった。調査対象企業は需要の増加、新店舗のオープン、販促活動を新規事業増加の理由に挙げた。

一方製造業でも、生産高の傾向と同じく、新規受注の増加は勢いが鈍った。ここから、複合新規受注指数は過去3ヶ月の最小値となった。

Nikkei日本サービス業PMI



出典：Nikkei、IHS Markit

生産能力に関する各指標が示すとおり、7月も引き続きリソースに圧力がかかった。サービス業の受注残は8ヶ月連続で増加し、勢いは2015年4月以降で最大だったことが最新データで示された。調査対象企業は雇用を増やしてこれに応じ、雇用が7ヶ月連続で増加した。

製造業の雇用も増加し、その勢いは今回も堅調で、サービス業のそれを上回った。

サービス業の平均購買コストは7月も上昇した。コスト増は2012年11月以来継続している。企業は人件費の増加が全般的な経費の増加につながったと回答した。ただし購買コスト上昇の勢いは、最近の記録的値だった6月から緩和し、4月以降で最小となった。一方、サービス単価はやや下落した。下落は今年に入って初である。

製造業の購買コストは7月も上昇し、ここから製品価格も引き続き上昇した。

最後に、今後1年の事業活動見通しは今回の調査でもプラスだった。企業の多くが、今後12ヶ月に売上と需要が増加すると予想し、また新店舗のオープンも事業活動増加につながりそうだと指摘された。しかし強気のレベルは全体として2月以降最小だった。

コメント

当調査をまとめたIHS Markitダイレクター、**Paul Smith**による日本サービス業PMI調査データに関するコメント

「日本の民間セクターは、今年第3四半期、特に著しくはないものの堅調なスタートを切った。成長は維持されたが、昨年10月以降では最小だった。伸びの鈍化は製造業とサービス業の両方で記録された。また新規事業も、前月比での増加の勢いが縮小した。

とはいえ、全般的に良好な成長環境を反映して、企業は引き続き堅調な勢いで雇用を増やし、今後数ヶ月の生産高と需要について強気の見通しが維持された。」

- 以上 -

Nikkei日本サービス業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300万人を数える日刊紙「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。

日本経済新聞は今年、創刊140周年を迎えます。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40万人を超え、新聞社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5年、今年には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に進化させていきます。

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ください。



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)

シニアエコノミスト Paul Smith

電話: +44 1491 461 038

Eメール: paul.smith@ihsmarkit.com

エコノミスト Bernard Aw

電話: +65 6922 4226

Eメール: bernard.aw@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

日本経済新聞社 (Nikkeiについて)

Ken Chiba, Deputy General Manager, Public Relations Office

Atsushi Kubota, Manager, Public Relations Office

電話: +81 3 6256 7115

Eメール: koho@nex.nikkei.co.jp

エディター・ノート

Nikkei日本サービス業PMI®は、400を超える民間サービス企業の購買担当者を対象に月間アンケートを実施し、回答の集計データを基準に算出されます。調査対象企業は、サービス業全体の構造を正確に反映するものとなるよう慎重に選ばれています。

Nikkei複合PMI®は、製造業生産高とサービス業事業活動指数の加重平均であり、800を超える日本の代表的な製造業・サービス業各社から集めた独自の調査データに基づいています。

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。

購買担当者指数™ (PMI®) 調査では、売上高、雇用、在庫、価格といった多数のサブインデックスをもとに民間セクターの現況に関する最新情報を提供し、高い評価を得ています。各指数は、景況の把握や企業・投資戦略の形成に役立つものとして、多くの企業、各国政府、金融機関の経済アナリストの方々にご利用いただいております。特に各国中央銀行は金利の決定に当調査を役立てています。PMI調査は毎月いち早く発表される景況指標であり、政府機関が作成する同種のデータにも大きく先行しています。

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、economics@ihsmarkit.comへどうぞ。

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、必須情報、分析、ソリューションにつながる専門知識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85パーセントと世界の大手金融機関も含まれます。ロンドンに本部をおく弊社は、持続可能で利益の高い成長のために尽力しています。

IHS MarkitはIHS Markit Ltd.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。©2017 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、30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、www.markit.com/product/pmiをご覧ください。

ここに提供するNikkei日本サービス業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.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へメールでお知らせください。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。