

## Nikkei日本製造業PMI®

### 製造業の生産高、2014年2月以降最大の勢いで増加

#### 主な動向

- 新規受注が幅広いセクターで増加
- 製品価格が上昇、背景にコスト圧力の増大
- 景況感も改善

データ収集期間 1月12日～24日

2018年の幕開けとなる1月、日本の製造業は業況改善の勢いをさらに増した。生産高と新規受注の伸びが加速した。また受注残の増加を背景に雇用も増加した。堅調な需要を支えに、企業は購買コストの急増も製品価格に転嫁した。

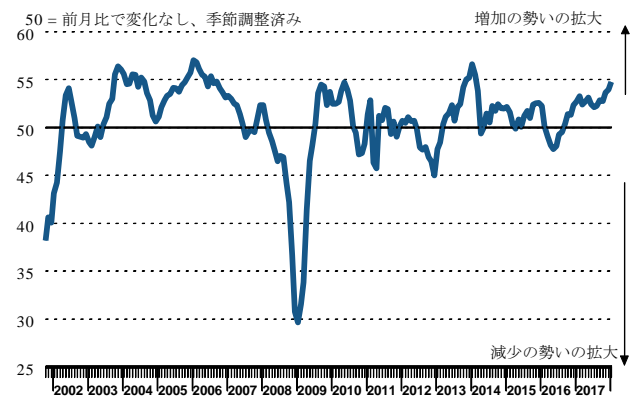
景況感の改善に合わせ、企業は購買数量を増やし、在庫も増加した。

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）は、12月の54.0から上昇して1月は54.8となった。PMIは3ヶ月連続で前月の値を上回り、今回は2014年2月以降最大となる急激な業況改善を示すものとなった。

調査対象企業は1月に新規受注が増加したと報告した。理由としては、新製品発売と既存顧客の旺盛な需要が指摘された。新規受注の伸びは3ヶ月連続で加速し、今回の値は過去4年で最大だった。同様に、海外からの新規受注も前月を上回る勢いで増加し、2010年5月以降最大の伸びとなった。企業は中国、韓国、台湾の需要の増加を理由に挙げた。このため生産高は18ヶ月連続で増加し、勢いは過去47ヶ月で最大だった。

売上の伸びで、生産能力には圧力がかかった。1月の受注残は5ヶ月連続での増加となった。ただし勢いは前月からやや鈍化した。調査対象企業は新規受注の伸びが今後も続くと予想している。新規受注の伸びはまた、景況感の改善も促した。今後の生産高について強気の見通しが拡大し、過去4ヶ月で最大となった。そのため企業は必要生産量の増加に備え、雇用を増やした。

Nikkei日本製造業PMI



出典：Nikkei、IHS Markit

雇用増の勢いは2017年2月と等しく、2014年4月以降で最大だった。

新規受注の伸び予想にもとづき、日本の製造業は購買数量を増加させた。増加率は2014年2月以来の最大値を再び記録した。生産高の増加が続くと見通しから、日本の製造業は在庫への慎重な対応を緩め、購買品在庫が昨年10月以降初めて増加した。調査対象企業によれば、購買品需要の増加でサプライヤー納期に圧力がかかった。サプライヤー納期は1月に大幅に悪化した。納期はこれで21ヶ月連続で長期化している。

価格面では、購買コストが今回の調査期間中も増加した。コスト増は2016年11月以来連続である。企業は石油価格の上昇をコスト圧力の主要因に挙げた。企業はまた、利益マージンの保護を図って製品価格を引き上げた。製品価格上昇の勢いは前月を上回り、2008年10月以降最大となった。

## 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。

「主要指数PMIは1月に、日本の製造業の業況が引き続き改善したことを示した。新規受注が過去4年の最大幅で増加し、これを支えに生産高も2014年2月以降最大の勢いで増加した。

公式データでも示される好調な経済情勢を背景に、企業の景況感も改善し、その程度は過去4ヶ月で最大だった。またここから雇用も加速的勢いで増加した。

商品価格の世界的上昇を受け、購買コストは急増した。そのため製造業は製品価格を引き上げ、その勢いは2008年10月以降最大だった。PMI調査ではここしばらく製品価格の連続上昇が記録されており、企業が顧客の購買力について自信を強めている様子が見えてくる。労働市場が逼迫するなか、企業が賃金を引き上げれば消費が支えられ、国内にインフレ圧力が生まれるであろう。とはいえ原材料の値上がりもあり、マージンを損ねずに人件費を引き上げるのは難しい状況だ。」

- 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、[economics@ihsmarkit.com](mailto:economics@ihsmarkit.com) へどうぞ。

### 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、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。© 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、<https://ihsmarkit.com/products/pmi.html> をご覧ください。

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.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。