

Nikkei 한국 제조업 PMI[®]는

제조업 경기, 소폭 악화

주요 내용:

- 생산 감소, 단, 감소율 소폭
- 신규 주문 성장률, 5개월래 최저치까지 둔화
- 생산 가격, 3월 이후 가장 빠른 속도로 상승

설문 조사 데이터 취합 기간 (12월 5일-13일)

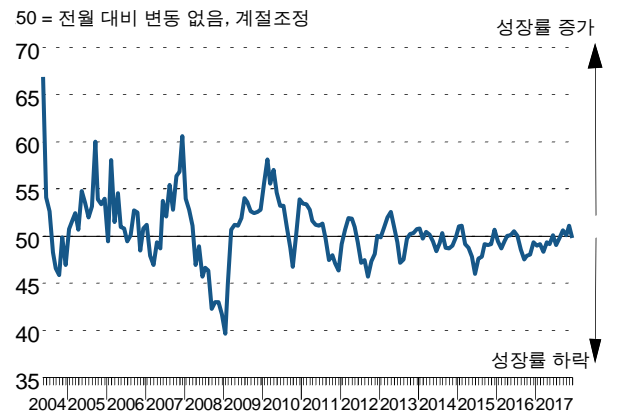
한국 제조업의 12월 경기는 약화됐다. 단, 감소율은 경미했다. 11월에 33개월래 최고치를 기록했던 생산 성장율은 12월에는 그 여세를 이어가지 못했다. 생산이 소폭 감소했기 때문이다. 신규 주문 성장 속도는 5개월래 최저치까지 둔화됐다. 한편, 해외 신규 주문은 감소했다. 따라서, 잔존 수주량은 감소했고 기업들의 고용 인원도 감소했다. 단, 기업들은 낙관적인 경기 전망을 유지했다.

가격 측면에서, 판매 가격은 완만하게 상승했다. 한편, 구매 가격 상승세는 여전히 강세를 유지했다. 단, 상승 속도는 둔화됐다.

헤드라인 Nikkei 한국제조업 구매관리자지수(South Korea Manufacturing Purchasing Managers' Index[™] (PMI)[®])는 설문 조사를 바탕으로 5개의 주요 지수를 내고, 이를 기반으로 제조업 경기에 대한 종합적으로 보여주는 지표이다. 11월에 51.2를 기록했던 PMI는 12월에 49.9로 소폭 하락했다. 헤드라인 PMI는 50.0 변동없음 기준치를 소폭 하회하며 한국제조업 경기가 완만한 속도로 둔화되고 있음을 나타냈다.

12월 생산은 소폭 감소하며, 상대적으로 가파르게 증가했던 11월의 생산 증가흐름을 역전했다. 기업들은 경기가 좋지 않아 생산을 줄였다고 답했다. 신규 주문은 증가한 한편, 증가율은 소폭 감소하여 7월 이후 최저치를 기록했다. 한편, 해외 신규 주문은 4개월 연속 감소했는데, 이에 대해 중국과 일본의 주문 감소를 언급한 응답자들도 있었다.

Nikkei 한국 제조업 PMI[®]는



출처: Nikkei, IHS Markit

기업들이 생산 능력 확장을 기피하는 상태를 지속하면서, 한국 제조업 부문은 전체적으로 4개월 연속 고용 감소가 이어졌다. 이는 생산 수요가 줄어드는 상황에서 기업들이 은퇴한 인원의 공석을 신규 인원으로 대체하지 않기 때문인 것으로 해석된다. 그러나, 신규 주문이 증가하고 고용이 감소함에도 불구하고 잔존 수주는 감소했다. 12월 잔존 수주는 완만한 속도로 감소했다.

12월 운영 비용은 지속적으로 증가했다. 유가 상승 및 금속 가격을 비롯한 원자재 가격의 상승이 주요한 요인이다. 그 결과, 수익 마진 감소에 대응하기 위해 기업들은 생산 가격을 인상했다. 11월 완만한 흐름을 보였던 판매가격 상승률은 12월에도 변동이 없었다.

한편, 생산이 감소하고 비용 압력이 가중되었음에도 불구하고, 신규 주문량이 증가로 기업들의 구매 활동을 감소하지 않았다. 단, 구매 활동 증가율은 완만한 속도로 둔화되었다. 또한, 주문량 증가에 대비하기 위해 구매 재고는 증가했다. 구매 재고 수준은 2개월 연속 증가했다.

기업들의 12월 미래 생산 전망은 긍정적이었다. 낙관 정도는 감소했으나 전체적으로 2017년 평균치 대비 강세를 유지했다. 이러한 경기 신뢰도는 신제품 출시 및 신규 주문 증가에 대한 기대가 그 요인이다.

의견:

한국 제조업 PMI 조사 결과에 대해, 본 조사를 실시한 IHS Markit 의 이코노미스트 조 헤이스 (Joe Hayes)는 다음과 같이 말했다.

“한국 제조업 부문은 경기 후퇴 흐름으로 돌아가며 4분기를 마감했다. 경기 약화 속도가 경미한 수준에 불과하긴 했으나, 상대적으로 견조한 강세를 나타낸 11월과는 매우 대조적인 흐름을 나타냈다.

“신규 주문 성장세는 5개월래 최저치까지 둔화되었고, 이로 인해 생산 및 고용이 감소했다.

“그러나, 경기 신뢰도가 높아지면서 생산 가격 인상에 대한 기업들의 우려는 크지 않은 것으로 나타났다. 판매 가격 상승률은 전달 대비 변동이 없이 3월 이후 최고치를 나타냈다. 다만, 구매 가격 상승률은 약화되었다.”

- 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)

조 헤이스 (Joe Hayes), 이코노미스트
전화: +44 1491 461 006
이메일: joseph.hayes@ihsmarkit.com

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

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

Nikkei inc. (Nikkei 관련 문의)

켄 치바 (Ken Chiba), Deputy General Manager, 홍보부
아츠시 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. © 2018 IHS Markit Ltd. All rights reserved.

PMI에 대하여

현재 40개 이상의 국가 및 유로 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](#).