

## Nikkei日本サービス業PMI®（および複合PMIデータ）

### 事業活動、過去6ヶ月の最大幅で増加

#### 主な動向

- 需要が大幅改善し、事業活動の伸びを支える
- サービス単価が加速的上昇、ただしコスト圧力は緩和
- 景況感が後退し過去7ヶ月で最低

データ収集期間 4月12日～25日

日本のサービス業の業況は4月に改善の勢いが拡大した。支えとなったのは雇用の増加と新規事業の堅調な増加だった。受注残が加速的に増加し、仕事量は豊富だが、企業の今後の生産高見通しは後退した。

とはいえ企業はサービス単価を、購買コストの伸びの鈍化にも関わらず、前月を上回る勢いで引き上げた。

本調査の主要指数である季節調整済み**事業活動指数**は、3月の50.9から改善して4月は52.5となり、サービス業の事業活動が前月を上回る勢いで増加したことを示した。増加率は小幅だったが、2017年10月以降では最大だった。

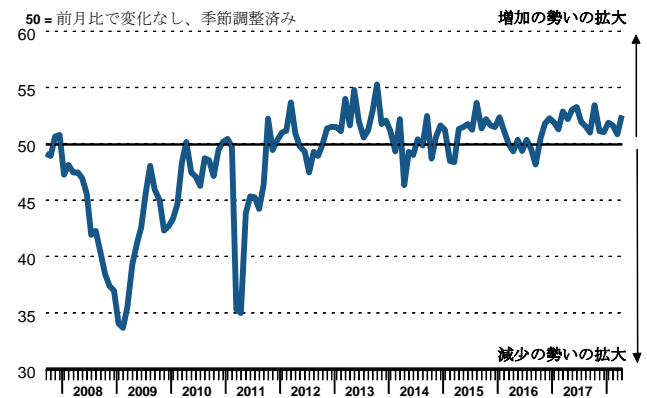
同様に、日本の製造業でも生産高の加速的な伸びが見られた。この結果、4月の**Nikkei複合生産高指数**は、3月の51.3から上昇して53.1となった。

事業活動の増加は19ヶ月連続であり、理由としては雇用の増加と新規事業の加速的な伸びが挙げられた。日本のサービス業の新規事業は、過去5ヶ月の最大幅で増加した。理由としては良好な経済情勢と新規顧客の獲得が挙げられた。

日本の製造業でも新規受注が4月に加速的勢いで増加した。調査対象企業は新製品の発売を理由に挙げた。

サービス業の仕事量の増加にともない、4月は雇用も増加した。勢いは前月から鈍化し全体として小幅だったものの、雇用の増加は2017年1月以来連続である。

Nikkei日本サービス業PMI



出典：Nikkei、IHS Markit

とはいえ雇用が増えても、生産能力にかかる圧力は引き続き増大した。受注残の増加は小幅だったが、3月よりも急激だった。

製造業も雇用を増やし、操業能力の拡充を図った。勢いはサービス業よりも大きかった。

需要の増加を背景に、日本のサービス業は4月にサービス単価を引き上げた。値上げの勢いは2ヶ月連続で前月を上回り、調査対象企業はコストの上昇を理由に挙げた。

調査回答によれば、日本のサービス業の購買コストは今回も上昇した。要因は輸送費と人件費の増加だった。ただし4月は購買コスト上昇の勢いが著しく緩和し、過去8ヶ月で最小だった。

製造業の購買コストは4月に急騰したが、前月よりも勢いはやや後退した。ここから製品価格も上昇したが、勢いは前月を下回った。

需要の改善と事業活動の伸びにも関わらず、景況感は全体としてなおプラスながら2017年9月以降の最小値に後退した。とはいえ強気の程度は、調査のこれまでの平均を大きく上回った。強気の根拠としては、新店舗オープン計画と経済成長の見通しが挙げられた。

## コメント

当調査をまとめたIHS Markitエコノミスト、**Joe Hayes**による日本サービスPMI調査データに関するコメント。

「日本のサービス業は2月から3月に事業活動の弱含みが観測されたが、第2四半期初月の4月になって改善の勢いを増した。事業活動の伸びが過去6ヶ月で最大の勢いで増加した。これを支えたのは、継続的な雇用増と堅調な需要の改善だった。

しかし今後の事業活動予想は、新規事業と受注残の加速的増加にも関わらず、前月から後退し、過去7ヶ月で最低となった。調査対象企業は今後12ヶ月間、競争の激化と人手不足の拡大が事業活動に響くと予想している。

とはいえ4月は、購買コストの伸びの鈍化にも関わらず、サービス単価が前月を上回る勢いで上昇した。コスト圧力が緩和する中でのサービス単価の加速的引き上げは、サービス業が顧客の購買力に対して自信を持っていることの表れといえる。」

- 以上 -

## Nikkei日本サービス業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)

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)

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)

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)

### 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](mailto: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](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](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。