



EURO Indicators

定例経済指標レポート

テーマ：ユーロ圏 製造業PMI (2006年2月) 発表日：2006年3月1日(水)
～ 生産・受注が大きく改善 ～

(No. EI-29)

**第一生命経済研究所 経済調査部
担当 高村 正樹 (03-5221-4523)**

ユーロ圏製造業PMI

		総合							ドイツ	フランス	イタリア	
		生産	新規受注	雇用	配達時間	在庫	投入価格	産出価格				
2005	2	51.9	53.4	52.8	49.3	47.5	49.5	64.8	54.5	52.2	53.2	50.6
	3	50.4	51.6	50.4	48.8	48.3	48.5	59.8	52.2	50.3	51.9	49.1
	4	49.2	50.3	48.9	47.6	49.2	48.1	57.2	50.0	49.7	49.8	48.0
	5	48.7	50.0	48.5	47.5	50.0	46.7	50.7	48.9	49.4	48.8	47.1
	6	49.9	51.0	50.9	48.2	49.5	46.8	50.0	48.6	49.8	50.7	49.4
	7	50.8	52.8	52.3	47.8	48.8	46.6	51.3	49.6	49.8	51.9	50.8
	8	50.4	51.8	51.7	48.3	48.9	46.6	56.3	50.5	48.7	52.5	50.0
	9	51.7	53.8	53.2	48.9	47.6	47.0	59.1	50.5	51.0	52.7	51.5
	10	52.7	54.3	54.3	49.9	45.9	47.3	62.8	51.3	53.1	52.5	52.0
	11	52.8	54.8	54.4	49.9	45.6	46.1	62.6	51.5	52.7	51.8	53.1
	12	53.6	55.8	56.0	50.3	45.8	46.4	62.2	51.4	53.6	52.2	54.1
	2006	1	53.5	55.9	55.5	49.6	45.5	47.9	63.0	51.8	55.0	50.7
2		54.5	57.0	56.7	49.7	43.7	48.1	64.8	53.4	55.8	52.2	55.1

(出所) ロイター

生産活動の モメンタム が強まり、 1-3月期以降 の景気再拡大 を示唆

2月のユーロ圏製造業PMIは54.5(前月差:+1.0p)と再び上昇に転じ、市場予想(54.1)を上回る強い結果となった。項目別に見ても足元の好調な製造業を反映した良好な内容となっている。主要項目である生産指数が57.0(同:+1.1p)と上昇したほか、前月僅かに悪化した新規受注指数も56.7(同:+1.2p)と再度改善を示した。両指数の前月からの改善幅は+1p超と大きく、生産のモメンタムが強まっている可能性が十分に考えられる。一方、在庫指数も前月から0.2p上昇しているが、依然として50を下回っていることや、生産や受注の上昇幅の方が大きいことから、今後の生産活動に悪影響を及ぼす懸念材料とはなっていない。

10-12月期のユーロ圏経済は、鉱工業生産が前期比横ばいにとどまったほか、GDP成長率も同+0.3%と前期(同+0.6%)から鈍化したものの、今回の結果や先日公表された企業景況感などの指標は、1-3月期に景気が再拡大を示唆する内容となっている。

ドイツだけ ではなく、ユ ーロ圏全体 で底堅い拡大

国別では主要3カ国(ドイツ・フランス・イタリア)が揃って改善を示した。また、3カ国とも生産と新規受注に改善が見られるなど方向性が同一であることから、ユーロ圏全体で製造業に底堅い回復が見られていると考えられる。

敢えて懸念材料を挙げるならば、企業部門でユーロ圏の先導役となっているドイツの輸出受注が2000年6月以来の高水準となっているのに対し、総合指数は2004年7月の水準に持ち直すまでしか至っていないということであろう。つまり、ITバブル期と比べて輸出は検討しているものの、国内受注が極端に弱いということである。足元では為替相場が1ユーロ=1.2ドルを割り込んで推移しており、ユーロ圏企業にとって価格面で非常に有利に働いていることが海外受注を押し上げている、という側面は勿論あるものの、やはりそれ以上に今回の景気回復が如何に外需主導であるかを物語っていると言えよう。

輸出が好調な製造業以外にも景気拡大が波及

依然として域内需要が力不足で海外経済の影響に左右されやすいユーロ圏経済であるが、域内景気に改善が見られ始めていることも確かである。拡大・縮小の分かれ目である 50 を境に一進一退が続いている製造業の雇用指数は、今調査では 49.7 と雇用環境の改善の遅れを示唆したが、圧倒的にウエイトの大きいサービス業では既に雇用の拡大が続いている。また、企業景況感も小売業や建設業など製造業以外の業種でも大幅な改善が見られるようになってきている。さらに、企業に加えて消費者信頼感も過去に比べれば高水準で推移している。程度の差こそあれ、景気全体が底上げされていることは間違いない。

今後もドイツのワールドカップという景気に好影響を与えるイベントが開催されるほか、企業収益の高まりを受けて緩やかながらも製造業の雇用も拡大することが予想される。以上のことから、先行き個人消費も拡大に転じ、ユーロ圏の生産活動も、海外需要だけではなく、緩やかな国内需要の高まりを背景に、1 - 3 月期以降も拡大が続く模様である。

