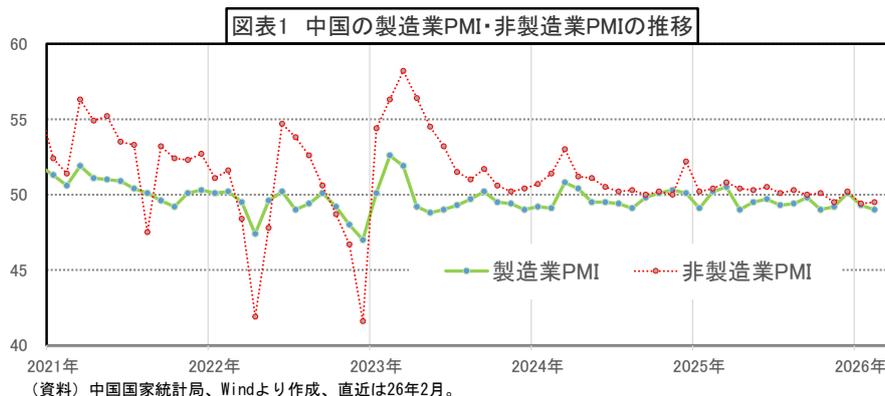
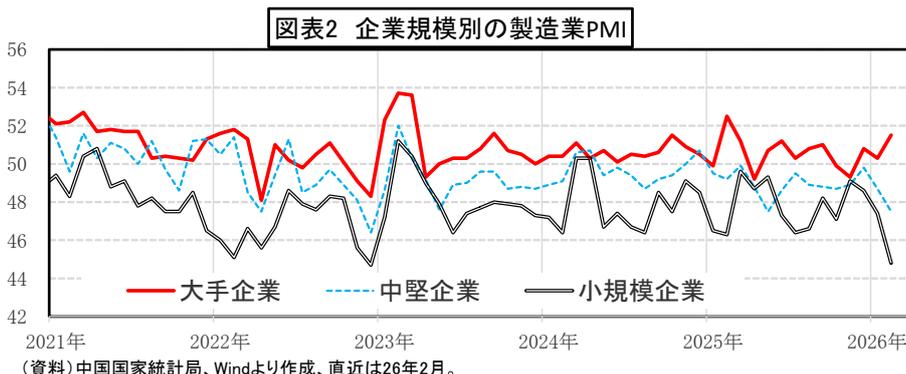


(中国) 需要不足などで足元の企業マインドが総じて悪化

国家統計局が2026年3月4日に発表した2月の製造業PMI(購買担当者景気指数)は49.0と1月から0.3ポイント低下し、2か月連続で景況感の分岐点である50を下回った(図表1)。市場予測の平均値(49.7)も下回った。



50割れが続いた背景として、生産指数は49.6と1月から1.0ポイント低下したことが挙げられる。例年より長い春節連休(2月15~23日)により企業の生産活動が鈍化し、特に中小企業の生産活動に大きな影響を与えた。企業規模別の製造業PMIを確認すると、大手企業は51.1と1月から改善した一方で、中小企業は44.8と1月から2.6ポイント悪化した(図表2)。また、新規受注指数と新規輸出受注指数はそれぞれ48.6、45.0といずれも1月から悪化し、需要回復が見られなかったことも要因となった。



一方、非製造業PMIは49.5となり、2か月連続で50を下回ったものの、1月(49.4)からはやや上昇した。業種別では、サービス業は49.7と、不動産不況が続くなかでも、春節連休でホテル、外食、観光などが好調であったことから1月から改善した。他方、建設業は48.2と、春節連休に伴う従業員の帰省などを受けて1月から0.6ポイント悪化した。

1~2月のPMI動向から判断すると、企業マインドは総じて悪化したと見られる。3月は企業の操業再開に加え、政策による後押しも見込まれ、企業マインドが改善に向かう可能性がある。他方、米国の新たな関税措置、米国・イスラエルによるイラン攻撃、不動産不況の影響など、不確実性も高く、引き続き今後の動向を注視していく必要がある。