

U.S. Indicators

発表日: 2026年2月25日(水)

米国:消費者信頼感は上昇も低い水準(26年2月CB指数)

～労働市場に安定化の兆し～

第一生命経済研究所 経済調査部

主任エコノミスト 桂畑 誠治(Tel: 050-5474-7493)

26年2月のCB消費者信頼感指数(速報)は、91.2(前月89.0:改定前84.5)と市場予想中央値の87.1(筆者予想90.2)を上回った。前月比では2.2ポイント上昇したが、依然低い水準にとどまっており、個人消費の緩やかな増加を示唆する内容となった。

現状指数が120.0(前月121.8:改定前113.7)と前月比1.8ポイント低下した一方、期待指数が72.0(前月67.2:改定前65.1)と前月比4.8ポイント上昇した。

発表によると「消費者の意識は依然として物価やインフレ、コストに集中している」として、実質購買力の低下への懸念を指摘。あわせて、「2月は貿易と政治への言及も増えた」と関税政策や政治対立への懸念を高めている。

現在の景気に対する楽観的な見方が弱まり、足元の停滞感が示唆されたものの、現状の雇用に対する楽観的な見方が若干強まり、労働市場の安定化が示唆された。先行きに関しては、1月に不透明感が高まった反動もあり、景気や雇用に対する悲観的な見方が和らぎ、所得に対する期待も改善した。

現状指数の構成項目では、「雇用」がプラス幅を拡大した一方、「景気」はプラス幅を縮小させた。現在の雇用機会に対する判断(「充分」-「困難」)は+7.4(前月+6.8:改定前+3.1)とプラス幅を拡大し、現在の労働市場に対する楽観的な見方が強まった。一方、現在の景気に対する判断(「良い」-「悪い」)は+0.7(前月+2.3:改定前+0.1)とプラス幅を縮小し、現在の景気に対する楽観的な見方が弱まった。

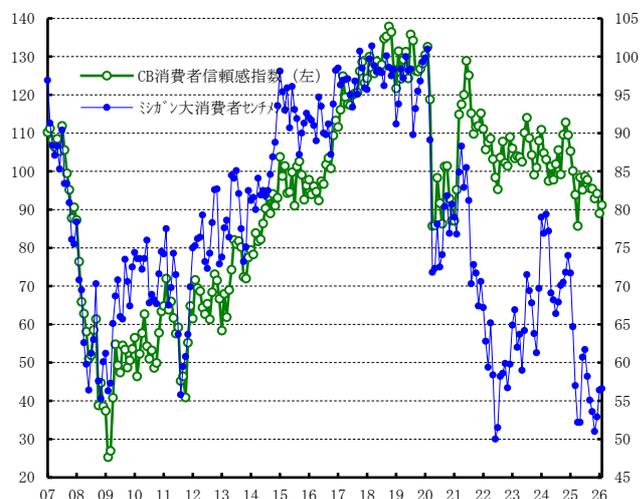
期待指数の構成項目では、「景気」、「雇用」がマイナス幅を縮小したほか、「収入」がプラス幅を拡大した。6ヵ月後の景気に対する見方(「良くなる」-「悪くなる」)は、▲3.4(前月▲7.2:改定前▲7.3)とマイナス幅を縮小し、景気の先行きに対する悲観的な見方を弱めた。

また、6ヵ月後の雇用に対する見方(「多くなる」-「少なくなる」)は、▲10.4(前月▲13.9:改定前▲14.6)とマイナス幅が縮小、雇用の先行きに対する悲観的な見方を弱めた。さらに、6ヵ月後の収入に対する見方(「増加する」-「減少する」)は、+5.0(前月+4.5:改定前+3.1)とプラス幅を拡大し、収入に対する楽観的な見方を強めた。

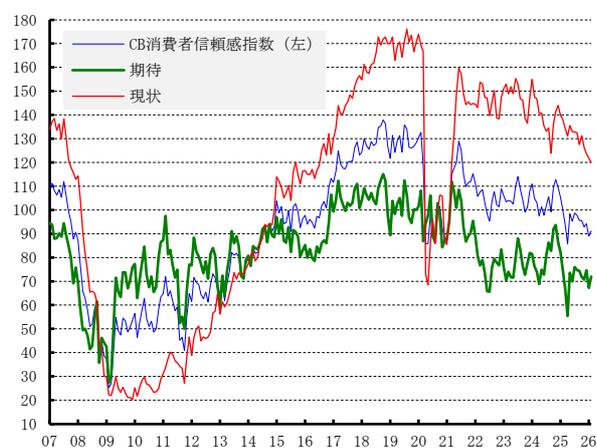
消費者信頼感 (Consumer Confidence)

	消費者信頼感指数										ミガン大学消費マインド [※]		
			雇用判断		半年後の景況感		半年以内の購入計画		期待	現状			
	期待指数	現状指数	充分	困難	良くなる	悪くなる	自動車	住宅					
25/02	100.1	74.8	138.1	33.6	16.0	20.8	25.5	10.7	5.3	64.7	64.0	65.7	
25/03	93.9	66.9	134.4	33.6	16.1	17.8	26.1	10.7	5.6	57.0	52.6	63.8	
25/04	85.7	55.4	131.1	31.2	17.5	15.9	34.9	10.6	4.8	52.2	47.3	59.8	
25/05	98.4	73.6	135.5	31.1	18.4	19.9	25.4	11.8	6.7	52.2	47.9	58.9	
25/06	95.2	69.9	133.0	29.4	17.2	17.1	24.8	12.5	6.1	60.7	58.1	64.8	
25/07	98.7	76.0	132.8	29.9	18.9	19.0	22.7	11.3	5.7	61.7	57.7	68.0	
25/08	97.8	74.7	132.4	30.2	19.1	20.2	23.5	11.7	5.8	58.2	55.9	61.7	
25/09	95.6	74.4	127.5	26.9	18.2	19.3	22.6	11.4	6.3	55.1	51.7	60.4	
25/10	95.5	71.8	131.2	28.6	18.3	18.9	22.2	12.2	5.9	53.6	50.3	58.6	
25/11	92.9	70.7	126.3	28.2	20.1	18.1	25.1	12.4	6.2	51.0	51.0	51.1	
25/12	94.2	74.6	123.6	27.5	19.1	18.7	21.3	11.5	5.5	52.9	54.6	50.4	
26/01	89.0	67.2	121.8	25.8	19.0	16.5	23.7	12.2	5.6	56.4	57.0	55.4	
26/02	91.2	72.0	120.0	28.0	20.6	17.6	21.0	11.9	5.5	56.6	56.6	56.6	

(図表) 消費者マインドの動向(月次)



(図表) 消費者マインドの動向(月次)

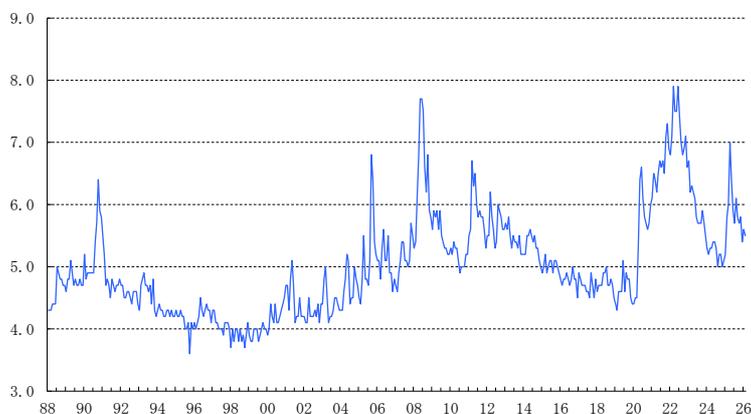


(出所) CB

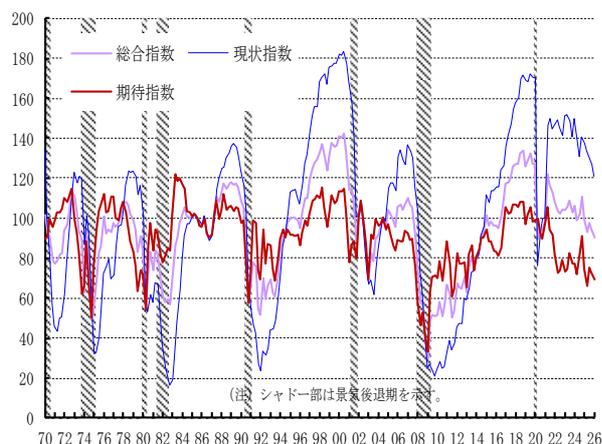
(出所) CB、ミガン大学

インフレに関しては、1年先のインフレ見通しが5.5%（前月5.6）と低下したが、高い水準にとどまっており、インフレ懸念は強いままである。

(%) 12ヵ月後のインフレ見通し



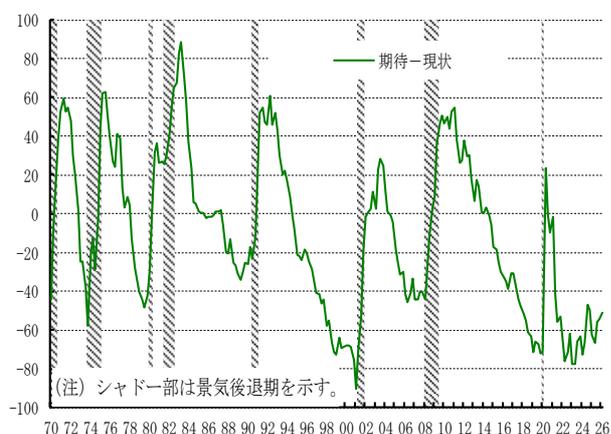
消費者信頼感指数の推移(四半期)



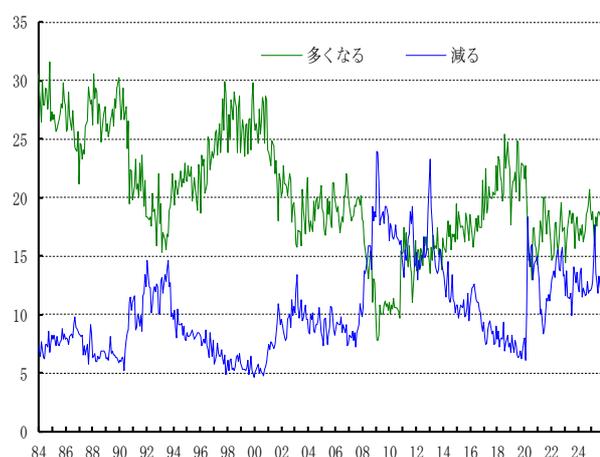
消費者信頼感指数の推移



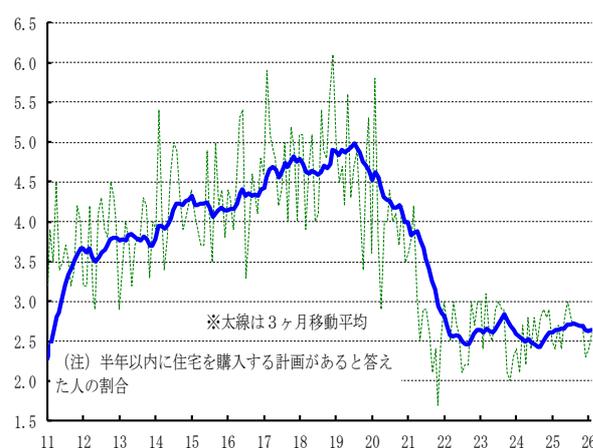
(期待指数-現状指数)の推移



(%) 6ヶ月後の収入見通し



(%) 新車購入計画比率の推移



(%) 住宅購入計画比率の推移



(出所)CB

(出所)CB

※太線は3ヶ月移動平均

本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、第一生命経済研究所経済調査部が信ずるに足ると判断した情報に基づき作成していますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見直しは予告なく変更されることがあります。また、記載された内容は、第一生命保険ないはその関連会社の投資方針と常に整合的であるとは限りません。