中国

中央経済工作会議（2025年12月）

新しい需要創出と家計マインド改善で消費拡大を目指す

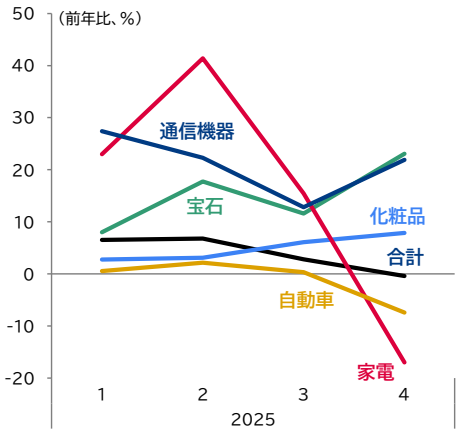
政策・経済センター
金成大介
03-6858-2717

1 8つの重点任務の概要

25年順位		26年順位	項目	主な政策・狙い
1	−	1	国内需要の拡大	**消費促進に向けた特別措置**、**サービス消費の拡大**、財政出動・金融緩和による投資拡大　など
2	−	2	科学技術イノベーション	科学技術人材育成、科学技術イノベーションセンター建設、**AIプラス（自動運転、AIスマートフォンなど）の更なる推進** など
3	−	3	経済体制の改革	全国統一市場の建設、内巻（過度の競争）の是正、国営企業の改革 など
4	−	4	対外開放	ウィン・ウィン協力の推進、**サービス分野の開放**、「一帯一路」の深化　など
6		5	都市化・農村振興	農産物価格の合理的な水準への引き上げ、貧困問題改善の取り組み継続　など
8		6	グリーン成長	省エネルギーと炭素削減の推進、エネルギー強国建設計画要綱の策定　など
9		7	民生	**大卒者や移民労働者などの雇用安定、婚姻率向上・出産数安定化への取り組み、長期介護保険導入**　など
5		8	重点分野のリスク防止・解消	不動産市場の安定化、地方中小金融機関リスクへの対応　など

注：赤字は消費拡大に関連するもの。
出所：ジェトロ、人民日報を基に三菱総合研究所作成

2 小売売上高



注：各月平均。25年第4四半期は10月、11月の実績。
出所：Windより三菱総合研究所作成

3 中国政府が消費拡大対象とする分野

1兆元規模の3つの消費分野
1.　インテリジェント・コネクテッド・ビークル（新技術）
2.　コンシューマーエレクトロニクス（特色のある製品）
3.　高齢者用品（多様な世帯ニーズ）
1,000億元規模の10の消費ホットスポット
（新技術） ①スマートウェアラブル製品、②民生用ドローン
（特色のある製品） ③アウトドア用品、④フィットネス機器、⑤ペットフード・用品、⑥トレンディ玩具、⑦化粧品、⑧宝石、⑨国産ブランドファッション
（多様な世帯ニーズ） ⑩乳幼児用品

出所：ジェトロ、新華社通信より三菱総合研究所作成

評価ポイント

今回の結果

- 2025年12月10～11日に開催された中央経済工作会議（以下、会議）で、2026年の経済運営方針が決定した。会議では「安定の中で成長」「質的・効率的な向上」を引き続き重視し、積極的な財政政策と金融緩和策を継続してマクロ政策の実効性を高める方針が示された。
- 重点任務は、前年9項目から地域発展が他項目に吸収され8項目となったが、基本的な課題認識は前年と同様。上位4項目の順位も変わらないが、「重点分野のリスク防止・解消」は最下位となった。ただし、不動産市場の安定化や地方債務リスクへの言及は残されており、重要度が低下したわけではない。

今後の注目点

- 国内需給ギャップ解消や、諸外国のダンピング批判回避には内需拡大が欠かせない。「国内需要の拡大」の成否が、26年中国経済の注目点となる。
- 会議で「消費促進に向けた特別措置」が表明されており、26年も買い替え補助金等の支援策が実施される見通し。但し、支援策依存の消費拡大は持続性に乏しい。実際、25年前半に補助金効果で増加した家電・自動車の売上高は、補助金終了後の第4四半期に前年比マイナスへ転じている（図表2）。
- 持続的な消費拡大に向け、政府は会議に先立ち、①新技術による消費創出②特徴ある製品供給、③多様な世帯ニーズへの対応、④新しい消費シーン・新業態の育成、⑤消費環境整備における消費促進策を発表。また、政策説明会で政府高官は、1兆元規模の3つの消費分野、1,000億元規模の10の消費ホットスポットを具体例として挙げている（図表3）。
- これらの分野に含まれる通信機器、化粧品、宝石の売上は25年を通じ前年比プラスを維持（図表2）、需要の底堅さが感じられる。ただし、今後もこれら新技術製品やサービス消費について拡大を維持するには家計マインド改善が不可欠である。重点任務7番目の「民生」に関する具体策が、家計マインド改善につながるか注視が必要だ。

Copyright (C) Mitsubishi Research Institute, Inc.