

地域経済の好循環実現のための提言  
～「ローカル・アベノミクス」の実行に向けて～

平成26年5月29日  
自由民主党政務調査会  
中小企業・小規模事業者政策調査会

# アベノミクスの成果

## 金融緩和

→中小企業の資金繰りは改善

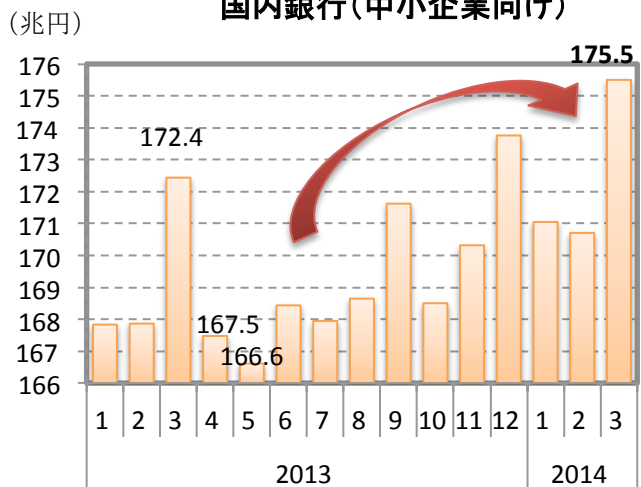
## 財政出動

→公需が成長を下支え

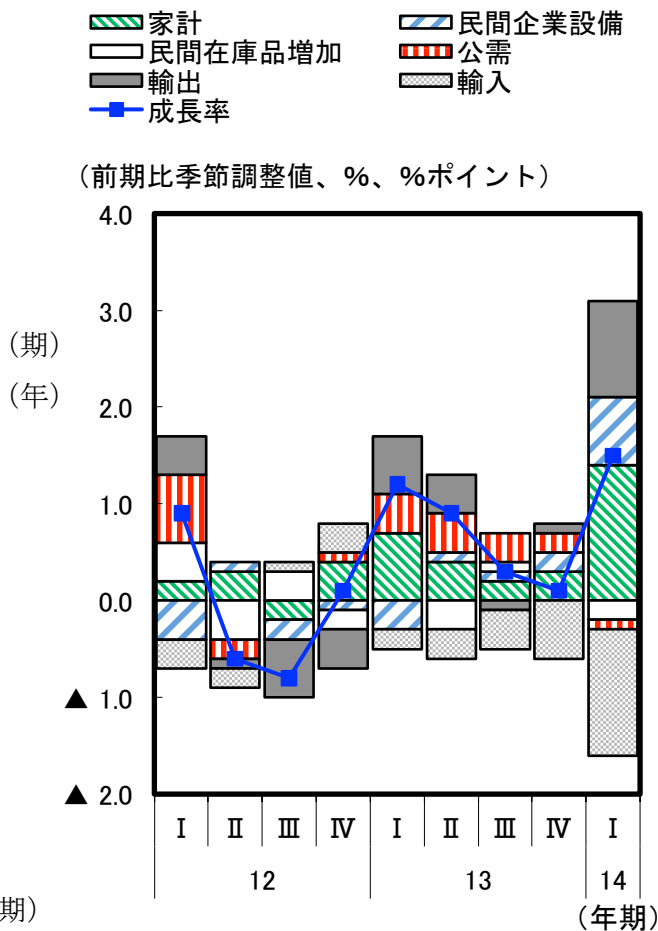
## 成長戦略

→創業が増加

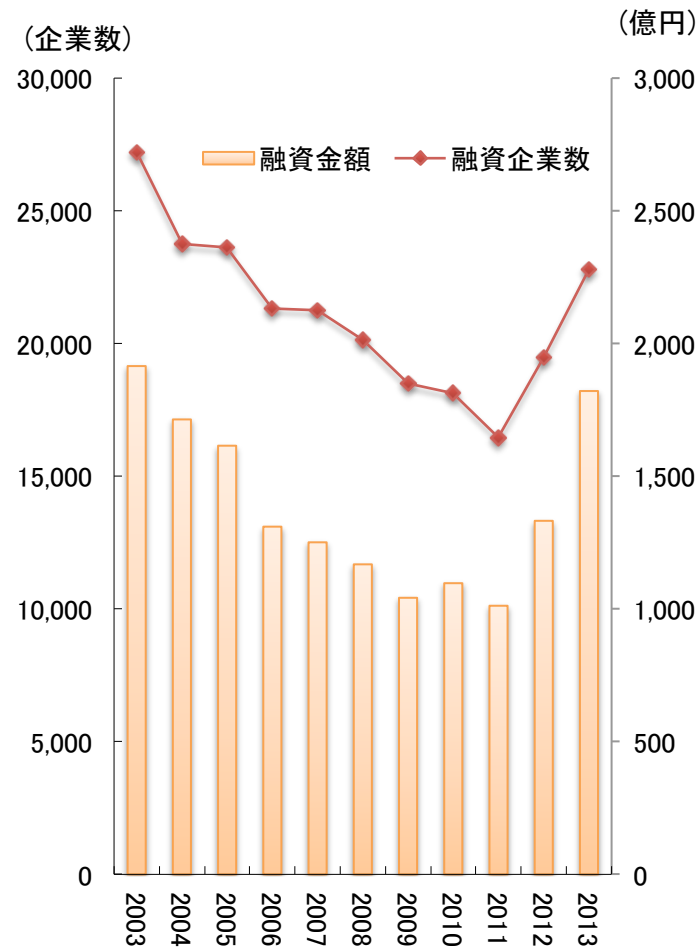
### 国内銀行(中小企業向け)



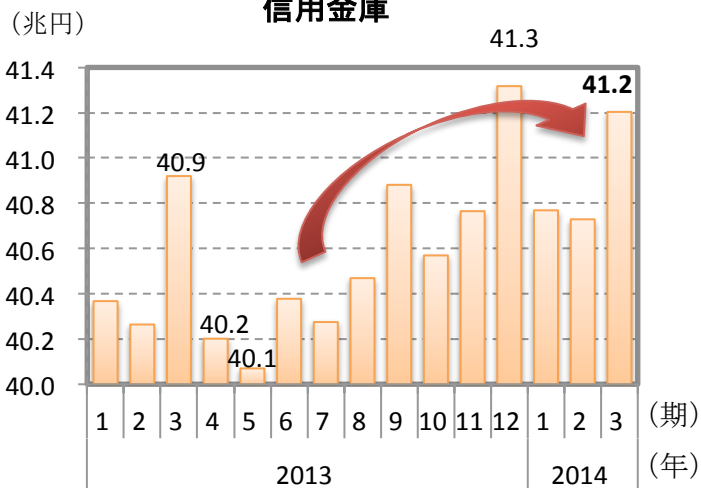
### GDP成長率の推移(四半期)



### 創業(創業前及び創業後1年以内) 融資実績



### 信用金庫



資料：内閣府「国民経済計算」  
注) 14年 I 期は一次速報値。

資料：日本政策金融公庫

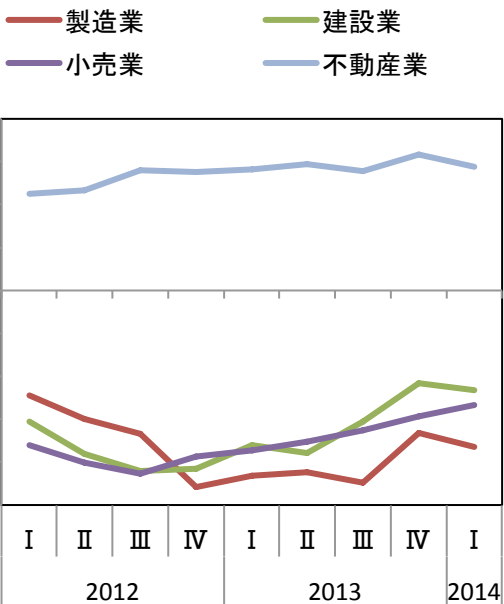
(年度)

# アベノミクスの課題

## 金融緩和

→信用金庫貸出の伸びは今一步業種にも偏り(不動産業中心)

信用金庫の業種別貸出の推移  
(前年同期比)



※信用金庫と国内銀行の貸出金の伸び率  
(13年3月と14年3月との比較)

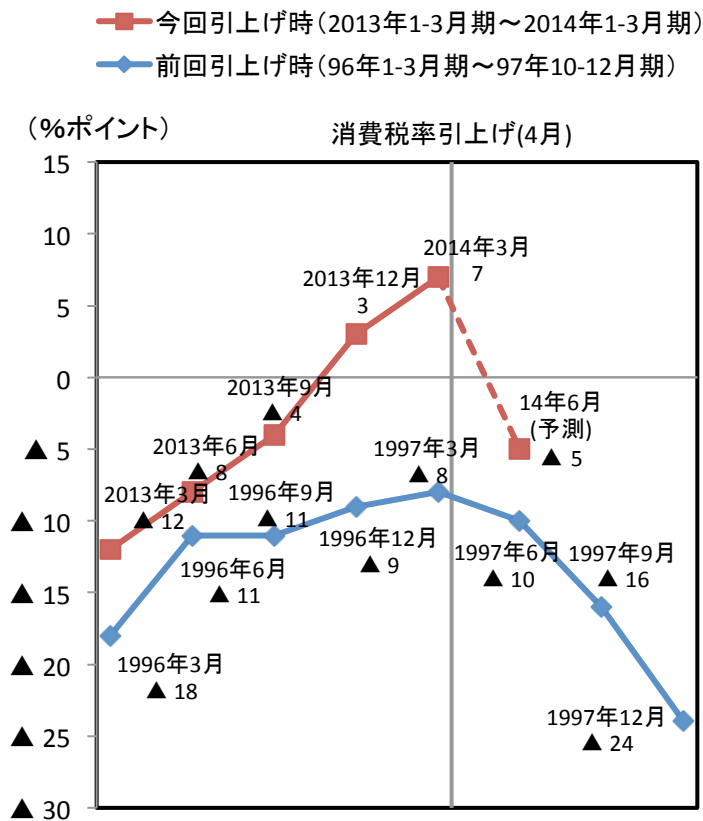
信用金庫	0.69%
国内銀行	1.81%

資料: 日銀「預金・貸出関連統計」

## 財政出動

→反動減からの持ち直しが課題

消費税率引上げ前後の景況の推移  
(前回引き上げ時との比較)



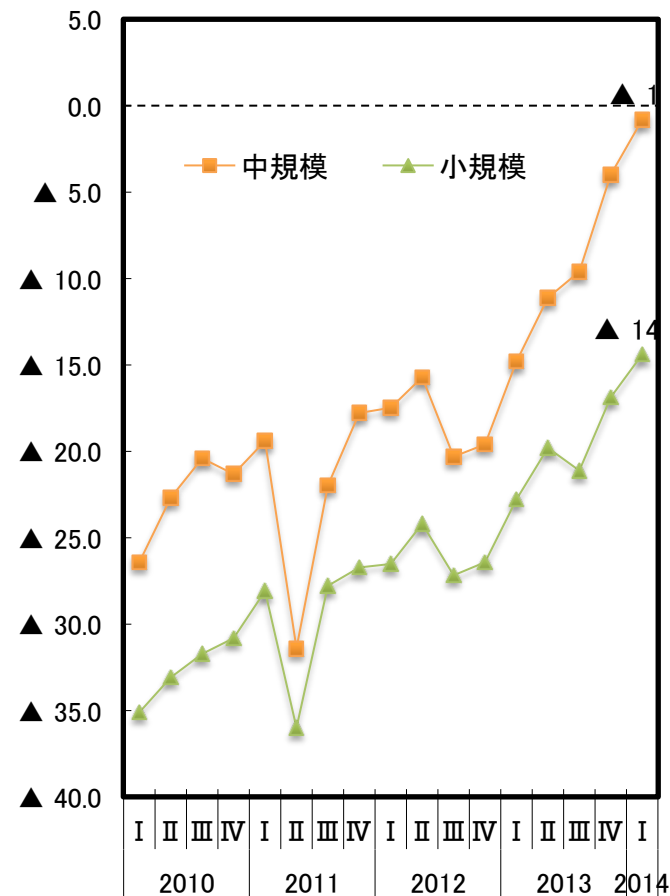
資料: 日銀「短観」、中小企業・全産業。

## 成長戦略

→地域経済を支える小規模事業者の景気回復はこれから

規模別の中小企業の業況感

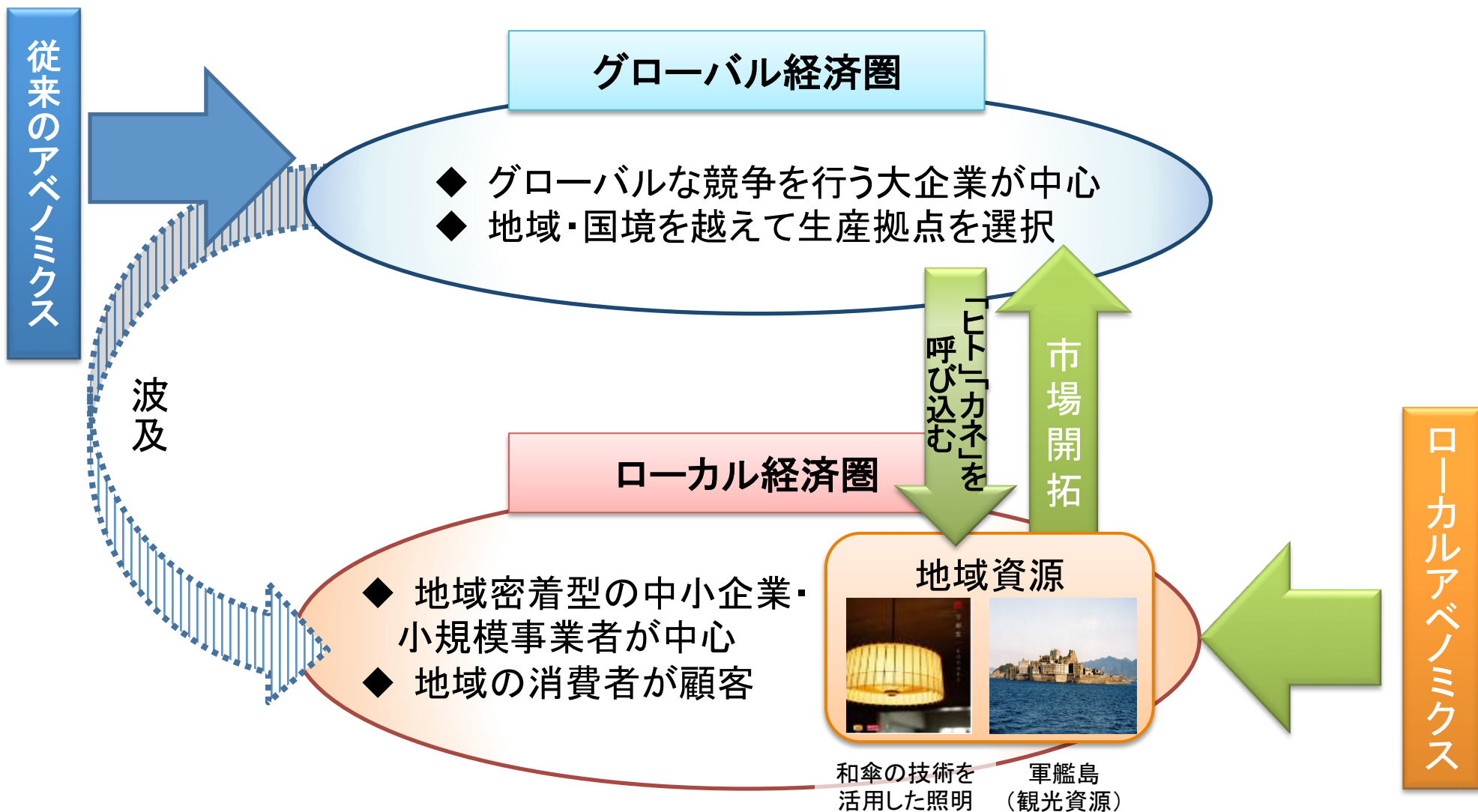
(DI、前期比季節調整値)



➡ 「地域」にターゲットを絞った新たな成長戦略として、「ローカル・アベノミクス」の実行を

# グローバル経済圏とローカル経済圏

- 従来のアベノミクスは、「グローバル経済圏」を直接のターゲットとし、ローカル経済圏への波及効果を期待。しかしながら、「グローバル経済圏」は活況を呈しているが、「ローカル経済圏」への成長の果実の波及は今一步。
- このため、「ローカル経済圏」を直接のターゲットとした「ローカル・アベノミクス」を実行に移し、地域独自の魅力を持つ「地域資源」のプレミアム化や市場開拓を通じて、地域経済の好循環を実現する。



# 「ローカル・アベノミクス」による地域経済の好循環

「ヒト」、「カネ」を呼び込み、地域資源を発展・再生産

【第一段階】  
地域資源の  
魅力向上  
(プレミアム化)  
Attraction

【第二段階】  
内外市場への橋渡し  
(消費喚起)  
Bridge

【第三段階】  
地域全体のコミットメント  
(好循環を支える体制)  
Engagement

- <提案1>  
日本版フラウンホーファー構想
- <提案2>  
プレミアム地域製品の適正評価
- <提案3>  
地域で資金を循環させる仕組み
- <提案4>  
NPOの力を活用

- <提案5>  
サービス産業を革新
- <提案6>  
商店街を「生活空間」として再生
- <提案7>  
「産業新陳代謝促進トータルプラン」

- <提案8>  
「地域再興ポイント制度」の創設
- <提案9>  
「中小企業地域資源活用促進法」の改正
- <提案10>  
「ふるさとプロデューサー」の派遣

- <提案11>  
「観光まちづくり」の推進
- <提案12>  
「人の好循環」の実現
- <提案13>  
海外市場を獲るためのプレミアム戦略

- <提案14>  
地域活性化の「司令塔」機能の明確化
- <提案15>  
地方版成長戦略の強力な推進・定期改定

- <提案16>  
施策の簡潔・骨太化と恒久化
- <提案17>  
映像型広報の徹底

# 「ローカル・アベノミクス」を実現する最重点政策

## 第一段階：地域資源のプレミアム化

### ○「日本版フ라운ホーファー構想」

- ・新たなクラスター政策を広域で大規模に展開するとともに、国の研究機関において、企業からの研究資金の受入れや事業化成功状況を重視する評価軸を導入。
- ・サポイン制度の対象に「デザイン」分野を追加するなど抜本強化。

### ○プレミアム地域製品の適正評価

- ・JIS等の基準も活用しつつ、消費者の購買意欲を喚起する「プレミアムふるさとブランド制度」を創設。

### ○「産業新陳代謝促進トータルプラン」の策定

- ・創業準備、創業、事業立ち上げ、事業承継の各段階の課題を解消するための「トータルプラン」を策定。

## 第二段階：国内外で地域製品の消費を喚起

### ○「地域再興(サイコー)ポイント制度」の創設

- ・地域製品の購入に際し、消費者へのポイント付与やプレミアムクーポンの発行等を行うことで、地域資源ビジネスの「起爆剤」に。

### ○「観光まちづくり」の推進

- ・DMO(Destination Marketing/Management Organization)を設け、戦略的に観光振興に取り組める体制を整備。

## 第三段階：支援体制の確立

### ○地域活性化の「司令塔」機能の明確化

- ・政府の地域活性化施策の「司令塔」機能を再構築。

### ○地方版成長戦略の強力な推進・定期改定

- ・アクションプランを策定し、KPIを設定。地方版成長戦略を毎年改定。