

週刊WEB

企業 経営

MAGA
ZINE

Vol.907 2025.2.4

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター

2025年1月29日号

中国経済:24年10~12月期の評価

~前期から加速するも、外需・政策依存。

不動産不況には底打ちの兆し

経済・金融フラッシュ

2025年1月30日号

米FOMC (25年1月)

~予想通り、4会合ぶりに政策金利を据え置き。

利下げを急がない姿勢を明確化

経営TOPICS

統計調査資料

消費者物価指数(全国)

2024年(令和6年)12月分(2020年基準)

経営情報レポート

中堅・中小企業に求められる

心理的安全性の確保と取組み事例

経営データベース

ジャンル:経営戦略 > サブジャンル:経営強化

中小企業等経営強化法とは

地域未来投資促進法の概要

発行:税理士法人ネクサス

ネット
ジャーナル

中国経済：24年10～12月期の評価 ～前期から加速するも、外需・政策依存。 不動産不況には底打ちの兆し

ニッセイ基礎研究所

本レポートの文書（画像情報等含む）に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

1 中国国家统计局が2025年1月17日に発表した24年10～12月期の実質GDP成長率は、前年同期比+5.4%と、前期（24年7～9月期）の同+4.6%から加速し、季節調整後の前期比（年率）も、+6.6%と前期の+5.3%から加速した。

2024年通年では前年比+5.0%となり、「+5.0%前後」の成長率目標は達成された。

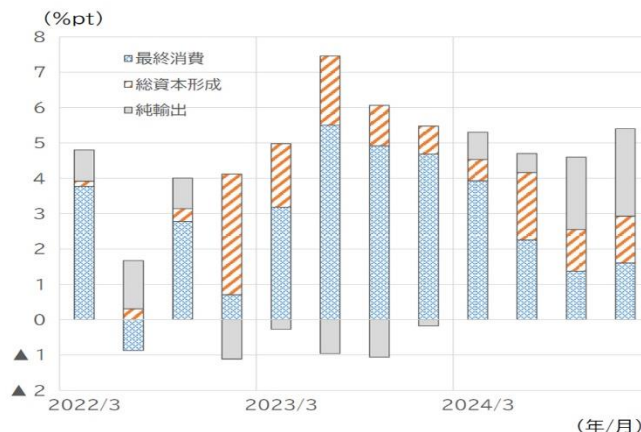


（資料）ともに中国国家统计局、OEIC より、ニッセイ基礎研究所作成

2 前年同期比成長率の需要項目別寄与度をみると、最終消費が+1.6%pt（前期+1.4%pt）、総資本形成が+1.3%pt（同+1.2%pt）、純輸出が+2.5%pt（同+2.1%pt）であった。

純輸出に関しては、輸出が加速した一方、輸入が減少したことで、大きく改善した。内需に関しては、経済対策の下支えを受けた改善であり、自律的な回復力はまだ弱い。

実質GDP成長率の需要項目別寄与度



3 産業別の実質GDP成長率をみると、第1次産業は前年同期比+3.7%（前期同+3.2%）、第2次産業は同+5.2%（前期同+4.6%）、第3次産業は同+5.8%（前期同+4.8%）となった。情報通信・ソフトウェア・ITを除き、製造業を中心に多くの業種で加速した。前期まで6四半期連続でマイナスとなっていた不動産業の成長率は、プラスに転じた。

4 不動産市場に僅かながら改善の兆しが見え始めた点は明るい材料だが、GDPデフレーターは、7四半期連続で前年同期比マイナスとなっており、デフレ懸念は根強い。中国経済は依然不安定な状況にあるといえよう。今後は、本格始動する米トランプ政権による対中政策の影響と、中国国内の経済対策の効果がどのように表れるかが注目点となる。

「Weeklyエコノミスト・レター」の全文は、
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」
よりご確認ください。

ネット
ジャーナル

米FOMC（25年1月） ～予想通り、4会合ぶりに政策金利を据え置き。 利下げを急がない姿勢を明確化

ニッセイ基礎研究所

本レポートの文書（画像情報等含む）に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

1 金融政策の概要：予想通り、 4会合ぶりに政策金利を据え置き

米国で連邦公開市場委員会（FOMC）が1月28日-29日（現地時間）に開催された。FRBは市場の予想通り、政策金利を4会合ぶりに4.25－4.5%で据え置いた。量的引締め政策の変更はなかった。

今回の金融政策方針は全会一致での決定となった。今回発表された声明文では、景気判断部分で労働市場に関する判断が上方修正された。

2 金融政策の評価：トランプ政権の政策に伴う不透明感もあり、利下げを急がない姿勢を明確化

政策金利の据え置きは予想通り。また、声明文の変更が小幅に留まったのも予想通りだった。

パウエル議長の記者会見では、雇用とインフレの目標達成に対するリスクがほぼ均衡しているとの見解が示された。

3 声明の概要

■金融政策の方針

- これらの目標達成を支えるため、委員会はFF金利の誘導目標水準を0.25%ポイント引き下げ、4.25-4.5%とすることを決定（今回削除）
- これらの目標を支えるため、委員会はFF金利の誘導目標水準を4.25-4.5%で据え置くことを決定（今回追加）
- 財務省証券、エージェンシー債、エージェンシーの住宅ローン担保証券の保有を引き続き削減する（変更なし）

■フォワードガイダンス

- 委員会は雇用の最大化と長期的な2%のインフレ率の達成を目指す（変更なし）

3 会見の主なポイント（要旨）

記者会見の主な内容は以下の通り。

■パウエル議長の冒頭発言

- 経済は全体として堅調であり、過去2年間、目標に向けて大きく前進してきた。労働市場の状況はかつての過熱状態から冷え込み、堅調を維持している。インフレ率は、やや高止まりしているものの、長期目標である2%に大きく近づいた。
- 我々の目標達成を支えるため、本日、連邦公開市場委員会は政策金利の据え置きと、保有有価証券の削減の継続を決定した。
- 過去3回の金融政策決定会合で、我々は政策金利をピーク時から1%ポイント引き下げた。政策スタンスの再調整は、インフレの進展と労働市場のリバランスに照らして適切だった。
- 我々は雇用とインフレの目標達成に対するリスクはほぼ均衡しているとみており、マンデートの両側面におけるリスクに注意を払っている。我々の政策スタンスは以前より大幅に緩和され、経済は好調を維持しているため、我々は政策スタンスの調整を急ぐ必要はない。
- 金融政策の枠組みに関する5年間の見直し議論を開始した。我々は夏の終わりまでにレビューを終えるつもりだ。委員会の2%の長期インフレ目標は維持され、見直しの焦点とはならない。

経済・金融フラッシュの全文は、
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」
よりご確認ください。

消費者物価指数(全国)

2024年(令和6年)12月分(2020年基準)

総務省 2025年1月24日公表

2024年(令和6年12月分) 概況

(1) 総合指数は2020年を100として110.7

前年同月比は 3.6%の上昇 前月比(季節調整値)は 0.6%の上昇

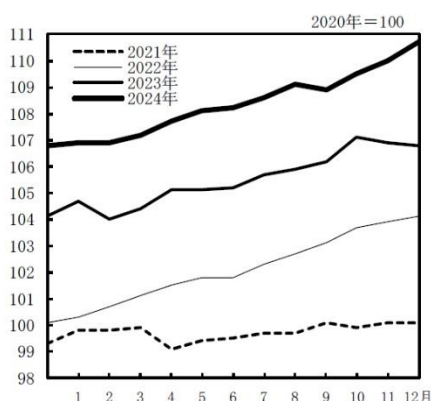
(2) 生鮮食品を除く総合指数は109.6

前年同月比は 3.0%の上昇 前月比(季節調整値)は 0.5%の上昇

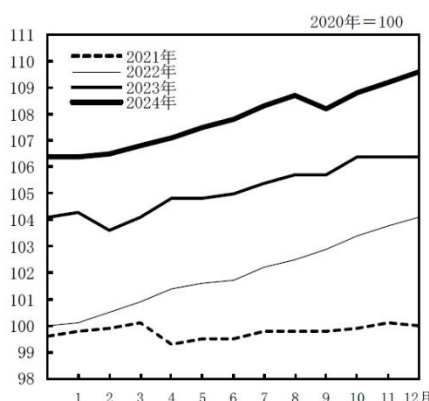
(3) 生鮮食品及びエネルギーを除く総合指数は108.4

前年同月比は 2.4%の上昇 前月比(季節調整値)は 0.2%の上昇

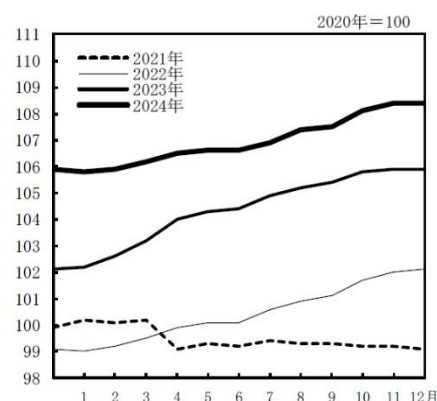
総合指数の動き



生鮮食品を除く総合指数の動き



生鮮食品及びエネルギーを除く総合指数の動き



総合、生鮮食品を除く総合、生鮮食品及びエネルギーを除く総合の指数及び前年同月比

2020年=100

		2023年 2024年												
原数値		12月	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10月	11月	12月
総 合	指 数	106.8	106.9	106.9	107.2	107.7	108.1	108.2	108.6	109.1	108.9	109.5	110.0	110.7
	前年同月比 (%)	2.6	2.2	2.8	2.7	2.5	2.8	2.8	2.8	3.0	2.5	2.3	2.9	3.6
生 鮮 食 品 除 く 総 合	指 数	106.4	106.4	106.5	106.8	107.1	107.5	107.8	108.3	108.7	108.2	108.8	109.2	109.6
	前年同月比 (%)	2.3	2.0	2.8	2.6	2.2	2.5	2.6	2.7	2.8	2.4	2.3	2.7	3.0
生鮮食品及び エ ネ ル ギ ー を 除 く 総 合	指 数	105.9	105.8	105.9	106.2	106.5	106.6	106.6	106.9	107.4	107.5	108.1	108.4	108.4
	前年同月比 (%)	3.7	3.5	3.2	2.9	2.4	2.1	2.2	1.9	2.0	2.1	2.3	2.4	2.4

前年同月との比較(10大費目)

10大費目指数, 前年同月比及び寄与度

2020年=100

原数値	総合	生鮮食品 を除く 総合	生鮮食品及 びエネルギー を除く総合	食料	生食	生鮮食品 を除く 食料	住居	光熱・水道	家事用品	被服及び 履物	保健医療	交通・通信	教育	教養 娯楽	諸雑費
指数	110.7	109.6	108.4	122.5	136.0	120.1	103.5	119.3	119.1	110.5	103.7	98.1	101.3	114.2	105.3
前年 同月 比 (%)	(2.9)	(2.7)	(2.4)	(4.8)	(8.7)	(4.2)	(0.9)	(6.8)	(3.7)	(2.6)	(1.6)	(0.9)	(-1.0)	(4.5)	(1.1)
	3.6	3.0	2.4	6.4	17.3	4.4	0.8	11.4	3.0	2.9	1.7	1.1	-1.0	4.0	1.1
寄与度		(2.54)	(2.09)	(1.38)	(0.38)	(1.00)	(0.18)	(0.47)	(0.15)	(0.09)	(0.07)	(0.12)	(-0.03)	(0.41)	(0.07)
		2.88	2.11	1.80	0.74	1.06	0.17	0.79	0.13	0.10	0.08	0.15	-0.03	0.37	0.07
寄与度差		0.34	0.03	0.42	0.36	0.06	-0.01	0.32	-0.03	0.01	0.00	0.03	0.00	-0.04	0.00

(注) ()は、前月の前年同月比及び寄与度。各寄与度は、総合指数の前年同月比に対するものである。

[総合指数の前年同月比に寄与した主な内訳]

10大費目	中分類、前年同月比(寄与度)	品目、前年同月比(寄与度)
上昇	食料	生鮮野菜 27.3%(0.53)
		穀類 15.2%(0.35)
		生鮮果物 17.9%(0.19)
		菓子類 6.4%(0.17)
		外食 2.8%(0.13)
		飲料 7.4%(0.13)
		肉類 4.1%(0.11)
		調理食品 2.7%(0.10)
	住居	設備修繕・維持 3.5%(0.12)
	光熱・水道	電気代 18.7%(0.62)
		ガス代 7.8%(0.12)
	交通・通信	自動車等関係費 2.3%(0.20)
	教養娯楽	教養娯楽サービス 5.2%(0.28)
		キャベツ 125.7%(0.10) など
		うるち米(コシヒカリを除く) 65.5%(0.24) など
		みかん 25.2%(0.12) など
		チョコレート 30.6%(0.10) など
		すし(外食) 4.6%(0.02) など
		コーヒー豆 22.2%(0.02) など
		豚肉(国産品) 5.0%(0.03) など
		おにぎり 8.3%(0.01) など
		火災・地震保険料 7.0%(0.06) など
		都市ガス代 11.1%(0.11) など
		自動車保険料(任意) 4.1%(0.07) など
		外国パック旅行費 74.7%(0.18) など

前月との比較(10大費目)

10大費目の前月比及び寄与度

原数値	総合	生鮮食品 を除く 総合	生鮮食品及 びエネルギー を除く総合	食料	生食	生鮮食品 を除く 食料	住居	光熱・水道	家事用品	被服及び 履物	保健医療	交通・通信	教育	教養 娯楽	諸雑費
前月 比 (%)	0.6	0.3	0.0	1.0	5.7	0.2	0.0	4.2	-1.2	-0.3	-0.1	0.4	0.0	0.1	-0.1
寄与度		0.33	0.01	0.30	0.26	0.04	0.00	0.31	-0.05	-0.01	0.00	0.05	0.00	0.01	-0.01

(注) 各寄与度は、総合指数の前月比に対するものである。

総合指数の前年同月比の変動に寄与した項目

■総合の前年同月比の上昇幅は0.7ポイント拡大(11月 2.9% → 12月 3.6%)

- ・生鮮食品により総合の上昇幅が 0.36 ポイント拡大

■生鮮食品を除く総合の前年同月比の上昇幅は0.3ポイント拡大(11月 2.7% → 12月 3.0%)

- ・電気代、都市ガス代の上昇幅が拡大し、エネルギーにより総合の上昇幅が 0.31 ポイント拡大
- ・生鮮食品を除く食料により総合の上昇幅が 0.06 ポイント拡大
- ・通信料（携帯電話）により総合の上昇幅が 0.05 ポイント拡大
- ・家庭用耐久財により総合の上昇幅が 0.02 ポイント縮小
- ・宿泊料により総合の上昇幅が 0.03 ポイント縮小

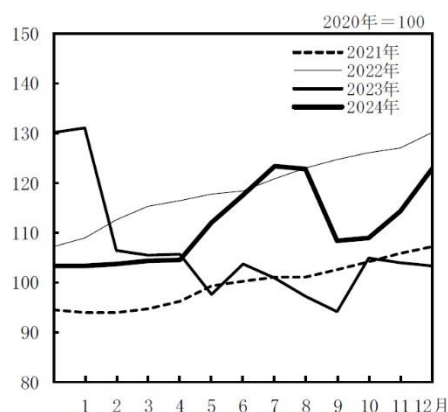
エネルギー構成品の前年同月比及び寄与度

	万分比 ウエイト	2024年11月		2024年12月			
		前年同月比(%)	寄与度	前月比(%)	前年同月比(%)	寄与度	寄与度差
エネルギー	712	6.0	0.45	4.1	10.1	0.76	0.31
電気代	341	9.9	0.33	7.3	18.7	0.62	0.29
都市ガス代	94	6.4	0.06	4.6	11.1	0.11	0.05
プロパンガス	57	4.4	0.03	0.0	2.4	0.01	-0.01
灯油	38	2.0	0.01	0.4	1.8	0.01	0.00
ガソリン	182	1.0	0.02	0.5	0.7	0.02	-0.01

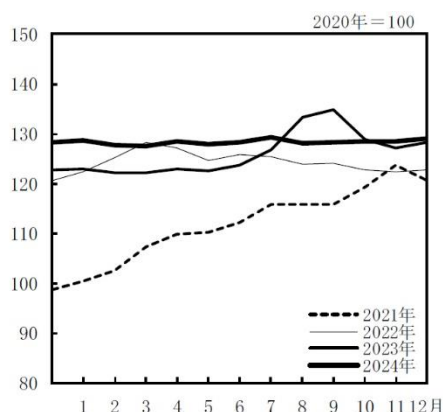
他の主な項目の前年同月比及び寄与度

	万分比 ウエイト	2024年11月		2024年12月			
		前年同月比(%)	寄与度	前月比(%)	前年同月比(%)	寄与度	寄与度差
生鮮食品を除く食料	2230	4.2	1.00	0.2	4.4	1.06	0.06
家庭用耐久財	132	4.1	0.06	-2.6	2.6	0.04	-0.02
教養娯楽用耐久財	77	3.6	0.03	-1.2	1.9	0.01	-0.01
宿泊料	81	8.0	0.09	-3.2	5.2	0.06	-0.03
通信料（携帯電話）	271	-0.2	0.00	3.4	3.2	0.04	0.05

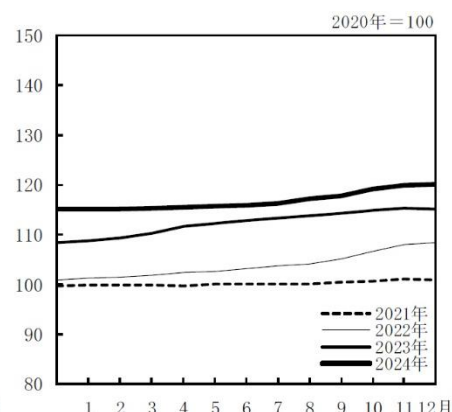
電気代指数の動き



ガソリン指数の動き



生鮮食品を除く食料指数の動き



消費者物価指数（全国）2024年（令和6年）12月分（2020年基準）の全文は、
当事務所のホームページの「企業経営 TOPICS」よりご確認ください。



経営情報
レポート
要約版



労 務

中堅・中小企業に求められる

心理的安全性の確保 と取組み事例

1. 心理的安全性とは
2. 心理的安全性を確保するために必要な心構え
3. 心理的安全性確保に向けた取組み内容
4. 中堅・中小企業の取組み事例



■参考資料

【東洋経済新報社】：『心理的安全性 最強の教科書』 【福岡産業保健総合支援センター】：『心理的安全性に基づくパワーハラスメント防止対策』（産業保健相談員 入江正洋） 他

1

企業経営情報レポート

心理的安全性とは

「心理的安全性」という言葉を耳にしたことがあるでしょうか。これは、ハーバード大学のエイミー・エドモンドソン氏が提唱した概念で、心理的安全性が組織の健全性や生産性に多大な影響を与えるものとして、近年我が国でも関心が高まっています。

本レポートでは中堅・中小企業が「心理的安全性」を確保する必要性や考え方、具体的な取組みについて紹介いたします。

■ 心理的安全性の定義

■ 心理的安全性の定義

心理的安全性（1999年）：エイミー・エドモンドソン

“A shared belief held by members of a team that the team is safe for interpersonal risk taking.”

「対人関係においてリスクのある行動を取っても、『このチームであれば馬鹿にされたり罰せられたりしない』と信じられる状態」

定義されている内容をもとに心理的安全性が確保されている組織や環境について考えると、「個人やチームにおいて、オープンかつ建設的なコミュニケーションが取れ、自分の考えや感情を自由に表現でき、その上で言葉や行動による負の影響や制裁を恐れず、リスクを取ることができる良好な組織、環境」ということができます。

■ Google社の調査「プロジェクト・アリストテレス」

2012 年、生産性が高いチームの特徴を明らかにする目的で「プロジェクト・アリストテレス（Project・Aristotle）」という調査が実施されました。

同プロジェクトは古代ギリシャの哲学者アリストテレスの言葉「全体は部分の総和に勝る」にちなんで名付けられたもので、生産性の高いチームとそうでないチームの特徴や違いを明らかにする目的で次に記載する4項目の調査を実施しました。

■ 生産性の高いチームを明らかにするための4つの調査項目

- ① マネージャーによるチームの評価（定性評価）
- ② チームリーダーによるチームの評価（定性評価）
- ③ チームメンバーによるチームの評価（定性評価）
- ④ 四半期ごとの売上ノルマに対する成績（定量評価）

定性評価は、結果や文化を理解するのに役立つ一方で、どうしても主観が入り込むことが避けられないという問題があります。また、定量評価は、チームの効果を測る具体的な物差しにならず、個別の事情を考慮することができないといった問題があります。

2

企業経営情報レポート

心理的安全性を確保するために必要な心構え

組織の見直しや業務遂行の方法を即座に変えることは一朝一夕という訳にはいきませんが、人に関する部分は心構えひとつですぐに行動に移せます。

そこで本章では心理的安全性を確保するために必要な心構えについてみていくことにします。

■ 中堅・中小企業が心理的安全性確保に取り組むべき理由

以下、中堅・中小企業が心理的安全性確保に取り組むべき理由を、退職者の退職理由と、心理的安全性が確保されていない職場で社員が抱える不安要素という視点から解説します。

(1) 退職者の退職理由として多いもの

中堅・中小企業においては社員一人あたりの業務量の多さや業務領域が広いといった特徴があります。その反面、上場企業や大企業と比べ社員が集まりづらいため、一定程度、社員定着に注力する必要があるといえるでしょう。

下表は求人会社であるエン・ジャパンとリクナビネクストによる、退職理由ランキングです。

■ 退職理由ランキング(それぞれ上位5位まで記載)

	エン・ジャパンによる調査結果	リクナビネクストによる調査結果
1位	やりがい、達成感を感じない	上司・経営者の仕事の仕方が気に入らなかった
2位	給与が低かった	労働時間・環境が不満だった
3位	企業の将来性に疑問を感じた	同僚・先輩・後輩とうまういかなかった
4位	人間関係が悪かった	給与が低かった
5位	残業、休日出勤などの拘束時間が長かった	仕事内容が面白くなかった

出展：HRドクター『退職理由のランキング』

https://www.hr-doctor.com/news/management/engagement/management_dcc-26

エン・ジャパンの調査結果『4位：人間関係が悪かった』の1つ、リクナビネクストの調査結果『1位：上司・経営者の仕事の仕方が気に入らなかった』と、『3位：同僚・先輩・後輩とうまういかなかった』の2つはいずれも人間関係に関するものです。

退職理由上位5位の中に人間関係に関するものがそれぞれ入っていることから、退職者が人間関係をいかに重視していたかが分かります。

(2) 心理的安全性が確保されていない職場で個人が抱える4つの不安要素

心理的安全性が確保されていない職場の特徴として「ミスをするといいてい叱られる」「失敗を素直に報告しづらい環境」「同僚や上司に助けを求めづらい」といったことが挙げられます。

長期間こういった状況が続くと、社員は個人的に次のような不安を抱え、不安から回避行動をとるようになってしまいます。

3

企業経営情報レポート

心理的安全性確保に向けた取り組み内容

■ 心理的安全性を確保するために必要な取り組み内容

心理的安全性を確保するための取り組みは、すぐに実行できるものと、仕組み化が必要なものがあります。

すぐに実行できるものから、自社に不足しているものは早速実践し、仕組み化する必要があるものは、まず自社に必要なか検討するところから始めてみましょう。

■ 心理的安全性を確保に向けた具体的な取り組み内容

- | | |
|-------------------------|--------------------|
| ① まずは些細なことでもいいので雑談から始める | ② 相手がいる場所に “会いに行く” |
| ③ まずは相手の意見を受け止める | ④ 人事評価項目の見直し |

① まずは些細なことでもいいので雑談から始める

心理的安全性の確保に不可欠な相互理解や適切な支援を進めるには、コミュニケーションの量が必要になります。「仕事上の面談は実施しているが、気軽な雑談をすることはあまりない」という状況をよく耳にしますが、これではコミュニケーションの量は十分とはいえません。

そのため、仕事の一部だけではなく「些細なことでもいいので雑談する」ことから始めましょう。これがコミュニケーション不足解消の第一歩です。

そして次のステップが『相手のことを知る雑談』です。

■ 相手のことを知る雑談の例

- | | | | | | |
|--------|---------|------|-------------|------|-------|
| ・ 季節 | ・ 得意なこと | ・ 趣味 | ・ 好き/嫌いな食べ物 | ・ 家族 | ・ 持ち物 |
| ・ スポーツ | etc. | | | | |

相手を知る機会になる雑談は、「上司があなたに興味を持っています」というメッセージにもなります。そして、コミュニケーションの量が増えることで「相手の状態を知り、どのような形で支援すればいいのかを探るヒントを得る」ことが可能となるのです。

② 相手がいる場所に “会いに行く”

“Meet them where they are” という英語の表現があります。直訳すれば『相手が今いる場所に会いに行く』で、これを仕事にあてはめると『相手に合わせる』という意味になります。

例えば、口調が穏やかな社員に対して早口で話すと、それだけで相手は緊張して落ち着いて会話をすることができなくなります。反対に、目を合わせ、穏やかな口調で話すことが出来れば、緊張がほぐれ、気持ちを落ち着かせることができ、それが心理的安全性の確保につながります。

4

企業経営情報レポート

中堅・中小企業の取組み事例

■「面白く働くために」を追求していくB社の事例

<B社の概要>

創業	1998 年	社員数	正社員 270 名
本社	東京都	業種	ゲーム制作、web 制作

ゲームや web 制作などを手がけるB社は 1998 年に「面白法人」として設立されました。

以下、「つくる人を増やす」を経営理念に掲げる同社における心理的安全性と、それを担保する仕組みを紹介します。

(1)自分が面白がるのが1番

上司のアイデアに反論すれば人事評価で不利になるかもしれないという不安が過るものですが、同社にはそれがありません。設立当初から面白法人を標榜しているように、何をするにも面白いことが1番、次に周囲から面白い人だと言われること、誰かの人生を面白くすること、という3段階での考え方が徹底されているからです。

したがって議論の際も、面白く働きたいからこれは納得できるが、これは納得できないといった主張ができるのです。そして、言う側も言われる側も、それをリスクだと感じない環境が構築されているのです。

(2)弱みを認めた時点で認めたことになる

人事評価では、失敗したことや学んだことは何かを必ず聞くようにしています。

そして、ベテランや立場の高い社員であっても、間違いを指摘されれば明るく素直に「ごめん」と謝る文化が醸成されています。

経営者は、「弱みを無理に克服しようとしなくてもいい。認めた時点で乗り越えたことになる」と考えており、その言葉通り、うまくいかなかったプロジェクトも積極的にホームページで公開しています。会社自体が弱みをさらけ出すことで、社員の心理的安全性を担保しています。

(3)引き続き『面白い』を追求するために

良いものを作るためには当然、つらいことや大変なこともあります。またアウトプットに対する評価は厳しいものであるかもしれません。ただ同社ではそれを理由に、人間性が否定されることはあり得ません。自分らしく働けるという意味で心理的安全性は確立されており、そういった環境がより「面白い」取組みを可能にしているのです。

レポート全文は、当事務所のホームページの「企業経営情報レポート」よりご覧ください。

ジャンル:経営戦略 > サブジャンル:経営強化

中小企業等経営強化法とは

中小企業等経営強化法について、教えてください。

中小企業等経営強化法は、人口減少や人手不足などの課題に直面する中小企業の持続的な発展を支援する法律です。経営革新や経営力向上、先端設備導入などの取り組みを総合的に支援し、企業の生産性向上を促進します。

中小企業等 経営強化法

この法律は、中小企業が「経営力向上計画」を作成し、国の認定を受けることで、税制優遇や金融支援などの様々な支援措置を活用できます。

具体的には、生産性向上のための設備投資に対する即時償却や税額控除、低利融資などが受けられ、企業の競争力強化をバックアップします。

また、商工会議所や金融機関などの経営革新等支援機関による無料相談も利用可能で、中小企業の経営力向上を実現するための実践的な支援体制が整備されています。

経営力向上 計画とは

経営力向上計画とは、中小企業・小規模事業者が自社の経営力を向上させるために作成する計画書で、実行時期や、現状、経営力向上するための内容を記載します。

計画の作成から認定申請まで、商工会議所や金融機関などの経営革新等支援機関に無料で相談することができ、専門家のサポートを受けながら取り組むことが可能です。

支援措置

経営力向上計画の認定を受けた事業者は、以下のような支援措置を活用することができます。

■税制措置

税制面の支援として、中小企業経営強化税制による即時償却や税額控除を受けることができます。

また、他社から事業承継を行う場合には、不動産取得税の軽減や準備金積立による法人税の軽減措置も利用可能です。

■金融支援

金融面では、計画の実行に必要な設備投資や運転資金について、政府系金融機関による低利融資や民間金融機関の融資に対する信用保証制度を活用できます。

また、各種補助金の申請時には、認定事業者として優先的な採択を受けられる可能性があります。

ジャンル:経営戦略 > サブジャンル:経営強化

地域未来投資促進法の概要

地域未来投資促進法の概要とは、
どのようなものでしょうか？

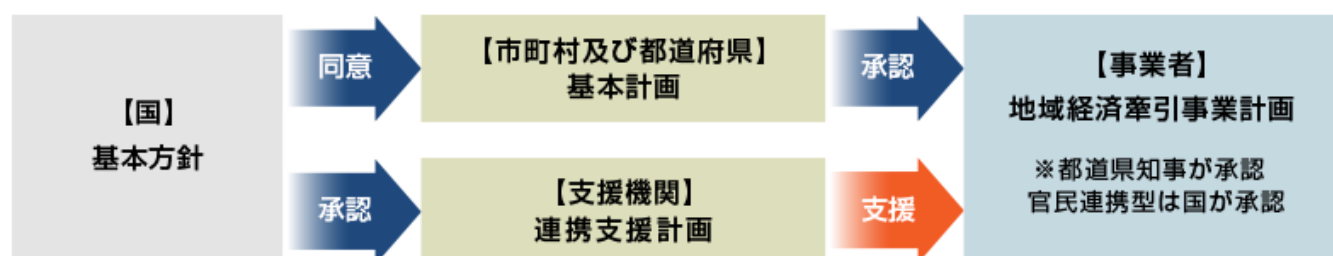
地域未来投資促進法は、地域の特性を生かした事業活動の経済的波及効果を最大化するための法律です。

(1)地域未来投資促進法とは

地域未来投資促進法は、各地域が持つ固有の特性や強みを活かしながら、高付加価値を生み出す事業活動を支援することを目的としています。具体的には、まず市町村と都道府県が地域の発展の方向性を示す「基本計画」を作成。

この計画に基づいて、地域の事業者が「地域経済牽引事業計画」を策定し、都道府県知事の承認を受けることで、様々な支援措置が活用できます。

さらに、事業者の取り組みを支援するため、地域経済牽引支援機関が「連携支援計画」を作成し、国の承認を得ることで、より効果的な支援体制を構築できます。



(2)支援を受けるには

「地域経済牽引事業計画」の承認を得るためには、都道府県・市町村が策定する「基本計画」に基づき、次の3つの要件を満たす必要があります。

■地域の特性を生かすものであること

都道府県・市町村が基本計画で定めた地域の特性を活用し、ものづくりや観光などの分野で、地域の活用戦略に合致する事業であることが求められます。

■高い付加価値を創出するものであること

基本計画で定められた基準額を上回る付加価値額を創出する事業であることが必要です。

■地域の事業者への経済的効果を有すること

売上高、地域での取引額、雇用者数、給与総額などについて、基本計画で定められた基準を満たし、地域の事業者に対して経済的な波及効果をもたらす事業であることが求められます。