

12/31-77

# アベノミクス自賛 税金6千万円投入

内閣は内閣だった2010~11年、「アベノミクスの「成績を国民に伝えるため」として、宣伝費用で6400万円余の税金を使つた」とが本紙の調べでわかつました。内容は「戦後最長の景気回復」などと自賛するもので、政権の名を冠した政策を公金で持ち上げる異様な浮城物が見えてあがります。

(矢野聰弘)

内閣府が18年に結んだ契約情報によると、「アベノミクスの成績を国民に伝えるため」として宣伝費用で6400万円余の税金を使つた」とが本紙の調べでわかつました。内容は「戦後最長の景気回復」などと自賛するもので、政権の名を冠した政策を公金で持ち上げる異様な浮城物が見えてあがります。

## 18年 安倍内閣

博報堂に入れによらない随意契約で発注してしまった。随をはじめとする各種取組による成果を国民に伝えるため」としての契約がありまし。た。内容は「動画、雑誌広告の制作」「パンフレットの印刷等」となっており、計6440万円余を大手広告代理店

ノミクスの推進による日本経済は大きく改善」として、第2次安倍政権とそれ以前とを比較し、「成績」を強調している。内閣府や日本学生支援機構の調査をもとに検証。志位氏は、

業者数などのデータが並び、あたかも「景気回復」を思わせるものになっています。他方で、「実質家計消費支出」についての指標を判断する上で重要な指標が抜けてしましました。「実質家計消費支出」が65歳以上の高齢者や高校生・大学生となっており、少ない年金や高い学費のために働かざるを得ない状況になつてじゆく」とを指摘しました。

この質問で安倍晋三(当時)は、志位氏から「都合のよい数字だからシマリ會」とはやめられたと批判されています。が、その後改定されたパンフレットをみると、それを反省した様子はありません。

本紙の取材に政府広報室は、「契約の経緯については詳しく述べられないが、成績を広報しようとしている」で契約に至ったのではないか」とのぐま

## 都合のよい数字並べ宣伝

第2次安倍政権が14年に強行した消費税率8%への引き上げを契機に落ち込んでしまった。それでも政府広報のホームページで公開しています。パンフレット「データで見る アベノミクス」は20年1月に内容が改定されたものが掲載されていきます。

またパンフレットでは、「就業者数」が12年と比べ、18年は「3384万人増」と誇りこなっています。