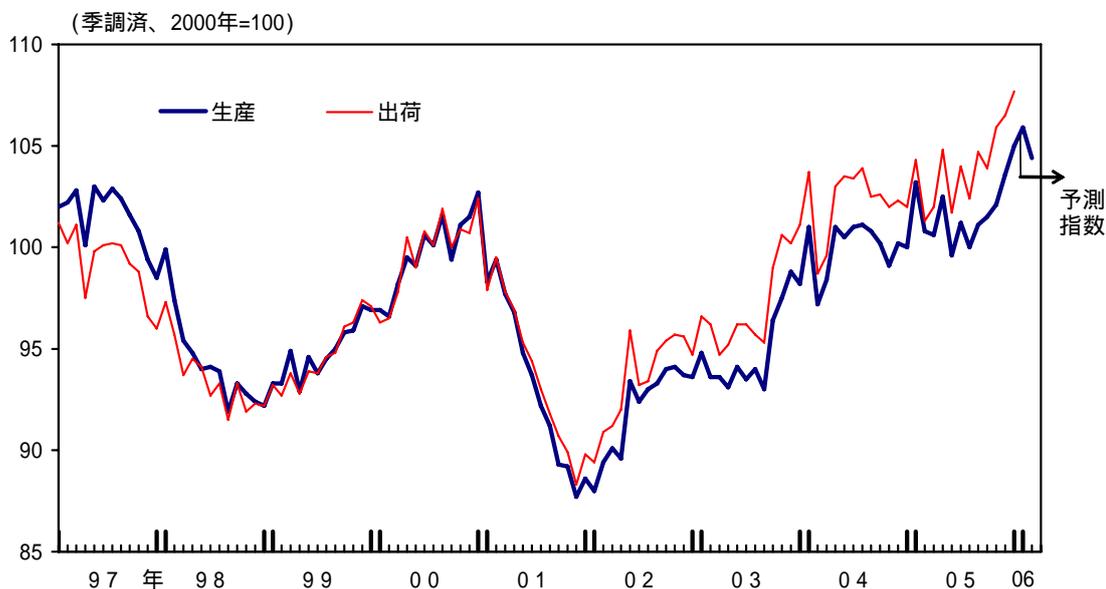
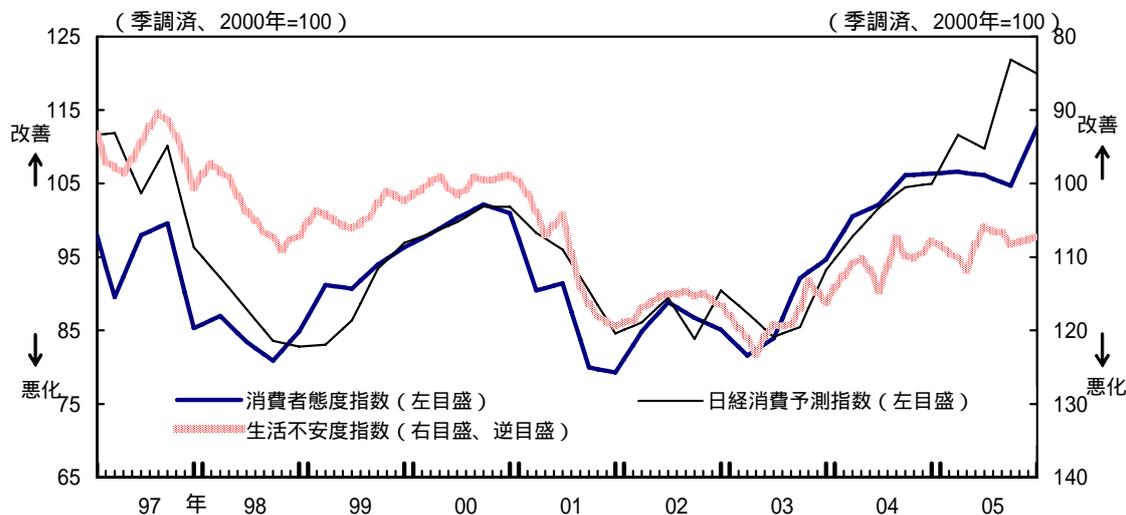


(図表1) 鋳工業生産と出荷



(資料) 経済産業省「鋳工業指数統計」

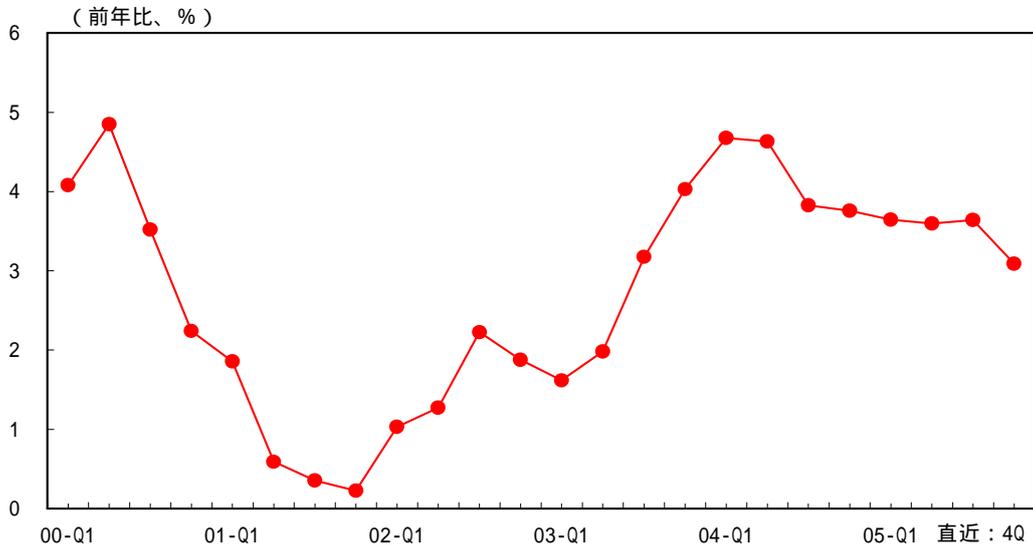
(図表2) 消費者コンフィデンス



- (注) 1. X-11による季節調整値。但し、消費者態度指数は、内閣府による季節調整値。なお、日経消費予測指数は、2004年まで四半期調査であったため、四半期の値で季節調整を実施。
2. 消費者態度指数(調査客体：全国一般 5,040世帯)、日経消費予測指数(同：首都圏 600人 <2004年9月までは1,500人、2004年12月は880人>)、生活不安度指数(同：全国 2,200人)はいずれも消費者意識を尋ねたアンケート調査。
3. 生活不安度指数とそれ以外とは調査月が異なるため、計数を各々の調査月にプロット。

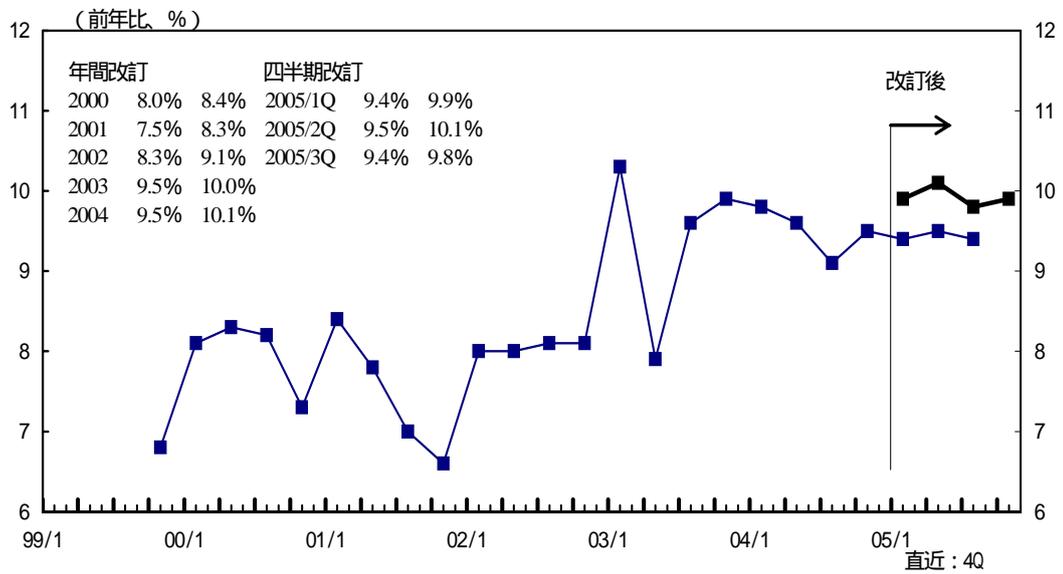
(資料) 内閣府「消費動向調査」、日経産業消費研究所「日経消費予測指数」、日本リサーチ総合研究所「消費者心理調査」

(図表 3) 米国の実質 GDP の推移



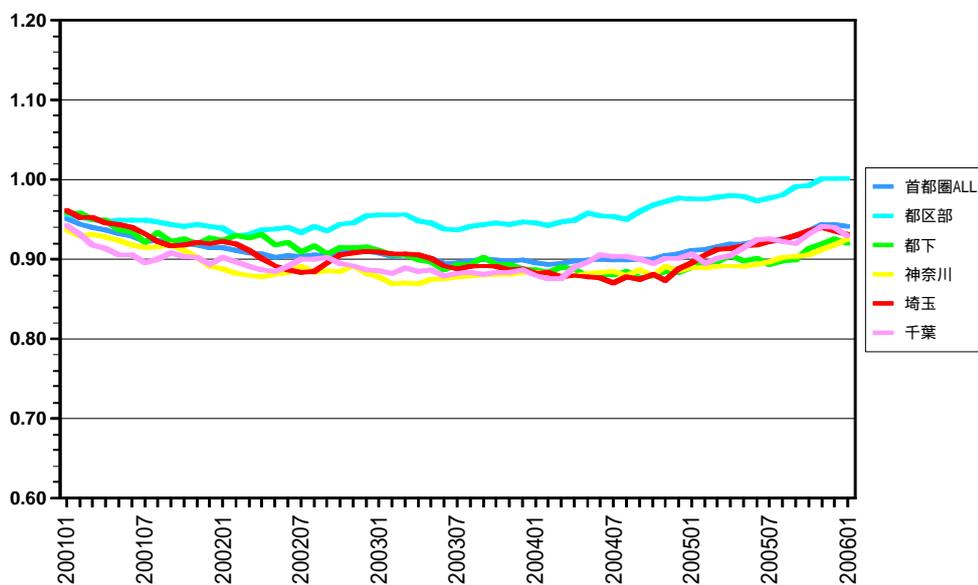
(出所) 米国商務省

(図表 4) 中国の実質 GDP の推移

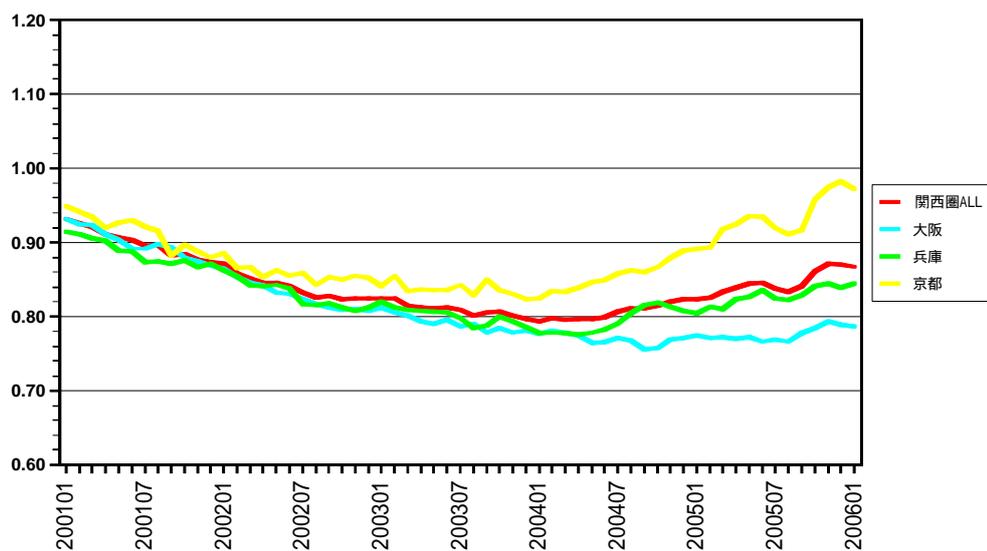


(出所) 中国国家統計局

(図表 5) 首都圏の品質調整済み中古マンション価格指数



(図表 6) 関西圏の品質調整済み中古マンション価格指数



(注) ファミリータイプ。2000年1月 = 1.

(出所) IPD (インベストメント・プロパティ・データバンク)

地域再生税制について

地域再生に資する経済的社会的効果を及ぼす事業(地域再生事業)を行う民間企業に対する投資について税制上の優遇措置を講じることにより、当該事業に対する民間資金にインセンティブを付与

「志ある投資」を支援
地域再生に役立つ事業の展開を後押し

< 課税の特例の適用要件 >

地方公共団体が作成する「地域再生計画」において、地域再生事業の実施が当該計画の目標達成のために必要な民間事業として位置づけられており、雇用機会の創出効果が見込まれる場合

< 地域再生事業の基本的考え方 >

- (1) 従来公的主体が主に担っていた事業
 - (2) 収益性の観点から民間の積極的参加が期待できない事業
- であるが、地域再生を推進する上で民間事業者の参加が望ましいと考えられる分野

地域再生税制の全体イメージ

