

企業立地に向けた取組方針【概要版】

1. 府の企業誘致施策の変遷

これまでの企業誘致・立地

産業用地創出のため、土地造成

- 大阪府が開発又は開発に関与した「りんくうタウン」や「テクノステージ和泉」などの産業用地は、バブル崩壊以降、設備投資意欲の弱まりや用地価格の折り合いがつかないなどの理由から企業の立地が進まず、未利用の状況が続いた。



企業誘致・立地施策を構築

- 市町村における企業立地の優遇制度と連携する施策を講じる。
- 事業用定期借地契約の導入



産業用地への誘致活動を展開

- 概ね誘致は完了（契約率 99%）
- 新たな投資や一定の雇用創出

《企業誘致・立地施策》

- 【補助金】産業拠点立地企業事業展開補助金（H7～ 随時改編）
- 【融資】産業立地促進融資（H6～H23）
- 【土地賃貸】事業用定期借地開始（H13～）
- 【税制】産業集積促進税制（H13～）、成長特区税制（H24～）
- 【国制度】地方拠点強化税制（H27～）、地域未来投資促進法（H29～）
- 【誘致活動】国家特区等推進事業（プロモーション活動）（H25～）

2. 企業誘致・立地が直面する課題及び社会情勢の変化

産業用地の不足

- 近年、新たに府内への事業進出や拡張を希望される製造業などの事業者に対して、紹介できる事業用適地が見当たらず、誘致や立地に結びつかない事例が多く生じている。 ⇒ 《製造業向けの事業用地について、約 9 割の市町村が不足と認識》
- 既存用地についても、工業地域における工場の廃業・移転後の跡地や生産緑地等の住宅転用による「住工混在」により良好な操業環境にある事業用地の減少などが、産業用地の不足に拍車をかける状況。 ⇒ 《製造業の操業環境を維持するためには、既存用地の保全が必要と約 8 割の市町村が認識》

人手・人材不足

- 生産年齢人口の減少や人手不足の顕在化、一極集中が進む東京圏への人材流出。 ⇒ 《市町村訪問時の意見交換において、「人手・人材不足」が課題とする声が多数あり》

産業・経済のグローバル化

- 大阪・関西で 55 年ぶりとなる 2025 年日本国際博覧会の開催が決定し、ますます大阪・関西への注目が高まり、国内外からの投資が進むことが期待される。

大阪への投資（立地）に対する潜在的な企業ニーズは高い。

4. 先にあるもの（めざすべき姿）

- 企業の持続的な投資（立地）により、ビジネス環境の最適化に繋げる。
- 地域課題（若者雇用創出や事業承継等）の解決や地域特性の向上に繋げる。

3. 取組方針（これまでの取組について、継続強化するとともに新たな取組にチャレンジ）

重点取組 1

用地（商品）の保全・活用・創出 《商品開発》

～産業用地の創出・土地有効活用化～

- **産業用地の保全・創出 《新規（一部継続）市町村まちづくりと連携した取組を強化》**
 - 産業用地創出に向け、庁内関係部局（都市整備部・住宅まちづくり部・環境農林水産部）と連携し、市町村（産業部局・都市計画部局）に働きかける。
 - ⇒ 市街化調整区域の開発許可の提案基準の活用促進
 - ⇒ 特別用途地区や地区計画等の積極的な活用促進
 - ⇒ 幹線道路沿道、I C 周辺など産業用地創出の可能性のある地区へのアプローチ など
- **土地有効活用化 《新規：低・未利用地活用に向けた実態把握・活用策の検討》**
 - 低・未利用地の実態把握
 - ⇒ まず、工場等の集約化に伴い稼働されていない施設や活用されていない用地（更地）を把握する手法を検討（委託調査や市町村からの情報提供等）
 - ⇒ 次に、実態把握を行い活用策（企業接触、周辺状況やインセンティブの適否など）を検討
 - 民間企業との連携
 - ⇒ 金融機関等が把握している用地情報等について、マッチング等の適否について検討

重点取組 2

市町村等と連携した立地促進施策の強化 《販売促進》

～市町村と連携した企業立地施策の展開・企業立地施策の活用～

- **市町村と連携した企業立地施策の展開 《継続強化：産業集積促進税制指定区域の追加等》**
 - 大阪の特色（地域特性）を活かした施策展開を図るには、地元市町村と連携した取組が必要。
 - ⇒ 府内市町村（大阪市 24 区、堺市 7 区、41 市町村：計 72 区市町村）の 32 区市町村において製造業が基盤産業という状況。
 - ⇒ 市町村においては、製造業が基盤産業（又はその割合が高い）、或いは工業系用途地区が存在するにも関わらず、製造業への支援等を講じていない場合もあり、市町村の意向等も踏まえ、制度創設等を働きかける。
- **企業立地施策の活用を促進 《新規（一部継続）：団体等との連携強化による施策活用促進》**
 - 中小企業における行政施策の情報収集先は、税理士・中小企業診断士・商工会議所・金融機関などからの照会が多い。
 - ⇒ 施策情報の収集先である団体等と連携した情報発信を強化。
- **グローバル企業や本社機能の立地を促進 《継続強化：プロモーション活動の強化》**
 - G 20、万博開催、I R 誘致取組み、インバウンド増加は大阪を PR する絶好の機会である。これらの流れを取込むことで、グローバル企業や本社機能の立地に繋げる。

5. 今後の進め方（基本姿勢）

- 庁内関係部局と連携し、都市計画法の手法等による用地創出に向け、積極的に市町村に働きかける。
- 大阪の魅力発信や地域活性化に向け、企業立地支援に取組む民間企業等と連携を強化する。