

施策名：企業立地の推進

事業名	担当課・局・室名	ページ
企業立地促進事業	企業立地推進課	2 / 4
工業団地等整備促進事業	企業立地推進課	3 / 4
流通拠点整備推進事業	企業立地推進課	4 / 4

事業名	企業立地促進事業	事業期間	昭和 6 1 年度～平成 年度	上位の施策名	企業立地の推進
				担当課・局・室名	企業立地推進課

[目的、現状・課題]

目的	対象	誘致企業	現状・課題	歴史的な円高の進行や人口減少に伴う国内市場の縮小等により、生産・研究開発拠点の海外流出や国内集約の動きが顕在化し、企業の国内投資意欲は減退する状況にあるため、地域間競争がますます熾烈になっている。
	意図	県内への立地を促進させる		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	2 1 年度	2 2 年度	2 3 年度	2 4 (予算)
企業立地促進補助金 大規模投資促進補助金 コールセンター企業立地促進補助金 ソフトウェア業等立地促進補助金	設備投資及び新規地元雇用に要する経費を助成 (6件)	直接補助	誘致企業	総コスト	1,069,286	344,265	352,015	751,116
				事業費	1,067,286	342,265	350,015	749,116
				うち一般財源	1,067,286	342,265	350,015	749,116
				人件費	2,000	2,000	2,000	2,000
				職員数 (人)	0.20	0.20	0.20	0.20

[事業の成果等]

事業の成果	指標名 (単位)	事業の実績		最終目標	
		2 2 年度	2 3 年度	目標値	目標年度
厳しい経済情勢のなか、22件の企業立地があった。	活動指標 補助件数 (件)	5	6		

成果指標	指標名 (単位)	達成度	2 1 年度	2 2 年度	2 3 年度	2 4 年度	最終達成 (年度)	評価	備考	
	企業誘致件数 (件)	目標値				20	20		達成	
		実績値	19	18		22				
		達成率			110.0%					

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	県及び市町村を含めた総合的な施策をもって全国の自治体と競争する本事業は、県による実施が必要で、現在のところ他に代替可能な団体はない。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	2 3 年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
			2 1 年度	2 3 年度	総コスト / 補助件数 (H21:11件)
事業の簡素化、実施方法の見直し (業務の民間委託など) を図っているか	図っている (拡大困難)	・最新適地情報や各助成制度等を掲載した総合的なパンフレットやHPによる効果的な周知	97,208 千円/件	58,669 千円/件	

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	他県との誘致競争に打ち勝つため
改善計画等			

事業名	工業団地等整備促進事業	事業期間	昭和 57 年度～平成 年度	上位の施策名	企業立地の推進
				担当課・局・室名	企業立地推進課

[目的、現状・課題]

目的	対象	工場用地	現状・課題	内需縮小や為替環境等により企業の国内投資意欲は減退しており、地域間の企業誘致競争が激しさを増している環境の中で、業種や規模によって異なる工場用地に対する企業ニーズに十分対応していくことが必要である。
	意図	整備する		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト				
				21年度	22年度	23年度	24(予算)	
工場用地等先行取得事業利子補給金	工場用地先行取得に係る借入金の利子に対する補助 (2市土地開発公社)	直接補助	市土地開発公社	総コスト	6,774	8,347	40,477	41,342
工場用地等特別対策事業費補助金	県土地開発公社が、独立行政法人中小企業基盤整備機構と行う共同事業において、工場用地等をその公募価格を下回る額で立地企業に譲渡する場合、その差額のうち県土地開発公社負担分を補助(4社分)	直接補助	県土地開発公社	事業費	4,774	6,347	38,477	39,342
				うち一般財源	4,774	6,347	38,477	39,342
企業立地基盤整備費補助金	工場用地の調査費や周辺道路の工事費に対する補助(5市)	直接補助	市町村	人件費	2,000	2,000	2,000	2,000
				職員数(人)	0.20	0.20	0.20	0.20

[事業の成果等]

事業の成果	県及び市が一体となって工場用地を整備するとともに、企業に対して好条件を提示することができ誘致の成功に繋がった。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
			22年度	23年度	目標値	目標年度		
			市町村等支援件数(件)	6	11			

成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成(年度)	評価	備考	
	企業誘致件数(件)	目標値				20	20		達成	
		実績値		19	18	22				
		達成率				110.0%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	企業誘致を実現するためには、県及び市町村等が一体となった総合的な施策を講じ、激しさを増す誘致競争に打ち勝つ必要がある。当該事業は県による実施が必要であり、現在のところ他に代替可能な団体はない。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	23年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
			21年度	23年度	
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・研修会や個別指導の実施による市町村との連携強化	1,694 千円/件	3,680 千円/件	総コスト / 市町村等支援件数(H21:4件)

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	今後も継続して工場用地等の整備を図っていく必要があるため
改善計画等	・25年度は、自然災害等発生時の工業団地機能の改良復旧に向けた支援が必要		

事業名	流通拠点整備推進事業	事業期間	平成 8 年度～平成 4 5 年度	上位の施策名	企業立地の推進
				担当課・局・室名	企業立地推進課

[目的、現状・課題]

目的	対象	誘致企業	現状・課題	景気の後退に加え、燃料高・原材料高など企業を取り巻く環境は非常に厳しい状況にある。当団地の対象である物流関連企業や加工組立型企業は特にこの影響を受けており、地域間競争はますます熾烈になっている。
	意図	大分流通業務団地への立地を促進させる		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト				
				2 1 年度	2 2 年度	2 3 年度	2 4 (予算)	
流通拠点整備推進事業	大分流通業務団地に立地した企業に対する補助 (3件)	直接補助	誘致企業	総コスト	507,403	172,024	127,700	166,076
				事業費	487,403	152,024	107,700	146,076
				うち一般財源	52,763	63,814	107,700	146,076
				人件費	20,000	20,000	20,000	20,000
				職員数 (人)	2.00	2.00	2.00	2.00

[事業の成果等]

事業の成果	これまでの193,838㎡を分譲した結果、分譲率65.1%となっている。	活動指標	指標名 (単位)		事業の実績		最終目標			
			2 2 年度	2 3 年度	目標値	目標年度				
			補助件数 (件)	3	3					
成果指標	指標名 (単位)	達成度	2 1 年度	2 2 年度	2 3 年度	2 4 年度	最終達成 (4 0 年度)	評価	備考	
			目標値	127,000	136,000	145,000	154,000			298,000
			実績値	182,911	193,838	193,838				
			達成率	144.0%	142.5%	133.7%				
	流通関連企業集積累計面積 (㎡)						達成	交渉中の企業が東日本大震災やタイ洪水の影響等で投資を見送ったことから、2 3 年度は新たな分譲がなかった。		

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	東九州における広域的な流通拠点の形成を目的として県が整備した団地であり、県による実施が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	2 3 年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し (業務の民間委託など) を図っているか	図っている (拡大困難)	・既存資料の活用などによる販売促進経費の節減	2 1 年度	2 3 年度	総コスト / 成果指標の当該年度実績値 (H21 : 16,545、H23 : 0)
			31 千円/㎡		

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	大分流通業務団地への企業集積をさらに促進するため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・ダイレクトメールの送付や物流関連企業等への訪問を強化し、引き続き企業誘致活動を推進 ・2 5 年度は、早期売却に向けた具体的な販売戦略の検討が必要 		