

企業誘致 Soul-Saitama 戦略

~Success in optimal urban landscape-Saitama!!~

(令和4年4月~令和7年3月)

令和4年4月

埼玉県

企業誘致 Soul-Saitama 戦略 目次

第1章 現状と課題、これまでの企業誘致活動の実績と効果・・・・・・・・・・ 1

- 1 現状と課題・本県の産業構造
- 2 これまでの企業誘致活動の実績と効果

第2章 企業誘致 Soul-Saitama 戦略・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 6

- 1 戦略策定の経緯・目的
- 2 企業誘致基本理念
- 3 戦略の3本柱
- 4 実施期間
- 5 目標及び具体的な取組について

【目標】

【具体的な取組（戦術）】

戦略1 地域との共生や地域の持続的発展に取り組む企業の誘致

- 1 SDGs や埼玉版スーパー・シティプロジェクトなど県重要施策を意識した誘致活動の展開
- 2 フォローアップによる持続可能な成長支援（企業流出防止）
 - (1) 県内立地企業へのトップセールス
 - (2) 既存の県内企業へのフォローアップ訪問

戦略2 企業誘致活動の全国展開強化

- 1 デジタルトランスフォーメーション（DX）を踏まえた誘致活動の全国展開
 - (1) オンライン立地相談窓口の設置
 - (2) 企業立地セミナーのハイブリッド開催による全国的な企業アプローチ
 - (3) オンラインによるフォローアップ
 - (4) 広報・PR素材の整備・Webを活用した積極的なPR

戦略3 企業アプローチ活動の強化と積極的な情報発信

- 1 ワンチーム埼玉での誘致体制の構築
 - (1) ワンチームRich埼玉のスタート
 - (2) 埼玉Rich応援団の導入
 - (3) 埼玉Richリンクの構築
 - (4) 広報・PR素材の整備・Webを活用した積極的なPR（再掲）

2 市町村との連携強化

- (1) 共同企業訪問
- (2) 市町村の企業誘致等への意識醸成、ノウハウ向上支援
- (3) 県北地域市町村への支援
- (4) 産業用地の創出支援

3 県内企業へのアプローチ強化

- (1) ビジネス懇談会（仮称）の開催
- (2) 企業の操業上の課題解決の支援
- (3) 再投資ニーズへの支援
- (4) 既存の県内企業へのフォローアップ訪問（再掲）
- (5) オンラインによるフォローアップ（再掲）

4 人材確保支援の強化

- (1) 埼玉労働局やハローワークとの連携強化
- (2) 県企業人材サポートデスクとの連携強化、民間職業紹介事業者との連携構築

第1章 現状と課題、これまでの企業誘致活動の実績と効果

1 現状と課題・本県の産業構造

(1) 現状と課題

ア 人口減、国内市場の縮小

2015年10月1日現在の日本の総人口は1億2,709万人で、国勢調査が開始された1920年から2010年まで増加を続けてきたが、2015年には減少に転じ、人口減少社会に突入した。

本県の人口は国勢調査開始以降一貫して増加を続け、令和2年10月1日現在735万人となっている。近年の人口変動の状況は、2012年に死亡数が出生数を上回る自然減に転じたが、転入数が転出数を上回る社会増の影響で人口は緩やかな増加を続けている。

今後、自然減が社会増を上回ることで人口減少に転じ、2030年には約720万人、2040年には700万人を下回ることが予想される。

人口減少による国内市場の縮小が懸念される中、県経済の持続的な発展のためには、地域経済の発展に資する企業の誘致が引き続き必要である。

イ 経済環境の激変への対応

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）による景気への影響や、米中貿易摩擦、自由貿易協定（FTA）・経済連携協定（EPA）による経済のグローバル化など、企業を取り巻く環境は刻一刻と変化している。

また、誰一人取り残すことのない持続可能な世界を2030年までに実現するための国際目標であるSDGsの実現に向け、行政だけでなく県民、企業など民間主体も巻き込んで、理念を広く浸透させるとともに好事例の共有による普及啓発を図る必要がある。地球温暖化が進行する中で、カーボンニュートラルに向けた動きも加速しており、企業においては脱炭素経営に向けた取組が始まっている。国際的にもESG投資の流れが進んでいることもあり、環境に配慮した取組を行う企業が選択される時代になりつつある。

企業はこれらの変化に対応するため、今後、事業の再構築や働き方改革への取組、拠点の再編やカーボンニュートラルへ対応した設備の更新などの動きが出てくることが想定される。

拠点の再編などの動きがあれば集約先として適地を紹介して企業を誘致するとともに、企業が必要とする情報をタイムリーに提供するなど、県内企業へのフォローアップを徹底的に行っていく必要がある。

ウ 新型コロナウイルス感染拡大への対応

新型コロナウイルスの感染拡大により、新たな生活様式への対応が求められる中、これまで実施してきた企業訪問による対面での企業との関係構築に加え、オンラインを活用したコミュニケーションを促進し、これまでと同様の密接な関係を構築していく必要がある。

エ 産業用地の不足

経済環境の激変の中でも、交通利便性などの本県の優位性から本県への立地

ニーズは堅調にいただいている。一方、堅調な立地ニーズに対して提供できる産業用地が不足しており、産業用地情報の収集をより強化するとともに、産業用地の創出を進めていく必要がある。

(2) 本県の産業構造

ア 県内総生産

名目県内総生産は、平成 30 年度が 23 兆 2,541 億円で全国 5 位の規模となっている。経済成長率は、名目+0.5%で 6 年連続のプラス成長。平成 25 年度からの 5 年間で 7.8%増となっている。

産業別では、第 1 次産業（構成比 0.4%）は 1,000 億円、10.7%減、第 2 次産業（構成比 28.4%）では 6 兆 6,023 億円、0.6%増、第 3 次産業（構成比 70.4%）では 16 兆 3,649 億円、0.4%増となっている。

第 2 次産業のうち、製造業は 5 兆 3,261 億円、0.3%増となっている。（出典「埼玉県県民経済計算 2018」）

イ 製造品出荷額

本県の製造品出荷額は合計約 13 兆 7,582 億で、全国 6 位の規模である。

「輸送用機器」の 2 兆 4,232 億円が最も高く、「食料品」2 兆 489 億円、「化学」1 兆 7,356 億円の順となっている。

全国順位は「輸送用機器」が 8 位、「食料品」が 2 位、「化学」が 6 位であり、本県の強みのある産業と言える。（出典「令和 2 年工業統計調査」）

ウ 付加価値額

本県の製造業の付加価値額は合計約 4 兆 7,561 億円で、全国 6 位となっている。

「食料品」の 7,659 億円が最も高く、「化学」7,192 億円、「輸送用機器」5,242 億円の順となっている。

全国順位は「食料品」が 1 位、「化学」が 5 位、「輸送用機器」が 9 位である。（出典「令和 2 年工業統計調査」）

2 これまでの企業誘致活動の実績と効果

(1) 本県の立地優位性

ア 全国随一の交通ネットワークにより全国展開が容易である。（高速道路 6 本、新幹線 6 路線）

高速道路網は、南北方面の常磐道・東北道・関越道・首都高速と、東西方面の外環道・圏央道が整備され、東日本から西日本までスムーズな物流が可能である。

鉄道網は、大宮駅を中心に東北、上越、北海道、山形、秋田、北陸新幹線をはじめ 24 路線が整備されており、自由度の高い人の往来が可能である。

イ 首都圏の巨大マーケットに位置

1 都 6 県と隣接する本県は、日本の人口の 3 分の 1 を占める首都圏約 4,400

万人の巨大マーケットの中に位置し、消費者に近く、事業の拡大に最適な環境である。

ウ 人材確保に有利な環境と多様な公的人材確保支援

720万人以上の人口を擁し、現在も人口が伸び続けている数少ない県の一つである。生産年齢人口割合は全国4位（平成27年国勢調査）、平均年齢も45.4歳と全国6位の若い県であることや交通網の充実から円滑な人材の確保が可能である。

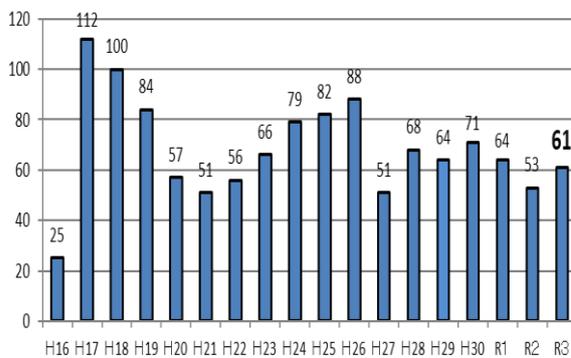
ハローワークのほか、県内企業を人材確保の面から支援する「企業人材サポートデスク」、若者・女性・高齢者・障害者それぞれの就業支援施設を設置するなど、充実した支援体制を整備している。

(2) 企業誘致活動の実績

平成31年4月から令和4年3月までのチャンスメーカー埼玉戦略Vの計画期間中3年間の企業立地件数は178件と目標件数150件を達成した。

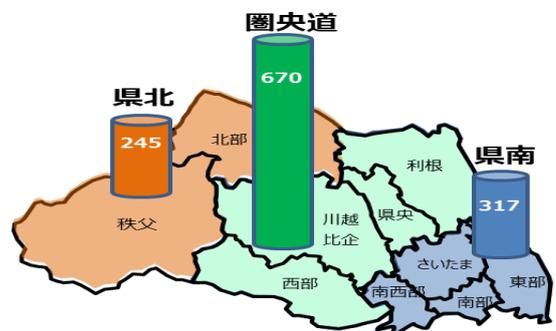
また、平成17年1月から令和4年3月までの17年3か月間で、1,232件の企業立地を実現してきた。

<年度別立地件数の推移>

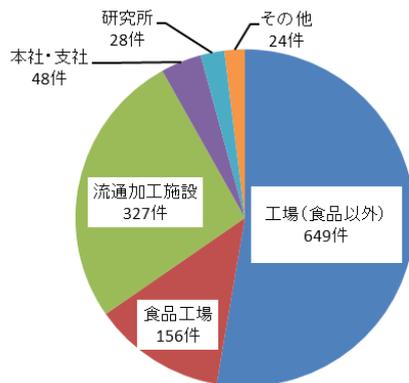


(H16年度はH17.1～)

<地域別立地件数>



<業種別立地件数>



(3) 立地による効果

ア 投資総額及び新規雇用者数（計画ベース・平成17年1月～令和4年3月）

＜投資総額＞ 約2兆0,101億円

＜新規雇用者＞ 38,568人

イ 税金（操業開始した企業による平成17年度～令和2年度の累計額）

＜県税（法人県民税・法人事業税）＞ 約1,241億円

＜市町村税（法人市町村民税・固定資産税）＞ 約1,194億円

ウ 経済波及効果（立地件数1,000件達成時（H30.9）に実施した試算）

平成17年1月から平成30年9月までの立地企業1,016件が全て稼働した場合の建設による経済波及効果と、1年ごとの生産活動による経済波及効果を推計した。

＜建設による経済波及効果＞ 約1兆9,283億円（建設時）

＜生産による経済波及効果＞ 約1兆3,418億円（1年ごと）

エ 「県内立地企業フォローアップ調査」（令和3年度実施）による効果の検証
立地企業への操業後のフォローアップを充実させるとともに、新たな投資ニーズを把握する目的で、令和3年9月から10月にアンケートを実施した。
（調査対象企業831社、回答517社（回収率62%））。

結果は次のとおりである。

(ア) 新規雇用者数及び投資総額（実績ベース）

・ 新規雇用者数 28,648人（計画26,952人）

・ 投資総額 1兆5,769億円（計画1兆3,459億円）

※ 回答があった企業の計画ベースと実績の比較である。（有効回答数（過去回答済み企業を含む）：新規雇用者数823件、投資総額832件）

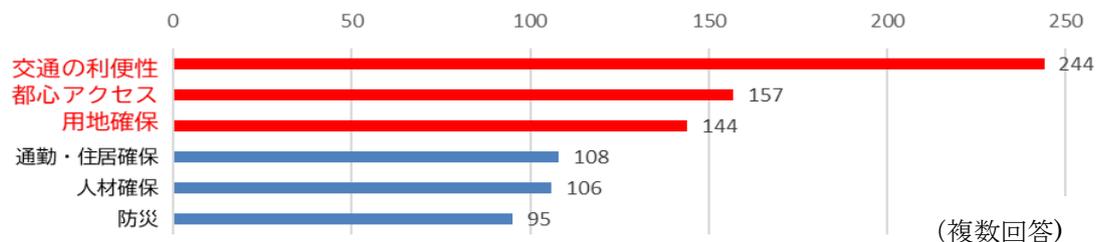
(イ) 県内立地に対する満足度

・ 満足 466件（90%）

不満足 49件（10%）

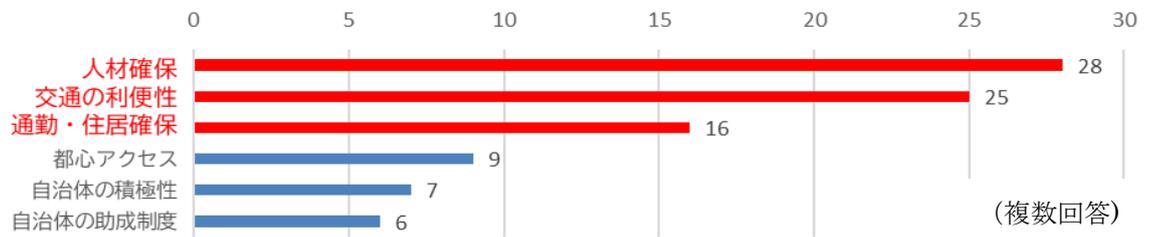
【満足の理由】

・ 交通の利便性や都心へのアクセス、用地の確保しやすさなどが評価



【不満足の原因】

- ・ 人材確保や交通の利便性に課題あり



(ウ) 埼玉県からのフォローアップの希望

- ・ 希望する 71件 (16%)
必要が生じた場合に希望する 340件 (74%)
希望しない 48件 (10%)

(エ) 埼玉県内での新たな投資ニーズ

- ・ 有効回答512件中 新たな投資ニーズあり220件 (43%)
- ・ 工場 91件、設備84件、物流施設45件など

第2章 企業誘致 Soul-Saitama 戦略

～Success in optimal urban landscape-Saitama!!～

1 戦略策定の経緯・目的

平成17年1月に「企業誘致大作戦」を開始して以来、チャンスメーカー埼玉戦略1期～5期の17年3か月間、「徹底したPR・誘致活動」、「オーダーメイドサービス」、「クイックサービス」、「ワンストップサービス」を基本理念として企業誘致を推進し、令和4年3月まで1,232件の企業立地を達成してきた。

引き続き、立地企業が地域との「共生」を図りながら、本県の「稼げる」力を強め、税収の増加や雇用の促進を図り、持続可能な経済成長する「埼玉」を実現するため、県経済を活性化させる企業誘致を強力に進めていくことが重要である。

また、県経済を持続的に発展させるには、企業誘致の取組と併せ立地企業や既存の県内企業が長く埼玉の地で操業・発展するよう支援することも重要である。

これらの目的を達成するため、企業誘致大作戦以来の理念を「受け継ぐ Soul（魂：Soul）」として継承しつつ、デジタルトランスフォーメーション（DX）を踏まえた企業誘致の推進などの新たな視点を加えるなど、より発展させた取組指針として、「企業誘致 Soul-Saitama 戦略～Success in optimal urban landscape-Saitama!!～」を策定する。

2 企業誘致基本理念

産業用地の不足が課題となっている中、限られた産業用地に経済効果の高い「企業誘致」を強力に推進していくとともに、立地企業や既存の県内企業が操業しやすい環境を提供し、将来にわたり継続的に埼玉の地で操業・発展していただくため、県内企業への「フォローアップ」も強化していく。

「企業誘致」と「フォローアップ」は車の両輪であり、企業に寄り添った支援を総合的に行うことで、県経済の持続的な発展につなげていく。

そこで、以下の基本理念に基づき、企業への支援を行っていく。

理念1：「企業＝お客様」主義を第一に、積極的に企業と接点を持つことにより企業のためになる支援を実施し、企業との信頼関係を構築する

理念2：コロナ禍の経験を踏まえた「デジタル」の活用と、企業との関係性構築に必須である「アナログ」（接触型のコミュニケーション）を融合し、より効果的な企業誘致活動を展開する

理念3：企業ニーズに対し、「ワンストップサービス」「クイックサービス」「オーダーメイドサービス」での対応を引き続き堅持する

3 戦略の3本柱

- (1) 地域との共生や地域の持続的発展に取り組む企業の誘致
- (2) 企業誘致活動の全国展開強化
- (3) 企業アプローチ活動の強化と積極的な情報発信

4 実施期間

令和4年度～6年度の3か年

5 目標及び具体的な取組について

下記のとおり目標を定め、企業誘致に取り組む。

【目標】

① 企業立地件数	150件
② 企業へのアプローチ件数	6,000件

【具体的な取組（戦術）】

戦略1 地域との共生や地域の持続的発展に取り組む企業の誘致

1 SDGsや埼玉版スーパー・シティプロジェクトなど県政推進と連動した誘致活動の展開

企業のSDGsやESGへの取組が今後の企業の発展にますます不可欠となってくることから、新規投資の機会等をとらえ、企業のこれらの分野への取組を促進する。

新たに土地を取得（借地）して、工場等の操業を開始した企業に対し不動産取得税相当額を補助する「産業立地促進補助金」は、補助金交付要件としてSDGsへの取組を必須化する。

本県の重要施策の一つである埼玉版スーパー・シティプロジェクトについては、取り組む市町村や「埼玉版スーパー・シティプロジェクト応援企業等登録制度」への登録企業と県内立地企業との橋渡しを行うなど、施策の実現に向けた支援等を行う。

また、税収や雇用効果が高く、大きな波及効果が見込まれる企業に対して、積極的に企業訪問などを行い、本県の立地優位性や重要施策の徹底したPR、立地ニーズの掘り起こし、本県への立地の働き掛けを積極的に行う。

<誘致対象施設>

工場（製造業、食料品製造業）、研究所、本社・支社、流通加工施設等

特に経済効果が高い下記7分野・業種に該当する企業には、産業立地促進補助金の補助限度額を引き上げている特例などを活用し、重点的に誘致を促進していく。なお、これに限らず、税収や雇用、波及効果の高い分野・業種の企業誘致に積極的に取り組んでいく。

＜重点的誘致対象分野・業種＞

- ① 輸送用機械器具製造業（次世代自動車）
 - ・ 製造品出荷額全国 8 位、付加価値額全国 9 位と、本県に強みがある。（出典「令和 2 年工業統計調査」以下同じ。）
 - ・ 環境対応自動車など、今後需要の拡大が見込まれる。
 - ・ 自動車・航空機など、部品点数が多く裾野が広い。
 - ・ 雇用効果が見込まれる（1 事業所当たり従業者数 83.0 人で県内 3 位）

- ② 食料品製造業
 - ・ 製造品出荷額全国 2 位、付加価値額全国 1 位と、本県に強みがある。
 - ・ コロナ禍で需要を伸ばす企業もあるなど、厳しい経済状況でも安定した事業継続や成長が見込まれる。
 - ・ 雇用効果が見込まれる（1 事業所当たり従業者数 83.6 人で県内 1 位）

- ③ 医薬品・化粧品製造業
 - ・ 製造品出荷額全国 6 位、付加価値額全国 5 位（化学工業）と、本県に強みがある。
 - ・ 医薬品は厳しい経済状況でも安定した事業継続や成長が見込まれる。
 - ・ 事業所数が多く（全国 2 位：化学工業）、県内企業への波及効果が見込まれる。

- ④ 医療・ヘルスケア
 - ・ 製造品出荷額全国 3 位、付加価値額全国 2 位（業務用機械器具）、本県に強みがある。
 - ・ 衛生用品などコロナ禍で需要が拡大しており、今後の成長が見込まれる。
 - ・ 事業所数が多く（全国 2 位：業務用機械器具）、県内企業への波及効果が見込まれる。

- ⑤ ロボット・AI・IoT
 - ・ ロボットの出荷台数は年々拡大しており、今後の成長可能性が高い。
 - ・ コロナ禍で、リモート、テレワーク等、デジタルトランスフォーメーション（DX）の環境整備が求められる中、AI・IoT 関連の需要も増加し、今後の成長が見込まれる。

- ⑥ 航空・宇宙
 - ・ 航空宇宙産業の関連企業が継続的に高い付加価値を創出し、国際競争力の維持・向上を図るため、航空宇宙産業全体の競争力強化に資する支援環境の整備が推進されており、今後の成長可能性が高い。

⑦ 新エネルギー・省エネルギー

- ・ 2050年までにカーボンニュートラルを目指す政府方針に基づき、今後支援環境の充実が見込まれるため、成長可能性が高い。

2 フォローアップによる持続可能な成長支援（企業流出防止）

立地した企業など県内企業が将来にわたって本県において継続的に操業・発展できるように、課題解決を支援するなどしっかりとフォローアップし、他県への流出防止を図る。

(1) 県内立地企業へのトップセールス

県内立地企業への知事訪問等により、企業と県との関係強化を図るとともに、新規投資ニーズや操業上の課題・要望等を直接聴取するためのトップセールスを実施する。トップセールスにより把握した各企業の課題に応じ、新規立地や県内への再投資を促進する情報を積極的に提供するとともに、操業上の課題の解決につながるフォローアップを行うことで、県内への新規・再投資を促すとともに県外への流出防止につなげる。

また、新型コロナウイルス感染症拡大防止対策への取組など、県から県内立地企業に対し強く取組の要請を行うことが必要な場合には、トップセールスにより実施する。

(2) 既存の県内企業へのフォローアップ訪問

立地企業のほか、既存の県内企業にも積極的に訪問し、コミュニケーションを密にとることで、課題や要望などを聴取し、必要に応じて関係機関につなぐなど課題解決を支援する。

戦略2 企業誘致活動の全国展開強化

1 デジタルトランスフォーメーション（DX）を踏まえた誘致活動の全国展開

(1) オンライン立地相談窓口の設置

全国各地から本県への立地を検討している企業の情報収集や相談に対しきめ細かく対応できるよう、オンラインによる相談予約システムを構築するとともに、Web会議システムを活用したオンライン立地相談窓口を設置する。

また、近県の企業に対しては会社への直接訪問により誘致活動を実施しているが、新型コロナウイルス感染拡大による新たな生活様式により、在宅勤務が広がりを見せている。

訪問による企業誘致活動と「どこでも立地相談（全国どこからでも、オフィスでも自宅でも）」を効果的に活用し、強力に誘致活動を展開する。

(2) 企業立地セミナーのハイブリッド開催による全国的な企業アプローチ

本県への立地実績では、西日本企業は東日本企業に比べ投資額が大きい傾向があるため、これまで西日本企業に向けたセミナーを開催してきた。今後は、オンラインを併用し、立地を検討する全国の企業に対しトップセールスを実施し立地に結び付ける。

また、オンラインを活用したセミナーや相談会を開催するとともに、本県の立地環境の魅力を伝える広報素材等を活用して誘致活動を積極的に展開する。

(3) オンラインによるフォローアップ

新型コロナウイルス感染拡大による新たな生活様式を踏まえ、Web会議システムを活用した打合せの実施など、より相談しやすい環境を整備することで相談する側の企業の利便性を高め、より間口を広げることで充実したフォローアップにつなげていく。

(4) 広報・PR素材の整備・Webを活用した積極的なPR

本県への立地環境の魅力を伝える動画やガイド誌等の広報素材を整備し、各種セミナーでの活用はもとより、Webを活用して県内外への情報発信を行い、誘致活動を積極的に展開する。

戦略3 企業アプローチ活動の強化と積極的な情報発信

1 ワンチーム埼玉での誘致体制の構築

県、市町村、金融機関、不動産業・建設業などの事業者等と企業誘致やフォローアップ推進のための連携体制を構築し、ワンチーム埼玉で立地を検討する企業を徹底的に支援するとともに、全国に埼玉県企業誘致の取組について発信していく。

(1) ワンチームRich埼玉のスタート

県、市町村、金融機関、不動産関連団体、大学、地元企業等が「ワンチームRich埼玉」として、企業誘致やフォローアップに関する情報交換・共有を行うとともに、関係機関がバックアップする体制を構築し、速やかな本県への立地と地域経済の活性化を実現する。

(2) 埼玉Rich応援団の導入

ワンチーム埼玉で企業誘致やフォローアップを推進するため、埼玉県が行う企業誘致の取組の趣旨に賛同した企業・団体等を「埼玉Rich応援団」として登録する。

「埼玉Rich応援団」は、立地意向企業情報や産業用地情報を埼玉県へ提供し、埼玉県は必要に応じ情報提供した応援団員とともに企業誘致へのアプローチを実施する。また、操業後においても取引拡大や共同研究等により立地企業をバックアップする。これにより、「埼玉Rich応援団」の企業・団体等のビジネスにもつながるWin-Winの関係を構築する。

(3) 埼玉Richリンクの構築

埼玉県に立地いただいた企業をメンバーとする「埼玉Richリンク」を構築し、立地企業のネットワークを強化する。

「埼玉Richリンク」では、企業同士の交流を深めることで、事業連携によるビジネス創出や地域共生の取組につながることを目指す。

(4) 広報・PR素材の整備・Webを活用した積極的なPR（再掲）

本県への立地環境の魅力を伝える動画やガイド誌等の広報素材を整備し、各種

セミナーでの活用はもとより、Webを活用して県内外への情報発信を行い、誘致活動を積極的に展開する。

2 市町村との連携強化

企業誘致やフォローアップを推進していくうえで市町村との連携は必要不可欠であり、日頃からの情報交換や共同での企業訪問など、連携を強化していく。

また、市町村によって企業誘致への意識や取組の状況は様々であり、市町村の企業誘致への意識の醸成、ノウハウの向上を図るため、市町村を積極的に支援していく。

(1) 共同企業訪問

市町村と共同で企業訪問し、県・市町村それぞれが有する情報や支援メニューなどを一括して企業に提供することで、円滑に企業誘致やフォローアップを推進していく。

(2) 市町村の企業誘致等への意識醸成、ノウハウ向上支援

企業誘致や産業用地創出の課題解決に向けた意見交換等を行う会議を県・全市町村参加で実施するなど、市町村の企業誘致に係るスキルアップを図る。

(3) 県北地域市町村への支援

県北地域市町村と共同して企業訪問を行うほか、県北地域の特性に応じた課題や先進事例などを共有、意見交換する会議の開催など、県北地域の市町村の企業誘致や産業用地創出に係る取組を後押しする。

(4) 産業用地の創出支援

企業ニーズに対応した産業用地をマッチングするため、企業局や都市整備部と連携して市町村の産業基盤づくりを支援していく。産業基盤づくりに当たっては、「埼玉版スーパー・シティプロジェクト」の3要素を可能な限り反映するよう努める。

工場跡地などの民有地情報を、市町村や金融機関、不動産業・建設業などの事業者の協力を得ながら収集していく。また学校跡地などの公共施設跡地についても、今後重要な産業用地の候補地となり得るため、県関係部局や市町村と連携して収集に努めていく。

企業ニーズと産業用地とのマッチング後も、農地転用や都市計画手続きなどの土地利用調整を市町村と連携して支援し、円滑な立地に結び付けていく。

3 県内企業へのアプローチ強化

(1) ビジネス懇談会（仮称）の開催

県内立地企業と県・県内支援機関等との懇談を通じ、企業の追加投資のニーズや困りごとにワンチームで対応し支援する体制を構築するとともに、県内企業のビジネスチャンスの拡大にもつなげるため、「ビジネス懇談会（仮称）」を開催する。

(2) 企業の操業上の課題解決の支援

フォローアップで把握した企業の操業上の課題に対し、関係機関と連携して課題解決を支援する。

《対応例》

(人材確保(若年者、中高年者、女性、特定技能外国人等))

- ・ 雇用労働部門と連携した、効果的な求人票の作成方法のアドバイスや、市町村、ハローワークと連携した面接会の開催。教育部門と連携した、高卒求人を行う企業の情報提供。
- ・ 埼玉労働局と連携した、企業の人材確保の支援や働き方改革の実践支援など、労働面に係る総合的なサポート体制を構築。
- ・ 社員にとって魅力のある取組を実施する企業の情報(例:多様な働き方実践企業)を提供することで、求職者に選ばれる企業への変革をサポート。

(道路環境)

- ・ 大規模工場・産業団地などの周辺の渋滞抑制のため、道路部門や警察への情報提供による交差点改良や信号調整などに向けた調整を実施。

(地域社会との共生、持続的発展に資する取組支援)

- ・ 埼玉県SDGsパートナー登録制度(全般)、埼玉県環境SDGs取組企業宣言制度(環境分野)、埼玉県多様な働き方実践企業(人権・労働分野)等の認定制度への登録支援、実践企業の情報提供を実施。産業立地促進補助金については、SDGsへの取組を補助金支給要件とすることで、実施への働きかけを強化する。

(3) 再投資ニーズへの支援

敷地の拡張や、新たに土地を取得することにより新規拠点を設置する場合には、適地の紹介や土地利用調整のサポート、産業立地促進補助金による支援などを行い、新たな立地に結び付けていく。

敷地内での建物増設などの設備投資に対しては、地域未来投資促進法を活用した支援を行う。

(4) 既存の県内企業へのフォローアップ訪問(再掲)

立地企業のほか、既存の県内企業にも積極的に訪問し、コミュニケーションを密にとることで、課題や要望などを聴取し、必要に応じて関係機関につなぐなど課題解決を支援する。

(5) オンラインによるフォローアップ(再掲)

新型コロナウイルス感染拡大による新たな生活様式を踏まえ、Web会議システムを活用した打合せの実施など、より相談しやすい環境を整備することで相談する側の企業の利便性を高め、より間口を拡げることで充実したフォローアップにつなげていく。

4 人材確保支援の強化

(1) 埼玉労働局やハローワークとの連携強化

埼玉労働局やハローワークによる立地企業への人材確保支援を強化し、若年者限

定の採用イベントや集団・個別面接会の開催、各種助成制度の案内など、各企業のニーズや課題に応じたオーダーメイド型の支援を行う。

(2) 県企業人材サポートデスクとの連携強化、民間職業紹介事業者との連携構築

企業人材サポートデスクに在駐する経験豊富な相談員と連携し、立地企業の人材確保に対してきめ細やかなフォローアップを行う。また、民間の職業紹介事業者との連携も含め、立地企業からのあらゆる人材確保ニーズに対応していく。