

## H30年度 地方創生推進交付金活用事業の評価について

資料 3

### 地方創生推進交付金…10パッケージ、102事業を実施

基本 目標	施策項目	施策概要	事 項 名	事 業 概 要	事業の評価		
I 地域に働く場所をつくる・ひとを呼び込む	(1) 産業力の強化と成長産業の育成	① 新たな事業を始めようとする者 (NewChallenger) に対する支援	えひめ創業サポート強化事業費	県外からチャレンジ精神にあふれ、意欲のある人材を積極的に呼び込み、地域経済の新たな担い手として創業を支援し、定着させるための創業サポートの強化を図る。 1 えひめ創業ミーティングin東京の開催 など	県外からチャレンジ精神にあふれ、意欲ある人材を積極的に呼び込むため、専門家（創業クリエイター）を東京に配置し、潜在候補者の発掘から寄り添い型の支援を行った結果、2件の創業が実現した。		
				② 県内企業の成長戦略を担う人材確保の支援	プロフェッショナル人材戦略拠点運営事業費	県内中小企業に対し、新事業や新販路の開拓など「攻めの経営」や経営改善への意欲を喚起し、その実践をサポートするプロフェッショナル人材の活用を促進する。 1 プロフェッショナル人材戦略拠点の運営・企画等	KPI（プロフェッショナル人材の成約件数）が28年度21件、29年度50件、30年度79件と、順調に伸びるなど成果が上がっている。
				③ 地元大学等と連携した地域産業を支える人材の地元就職の促進	産業教育設備充実費（農・水産業関係）	職業教育の充実のため、県立高校に実験・実習設備を整備し、社会の変化や科学技術の進展に対応できる人材を育成する。 1 トラクター、環境制御システム、小型真空包装器	30年度は、今治南高等学校に環境制御システム（7,755千円）を整備することで、水耕栽培における環境管理を行う実習を通じ、新たな農業管理技術の習得へつながっている。その他にも伊予農業高等学校ではトラクター（3,489千円）、大洲農業高等学校では小型真空包装機（1,156千円）の整備によって農業実習や農産物の加工実習の充実が図られている。
					中核産業人材確保支援制度推進事業費	学生の県内定着及びUIJターン就職を促進するため、応募学生が登録企業に一定期間就業した場合、奨学金の返還に対する支援制度を創設する。 1 制度の周知・募集 など	制度周知のためのリーフレットを企業用（36,000部）と学生用（14,000部）に作成し、各関係団体・大学等へ配布し、制度の周知を図った結果、企業は129社、学生は119名の応募があり、十分な成果が得られた。
				④ 企業と地元大学・公設試等との連携の推進・支援	農商エビジネス連携促進事業費	農商工連携を促進するため、情報共有の場の提供、販路開拓に重点を置いた支援を展開する。 1 農商工連携ビジネスネットワークの運営や交流会の開催 2 農商工連携ビジネス販路開拓支援 など	1 農林漁業者、商工業者等377人が加入している「つながるネット」を運営し、メール等を活用した情報提供、意見交換を実施し、状況をデータベース化し共有しているほか、事業化事例の発表等を行う交流会（1回）に加え、少人数でグループ討議するワークショップを3回実施し、農商工連携の促進につなげることができた。 2 首都圏の大型展示会（FOODEX JAPAN、SMTS）に愛媛県ブースを出展し、県内事業者の小売や卸業者、海外輸入業者等への販路開拓につなげることができた。また、県内外の百貨店（伊予鉄高島屋、日吉東急（横浜）、玉川高島屋（東京都））において愛媛フェアを開催することで、一般消費者への販売促進及び現地百貨店への商品提案等にもつなげた。
	⑤ 県内企業の営業力強化と販路拡大に向けた支援	海外販路拡大支援事業費	従来からの海外展開のターゲットゾーンである東アジア、東南アジアに加え、アメリカ、ヨーロッパ、中東を中心とした新たなターゲットの開拓を視野に入れた営業活動を実施する。 1 ヨーロッパやアメリカにおける営業活動 など	ヨーロッパの営業活動の軸としているスイスを中心として、隣国であるフランス、ドイツへの活動エリアの拡大を図った。 フランスでは、SIAL2018ジャパンブースに県内2事業者が出展、5事業者が渡航し営業活動を実施し、5日間で157件商談を行った。 また、アメリカにおいては、ロサンゼルスにて「チョコブリ」の営業活動を行い、2月に取り扱いが決定した。			
		水産物輸出促進事業費	アセアン諸国や中東地域への輸出を支援するため、ニーズに応じた商品づくりや「愛育フィッシュ」のハラール認証取得を促進する。 1 海外の展示商談会等への出展 2 市場調査やプロモーションの実施 など	『愛育フィッシュ輸出促進共同企業体』に参加する企業が、主に「大型ブリ」や「みかんブリ」を北米やアセアンなどへ商業ベースで輸出するため、新規販路開拓や漁業認証の取得の支援を行った結果、順調に進んでいる。			
		県産農林水産物輸出促進事業費	様々な自治体が目立ち、競争が激化している台湾・シンガポール・マレーシア市場への輸出事業について、県産品の販売強化を図る。 1 東南アジア諸国へのかんきつ等県産品PR強化事業 2 カナダ・トロントとの産地間連携輸出振興事業 など	これまでの活動で築いてきた海外での人脈や商流を生かすとともに、本事業を活用してカナダ東部への販路を開拓するとともに、マレーシア輸入事業者へトップセールス等を行った結果、愛媛県関与かんきつ輸出量は過去最高を更新することができた。（45.3トン）			

## H30年度 地方創生推進交付金活用事業の評価について

資料 3

### 地方創生推進交付金…10パッケージ、102事業を実施

基本 目標	施策項目	施策概要	事 項 名	事 業 概 要	事業の評価
I 地域に働く場所をつくる・ひとを呼び込む	(1) 産業力の強化と成長産業の育成	⑤ 県内企業の営業力強化と販路拡大に向けた支援	愛媛クィーンズブラッシュPR強化対策事業費	愛媛クィーンズブラッシュの新たな高級かんきつとしての地位を確立、認知度向上により、高値取引を目指す。 1 首都圏におけるPR活動	H31年2月1日～3日の3日間、首都圏の高級スーパーにおいて試食PRイベントを開催し、高級柑橘として料理専門誌やTV等マスコミに取り上げられたほか、SNS等の電子媒体を利用して情報発信を行った結果、高単価（平均単価1,306円/kg）を維持したほか、これまで認知されなかった若年層や料理人への知名度向上につながった。
			愛媛あかね和牛ブランド力強化対策事業費	愛媛あかね和牛のブランド化と首都圏の販路開拓で、県産農林水産品の知名度向上と食肉業界の活性化を図る。 1 「えひめ食の大使館」による愛媛あかね和牛PR事業 2 県内における愛媛あかね和牛ブランド力強化対策事業 など	7月～12月に県内百貨店で試食PR販売を行ったほか、10月～12月には首都圏4店舗、近畿圏4店舗、県内4店舗の飲食店計12店舗であかね和牛を使った期間限定メニューを提供し、テレビや情報誌などの各種メディアに取り上げられたことで、県内外での知名度向上及びレストランでの継続使用等に繋げることができた。
			伊予の媛貴海プレミアム化推進事業費	高値で流通されるプレミアムな愛育フィッシュとして確立させるため、価値の向上につながる効果的なプロモーションを展開し、地域の活性化を図る。 1 大都市圏百貨店向けPR 2 高級飲食店でのプロモーションイベント など	養殖魚スマ（県ブランド名「伊予の媛貴海」）について、高級路線にこだわったプロモーションを展開することで、希少性の高いプレミアムな愛育フィッシュとして価値の向上を図った。
			海外重点市場販路拡大事業費	従来から販路拡大に取り組んでいる東アジアに加え、本県との交流基盤がある市場のうち県内企業のニーズ・意欲がある国、地域を重点市場とし集中的に県内企業の販路拡大を支援する。 1 米国、豪州での海外販路開拓展開事業	米国向けでは、バイヤーを招へいしたハワイ向けの輸出商談会のほか、ハワイ及びシアトルにおいて愛媛フェアを開催するとともに、豪州向けでは、シドニーにおいてローカルバイヤーとの商談等を行うことで、計46社の輸出につながった。
			「すご味」・「すごモノ」販売支援事業費	県内外バイヤーとのマッチング商談会や首都圏展示会への出展によるビジネス機会の提供等により、県内生産者や事業者を支援する。 1 えひめが誇る「すご味」・「すごモノ」商談会の開催 2 東京インターナショナル・ギフト・ショー等出展 など	1平成30年12月4日にえひめが誇る「すご味」・「すごモノ」商談会を開催し、セラー117社、バイヤー46社が参加し、アンケートでは88.2%の事業者から大変満足、満足の回答があった。 2東京インターナショナルギフトショーに約16社が参加し、会場での発注を受ける事業者もいるなど、好評であった。 事業の実施により、県内生産者や事業者のビジネス機会の提供につながった。
			県産材輸出支援事業費	高付加価値商品等の営業活動を強化し、県産材の需要拡大を図るとともに、林業経営の安定と森林整備の推進を図る。 1 高付加価値商品販路開拓事業 2 内装材輸出促進事業 など	平成30年度は、韓国向け木造軸組住宅施工マニュアルの作成や、台湾やベトナムで開催される展示会に出展するなど、愛媛ブランド材「媛すぎ・媛ひのき」等の営業活動を行っており、海外企業の県内製材工場視察や商談等の増加につながっている。
			水産えひめ販路拡大支援事業費	首都圏における大型展示商談会に愛媛県ブースを出展するとともに、大消費地を対象とした県産水産物の販売促進活動を行う。 1 商談会（東京ビッグサイト）への出展 2 販促物の制作やフェアの開催 など	国内最大規模の水産物展示商談会「ジャパン・インターナショナル・シーフードショー」に愛媛県ブースを出展するとともに、大消費地を対象とした販売促進活動を行い、県産水産物の販路拡大につなげた。
			四国4県連携販路開拓支援事業費	四国4県共同で東アジア地域を中心とした販路開拓支援や将来有望な国への新規販路開拓に取り組むなど、県内企業の海外販路開拓を支援する。 1 県産品の販路開拓サポートの実施 2 中国・ベトナム・ロサンゼルスでの販路開拓の実施 など	ベトナム、中国及び米国を対象に、各国・事業者等の状況に応じ、四国フェアやバイヤー招へい商談会、現地展示会への出展等を行い、県内企業は計33社が参加。県産品の海外販路開拓につながった。
			海外経済交流推進事業費	中国や台湾、豪州等と企業ミッションの交流等を行い、協力関係の強化を図る。 1 経済交流の推進（中国・遼寧省、大連市や台湾・台日産業連携推進オフィス等） など	経済交流協定を締結している遼寧省、大連市を中心に、5回の経済ミッションの受け入れ及び派遣を行い、さらなる交流の促進を図ることで、協力関係の強化につながっている。

## H30年度 地方創生推進交付金活用事業の評価について

資料 3

### 地方創生推進交付金…10パッケージ、102事業を実施

基本目標	施策項目	施策概要	事項名	事業概要	事業の評価	
地域に働く場所をつくる・ひとを呼び込む	(1) 産業力の強化と成長産業の育成	⑤ 県内企業の営業力強化と販路拡大に向けた支援	ものづくり企業アジア販路拡大強化事業費	県内経済団体のアジア地域への海外ミッションに併せたトップセールス等、ものづくり企業の販路開拓を支援する。 1 海外ミッションに併せたトップセールス 2 トップセールスの継続的なフォローアップ	インドネシアにおいて知事トップセールスを実施したほか、過去に台湾、ベトナム、タイ、フィリピン等で実施したトップセールスやビジネス商談会を契機として、各国で現地企業等と県内企業との個別商談会を開催し、フォローアップを行った。現地メーカーとの提携や成約に発展する等、海外事業展開を目指す県内ものづくり企業の側面支援を行うことが出来た。	
			松山港定期貨物航路振興事業費	松山港利用促進協議会を通じた荷主への助成等により、松山港を瀬戸内経済圏の貿易拠点として発展させる。 1 松山港利用促進協議会への支援 2 荷主及び船社企業へのインセンティブ	松山港のポートセールスを約90社に対して行うとともに、荷主及び船社36社に補助金を交付することで、松山港の取扱貨物の増加及び国際定期貨物航路の維持拡充につながった。	
			東アジア等営業戦略強化事業費	国内の食品専門商社との連携による県産品の販路拡大と、シンガポールの職員駐在による県内企業の支援等を行う。 1 新規商流開拓事業 2 海外拠点活動の推進 など	中国（上海）、北米、東アジア地域（タイ、台湾、香港）を対象に、現地飲食店でのキャンペーンやバイヤーを招へいた県内企業視察、メニュー提案会を行った結果、県産品の新たな商流の構築につながった。	
			愛媛の優れたものづくり技術情報発信事業費	大型展示会への出展や金融機関との連携による大手企業とのマッチングを活用し、県内技術力の知名度向上を図る。 1 大型展示会への県ブース出展 2 大手企業、商社へのトップセールス及びビジネスマッチング など	大都市で開催される集客力の高い展示会への出展や、金融機関や産業支援機関との連携による大手企業とのマッチングにより、県内ものづくり企業の優れた技術力の知名度向上や、具体的な商談展開に繋げることが出来た。	
			戦略的ビジネスマッチング支援事業費	コーディネータによる県内外の企業とのビジネスマッチングを行うとともに、県内企業の新商品の販路拡大を支援する。 1 愛媛ものづくり企業「スゴ技」データベースの追加及び運営管理 2 ものづくり企業連携コーディネータの設置 など	各支援機関の経験豊富なコーディネータノウハウを活用しながら、県内外企業とのビジネスマッチングを行い、新規成約獲得へ繋げることができた。また、「愛媛のスゴ技」製品・技術等交流会を開催することで、商談展開に繋げることが出来た。	
			西安観光・物産情報拠点運営事業費	アトムグループから無償利用の申し出があった西安市内高級ショッピング街内に店舗スペースを情報発信拠点として運営する。 1 西安観光・物産情報拠点運営事業 など	旅行会社や航空会社等に効果的な観光・物産PRを実施するとともに、現地サイクリング団体等30名をサイクリングしなみ2018への参加に繋げるなど、西安における本県の知名度向上・誘客促進につながった。	
			伝統的特産品クールエヒメ戦略事業費	外国人の嗜好にあった伝統的特産品の商品開発・ブラッシュアップの支援や次世代を担う若者を対象に魅力を体験するワークショップを開催する。 1 商品開発・ブラッシュアップ支援 2 ワorkshop開催事業 など	平成30年度においては、商品開発・ブラッシュアップ支援を合計3社（開発商品数14点）実施。また、次世代を担う若者に対するワークショップを計5回実施した。加えて、開発商品の展示会を東京都内・愛媛県内にて実施し、本県の伝統的特産品について認知度向上と販路拡大に寄与した。	
			⑥ 次世代の成長産業へのチャレンジ支援	愛媛産柑橘ナノファイバー実用化事業費	製造効率化技術や脱水による軽量化等保存技術の研究を進め、特許出願を行うとともに、食品素材化、新規用途の利用研究を行う。 1 柑橘ナノファイバーの製造・保存方法の研究 2 柑橘ナノファイバーの食品素材化の研究 など	柑橘果皮の機能性を残したままナノファイバー化する技術について、一定の製造技術が確立したことから、さらに製造効率化技術や脱水による軽量化等保存技術の開発を進め、新規の用途開発等につなげている。
				えひめ産養殖クロマグロ競争力向上事業費	県研究機関、養殖業者、ものづくり企業が連携して養殖の現場で起きている課題を解決することで、出荷量の増加と質の向上を目指す。 1 マグロ幼魚の「衝突死」防止技術の開発 2 「ヤケ肉」の発生防止の技術開発	産業技術研究所等と県内の養殖業者・ものづくり企業が連携し、クロマグロの養殖現場が抱える2つの課題（幼魚の歩留りの低さ、出荷時の「ヤケ肉」発生）に取り組んだ結果、それらを解決するための養殖に関する支那器具や技術の実用化につながりつつある。
				愛媛セルロースナノファイバー関連産業振興事業費	本県独自のバイオマス資源を活用したCNF製造、評価・分析、地場産業を活かした実用化までを県内で行える体制を整備し、最終製品を見据えた試作品開発を行うことにより、日本初のCNF産業県を目指す。 1 愛媛CNF関連産業振興ビジョンの策定に向けた検討 など	CNF実用化に向けた調査研究、試作品開発を行うとともに、「愛媛CNF関連産業振興ビジョン」策定に向けた検討会、個別部会を開催した。H31年3月28日には、最終成果報告会を開催し、ビジョンを発表し、CNFを推進するための体制整備につなげている。

# H30年度 地方創生推進交付金活用事業の評価について

資料 3

## 地方創生推進交付金…10パッケージ、102事業を実施

基本目標	施策項目	施策概要	事項名	事業概要	事業の評価
地域に働く場所をつくる・ひとを呼び込む	(1) 産業力の強化と成長産業の育成	⑥ 次世代の成長産業へのチャレンジ支援	炭素繊維関連産業創出事業費	愛媛大学等との連携や役割分担により、県内企業による炭素繊維加工事業への参入・集積化を促進する。 1 新商品（船舶用炭素繊維製艦装品等）の開発 2 リサイクル炭素繊維を活用したシート	H30年度はCFRP（炭素繊維強化プラスチック）形成・加工実習、愛媛大学や企業等を実施。その結果、新たに5社が事業化に至り、12社が開発に着手するなどの成果が得られた。また、大学や企業との共同研究を2件実施し、これについても新たな知見が得られた。
			えひめA I・I o T推進コンソーシアム設置事業費	A I・I o T等を活用した課題解決の事例や知見を共有するとともに、その導入・活用を促進することにより、企業の生産性向上や付加価値創出、新産業育成を図る。 1 えひめA I・I o T推進コンソーシアムの設立・運営 など	H30年度は「えひめA I・I o T推進コンソーシアム」を設立。啓発セミナーを2回実施し、計147名の参加があったほか、えひめA I・I o T研究会技術セミナーを3回開催し、計335名が参加した。
			ものづくり企業ロボット関連ビジネス展開支援事業費	国内ロボット関連ビジネスの最先端開発・研究情報が集積しているNPO法人を活用し、県内スゴ技企業の優れた技術をロボット関連最先端企業への確に繋ぐことにより、県内企業の新分野挑戦を後押しする。 1 ロボット関連最先端セミナー・事業相談会の開催 など	国内ロボット関連ビジネスの情報が集積しているNPO法人を活用しながら、県内スゴ技企業を一堂に集めたセミナー・事業相談会を開催するなど、県内スゴ技企業の新分野挑戦を後押ししたほか、首都圏のロボット関連最先端企業とのマッチングを行い、具体的な商談展開に繋げることが出来た。
			戦略的技術開発プロジェクト創出事業費	県内の技術シーズや強みを活かした先導技術プロジェクトの総合的な支援により、外部資金の取得を目指す。 1 プロデューサー活動費 2 戦略的技術開発プロジェクトのブラッシュアップ など	プロジェクトプロデューサーを中心に、外部資金獲得を目指す公設試、大学、企業等の支援を実施した結果、H30年度は23件の提案のうち15件が採択につながった。
			かんきつ輸送環境整備支援事業費	民間事業者の自主的な販路開拓及び輸出を支援するために、機器整備に係る経費を補助する。 1 非破壊内部品質測定装置の設置に係る補助	地域未来投資促進法に基づき、地域経済牽引事業計画を策定し、知事が承認した事業者が導入した非破壊内部品質測定装置（いわゆるかんきつの糖度酸度を分析する光センサー）を補助した。当該事業者は、目標の4,000万円を超える約4,300万円の柑橘販売額を達成し、地域経済に貢献した。
			愛媛あかね和牛生産支援事業費	子牛生産から肥育に携わる農家の技術指導や産地化を推進し、安定的かつ計画的な生産体制の構築を図る。 1 あかね和牛生産技術指導 2 産地化支援（専用飼料の購入対策、繁殖雌牛拡充対策）	本事業の実施により、愛媛あかね和牛の出荷頭数を達成できており、県が開発したブランドの普及及び生産安定を加速することができた。 ※目標：繁殖雌牛導入頭数50頭、出荷頭数60頭 →導入実績52頭、出荷実績60頭
	⑦ 農林水産業の成長産業化に向けた支援	県産材生産体制強化対策事業費	立木買取における経費の一部や大型化する主伐材を搬出する機械のリース料の一部を支援することにより、県産材の更なる増産と安定供給体制の強化を図る。 1 立木買取推進事業 など	事業主体において、立木買取実績の増加に伴い木材生産地のストック確保につながったこと、高性能林業機械のレンタルにより生産性が向上したことで、県産材の増産と安定供給体制の強化を図ることができた。	
		かんきつ利用拡大推進事業費	これまでのかんきつに対する商品価値や固定概念を覆し、「愛媛かんきつの新しい価値」を生み出すため、シェフや民間企業と連携した調査を実施し、新たな活用方法を見出す。 1 プロ調理師による官能調査と研究機関で行う科学的調査 など	未成熟果実（摘果果実）について、香りや酸度などの科学的分析や機能性成分調査、シェフによる官能調査等を行い、伊予柑、河内晩柑、ポンカン等の3品種を、料理に適する青いかんきつとして選定するとともに、料理に活用するためのマニュアル（小冊子）を作成し、かんきつの新たな活用方法を見出すことができた。	
		サイクリングイベント活用かんきつPR事業	愛媛県を訪れるサイクリストや観光客に対して、かんきつをはじめとする旬の県産食材を提供することにより、国内外に対する県産農林水産物の知名度向上を図る。 1 外国版愛媛かんきつPR動画作成事業 など	英語版と中国語版の愛媛かんきつPR動画を制作し、海外でのイベントで放映したほか、本県で開催された世界規模のサイクリング大会「サイクリングしまなみ2018」で訪れた県外・海外のサイクリストに対してかんきつをPRすることで、かんきつの認知度向上につながった。	
		県産ブランド畜産物販売強化事業費	国内外での県産畜産物の有力販売先の開拓や生産者の付加価値向上の取組み支援などを行い、県内畜産基盤の維持発展を目指す。 1 愛媛甘とろ豚躍進プロジェクト 2 媛っこ地鶏生産販売強化 など	本事業の実施により、愛媛甘とろ豚・媛っこ地鶏の生産目標頭羽数を達成できており、県が開発したブランドの普及及び生産安定を加速することができた。 ※目標：愛媛甘とろ豚8,000頭⇒実績8,000頭 媛っこ地鶏60,000羽⇒実績60,000羽	

## H30年度 地方創生推進交付金活用事業の評価について

資料 3

### 地方創生推進交付金…10パッケージ、102事業を実施

基本目標	施策項目	施策概要	事項名	事業概要	事業の評価
I 地域に働く場所をつくる・ひとを呼び込む	(1) 産業力の強化と成長産業の育成	⑦ 農林水産業の成長産業化に向けた支援	6次産業化活動支援事業費	県内の農林漁業者等による6次産業化への取組みを支援し、所得増大・農山漁村の活性化を図る。 1 6次産業化チャレンジ総合支援事業 2 ろくじすとクラブステップアップ事業	6次産業化チャレンジ総合支援事業により24事業者が6次産業化事業を実践した。また、「ろくじすとクラブ」チャレンジショップの運営委託及びみかんジュースコンクール開催により、6次産業化商品の普及・販路拡大に資することができた。
			ICT活用農業担い手支援技術開発事業費	ICTやAIなどの情報システムを活用したかんきつ担い手育成支援技術を開発し、かんきつ産業の振興を図る。 1 樹体情報の獲得による意思決定支援 2 「匠の技」の継承による意思決定支援 など	ICTを利用し、樹体・圃地・害虫発生状況を取得することで、管理作業時の判断材料とする解析を行うことができた。また、「匠の技」の解明を動画解析により行うことで、それらを新規就農者へ提供し相互評価を行うなど、動画マニュアルの作成にもつなげることができた。
			木材増産AI構築モデル事業費	AIやICT等の最新技術を活用した情報収集や分析システムを構築し、経験豊富な技術者の減少を補完し、原木の増産を図る。 1 簡易な施業森林データの収集方法の確立 2 収支予測システムの構築	AI・ICT等の最新機器を活用した簡易な森林調査手法の方向性が確立し、収支予測システムの基本プラットフォームの構築につながった。
			酪農生産基盤強化対策事業費	県内の公共牧場を活用して、酪農生産基盤を支える高能力牛群を整備・増頭するための取組みを実施し、酪農生産基盤の維持強化を図る。 1 高能力牛群整備事業	酪農家の経営コスト減少と乳用後継雌牛の確保を目的とした公共牧場預託に対する補助を実施した。酪農家のニーズに合致しており、目標頭数を達成することができた。 ※目標：預託頭数246頭、実績頭数256頭
			新規漁業就業者定着促進事業費	UIJターン等による新規漁業就業者の定住定着促進を図るため、就業準備に必要な資格の取得や着業時の漁業経費に対して支援を行う。 1 就業に必要な各種免許の取得のための講習会の開催 など	就業準備に必要な小型船舶操縦免許や海上特殊無線技士免許講習会を開催し、参加した15名すべてが資格を取得した。また、県内の新規漁業就業者20名に対して着業時に必要な漁船の取得経費や燃料代等の漁業経費に対する補助を実施する等、着業後の不安解消に努めた。
			漁業担い手対策推進事業費	担い手確保促進協議会を通じて就業者の確保に取り組むとともに、青年漁業者等に対して指導・活動支援を行う。 1 漁業後継者の技術研修 2 「もうかる漁業」への支援 など	低魚粉飼料を使用した養殖魚の販売促進、柑橘等を活用した養殖魚のブランド化及びヒジキ養殖等、県下で4課題に取り組む、収益性の改善、養殖魚のブランド化に向けた新技術の確立・普及につながっている。 H29年度からは、西条地区及び壬生川地区において、青年漁業者グループ等と連携して、アサリ稚貝の保護・育成に取り組み、ブランド化の推進に向けた知見の収集が進んでいる。
			農山漁村男女共同参画強化事業費	農林水産業の男女共同参画を推進するため、女性の登用や経営参画の促進、環境づくりを支援する。 1 農山漁村女性ビジョン推進会議の開催 2 女性経営参画支援講座の開催 など	H30年度は、農山漁村女性ビジョン推進会議を1回開催、女性経営参画支援講座を計46回開催した。その結果、新たに18件の農林漁家女性が起業し、地域社会や地域経済の活性化に寄与した。
			一次産業女子活躍支援事業費	SNS等によるネットワークづくりや生産技術の習得などを支援し、次世代リーダーとなる一次産業女子を育成する。 1 一次産業女子のネットワーク化 2 女子力発揮商品開発プロジェクト など	H30年度はSNSを活用したメンバー募集や情報発信、女子力を活かした商品開発、メンバーや地域で活躍する派生グループ（10グループ）の支援等を行った。その結果、結成当時26名（28年）だったメンバーが87名となり、タオルとエプロンの2商品が販売となった。また、活動の成果を発表する交流会の開催（1回）や全国大会にメンバー代表5名を派遣し、個人の能力を高めるとともに、愛媛の一次産業女子を広くPRすることができた。
漁村女性地域活性化支援事業費	漁村女性グループが担う地域活動に対して支援・指導を行い、魅力ある組織づくり・漁家経営の安定化や漁村地域の活性化を目指す。 1 水産加工品の実践活用支援 2 漁村女性グループの活動支援	漁村女性の地元水産物を活用した加工品の開発や販売等の経済活動を支援し、漁村地域の活性化につながるよう努めた。			

## H30年度 地方創生推進交付金活用事業の評価について

資料 3

### 地方創生推進交付金…10パッケージ、102事業を実施

基本 目標	施策項目	施策概要	事 項 名	事 業 概 要	事業の評価		
I 地域に働く場所をつくる・ひとを呼び込む	(2) 良質な雇用の場の創出と次代を担う人材の確保	①	今ある雇用・就業の場の次世代への継承支援	中小企業事業継承支援事業費	遅れている中小企業の事業承継への取組みを支援することにより、県内中小企業の持続的発展を図る。 1 事業承継潜在需要発掘事業 2 事業承継税制認定等事業 など	1 事業者の現状把握を促し、早期対策への気づきを喚起する「事業承継診断」を2,845件実施し、専門コーディネーター（国事業）による個人支援等に繋げた。 2 納税猶予に関する税制認定制度について、土業関係者の会合等での制度説明を実施し、周知に努めた。 これらの支援により、県内企業の持続的発展につながるよう努めた。	
			②	地元大学等と連携した地域産業を支える人材の地元就職の促進	えひめジョブチャレンジU-15事業費	進路について考え始める中学生段階において5日間の充実した職場体験学習を実施し、生徒のコミュニケーション能力や忍耐力、適切な勤労観や職業観を育むとともに、地元企業のよさや地元で働くことの魅力を伝える。 1 キャリア教育担当者研修会の開催、職場体験学習の実施 など	H30年度は、11のモデル市町内の全中学校及び3校の県立中等教育学校前期課程に加え、実施を希望する中学校を合わせた、合計74校、約6,000人が参加し、1,700以上の事業所等の協力のもと、5日間の職場体験学習を実施した。県内産業や企業等の魅力を再認識するとともに、地元で働く魅力を感じる機会につながった。
			③	進学等で県外に出た若者の地元回帰	若年人材育成推進事業費	中高生への県内企業の魅力を発信やキャリア教育授業により、地元就職に向けた意識の醸成を図るほか、県外学生の県内企業へのインターンシップ促進やマッチング機会創出により、県内企業のUターン人材獲得を支援する。 1 中高生向けスゴ技企業等紹介冊子の作成 2 中学生向けキャリア教育授業への講師派遣 3 Uターン人材獲得支援 など	スゴ技企業等紹介冊子を8,500部作成し、県内全中学・高校へ配布したほか、県内中学校が実施するキャリア教育授業へ外部講師を派遣し、計36校・3,145名が受講した。 また、県内企業67社のインターンシップ受け入れ環境を構築し、県外学生11名が参加したほか、企業と学生との交流会には企業担当者61名・学生71名（うち県外29名）が参加した。一連メニューとして実施した合同会社説明会（愛work独自事業）には、企業66社・学生333名（うち県外202名）が参加した。 これらの取組みが若者の地元就職に向けた意識を醸成する機会につながっている。
	(3) 移住・定住の促進	①	きめ細かな移住相談サービスの提供	えひめの移住力総合強化事業費	地域住民の主体的な取組みを支援するとともに、移住者受入体制の強化や情報発信力の強化等により、更なる移住者の呼び込みを図る。 1 移住コンシェルジュの設置 2 愛あるえひめ暮らしフェアの開催 など	1年間で、ジョブカフェ愛workを延べ29,349名、ふるさと愛媛Uターンセンターを延べ258名がそれぞれ利用し、計2,042名（うち学生1,331名）が就職決定に至っており、学生・未就職者・保護者・在職者・教育機関と幅広く利用され、一定の成果が出ている。	
			②	都市部居住者の地域への人材還流の促進	えひめ暮らし魅力体感事業費	東京・大阪の2大都市圏に「ふるさと愛媛Uターンセンター」の窓口を設置し、Uターン就職希望者等に対するきめ細かな支援体制の整備を図る。 1 職業相談・職業紹介窓口の設置 2 Uターン就職セミナーの開催 など	県外のUターン希望者を対象とするため、東京及び大阪に県外窓口を設置し、利用者の利便性向上や個々へのきめ細やかな支援の結果、495件の相談実績があり、一定の場所で継続して支援することで成果が出ている。
			③	きめ細かな移住相談サービスの提供	えひめの移住力総合強化事業費	地域住民の主体的な取組みを支援するとともに、移住者受入体制の強化や情報発信力の強化等により、更なる移住者の呼び込みを図る。 1 移住コンシェルジュの設置 2 愛あるえひめ暮らしフェアの開催 など	移住コンシェルジュの設置や「あのこの愛媛移住フェア」（東京1回）、「愛あるえひめ暮らしフェア」（東京4回、大阪3回）の開催、女性をターゲットとした「愛顔のひめターン」プロモーションなどにより、情報発信力の強化と相談体制の充実にも努めた。これらの取組みの成果として、移住相談件数（3,637件）、移住者数（1,715人）ともに、過去最高を記録している。
(3) 移住・定住の促進	②	都市部居住者の地域への人材還流の促進	えひめ暮らし魅力体感事業費	愛媛の魅力や地域での生活を体感できるツアーにより理解を深めてもらい、更なる移住者の呼び込みを図る。 1 えひめ暮らし魅力体感ツアーの実施 など	都市圏を中心とする県外在住の移住希望者を対象に、愛媛での具体的な生活イメージを体感してもらう6泊7日の地域滞在型ツアーを東・中・南予で実施した。計31名が参加、うち3名が既に県内へ移住しており、実際に移住につながっている。		

## H30年度 地方創生推進交付金活用事業の評価について

資料 3

### 地方創生推進交付金…10パッケージ、102事業を実施

基本 目標	施策項目	施策概要	事 項 名	事 業 概 要	事業の評価
地域に働く場所をつくる・ひとを呼び込む	(3) 移住・定住の促進	③ 地域を支える人材の確保・育成	集落活性化モデル構築事業費	「人口の1%取り戻し戦略」を実行するため、住民が主体となって人口についての具体的な目標設定を行うとともに、目標達成に向けて積極的に活動し、意識の醸成を図ろうとする取組みを実施する集落の構築を支援する。 1 目標設定と達成に向けた取組み検討のコーディネート など	地域づくり協働体の構築の次のステップとして、県内3地区をモデル地区として、住民が主体となった定住増に向けた目標設定と目標達成に向けた取組内容の検討を行った。次年度も同じ3地区をモデル地区として、取組みの実践を支援していくこととしており、引き続き、住民主体の集落の構築につながるよう努める。
			元気な集落づくり推進事業費	集落対策の取組みが進んでいない市町について、県が先導的な役割を担いながら、市町の取組みを強力にサポートする。 1 地域おこし協力隊の導入促進 2 元気な集落づくり応援団とのマッチング など	地域おこし協力隊の導入促進や集落と元気な集落づくり応援団とのマッチングについて、県が先導的な役割を担いながら、市町の取組みを強力にサポートした。地域おこし協力隊の県内への定着率は全国平均を10ポイント上回っており、着実に成果を上げている。
	(4) にぎわいの創出による交流人口の拡大	① 愛媛の豊かな観光資源をフル活用した戦略的取組みによる外需の獲得	サイクリング観光推進事業費	「サイクリングパラダイス愛媛」の実現に向け、サイクリングを核とした観光振興を図る。 1 マルゴト自転車道サービスサイトの運営 2 サイクルトレインの運行事業 など	サイクリスト参加型サイトの運営及び改修、サイクルトレインの運行等を通じて、サイクリストの誘客環境を整えるとともに、国内主要サイクリングイベントにおいてPR活動を行うことにより、サイクリングを核とした観光振興につながった。
			しまなみ海道・国際サイクリング大会実施事業費	平成26年の「サイクリングしまなみ」、平成28年の「サイクリングしまなみ2016」によるしまなみ海道の国内外へのPR成果を維持・継続させるため、「サイクリングしまなみ2018」を開催する。 1 イベント実行委員会の運営	「サイクリングしまなみ2018」を7000人規模で開催し、27の国及び地域からの出走者を含む7215人の出走を得られ、国内外に「サイクリストの聖地 しまなみ海道」がより広く認知された。
			サイクリング国際観光事業費	本県のサイクリング観光資源の情報発信やサイクリングモデルツアーの実施を促し、国際交流や外客誘致を促進する。 1 サイクリングツアー誘客拡大事業 2 各国・地域とのサイクリスト交流・誘客促進事業 など	台湾等からのサイクリングツアーが増加するとともに、サイクリングプロモーション隊等の派遣を通じて、各国・地域との間でのサイクリング交流を拡大、深化させ、今後の誘客に繋がる基盤を構築することができた。
			首都圏等情報発信強化事業費（一部）	魅力ある観光地やブランド製品等に関するパブリシティ活動を展開して、首都圏等への情報発信を強化し、認知度向上及びイメージアップを図る。 1 パブリシティ活動の委託 2 メディア来県取材の支援 など	委託によるパブリシティ活動等を実施した結果、各種メディアを通じた愛媛の観光や物産等の情報発信につながり、大都市圏における愛媛県のイメージアップ等につながった。 ○メディア掲載件数 1271件 ○取材支援件数 2件
			みきゃんプロモーション戦略推進事業費	ゆるキャラグランプリを通じて認知度が向上した「みきゃん」を活用して、首都圏等で愛媛の魅力を発信し、知名度向上やイメージアップを図る。 1 首都圏等でのPR活動やSNS等による情報発信 2 県内でのPR活動や専任アクターの配備など地域貢献活動の強化 など	県内外の各種イベントへのみきゃんの参加やSNS等によるPRや情報発信により、愛媛の物産や観光等の魅力を広く発信することができた。 ○県外観光物産イベント等参加（アクター派遣） 50回 ○SNS情報発信投稿数 553回 ○みきゃんふれあいスポット開催 40回 ○みきゃんダンスキャラバン活動 31回
			東予東部圏域振興イベント実施事業費	平成31年度に地域活性化イベントを実施することとし、そのイベントの準備に取り組む。 1 実行委員会によるイベントの開催 2 イベント準備及び広報宣伝 など	H30年度は、イベントや開幕直前イベントを開催するとともに、中四国各県でのキャラバン活動などにより、イベントの周知を図ったほか、住民グループ等が自ら実施するチャレンジプログラムの掘起こしに努めた結果、99件のプログラム認定に至った。

## H30年度 地方創生推進交付金活用事業の評価について

資料 3

### 地方創生推進交付金…10パッケージ、102事業を実施

基本目標	施策項目	施策概要	事項名	事業概要	事業の評価
I 地域に働く場所をつくる・ひとを呼び込む	(4) にぎわいの創出による交流人口の拡大	① 愛媛の豊かな観光資源をフル活用した戦略的取組みによる外需の獲得	石鎚山系地域力向上事業費	県内外に石鎚山系の魅力を発信し、自然公園の利用促進と自然環境保全に関する意識の向上を図る。 1 石鎚山系エコツーリズムの推進 2 石鎚ヒルクライムブランド化支援事業 など	石鎚山ヒルクライムでは、参加定員を700名から800名に増加したにもかかわらず、受付開始からわずか20分で定員（県内枠）に達する人気イベントにまで成長してきている。また、エコツーリズムの推進については、エコツアー実施団体、参加者ともに年々増加し、特に参加者は、5年前の約2倍となっている。 【エコツアー参加者数】 H25:136名→H30: 3,004名
			愛顔感動ものがたり発信事業費	「愛顔」あふれる感動エピソード及び写真という文化の力により、本県のPRとイメージアップを図る。 1 作品募集（エピソード部門、写真部門） 2 表彰式イベントの開催 3 受賞作品巡回展の開催	エピソード部門に、46都道府県及び海外4か国から2,496作品、写真部門に、45都道府県から5,349作品のご応募をいただいた。平成31年2月23日の表彰式イベントには、約1,200名のご来場者があり、「毎年良くなっている」「次回も是非参加したい」等の感想を多くいただき、手応えが感じられた。
			えひめファンづくり推進事業費	観光施設の情報提供や県内を周遊する仕組みを維持・拡充し、アプリ登録者と参画施設を増やしながら観光客の増加を図る。 1 えひめファン倶楽部の運営 2 参加施設募集説明会の開催 など	観光スマホアプリ「みかん人倶楽部」の利用者を1,319名獲得するとともに、参加施設も25施設が新規登録するなど、累計で利用者が1万人を超え、参画施設数も約200施設となり、県内外からの観光客の増加を図り、県内周遊の促進と交流人口の拡大に寄与した。
			観光ブランド発信・誘客促進事業費	豊かな観光資源でインパクトのあるプロモーションを展開し、観光のブランド化と大都市圏での知名度向上を図る。 1 観光ブランド発信事業 2 観光・物産PRイベントの開催 など	100万回再生を記録した観光PR動画「疲れたら、愛媛。」の制作配信により、全国での愛媛観光の認知度向上及びイメージアップに寄与したほか、首都圏や関西圏での観光PRイベント、日本最大級の旅行博への出展を通じて大都市圏からの誘客促進を図った。
			愛媛県コンベンション誘致事業費	本県開催のコンベンションを誘致促進することにより、本県のイメージアップ、観光産業の振興及び地域活性化を図る。 1 コンベンション開催支援事業	愛媛県観光物産協会及び松山観光コンベンション協会と連携して、39件のコンベンション誘致に成功し、県外から延べ23,000人泊以上の成果を上げるなど、経済波及効果の高いコンベンション開催を通じて県内観光産業の振興及び地域活性化を図った。
			いやしの南予観光プロモーション推進事業費	大政奉還150年にあたり、全国的にこの時代に注目が集まることから、「歴史・町歩き」を主要テーマとして取組みを展開する。 1 「いやしの南予」観光プロモーション事業 2 「いやしの南予」誘客促進事業 など	えひめいやしの南予博2016の成果を継承し、イベント終了後も「いやしの南予」ブランドの醸成や一層の魅力発信を進めるため、南予広域連携観光交流推進協議会を中心に、全国に対して南予を訴求する取組みを実施した。
			南予地域農業遺産推進事業費	世界（日本）農業遺産の認定を目指す「愛媛・南予の柑橘農業システム」の推進組織の運営を行うとともに、県内外における認知度向上を図る。 1 農業遺産魅力発信推進事業	県民等の機運醸成や理解促進等のための、国際シンポジウムの開催や農業遺産申請地域5市町における巡回展「みかん博物館」の開催、パンフレットやポスター等のPRツールの作製により、平成31年2月の日本農業遺産認定に資することができた。
			グリーン・ツーリズム推進事業費	都市と農山漁村の交流により、地域の活性化と所得の拡大等につながるグリーン・ツーリズムを推進し、交流人口の拡大を図る。 1 えひめG Tナビホームページリニューアル事業	えひめG Tナビホームページを全面リニューアルし、スマートフォンへの対応や検索機能の付与などの新しい機能を追加し、情報発信力を強化することができた。
			とべ動物園魅力向上戦略推進事業費	とべ動物園の更なる集客に向け、イルミネーション、プロジェクションマッピング等を活用したPRイベントとその広告宣伝を実施する。 1 イベント事業費 2 広告宣伝事業費	12月8日（土）～2月11日（月・祝）の土曜日、クリスマス、バレンタインの13日間、開園時間を延長しイルミネーションイベントを開催し、4,614名の方にご参加いただき、とべ動物園の新たな魅力を広く発信することができた。

## H30年度 地方創生推進交付金活用事業の評価について

資料 3

### 地方創生推進交付金…10パッケージ、102事業を実施

基本 目標	施策項目	施策概要	事 項 名	事 業 概 要	事業の評価
I 地域に働く場所をつくる・ひとを呼び込む	(4) にぎわいの創出による交流人口の拡大	① 愛媛の豊かな観光資源をフル活用した戦略的取組みによる外需の獲得	愛媛DMO推進事業費	県観光物産協会を核として平成29年度に設立した愛媛DMOにおいて、関係機関との役割分担・連携のもと、営業・誘客活動を強力に推進する。 1 愛媛DMOの運営 2 国内外からの誘客等の推進 など	H30年7月31日付けで日本版DMOに登録された愛媛DMOにおいて国内外からの観光誘客を一層推進し、旅行商品9件の新規造成や旅行会社との連携による25,000人以上の国内誘客を実現したほか、欧米豪向けの体験プログラム8件を新規造成し、外国人観光案内所の機能強化も図るなどインバウンド受入対策に積極的に取り組み、物産事業も含めて、多様な関係者を巻き込んだ観光地域づくりを戦略的に展開することができた。
			愛・野球博開催事業費	県内外でスポーツへの関心が高まる中、「野球の聖地」としての本県の地位確立を目指し、野球を切り口とした認知度向上と魅力の発信を行う。 1 愛・野球博オープニングフォーラムの開催 2 県内野球大会の開催支援 など	H30年8月26日に開催したオープニングフォーラムでは、超満員となる700人超の参加をいただき、国内外に愛・野球博開幕の情報発信を広く行うとともに、県内の野球大会開催支援補助金や普及啓発奨励金の交付等を実施することにより、事業趣旨の浸透を図り、競技力の向上、交流人口の拡大を図ることができた。
			戦略的情報発信プロジェクト推進事業費	全国の自治体において地域の魅力を伝える情報発信が行われている中で、本県の情報を埋没させないための新たな視点・手法による戦略的な情報発信を展開し、更なる実需の創出と地域活性化につなげる。 1 統一コンセプトの全国プロモーション など	H30年7月に発生した豪雨災害からの復興に最優先で取り組むため、統一コンセプトの発表については次年度に延期したが、県全体で一体感をもって復興施策を進めていくため、統一的なキャッチコピー「がんばるけん えひめけん」を定め、みきゃんを活用したシンボルマークを策定した。また、シンボルマークの普及を図るため民間企業等での活用を進めた結果、44件の使用申請があり、中にはシンボルマークを付した商品（パン）の売上の一部を義援金として寄付する企業も出るなど、復興機運の醸成を図ることができた。さらに、H31年4月の統一コンセプト発表に向けて、コンセプト動画、公式ウェブサイト、コラボレーション企画の準備を進め、年度当初にスムーズに発表できる体制を整えることができた。
			首都圏等情報発信強化事業費（一部）	全国への拡散効果の高い大都市圏において、ポスターや動画を使った広告を展開し、県統一コンセプト等の浸透を図る。 1 大都市圏での広告媒体を活用した情報発信	H30年7月に発生した豪雨災害からの復興に向けて、県民が変わらず元気に頑張っている姿を全国に発信し、観光誘客や県産品購入、義援金等の支援につなげるため、ビデオレター風動画「その時は、愛媛で。」（4本）及びインタビュー動画「愛媛の道行く人々に聞いてみました！」（15本）を制作し、Youtubeでの公開と広告配信を行った結果、目標（250万再生回）を超える約430万再生回の視聴（認知）を獲得するとともに、約3万人を公式ウェブサイトに誘導することができ、復興の取組みを側面的に支援することができた。
			デジタルマーケティング戦略推進事業費	デジタルマーケティングを効果的に活用する施策構築と、そのための手法習得、成功モデルの確立、基本戦略の作成を実施。 1 デジタルマーケティングアドバイザーの設置 2 デジタルマーケティング施策の成功モデルの確立 など	H30年4月に専任組織、部局横断関係12課「推進チーム」を設置。アドバイザー（週1勤務）等と連携しチーム会議を6回、セミナーを2回開催するなど職員のリテラシー向上に努めた。また、インバウンドモデル事業では、戦略対象7か国・地域をターゲットに、愛媛の魅力な資源を外国人目線で紹介する動画を配信した結果、目標を大幅に上回る2,000万再生回を達成。また、届けた動画の視聴傾向や誘導サイトの閲覧状況を分析し、世界に通用する有力な地域資源や、モバイル・ミレニアルファーストの傾向等を明らかにし、インバウンド施策の充実と全庁各施策への応用に向けた有効なデータを得た。この成果と連動して策定した基本戦略は、必要となる基礎知識や優良事例の紹介、各プロセスで留意すべきポイント等を整理。今後、全庁各課が正しい認識や共通の理解のもと、持続的発展を目指し、適切な施策に効果的に導入を図る上での指針を示すことができた。

## H30年度 地方創生推進交付金活用事業の評価について

資料 3

### 地方創生推進交付金…10パッケージ、102事業を実施

基本目標	施策項目	施策概要	事項名	事業概要	事業の評価
I 地域に働く場所をつくる・ひとを呼び込む	(4) にぎわいの創出による交流人口の拡大	② 広域周遊型の観光の更なる振興	新観光周遊ルート創出事業費	ルート間をつなぐ連携を行い、地域の魅力を発信するとともに、新たな観光周遊ルートの創出や旅行商品造成等を促進する。 1 しまなみ・やまなみの連携 2 愛媛・大分連携事業 など	高根県、鳥取県、広島県と連携し、広域サイクリングマップの改訂や映像制作を行い、地域の魅力発信につなげた。 また、大分県と連携し、フェリー航路を活用した誘客及び両県の周遊促進に向けたプロモーション等を実施することで、新たな観光客の誘客に努めた。
			③ 国際観光・交流の振興	国際観光推進事業費	外国人観光客の来訪を促進し、国際理解の増進、県内観光産業の普及と地域の活性化、松山空港国際線の安定運航を図る。 1 国際観光テーマ地区推進協議会を通じた各種事業 2 韓国人旅行者の誘致 など
		外国人観光客誘致推進事業費		広域観光周遊ルートの情報発信による認知度向上や受入環境整備等との相乗効果を図り、ターゲット国からの観光客誘客を推進する。 1 国及び周辺県と連携した誘客促進事業 2 東京オリンピック・パラリンピック等に向けた誘客促進事業 など	国や周辺県と連携したプロモーションや、東京都等と連携した東京プラスワンの訪問地としての情報発信等を通じて、外国人延宿泊者数が増加（H29：178,590人→H30：229,530人）するなど、本県への誘客拡大につながった。
		松山空港国際線緊急対策事業費		インバウンド、アウトバウンド両面からの緊急対策を講じることにより、安定的な運航・路線維持に向けた搭乗率の向上を図る。 1 中国インバウンド強化対策 2 中国アウトバウンド対策 など	松山・上海線の路線維持のため、インバウンド・アウトバウンド両面から利用促進対策を進めた結果、H30年度の搭乗率は66.2%と堅調に推移し、外国人の利用者が5年連続で過去最高を記録した。
		松山空港利用促進事業費		松山空港の国際線等の利用促進を図るため、松山空港利用促進協議会を通じて官民一体となった取組みを展開する。 1 航空会社等への訪問、協議 2 国際線PR広報活動 など	松山空港国際線のアウトバウンドのPR事業や利用促進事業に取り組んだ結果、H30年度の搭乗率は、上海線が66.2%、ソウル線が87.3%と堅調に推移し、ソウル線については冬ダイヤでの週5便への増便が実現した。
		松山空港国際線LCC利用促進事業費		国際線LCC誘致を目指す上で課題となっている海外での認知度向上を図るとともに、就航決定後速やかに広報活動が開始できる体制を整える。 1 海外での愛媛県認知度向上事業 2 国際線LCC就航広報事業	H29年11月から再開した松山・ソウル線の利用促進に取り組んだ結果、搭乗率はH29年度92.1%、H30年度87.3%と順調に推移しており、地域レベルでの交流促進や韓国人観光客増加による県内経済活性化に大きく貢献した。
		台湾観光交流促進事業費		台湾でのプロモーションを強化するとともに、定期便運航を視野に入れた、インバウンド・アウトバウンド両面での送客・誘客を促す。 1 台湾チャーター便運航支援事業 2 台湾プロモーション活動推進事業	地域活性化への貢献が大きく期待できる台湾との観光交流を推進するため、チャーター便への支援やプロモーションを強化した結果、定期便の就航が実現した（R元年7月18日就航）。
		外国クルーズ船誘致促進事業費		平成31年度に松山港に寄港することが決まった大型クルーズ船の受け入れ体制整備やおもてなしの充実を図るとともに、宇和島港における寄港の経済効果を南予地域に広く波及させるための取組み支援を行う。 1 クルーズ振興補助事業	大型クルーズ船受入体制の整備が図られたことにより、R元年5月、6月の寄港及びおもてなしが円滑に行われ、県内周遊や地域での消費活動などにつながった。また、R2年の継続寄港が決定した。
		G20愛媛・松山労働雇用大臣会合開催支援事業費		G20愛媛・松山労働雇用大臣会合（2019年9月開催）を通じて、本県の多彩な魅力を国内外に情報発信し、国際会議の更なる誘致や観光振興等本県のPRにつなげる。 1 HP開設、PR動画の作成 など	H30年度は専用HPを開設し、愛媛の概要を発信するとともに、専用HPに掲載するコンテンツとして、県内20市町の魅力が詰まったPR動画を作成するなど、本県の多彩な魅力をPRできた。
		愛媛国際映画祭プレイベント開催事業費	平成31年度の愛媛国際映画祭の開催に向け、プレイベントを開催する。 1 実行委員会負担金	H31年3月15日から17日の3日間で、レッドカーペット、映画音楽コンサート、愛媛ゆかりの映画やコンペ作品の上映会、舞台挨拶、映像関係のワークショップ等、映画祭のエッセンスを詰め込み実施し、県内外から4,000人以上にご来場いただいた。	

## H30年度 地方創生推進交付金活用事業の評価について

資料 3

### 地方創生推進交付金…10パッケージ、102事業を実施

基本目標	施策項目	施策概要	事項名	事業概要	事業の評価
I 地域に働く場所をつくる・ひとを呼び込む	(4) にぎわいの創出による交流人口の拡大	④ 自転車新文化の推進	自転車新文化推進事業費	「愛媛県をサイクリングパラダイスへ」の実現に向けて、総合的・戦略的な施策を推進し、交流人口の拡大とスポーツ自転車利用の裾野拡大に努める。 1 自転車新文化推進体制の構築 2 自転車新文化の普及・拡大 など	県民の健康と生きがいと友情づくりに資する「自転車新文化」の拡大・深化に向け、自転車施策を総合的・計画的に推進するため愛媛県自転車新文化推進計画を策定した。 また、県内の自転車利用のすそ野の拡大のため、初心者層、女性層やファミリー層に対する自転車の魅力の情報発信を行うとともに、毎年11月には県内すべての市町が一斉にサイクリングに関するイベントを実施する「愛媛サイクリングの日」を実施した。
			サイクリストマナー向上推進事業費	マナーアップキャンペーンを実施し、広く県民に交通安全思想の普及徹底を図るとともに、安全で快適な環境づくりを推進する。 1 サイクリストマナーアップキャンペーンの実施 2 自転車マナーアップの普及・啓発 など	自転車・歩行者の通行の多い松山市一番町通り周辺をモデルとして、事業者・学生等によるワークショップ等を開催し、「一番町通り自転車マナーアップ宣言7か条」として取りまとめを行うとともに、早朝マナーアップキャンペーンを実施し、自転車の安全走行意識の向上を図った。 また、サイクリングイベント等での啓発やマナーアップ交流会を実施したほか、県内のサイクリングチームの自転車マナー向上に向けた目標宣言をホームページで紹介することで、広く自転車マナーを普及・啓発した。
			四国一周サイクリング推進事業費	世界に通用するサイクリングアイランド四国を実現するため、四国一周ルートの情報発信力を強化し、四国一周サイクリングの認知度向上を図る。 1 四国一周サイクリングの定着に向けた取組みの実施 2 四国4県が連携したサイクリスト受入環境の整備やPR など	四国一周サイクリングの定着に向け、「チャレンジ1000キロプロジェクト」や学生等による四国一周をサポートする「若者応援プロジェクト」を実施したほか、「おもてなし」を提供できる宿泊・観光施設や飲食店等を認定する「おもなしサポーター制度」を創設し、サイクリストに対する受入環境を強化するなど、四国一周サイクリングの認知度向上を図った。
			自転車安全利用促進事業費	自転車を核とした地域振興に向け、「シェア・ザ・ロード」の精神の普及や自転車安全利用対策を促進する。 1 地域自転車安全利用ワークショップの開催 2 「シェア・ザ・ロード」の精神の普及啓発 など	「思いやり1.5m運動」協力事業所及び「ヘルメット着用推進事業所等」を拡充したほか、児童の保護者等対象の自転車安全利用ワークショップを実施し、「シェア・ザ・ロード」の精神の普及浸透を図った。また、「ヘルメットdeおしゃれと愛顔川柳のコンテスト」及び「えひめ自転車安全利用フェスティバル」を開催し、県民のヘルメット着用意識の向上など自転車安全利用の促進を図った。
			アクティブシニアまるごとサイクリング事業費	スポーツサイクリング体験会の開催等により、サイクリングを通じた高齢者の生きがい及び健康づくりを推進する。 1 スポーツサイクル体験会事業 2 シニアサイクリング活動支援事業 3 シニアサイクリング活動応援事業	走行スキルに応じた2種類のスポーツサイクル体験会やサイクリング普及セミナーを実施し、シニアサイクリストの裾野拡大を図った。また、体験会参加者等が継続してサイクリング活動に取り組むことができるよう高齢者向けSNSサイトを運営し、情報交換・情報発信等の交流の場として活用した。
			高校生自転車交通マナー向上対策事業費	県立高校生を対象に「シェア・ザ・ロード」に沿った交通安全教育の強化や交通ルールの遵守や交通マナーの向上を図ることにより、自転車が関与する事故の防止を図る。 1 高校生自転車マナーアップ会議の開催 2 自転車交通マナー対策実践指定校 など	実践指定校において生徒が主体的に活動することで、自転車交通マナーの向上やルール遵守への意識が一層高まったほか、交通ルールや自転車の通行方法の正しい理解につながった。 さらに、マナーアップ会議を開催し、実践指定校の取組の普及やパネルディスカッション、啓発ポスターの表彰等を実施することにより、高校生に自転車交通マナー向上について考えてもらい意識向上が図られた。
			⑤ 競技スポーツの振興	東京オリンピック・パラリンピック機運醸成事業費	2020年東京大会の開催により、本県でも国内外の地域との交流促進が期待される中、東京大会への機運を盛り上げ、県内スポーツの振興や人的交流の活発化に結び付ける。 1 フラッグツアーやスポーツシンポジウムの開催 など

## H30年度 地方創生推進交付金活用事業の評価について

資料 3

### 地方創生推進交付金…10パッケージ、102事業を実施

基本目標	施策項目	施策概要	事項名	事業概要	事業の評価
I 地域に働く場所をつくる・ひとを呼び込む	(4) にぎわいの創出による交流人口の拡大	⑤ 競技スポーツの振興	スポーツ交流推進事業費	スポーツイベントの開催支援や合宿の誘致に取組み、競技スポーツの振興やスポーツによる地域活性化、交流人口の拡大を図る。 1 スポーツイベント誘致事業 2 えひめ台湾スポーツ交流推進事業 など	スポーツイベント等の誘致または開催に意欲を示す競技団体等に対し、支援を行った結果、H30年度は、国際規模・全国規模のイベント7件を含む16件のスポーツイベント等が実施され、競技力の向上や本県の対外的なイメージアップにつながったほか、県民のスポーツに対する関心を高めることができた。
			スポーツ立県推進事業費	えひめ国体・えひめ大会のレガシーを一過性のものに終わらせることなく、次世代に継承・発展させる。 1 えひめスポーツ推進県民会議の設置 2 スポーツ応援アプリを活用した情報発信 など	各種団体や学校、行政など85団体の代表で構成する「えひめスポーツ推進県民会議」では、「スポーツ立県えひめ」の実現に向けて県民総ぐるみで取り組む共同宣言を採択することができた。また、「愛顔スポーツ応援アプリ」では、県内プロスポーツの観戦リリーや歩数計機能を活用した運動促進、県内スポーツ情報の一元的な発信などを実施し、県民のスポーツ機運の醸成を図ることができた。
			スポーツ立県応援事業費	えひめ国体・えひめ大会における県民挙げての応援や機運醸成の取組みを発展的に継承し、スポーツ活動への参加機会を創出する。 1 高校生記者による「スポーツ立県えひめ」新聞・映像制作 2 えひめ国体・えひめ大会1周年記念イベントの開催 など	高校生記者（35校・約250名）が愛顔スポーツ応援アプリや新聞紙面において、高校総体や各学校の部活動紹介などを若い視点で情報発信したほか、高校総体に総勢54名のリポーターを配置し、全競技・全会場から途中経過や結果等をリアルタイムで配信し、県民のスポーツ機運の醸成を図ることができた。国体・大会の開閉会式を実施した記念イベント会場には、2,545人も多くの方に来場いただいた。県民の総力を結集して開催された1年前の国体・大会の盛り上がりを取り戻しながら、新たな「スポーツ立県えひめ」の契機となるイベントとすることができた。
II 安心して子育てできる環境を整備	(3) 子どもや親子に安心な環境の整備	③ 確かな学力・豊かな心・健やかな体を育てる教育の推進	子ども芸術祭開催事業費	えひめこどもの城の豊かな自然と広大な敷地を活用し、自然の中での創作や鑑賞等を通じて、子どもの新たな個性や可能性の発見を目指すとともに、芸術を愛する心を育み、情操を豊かにする。 1 作品募集 2 創作合宿 3 表彰式イベント	テーマを「森の生命（いのち）」とし、作品を募集したところ、県内外から95作品の応募があった。3日間の創作合宿をはじめ、創作活動に参加した児童・生徒は2,470名であり、多くの児童・生徒の芸術に対する取組の一助となった。また、オープニングとして表彰式イベントを平成30年10月20日に開催し、この日から平成31年3月31日までを会期として屋外作品展を実施した。
	(4) 子育てと仕事の両立支援	② えひめ子育て応援企業の増加	仕事と家庭の両立支援促進事業費	企業の認証や働き方改革のワンストップ支援拠点の開設・運営を通じて仕事と家庭生活の両立支援等、企業における働き方改革の促進を図る。 1 えひめ子育て応援企業の認証 2 愛媛県働き方改革包括支援プラザの運営 など	H30年度はえひめ子育て応援企業23社、えひめ子育て応援ゴールド企業8社を新規認証し、順調に認証制度の普及拡大が進んでいる。また、愛媛労働局と連携して企業の働き方改革のワンストップ拠点「働ナビえひめ」を開設し、121件の相談に対応するとともに、延べ613回の企業訪問を実施した。
III 元々気な地域で暮らせる	(1) 安心できる環境の整備	② 人口減少社会に対応したコンパクトな地域コミュニティの形成支援	持続可能な集落づくりサポート事業費	地域づくり協働体構築による新たな地域運営の仕組みづくりのノウハウの周知や各種支援を行うことにより、持続可能な集落づくりを促進する。 1 集落間情報交換・ネットワークの構築 2 集落実態調査 など	地域づくり活動に携わる住民等を対象に、地域づくり協働体の構築事例の発表や市町の垣根を越えた課題共有や情報交換を通して、各地域の将来を考えるための研修交流会を開催し、地域住民など112人が参加するなど、新たな地域運営の仕組みづくりに努めた。
			商店街活性化支援事業費	商店街等が行う課題解決に向けた取組みを支援するとともに、アドバイザー派遣や商店街関係者のネットワーク構築を図る。 1 商店街挑戦サポート事業 2 住民提案型商店街支援事業 など	商店街外部のグループが商店街の資源を活用して地域課題を解決する事業や、商店街の若手リーダーが連携して商店街の諸問題を解決するための事業について企画提案募集を行い、それぞれ3団体及び1団体に対し当該事業を委託するとともに、商店街の魅力づくりや情報発信に取り組む1商店街に対し市を通じて補助を行うなどにより、商店街の課題解決、にぎわい創出を支援した。

## H30年度 地方創生推進交付金活用事業の評価について

資料 3

### 地方創生推進交付金…10パッケージ、102事業を実施

基本 目標	施策項目	施策概要	事 項 名	事 業 概 要	事業の評価
Ⅲ 元 気 な 地 域 を つ く る ・ い つ ま で も 地 域 で 暮 ら せ る	(1) 安心できる環境の整備	③ 地域を結ぶ交通体系の整備	公共交通人材確保対策事業費	若年者や県外求職者等を対象とした公共交通等の人材確保や業界への理解促進に取り組み、地域の産業を支える基盤である運輸業の振興を図る。 1 公共交通等の人材確保事業 2 運輸業の理解促進事業	慢性的な人材不足となっている公共交通や物流を担う運転手や船員の人材確保や運輸業への理解促進に向け、①交通事業者や業界団体による合同企業説明会の開催、②運輸の業種・職種の理解を促進するための冊子の作成・配布、③運輸業の職場見学会を実施し、運輸業の人材確保に向け、運輸業界への理解が進んだ。
	(2) 心豊かに暮らせる地域づくり	③ スポーツを通じた豊かで活力ある地域づくり	地域密着型プロスポーツにぎわい創出事業費	県内のプロスポーツ3球団と県民が交流する機会を設け、各球団のファンの相互交流や選手とファンの距離を縮めることで応援機運を醸成する。 1 えひめプロスポーツ県民交流大運動会 2 みきゃんメイク応援事業 など	えひめプロスポーツ県民交流大運動会では、延べ1,297人が参加し、ファンと選手・球団の相互交流を行うことで、新規ファンの獲得や応援機運の醸成を行うことができた。また、みきゃんメイク事業などを実施し、試合観戦者の満足度の向上を図った。
	(3) 地域連携による協働のきずなづくり	① 全ての県民が参画する社会の実現	地域創生担い手NPO自立促進事業費	NPOが自ら人・物・資金を獲得し地域に還元する成功モデルの創出・見える化を図るとともに、寄附文化を醸成することでNPOの自立を促進する。 1 NPO自立モデル事業の実施 2 成功モデルの情報発信 など	本事業で創出したモデル事例に基づき、中長期的な視点に立って、引き続き協働による自立に向けた地域課題解決活動を支援するとともに、他地域への波及を図った。
	(4) 地域を支える担い手の確保	① 地域を支える人材の育成	地域に生き地域とともに歩む高校生育成事業費	地域と連携した魅力的なプロジェクトプランの企画・実践により、生徒の計画力、コミュニケーション力などを向上させる。 1 教員のマネジメントスキル指導力の育成 2 生徒のマネジメントスキルの育成 など	本事業のプロジェクトマネジメント研修に全56校の生徒、教員が参加し、企画力やマネジメントスキル、意欲等が高まった結果、全56校から地域と関わる学校魅力化プランが提出され、H31年度の実践校を選出できた。また、H30年度の実践校が、地域と連携してプロジェクトに取り組み、実践力やコミュニケーション能力を身に付けるなどの収穫があった。さらに、プロジェクトを通して得た成果を、えひめスーパーハイスクールコンソーシアムでポスターセッションをするなどして普及にも努めた。