

地方創生先行型交付金を活用した事業評価について

資料4

※ は再掲事業（事業名のみ記載）

【記号について】

＜事業効果＞※担当課による判定（基礎交付のみ）
 A: 地方創生に非常に効果的であった
 B: 地方創生に相当程度効果があった
 C: 地方創生に効果があった
 D: 地方創生に効果がなかった
 -: 上乘交付（個別事業の効果判定は実施していない）

＜事業の評価＞※事務局案を記載しています。
 ○: 総合戦略のKPI達成に有効であった
 ●: 総合戦略のKPI達成に有効とは言えない

【交付金について】

先行型交付金は、「基礎」と「上乘」の2種類あり、「上乘」分については、各事業を4つの事業パッケージに再編し、国に対し交付申請をしています。

基本目標	施策項目	施策概要	再掲	交付金	事業名	事業概要	KPI				事業の評価			
							指標 (目標年月)	実績値	目標値	事業効果	評価	評価の理由		
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		基礎	ベンチャー成長等支援事業	県内ベンチャー企業の成長を支援するため、「愛媛のスゴVen.」データベースの掲載企業と県内外の企業や金融機関とのマッチング等を実施するとともに、専門機関による経営戦略のブラッシュアップといった成長支援を行った。	支援対象企業の大手企業等とのマッチング等成立件数 (H28年3月)	4件	3件	A	○	「愛媛のスゴVen.」企業に対し、県内外の企業等とのマッチング等を支援し、成果をあげるにより、潜在的起業家を掘り起こし、県内全域での創業の促進に繋がった。		
		② 県内企業の成長戦略を担う人材確保の支援		上乘	今治工業高等学校造船コース開設準備費【上乘せ：愛媛で働く！次代を担う人材育成・確保事業】	教育課程の編成・指導教員の養成を行うとともに、実習等の新築設計、3次元CADシステムの整備及び同システム設置に向けた既存教室の改修を行った。28年度は、実習等新築工事を実施するとともに、必要備品の整備及び既存教室の改修を行う。	地域や地域産業を担う人材の育成数 (H28年3月)	171人	122人	—	○	造船大国愛媛の次世代の担い手育成に取り組むことで、若者の地元定着に貢献することができた。		
		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		基礎	若年人材育成推進事業費	愛workに事業を委託し、就職セミナーなど求職者のスキルアップに資する取組みのほか、企業と若者のマッチングの促進など、きめ細かな就職支援事業を実施した。	若年者等の就職決定数 (H28年3月)	1,652人	2,100人	C	○	実績値が目標値を下回る結果となっているが、若年者を取り巻く雇用環境が改善傾向にあったことを考慮すると、一定の効果があったと考えられる。今後も時宜にかなった多種多様な取組みが求められる。		
				基礎	中小企業人材確保支援事業費	愛workに事業を委託し、中高生向けに企業紹介冊子を作成し、若い世代に地元企業の魅力をPRするほか、若者と企業のマッチングの促進や企業の採用・育成能力の向上を図る取組みなど、中小企業の人材確保に資する事業を実施した。	事業を利用して人材を採用した企業 (H28年3月)	5社	60社	C	○	短期的な成果としては、指標値を下回る形となったものの、企業の採用・育成能力の向上といった中長期的な人材確保に欠かせない要素について、大きく寄与する取組みを行うことができた。		
				上乘	地元就職支援事業費【上乘せ：愛媛で働く！次代を担う人材育成・確保事業】	県外学生等に対して、往路分の交通費を支援することにより、県が実施する合同会社説明会、若者と企業の交流会、企業見学会への参加を促し、Uターン就職の促進を図った。	合同会社説明会の参加者数 (H28年3月)	299人	600人	—	○	指標値を下回る形となったものの、本事業の主目的のひとつでもある県外学生の誘引については、一定の成果を残すことができた。		
			[再]	上乘	今治工業高等学校造船コース開設準備費【上乘せ：愛媛で働く！次代を担う人材育成・確保事業】									
		④ 企業と地元大学・公設試等との連携の推進・支援		—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
⑤ 県内企業の営業力強化と販路拡大に向けた支援		基礎	四国4県東アジア販路開拓支援事業費	四国4県で密に連携し、売上実績の向上に向け、新商品の発掘や各メーカーの現地フェア等へ参加の促進に取り組むとともに、現地での継続した営業活動により販路拡大を図った。	四国産品の販売実績 (H28年3月)	0.8億円	1億円	A	○	四国4県で連携することでPR効果も図れ、単県で行うよりも効率的に事業を実施できた。				

基本目標	施策項目	施策概要	再掲	交付金	事業名	事業概要	K P I				事業の評価	
							指標 (目標年月)	実績値	目標値	事業効果	評価	評価の理由
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	基礎	愛媛の優れたものづくり技術情報発信事業費	四国4県及び産業支援財団等が連携して、国内外における四国内企業の商談機会を提供し、販路開拓を図った。	販路拡大に向けた商談中の案件 (H28年3月)	87件	15件	A	○	四国4県で連携することでPR効果も図れ、県内企業の優れた製品・技術の知名度向上と販路開拓を図ることができた。	
			基礎	ものづくり企業アジア展開支援事業費	県内経済団体等が主催するアジアでの経済交流ミッションや商談会等において、知事等がトップセールスを行った。	販路拡大に向けた商談中の案件 (H28年3月)	199件	5件	A	○	海外事業展開を目指す県内ものづくり企業の側面支援に繋がった。	
			基礎	「すごモノ」データベース販路開拓支援事業費	県内の伝統工芸品等を取りまとめたデータベースを活用した販路開拓を図るため、首都圏での大型展示会の出展、百貨店バイヤー等との商談機会のセットアップ等を行った。	ギフトショーでの商談件数 (H28年3月)	450件	250件	A	○	県主導のもと、首都圏大型展示会出展やバイヤーとの商談機会を創出することにより、県内事業者の販路開拓に対する機運醸成や商談スキル向上が図られた。	
			基礎	「すご味」データベース販路開拓支援事業費	農林水産物、加工食品等を取りまとめたデータベースを活用した販路開拓を図るため、新たな魅力ある産品を追加した改訂冊子の作成、県内事業者のECサイトとリンクしたWEBサイトの作成、都市圏の百貨店、量販店等のバイヤーを招聘した商談会の開催を行った。	ECサイトの新規創設すご味企業数 (H28年3月) 商談会へのすご味企業参加数(新規) (H28年3月)	40社 51社	15社 50社	A	○	WEBを活用した県産品の情報発信や大型商談会の実施により、県内事業者の新規成約・販路拡大につながった。	
			基礎	県・市町連携販路開拓事業費	より確実な県産品の販路拡大、チーム愛媛での営業活動の機運醸成を図るため、意欲の高い市町が独自に企画した販促イベントを共同で実施した。	物産展参加市町数 (H28年3月)	8市町	6市町	A	○	事業実施の結果、県と市町のみならず、市町間の連携促進が図られたことから、県と市町、市町間が連携した営業活動へ発展拡大が期待できる。	
			基礎	海外販路拡大事業費	少子高齢化に伴う人口減少等により国内市場が縮小するなか、海外での有望なマーケットを開拓するため、日本商品の質や価格への正当な評価が期待できる欧米諸国に対し、県産品の販路開拓・販路拡大を行った。	県産品の新規取引件数 (H28年3月)	12件	15件	B	○	新たなターゲットとしている、欧州及び米国への販路開拓に当たり、現地関係者との人脈づくり、商流、物流の確認など、着実かつ確実な事業展開が図られた。	
			基礎	農商工ビジネス連携促進事業費	農商工連携体による新商品開発を支援するほか、県内関係機関と連携し、スーパーマーケットトレードショー2016、FOODEX JAPAN2016等へ愛媛県ブースを出展するなど、県事業者の首都圏等での販路開拓を支援した。	展示会での成約額やフェアでの売上げ (H28年3月)	0.87億円 ※H29年1月末に確定値判明予定	1億円	A	○	中小企業の負担が大きい販路開拓について、効果的な展示会への出展等の支援を行うことで、販売成約に寄与した。	
			基礎	小規模企業設備投資金融支援事業費(利子補給金)	設備投資に取り組む小規模企業者等に利子補給を行い、金融面から支援した	経営安定資金・小口資金及び小口零細企業資金融資実績 (H28年3月)	66件 499千円	150件 5,462千円	C	○	目標値を下回ったものの、小規模企業の設備投資の促進を図ることが出来た。	
			基礎	台湾へのかんきつPR強化事業費	台湾において、柑橘や水産物や加工品などの県産品の販売プロモーション活動や、サイクリングイベントを活用した県産かんきつ加工品のPRを実施した。	取扱量・販売額 (H28年3月)	0.2t 432万円	45t 3,370万円	C	○	県産かんきつの海外輸出の主力である台湾における残留農薬検査強化により輸出量が激減したものの、PR活動等を通し県産農産物の知名度向上、現地でのシェア確保に寄与した。	
			基礎	愛媛ブランド牛プレミアム販売推進費	県が研究開発した愛媛ブランド牛について、ブランドイメージの確立を先行させたプレミアム販売につなげるほか、愛媛ブランド牛の販売を契機に「まるごと愛媛」で愛媛県産品の優位販売につなげる活動を展開した。	販売頭数 (H28年3月)	12頭	15頭	B	○	脂肪を抑えた健康的な美味しさというコンセプトを訴求する効果的なPR活動が展開できたことから、知名度向上やブランドイメージの確立が図られた。	
			基礎	県産材輸出支援事業費	愛媛ブランド材「媛すぎ・媛ひのき」の販路開拓を推進するため、韓国・中国(台湾)に現地営業担当者を設置し、高付加価値商品の新たな需要が見込める工務店やホームセンターを主な対象として営業活動を行っている。	製材品輸出量 (H28年3月)	223㎡	2,000㎡	C	○	目標値を下回ったものの、海外企業の県内製材工場視察や商談等も増加しており、県産材のPRや販路開拓を図ることができた。	

基本目標	施策項目	施策概要	再掲	交付金	事業名	事業概要	K P I				事業の評価	
							指標 (目標年月)	実績値	目標値	事業効果	評価	評価の理由
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	基礎	水産えひめ販路拡大支援事業費	ジャパン・インターナショナル・シーフードショー（東京会場）に愛媛県ブースを出展し、県内の水産物とその加工品の製造販売事業者の販路拡大を支援した。	本出展による参加事業者の成約額 (H28年3月)	33,580千円	15,000千円	A	○	目標値を大きく上回っており、県内事業者の販路開拓に貢献できた。	
			基礎	水産物輸出促進事業費	水産物の輸出拡大を図るため、輸出事業者が商業ベースで行う愛育フィッシュの輸出促進を図るとともに、シンガポールやマレーシアなどアジア諸国に対する新規販路開拓やハラール認証取得など輸出環境整備に関する取組を支援した。	輸出金額 (H28年3月)	56,700千円	40,000千円	A	○	愛育フィッシュの輸出拡大を図ることで、魚類養殖生産者の所得の安定を図ることに繋がった。	
			基礎	「愛育フィッシュ」普及推進事業費	愛育フィッシュを広くPRし販路拡大を図るため、各種広報物の製作・配布を行うとともに、消費者への普及を目的とした「愛育フィッシュフェア」を全国で開催した。	愛育フィッシュを冠した商品化 (H28年3月)	10商品	10商品	A	○	「宇和島サーモン」等が愛育フィッシュを冠して商品化されるなど、愛育フィッシュのブランド力向上につながった。	
			上乘	さくらひめブランド活用営業推進事業費【愛媛を売り込め！えひめ営業推進事業】	新しい地域ブランディングによる実需の創出を図るため、新商品開発・既存商品のブラッシュアップ、商品群での展示会の出展、大手企業との連携プロモーションを行った。	県関与年間成約額 (H28年3月)	89億円	70億円	—	○	愛媛県発の新たな地域ブランドづくりに向け、関係する分野での大手企業との連携事業での取り組みにより、「愛媛」「さくらひめ」の認知度向上が図られた。	
			上乘	「スゴ技」ブランド力強化事業【愛媛を売り込め！えひめ営業推進事業】	本県「スゴ技」企業の強みや魅力を専門業界紙等で全国に情報発信したほか、営業力アップに向けて新たに「スゴ技」PR動画を作成し、情報発信と連動した営業活動を行った。	県関与年間成約額 (H28年3月)	89億円	70億円	—	○	本県「スゴ技」企業の強みや魅力を専門業界紙等で全国に情報発信したほか、営業力アップに向けて新たに「スゴ技」PR動画を作成し、情報発信と連動した営業活動を展開し始めたところであり、今後の波及が期待できる。	
			上乘	マレーシア販路拡大支援事業【愛媛を売り込め！えひめ営業推進事業】	伊勢丹マレーシアに出展する県内食品メーカー等を支援するため、学生や留学生と連携したプロモーションや商品開発を行うとともに、ASEAN諸国からバイヤーを招へいし現地でも商談会を実施した。	県関与年間成約額 (H28年3月)	89億円	70億円	—	○	本県とマレーシアにおいて幅広い交流を展開することとしている中、同国民の嗜好を踏まえた製品開発を行うことで、県内企業の今後のマレーシアにおける販路開拓につながった。	
		⑥ 次世代の成長産業へのチャレンジ支援	基礎	医療機器関連産業推進事業費	医療関連の事業に参入の意欲はあるものの、具体的製品がないなど参入のきっかけがなかった企業に対し、コーディネーターが支援を行った。	医療機器の開発や医療機器関連産業への参入を目指す企業数 (H28年3月)	9社	3社	A	○	医療関連分野へ参入を目指す企業に対し、コーディネーターが支援することで、着実かつ効果的な事業参入に結びついた。	
			基礎	経済成長戦略金融支援事業費（利子補給金）	愛媛県の経済成長戦略2010の戦略実現に向けた事業に取り組む中小企業者等に利子補給を行い、金融面から支援した。	経済成長戦略枠融資実績 (H28年3月)	18件 309千円	100件 5,958千円	B	○	本県の経済成長に資する設備投資を後押しすることで、県内中小企業等を活性化することができた。	
		⑦ 農林水産業の成長産業化に向けた支援	基礎	6次産業化活動支援事業費	農林漁業者等の所得増加や農山漁村の活性化に向け、新商品開発、既存商品のブラッシュアップ、販路開拓及び商談会への出展に対する支援を行った。	県内の農林漁業者であって、自らの農林水産物を活用して6次産業化にチャレンジする者 (H28年3月)	15者	10者	A	○	6次産業化にチャレンジしようとしている県内農林漁業者を支援する事業があることで6次産業化に取り組む意欲のある農林漁業者の相談件数が増加し、また、事業実施後、継続して6次産業化を実施する事業者へのフォローも増加した。	
			基礎	えひめスイーツ首都圏PR事業費	首都圏における県産農産物の知名度向上やイメージアップを図るため、有名スイーツ店やレストラン等を活用し、スイーツをテーマにPR活動を展開した。	えひめ食材活用店舗数 (H28年3月)	20店舗	86店舗	B	○	首都圏の有名スイーツ店等で県産農産物を使用したスイーツを提供することで、知名度やブランドイメージの向上につながったほか、新規販路の開拓にもつながっている。	

基本目標	施策項目	施策概要	再掲	交付金	事業名	事業概要	K P I				事業の評価			
							指標 (目標年月)	実績値	目標値	事業効果	評価	評価の理由		
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	基礎	基礎	県産かんきつ新規輸出支援事業費	新たな海外への販路拡大を図るため、カナダへの県産中晩柑のテスト輸出を実施した。	取扱量・販売額 (H28年3月)	0.6 t 50万円	8 t 240万円	B	○	紅まどんなや甘平等の県独自品種の海外販路拡大に向けて、少量ではあるが県産中晩柑のテスト輸出を実施し、現地小売業者や消費者の反応を確認することで、次年度以降の具体的な戦略を検討へつなげた。		
			基礎	基礎	紅い雫ブランド確立事業費	「紅い雫」の認知度向上と販売拡大につなげるため、訴求ポスター・ミニチラシの制作、首都圏プロモーション活動を実施した。	栽培面積の増加 (H28年3月)	2.3ha	2.7ha	B	○	PR活動が知名度向上に繋がりを、他の品種より高値で取引されたことで、農家所得の向上が図られ、栽培面積の増加につながった。		
			基礎	基礎	愛媛甘とろ豚生産拡大支援事業費	愛媛甘とろ豚の生産拡大を図るため、首都圏を中心とした県外での新たな販路開拓及び畜産研究センター等による飼養衛生管理指導、生産者への繁殖母豚導入支援等を実施した。	愛媛甘とろ豚の出荷頭数 (H28年3月)	7,700頭	6,800頭	A	○	本事業の実施により、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。		
			基礎	基礎	愛媛ブランド牛生産支援事業費	愛媛ブランド牛の安定的かつ計画的な生産体制の構築を図るため、生産者への総合的な畜産指導の実施、産地化を進める取り組みへの支援を実施した。	愛媛ブランド牛出荷数 (H28年3月)	25頭	15頭	A	○	本事業の実施により、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。		
			基礎	基礎	漁業担い手対策推進事業費	青年漁業者グループによる先進地視察や技術交流を実施するとともに、4件の新技術の実証試験に取組んだ。	漁業就業者数 (H28年3月)	7,401人	7,000人	A	○	先進地視察、技術交流会への参加や実証試験への取組みにより、中心的役割を担う青年漁業者が育成され、その者を中心としたグループ活動等により資質の高い漁業後継者が育成された。		
			[再]	基礎	台湾へのかんきつPR強化事業費									
			[再]	基礎	愛媛ブランド牛プレミアム販売推進費									
			[再]	基礎	県産材輸出支援事業費									
			[再]	基礎	水産えひめ販路拡大支援事業費									
			[再]	基礎	水産物輸出促進事業費									
			[再]	基礎	「愛育フィッシュ」普及推進事業費									
				上乘	6次産業化商品販売促進事業【愛媛を売り込め！えひめ営業推進事業】			県内6次産業化商品を一堂に集め、生産者と消費者との交流拠点となる「愛顔の食卓」を松山市銀天街に出店した。	県関与年間成約額 (H28年3月)	89億円	70億円	—	○	「ろくじすとクラブ」や県内6次産業化商品の認知度が高まるとともに、県内ファンの増加にも寄与できた。
					⑧ 県内への企業投資拡大	—	—	—	—	—	—	—	—	—
		(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		上乘	U I J ターン促進社会実験事業【愛媛にヒトを呼び込む！人材選流促進事業】	生衛業界における新規創業者のため、県外から移住する者に対して定着支援金を支給する社会実験を行いU I J ターンの促進を図った。	事業承継等をする移住者数 (H28年3月)	10人	10人	—	○	本補助金の活用における生衛業界における新規創業者等におけるU I J ターンの促進は、本県への人口増のみならず金融機関における融資件数の増にもつながった。	

基本 目標	施策項目	施策概要	再掲	交付 金	事業名	事業概要	K P I				事業の評価	
							指標 (目標年月)	実績値	目標値	事業 効果	評価	評価の理由
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	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	[再]	基礎	若年人材育成推進事業費							
			[再]	基礎	中小企業人材確保支援事業費							
			[再]	上乘	地元就職支援事業費【上乘せ：愛媛で働く！次代を担う人材育成・確保事業】							
		③ 進学等で県外に出た若者の地元復帰	基礎	U I J ターン就職促進助成事業費	県内の中堅・中小企業等が県外から経営力強化に繋がる人材を受け入れた際、一定期間、受入企業の負担した経費の一部を助成し、県外人材の流入促進を図った。	U I J ターン就職による県内定着者 (H28年3月)	7人	30人	C	○	成果としては、指標値を下回る形となったものの、本助成事業を活用した県内中小企業においては、U I J ターン人材確保及び定着が図られており、人材の流入促進の一助となる取り組みであった。	
			[再]	基礎	若年人材育成推進事業費							
			[再]	基礎	中小企業人材確保支援事業費							
			[再]	上乘	地元就職支援事業費【上乘せ：愛媛で働く！次代を担う人材育成・確保事業】							
			④ 若者等の就職と産業人材力の強化	基礎	障害者マッチング支援事業費	マッチングサポーターによる就労先企業の開拓の強化や企業の障がい者雇用に対する理解促進を図った。	民間企業における障害者雇用率 (H28年3月)	1.82%	1.77%	C	○	法定雇用率は未達成ながらも、前年度の障害者雇用率を上回り、過去最高の数値を更新した。
				[再]	基礎	若年人材育成推進事業費						
				[再]	基礎	中小企業人材確保支援事業費						
		④ 若者等の就職と産業人材力の強化	上乘	障害者授産製品販売促進事業【上乘せ：愛媛で働く！次代を担う人材育成・確保事業】	県内の大型商業店舗において、障害者授産製品の販売促進イベント「青い鳥マーケット」を開催し、障害者授産製品の認知度向上と消費拡大を図った。	授産製品展示販売イベントの来場者数 (H28年3月) 授産製品展示販売イベントの売上 (H28年3月)	9,621人 3,254千円	8,000人 4,000千円	—	○	障がい者の授産製品の販売促進イベントにより、授産製品の認知度向上や消費拡大はもとより、障がい者がイベント参加することにより、就労意欲の向上や販売スキルの向上につながった。	
			上乘	地域に生き地域を創る若者育成モデル事業【上乘せ：愛媛で働く！次代を担う人材育成・確保事業】	全ての高校を対象に、マネジメントスキルの研修を行い、そのうち実施を希望する学校が、1年目に魅力ある学校づくりのプランを創出し、さらに、審査会で選ばれた学校が、2年目に魅力化プロジェクトに取り組む。	地域や地域産業を担う人材の育成数 (H28年3月)	171人	122人	—	○	学校と地域が連携することの重要性和、地域における学校の持つ役割について再認識することができた。また、地域の魅力を再認識させる有意義で貴重な学習機会となった。	
			[再]	上乘	地元就職支援事業費【上乘せ：愛媛で働く！次代を担う人材育成・確保事業】							
			[再]	基礎	若年人材育成推進事業費							
		⑤ 雇用の質の向上の促進	[再]	基礎	若年人材育成推進事業費							
		⑥ 企業誘致・留置の推進	—	—	—	—	—	—	—	—	—	

基本 目標	施策項目	施策概要	再掲	交付 金	事業名	事業概要	K P I				事業の評価	
							指標 (目標年月)	実績値	目標値	事業 効果	評価	評価の理由
I 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	① きめ細かな移住相談サービスの提供	基礎	えひめの移住力総合強化事業費	人口減少下において、将来にわたり活力のある地域社会を維持するため、従来の移住施策に加え、地域住民の主体的な取組みを支援し、移住コンシェルジュの設置、都内での暮らしフェアの開催など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行った。	相談件数 (H28年3月)	379件/年間	200件/年間	A	○	移住コンシェルジュの設置やフェア開催などの取組みにより、移住者希望者の掘り起しを行うことができた。	
						フェア来場者数 (H28年3月)	109名	100名				
		空き家調査件数 (H28年3月)	128件/年間	300件/年間								
				上乘	えひめの移住魅力発信強化推進事業【上乘せ：愛媛にヒトを呼び込む！人材還流促進事業】	活力ある地域社会を維持するため、移住ジャストマッチングシステムの構築や、移住プロモーション映像の制作、職の担い手移住フェアの開催等、移住者受入態勢や情報発信力を強化して、移住者の更なる呼び込みを図った。	地域において担い手不足に悩む業種を集めた「職の担い手移住フェア」参加者 (H28年3月)	150人	80人	—	○	指標値を上回っており、移住者の更なる呼び込みを図ることができた。
			上乘	アクティブシニア活躍促進検討事業【上乘せ：愛媛にヒトを呼び込む！人材還流促進事業】	移住してきた高齢者が起業や就業をし、地域に貢献する本県独自の「愛媛型CCRC」の導入に向け、大都市圏の高齢者の移住ニーズ調査や勉強会の開催のほか、「導入モデル」の作成及び想定される経済的効果や将来的な医療・介護の負担などを示した「医療介護シミュレーション」を作成した。	愛媛型CCRCの導入に向けて具体的な検討に入った市町数 (H28年3月)	3市町	3市町	—	○	県内3市において、CCRC基本構想策定に向けた取組みに着手するなど、CCRC実施主体である市町が導入検討を進めるための後方支援を行うことができた。	
			基礎	元気な集落づくり推進事業費	集落と都市（元気な集落づくり応援団）とマッチングし、ボランティアを通じた人事交流を実施し地域住民だけの実施が困難になった地方行事を応援団とともに支援することで集落と都市部の交流促進を図った。	募集説明会参加市町数 (H28年3月)	10市町/年間	5市町/年間	A	○	県が先導的な役割を担いながら、市町の集落対策の取組みをサポートすることができた。	
						マッチング達成率 (H28年3月)	100%	100%				
			基礎	戦略的移住人材発掘事業費	市町と連携し、集落が求める人材条件と移住に興味を持つ大都市圏や県内都市部の就業体験希望者とのマッチングを行った。移住希望者が実際に就業体験を通して集落と繋がりを持つことで、将来的な移住促進を図った。	就業体験参加者数 (H28年3月)	72人/年間	60人/年間	A	○	地域活動や産業の後継者対策に繋げていくことができた。	
			④ 多様な就業の支援	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	(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	基礎	首都圏等情報発信強化事業費	大都市圏において本県の様々な情報をメディアに提供することで本県の露出を高めることができ、本県の認知度向上やイメージアップを図った。	首都圏・近畿圏におけるメディア掲載件数 (H28年3月)	1,001件	800件	A	○	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。	
基礎			みきゃんで発信愛媛の魅力PR事業費	本県のイメージアップキャラクターである「みきゃん」を通じたネットワークを県内はもとより県外にも広げることにより、本県の認知度向上やイメージアップに向けた体制構築を図った。	企業・団体等の応援団登録件数 (H28年3月)	3,226件	3,500件	A	○	イメージアップキャラクターを核としたネットワークづくりは、愛媛県の知名度向上につながるとともに活力向上にも資する。		
				首都圏等でのPR活動 (H28年3月)	40回	45回						
基礎			愛媛県コンベンション誘致事業費	国際ミーティングエキスポへの出展など誘致活動や、本県でコンベンションを実施する団体への助成金制度を設け、開催支援を行った。	コンベンション開催支援助成額 (H28年3月)	3,909千円	10,000千円	C	○	目標値を下回っているものの、取組み自体は本県のイメージアップ、観光産業の振興、地域の活性化につながっている。		
		基礎	観光集客力向上支援事業費	地域資源を磨き上げ、魅力ある観光資源に育てるため、観光関係団体等が行う取組みに補助する。	支援した事業者における観光客入込客の増加 (H28年3月)	H29末までに判明予定	10%増加	B	○	地域資源を活用して持続的な観光客増を促す取組みに対し支援することで、本県の一層の観光振興及び雇用の創出、地域経済の活性化につながった。		

基本 目標	施策項目	施策概要	再掲	交付 金	事業名	事業概要	K P I				事業の評価		
							指標 (目標年月)	実績値	目標値	事業 効果	評価	評価の理由	
I 地域に働く場所をつくる・ひとを呼び込む	(4)	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		基礎	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、サイクリスト参加型サイトにおける観光情報の拡充やサイクルトレインの運行など、サイクリングを核とした観光振興を図った。	愛媛マルゴト自転車道サービスサイト会員登録数 (H28年3月)	739	1,000	B	○	マルゴト自転車道サービスサイトの運営や県内で開催するサイクリングイベントララーの実施などを通じ、サイクリングを活用した観光振興の定着につながった。	
					えひめ南予博覧会(仮称)実施事業	南予全域を舞台として開催する南予活性化イベント(「えひめいやしの南予博2016」)に向けて、関係市町等と連携しながら、準備作業や広報宣伝の展開、イベントの準備・開催等に取り組むとともに、オープニングイベントを開催した。	イベント参加人数 (H28年3月)	52万人	5万人	A	○	「町並博」「いやし博」において発掘・育成された多くの地域資源を観光ビジネスとして着実に実需につなげるとともに、「南予」を「道後」「しまなみ」に続く観光ブランドとして育成するため開催する「えひめいやしの南予博2016」の成功に向け、大きく貢献した。	
					総合観光プロモーション推進事業費	大都市圏からの誘客を効果的・戦略的に実施するため、キャッチコピー「アイテじゃないよ、エヒメだよ!」を活用したポスター・動画等を作成し、観光PRイベントを行うなどプロモーション活動を展開した。	トップセールス等の開催、EXPO等への参加回数 (H28年3月)	3回	2回	A	○	観光PRの展開等により誘客促進に繋げることが出来た。	
							各種広告媒体への掲載回数 (H28年3月)	7回	5回				
							大都市圏から本県を訪れた観光客数 (H28年3月)	—	—				
					基礎	観光・物産PRイベント大都市圏開催事業費	総合観光プロモーション推進事業と連携して、首都圏において観光PRイベントを実施した。	観光物産PRイベント・トップセールスの開催、EXPO等への参加回数 (H28年3月)	3回	3回	A	○	愛媛県の知名度向上やイメージ向上を図り、本県への観光客誘致や県産品の販路拡大につながった。
					誘客促進キャンペーン等の展開 (H28年3月)	5回	3回						
					大都市圏から本県を訪れた観光客数 (H28年3月)	—	—						
基礎	しまのわ交流推進事業費	「瀬戸内しまのわ2014」で生まれた島と島のつながりの「輪」、人の「和」を継承するため、しまのわ民間企画イベント実施者等、地域で主体的に活動する地域住民の交流会の実施や広報物の作成などを実施した。	継続する民間企画イベント数 (H28年3月)	55イベント	55イベント	B	○	しまのわの取組みの継承とおし、地域住民による観光まちづくりを進めることができた。					
上乘	しまなみ海道・国際サイクリング大会実施事業費【上乘せ:サイクリングパラダイス愛媛自転車新文化推進事業】	「サイクリングしまなみ」によるしまなみ海道の国内外へのPR効果を維持・継続させるため、平成28年度のしまなみ海道における国際サイクリング大会の開催に向けて、実行委員会を設置し、前回大会の結果を反映させた実施計画の策定等を行うとともに、関係機関等との連絡・調整を進めるなど、本イベントの本格的な準備作業を行った。	しまなみ海道エリアにおけるレンタサイクル数 (H28年3月)	16.3%増	前年比増	—	○	「サイクリストの聖地」瀬戸内しまなみ海道の知名度向上、サイクリストの更なる誘客促進を図ることが出来た。					
上乘	サイクルトレイン整備事業【上乘せ:サイクリングパラダイス愛媛自転車新文化推進事業】	JR四国が実施する予讃線特急「宇和海」の自転車混乗に向けた取組を支援することで、サイクリストのための移動手段の拡充を図った。	自転車搭載可能な特急列車(松山~宇和島)の便数 (H28年3月)	28便/日	29便/日	—	○	南予地域におけるサイクリング観光の振興に寄与した。					

基本 目標	施策項目	施策概要	再掲	交付 金	事業名	事業概要	K P I				事業の評価	
							指標 (目標年月)	実績値	目標値	事業 効果	評価	評価の理由
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	上乗	農林漁家民宿サイクリスト誘客促進事業【上乗せ：サイクリングパラダイス愛媛自転車新文化推進事業】	サイクリスト等を農村漁村への新たな顧客として繋げるため、県内の農林漁家民宿（23軒）へ、サイクリスト及びその同伴者にモニターツアー（宿泊及びグリーン・ツーリズム体験）を実施し、グリーン・ツーリズムの新たな楽しみ方としてのサイクリングの活用と検証を行った。	グリーンツーリズム体験のモニターツアー参加者数 (H28年3月)	480人	400人	—	○	グリーンツーリズムの新たな楽しみ方としてサイクリングの活用を検討することができ、農山漁村への新たな誘客につながった。	
			上乗	愛媛サイクリングの日実施事業	自転車に親しむことを契機に、ファミリー層などサイクリストの裾野拡大や地域間の交流拡大を図ることを目的に、県と市町が協働して創設した「愛媛サイクリングの日」において、各市町で開催されるサイクリング関連イベントの連携、広報、誘客促進等を行った。	サイクリングの日関連イベント参加者数 (H28年3月)	9,500人	10,000人以上	—	○	県・市町協働のもと創設した「愛媛サイクリングの日」において、各市町で開催されるサイクリング関連イベントの連携、広報、誘客促進等を行い、本県独自で進める「自転車新文化」の普及・拡大につながった。	
		② 広域周遊型の観光の更なる振興	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
		③ 国際観光・交流の振興	基礎	えひめFreeWi-Fiプロジェクト推進事業費	「えひめFreeWi-Fi」の関係機関協議を行うための協議会の開催した。また、県有施設のアクセスポイント設置や周知のためのポータルサイトの作成、広報のぼりを作成するなどPR活動を実施した。	FreeWi-Fiアクセスポイント数 (H28年3月)	1,385箇所	1,000箇所以上	A	○	Wi-Fi未整備は国が調査した日本にきた外国人へのアンケートで不満のトップであり、その不満の解消を進めることで、国際観光・交流の振興に有効であった。	
			基礎	松山空港国際線緊急対策事業費	ソウル線・上海線の安定運航・路線維持に努めるため、インバウンド・アウトバウンドともに、モデルツアー等事業を引き続き実施する必要がある。	平成27年外国人延宿泊者数 (H27年12月)	105,950人	60,634人	A	○	指標である外国人延べ宿泊者数を達成しており、外国人観光客の誘致に効果があった。	
			基礎	外国人観光客誘致拡大事業費	外国人観光客の誘致を拡大するため、外国語表記等整備、新免税制度の周知に努めた。	平成27年外国人延宿泊者数 (H27年12月)	105,950人	60,634人	A	○	指標である外国人延べ宿泊者数を達成しており、外国人観光客の誘致に効果があった。	
			基礎	国際観光推進事業費	海外からの外国人観光客の来訪を促進することにより、県内観光産業の振興に資するため、ホスピタリティの向上、観光案内強化事業等を引き続き実施していく必要がある。	平成27年外国人延宿泊者数 (H27年12月)	105,950人	60,634人	A	○	指標である外国人延べ宿泊者数を達成しており、外国人観光客の誘致に効果があった。	
			基礎	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て国際交流や外客誘致を行うため、引き続き、サイクリングを素材としたサイクリング誘客事業を実施する必要がある。	平成27年外国人延宿泊者数 (H27年12月)	105,950人	60,634人	A	○	指標である外国人延べ宿泊者数を達成しており、外国人観光客の誘致に効果があった。	
			基礎	東南アジア等誘客推進事業費	インドネシア旅行社の招請ツアー及びシンガポール瀬戸内周遊ツアーの商品化に努めたが、東南アジア等の誘客を図った。	平成27年外国人延宿泊者数 (H27年12月)	105,950人	60,634人	A	○	指標である外国人延べ宿泊者数を達成しており、外国人観光客の誘致に効果があった。	
		④ 自転車新文化の推進	基礎	自転車新文化推進事業費	本県の提唱する「自転車新文化」を普及・拡大させ、「愛媛県をサイクリングパラダイスへ」の実現に向けて、引き続き各種施策を総合的・戦略的に推進し、交流人口を拡大させ地域の活性化を図るとともに、スポーツ自転車利用の裾野の拡大に努め、県民の健康と生きがいと友情づくりを推進した。	サイクルインストラクターの養成 (H28年3月)	15人	20人	B	○	法律を順守した交通方法や、現地に不案内なツアー客を先導することができる人材の養成のほか、女性をターゲットにしたイベントの開催等により、スポーツ自転車の裾野拡大につながり、サイクリングパラダイス愛媛の実現に寄与した。	
県内サイクリング大会の女性比率 (H28年3月)	10%					15%						

基本 目標	施策項目	施策概要	再掲	交付 金	事業名	事業概要	K P I				事業の評価			
							指標 (目標年月)	実績値	目標値	事業 効果	評価	評価の理由		
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		基礎	自転車安全利用促進事業費	指導者を育成するという新たな事業であり、基本的なルールやマナー、自転車の構造や点検整備、指導者としての心構えについて講習を行ったほか、主要幹線道路等を走行して、サイクリングの基礎知識や留意点を習得させるなど、実践的な安全利用セミナーにより人材を育成した。	自転車安全利用に関する指導者の育成人数 (H28年3月)	51人	38人	A	○	人材育成をとおし、県が自転車を活用した地域振興を図るうえで、必要不可欠な自転車の安全利用の促進を図ることができた。		
				基礎	アクティブシニアサイクリング推進事業費	超高齢社会を迎え、健康や生活（一人暮らしや孤独）について不安を感じている高齢者が増加している中、スポーツサイクリングを通じて、介護要らずの健康づくり、仲間との友情づくり、趣味としての生きがいを育み、明るい長寿社会を構築するため、体験会事業等を実施した。	スポーツサイクル体験会参加者数 (H28年3月)	160人	200人	A	○	体験会をきっかけに、参加者がその後も自主的にスポーツサイクリングに取り組んでおり、健康・友情・生きがいが育まれている。		
						体験会参加者延べ走行回数 (H28年3月)	966回	400回						
				基礎	しまなみ海道サイクリング活性化事業費	「サイクリングしまなみ」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、地元サイクリングイベントの魅力向上を支援するとともに、海外サイクリストの誘客促進に向けたメディア取材ツアーや受入体制のモデル整備を行い、サイクリングを活用した観光振興を図った。	しまなみ海道エリアにおけるレンタサイクル数 (H28年3月)	16.3%増	前年比増	A	○	「サイクリストの聖地」瀬戸内しまなみ海道の知名度向上、サイクリストの更なる誘客促進を図ることが出来た。		
				基礎	愛媛マルゴト自転車道整備事業費	ブルーラインを165km整備した。	ブルーライン実延長 (H28年3月)	165km	165km	B	○	ブルーラインの整備の進捗が図られることで、多くのサイクリスト等を県内各地に誘導し、交流人口の拡大につながった。		
				[再]	基礎	サイクリング観光推進事業費								
				[再]	基礎	サイクリング国際観光事業費								
					上乘	自転車新文化推進事業費（増額補正）【上乘せ：サイクリングパラダイス愛媛自転車新文化推進事業】	更なるサイクリング環境の充実に向けた現状分析と課題解決策を調査・検討するとともに、サイクリストが必要とする情報を掲載したサイクリングガイドマップを制作した。					—	○	サイクリング環境の充実に向けた現状分析を行い、受入環境整備等における課題解決策を洗い出すことで、サイクリングパラダイス愛媛の実現に向けた効果的な施策の展開につなげた。
				[再]	上乘	愛媛サイクリングの日実施事業								
				[再]	上乘	しまなみ海道・国際サイクリング大会実施事業費【上乘せ：サイクリングパラダイス愛媛自転車新文化推進事業】								
				[再]	上乘	サイクルトレイン整備事業【上乘せ：サイクリングパラダイス愛媛自転車新文化推進事業】								
				[再]	上乘	農林漁家民宿サイクリスト誘客促進事業【上乘せ：サイクリングパラダイス愛媛自転車新文化推進事業】								
		⑤ 競技スポーツの振興	—	—	—	—	—	—	—	—	—			

基本 目標	施策項目	施策概要	再掲	交付 金	事業名	事業概要	K P I				事業の評価		
							指標 (目標年月)	実績値	目標値	事業 効果	評価	評価の理由	
Ⅱ 出会いの場をつくる・安心して子どもを 生み育てる	(1) 若い世代の自立と出会いの支援	① 結婚支援センターを中心とした様々な出会いの場の提供		基礎	えひめ結婚支援センター運営事業費	結婚を望む男女に出会いの場を提供するため、えひめ結婚支援センターを核として、「出会いイベント」や「個別お引合せ（お見合い）」を実施した。	えひめ結婚支援センターで誕生したカップル数 (H28年3月)	1,607組	1,360組	A	○	未婚化・晩婚化に対応するため、多くの独身男女へ出会いの場を提供し、また成婚にもつながった。	
						結婚支援イベント (20代限定イベントを含む)開催回数 (H28年3月)	285回	274回					
		② 未婚化・晩婚化対策の推進	[再]	基礎	えひめ結婚支援センター運営事業費								
	(2) 子ども・子育て支援の充実	① 妊娠～子育てまでの切れ目のないワンストップ相談・支援体制の構築											
		② 県民総ぐるみによる安心して子どもを生み育てることができる社会環境づくりの推進											
		③ 子ども・若者の社会的自立と社会参加の促進											
	(3) 子どもや親子に安心な環境の整備	① ひとり親家庭等での子育て支援の推進											
		② 子ども・若者の健全育成		基礎	児童相談システム整備事業費		ケースのリスクに応じたランク付け率 (H28年3月)	100%	100%	C	○	児童相談所内でケースの情報が共有されることで、的確・迅速な対応に資することができ、安心して子どもを生み育てる良好な環境づくりの促進に寄与した。	
		③ 確かな学力・豊かな心・健やかな体を育てる教育の推進	[再]	上乘	今治工業高等学校造船コース開設準備費【上乘せ：愛媛で働く！次代を担う人材育成・確保事業】								
	(4) 子育てと仕事の両立支援	① 男女がともに子育てが出来る環境の整備促進											
		② えひめ子育て応援企業の増加		基礎	仕事と家庭の両立支援促進事業費	県内企業に対し、「えひめ子育て応援企業」認証とその上位認証（えひめ子育て応援ゴールド企業）の取得を促すことにより、認証取得自体のメリット（育児規程の整備など）、関係助成金とあいまって、仕事と子育ての両立が図られる職場環境を有する県内企業の増加を実現した。また、事業主等に対し、優れた取組実績をあげたえひめ子育て応援企業の表彰と事例発表等を行うセミナーを開催し、優れた事例の展開を図った。	仕事と子育ての両立に積極亭に取り組むとして県が新規に認証する企業数 (H28年3月)	33社	25社	A	○	「育児休業規程」をはじめとする、仕事と子育て等の両立支援制度を備える企業の増加につながった。	
						特に両立支援に積極的に取り組むとして県が認証する企業数 (H28年3月)	3社	5社					
		③ 仕事と子育てをはじめとした生活が両立できる快適な労働環境の整備	[再]	基礎	仕事と家庭の両立支援促進事業費								

基本 目標	施策項目	施策概要	再掲	交付 金	事業名	事業概要	K P I				事業の評価		
							指標 (目標年月)	実績値	目標値	事業 効果	評価	評価の理由	
II	(4) 子育てと仕事の両立支援	④ 男女共同参画社会づくり		上乘	えひめの女性が輝く社会づくり推進事業【上乘せ：愛媛で働く！次代を担う人材育成・確保事業】	総合ポータルサイトの構築や女性活躍推進に必要な基礎データの収集（企業アンケート）、女性活躍推進加速化のための推進大会などを開催し、女性活躍の気運の醸成と環境整備に取り組んだ。	女性活躍推進を啓発する大会の参加者数 (H28年3月)	161人	300人	—	○	女性活躍に資する講演会の開催や県内企業へのアンケート、総合ポータルサイトの構築により、時機を逸せず女性活躍推進の機運の醸成と環境整備に取り組むことができ、より一層女性活躍を推進した。	
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	① 複数の市町による広域連携の推進による人口減少社会		—	—	—	—	—	—	—	—	—	
		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		基礎	集落機能強化促進事業費	地域活動の維持や地域の抱える諸問題解決のため、複数集落の連携など活動規模の拡大と機能強化を図り、新たな地域運営の仕組みとして地域づくり協働体のモデル事例の構築を促進した。	支援した事業者における観光入込客の増加数 (H28年3月)	H29年末までに判明予定	10%増加	A	○	過疎・高齢化が進行し集落活動維持が困難となる中で、新たな地域活動組織のモデル事例の構築を行うことができた。	
		③ 地域を結ぶ交通体系の整備		基礎	公共交通広域連携強化事業費	本事業における航路利用促進キャンペーンの実施や航路到着先の自治体や関係団体、マスコミ等へのキャラバン活動、集客施設等でのチラシ配布等を行った。	キャンペーン期間中の利用者 (H28年3月)	対前年比 5.2%	対前年比 2%増加	A	○	本事業の実施により、航路に関する周知が図られ利用者数が増加したほか、県内の関係者のみならず、県外の航路就航先自治体や関係団体と、今後も連携して航路の促進に取り組んでいく体制の構築ができた。	
		④ 県外と県内各地を結ぶ交通ネットワークの整備		—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
		⑤ 地域の福祉・介護・医療を支える環境づくり		—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	(2) 心豊かに暮らせる地域づくり	① 快適な暮らし空間の実現		—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	(2) 心豊かに暮らせる地域づくり	② 個性豊かな地域文化の創造と承継		—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
		③ スポーツを通じた豊かで活力ある地域づくり		—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	(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		基礎	協働による地域づくり推進事業費	市町との連携により、新たに3市町で住民集会の開催による住民主体の地域づくりに取り組んだ。	モデル事業実施市町数 (H28年3月)	3市町	3市町	B	○	「自分たちの地域は自分たちでつくる」という目標のもと、様々な主体の参画により、住民ニーズに即した個性あふれる事業案が生まれ、住民主体の地域づくりに繋がっている。	
		② 地域集落におけるコミュニティ活動の活性化推進	[再]	基礎	集落機能強化促進事業費								
(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	[再]	上乘	今治工業高等学校造船コース開設準備費【上乘せ：愛媛で働く！次代を担う人材育成・確保事業】									
	② 地場産業に新たに就業した若者等の地域活動への参画促進	[再]	基礎	集落機能強化促進事業費									