

愛媛県経済成長戦略2010

～経済版えひめマッスルプラン～

平成22年3月

愛 媛 県

目 次

目 次
概 要

総 論

1 経済成長戦略策定の背景・目的	1
2 経済成長戦略策定の3つの基本理念	2
3 戦略的重点支援のための4つの成長分野	4
4 経済成長戦略の推進期間	5

各 論

1 成長分野への重点支援による“産業力の向上”

重点戦略分野 **食品ビジネス**

(ア) 背景・ねらい	6
(イ) 10年後の目指す姿	6
(ウ) 『食品ビジネス分野』における《重点分野》【戦略】〔戦術〕構成	7
(エ) 重点分野のアクションプログラム	
重点分野A - 地域力を活かした食ビジネスの振興	8
戦略1 - 儲けが計算できる農林水産物供給ビジネスの確立	8
戦略2 - 食品産業クラスターの形成	14
戦略3 - 農商工連携の常態化による食ビジネスの促進	15
重点分野B - 新しい「食のマーケット」の開拓	16
戦略1 - マーケット開拓のための効率的・効果的な 県組織体制の見直し	16
戦略2 - 有望分野への戦略的参入の支援	19
戦略3 - 県内食品業者のネット販売への参入促進	21
重点分野C - 東アジア市場をターゲットとした海外販路の開拓	23
戦略1 - 地域商社の育成と輸出推進協議会の設立	23
戦略2 - 愛媛の魅力を世界に伝える商品づくり	26
戦略3 - 海外販路開拓を戦略的に支援する体制づくり	28

重点戦略分野 低炭素ビジネス

(ア) 背景・ねらい・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 30

(イ) 10年後の目指す姿・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 30

(ウ) 『低炭素ビジネス分野』における《重点分野》【戦略】〔戦術〕構成・・・・ 31

(エ) 重点分野のアクションプログラム

 重点分野A - 「第2の産業革命」をけん引する技術の開発・・・・・・・・・・ 32

 戦略1 - 脱化石燃料動力による運搬機器等の開発・・・・・・・・・・ 32

 戦略2 - 製造から廃棄までの低炭素化を実現する技術の開発・・・・・・・・ 35

 戦略3 - 「ウォーターサイクル技術」の開発・・・・・・・・・・ 37

 重点分野B - 低炭素をキーワードとした新たな製品・サービスの開発・ 39

 戦略1 - 「CO₂排出ゼロビジネス」の育成・・・・・・・・・・ 39

 戦略2 - 「CO₂が見える」ものづくりの推進・・・・・・・・・・ 41

 重点分野C - 「低炭素ビジネスフロンティアえひめ」の構築・・・・・・・・ 43

 戦略1 - 「低炭素ビジネスフロンティアえひめ」実現のための

 環境整備・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 43

 戦略2 - 次世代エネルギーの魅力と本県の取組みのPR・・・・・・・・ 45

重点戦略分野 健康ビジネス

(ア) 背景・ねらい・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 47

(イ) 10年後の目指す姿・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 48

(ウ) 『健康ビジネス分野』における《重点分野》【戦略】〔戦術〕構成・・・・ 48

(エ) 重点分野のアクションプログラム

 重点分野A - 保健・医療・福祉をつなぐ取組体制・・・・・・・・・・ 49

 戦略1 - 健康ビジネスを創出する取組体制の整備・・・・・・・・・・ 49

 重点分野B - 健康増進につながる商品・サービスの開発・・・・・・・・・・ 51

 戦略1 - 地域特産品を活用した健康食品等の開発・・・・・・・・・・ 51

 戦略2 - ヘルスツーリズムの促進・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 53

 重点分野C - 介護・福祉分野におけるビジネス機会の拡大・・・・・・・・ 55

 戦略1 - 地域産品を活かした介護関連商品の開発普及・・・・・・・・ 55

 戦略2 - 介護・福祉サービスの向上につながる製品開発・・・・・・・・ 57

 戦略3 - 空き店舗を活用した中心市街地の介護支援・・・・・・・・ 58

 〔ソーシャルビジネス促進〕

重点分野D - 医療技術等の進歩につながる先端技術開発の促進	60
戦略1 - プロテイン・アイランド・松山(PIM)構想の推進	60
戦略2 - 高齢者・障害者の自立を支えるロボット技術等の実用化	61

重点戦略分野 観光ビジネス

(ア) 背景・ねらい	62
(イ) 10年後の目指す姿	63
(ウ) 『観光ビジネス分野』における《重点分野》【戦略】〔戦術〕構成	63
(エ) 重点分野のアクションプログラム	
重点分野A - 愛媛ファンづくりの推進	64
戦略1 - 滞在日数プラスワンの実践	64
戦略2 - 愛媛の魅力創造の推進	67
重点分野B - 東アジアをターゲットとしたインバウンドの推進	71
戦略1 - 東アジアとの観光交流の推進	71

2 成長企業への脱皮を図る“企業力の向上”

(1) 企業の成長を助ける‘場づくり’

産学官連携ネットワークの再構築	76
‘チームえびす’によるトータルサポート	78
モノづくり企業のマッチング支援システムの構築	80

(2) 企業を支える‘ヒトづくり’

産業人材力の強化	83
----------	----

(3) その他の支援

資金繰り対策を通じた中小企業の経営安定化	87
えひめ中小企業応援ファンドを活用した支援	90
産業別等の支援機能の強化	92

(参考資料)

・経済成長戦略の検討体制	95
--------------	----

愛媛県経済成長戦略 2010

～ 経済版えひめマッスルプラン～

基本理念 1

経済環境の様々な変化に応じた『産業構造の転換』や『企業体質の強化』を戦略的に進め、将来に亘る足腰の強い経済基盤づくりを目指す

基本理念 2

既存産業をベースとしつつも、従来の産業分野の枠にとらわれず、けん引力としての『成長産業の創出』と、地域に根付く『雇用を支える産業の育成』、未来への投資としての『環境と経済の好循環』を図る

基本理念 3

地域の総力を結集する『戦略的取組の推進』と、本県企業が体質強化を図り続けることをサポートする『場づくり』や『ヒトづくり』などの環境整備を図る

社会の大きなうねり

少子高齢化 人口減少 環境意識
安全・安心 価値観等多様化
グローバル化 情報化

地域経済の持続的発展

～ 成長産業への脱皮と確かな雇用の創出～

産業構造の変革

低炭素革命 食料・水問題
資源エネルギー問題
農林水産業の6次化

『地域力』 No.1

時代変化を先取り

重点戦略分野 食品ビジネス

商工業者と生産者が共に潤う食ビジネスが展開される

『儲かる食料供給基地えひめ』

新しいビジネスやマーケットを次々と先行開拓できる

『食のフロントランナーえひめ』

愛媛や四国の魅力ある産品を当たり前輸出できる

『どんどん海外チャレンジえひめ』

重点戦略分野 低炭素ビジネス

グローバルニッチトップ企業を絶えず創出する

『低炭素ビジネスフロンティアえひめ』

「環境負荷低減」と「製品価値向上」が両立した技術を創出する

『低炭素革新技术トップランナーえひめ』

取り巻く環境の変化に柔軟に対応できる企業を数多く創出する

『産業創出力 NO.1 えひめ』

重点戦略分野 健康ビジネス

県民のQOL向上に寄与する商品・サービスが提供できる

『健康づくり応援えひめ』

介護・福祉現場のニーズを捉え高齢者の健康生活を支援する

『健康生活支援えひめ』

医療技術等の進歩・発展につながる先端研究を応援する

『先端医療技術開発えひめ』

重点戦略分野 観光ビジネス

愛媛の魅力に満喫し、何度も訪れたいと思われる

『ファンで溢れる観光地えひめ』

東アジアの人々も満足し、一度は訪れたいと思われる

『選択される国際観光地えひめ』

企業を支える『ヒトづくり』

産業人材力の強化

えひめ中小企業応援ファンドによる支援

資金繰り対策

企業の成長を助ける『場づくり』

産学官連携ネットワークの構築

チームえびすによるトータルサポート

マッチング支援システムの構築

産業別等の支援機能強化

産業力向上

支援力向上

企業力向上

食品ビジネス

農林水産業と食品加工業は本県の基幹産業。
その成長が地域経済の未来を決める！

商工業者と生産者が共に潤う食ビジネスが展開される
『儲かる食料供給基地えひめ』
新しいビジネスやマーケットを次々と先行開拓できる
『食のフロントランナーえひめ』
愛媛や四国の魅力ある産品を当たり前輸出できる
『どんどん海外チャレンジえひめ』

県内製造業の2割が
食品加工業

海外における
日本食ブーム

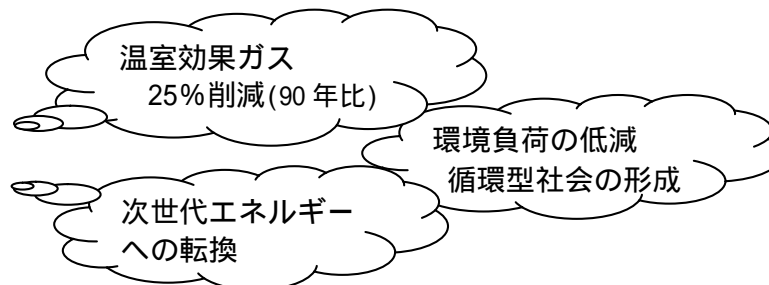
中四国最大の
農林水産県

地域力を活かした食ビジネスの振興	新しい「食のマーケット」の開拓	東アジア市場をターゲットとした海外販路の開拓
<p>儲けが計算できる農林水産物供給ビジネスの実現</p> <p>植物工場の普及促進 植物工場の研究や普及拡大の一大拠点へ 養殖業の高付加価値化 養殖技術、飼料化技術等の確立 企業の農業等への参入促進 農商工連携による新しいビジネスモデルの構築 本県独自の儲かるビジネスモデルを構築</p> <p>食品産業クラスターの形成</p> <p>新たな物流システムの構築 県外大手食品企業の誘致促進</p> <p>農商工連携の常態化による食ビジネスの促進</p> <p>農商工連携ファンドを活用した愛媛型支援システムの構築 連携体の構築から事業化までをサポート</p>	<p>マーケット開拓のための効率的・効果的な県組織体制の見直し</p> <p>愛媛産品マーケティング戦略の策定 県産品の販売促進に関する総合戦略策定 愛媛産品拡販組織の設立 司令塔機能強化のための支援体制の見直し</p> <p>有望分野への戦略的参入の支援</p> <p>高齢者・要介護者向けの食品ビジネスの振興 愛媛産果実を活用した「愛あるリキュール」等の開発</p> <p>県内食品業者のネット販売への参入促進</p> <p>モール運営事業者との提携に基づく愛媛オリジナルプランの創設 ネット販売啓発セミナーや食材発掘視察の開催 モール上での物産市の開催</p>	<p>地域商社の育成と輸出推進協議会の設立</p> <p>世界と愛媛を結ぶ「地域商社」の育成 輸出実務、売買業務を担う商社の育成 「愛媛県食品輸出推進協議会（仮称）」の設立 貿易促進を促進する官民共同組織の設立</p> <p>愛媛の魅力の世界に伝える商品づくり</p> <p>E H I M E ブランド海外チャレンジ支援事業の創設 パブリシティを活用した総合的なPR展開</p> <p>海外販路開拓を戦略的に支援する体制づくり</p> <p>司令塔機能強化のための支援体制の見直し【再掲】 上海交流拠点の整備検討 えひめ中小企業応援ファンドや農商工連携ファンドの活用</p>

低炭素ビジネス

低炭素社会構築は世界的潮流。
脱石油・低炭素化への対応が地域産業成長の鍵！

グローバルニッチトップ企業を絶えず創出する
『低炭素ビジネスフロンティアえひめ』
「環境負荷低減」と「製品価値向上」が両立した技術を創出する
『低炭素革新技术トップランナーえひめ』
取り巻く環境の変化に柔軟に対応できる企業を数多く創出する
『産業創出力 NO.1 えひめ』



「第2の産業革命」をけん引する技術の開発	低炭素をキーワードとした新たな製品・サービスの開発	「低炭素ビジネスフロンティアえひめ」の構築
<p data-bbox="159 667 757 762">脱化石燃料動力による運搬機器等の開発</p> <p data-bbox="159 788 757 948">電気自動車技術開発 EV開発センター設置によるEV技術開発 電気船技術開発 コンバート電気漁船の技術開発</p> <p data-bbox="159 963 757 1059">製造から廃棄までの低炭素化を実現する技術の開発</p> <p data-bbox="159 1075 757 1235">低環境負荷の生産・処理プロセス技術の開発 「都市鉱山」から貴金属やレアメタルを回収する技術の開発</p> <p data-bbox="159 1251 757 1299">「ウォーターサイクル技術」の開発</p> <p data-bbox="159 1315 757 1394">淡水化等高度水処理技術開発 「和製水メジャー」の育成</p>	<p data-bbox="801 667 1400 724">「CO₂排出ゼロビジネス」の育成</p> <p data-bbox="801 740 1400 916">カーボンオフセット商品の開発支援 専門家による企業へのアドバイス等支援 オフセットクレジット案件の創出支援 森林クレジットに係るモデル事業の実施</p> <p data-bbox="801 963 1400 1011">「CO₂が見える」ものづくりの推進</p> <p data-bbox="801 1027 1400 1235">カーボンフットプリント制度の導入促進 PCR(商品種別算定基準)作成にかかる支援 企業の環境負荷低減への取組支援 国等の支援事業導入に係るコーディネート</p>	<p data-bbox="1453 667 2051 772">「低炭素ビジネスフロンティアえひめ」実現のための環境整備</p> <p data-bbox="1453 788 2051 1107">都市と山間地域との環境ネットワークの構築 都市と山間地域とのCO₂取引マッチング 地域コミュニティでのエネルギー循環システムの推進 木質バイオ、廃油燃料等の取組支援 バイオマス原料供給基地の整備 中山間地域でのバイオマス原料生産支援</p> <p data-bbox="1453 1123 2051 1219">次世代エネルギーの魅力と本県の取組みのPR</p> <p data-bbox="1453 1235 2051 1426">「えひめ次世代エネルギーパーク」の整備 えひめ先進環境ビジネス研究会の機能強化 HP開設、法人格を持つ団体への移行</p>

健康ビジネス

健康に対する考え方やニーズが多様化。
健康分野でビジネスチャンスの広がり！

- 県民のQOL向上に寄与する商品・サービスが提供できる
『健康づくり応援えひめ』
- 介護福祉現場のニーズを捉え高齢者の健康生活が支援できる
『健康生活支援えひめ』
- 医療技術等の進歩・発展につながる先端研究を応援する
『先端医療技術開発えひめ』

高齡化率(25.6%)
全国 11 位
1人当たり医療費
全国 15 位

平均寿命 全国下位
(男性 35 位、女性 31 位)

国民医療費の増加
生活習慣病対策

保健・医療・福祉をつなぐ取組体制

健康ビジネスを創出する取組体制の整備

「えひめ健康ビジネス研究会(仮称)」による取組み促進
推進組織の設立、ビジネスマッチング

「健康・福祉・医療ビジネスフォーラム(仮称)」の開催

健康増進につながる 商品・サービスの開発

地域特産品を活用した 健康食品等の開発

産学官連携による付加価値の高い
商品づくり
健康食品、化粧品等の開発支援
健康食品に係る品質管理認証への
支援
GMP管理認証取得の支援

ヘルスツーリズムの促進

健康サービスを組み合わせた旅行商品
の開発支援
ヘルスツーリズム推進組織設立、情報発信

介護・福祉分野における ビジネス機会の拡大

地域産品を活かした 介護関連商品の開発普及

現場ニーズに対応した介護関連商品
の開発
介護現場ニーズに基づく製品開発

介護・福祉サービスの向上につながる 製品開発

介護・福祉現場の省力化製品の
開発支援

空き店舗を活用した中心市街地の 介護支援〔ソーシャルビジネス促進〕

空き店舗活用による介護ビジネス
空き店舗活用による介護事業への参入促進

医療技術等の進歩につながる 先端技術開発の促進

プロテイン・アイランド・松山(PIM) 構想の推進

無細胞タンパク質合成技術を活用した
製品開発や技術開発への支援
シンポジウムの継続開催、共同研究促進

高齢者・障害者の自立を支える ロボット技術等の実用化

ロボット技術の介護・リハビリ現場
での活用研究

観光ビジネス

観光は裾野の広い総合産業。
愛媛のファンづくりが県経済の活性化につながる！

愛媛の魅力を満喫し、何度も訪れたいと思われる
『ファンで溢れる観光地えひめ』

東アジアの人々も満足し、一度は訪れたいと思われる
『選択される国際観光地えひめ』

「えひめお接待の心
観光振興条例」の制定

国内経済の成長停滞
東アジアの経済発展

旅行形態やニーズの
多様化・細分化

愛媛ファンづくりの推進	東アジアをターゲットとしたインバウンドの推進
<p data-bbox="168 754 741 807">滞在日数プラスワンの実践</p> <p data-bbox="181 826 920 986">「坂の上の雲」等を踏まえた旅行商品の造成支援 周遊旅行商品に対する支援制度創設 ホスピタリティの充実向上 隣接県・広域市町等との連携推進</p> <p data-bbox="168 1046 741 1099">愛媛の魅力創造の推進</p> <p data-bbox="181 1118 965 1353">高速道路の宇和島延伸記念イベント等の検討・実施 記念イベントの開催準備、PR 地域密着型旅行エージェントの育成・支援 エージェント育成のための人材育成等、取組促進 体験型観光メニューのブラッシュアップ 物産観光情報発信拠点の機能強化</p>	<p data-bbox="1131 754 1700 807">東アジアとの観光交流の推進</p> <p data-bbox="1144 826 1995 1070">上海交流拠点の整備検討【再掲】 癒しの郷“愛媛”ウエルカムキャンペーン(仮称)の展開 ビジット・ジャパン・キャンペーンと連動したキャンペーン実施 えひめ“外国人にやさしいまちづくり”の整備 外国人観光客消費環境の整備 銀聯カード使用可能店舗・免税店舗の普及・拡大</p>

企業の成長を助ける‘場づくり’

産学官連携ネットワークの再構築

- ・愛媛県産学官連携戦略会議(仮称)の設置
- ・「えひめ産業技術力強化戦略(仮称)」の策定
- ・重点戦略テーマごとの支援体制の構築

‘チームえびす’によるトータルサポート

- ・支援力・連携力の強化
- ・発信力の強化
- ・県とチームえびすの連携強化

モノづくり企業のマッチング支援システムの構築

- ・ものづくり連携コーディネーターの設置
- ・マッチング支援事業体の創設

企業を支える‘ヒトづくり’

産業人材力の強化

- ・「産業人材力強化の方向性」の設定
- ・「第9次愛媛県職業能力開発計画(産業人材力強化計画)」の策定

その他の支援

資金繰り対策を通じた中小企業の経営安定化

- ・セーフティネット金融の充実強化
- ・成長発展に挑戦する中小企業への支援
- ・中小企業の事業再生の支援
- ・個人保証や不動産担保に依存しない融資の推進
- ・小規模・零細企業への融資円滑化
- ・地域密着型産業への資金供給の活性化
- ・中小企業金融の円滑化推進

えひめ中小企業応援ファンドを活用した支援

- ・地域密着型ビジネスの創出支援
- ・既存産業の高度化等支援

産業別等の支援機能の強化

- ・県経済を支える大企業や地場産業への個別対応の強化
- ・県外大手企業の県内留置対策の推進

産業構造の変革を
チャンスにできる
地域を目指して!

地域力の好循環を拡大!

企業力

えひめ力

総論

1 経済成長戦略策定の背景・目的

- ・戦後最大の「世界同時不況」や「世界金融危機」に見舞われた我が国経済は、中国など海外需要の回復や国の経済対策の効果などを背景に、ようやく最悪期を脱し、景気の持ち直し傾向が続くものの、失業率が高水準にあるなど厳しい状況の中で、デフレや円高など景気の下振れリスクを抱えている。
- ・県内経済も全国同様に、需要減少による減産や生産調整の動きが様々な業種に拡がり、企業の収益環境が悪化する中で、大手企業の事業縮小や製造拠点の海外移転、労働者の雇用調整、所得減少による個人消費の低迷となって表れるなど、県内経済は依然厳しい状況が続いている。
- ・また、低炭素社会の実現をはじめ、循環型社会システムの構築、生物多様性の保全など、環境問題が広域化・多様化するとともに、重要性が増す中、地球温暖化防止の新たな政府目標として掲げられた「温室効果ガス25%削減(1990年比)」は、経済と環境の調和・両立を目指す先進的な取組みである一方で、脱石油・低炭素化の流れが急加速することによって、国内の産業構造や企業の経営環境の大きな変革を迫る要因ともなり得る。
- ・こうした状況の中で、経済・雇用危機を乗り越えるための当面の対策との両輪として、国の経済対策における重点分野や成長戦略の方向性を踏まえつつ、**中長期的な視点に立ち、将来を見据えた産業の振興や未来への投資につながる技術開発等を進めるため、‘本県経済の持続的発展につなげる成長戦略’を策定する。**

2 経済成長戦略策定の3つの基本理念

【基本理念1】

この経済成長戦略は、従来のように県経済の規模拡大を単に企図するのではなく、経済環境の様々な変化に応じた‘産業構造の転換’や‘企業体質の強化’を戦略的に進め、将来に亘る足腰の強い経済基盤づくりを目指し、実質的な「**経済体質強化戦略**」(＝**経済版えひめマッスルプラン**)とする。

【基本理念2】

「経済体質強化」を図るに当たっては、既存産業をベースとしつつも、従来の産業分野の枠にとらわれず、けん引力としての「**成長産業の創出**」と地域に根付く「**雇用を支える産業の育成**」、未来への投資としての「**環境と経済の好循環**」の3つの視点から、将来に亘る持続的経済基盤の強化を目指す。

成長産業の創出 ～成長産業への脱皮～

- ・イノベーションの進展や経済社会環境の変化に伴い、我が国産業を支える成長エンジンは時代とともに変遷してきている。本県でも、繊維、電気機械などの業種で製造拠点の海外移転による産業空洞化に加え、需要減少による生産体制の見直しから大手企業の事業廃止・縮小が顕在化してきており、本県経済を支える新たな成長産業の育成を図るなど、本県経済の立て直しが喫緊の課題となっている。
- ・このため、本県企業の持つ技術シーズや製品・サービスを生かしながら、新たな成長エンジンとなる可能性の高い分野や産業を重点的に支援し、県内企業の成長力強化や底上げにつなげていく必要がある。

雇用を支える産業の育成 ～確かな雇用の創出～

- ・人口減少時代を迎え国内マーケットは縮小傾向にあるほか、少子高齢化の進行や経済のグローバル化などにより、国内産業を支える労働・雇用環境は大きく変化してきている。本県でも、農林水産業の低迷による第一次産業就業人口の減少、公共事業削減などによる雇用の場の縮小に加え、企業の生産活動の低迷が雇用悪化をもたらしており、有効求人倍率は0.5倍台にまで低下している。
- ・このような状況を踏まえ、内需と外需の双発エンジンにより経済回復を図っていく中で、既存産業の成長産業への脱皮による新規雇用の創出に加え、雇用・就業の大きな受皿となり得る農林水産業や介護福祉分野等において企業の取組みを積極的に支援することで、県経済を支える確かな雇用の創出に結び付けていく必要がある。

持続的発展を支える環境と経済の好循環 ～未来への投資～

- ・ 県経済の持続的な発展の大前提として、企業活動のあらゆる側面において環境に配慮しながら、経営体制、生産体制、販売体制等を見直し、「低炭素型への転換」を進めていくことが求められている。
- ・ 「未来への投資」として、県内企業に対し、ライフサイクルアセスメント(LCA)や3R(リデュース・リユース・リサイクル)、環境マネジメントシステムの導入、CSR(企業の社会的責任)の一環としての環境保全活動等を促していく必要がある。
- ・ また、このような取組みが、企業・県民双方にとってメリットを生み出すよう、グリーン購入や社会的責任投資(SRI)等の普及、企業の環境保全に係る資金面での支援を図っていく必要がある。

【基本理念3】

「経済体質強化戦略」の実現に当たっては、社会経済環境の変化が加速していく中で、地域の力が最も発揮される地域を目指して、地域の総力を結集する『戦略的取組の推進』とともに、「本県企業が体質強化を図り続ける」ことをサポートする『場づくり』や『ヒトづくり』のための仕組みづくりなど、環境整備を図っていく。

- ・ 右肩上がりの経済成長の時代が終焉し、国の財政赤字が続く中で、本県の財政状況も厳しさを増しており、あれもこれもといった総花的な取組みには限界がある。このような状況の中で、本県経済を支える基盤として将来に高い成長力が期待できる産業を育成するためには、旧来のいわゆるばらまき型支援や箱物行政といった手法でなく、地域戦略を基に限られた行政資源の重点化を図るとともに、企業の成長に向けた意欲や努力をサポートする「場づくり」や「ヒトづくり」に取り組む必要がある。
- ・ このため本戦略では、中長期的な視点に立ち、今後の県経済を支える新たな成長の芽となる分野や産業を定め、県内産業の構造転換や企業の新たな取組みを支援するアクションプログラムを中心に提示するとともに、既存産業の底上げや成長への誘導を図るための支援策を盛り込むなど、民間の成長力を伸ばすために、県が取り組んでいく施策について取りまとめている。

産業構造の変革を
チャンスにできる
地域を目指して！

地域力の好循環を拡大！



3 戦略的重点支援のための4つの成長分野

時代の潮流や国の施策の動き等を踏まえつつ、本県の地域特性や企業集積、成長産業の核となるシーズやニーズを分析し、従来の産業分野の枠にとらわれない新たなビジネスモデルを創出するため、「**食品ビジネス**」、「**低炭素ビジネス**」、「**健康ビジネス**」、「**観光ビジネス**」の4つを本戦略における成長分野と定め、成長型の産業集積を戦略的に進めることにより、本県経済の持続的発展につなげていく。

（新たなビジネスモデルの創出）

- ・経済のグローバル化やイノベーションの進展に伴う産業構造の変革に対応するため、従来の産業分野の枠にとらわれない新たなビジネスモデルの創出を図り、企業の新分野進出や新事業展開を促すことで、経済成長の芽を大きく育てていく必要があることから、次の理由により4つの成長分野を定める。

食品ビジネス

中四国最大の農林水産県であり、豊富な農林水産物を基にした食品加工業が発達している本県の特徴を活かす。

低炭素ビジネス

低炭素社会の構築が世界的な潮流となっており、脱石油・低炭素化への対応が地域産業の発展においても不可欠である。

健康ビジネス

超高齢社会の到来や健康志向の高まりなどから、健康分野でビジネス機会が増大している。

観光ビジネス

観光は裾野の広い総合産業であり、本県への来訪者の増加が県経済の活性化につながる。

（特に考慮すべき時代の潮流）

- ・本県を取り巻く経済社会環境は、時代の変遷とともに大きく変化してきており、県内経済の持続的な発展や県民生活の向上を図っていくためには、社会の大きなうねりや産業構造の変革の動きに即した、積極的な対応が求められている。

社会の大きなうねり

・少子高齢化と人口減少

労働人口の減少、現役世代の負担の増加、高齢者の就業機会の増加、技能・

技術の承継、農林水産業の担い手不足や高齢化、介護や子育てに対する支援ニーズの増加 等

・ **環境や安全・安心への関心の高まり**

企業に対する環境配慮の要請、食の安全・安心に対する要求、地球温暖化防止対策や循環型社会形成への意識の高まり 等

・ **価値観・ライフスタイルの多様化**

個性の尊重、生活水準の向上、自由時間の増大、就労形態の多様化、消費ニーズの多様化、健康への関心の高まり、ワーク・ライフ・バランスへの意識の高まり 等

・ **グローバル化・情報化**

生産拠点の海外移転、低価格輸入品の増加、海外市場への参入機会増、外国人観光客の増加、インターネット・携帯電話の普及、販売手段の多様化、外国人労働者の増大 等

産業構造の変革の動き（現状や課題等）

・ **低炭素革命**

再生可能エネルギーの開発促進・普及、エコカー（電気自動車、ハイブリッド車等）の普及、省エネ家電の普及 等

・ **食料・水問題**

異常気象の頻発、水資源の不足、食料価格の高騰、食料自給率の低迷、水管理・水処理技術の向上 等

・ **資源エネルギー問題**

化石燃料の枯渇懸念、資源取引の国際化、資源メジャーによる寡占化、資源エネルギー価格の高騰 等

・ **農林水産業の6次産業化**

販売価格の低迷、生産コストの上昇、農業所得の減少、担い手の高齢化・減少 等

4 経済成長戦略の推進期間

この経済成長戦略では、4つの成長分野における「10年後の目指す姿」を思い描きながら、1～2年で成果を求める短期的な取組み、3～5年程度の時間をかけて進める中長期的な取組みをアクションプログラムとして明示し、戦略的な施策展開を着実かつ実効的に進めるとともに、その進捗状況や今後の経済環境の変化などを踏まえて、1～2年ごとに見直しを行うものとする。

各論

1 成長分野への重点支援による“産業力の向上”

(重点戦略分野) 食品ビジネス

(ア) 背景・ねらい

農林水産業と食品加工業は本県の基幹産業。その成長が地域経済の未来を決める！

国内市場の縮小	産地間競争に勝ち抜くための高付加価値化 / 海外市場への事業展開
ニーズの多様化	マーケットインによる商品開発 / 研究開発力やマーケティング力の向上
食の安全・安心	安全な地域産品の供給 / 生産現場と加工・小売サイドの距離短縮
生産現場の疲弊	農林水産業の儲かる化の推進 / 他分野からの農業参入の促進

温暖で穏やかな気候と自然あふれる豊穡な海や大地に育まれた本県は、柑橘農業や養殖業などで国内有数の産地を形成するなど、中四国最大の農林水産県として、数多くの優れた産品が生産されている。

また、豊富な農林水産物を背景として、大小さまざまな食品加工産業が発達しており、事業所数、従業員数ともに県内製造業全体の約2割（1位）を占めるほどの雇用を支えており、本県における存在感は大きい。

このように食品ビジネスは、今後の本県の成長を展望する上で、欠くことの出来ない基幹産業であり、その成長の如何が本県経済の将来の鍵を握る。農林水産業振興施策と密接に連携を図りながら、農林水産業と食品加工業の双方がお互いに潤い、成長できるようなビジネス展開を支援していく必要がある。

(イ) 10年後の目指す姿

商工業者と生産者が共に潤う食ビジネスが展開される

『儲かる食料供給基地えひめ』

新しいビジネスやマーケットを次々と先行開拓できる

『食のフロントランナーえひめ』

愛媛や四国の魅力ある産品を当たり前輸出できる

『どんどん海外チャレンジえひめ』

(ウ) 『食品ビジネス分野』における《重点分野》【戦略】〔戦術〕構成

《重点分野A》地域力を活かした食ビジネスの振興

【食A - 戦略1】儲けが計算できる農林水産物供給ビジネスの確立

- 〔食A 1 - 〕 植物工場の普及促進
- 〔食A 1 - 〕 養殖業の高付加価値化
- 〔食A 1 - 〕 企業の農業等への参入促進
- 〔食A 1 - 〕 農商工連携による新しいビジネスモデルの構築

【食A - 戦略2】...食品産業クラスターの形成

- 〔食A 2 - 〕 新たな物流システムの構築
- 〔食A 2 - 〕 県外大手食品企業の誘致促進

【食A - 戦略3】農商工連携の常態化による食ビジネスの促進

- 〔食A 3 - 〕 農商工連携ファンドを活用した愛媛型支援システムの構築

《重点分野B》新しい「食のマーケット」の開拓

【食B - 戦略1】マーケット開拓のための効率的・効果的な県組織体制の見直し

- 〔食B 1 - 〕 愛媛産品マーケティング戦略の策定
- 〔食B 1 - 〕 愛媛産品拡販組織の設立
- 〔食B 1 - 〕 司令塔機能強化のための支援体制の見直し

【食B - 戦略2】有望分野への戦略的参入の支援

- 〔食B 2 - 〕 高齢者・要介護者向けの食品ビジネスの振興
- 〔食B 2 - 〕 愛媛産果実を活用した「愛あるリキュール」等の開発

【食B - 戦略3】県内食品業者のネット販売への参入促進

- 〔食B 3 - 〕 モール運営事業者との提携に基づく愛媛オリジナルプランの創設
- 〔食B 3 - 〕 ネット販売啓発セミナーや食材発掘視察の開催
- 〔食B 3 - 〕 モール上での物産市の開催

《重点分野C》東アジア市場をターゲットとした海外販路の開拓

【食C - 戦略1】地域商社の育成と輸出推進協議会の設立

- 〔食C 1 - 〕 世界と愛媛を結ぶ「地域商社」の育成
- 〔食C 1 - 〕 「愛媛県食品輸出推進協議会（仮称）」の設立

【食C - 戦略2】愛媛の魅力を世界に伝える商品づくり

- 〔食C 2 - 〕 E H I M E ブランド海外チャレンジ支援事業の創設
- 〔食C 2 - 〕 パブリシティを活用した総合的なPR展開

【食C - 戦略3】海外販路開拓を戦略的に支援する体制づくり

- 〔食C 3 - 〕 司令塔機能強化のための支援体制の見直し【再掲】
- 〔食C 3 - 〕 上海交流拠点の整備検討
- 〔食C 3 - 〕 えひめ中小企業応援ファンドや農商工連携ファンドの活用

(エ) 重点分野のアクションプログラム

食品 - 重点分野 A 地域力を活かした食ビジネスの振興

〔重点分野とした背景〕

人口増加や気候変動などを背景とした世界的な食料危機への懸念や、中国・インドなどのアジアを中心とした富裕層や中間層の増加を背景に、安全・安心な「食」への関心が、世界的に高まっている。

また、近年は農商工連携により生み出された農林水産加工品に加え、植物工場やバイオテクノロジーを活用して生産された農産物が市場に流通するなど、農林水産業には、企業等を主体とする新しいビジネスモデルが萌芽しつつある。

さらに、農家の担い手不足や耕作放棄地の増加などを背景に、国内の食料供給力強化のための農地の確保と有効利用を図るため、農地利用に関する規制緩和が進んでおり、商社や食品会社など企業の農業参入への環境が整いつつある。

このような中、本県には、日照時間が長く、多様で豊かな自然に恵まれた農林水産県としての大きなポテンシャルがあり、また産学官連携により植物工場や養殖業などの分野で先進技術やノウハウが生まれつつある。

〔重点分野のねらい〕

これまで取り組んできた農林水産業の振興策の推進に併せ、植物工場や養殖業の分野における先進技術の開発・普及や企業の農業参入等の促進、さらにはマーケットニーズに対応した安定供給や契約栽培の導入などによる「儲けが計算できる農林水産物供給ビジネス」の確立を図る。

また、生產品の高付加価値化を担う食品加工業の集積化や農商工の連携強化を促進し、農林水産県としてのポテンシャルを最大限に引き出していく。

食 A - 戦略 1 ... 儲けが計算できる農林水産物供給ビジネスの確立
--

〔戦略骨子〕

「儲けが計算できる農林水産物供給ビジネス」の起点となる農林水産物の安定供給や高付加価値化を実現するため、本県の強みである植物工場や養殖業などの産学官連携による先進的な取り組みや、大規模で効率的な事業展開を行う県外大手企業などの農業等への参入を促進するとともに、農商工連携を軸に据えた本県独自の「儲かる」ビジネスモデルを新たに構築し

ていく。

食品関連の最終消費額は80兆円(2000年)。このうちの8割は、加工・流通・外食のビジネスの領域で移転・付加された価値であり、農林水産業に帰属する割合(生鮮品)は年々減少している。

(1970年:35% 1985年:26% 2000年:19%)

また、加工向け生鮮品4.1兆円が、食品製造段階で30.7兆円(7.5倍)、小売段階では41.5兆円(10倍)と価値が増大するのに比べ、消費者向け生鮮品9.2兆円は、小売段階でも15.1兆円(1.6倍)にとどまるなど、生産者に極端に利が薄い構造が顕著である。

このような構造に風穴を開け、加工や小売だけが儲かるのではなく、生産者も適正な利潤を安定して享受できるしっかりとした産地を育てるシステムづくりこそが、いま求められている。

そのためには、技術革新や農商工連携等を通じ生産物の安定供給や高付加価値化を図るとともに、契約取引等新しい販売ルートの独自確保や流通ルートの見直しなど、無駄なコストの削減や計画生産・出荷に取り組み、「儲けが計算できる農林水産物供給ビジネス」を確立していく必要がある。

戦術

食A1 - 植物工場の普及促進

食の安全・安心意識の高まりや食料供給の安定性の面で、高度な生産管理を行い、計画的に農産物を生産できる植物工場が注目されている。

本県においては、国内トップレベルの研究成果を誇る愛媛大学を中心として、太陽光利用型植物工場の産業化に向けた知見やシステムが確立されつつあるとともに、

- ・太陽光利用型の植物工場の開発・生産で国内トップシェアを誇る井関農機(株)
- ・環境にやさしい次世代エネルギーである水素を活用した「MH(水素吸蔵合金)冷凍システム」を開発した(株)西条産業情報支援センター
- ・世界最大級の閉鎖型育苗施設を有する育苗生産量日本一のベルグアース(株)

が立地するなど、植物工場に関するノウハウや技術を活用したビジネスを展開していく上で、多くの強みを有している。

このため、県内外の試験研究機関や民間企業・団体・生産者等と連携し、次の取組みを支援することにより、本県を植物工場に関する研究開発や普及拡大の一大拠点に成長させることを目指す。

生産技術開発拠点として...

- ・「愛媛大学知的植物工場基盤技術研究センター」による研究開発の推進

実用化技術実証実験拠点として...

- ・愛媛大学を中心とした産学官研究グループによる実用化技術開発の推進

工場施設生産・販売拠点として...

- ・井関農機(株)グループを中心とする共同研究開発企業群による工場施設等の全国展開

栽培管理・技術サポート人材育成拠点として...

- ・愛媛大学や井関農機(株)を核とした人材育成システムの確立と技術サポート機能の提供

植物工場による農作物生産拠点として...

- ・愛媛県や県内市町による工場設置促進制度の創設と積極支援

【アクションプログラム】

〔短期〕

22 年度

- ・愛媛大学を中心に産学官連携による研究開発の支援(以降継続)
- ・「農商工連携促進戦略会議(仮称)」の下部組織として「植物工場」をテーマとする専門部会を設置し、植物工場に関するノウハウやシステムを総合的に事業化する愛媛発のビジネスモデルを検討
農商工連携促進戦略会議(仮称): 農商工連携を促進するため、県、公設試験研究機関、「あぐりすとクラブ」・「チームえびす」等の支援機関による戦略会議を設置【食A1 - で後述】

23 年度

- ・戦略会議及び専門部会によるビジネスモデルの構築及び支援事業の検討

〔中長期〕

24 年度～

- ・ビジネスモデルの事業化及び普及啓発に対する支援の実施
- ・ビジネスモデルを活用した植物工場の地域への普及に対する支援

食A1 - 養殖業の高付加価値化

出荷額全国1位を誇る本県養殖業のポテンシャルを本県発の「食」ビジネスに活かすため、21年度に採択された都市エリア産学官連携促進事業(文部科学省補助事業:H21~23)により進められている次の技術の確立や産学官のネットワーク構築等を支援するとともに、事業終了後はその成果を継承・発展させ、本県養殖業の高付加価値化や新流通体制の構築を図る。

高度管理型魚類養殖技術

- ・ウイルス疾病対策のための「水深可変型養殖生産システム」の確立
- ・魚体の品質評価法の開発等による消費者への情報提供機能や生産計画管理支援機能を備えた「生産流通情報管理システム」の構築

未利用バイオマス飼料化技術

- ・水産・植物加工残渣等を活用した安価な魚類飼料原料等の開発

温暖化対応型真珠養殖技術

- ・海洋環境の変化を活かした市場価値の高い南洋真珠貝の養殖技術の確立

【アクションプログラム】

〔短期〕

22～23年度

- ・産学官連携による研究（都市エリア産学官連携促進事業）の実施

〔中長期〕

24年度

- ・「農商工連携促進戦略会議(仮称)」の下部組織として「養殖業」をテーマとする専門部会を設置し、研究成果を活かした養殖業の高付加価値化を図るための地域展開方策、支援事業等について検討

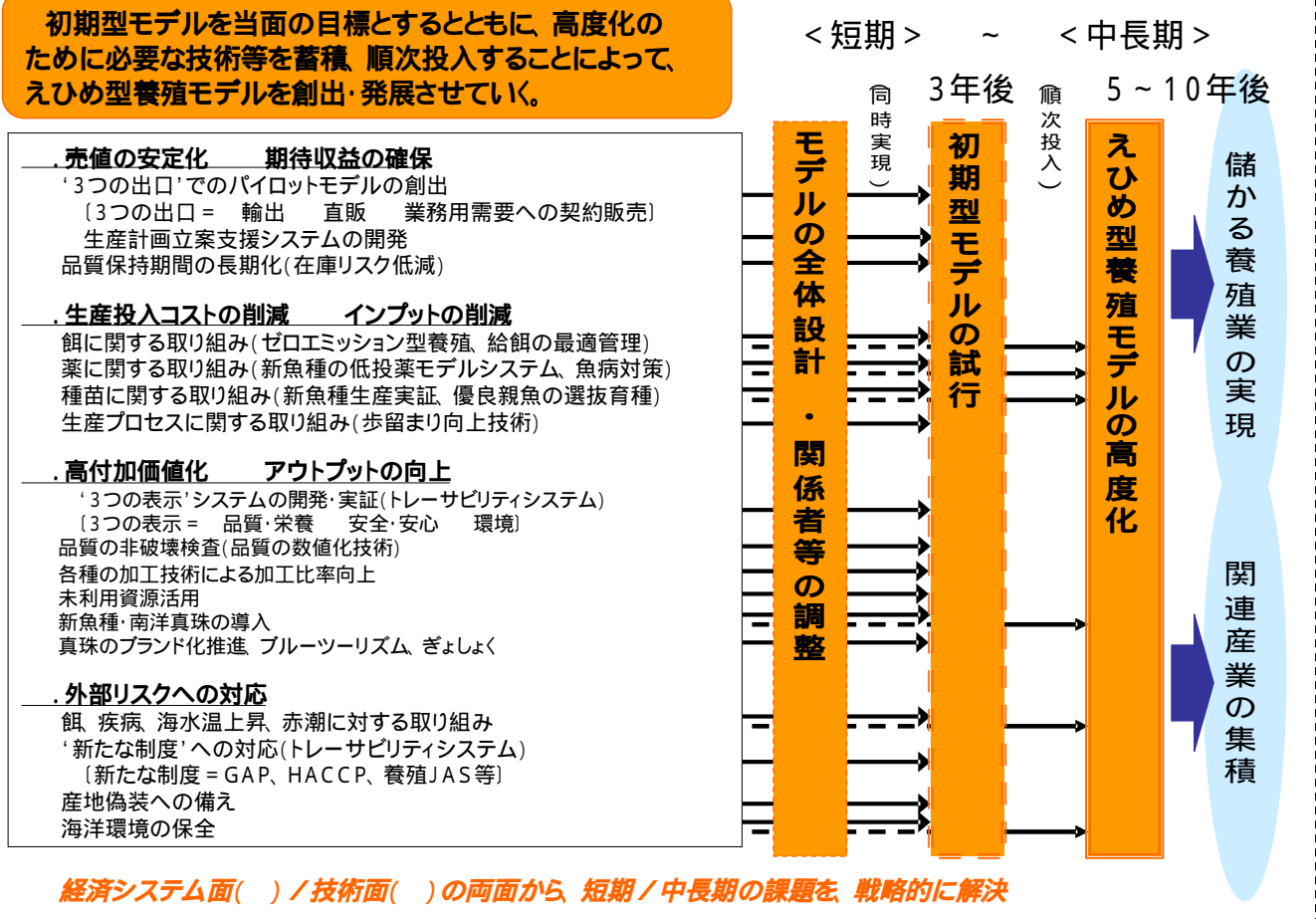
25年度～

- ・養殖業の高付加価値化を図るための支援の実施

参考

【えひめ型養殖モデル創出イニシアティブ / アクションプラン】

初期型モデルを当面の目標とするとともに、高度化のために必要な技術等を蓄積、順次投入することによって、えひめ型養殖モデルを創出・発展させていく。



食A1 - 企業の農業等への参入促進

雇用の受け皿となるような大規模な植物工場や農場、食品加工工場と一体となった生産拠点などの事業展開を行う県外大手企業等の農業等への参入を促進し、大規模で効率的な農業等の展開による生産物の安定供給や低コスト化等を図るため、用地情報の提供や地元調整のフォローをはじめ、農林水産・環境・経営など幅広い分野の相談に応じる総合相談窓口の設置、誘致促進制度の創設などの支援を行う。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度

- ・「農商工連携促進戦略会議（仮称）」の下部組織として「企業の農業参入」をテーマとする専門部会を設置し、農業参入促進のための支援事業等を検討

23年度～

- ・企業の農業参入を促進するための支援の実施

食A1 - 農商工連携による新しいビジネスモデルの構築

農商工連携の手法を活用し本県が有する「強み」の活用や「弱み」の克服を図りつつ、「儲けが計算できる農林水産物供給ビジネス」の確立に資する本県独自の「儲かる」ビジネスモデルの構築を目指すとともに、愛媛発のビジネスモデルとして、県内はもちろん全国に普及させていく。

《現時点で想定しているテーマ》

S P A 技術等を生かした知的植物工場の普及モデルづくりとシステム販売

植物工場の収穫量を4割アップさせるS P A技術の研究を進めている愛媛大学を中心とする産学官の取組みを活かし、植物工場に関する生産技術、施設建設、人材研修、栽培管理コンサルタントなどのノウハウやシステムを総合的に事業化する愛媛発のビジネスモデルを確立する。

S P A (Speaking Plant Approach): 各種センサーで植物応答（光合成速度など作物が発する情報）を計測し、最適な生育環境を整える技術

細胞非破壊の冷凍技術を活用したコールドチェーンモデルの構築

大都市圏からの距離ハンディの解消や本県産品の高付加価値化を図るため、CAS冷凍など食品細胞の破壊を防ぎ、品質低下を防止する冷凍技術の導入や、低コスト化に向けた物流連携（相乗り・帰り便利用）の構築などの検討を行い、コールドチェーンモデルを確立する。

CAS (Cells Alive System): 細胞を生きたまま保存する技術

GIS (地理情報システム) を活用した森林資源の見える化による新サプライチェーンの構築

本県林業研究センターが開発した森林管理GISを活用し、経済的価値のある森林を特定した上で、供給先と連携した計画的な伐採を行うサプライチェーンモデルを構築する。

GIS (Geographic Information System): 位置に関する情報を持ったデータを総合的に管理・加工し、視覚的に表示し、高度な分析や迅速な判断を可能にする技術

【アクションプログラム】

〔短期〕

22 年度

- ・県、公設試験研究機関、「あぐりすとクラブ」・「チームえびす」等の支援機関等による「農商工連携促進戦略会議(仮称)」を設置し、農商工連携促進に向けた個別課題や施策の方向性等について検討
- ・戦略会議で選定したテーマごとに専門部会を設置し、ビジネスモデルの構築等について検討
- ・ビジネスモデル構築の専門機関への委託(愛媛型農商工連携促進事業)

23 年度

- ・戦略会議及び専門部会によるビジネスモデルの構築及び支援事業の検討
- ・既存事業におけるビジネスモデル(22年度構築分)の事業化に向けた支援の実施

〔中長期〕

24 年度～

- ・ビジネスモデルの事業化や普及啓発等に対する支援の実施

食 A - 戦略 2 ... 食品産業クラスターの形成

〔戦略骨子〕

食品産業の集積を図り、消費者のニーズに応じた付加価値のある加工食品を低コストで効率的に製造するため、大都市圏からの距離ハンディ解消に向けた新たな物流システムの構築を支援するとともに、集積の核となる県外大手企業の誘致を促進することにより、食品産業クラスターの形成を推進する。

戦 術

食 A 2 - 新たな物流システムの構築

大都市圏からの距離ハンディを解消し、食品産業の集積を図るため、細胞非破壊の冷凍技術等を活用した高付加価値コールドチェーン、低コスト化に向けた物流連携（相乗り・帰り便利用）、原材料を安価で大量に輸送できる海上輸送方式の検討など、新たな物流システムの構築に対する取り組みを支援する。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22 年度

- ・「農商工連携促進戦略会議（仮称）」の下部組織として「物流システム」をテーマとする専門部会を設置し、新たな物流システムのモデル構築、促進するための支援事業等について検討

23 年度～

- ・新たな物流システムの構築に対する支援の実施

食 A 2 - 県外大手食品企業の誘致促進

食品産業クラスターの核となる県外大手食品企業の誘致を促進するため、現行の企業立地促進要綱等の改正又は新たな誘致促進制度の創設を行う。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22 年度

- ・「農商工連携促進戦略会議（仮称）」の下部組織として「食品企業誘致」をテーマとする専門部会を設置し、企業誘致促進制度等について検討

23 年度～

- ・県外大手食品企業の誘致を促進するための新たな制度の実施

食A - 戦略3...農商工連携の常態化による食ビジネスの促進

〔戦略骨子〕

農林水産業と食品産業の有機的連携を促進し、食ビジネスの下地となる地域力を高めるため、農商工連携ファンドを活用した長期的な支援態勢を構築し、県内あまねく農商工連携が常態化する愛媛を実現する。

戦術

食A3 - 農商工連携ファンドを活用した愛媛型支援システムの構築

農商工連携を促進し、商工業者と生産者の双方が適正な利潤を安定して享受できる事業化を数多く生み出していくため、

- ・「あぐりすとクラブ」や「チームえびす」などの充実した地域支援体制の存在を活かした各支援機関等の連携強化によるマッチングや事業化支援の高度化
 - ・国の支援制度に繋げるための案件のブラッシュアップや、国の制度が活用できない有望案件に対する助成等の重点的な支援
- など、連携体の構築から事業化に至る一連のプロセスをきめ細かくサポートする本県独自の支援システムを構築する。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度～

- ・「愛媛型農商工連携促進事業」による支援の実施
- ・「えひめ農商工連携ファンド」を活用した支援の実施

食品 - 重点分野 B 新しい「食のマーケット」の開拓

〔重点分野とした背景〕

本県には豊富な農林水産物をはじめとする優れた食材が数多く存在しているが、他県産との差別化が十分に図られず、旨味のある販路拡大につながっていないことが多いのが現状である。

一方で、従来の発想から脱却した新たな食のスタイル(ストーリー、企画)を構築し、全く新しいマーケットを築くことが出来れば、大きな先駆者利益が期待できる。

また、今後マーケットの拡大が見込まれる分野に着目し、戦略的に参入を促進していくことで、他県の事業者在先駆けた競争力を有する食品分野を構築できる。

〔重点分野のねらい〕

総合的・一体的な事業展開のもとで、新しいビジネスモデルの創出や、有望分野への先駆ける参入などにより、新たな「食のマーケット」を先行開拓することで、地域間競争に打ち勝てる強い競争力を有する事業分野を創造する。

食 B - 戦略 1 ... マーケット開拓のための効率的・効果的な県組織体制の見直し

〔戦略骨子〕

食品を中心とした県産品の販売促進や新たなマーケット開拓を、県を挙げて支援していくため、県産品振興のための総合戦略の策定や戦略を実践するための司令塔機能を担う組織の設立、庁内支援組織の一元化などについて検討を進める。

戦 術

食 B 1 - 愛媛産品マーケティング戦略の策定

食品(一次産品・加工食品)や工芸品など県産品の販路開拓は、従来、庁内・庁外ともに、様々な機関がそれぞれの立場で取り組んでおり、長期的展望に立った全県一体的な取組みが必ずしもできていない。他県においては、既に地域産品振興に関する総合的な戦略を策定し、官民一体となった取組みが始められており、今後ますます激化する地域間競争に打ち勝っていくためにも、県産品全体を包括する総合的なマーケティング戦略が必要である。

このため、外部有識者を含めた検討委員会を設置し、食品をはじめとする県産品の販売促進等に関する総合戦略「愛ある愛媛産品マーケティング戦略(仮称)」を策定し、この戦略に基づき、全県一丸となった総合的・一体的な取組みを進める。

なお、当戦略の中では、県産品の販売促進のための県内拠点の機能強化策等についても検討する。

(対象)

加工食品、農林水産物、伝統工芸品、日用雑貨など県産品全般

(内容)

マーケティング力・情報発信力の強化 / 総合的・一体的な販路拡大等に取り組む主体 / 新たな販路の開拓 / 有望分野への戦略的な参入 / 新たなマーケットの創造 / マーケットインに基づく売れる商品開発 / 大都市圏での販売促進 / 海外市場の開拓 / 物産販売拠点の強化 など

(参考)他県の例

青森県総合販売戦略 (H17年3月策定)、「際立つ佐賀県」となるための5つの産業戦略 (H17年6月策定) ~ 総合マーケティング戦略、ふくしま産品振興アクションプログラム (H20年6月改訂)、高知県産業振興計画 (H21年3月策定) ~ 地産地消・地産外商戦略など

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度

- ・検討委員会の開催 (戦略案の検討)
- ・「愛ある愛媛産品マーケティング戦略(仮称)」の策定

〔中長期〕

23~26年度

- ・戦略に基づく各種施策の総合的・一体的な実施
- ・必要に応じて年次計画 (アクションプログラム) を策定するとともに進捗を管理

食B1 - 愛媛産品拡販組織の設立

県産品の販路拡大等に必要な取組みを総合的・一体的に推進できる、次のような機能を有する司令塔組織の設立を検討する。

- ・食品等の販路開拓に関するノウハウや企画能力を有する地域商社機能
- ・生産者やメーカーの営業力を補完できる販売代行機能
- ・有望分野の発掘と参入を主導できる事業企画・調整機能
- ・アンテナショップ等の県産品販売拠点との効果的連携機能

【アクションプログラム】

〔短期〕

22 年度

- ・司令塔組織設立に向けた検討・準備
(「愛ある愛媛産品マーケティング戦略(仮称)」の検討に連動)

23 年度

- ・関連する施策を調整
- ・司令塔組織の設立

〔中長期〕

24 年度～

- ・司令塔組織による総合的・一体的な販路拡大施策等の実施

食 B 1 - 司令塔機能強化のための支援体制の見直し

「愛ある愛媛産品マーケティング戦略(仮称)」に基づき総合的・一体的な施策推進を図るため、効率的・効果的な県組織体制の見直しについて検討を進める。

食B - 戦略2 ...有望分野への戦略的参入の支援

〔戦略骨子〕

将来マーケットの拡大が見込まれる分野に着目し、戦略的に参入を促進していくことで、他県の事業者に先駆けた競争力を有する食品分野を構築し、先駆者利益の獲得を図る。なお、本格的な事業実施に当たっては、愛媛産品拡販組織が主体となることが想定される。

当面、次のような取組みから着手する。

戦 術

食B2 - 高齢者・要介護者向けの食品ビジネスの振興

今後、確実な増加が見込まれる高齢者や要介護者、特に嚥下障害を有する人々を対象に、通常食に近い形でおいしく食べられるソフト食等の製造や流通システムづくりを全国に先駆けて推進することで、当該市場を席卷することを目指す。

我が国の65歳以上の人口は20%を超え、2013年には25%（4人に1人が高齢者）、2035年には33%（3人に1人が高齢者）を超えると見込まれており、先進国をはじめ世界的にも高齢化は進展していく中で、高齢化のフロントランナーとなる。

高齢者用食品市場は、毎年10%以上の伸びが続いている一方で、既存の刻み食・ミキサー食は誤嚥リスクがあるほか、見た目や味も悪く食欲減退の原因ともなりかねない。

味やにおいが良く嚥下も容易なソフト食は、今後急速な市場の成長が期待されるが、調理の時間・コスト等から導入が進まず、製造メーカーも少ない。見た目や味が良く栄養価も高い、さらには福祉施設への配送が容易で量販も可能なソフト食等の開発・販売ができれば、医療施設・福祉施設はもとより、在宅介護分野でも大きな市場性が期待できる。

なお当該施策は、産業振興だけでなく、高齢者・要介護者のQOL向上に大きく貢献できる施策であり、福祉施設の効率化や在宅介護における家族の負担軽減などにも資する。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度

- ・食品メーカー、試験研究機関、福祉施設、農林水産関係者等による「ソフト食開発研究会(仮称)」の設立及び開発の方向性等の検討

23年度

- ・量販型ソフト食の開発着手（試作等）

〔中長期〕

24 年度～

- ・量販型ソフト食の開発、製造
- ・流通システム等の検討、販路開拓支援
- ・他用途（医療・福祉分野以外）での活用検討

食 B 2 - 愛媛産果実を活用した「愛あるリキュール」等の開発

柑橘王国えひめの良好なイメージと種類・量ともに豊富な柑橘生果や生産量日本一のキウイフルーツなどを活用し、愛媛産果実による「愛あるリキュール」や「愛ある飲料」等を本県の新たな特産品として開発・販売する。

日本酒やビールの酒類販売量は減少傾向にある中で、リキュール類は唯一販売量が伸びている分野である。

県内酒造メーカーでもリキュール製造に関心を示す企業は増えており、食品産業技術センターへの相談も増えていることから、同センターでは試験製造装置を新たに導入することとしている。

本県は、国内屈指の柑橘生産を誇り、キウイフルーツやブドウ、イチゴなどの果実も豊富であることから、柑橘王国えひめの良好なイメージを生かした新しい特産品として、海外輸出も視野に入れたビジネス展開が期待できる。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22 年度

- ・県産柑橘等を活用した「愛あるリキュール等開発研究会（仮称）」の設立及び開発に向けた検討

23 年度

- ・「愛あるリキュール」等の試験製造着手

〔中長期〕

24 年度～

- ・「愛あるリキュール」等の開発、生産及び販路開拓の支援

食B - 戦略3...県内食品業者のネット販売への参入促進

〔戦略骨子〕

県とモール運営事業者、金融機関等が連携し、ネット販売を活用した県内企業や生産者の販売促進支援を行う。

インターネット人口は年々増加しており、20年度の同人口は約8,000万人、そのうち8割がオンラインショッピングを経験済みであり、ネット取引は国民の消費行動の一部として定着してきている。このような中、モール最大手の「楽天市場」は、売上高に相当する流通総額が約6,600億円(H20)となり、大手百貨店に匹敵する新しい市場に成長している。(H20 高島屋：約7,800億円、三越：約6,500億円)

ネット上では、地方で生産・販売するハンディはなく、ノウハウや取組みの差が売上げ格差となって表れてくる。

業界国内最大手の楽天は、地方自治体と連携協定を締結し、地域商品の販売促進や観光振興などの支援を行っている。(H21.6.30松山市とも協定締結)

戦術

食B3 - モール運営事業者との提携に基づく愛媛オリジナルプランの創設

モール運営事業者と、本県独自の取組みの基盤となる連携協定を締結し、愛媛オリジナルプランを創設する。

愛媛独自のエントリープランの創設

- ネット販売を開始する県内事業者向けに廉価版の入門モデルを設定
- 県内観光地とのタイアップ企画
- 県内観光地をめぐるスタンプラリー参加者にポイントを提供
- 南予イベントとのタイアップ企画
- 高速道路延伸に合わせたモールHP上での観光・物産情報の発信や物産市の開催

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度

- ・連携協定締結に向けた検討・協議を経て、連携協定を締結

〔中長期〕

23年度～

- ・協定に基づく各種事業の実施

食B3 - ネット販売啓発セミナーや食材発掘視察の開催

市場動向や新しい販売手法としての可能性等について啓発・情報提供するセミナーを、関係者が連携して開催する。

また、県内の産地や特産品生産現場をモール運営事業者が視察し、ネット販売の視点から、本県の隠れた食材の発掘等を行い、販売拡大に結びつける。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度

- ・ネット販売に係るセミナーの開催
- ・モール運営事業者による産地視察等

〔中長期〕

23年度～

- ・セミナー等の継続開催

食B3 - モール上での物産市の開催

ネット上で県産品を特別販売する「愛ある物産市」を実施することにより、新たな販売チャネルでの県産品の販路拡大を図る。

楽天では、福井県、鳥取県、神戸市と連携した開催実績あり。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度

- ・物産市開催に向けた検討・協議・調整

23年度

- ・物産市の開催及び効果の検証

〔中長期〕

24年度～

- ・物産市の継続開催

食品 - 重点分野 C

東アジア市場をターゲットとした海外販路の開拓

〔重点分野とした背景〕

今後、日本は少子化による人口減少と高齢化による食品摂取量の減少により、国内における食品消費量は減少を余儀なくされる。

一方、東アジア諸国では、生活水準の向上とともに消費意欲が旺盛となっており、日本産食品に対する需要が高まっている。特に、富裕層やニューファミリー層の購買力は高く、国内市場の減少を補える有望なマーケットとして期待できる。

また、海外での日本食ブームは、着実かつ広範囲に広がってきており、欧米を皮切りに東アジア、ロシア、中南米などで定着しつつある。日本食ブームに合わせて、2007年までの10年間に、緑茶（2.5倍）、日本酒（1.4倍）、醤油（1.6倍）の輸出量も伸びるなど、日本の食文化自体が輸出されている。

中でも、東アジア域内の食品市場では日本の食品や食材に対するニーズが高く、巨大な日本食品市場が生まれつつあることから、今後、東アジア市場を舞台とした国内の地域間競争が一層激しさを増すことは確実であり、本県としても同地域をターゲットとした海外販路の開拓強化が求められている。

〔重点分野のねらい〕

新たな販路として海外市場を目指す県内食品メーカーや生産者を積極的に支援するため、官民一体となった輸出支援組織の設立や地域商社機能を備えた事業者の育成に取り組み、愛媛産品を愛媛から直接海外へ輸出するルートの確立やノウハウの蓄積に努めるとともに、海外市場を意識した商品づくりの支援などを通じ、愛媛(四国)のブランドづくりにつなげていく。

食C - 戦略1...地域商社の育成と輸出推進協議会の設立

〔戦略骨子〕

愛媛や四国の食品を世界各国に向けて販売できる体制を県内に構築するため、県内の地域商社を育成するとともに、県内市町や経済団体、農林水産団体のほか、輸出に意欲を持つ民間事業者が参画・運営し、地域商社とともに海外販路を切り拓いていく輸出推進組織を設立する。

海外市場に関心はあるが、営業力や貿易ノウハウの不足等により取組みが十分進んでいない県内事業者は多い。

ノウハウを補完し貿易促進を引っ張れるようなしっかりした地域商社は県内にはなく、それを目指す意欲ある業者は存在するものの、人的・財政的に質量と

も脆弱。

行政が一定の関与をしつつ、意欲ある業者を地域商社として育成し、県産品を愛媛からダイレクトに輸出できる、全国産品に埋没しない販促体制を確立していくことが必要。

また、メーカーと地域商社を車の両輪とし、これらをつなぐ連携支援組織を官民共同で設立し、県内企業の輸出促進の総合的な支援や、地域商社と連携した海外での販路開拓支援も必要。

戦術

食C1 - 世界と愛媛を結ぶ「地域商社」の育成

食品輸出のリード役として海外販路を開拓し、輸出に関する民間取引部分の中核を担える地域商社を公募し育成する。地域商社は、海外販路の開拓や現地パートナー発掘を主導し、県や協議会などが実施する輸出プロジェクトにかかる輸出実務、売買業務の一切を担う。また、事業実施に当たっては、1つの国・地域に対し、概ね3年計画で販路開拓活動を行うこととし、シンガポール、香港、台湾など、東アジアの中でも特に市場性が高いと見込まれる国・地域から取り組んでいく。

《新しい視点による「地域商社」の育成》

行政主導

単発的・散発的

「フェア開催」そのものが目的

物流・商流はその都度対応

愛媛側からの「一方通行」

民間主導、行政はビジネス支援

定番化、定期化、少量でも継続

「フェア開催」はあくまでも手段、販路開拓・拡大を目指す

日頃から物流・商流を確立

「双方向通行」、海外現地からの適切なフィードバック

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度

- ・第1期分(22~24年度)のターゲットとして、東アジアの中でも特に1人当たりGDPが高い国・地域(香港、シンガポール等)を設定
- ・販路開拓のための詳細な現地調査のほか、現地食品流通動向に関する事業説明会や現地でのフェア等も開催

23年度

- ・第1期分については、現地調査等を踏まえた商品発掘、現地バイヤーを招いた商談会、現地でのフェアを実施
- ・第2期分(23~25年度)については、第1期分に次いで市場性が

高いと見込まれる地域（台湾、タイ等）をターゲットとして現地調査等に着手

〔中長期〕

24～26年度

- ・第1期分については、仕上げ年度として常設コーナーの開設や複数店舗での取扱いを働き掛け
- ・第2期分については、第1期分の進捗状況を見極めながら、有望商品づくりや商談会開催等を進め、常設コーナーの開設や複数店舗での取扱いを働き掛け

食C1 - 「愛媛県食品輸出推進協議会（仮称）」の設立

東アジアをはじめとする世界への食品輸出を積極的に展開するため、県内業者と地域商社を結びつけ、貿易促進を支援する官民協同組織として、「愛媛県食品輸出推進協議会（仮称）」を県内市町、各種団体、金融機関、貿易支援機関等により設立する。

これにより、「地域限定、スポット対応、一部品目」というこれまでの輸出傾向の大幅な転換を図り、協議会設立による構成団体相互の役割分担と情報共有を基盤として、継続的・安定的な輸出促進を図る。

当組織においては、食品等の輸出を支援するための事業実施、効率的な物流ルートの検討、現地の消費動向や検疫などに関する情報提供、海外における愛媛産品のプロモーション活動、地域商社の育成などに取り組む。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度

- ・協議会組織を設立し、地域商社育成事業のほか、県内業者向けの事業説明会や意見交換会等を開催
- ・協議会活動を通して輸出増加に向けた基本課題を共有

23年度

- ・引き続き、地域商社の育成を支援するとともに、共有した基本課題について、オブザーバーも交えながら協議を実施

〔中長期〕

24～26年度

- ・23年度までの取組みで明らかになった輸出課題を確実にクリアしていくとともに、協議会設立を契機とした輸出実績を構築
- ・協議会メンバーや協賛企業からの経費負担により、現地でのフェアや商談会を開催（地域商社育成事業と連動）

食C - 戦略2... 愛媛の魅力を世界に伝える商品づくり

〔戦略骨子〕

海外市場を強く意識した商品開発・改良や販路開拓に、事業者と県が二人三脚で取り組むとともに、総合的なPR展開と組み合わせることで、海外における愛媛産品の認知度を高めるとともに、産品を通じた愛媛のイメージづくりや来訪促進につなげていく。

戦術

食C2 - E H I M E ブランド海外チャレンジ支援事業の創設

愛媛を代表する産品を発掘・育成し、海外におけるイメージリーダーとなりうる魅力ある商品づくりを支援するとともに、産品を通じた愛媛の知名度向上につなげていく。事業実施に当たっては、候補となる商品や素材、意欲ある事業者の掘り起こしを丹念に行うとともに、製品の企画・開発における県機関のきめ細かな支援体制を構築する。

これらにより、素材としての素晴らしさを訴えるだけでなく、パッケージデザインや規格、広報戦略等も含めた総合的な支援に取り組むことにより、海外市場において愛媛を強力にアピールすることができる商品づくりを進める。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度

- ・候補商品・素材や開発意欲を有する事業者に関する情報の収集・整理

23年度

- ・県の各機関を中心とした企業支援体制を構築

〔中長期〕

24～26年度

- ・第1期分(24～25年度)の支援対象事業者を公募し事業開始、成果品を商談会やフェア等で活用
- ・第1期分の取組成果を踏まえ、第2期分(26～27年度)の募集及び開発支援

食C2 - パブリシティを活用した総合的なPR展開

パブリシティ活動をサポートする民間企業と提携し、商品の魅力や開発秘話等を、国内外メディアの記事や番組内で取り上げてもらえるようなPR活動を展開する。

パートナーとなる民間企業の選定に当たっては、東アジアのうち、各社が得意とする国・地域を十分調査するとともに、パートナー企業が行う各メディアへの働き掛けの状況と活動成果を可能な限り定量的に把握することにより、メディアを活用したPR効果が最大限となることを目指す。

また、県内外の団体と協力して、愛媛や四国を題材とした映像の活用による、国内外での愛媛の認知度向上に取り組む。

《PR会社の活用により効果が期待できる項目》

- ・マスコミ向けニュースソースづくり
- ・商品に関する広報戦略やプレスリリース資料の作成
- ・プレス向けイベントの実施
- ・テレビ番組の制作
- ・消費者とのコミュニケーション 等

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度

- ・本県が目指すべきベンチマーキング(自治体、ブランド等)の設定
- ・パートナー企業の掘り起こし

23年度

- ・「EHIMEブランド海外チャレンジ支援事業」(第1期分:24~25年度)との連携方策検討

〔中長期〕

24~26年度

- ・企画コンペによるパートナー企業の選定
- ・「EHIMEブランド海外チャレンジ支援事業」(第1期分:24~25年度)と連動したパブリシティ活動の実施
- ・第1期分の取組結果を分析し、パートナー企業による効果を検証
- ・第2期分(26~27年度)の「EHIMEブランド海外チャレンジ支援事業」においても継続したパートナー関係を構築

食C - 戦略3 ...海外販路開拓を戦略的に支援する体制づくり

〔戦略骨子〕

庁内に分散している販路開拓支援業務を事業者目線で見直し、販路開拓を含む食品産業への支援が効率的に行えるよう庁内組織の構築を図るとともに、今後の食品産業における海外市場の重要性を認識し、海外向け事業への投入資源を大幅に高めていく。

戦術

食C3 - 司令塔機能強化のための支援体制の見直し【再掲】

「愛ある愛媛産品マーケティング戦略（仮称）」に基づき総合的・一体的な施策推進を図るため、効率的な庁内組織の構築に向けた見直しを行う。

食C3 - 上海交流拠点の整備検討

東アジアの中でも、中国・上海は、市場規模や将来性から、特に有望な市場であることから、販路開拓や観光客誘致に向けた継続的かつ積極的な取組みを展開するため、上海事務所やアンテナショップ、観光センターなどを設置し、モノ（小売機能、商社機能）、ヒト（旅客誘致機能、人的交流機能）、情報（宣伝広報機能、情報収集機能）の交流を促進するための拠点整備について検討する。

また、この取組みを補完するものとして、中国との交通ネットワークの構築や農林水産物に対する輸入規制をはじめとする交流障壁の撤廃、緩和、海外ビジネスの相談窓口等の支援体制の充実など、交流環境の整備にも併せて努める。

最終的には、四国4県での取組みを目指すのが、足並みが揃わない場合は、当面、本県のみ、又は賛同を得られた県のみで取り組む。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度

- ・四国各県の上海拠点の活動状況の収集・整理

23年度

- ・本県としての上海交流拠点像（イメージ）の作成
- ・上海市政府との経済交流方策に関する検討

〔中長期〕

24～26年度

- ・ 早期の開設に向けた諸準備、関係先との協議・調整
- ・ 上海市政府との経済交流事業の実施

食C3 - えひめ中小企業応援ファンドや農商工連携ファンドの活用

海外販路の開拓は、国内販路開拓以上に長期的視野を持った施策の推進が求められることから、シーリング等に左右されない財源である各種ファンド事業の見直しを行うなど、海外販路開拓の継続的な取り組みを支える安定財源を確保する。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度

- ・ 候補事業の企画・立案
- ・ ファンド対象を拡大することについて関係先との協議、調整

23年度

- ・ 拡大適用による事業実施

〔中長期〕

24～26年度

- ・ 適宜見直しを加えながら、事業を実施

(重点戦略分野) 低炭素ビジネス

(ア) 背景・ねらい

低炭素社会構築は世界的潮流。脱石油・低炭素化への対応が地域産業成長の鍵！

低炭素社会実現のニーズ	産業構造の大きな変化への対応 / 成長が見込まれる低炭素ビジネスへの進出支援 / 次世代エネルギーへの転換支援
脱石油・低炭素化の流れ	脱石油・低炭素化に対応した技術開発・設備更新 / 製品等における県内事業者の先進性と優位性の確保

本県経済の新たな成長を実現するうえで、脱石油・低炭素化に対応できる企業の育成を図っていくことは極めて重要であり、関連製品の需要急増局面に入る前に本県企業における先進性と優位性が確保できるよう、県として企業の技術開発、商品・サービス開発、販路開拓を支援するための施策を強力に推進していく必要がある。

県内に存在する優れた技術力をベースに、中小企業が持つ機動力を活かして、成長が見込める分野への県内企業の事業展開に対する集中的な支援を行い、本県経済のけん引役、そして世界市場で優位性を誇る企業の創出を図る。そのためには、新製品等の開発では、単に環境負荷低減の視点のみでとらえるのではなく、性能など製品の価値を向上させるための技術進歩につなげる視点が不可欠である。また、外部環境にどのような変化が生じても、その変化に柔軟に対応して事業化が図れるような、本県産業界において新陳代謝機能を発揮するシステムを構築する必要がある。

(イ) 10年後の目指す姿

グローバルニッチトップ企業を絶えず創出する

『低炭素ビジネスフロンティアえひめ』

「環境負荷低減」と「製品価値向上」が両立した技術を創出する

『低炭素革新技术トップランナーえひめ』

取り巻く環境の変化に柔軟に対応できる企業を数多く創出する

『産業創出力 NO.1 えひめ』

(ウ) 『低炭素ビジネス分野』における《重点分野》【戦略】〔戦術〕構成

《重点分野A》「第2の産業革命」をけん引する技術の開発

【低A - 戦略1】脱化石燃料動力による運搬機器等の開発

〔低A1 - 〕電気自動車技術開発

〔低A2 - 〕電気船技術開発

【低A - 戦略2】製造から廃棄までの低炭素化を実現する技術の開発

〔低A2 - 〕低環境負荷の生産・処理プロセス技術の開発

〔低A2 - 〕「都市鉱山」から貴金属やレアメタルを回収する技術の開発

【低A - 戦略3】「ウォーターサイクル技術」の開発

〔低A3 - 〕淡水化等高度水処理技術開発

〔低A3 - 〕「和製水メジャー」の育成

《重点分野B》低炭素をキーワードとした新たな製品・サービスの開発

【低B - 戦略1】「CO₂排出ゼロビジネス」の育成

〔低B1 - 〕カーボンオフセット商品の開発支援

〔低B1 - 〕オフセットクレジット案件の創出支援

【低B - 戦略2】「CO₂が見える」ものづくりの推進

〔低B2 - 〕カーボンフットプリント制度の導入促進

〔低B2 - 〕企業の環境負荷低減への取組支援

《重点分野C》「低炭素ビジネスフロンティアえひめ」の構築

【低C - 戦略1】「低炭素ビジネスフロンティアえひめ」実現のための環境整備

〔低C1 - 〕都市と山間地域との環境ネットワークの構築

〔低C1 - 〕地域コミュニティでのエネルギー循環システムの推進

〔低C1 - 〕バイオマス原料供給基地の整備

【低C - 戦略2】次世代エネルギーの魅力と本県の取組みのPR

〔低C2 - 〕「えひめ次世代エネルギーパーク」の整備

〔低C2 - 〕えひめ先進環境ビジネス研究会の機能強化

(工) 重点分野のアクションプログラム

低炭素 - 重点分野 A

「第2の産業革命」をけん引する技術の開発

〔重点分野とした背景〕

低炭素社会実現に向けた世界的な流れの中で、我が国においても脱石油・低炭素社会を担うエネルギー技術分野への大規模な投資が行われており、電気自動車(EV)や太陽光発電に代表される「低炭素社会実現に向けたエネルギー技術」関連商品の普及・拡大は、社会のあり方や産業の構造を一変させる可能性がある。

〔重点分野のねらい〕

今後、企業成長の推進力になると見込まれる技術のうち、特に有望なものとしてEV関連技術、資源再生技術にターゲットを絞り、技術開発に対して重点的な支援を行う。

低A - 戦略1...脱化石燃料動力による運搬機器等の開発

〔戦略骨子〕

21年度から本格量販の始まったEVは、10年後には全世界の需要の1割のシェアを占めるとの予想がある。EVはガソリン車に比べ部品点数が3分の1程度で済むとされているほか、モーターやバッテリーは汎用性が高いなど、製造に関し異業種からの参入も可能とされており、一大成長産業となる見込みの高いEV分野に本県の中小企業が参入することは十分可能である。

また、本県には、日本初となる沿岸漁業用漁船の電動コンバート化技術の開発に取り組んでいる企業があり、水産県である本県から全国に発信できる特徴のある取組みとなる。

そこで、市場拡大が見込まれるEVや本県の主要産業のひとつである水産業の特徴を踏まえた電動漁船について、地域の産学官が結集して技術開発を行い、これらのEV化技術を活かしたビジネスモデルの開発に取り組むことにより、地域産業界におけるEV化技術の蓄積と機運の醸成を図るとともに、新たなEV産業の創出を目指す。

戦術

低A1 - 電気自動車技術開発

本県には、大手自動車メーカーの工場等は存在せず、現在これらの大手企業が生産に取り組んでいるEVと同様のものを、これから新たに県内で生産していくことは直ちには難しいのが現状である。

また、EV化による部品点数の大幅な減少から、県内の自動車関連部品製造業への影響が懸念されるほか、EVに係る新たな技術取得が必要となる自動車整備業界への支援も望まれている。

このような課題の解決策として、徳島工業短期大学の佐藤員暢教授が研究している中古車のガソリンエンジンをモーターに置き換える「コンバートEV（CEV）」は、比較的安い経費で消費者の好みの中古車をEV化でき、地域に存在する技術の応用で消費者ニーズを創出することができる。

本県では、四国電力㈱とグループ企業がEV用の充電器を開発し販売を開始しているほか、電動耕運機や電動車いすの製造販売会社があり、加えて東予地域の機械工業には高い技術力が蓄積されていることから、県内でCEVを推進することは十分可能である。また、CEV化事業に県内自動車整備事業者が参画することで、関連産業の裾野拡大と活性化が期待できる。

このため、産業技術研究所内に「愛媛県EV開発センター(仮称)」を設置して体制整備を図るとともに、EV関連の技術開発のみならず、愛媛発のEVビジネスの創出を目的に、地域産業界及び大学等との産学官連携等によるCEV化技術の蓄積を図り、将来的には本県産「えひめ型EV」の開発にも取り組む。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22～24年度

- ・軽自動車をベースとした乗用車と業務用車を対象として、これらタイプの異なる車種に必要な特性を活かしたCEVに関する技術開発を行うとともに、コンソーシアム参加企業における技術の蓄積を図る。併せて、CEVシステムのビジネスモデルの開発を進め、県内企業によるCEV産業の創出を目指すとともに、将来的なEV産業への展開につなげる。

〔中長期〕

25～26年度

- ・ここまで得られたEVに関する技術ノウハウを活用して、特殊車両や農業用車両等のEV化や県内素材産業や機械産業等の技術

を活かしたEV用部品の製造に向けた技術開発を実施するとともに、「えひめ型EV」の開発を目指し、県内企業によるEV産業の創出に取り組む。

低A2 - 電気船技術開発

県内には、日本初となる沿岸漁業用漁船の電動コンバート化技術の開発を進めている企業があり、沿岸漁業用漁船のEV化は水産県である本県から全国に発信できる特徴的な取組みとなる。

従来の漁船に比べ、燃料費が約8割減少し、格段に燃費が優れるとともに、0.5t船外機漁船の場合、年間約8tのCO₂(二酸化炭素)が削減されるなど、漁業経営改善と漁場環境保全に大きく寄与する日本初の沿岸漁業用のコンバート電気漁船(CEFB)に関する技術開発を行う。併せてCEFBシステムのビジネスモデルの開発を進め、県内企業によるCEFB産業の創出を目指す。

また、当該企業が並行して取り組んでいるEV化による国内クレジット取得のための方法論についての国による認定は、EV化に向けた大きなインセンティブとなることから、国内クレジット制度の運用が可能となるシステム開発を行い、日本初となる漁協単位での電動船外機導入等による同制度の運用モデル構築に向けて「愛媛県EV開発センター(仮称)」を中心に、水産業界も含めた幅広い関係者の連携により、コンバート電気漁船の開発支援に取り組む。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22～24年度

・充電システムの開発

アタッチメント充電システム、船上充電システム、陸上充電システム、国内クレジット制度に対応した電力供給システム

・CEFBシステムのビジネスモデルの展開

各漁港に対応したCEFBビジネスモデルの展開

〔中長期〕

25～26年度

- ・ここまでに得られた小型漁船に関する技術ノウハウを活用して、5t以上の漁船や漁船以外の観光船等用のCEFBに関する技術開発を行い、「えひめ発CEFB」の全国への普及を目指す。

低 A - 戦略 2 ... 製造から廃棄までの低炭素化を実現する技術の開発

〔戦略骨子〕

地球温暖化防止対策の推進に当たっては、中長期的な視点に立ち、廃棄物の発生抑制や資源の有効活用など、循環型社会の構築に向けた仕組みづくりや基盤整備を進める必要がある。中でも、廃棄物の減量化は、焼却処理に伴う二酸化炭素等の排出量の削減につながるほか、リサイクルの推進は、新たな製品の製造に比べエネルギー消費を抑え、資源の有効活用が図られる。

このため、多方面にわたり温室効果ガスの排出削減に有効な 3 R (リデュース・リユース・リサイクル) を積極的に推進するほか、これらのビジネス化を支える技術開発等への取組みが望まれている。

また、「レアメタルを制する国は世界を制す」とも言われており、県内において重要金属等の資源回収技術の開発に取り組むことは、まさに本県の優位性確保につながる。国においては、使用済小型家電からのレアメタルの回収など、いわゆる「都市鉱山」から有用金属を回収するリサイクルシステムの技術開発等に取り組んでいることから、本県においてもこれらの動向を注視しながら、産学官が連携した技術開発等への取組みが望まれている。

戦 術

低 A 2 - 低環境負荷の生産・処理プロセス技術の開発

本県においては既に、廃棄物の発生抑制や再資源化等の処理プロセスにおいて優れた技術を有している企業があることから、これらの企業を核に、温暖化防止対策を取り入れた再資源化技術等の確立を急ぐとともに、新たな技術の開発についても産学官の連携等により取り組む。

また、本県の産業廃棄物排出量の多くを占める製紙業界や、産業廃棄物の適正処理を進める上で重要な役割を担う産業廃棄物処理業界では、廃棄物の発生抑制や再資源化等の技術開発に取り組んでおり、これらの取組みを促進するための支援を行う。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22～23 年度

- ・えひめ先進環境ビジネス研究会を核としたビジネス開発の検討

22 年度～

- ・製紙業界や産業廃棄物処理業界における廃棄物の再資源化等を図る技術開発を支援（既存制度の拡充）

〔中長期〕

24年度～

- ・助成等を通じた技術開発への支援

低A2 - 「都市鉱山」から貴金属やレアメタルを回収する技術の開発

携帯電話やパソコンなどの電子機器やEVの電池には、金などの貴金属やレアメタルが欠かせないが、日本は、金属資源の多くを輸入に頼っており、世界的な需要増大で争奪が激化し価格が高騰している。

「都市鉱山」と呼ばれる廃家電・電子機器の「山」が注目を浴びる中で、今後EVの普及に伴いリチウム等希少金属の回収の動きが出てくると見込まれるが、県内では、愛媛大学において「都市鉱山」の利活用に関する研究が行われているほか、衛生環境研究所においても「廃棄物からの有用金属類回収技術開発」に関する研究が行われており、また、非鉄金属精錬を行う住友金属鉱山(株)等も所在していることから、産学官連携等による技術開発に積極的に取り組む。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22～23年度

- ・えひめ先進環境ビジネス研究会を核としたビジネス開発の検討
- ・県内の大学や試験研究機関等における技術開発の促進

〔中長期〕

24年度～

- ・助成等を通じた技術開発への支援

低 A - 戦略 3 ... 「ウォーターサイクル技術」の開発

〔戦略骨子〕

経済産業省の推計によると、2005年に約60兆円だった世界の水資源関連の市場規模は、2025年度には100兆円に達する見込みであるなど、世界の水ビジネスの市場規模は今後も拡大すると言われており、国際的な淡水資源の管理需要を見込み、欧州の水メジャーが上下水道管理事業に進出している。

日本の技術はナノテクを利用した海水の淡水化や排水の浄化などにおいて世界トップクラスにあり、県内にも高い技術力を持つ水処理企業が数多く存在することから、水処理技術や水ビジネスに関し先駆的地域を目指す。

戦 術

低 A 3 - 淡水化等高度水処理技術開発

国のダム政策の転換により、今後の新規の水源開発が不透明化する中で、本県の重要課題である水不足への技術的な対応は、今後あらゆる視点から取り組んでいく必要がある。

これらの事情を受け、海水淡水化や汚水再利用等の高度技術の開発について、産学官の連携等により、重点的かつ戦略的に取り組む。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22～23年度

- ・えひめ先進環境ビジネス研究会を核としたビジネス開発の検討

〔中長期〕

24年度～

- ・助成等を通じた技術開発への支援

低 A 3 - 「和製水メジャー」の育成

経済産業省では、3年後を目処に「和製水メジャー」を育成するとしているが、本県には、東レ(株)、帝人(株)、(株)ダイキアクシス、三浦工業(株)など、高度な技術を活用して水関連事業を展開する企業が存在しており、「和製水メジャー」への成長が期待される。

今後は、水の浄化から上下水道の設備、使用料の徴収までを視野に入れた水ビジネスの先駆的地域の形成を目指し、県内企業への技術的支援や設備投資に対する助成等を行うことで「和製水メジャー」の育成に取り組む。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22～23年度

- ・えひめ先進環境ビジネス研究会を核としたビジネス開発の検討

〔中長期〕

24年度～

- ・助成等を通じた技術開発への支援

低炭素 - 重点分野 B

低炭素をキーワードとした新たな製品・サービスの開発

〔重点分野とした背景〕

低炭素社会実現に向けた流れの中で、低炭素をキーワードとした製品・サービスは消費者に対して大きな訴求力を持つようになってきている。

〔重点分野のねらい〕

低炭素をキーワードとした新たな製品・サービスの開発を積極的に推進することで、本県中小企業者の競争力の向上に資する。

低 B - 戦略 1 ... 「CO₂排出ゼロビジネス」の育成

〔戦略骨子〕

地球温暖化問題が深刻化する中、環境問題、特にCO₂等の温室効果ガス排出削減に対する国民の意識は高まっており、企業における排出削減の取り組みは単なるコストではなく、消費者に対する大きな訴求力になりつつあり、今後の動向に対する企業の注目度は高い。

低炭素をキーワードとした製品・サービスの開発等を促進するため、県とえひめ産業振興財団で設置した「えひめ先進環境ビジネス研究会」において関連情報を集約し、各企業に提供することにより企業における取り組みを支援する。

戦 術

低 B 1 - カーボンオフセット商品の開発支援

カーボンオフセットを行おうとする企業に対して、専門家によるアドバイス（オフセットの範囲、実施期間等）や取組活動のPR（研究会での発表等）など必要な支援を行う。

カーボンオフセット：日常生活や事業活動において、どうしても削減できないCO₂等の温室効果ガスを、植林やクリーンエネルギー事業などに投資することによって、排出した分を相殺する仕組み

【アクションプログラム】

〔短期〕

22～23年度

・えひめ先進環境ビジネス研究会を核とした新たな製品・サービス

開発の検討

- ・助成等を通じた新たな製品・サービス開発への支援

〔中長期〕

24年度～

- ・研究会における検討と助成等による支援

低B1 - オフセットクレジット案件の創出支援

県内の豊富な森林資源や、バイオディーゼルフェューエル（BDF）の活用によるオフセットクレジット案件を創出し、そこで得られたクレジットによる植林や間伐など森林保全への支援と環境保全に対する企業の寄与という新たな経済価値の創出を図るため、モデル事業の実施、クレジット取引の支援など必要な支援を行う。

オフセットクレジット：直接削減できないCO₂等の温室効果ガス排出分を、植林やクリーンエネルギー関連の事業などで相殺するカーボンオフセットに用いるために発行されるクレジットのこと

【アクションプログラム】

〔短期〕

22～23年度

- ・えひめ先進環境ビジネス研究会を核としたビジネス開発の検討
- ・助成等を通じた新たな製品・サービス開発への支援

〔中長期〕

24年度～

- ・研究会における検討と助成等による支援

低B - 戦略2...「CO₂が見える」ものづくりの推進

〔戦略骨子〕

「カーボンフットプリント制度」は、排出されるCO₂量を消費者等に認識させることを目的として、商品のライフサイクル全体（原材料調達～廃棄・リサイクル）で排出された温室効果ガスの排出量をCO₂換算して表示する制度であり、イオン㈱などの大手企業で積極的に取り組もうとする動きがある。

今後、大手企業から商品・サービスの納入に当たって「CO₂が見える」ことが当然に要求される可能性があるなど、これからのものづくりにおいて非常に重要な要素となりつつあることから、農業従事者も含めた県内のものづくり事業者に対して、カーボンフットプリント制度に関する普及啓発を行うとともに、その対応に必要な支援を行う。

また、企業が排出するCO₂量等を把握し、その削減に向けた取組みが自発的に展開されるよう、側面的な支援を行う。

戦術

低B2 - カーボンフットプリント制度の導入促進

カーボンフットプリント制度が動き始めたことに伴い、CO₂排出量の把握は、商品・サービスを提供する企業側にとって、数年後には取引の必須条件となる可能性が高い。

県内企業においても、この潮流にいち早く対応することで大手との取引機会の創出、価格・数量での優遇といった効果が期待できるため、セミナー等を通じた普及啓発やカーボンフットプリント制度に取り組もうとする企業への専門家によるアドバイスなど必要な支援を行う。

また、カーボンフットプリント制度の普及に伴い、将来的には、みかんや鯛・ハマチといった養殖魚など、県内主要産品についても商品種別算定基準(PCR)が必要になってくると予想されるが、生産者の負担が大きいことから愛媛に合ったPCRとなるよう、県内の事業者が主体的に作成に取り組めるような環境を整備する必要がある。

このため、県内主要産品のPCR作成に必要な各種支援（申請書類の作成支援、経費助成など）を行っていく。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22～23年度

・えひめ先進環境ビジネス研究会を核とした制度導入に向けた検討

- ・助成等を通じた制度導入支援

〔中長期〕

24年度～

- ・研究会における検討と助成等による支援

低B2 - 企業の環境負荷低減への取組支援

県内事業者等が、環境負荷の低減、太陽光発電などのクリーンな新エネルギー関連への取組みや3R(リデュース、リユース、リサイクル)の促進など、低炭素社会への転換といった「低炭素をキーワードとした新たな産業構造改革」の流れに乗り遅れることのないよう専門家を配置し、その活動を通じて、国等による助成が受けられるよう支援する。

想定される具体的な取組み

- ・専門家による無料エネルギー診断、国のソフト支援事業等(省エネルギーセンター、電力会社等による無料エネルギー診断)活用のためのコーディネート
- ・診断結果を基にした設備改修の提案
- ・CO₂売却のための大企業(購入先)とのマッチング

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度～

- ・コーディネーターの企業訪問により、各企業の課題の抽出や国等による助成等の導入を支援

〔中長期〕

24年度～

- ・コーディネーターによる各企業の課題抽出と助成等の導入支援

低炭素 - 重点分野 C

「低炭素ビジネスフロンティアえひめ」の構築

〔重点分野とした背景〕

今後大きな成長が見込まれる低炭素ビジネスについては、各企業に対する支援を強力に推進することとしているが、併せて、意欲ある企業を中心に地域を単位としたビジネスモデルの構築や、低炭素社会構築に向けた普及啓発等に取り組んでいくことも重要である。

〔重点分野のねらい〕

地域を単位としたビジネスモデルの構築や普及啓発等に取り組むことにより、本県が低炭素ビジネス創出の先進地としての地位を確立し、県下全域において低炭素ビジネスが次々に生み出されていくような環境を整える。

低 C - 戦略 1 ... 「低炭素ビジネスフロンティアえひめ」実現のための環境整備

〔戦略骨子〕

市町・民間企業等主体では取り組むことが困難と考えられる都市と山間地域の連携、地域内でのエネルギー循環システムの構築、バイオマス原料供給基地の整備といった県内全体としての環境負荷の軽減のために必要な基盤構築に取り組む。

戦 術

低 C 1 - 都市と山間地域との環境ネットワークの構築

企業等も巻き込んだCO₂排出量削減に向けた県内の取組みを活性化させるため、CO₂の主たる排出側である都市とCO₂吸収源である森林資源を有する山間地域の間で、オフセットクレジット制度など新たな環境関連制度を活用した低炭素ビジネスの創出を図るためのネットワーク構築等に対し、必要な支援（モデル事業の実施、都市と山間地域とのマッチング支援など）を行う。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22～23年度

- ・えひめ先進環境ビジネス研究会を核としたビジネス開発の検討

- ・助成等によるモデル事業等の実施支援

〔中長期〕

24年度～

- ・研究会における検討と助成等による支援

低C1 - 地域コミュニティでのエネルギー循環システムの推進

木質バイオマスのエネルギー利用促進のほか、ミカン搾汁残さからのバイオエタノールの製造技術の開発、使用済天ぷら油等を原料としたバイオディーゼル燃料利用等の取組みにより、地域で排出したCO₂を地域で吸収する「エネルギー循環システム」を推進するため、必要な支援（モデル事業の実施、調査研究、国等の助成事業への申請支援など）を行う。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22～23年度

- ・えひめ先進環境ビジネス研究会を核としたビジネス開発の検討
- ・助成等によるモデル事業等の実施支援

〔中長期〕

24年度～

- ・研究会における検討と助成等による支援

低C1 - バイオマス原料供給基地の整備

環境負荷の軽減のため、今後、燃料や原料は、石油などの化石資源からカーボンニュートラルであるバイオマスを原料としたバイオエタノールやバイオマスプラスチックにシフトしていくものと予想されることから、過疎化が進行している中山間地域などをバイオマス原料の供給基地として整備し、地域の再活性化を図る。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22～23年度

- ・えひめ先進環境ビジネス研究会を核としたビジネス開発の検討
- ・助成等によるモデル事業等の実施支援

〔中長期〕

24年度～

- ・研究会における検討と助成等による支援

低C - 戦略2...次世代エネルギーの魅力と本県の取組みのPR

〔戦略骨子〕

新エネルギーをはじめとした次世代のエネルギーについて、実際に見て触れる機会を増やすことにより、県民等の理解の促進を図るほか、本県における低炭素ビジネス実現のための支援組織である「えひめ先進環境ビジネス研究会」について組織の機能強化を図るとともに、同研究会の取組内容を県外に積極的にPRしていく。

戦術

低C2 - 「えひめ次世代エネルギーパーク」の整備

資源エネルギー庁においては次世代エネルギー設備や体験施設等を整備した「次世代エネルギーパーク」整備の公募が行われている(19~21年度、全国で計25箇所。四国内は徳島県阿南市、香川県土庄町の2箇所。)

本県では、「新エネ百選」に松山市と伊方町の2箇所が選定されているほか、太陽光、風力、バイオマス、小水力、原子力等、多様な次世代エネルギー源が存在しており、これらは全国にアピールできる本県の地域資源となり得ることから、「次世代エネルギーパーク」整備事業の活用を通じて、県内に所在する次世代エネルギーの普及啓発に取り組む。

具体的には、環境に調和した将来のエネルギーのあり方について理解を深めてもらう体験型の施設等やエネルギー設備を整備すること等により、地域活性化につなげていく。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度

- ・「えひめ次世代エネルギーパーク」整備に向けた検討開始

23年度～

- ・財政状況を勘案しながら具体的な計画の作成に着手

低C2 - えひめ先進環境ビジネス研究会の機能強化

21年9月に任意組織で発足した「えひめ先進環境ビジネス研究会」は、低炭素ビジネスの創出において重要な役割を担うことが期待されているところであるが、民間レベルでの自由な取組みを促し、さらに活発な活動を促進するためにも、将来的には、行政主導から民間が主体となった研究会の運営が望まれる。

このため、研究会の活動が軌道に乗った段階で、研究会を構成する企業等が自主的に運営する、法人格を持つ団体へと移行することを検討する。

なお、同研究会の活動状況を対外的にPRするとともに、県内企業への情報発信等を行うために、独自のホームページの開設など情報提供機能の充実強化を図る。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度

- ・ホームページの開設

23年度～

- ・法人格を持つ団体への移行について検討

(重点戦略分野) 健康ビジネス

(ア) 背景・ねらい

健康に対する考え方やニーズが多様化。健康分野でビジネスチャンスの広がり！

ライフスタイルの変化	個人の生き方に応じた商品・サービスの提供
健康志向の高まり	健康の維持・増進、疾病予防に関するニーズへの対応 / 多様な産業の連携による新たな健康ビジネスの創出
超高齢社会の到来	高齢者を支える社会づくり / 医療等の進歩につながる技術開発

少子高齢化の進行による人口減少社会の到来、ライフスタイルの多様化や経済のグローバル化など社会構造が大きく変化する中で、人々は個々の価値観や人生観に応じ、生きがいを持って楽しく生活できることを希求しており、その根本となる健康に対する考え方やニーズは多様化してきている。また、国全体の医療費の増加が社会問題化する中で、予防策として健康サービスの重要性が増してきており、健康の維持・増進や疾病予防に関するニーズや欲求も高まっている。

こうした中で、本県は全国に先んじて高齢化が進行(高齢化率：全国 22.1%、愛媛県 25.6%で全国 11 位 (H20.10.1))しており、1人当たりの医療費や老人医療費が全国平均を上回る(医療費総額：全国 15 位、老人医療費：全国 19 位(H17 年度))一方で、平均寿命は全国下位(男：78.25 歳で全国 35 位、女：85.64 歳で全国 31 位(H17))にとどまっている。

また、国の医療制度改革の一環により生活習慣病対策(メタボリックシンドローム(内臓脂肪症候群)対策)の実施が始まっているほか、高齢者に対するケアサービスの提供やライフステージに応じた健康づくりへの支援など、健康分野におけるビジネスチャンスは広がりを見せている。

このような動きを捉え、本県産業の振興につなげていくため、保健・医療・福祉をつなぐトータルヘルスケアシステムの形成に加えて、スポーツ、美容、生涯学習など幅広い健康サービス産業が連携した新しい健康づくりプラットフォームの構築を目指すほか、健康をキーワードに本県の地域資源を活かした製品・サービスが開発・提供できるよう、多様な産業の連携による「新たな健康ビジネス」を創出していく必要がある。

(イ) 10年後の目指す姿

県民のQOL向上に寄与する商品・サービスが提供できる

『健康づくり応援えひめ』

介護福祉現場のニーズを捉え高齢者の健康生活が支援できる

『健康生活支援えひめ』

医療技術等の進歩・発展につながる先端研究を応援する

『先端医療技術開発えひめ』

(ウ) 『健康ビジネス分野』における《重点分野》【戦略】〔戦術〕構成

《重点分野A》保健・医療・福祉をつなぐ取組体制

【健A - 戦略1】健康ビジネスを創出する取組体制の整備

〔健A1 - 〕「えひめ健康ビジネス研究会（仮称）」による取組み促進

〔健A1 - 〕「健康・福祉・医療ビジネスフォーラム（仮称）」の開催

《重点分野B》健康増進につながる商品・サービスの開発

【健B - 戦略1】地域特産品を活用した健康食品等の開発

〔健B1 - 〕産学官連携による付加価値の高い商品づくり

〔健B1 - 〕健康食品に係る品質管理認証への支援

【健B - 戦略2】ヘルスツーリズムの促進

〔健B2 - 〕健康サービスを組み合わせた旅行商品の開発支援

《重点分野C》介護・福祉分野におけるビジネス機会の拡大

【健C - 戦略1】地域産品を活かした介護関連商品の開発普及

〔健C1 - 〕現場ニーズに対応した介護関連商品の開発

【健C - 戦略2】介護・福祉サービスの向上につながる製品開発

〔健C2 - 〕介護・福祉現場の省力化製品の開発支援

【健C - 戦略3】空き店舗を活用した中心市街地の介護支援

〔ソーシャルビジネス促進〕

〔健C3 - 〕空き店舗活用による介護ビジネス

《重点分野D》医療技術等の進歩につながる先端技術開発の促進

【健D - 戦略1】プロテイン・アイランド・松山(PIM)構想の推進

〔健D1 - 〕無細胞タンパク質合成技術を活用した製品開発や技術開発への支援

【健D - 戦略2】高齢者・障害者の自立を支えるロボット技術等の実用化

〔健D2 - 〕ロボット技術の介護・リハビリ現場での活用研究

(エ) 重点分野のアクションプログラム

健康 - 重点分野 A

保健・医療・福祉をつなぐ取組体制

健康ビジネスについては、その対象が保健・医療・福祉分野と広範囲に亘るため、製品・サービスの提供先や対象分野を明確にした方が、企業側にも消費者側にもわかりやすく、企業の取組みや意欲が伝わりやすい、技術シーズや製品・サービスを基にした連携が進みやすいことなどから、「健康づくり」、「介護・福祉」、「医療技術」の3つを重点分野として、戦略的な取組みを展開する。

一方で、企業の新分野進出や新事業展開を後押しするためには、健康をキーワードにした事業展開の可能性を高め、意欲のある企業に広く門戸を開ける必要があることから、3つの重点分野をつなぐ取組体制を整備する。

健 A - 戦略 1 健康ビジネスを創出する取組体制の整備

〔戦略骨子〕

新たな健康ビジネスの創出に当たっては、保健・医療・福祉分野をはじめ、多様な産業の連携を促進し、新たな視点や技術の導入、現場ニーズと企業シーズのマッチングなどを促進することにより、製品・サービスの差別化や高付加価値化に結びついていくものと考えられることから、県内企業の参加による取組体制の構築を図る。

戦 術

健 A 1 - 「えひめ健康ビジネス研究会(仮称)」による取組み促進

健康ビジネスにつながる県内企業の製品・サービスや技術シーズなどを把握・整理するとともに、新たなビジネスモデルの構築や新事業展開、新分野進出に意欲のある企業を支援する体制を構築する必要があることから、県内企業や大学等の参加による「えひめ健康ビジネス研究会(仮称)」を発足させ、健康ビジネスに係る取組企業の拡大を図る。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度

- ・企業に対するアンケート調査を実施し、健康ビジネスに関するシーズやニーズを把握

- ・ 県内企業や大学等の参加により、「えひめ健康ビジネス研究会（仮称）」を発足させ、健康ビジネスに係る取組企業の拡大を図る。
- ・ 県内企業の持つ健康関連のシーズとニーズのマッチングを図るため、ビジネスマッチングを開催

23 年度～

- ・ ビジネスマッチングによる取引拡大に加え、愛媛大学や産業技術研究所等との連携により、企業の技術開発、製品開発等を支援

健 A 1 - 「健康・福祉・医療ビジネスフォーラム(仮称)」の開催

県内企業による健康ビジネスへの取組み拡大を図るため、保健・医療・福祉関係者と企業関係者の出会いの場となるフォーラムを開催し、連携機運の醸成を図るとともに、テーマに応じた分科会を設け、企業等の連携・協力による具体的な取組みを創出する。

【アクションプログラム】

〔短期〕

23 年度

- ・ 第 1 回フォーラムの開催に向け、実施主体となる運営組織を立ち上げ、参加企業の募集等を行う

〔中長期〕

24 年度～

- ・ フォーラムの継続開催により、保健・医療・福祉関係者と企業関係者の連携・協力の機会創出に努める

健康 - 重点分野 B 健康増進につながる商品・サービスの開発

〔重点分野とした背景〕

生活習慣病対策をはじめ、生活改善、健康維持に対する関心が高まる中で、健康増進に関する商品・サービスの市場規模(特定保健食品：約 6,000 億円、健康食品：約 1 兆 2,000 億円、機能性化粧品：約 1 兆 7,000 億円、フィットネスクラブ：約 3,000 億円など)は急拡大しており、今後も成長が望める有望分野となっている。

本県は、豊富な農林水産物や温暖な気候のほか、温泉、森林、海洋などの地域資源に恵まれており、人々の健康志向が高まる中で、これら資源を活用しながら、多種・多様な健康ニーズに対応していくことが、県内企業のビジネスチャンス拡大につながることから、人々の QOL (生活の質) 向上に資する新たな健康ビジネスの創出に取り組む必要がある。

〔重点分野のねらい〕

人々が求める多種・多様な健康ニーズに対応するため、個人の健康状態や趣味に応じて、自分にあった健康サービスが選択可能であること

効能や効果など、科学的根拠に基づく付加価値の高い商品・サービスであること

個人の QOL 向上につながるなど、健康増進・疾病予防を重視した商品・サービスであること

などを満たす商品・サービスの開発・提供に向けて、県内企業や医療機関、大学等が連携した取組みを推進する。

健 B - 戦略 1 ... 地域特産品を活用した健康食品等の開発

〔戦略骨子〕

健康に対する関心が高まる中で、食品に求められる機能も複雑かつ多様化しており、高齢化や食生活の乱れ等により不足しがちな栄養成分の補給・補完や、特定の保健用途において健康の維持・増進に役立つなど、商品の効能・効果が消費者の購買動向を左右する判断材料ともなっている。

このため、県内企業が持つ加工技術や機能性成分を生かし、食品などの加工品の付加価値を高め、市場競争力の高い製品が開発・提供できるよう支援する必要がある。

戦術

健B1 - 産学官連携による付加価値の高い商品づくり

県内企業が新たな加工技術の導入や日本一の生産量を誇る柑橘類、キウイ等に含まれる機能性成分の活用により、特定保健食品や健康食品をはじめ、化粧品や医薬品、医薬部外品を含めた付加価値の高い商品づくりに取り組めるよう、産学官連携による技術開発や機能性の検証を行うほか、えひめ中小企業応援ファンドや国の競争的資金を活用しながら、企業の取組みを支援する。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度～

- ・ビジネスマッキングによる取引拡大に加え、愛媛大学や産業技術研究所等との連携により技術開発を支援

健B1 - 健康食品に係る品質管理認証への支援

健康の保持増進に役立つとされる、いわゆる健康食品は、食品としての品質管理に加え、近年では医薬品や医薬部外品と同様に、原材料受入から製品出荷までを厳正に管理する「GMP管理」(GMP: Good Manufacturing Practice、品質管理基準)が求められている。

健康食品業界においては、このGMP管理に関する自主的な認証制度の運用が行われ、市場での差別化や製品の高度化が図られていることから、県内企業のGMP認証を支援する。

【アクションプログラム】

〔中長期〕

23年度～

- ・県内企業の「GMP管理」認証取得を支援するための助成制度を創設

健 B - 戦略 2 ...ヘルスツーリズムの促進

〔戦略骨子〕

我が国の湯治は、心身を癒すための民間療法として古来より受け継がれてきたヘルスツーリズムの一つである。近年のヘルスツーリズムは、観光としての要素の充実に加え、健康・医療などの新たな取組みを組み合わせ、魅力ある健康サービスとして定着してきている。

このため、本県の地域資源を活かしながら、県内企業が持つ様々な健康サービスを組み合わせることにより、魅力ある健康保養型観光地を形成し、県内はもとより県外からの集客に結びつけることで、県内産業の振興につなげていく。

戦 術

健 B 2 - 健康サービスを組み合わせた旅行商品の開発支援

ヘルスツーリズムの創出・振興を図るため、県、県観光協会、県内健康関連企業、県内医療関係団体などの参加による「ヘルスツーリズム推進協議会（仮称）」を設立し、豊富な農林水産物や温暖な気候のほか、温泉、森林、海洋などの地域資源を活用したヘルスツーリズムの検討、具体化を図る。

多種多様な産業の連携によるヘルスツーリズムの創出を図るため、「ヘルスツーリズム推進協議会（仮称）」を中心に、本県で提供できる健康サービスの組み合わせや特徴ある取組みを旅行商品として提案するとともに、旅行代理店等への売り込みやマスコミへの情報発信等による広報・宣伝活動により、県内外からの集客につなげていく。

また、健康サービスの担い手としての起業・創業を支援することで、健康ビジネス分野の民間事業化を推進する。

想定される具体策

温泉地における健康増進のための温泉プログラムに加え、森林浴、タラソテラピー（海洋療法）、体験農業等を合わせたサービス

- ・今治クアハウス、クアテルメ宝泉坊、マーレ・グラッシア大三島などの温泉プログラムを活用

（温泉地の宿泊施設、医療機関、エステティックサロン、フィットネスクラブ、農業生産法人等の参加が見込まれる。）

高度検診プログラムとリラクゼーション、心身の健康づくりを合わせたサービス

- ・PET-CT、脳・心臓ドックなどの精密診断と近隣の観光地への

ツアー（グルメ、美容、スポーツ、エコツアー等）を組み合わせ提供（医療機関、道後温泉等の宿泊施設、近隣観光施設等の参加が見込まれる。）

高度検診プログラムは、国内都市部からの集客に加え、国際線のある中国等の富裕層の取り込みに期待

PET - CT は、陽電子断層撮影（PET：Positron Emission Tomography）とコンピュータ断層撮影（CT：Computed Tomography）が一体となった最先端の診断装置

栄養指導や健康管理、リハビリ支援等を取り入れた滞在療養型のサービス

- ・日常生活から隔世された場所で、食事療法や運動療法、メンタルヘルスなど複数の専門家の指導により、短期集中的に健康増進、生活改善を図るプログラムを提供（肥満・メタボリック対策、睡眠障害の改善、禁煙、ストレス解消・疲労回復、美容・痩身）

（宿泊施設、医療機関・大学、フィットネスクラブ等の参加が見込まれる。）

障害者や高齢者の癒しの旅（えひめモデル）

- ・世界最古の温泉、森林といった地域資源を活かし、お遍路文化で培われてきた“もてなしの心”で迎えることで、障害者や高齢者にやすらぎを与え、社会参加を後押しするような短期型から長期型滞在までの「癒しの旅」を提供

【アクションプログラム】

〔短期〕

23 年度

- ・「えひめ健康ビジネス研究会（仮称）」の中で、ヘルスツーリズムに興味を持つ企業を募集し、「ヘルスツーリズム推進協議会（仮称）」を設立
- ・健康サービスの組み合わせや特徴ある取組みを旅行商品として打ち出せるか検討

〔中長期〕

24 年度～

- ・健康サービスを組み合わせた旅行商品について、旅行代理店等への売り込みやマスコミへの情報発信等による広報・宣伝活動を実施

健康 重点分野 C

介護・福祉分野におけるビジネス機会の拡大

〔重点分野とした背景〕

20年度の介護保険利用者数は、過去最多の451万人となり、今後もさらに増加することが予想される。また、介護保険事業の市場規模は、現在約7兆円であるが、介護保険を使わない関連ビジネスは、さらにこの数倍の市場規模があるとされ、保険を使わないビジネス市場も拡大が見込まれている。

介護・福祉分野における商品・サービスに対するニーズは、個々の健康状態や人生観、生活環境によって大きく異なり、究極的にはオーダーメイドの対応が理想である。

しかしながら、一方では超高齢社会の到来により現役世代の負担が増していることから、質を維持しながらコストを抑えた商品・サービスを開発することで、医療費や介護費用を抑制していくことも必要である。

〔重点分野のねらい〕

増大する介護予防や介護支援に関する様々なニーズに対し、個々の要求を満足させながらも、汎用性の高い低価格・低コストの商品・サービスが提供できるよう、介護・福祉現場の声やアイデアを取り入れ、商品開発に活かしていくことが、拡大する市場における県内企業の優位性につながる。

健 C - 戦略 1 ... 地域産品を活かした介護関連商品の開発普及

〔戦略骨子〕

本県の地場産業である繊維や縫製、紙加工などの分野において、健康をキーワードにした付加価値の高い製品開発が実践できるよう、保健・医療・福祉分野からのニーズやアイデアを吸い上げるなど、協力・連携した取組みを拡大する。

戦 術

健 C 1 - 現場ニーズに対応した介護関連商品の開発

繊維製品や紙・不織布などの加工品については、介護分野でのニーズが高く、本県の地場産業による製品開発や製品改良が容易なことから、繊維産業技術センター、紙産業技術センター、タオル工業組合、縫製業者、紙加工業者、介護事業者等の参加による「介護関連商品研究会（仮称）」を設立し、介護現場と企業が意見交換する場を設ける。

「介護関連商品研究会（仮称）」が中心となって、介護現場でのニーズや既存製品の問題点を抽出のうえ、試作品開発やモニタリングなどを実施し、付加価値の高い製品開発に結び付ける。

製品開発に当たっては、介護商品という市場限定的なものではなく、例えば「肌にやさしい」商品というコンセプトで、訴求力を高めることが必要である。

【アクションプログラム】

〔短期〕

23 年度

- ・「えひめ健康ビジネス研究会（仮称）」の中で、介護関連商品に興味を持つ企業等の参加を得て、「介護関連商品研究会（仮称）」を設立
- ・介護現場での商品ニーズや問題点を調査

〔中長期〕

24 年度～

- ・現場ニーズに対応した付加価値の高い介護関連商品の開発に向けた支援

健C - 戦略2 ...介護・福祉サービスの向上につながる製品開発

〔戦略骨子〕

増大する介護ニーズに対して、介護人材の確保に課題が残る中、提供するサービスの質を維持していくためには、介護者の負担軽減につながる機能を高めた福祉機器の開発や利用拡大が不可欠である。

また、18年の介護保険制度の改正により、介護予防を重視したシステムに転換されたことから、高齢者の在宅生活への支援や生きがいづくりなど、健康長寿を社会全体で支えるシステムにつながる製品・サービスが求められている。

戦 術**健C 2 - 介護・福祉現場の省力化製品の開発支援**

介護サービス現場の労働環境を改善しながら、介護の質の維持・向上を図るためには、人的サービスの提供場面においても、機器の活用が段階的に進むよう、介護・福祉現場ニーズに対応した省力化製品の開発が必要である。

一方で、介護者、被介護者ともに介護行為を機器に委ねることに対する抵抗感もあることから、機器の単独販売だけでなく、利用を支援するサービスの一体的な提供なども検討していく必要がある。

【アクションプログラム】

〔短期〕

23年度～

- ・介護・福祉現場の省力化製品の開発を促進するため、県内企業からの事業提案を受け、支援するモデル事業を創設

健C - 戦略3 ... 空き店舗を活用した中心市街地の介護支援 〔ソーシャルビジネス促進〕

〔戦略骨子〕

中心市街地の商店街は、地域の独特の文化や伝統を育んできた地域コミュニティの核であり、住民の暮らしと地域振興に大きな役割を果たしてきたが、少子高齢化の進行や大型商業施設の郊外進出などにより、空洞化が進むなど社会問題化している。

また、核家族化の進行により、高齢者介護に対するニーズが高まっている中で、民間企業で中心市街地での介護事業に参入している事業者もあるが、参入企業が少ない地域もあり、空き店舗の有効活用等により、更なる介護サービスの整備が望まれている。

これらの社会的課題解決に向け、県内企業が中心市街地においても積極的に介護などの分野に進出し、健康サービスの担い手となれるビジネスモデルを構築し、県内での普及を図る。

戦術

健C3 - 空き店舗活用による介護ビジネス

中心市街地は、高齢者が自家用車等の交通手段に頼ることなく、さまざまなサービスを利用することができるなど、生活の利便性が高いため、中心市街地での生活機能の充実に対する期待度は高い。このため、民間企業が新規参入する際の初期投資を抑制するため中心市街地の空き店舗を活用し、民間企業の介護事業や健康サービス事業への新規参入を促すとともに、既存の介護施設や医療施設との連携を図りながら、中心市街地の介護サービス機能の充実・強化につなげていく。

具体的には、空き店舗を通所介護施設等（デイサービスセンター等）に利用するほか、集客力アップを図るための高齢者健康相談室の開設、また、高齢者のための生きがいづくり事業として、コミュニティサロン（集いの広場）の運営、機能訓練や健康体操など介護ビジネスを中心として多彩な事業が展開できるよう支援する。

この結果、生活の利便性が向上し、地域の人々の交流を促進する社会的機能を果たすことができるとともに、集客力のアップにつながることでビジネスチャンスも広がることが期待される。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度

- ・21 年度に実施した商店街実態調査の結果や地元市町からの情報を基に、介護施設等として利用可能な空き店舗をピックアップ
- ・また、これら空き店舗を利用した介護ビジネスの実施を検討している民間企業を調査し、店舗所有者とのマッチングを行う。
- ・その際、高齢者間の交流を促進し、集客力のアップにつながるよう高齢者が気軽に集うことができるコミュニティサロンなどの運営も併せて実施することなども事業実施の条件とする。

23 年度～

- ・空き店舗活用による介護事業への新規参入を円滑に進めるため、必要な経費（店舗改装費・賃借料）の一部助成を検討（県内でモデル地域を数箇所設定）
- ・中心市街地における介護ビジネスの参入を促進するため、助成事業を活用し、地元市町と連携しながら介護施設等の開設をサポート

健康 重点分野 D 医療技術等の進歩につながる先端技術開発の促進

〔重点分野とした背景〕

愛媛大学の遠藤弥重太教授が開発した「無細胞タンパク質合成技術」は、バイオテクノロジー分野においてタンパク質研究に欠かせない最先端技術であり、医療研究や農業・水産研究において応用展開が図られるなど、大きな可能性を秘めた研究技術である。

また、介護・福祉分野におけるロボット技術の急速な進歩は、高齢者・障害者の生活機能の低下に対し、自立生活を支援する手段として活用の可能性が高まってきており、松山市が筑波大学の山海嘉之教授やサイバーダイナミクスが開発したロボットスーツHAL (Hybrid Assistive Limb) をリハビリ訓練に使う実証試験に取り組むなどの動きがある。

〔重点分野のねらい〕

人々の健康長寿を支える医療技術等の開発・研究は、基礎から応用まで幅広く、時間も資金も掛かることから、県内にシーズやニーズがあって、取り組みが進んでいる分野を集中的に支援する必要がある。

健D - 戦略1... プロテイン・アイランド・松山(PIM)構想の推進

〔戦略骨子〕

無細胞タンパク質合成技術を核として、世界最先端の研究情報を発信するとともに、産学官連携を推進し、松山市をタンパク質研究の拠点にしていこうというPIM構想の推進を支援する。

無細胞タンパク質合成技術を地域産業に技術移転するため、産学官連携を促進しながら、バイオテクノロジー関連産業の創出や他分野への応用展開を進めていく。

戦 術

健D1 - 無細胞タンパク質合成技術を活用した製品開発や技術開発への支援

本県が誇る無細胞タンパク質合成技術を世界にアピールしていくため、愛媛大学、松山市、松山商工会議所、県が主催する「無細胞科学松山国際シンポジウム」について、継続開催に努める。

また、試験研究機関と愛媛大学、企業等との共同研究を推進し、無細胞

タンパク質合成技術を活用した製品開発や技術開発の支援に努める。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度～

- ・シンポジウムの継続開催に向けた支援
- ・試験研究機関と愛媛大学、企業等との共同研究を推進

健D - 戦略2...高齢者・障害者の自立を支えるロボット技術等の実用化

〔戦略骨子〕

高齢者・障害者の自立支援や生活支援に役立つロボット技術等の開発は、本県企業の持つ加工・組立技術や制御技術のほか、炭素繊維などの先端素材や電子部品の活用など、未来の産業として大きな可能性を持つ分野であることから、企業の先端技術開発を支援する取組みが必要である。

戦術

健D2 - ロボット技術の介護・リハビリ現場での活用研究

介護・リハビリを支援するロボットスーツの製品化をはじめ、センサー技術や情報通信技術の活用など、一部技術を応用した機器の実用化が進んでいることから、ロボット技術を活用した製品開発など、県内企業の取組みを支援する。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度

- ・先端技術を持つ企業等を招き、「えひめ健康ビジネス研究会(仮称)」におけるセミナーでの事例発表や健康関連ビジネスマッチングへの出展等により、県内企業の取組みを促進
- ・松山市が実施したロボット技術の介護・リハビリ分野での実証試験などの状況を分析し、県内企業への波及効果等を検証

(重点戦略分野) 観光ビジネス

(ア) 背景・ねらい

観光は裾野の広い総合産業。愛媛のファンづくりが県経済の活性化につながる！

旅行形態の多様化・細分化	ニーズにあった旅行商品造成 / 情報発信力のある体験型メニュー等の開発 (オンリーワン、ナンバーワン)
地域に根ざした観光振興	地域密着型エージェント育成 / 高速道路開通イベント等の検討・実施
国内経済の成長停滞	成長著しい東アジアからの誘客促進 / 外国人観光客の消費増 / 定期国際航路の維持拡大 (インバウンド・ビジネス利用増)

観光は、旅行業、宿泊業、交通・運輸業などのいわゆる観光関連産業にとどまらず、農林水産業をはじめ様々な産業への経済波及効果が高く裾野の広い総合産業であることから、地域経済を活性化させるためには、その振興が重要である。

こうした認識のもと、本県では、21年12月議会において、観光振興施策を総合的かつ計画的に推進することを目的とした「えひめお接待の心観光振興条例」が制定されたところであり、本条例の基本理念・基本方針等を踏まえた各種施策を展開し、一層の本県観光振興に取り組む必要がある。

一方、近年の観光動向は、旅行形態やニーズの多様化、細分化、高度化等が進んでおり、本県観光を活用した地域経済の活性化を促進するためには、地域の特色を活かした情報発信力のある新たな観光資源の開発や既存資源のブラッシュアップ、さらにはニーズにあった旅行商品の造成等を促進し、観光客数はもとより、宿泊・滞在日数の拡大等による一層の経済効果の波及促進や持続的な需要確保に繋がる愛媛ファンづくりが重要である。

また、少子高齢・人口減少社会や国内経済の成長停滞という状況を踏まえ、単に国内にとどまらず、中国をはじめとした成長著しい東アジアをターゲットに外国人観光客の誘致を図るとともに、県内での消費促進や販路拡大等により本県経済の活性化につなげていく必要がある。

このような状況を踏まえ、時代のニーズ・潮流を見据えた観光資源開発やホスピタリティ向上等の受入態勢整備等により、リピーター確保や県産品の持続的な販売等につながる愛媛ファンを全国に広げるとともに、定期国際航路の拡充や免税店舗の設置をはじめとする消費環境等の受入態勢を整備することにより、外国人観光客や海外旅行エージェントから、上位に選ばれる国際観光地としての地位獲得を目指す。

(イ) 10年後の目指す姿

愛媛の魅力を満喫し、何度も訪れたいと思われる

『ファンで溢れる観光地えひめ』

東アジアの人々も満足し、一度は訪れたいと思われる

『選択される国際観光地えひめ』

(ウ) 『観光ビジネス分野』における《重点分野》【戦略】〔戦術〕構成

《重点分野A》愛媛ファンづくりの推進

【観A - 戦略1】滞在日数プラスワンの実践

- 〔観A 1 - 〕 「坂の上の雲」等を踏まえた旅行商品の造成支援
- 〔観A 1 - 〕 ホスピタリティの充実向上
- 〔観A 1 - 〕 隣接県・広域市町等との連携推進

【観A - 戦略2】愛媛の魅力創造の推進

- 〔観A 2 - 〕 高速道路の宇和島延伸記念イベント等の検討・実施
- 〔観A 2 - 〕 地域密着型旅行エージェントの育成・支援
- 〔観A 2 - 〕 体験型観光メニューのブラッシュアップ
- 〔観A 2 - 〕 物産観光情報発信拠点の機能強化

《重点分野B》東アジアをターゲットとしたインバウンドの推進

【観B - 戦略1】東アジアとの観光交流の推進

- 〔観B 1 - 〕 上海交流拠点の整備検討【再掲】
- 〔観B 1 - 〕 癒しの郷“愛媛”ウエルカムキャンペーン(仮称)の展開
- 〔観B 1 - 〕 えひめ“外国人にやさしいまちづくり”の整備
- 〔観B 1 - 〕 外国人観光客消費環境の整備

(エ) 重点分野のアクションプログラム

観光 - 重点分野 A 愛媛ファンづくりの推進
--

〔重点分野とした背景〕

観光の持つ幅広い分野への経済波及効果や地域振興への役割認識等から、全国各地でも観光振興を地域活性化の主要な位置づけとし、積極的な施策を展開するなど、地域間競争は熾烈である。

こうした中で、時代の潮流や観光客のニーズを的確に把握するとともに、これらに対応した施策を展開し、「愛媛ファンづくり」を行うことが、持続的な本県の観光振興にとって重要である。

〔重点分野のねらい〕

愛媛ファンを全国から獲得することにより、リピーターの確保をはじめとする持続的な観光客の増加や県産品の消費拡大を図り、本県経済の活性化を図る。

観 A - 戦略 1...滞在日数プラスワンの実践

〔戦略骨子〕

観光による地域への経済効果を高めるためには、本県への観光客の増加はもとより、宿泊客数や宿泊日数の増加が必要不可欠である。このため、リピーター確保につながるホスピタリティの向上や、宿泊を伴う旅行商品の造成、公共交通機関（鉄道、高速バス、フェリー、飛行機等）との連携による利便性向上、滞在型・宿泊型の広域観光ルート形成等を図る。

戦術

観 A 1 - 「坂の上の雲」等を踏まえた旅行商品の造成支援

近年の観光動向は、高速交通体系の進展や高速道路料金の引下げなどによる経済・時間距離の短縮に伴い、行動範囲が拡大し、マイカー中心の日帰り観光客の増加が著しい状況にある。しかしながら、地域経済への波及という点では、宿泊客数や宿泊日数を増加させることが必要である。

折しも 21 年 11 月からテレビドラマ「坂の上の雲」が放送されるとともに、21 年 12 月に観光振興施策を総合的かつ計画的に推進することを目的とした「えひめお接待の心観光振興条例」が制定されたことなどから、これらを契機とし、旅行会社に対する県内宿泊等を要件とした旅行商品造成

を誘導するための施策を展開する必要がある。

具体的には、県内に宿泊し、東・中・南予いずれかの観光地を2箇所以上周遊する旅行商品を支援することにより、「坂の上の雲」の放送開始による全国からの観光客を東予・南予へと誘導するなど、宿泊・滞在型観光を促進する。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22～23年度

- ・旅行商品造成に対する支援制度の創設及び支援
- ・送客実績の評価及び問題点の検証

〔中長期〕

24～26年度

- ・送客実績等を踏まえ、旅行会社とともに新たなルート整備を行うなど、売れる旅行商品づくりを促進するほか、旅行者の視点に立った観光資源の開発・磨き上げを推進する。

観A1 - ホスピタリティの充実向上

観光客の旅行形態が体験型・交流型へと変化する中、地域住民との交流機会は、今後ますます増加することが予想される。このため、観光関係者はもとより、全県をあげて観光客をあたたかく迎えることにより、旅行者の再訪意欲を高め、リピーターを確保することが重要となることから、受入体制整備の一環として、受入側の資質向上を図る研修会の開催や意識啓発運動の展開等により、ホスピタリティの向上を図る必要がある。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度

- ・受入側の資質向上を図る研修会の開催、意識啓発運動の展開

23年度

- ・顕彰制度の創設など意識啓発のための仕組みづくり

〔中長期〕

24～26年度

- ・ガイドなど観光人材のスキルアップ

観 A 1 - 隣接県・広域市町等との連携推進

しまなみ海道で結ばれている広島県や四国西南地域を共有する高知県など隣接する県や市町村との連携により、広域観光圏形成に向けた取組みを推進し、宿泊・滞在型の広域観光ルートの整備を目指す。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22 年度

- ・広域観光圏形成に向けた隣接県、市町村との協議検討

23 年度

- ・広域観光ルートの構築

〔中長期〕

24～26 年度

- ・広域観光ルートの旅行商品化を目指す

観 A - 戦略 2 ... 愛媛の魅力創造の推進

〔戦略骨子〕

本県への誘客を促進するとともに愛媛ファンを獲得するためには、広く情報発信を行う必要があるが、その広報効果を高めるためには、独自性のある情報発信力を持ったコンテンツの開発、ブラッシュアップが必要不可欠である。

このため、近年、旅行者ニーズの高い体験型メニューの提供等の愛媛の魅力創造に取り組むとともに、これらの資源を旅行商品化する地域密着型旅行エージェントの育成・支援や情報発信に努める。

また、23年度中が見込まれる高速道路の宇和島延伸を記念したイベントの実施や、県内外での物産観光情報の発信拠点の機能強化等についても検討し、有機的な情報発信や誘客促進・物産販売策を展開する。

戦術

観 A 2 - 高速道路の宇和島延伸記念イベント等の検討・実施

高速道路の南予延伸に対応した地域振興策については、16年4月の西予・宇和インターの開通に合わせて、宇和・大洲・内子を中心に町並をテーマとした広域イベント「えひめ町並博 2004」を実施し、一定の成果をあげたところである。これを契機として広がった住民主体の観光まちづくりの取組みについて、県や関係市町等で構成する旅南予協議会においてフォローアップを図るなど、その後様々な支援等を行ってきた。

一方、高速道路の建設工事は着実に進捗しており、22年3月には宇和島道路（宇和島～津島間）が開通予定のほか、西予～宇和島間も23年度中の開通（津島までの全面開通）を目指して工事が進められている。

近年の高速料金の引下げ効果等もあり、全国的に高速道路を利用した観光客等の増加が見込まれる中で、引き続き津島以南の高速道路の整備を促進するとともに、高速道路の宇和島延伸を、依然として厳しい経済状況が続く南予地域の活性化の大きなチャンスと捉え、宇和島圏域を県内外に広く発信していく必要がある。

このため、県及び関係市町等が連携し、地域資源を最大限に活かした記念イベントの実施に向けて具体的な検討を進めるとともに、併せて住民主体の観光まちづくりの取組みを一層促進するなど、観光・交流を通じて地域の自立・持続的な発展につながる取組みを進めるものとする。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22 年度

- ・記念イベントの基本計画の策定に着手するとともに、高速道路工事の進捗状況等も見極めながら、実行委員会の設立や実施計画の策定に着手

イベント実施前年度

- ・各種イベントの開催準備、PRキャンペーンの実施など

イベント実施年度

- ・記念イベントの開催

観 A 2 - 地域密着型旅行エージェントの育成・支援

これまでの旅行商品は、「発地型」といわれ、都市部の旅行会社が旅行商品を企画・開発してきたが、近年の旅行者嗜好の多様化等により、受入側である各地域がプランニングする「着地型」が注目される状況となっている。

こうした中で、先駆的な取組みとして、18年4月には㈱おおず街なか再生館が、地域の観光素材を活かした着地型旅行商品を自ら開発・販売する「地域密着型旅行エージェント」として営業を開始したほか、20年4月には南レク㈱が、また20年10月にはNPO法人佐田岬ツーリズム協会が、それぞれ同様の営業を開始したところである。県としても、町並博以降、前述の旅南予協議会の取組みとして、人材育成研修等を通じて、地域における観光振興の重要な担い手である地域密着型旅行エージェントの設立・活動支援を行っている。

一方、しまなみ地域においても、開通10周年記念事業を契機として、着地型旅行商品を販売する取組みがなされるなど、南予以外の地域でもこうした動きが広がりつつある状況を踏まえて、県内全域に目を向けた人材の掘り起こしや支援策の実施を検討する必要がある。

このため、南予地域における人材育成研修の効果も見極めながら、地域の関係者を対象とした講演会等の実施のほか、意欲ある人材の育成を目指した実践的な研修会等の開催を検討するなど、地域密着型旅行エージェントの設立等につながる全県的な取組みを促すものとする。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22～23 年度

- ・南予地域において人材育成研修を実施するとともに、その事業効

果も見極めながら、関係者を対象とした講演会等の実施を検討
〔中長期〕

24～26年度

- ・実践的な研修会等の実施、その他観光商品の開発・販売の支援などを検討

観 A 2 - 体験型観光メニューのブラッシュアップ

魅力ある着地型旅行商品を造成するためには、そのコンテンツとなる独自性のある体験型観光メニューの存在が不可欠である。このため、市町やエージェント等とも連携しつつ、各地域の住民グループ等が取り組む観光資源の発掘や体験型観光メニューの開発等の支援、既存メニューも含めた実施内容の充実を図るためのブラッシュアップの実施、意欲的な人材やその活動内容等に関する情報の発信などを通じて、地域に密着した魅力的な体験型観光メニューの提供につながる取組みを推進する。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22～23年度

- ・各地域の取組状況等の情報収集を進めるとともに、意欲的な取組みについて情報発信

〔中長期〕

24～26年度

- ・ブラッシュアップ等に関する専門家の活用など体験型観光メニューの更なる開発等につながる支援策を検討

観 A 2 - 物産観光情報発信拠点の機能強化

観光客をはじめとする県内外の消費者やバイヤーに対して、県内各地域の特色ある商品の展示紹介や観光情報の提供を行うことで、本県の魅力を総合的に発信し、県産品の販売拡大につなげるため、県内における望ましい物産観光情報発信拠点のあり方について検討する。検討に当たっては、当該施設が民業圧迫とならないよう、立地条件、設置・運営主体、運営方法、アンテナショップ機能の強化等についても十分考慮する。

また、県外に向けた本県のイメージアップと販路拡大をさらに推進するため、県外拠点施設の拡充についても検討を進める。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22～23年度

- ・新しい物産観光情報発信拠点施設の設置検討

〔中長期〕

24～26年度

- ・新拠点施設の検討、設置

観光 - 重点分野 B 東アジアをターゲットとしたインバウンドの推進

〔重点分野とした背景〕

少子高齢・人口減少社会を迎えるとともに、成長鈍化が見られる国内市場という状況の中で、更なる観光交流人口の拡大を図るためには、単に国内にとどまらず、成長著しい中国を中心とする東アジアをターゲットにした戦略的な取組みが重要である。

特に本県においては、上海便・ソウル便の定期航空路線の交流基盤や、上海における四国産品常設売場、四国アンテナショップ開設等の実績を有することなどから、即効性が高く幅広い分野での関連が深い、観光・物産をキーワードに施策を展開する。

〔重点分野のねらい〕

情報発信等の交流拠点整備やインバウンド優遇措置の拡充、消費環境整備等により、関係機関等とも連携を図りながら、観光交流人口拡大、県産品販路拡大、松山空港国際定期路線の利用促進等による一層の地域経済活性化を図る。

観 B - 戦略 1 ... 東アジアとの観光交流の推進

〔戦略骨子〕

東アジアからの誘客を促進するための各種施策を展開するとともに、一層の経済効果を高めるため、外国人観光客の県内消費環境等を整備する。

また、市場規模・将来性など、特に有望な市場である上海には交流拠点を整備し、観光客誘致、販路拡大に向けた継続的な取組みを展開する。

戦 術

観 B 1 - 上海交流拠点の整備検討【再掲】

東アジアの中でも、中国・上海は、市場規模や将来性から、特に有望な市場であることから、販路開拓や観光客誘致に向けた継続的かつ積極的な取組みを展開するため、上海事務所やアンテナショップ、観光センターなどを設置し、モノ（小売機能、商社機能）、ヒト（旅客誘致機能、人的交流機能）、情報（宣伝広報機能、情報収集機能）の交流を促進するための拠点整備について検討する。

また、この取組みを補完するものとして、中国との交通ネットワークの

構築や農林水産物に対する輸入規制をはじめとする交流障壁の撤廃、緩和、海外ビジネスの相談窓口等の支援体制の充実など、交流環境の整備にも併せて努める。

最終的には、四国4県での取組みを目指す、足並みが揃わない場合は、当面、本県のみ、又は賛同を得られた県のみで取り組む。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度

- ・四国各県の上海拠点の活動状況の収集・整理

23年度

- ・本県としての上海交流拠点像（イメージ）の作成
- ・上海市政府との経済交流方策に関する検討

〔中長期〕

24～26年度

- ・早期の開設に向けた諸準備、関係先との協議・調整
- ・上海市政府との経済交流事業の実施

観B1 - 癒しの郷“愛媛”ウエルカムキャンペーン(仮称)の展開

本県は、お接待の文化と四季折々の美景、食・温泉をはじめとした優れた観光資源を有しており、訪れる人の心と体を癒すスポットとしての資質に溢れている。

このため、外国人の心と体への「癒し」をキャッチフレーズに掲げ、本県のPR強化と、松山～上海便、ソウル便の優位性を活かした外国人観光客の来訪を促すツアーの造成・催行を促進するため、国のビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）と連動して「癒しの郷“愛媛”ウエルカムキャンペーン」を展開する。

（キャンペーン内容）

- ・四国4県、瀬戸内各県との連携による海外プロモーションの実施
- ・国際観光展への参加(WTF(世界旅行博)、CITM(中国国際旅遊交易会)等)
- ・海外映画・ドラマによる観光資源等のPR

外国人観光客の誘致を図るため、本県を舞台とした海外の映画やドラマなどのロケ誘致を通じ、映像作品による観光資源等のPRに努める。特に、中国においては、「四国遍路」を題材とした映像製作実績をもつNPO法人や現地の映画教育機関等と連携し、映画の作成及びインターネットや映画館上映等による情報発信を支援・促進する。

- ・中国・韓国市場への影響力のある新聞・雑誌広告等への宣伝

- ・松山～上海便、ソウル便利用によるインバウンド優遇措置の実施 等
 (松山空港国際線と大都市空港との航空料金の格差是正
 観光施設使用料への助成
 移動費助成
 インセンティブ(報償旅行)、コンベンション(国際会議)助成 外)
- ・中国・韓国市場以外の東アジア諸国(台湾、香港等)との交流促進を図るため、相互チャーター便の利用促進支援等を検討

【アクションプログラム】

〔短期〕

22 年度

- ・癒しの郷“愛媛”ウエルカムキャンペーンの開始
 訪日観光客優遇措置実施
 インセンティブ等の実態調査の実施
 海外映画・ドラマの製作支援

23 年度

- ・癒しの郷“愛媛”ウエルカムキャンペーンの継続
 訪日観光客、インセンティブ優遇措置実施
 海外映画・ドラマによる観光資源等のPR実施

〔中長期〕

24～26 年度

- ・癒しの郷“愛媛”ウエルカムキャンペーンの強化
 国、団体等の動向を見ながら内容拡充
 映像情報(海外映画・ドラマ等)による観光資源等のPR
 継続

国の22年度予算に「訪日外国人旅行者を将来的に3,000万人、その第1期として2013年までに1,500万人」を目指す「訪日外国人3,000万人プログラム第1期」が盛り込まれた。

観B1 - えひめ“外国人にやさしいまちづくり”の整備

本県を訪問する外国人観光客が、潤い、癒し、感動等を持ち帰り、自ずと再度の来訪地として選択されるためには、ハード、ソフトの両面から受け入れ態勢の充実・強化に取り組み、“観光旅行者への温かな心配り”にあふれ、外国人観光客が安心感をもって滞在できる観光地づくりをさらに推進し、“外国人にやさしいまち”として、本県が認知されるように努める必要がある。

このため、主要観光施設や交通機関等における外国語表記による案内標

識や展示説明等の整備・拡充や外国語による県内観光マップの作成等に取り組むほか、外国人観光客に対するホスピタリティやおもてなしの気風の醸成に向け、観光産業従事者等の接遇技術の向上やボランティアガイドの育成等に努める。

また、外国人観光客が必要に応じて観光情報を入手し、充実した周遊観光ができるよう、外国人に魅力のある観光地の開発やモデルルートの造成に努めるとともに、市町や独立行政法人国際観光振興機構と連携して、「ビジット・ジャパン案内所」の拡充等に取り組むほか、県内観光情報の発信拠点である「愛媛県観光協会」を核に、宿泊、交通、観光等の情報共有化や各案内所のネットワーク化を推進する。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22～23年度

- ・関係者による外国人観光客受入態勢整備の検討
- ・関係施設等への外国語表記整備への働きかけ
- ・外国人が見やすい情報提供（県HPの改善等）を推進
- ・外国語・外国人接遇研修の実施等受入態勢面での強化
- ・観光情報の共有化検討
- ・ビジット・ジャパン案内所の拡大（南予地域（未整備）に重点化）

〔中長期〕

24～26年度

- ・受入態勢整備内容の拡大

観 B 1 - 外国人観光客消費環境の整備

外国人観光客の訪日動機については、「伝統文化」や「温泉」とともに、「ショッピング」が重視されている。特に東アジアにおいてはその傾向が顕著であり、本県が外国人から選択される観光地となるためには、外国人に魅力のある商品を提供できる商業集積の拡充や、消費環境の整備を促進することが重要な課題となっている。

また、特に、中国については、5,000米ドル相当までという外貨持ち出し制限があることから、訪日（海外）旅行においては、中国人民銀行の主導により2002年に発行が開始され、中国国内で16.5億枚以上普及している「銀聯カード」が決済手段として用いられている。旺盛な消費意欲を持つ中国人の購買力を支えるツールとしても着目されており、東京に新設されたアウトレット大型店「ヴィーナズフォート」においては、同カードを全店舗で使えるようにするなど、急速に全国に普及しつつあり、本県にお

いても、早急に使用環境を整備する必要がある。

このような状況を踏まえ、外国人観光客の買い物の利便性を高めるとともに、県内消費の拡大を図ることを目的に、銀聯カード使用可能店舗の普及・拡大を図るとともに、免税店（消費税免税店）の創設並びに複数の免税店舗を隣接したゾーニング化に努める。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22 年度

- ・関係者による外国人観光客受入態勢整備の検討
- ・銀聯カード使用可能店の拡大（県内主要観光施設等）
- ・免税店舗の創設準備

23 年度

- ・免税店舗の拡大（大型ショッピングセンター、商店街での開始）

〔中長期〕

24～26 年度

- ・免税店舗のゾーニング化（商店街等）

2 成長企業への脱皮を図る“企業力の向上”

重点戦略分野への産業構造転換を目指すことに加え、県内企業が県内経済のけん引役や確かな雇用の受け皿となり得る基幹的産業へと成長する支援基盤として、企業の成長を助ける‘場づくり’や企業を支える‘ヒトづくり’に取り組むことで、外部環境リスクへの対応力の強化、財務基盤や経営体制の強化、新分野への進出等を促進する。

これら支援基盤の充実を通じて、地域力 No.1 (= 事業環境 No.1、事業者にとっての魅力 No.1) の地域を目指す。

(1) 企業の成長を助ける‘場づくり’

産学官連携ネットワークの再構築

地域企業の保有する技術ポテンシャルと、大学や公設試験場の保有する研究ポテンシャルを融合し、新たな技術開発や製品開発を進めていくため、産学官連携ネットワークを再構築して、様々な技術プロジェクト等に戦略的に取り組むため、「えひめ産業技術力強化戦略」を策定し、計画的な推進を図る。

県内産業を先導する技術開発プロジェクトの育成を図り、国等の競争的資金と県単研究経費を効率良く使いながら、多様な研究開発を進めるとともに、えひめ産業振興財団などの支援機能を活用して、成果の事業化を進める。

【戦術】

戦略策定～進捗管理体制

- ・現在、県下の産学官関係機関の担当者が一堂に会し、国等の施策動向や各機関における取組状況等の情報交換を行うとともに、今後の産学官連携方策等について意見交換を行う場として、「愛媛県産学官連携連絡会議」を設置している。
- ・22年4月からは、この会議を機能強化した「愛媛県産学官連携戦略会議(仮称)」を設置し、「えひめ産業技術力強化戦略」の策定(改訂)から戦略に基づく具体的な取組方策の進捗管理まで、戦略の総合管理を行う。

重点戦略テーマの抽出～具体的な取組方策の検討体制

- ・現在、「愛媛県産学官連携連絡会議」の下部組織として、地域の産学官関係機関の技術開発・研究開発分野のコーディネーターによる「コーディネーター会議」を開催し、重点戦略テーマの抽出と、その取組方策について具

体的な検討を進めている。

- ・22年4月からは、「愛媛県産学官連携戦略会議（仮称）」の下に引き続き設置し、重点戦略テーマの抽出、テーマごとの具体的方策の検討、そして具体案の戦略会議への提案に至るまで、戦略の実務面における中枢機能として位置づける。

重点戦略テーマごとの取組みに対する支援体制

- ・産学官の連携により技術開発や研究開発を進めるにあたっては、地域の研究開発分野のコーディネーターや産業技術研究所の研究者が主としてコーディネート機能を受け持つ。
- ・また、研究開発プロジェクトの構築から国等の競争的研究資金の獲得を目指すにあたっては、県事業である「先導技術プロジェクト育成事業」において設置する技術開発プロジェクト・プロデューサー、先導技術プロジェクト育成委員会の支援を活用する。
- ・企業側のサポートなど、ビジネス面での支援については、「チームえびす」によるサポート支援を活用する。
- ・企業の技術力向上などの人材育成面での支援については、大学や産業技術研究所による技術研修や、産業支援機関による産業人材育成メニューなどを活用する。

【アクションプログラム】

〔短期〕

- ・「コーディネーター会議」による具体的取組方策の検討、「先導技術プロジェクト育成事業」による個別プロジェクトの支援に加え、「愛媛県産学官連携戦略会議（仮称）」を設置し、「えひめ産業技術力強化戦略2011（仮称）」を策定する。（以降、1～2年ごとに見直し）

〔中・長期〕

- ・「えひめ産業技術力強化戦略」によって取組みが進展したプロジェクトを、順次「経済成長戦略」に反映し、成長産業へと育成支援

‘チームえびす’によるトータルサポート

社会経済環境の大きな変化、特にグローバル化の進展による競争激化や地域の人口減少による商圏の拡大などの影響により、中小企業の経営課題は、地域外への販路拡大を目指すうえでのマーケティングやプロモーション、新規顧客開拓のための売れる商品やHPの総合プロデュースなど、複雑化・高度化しており、企業経営者から求められる支援内容は、一支援機関、一コーディネーターが単独では対応できない課題が増加している。

一方、利用する中小企業者は、経営基盤が脆弱であることから、それらの課題に「ワンストップの対応」により、企業の成長段階に応じて適切な支援が受けられことを望んでいる。

このような中、本県では、20年5月の国の地域力連携拠点事業の採択を契機として、「えひめ ビジネス サポート ネットワーク(通称:チームえびす)」を結成し、現在、えひめ産業振興財団をはじめ商工会議所や金融機関など15の「チームえびす支援拠点」と各地の商工会や大学、農協・漁協など69の「チームえびすパートナー機関」が県内の中小企業者に対する重層的かつ一体的な支援に取り組んでいる。

各拠点においては、配置された応援コーディネーターが中心となって、相談窓口の設置や専門家の派遣等により、経営革新、地域資源活用、農商工連携、創業、再チャレンジ、事業承継等の支援に取り組んでおり、最大の特色は、ある拠点で受けた相談案件について、当該拠点単独での解決が困難な場合は、他の拠点に引き継ぐなど、「チームえびす」の総力で、相談者にとって最善の対応を図ることにある。このオール愛媛のワンストップ支援体制である「チームえびす」の活動は、国からも「愛媛モデル」として注目されている。国の事業は、22年度から、地域力連携拠点事業から中小企業応援センター事業へと移行するが、「チームえびす」は、新制度のもとにおいても継続・充実させていく。

本県が誇るこの中小企業連携支援体制「チームえびす」のトータルサポートにより地域の経済活動の最大化を図ることとし、具体的には、連携力・支援力の強化により、利用者である事業者の満足を得る支援実績を積み重ね、それにより各支援拠点及びチームえびすの知名度・魅力が高まり、事業者が自然と集まり、更に連携力・支援力が高まるといった「支援機能の好循環」を生み出すことによって、日本一の支援機能を持つ地域力 1を目指す。

【戦術】

支援力・連携力の強化

支援のノウハウや優秀な外部専門家のネットワークは各支援機関に蓄積しつつあり、様々なデータベースも作成されているが、これを「チーム

えびす」で共有し、活用していくことが重要であり、共有の手段として、ネット等の活用はもちろん、コーディネーター等の直接交流・情報交換の場を出来る限り設定することにより、連携の強化及び支援力の強化を図る。

発信力の強化

着実な支援実績を積み重ねるとともに、あらゆるツールを活用して「チームえびす」のメンバー、支援メニュー、成果事例等の積極的なPRを実施し、知名度の向上及び発信力の強化を図る。

県とチームえびすの連携強化

県とチームえびす支援拠点（コーディネーター）の連携を強化して情報交換を行い、国や県の施策や支援制度等の情報を吸収することにより「チームえびす」の支援力を強化するとともに、各支援拠点が入手した中小企業の経営課題を分析し、適切かつタイムリーに県の経済施策の立案・実施に反映させる。

【アクションプログラム】

〔短期〕

支援力・連携力の強化

- ・チームえびす支援拠点連絡会議（全体会議及びブロック会議）の活性化に加え、応援コーディネーター交流会・研修会及び成果事例発表会の開催等により、支援人材の人的交流の促進、支援力の強化を図る。

発信力の強化

- ・名刺やリーフレット、成果事例集の作成、HPの充実、成果事例の積極的なマスコミ発表など多方面にアンテナをのばし発信力を強化する。

県とチームえびすの連携強化

- ・メーリングリスト（えびす通信）や支援拠点連絡会議での積極的な情報提供に加え、県職員が各拠点のコーディネーターを定期的に訪問面談し、フェイスツーフェイスの情報交換を行う。

〔中・長期〕

四国ビジネス・サポート・ネットワークへの発展

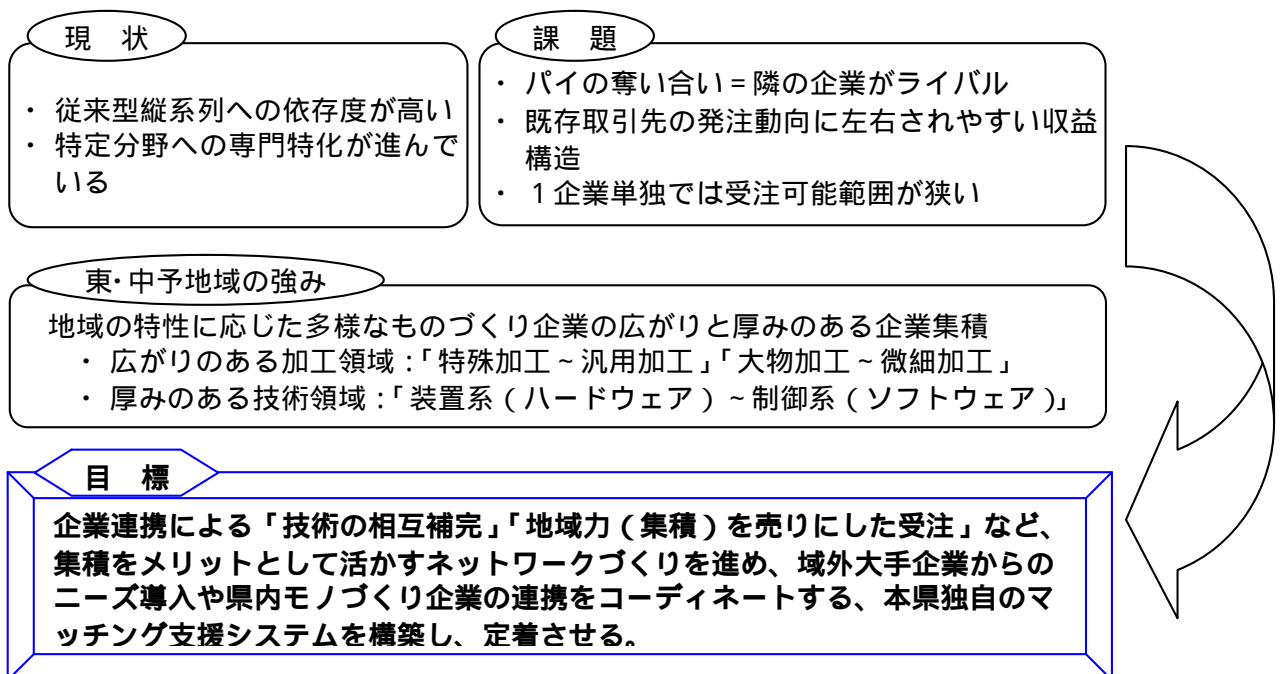
- ・中小企業連携支援体制「愛媛モデル」（チームえびす）のメリット・成果を取りまとめ、国機関（四国経済産業局、中小企業基盤整備機構、産総研、JST（科学技術振興機構）、NEDO（新エネルギー・産業技術総合開発機構）、中四国農政局等）を含めた四国各県の連携ネットワークのネットワーク（四国ビジネス・サポート・ネットワーク（仮称））の形成を働きかける。

モノづくり企業のマッチング支援システムの構築

本県の東・中予地域は、地域特性に応じた多様なものづくり企業が集積しているが、その成長過程において独特の歴史的背景を有していることから、高い技術力を有しながらも、「従来型縦系列への依存度の高さ」や「特定分野への専門特化」といった特徴が色濃く残り、地域内企業間の系列を超えた横の連携に対する意識が希薄な状況にある。

このため、全体としての収益拡大を図る観点から、県内企業の系列を超えた連携体づくりを促進し、新たな事業の柱を見出すことにより、既存取引先の発注動向に左右されない足腰の強い収益構造へ転換する必要がある。

よって、「技術の相互補完」、「地域力（集積）を売りにした受注」など、集積をメリットとして活かすネットワークづくりを進め、域外大手企業からのニーズ導入や県内モノづくり企業の連携をコーディネートする、本県独自のマッチング支援システムの構築と定着を図る。



【戦術】

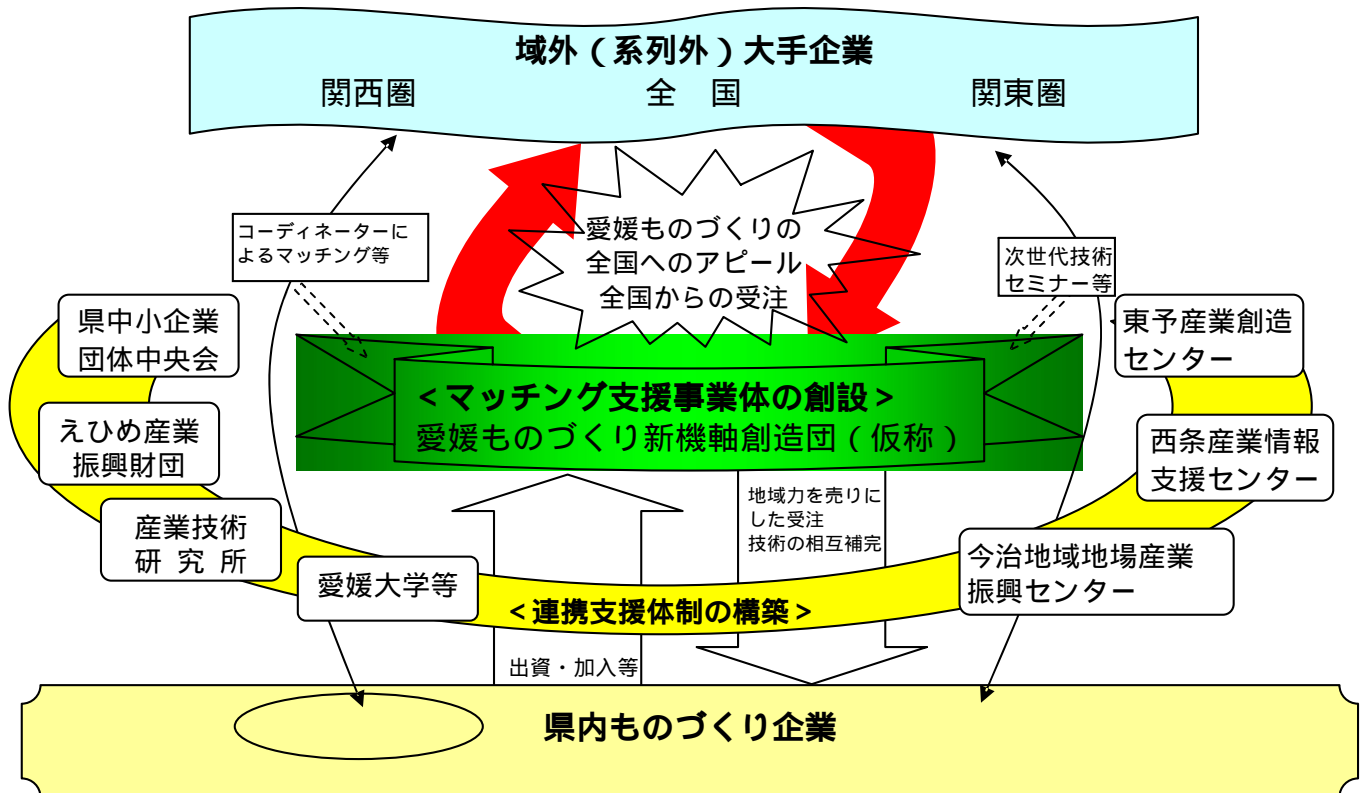
県内モノづくり企業が参加する自立したマッチング支援事業体を設立することにより、大手企業とのネットワーク構築・維持及びニーズ導入、企業連携のコーディネート並びに次世代技術に係る新規事業開拓について、持続可能な実施体制を構築する。

このため、県内モノづくり企業がマッチング支援事業体に参加するメリットが見出せるよう、県内モノづくり企業の技術やニーズや強みを的確に把握して連携をコーディネートする機能を強化し、大手企業との具体的なマッチング実績を積み上げることにより、県内モノづくり企業をマッチング支援事業体へ参加誘導する。

さらに、リーダーを置いて、県内モノづくり企業とともにマッチング支援事業体設立に向けた具体的検討を行うとともに、設立後の事業体を適切にサポートできるよう、東・中予地域の中小企業支援機関による効率的・効果的な連携支援体制の構築を図る。

また、設立するマッチング支援事業体が、持続的に大手企業とのマッチングを行えるよう、マッチングにあたり重要かつ必要となる大手企業との人的ネットワークを構築し、設立後の事業体に引き継いでいくとともに、長期的視点に立ち、県内モノづくり企業が新たな事業の柱を見出せるよう、大手企業との連携による次世代技術の研究を進める。

これらにより、自立的かつ持続的なマッチング支援事業体を設立し、愛媛のモノづくりを全国にアピールし、全国から受注を得られるような本県独自のマッチングシステムとして定着させる。



【アクションプログラム】

〔短期〕

- ・ものづくり企業連携コーディネーターを設置し、域外大手企業のニーズ情報等の収集・解析やその対応に向けた指導・助言の実施及び具体的マッチング実績の積み上げ
- ・首都圏・関西圏大手企業への直接訪問やマッチング実施等による人的ネットワークの構築
- ・県内モノづくり企業の組織化を仕掛けるプロジェクトリーダーを設置し、

「マッチング支援事業体」の設立に向けた企業代表者等との具体的な検討（組織形態、出資、構成等）

- ・次世代技術研究セミナーの開催等による新規事業開拓の機運醸成や研究の推進

〔中長期〕

- ・設立したマッチング支援事業体による“愛媛のモノづくり”技術等の全国へのアピール及び大手企業からの受注斡旋、技術連携指導等の実施
- ・県内モノづくり企業と大手企業が連携して取り組む次世代技術研究会の結成促進や新規事業開拓の推進

(2) 企業を支える‘ヒトづくり’

産業人材力の強化

少子高齢化の進行に伴う若年労働力の減少といわゆる団塊の世代の大量退職により、労働力人口は今後、高齢化するとともに大幅に減少していく。この問題に対応していくためには、今まで以上に企業を支える人材を強化する必要がある。

また、経済のグローバル化等、市場・技術の急速な変化への対応のほか、新たな事業展開や生産性の向上を達成するためには、イノベーションを生み出す人材の育成・強化が大きなカギとなっている。

しかしながら、企業は、国内外における企業間競争の激化や急速な世界的景気後退を受け、短期的利益の確保を求める傾向が強まっており、長期的な視点に基づく人材育成から即戦力を重視する姿勢に変化している。そのため、職業能力開発の責任を企業から労働者個人へと転嫁する傾向が強まっており、企業による人材育成投資の減少が続いている。また、非正規労働者の増加、若年者の不安定な就業状況は、職業能力開発機会の減少を招いており、職業的自立を達成できない者の増加をもたらし、企業における有為な人材の確保を困難なものとしている。

このような人材育成力の低下は、企業の成長を支える中核人材の不足を招き地域産業界や各企業において培われてきた技術や技能が次世代へ継承されず喪失する懸念が広がっている。

さらに、企業が必要とする人材が現に存在するにもかかわらず、各企業の人材ニーズの発信力が弱いことや関係機関の連携、支援の不足から、人材の充足が進まない状況も課題となっている。

これらの状況から、県内産業の発展を目的として、地域を支える基幹産業の中核人材や新たな成長産業に必要とされる高度人材の育成・確保、人材の充足が進まない産業分野に対する適切な人材誘導を総合的に推進する“産業人材力の強化”が求められている。

【方針】

人材は、成長力の源泉であり基盤であることから、“産業人材力の強化”はすべての産業において最も重要な課題である。優れた人材の育成・確保の取り組みにより、各企業において中核的な役割を担う人材が、その企業の成長の礎として、企業の体質強化と企業活動の活性化の推進、生産性向上と競争力強化の原動力を生み出すことが重要である。

また、“産業人材力の強化”は、県内の地域基幹産業の振興及び新たな成長

産業の育成に資することによって、はじめて意味を持つことから、産業振興政策と一体となって取り組む必要がある。また、各企業にとって必要な人材であるためには、各産業分野における市場動向に対応した企画力・マーケティング力や、技術力の強化・技術革新の方向性に合致した能力を有していなければならない、人材育成に当たっては地元産業界のニーズや現状課題を具体的に把握することが、何よりも重要である。

加えて、“産業人材力の強化”には、県内産業界に成長を促す新たな人材の育成のほか、技術や知識などの職業能力をキーとして、各企業において求められる具体的な人材ニーズと、離職を余儀なくされた者や潜在的なUJイターン希望者等の職業能力とのマッチングによる人材確保の役割もますます重要性が増している。

一方、従前、人材育成については、技術力強化や地域振興、労働者の就業促進など各々の視点から個別に施策が講じられがちであり、十分な連携が図られていなかった面もあったが、将来の成長につながる“産業人材力の強化”を実現するため、これら施策が有機的に結合し、講じられなければならない。

特に、各施策の展開に当たっては、目的とする対象者に応じたきめ細かな対応が求められており、学校教育期から就業、在職中、退職後の再就職等の各段階、加えて、離転職や長期失業状態からの再チャレンジ等、すべての人々がその希望に応じ、能力を発揮できる社会づくりに向けて、相互に連携した階層ごとの施策体系を設ける必要がある。

以上を踏まえ、県内産業の成長力の基盤となる人材の育成・確保に関するすべての取組みが地域産業の振興ひいては本県経済の発展の根幹となるよう“産業人材力の強化”に関係者が一体となって取り組むものとし、そのバックボーンとなる基本的な戦略を「産業人材力強化計画」として策定し、関係機関が相互連携のもと推進していく。

この際、地元の産業界、自治体や、大学・高専、産業支援機関等の地域が持つ資源を総結集するとともに、活用可能な外部資金や他地域のノウハウ等を総動員することによって、最大限の効果が得られる形を目指す。

【戦術】

「産業人材力強化の方向性」の設定

“産業人材力の強化”に当たっては、人材育成における各段階に適した施策の設定と産業界と行政が一体となって取り組む必要があることから、まず、産業人材力強化の実行に当たっての基本的視点と施策目的の共有を図るべく「産業人材力強化の方向性」を設定する。

「第9次愛媛県職業能力開発計画」の策定

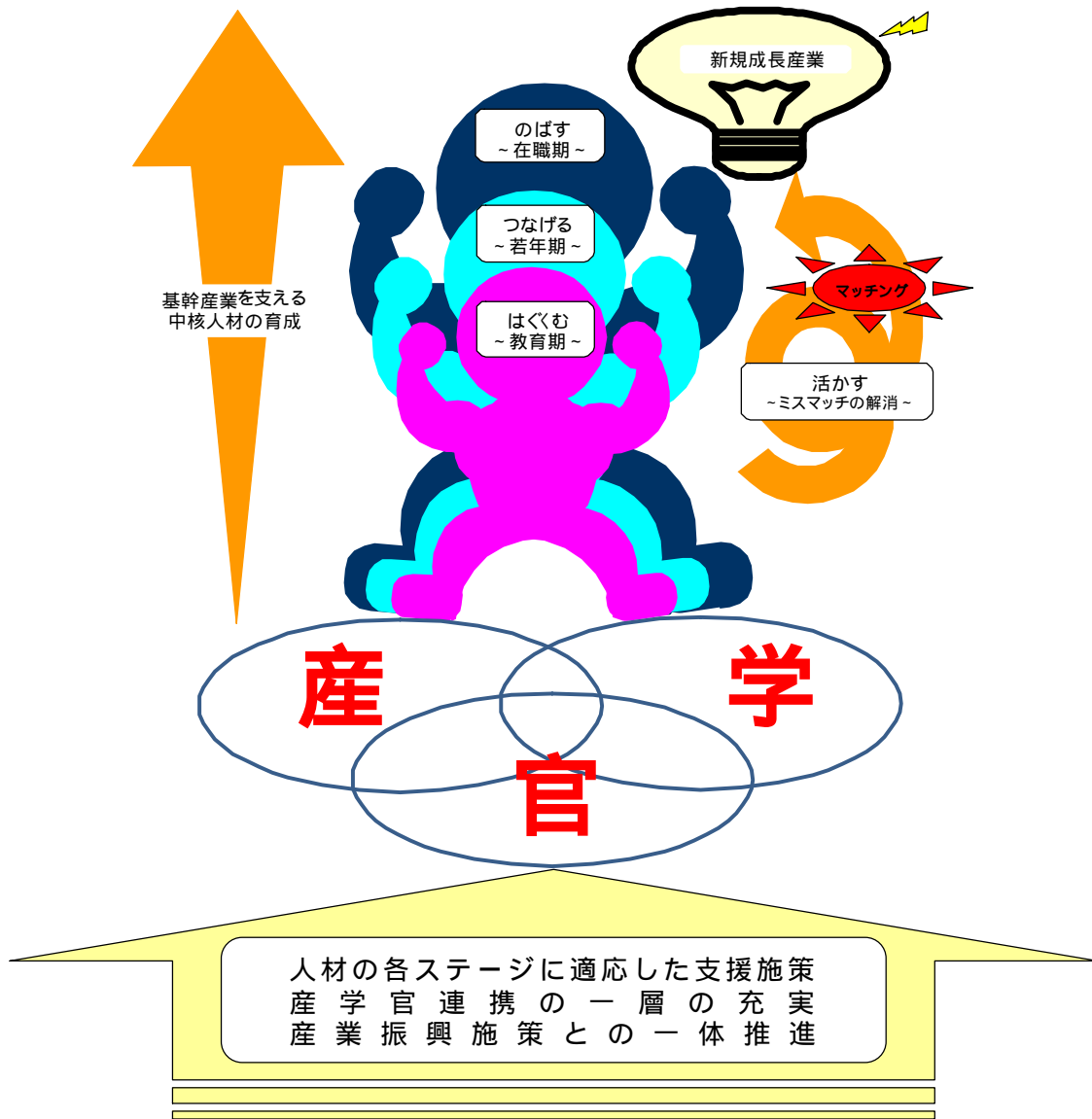
「産業人材力強化の方向性」に沿って県全体を貫く“産業人材力の強化”

の基本的戦略を検討し、国の職業能力開発基本計画も踏まえた「第9次愛媛県職業能力開発計画（産業人材力強化計画）」（23年度策定予定）を策定し、当計画に基づき全体の進捗管理を行う。

成長産業分野、地域基幹産業に対応した人材力強化

本戦略の重点戦略分野を中心として、分野ごとに産学官が一体となって個別具体的な人材力強化策の検討を進めるとともに、各地域を支える基幹産業についても地域ニーズに柔軟に対応した人材育成施策を実施する。

図 産業人材力強化のイメージ



人材の各ステージに適應した支援施策
産学官連携の一層の充実
産業振興施策との一体推進

現在実施されている人材育成関係施策(例)

- | | | |
|--|--|---|
| <p>[愛媛大学]
愛媛大学紙産業特別コース(県紙産業技術センターとの連携)
愛媛大学船舶工学特別コース</p> <p>[各県立高校]
高校生職業人アビリティ育成事業(県教委)</p> <p>[県中小企業団体中央会]
地域産業の担い手育成プロジェクト
(経産省・文科省)</p> <p>[産業支援機関の取組み事例]
(財)東予産業創造センター:
プラントメンテナンス技術者育成事業、
ものづくり担い手育成事業、
実践型長期インターンシップ
(四経局)</p> <p>[産業界による人事育成の取組み事例]
(社)愛媛県紙パルプ工業会:
紙産業中核人材育成
四国タオル工業組合:
タオルマイスター制度、実践型人材養成システム
今治地域造船技術センター:造船技術者の育成</p> | <p>現状課題</p> <p>関係機関の相互連携
産業支援施策との協調
各産業の技術・市場動向や
地元ニーズへの柔軟な対応
業種・地域毎の取組みに
濃淡あり
...</p> | <p>[県高等技術専門学校、(独)雇用・能力開発機構]
離職者に対する公共職業訓練
地域産業ニーズに応じた在職者訓練の実施
企業が実施する実践型人材養成システムに
対する訓練実施支援</p> <p>[職業能力開発協会]
技能検定制度の実施
高校生に対する
技能継承支援事業(県)
ものづくり立国の推進(厚労省)
熟練技能者・愛媛マイスター等による
技能継承(県)</p> <p>[ジョブ・カフェ愛work]
若年者就職支援
[えひめ若年人材育成推進機構]
[国、県、地域ジョブ・カードセンター]
ジョブ・カードに基づく
雇用型職業訓練による就業促進</p> <p>[中央職業能力開発協会]
緊急人材育成・就職支援基金による職業訓練</p> |
|--|--|---|

(3) その他の支援

資金繰り対策を通じた中小企業の経営安定化

19年末からの原油・原材料価格の高騰によるコスト増に加え、20年秋以降の世界経済の減速に伴う輸出の減少や我が国経済の景気後退の影響により、売上の減少、競争の激化、収益の圧迫など、中小企業を取り巻く状況は一段と厳しさを増しており、景気が回復しない中で、中小企業の資金繰りは悪化し、厳しい状況が続いている。

こうした状況を踏まえ、国においては、信用保証協会の緊急保証制度の創設や政府系金融機関のセーフティネット貸付の拡充などの中小企業の資金繰り対策を講じ、県においても、緊急保証制度に対応する「緊急経済対策特別支援資金(旧:原油価格高騰等・経済変動対策資金)」の利用が急増し、20年度は、2度にわたる補正予算の計上等により、中小企業振興資金の融資実績は約738億円に達するなど、中小企業の資金繰り円滑化に寄与している。

また、中小企業の特성에応じた融資審査や、貸付条件の緩和や借換え等の柔軟な対応など、中小企業金融の円滑化を民間金融機関に対して要請するとともに、中小企業を取り巻く金融環境の実態を把握するため、金融庁、中小企業庁と連携し、金融機関や商工団体、中小企業との意見交換会を実施している。

【方針】

こうした状況の下で、成長の道筋を見いだしていくためには、急激な環境変化による痛みの緩和への対応を図るとともに、構造変化に適応できるよう中小企業の体質を強化することが必要である。

中小企業を取り巻く経営環境は引き続き厳しい現状にあり、今後とも、緊急保証制度やセーフティネット貸付などのセーフティネット金融を着実に実施することにより、資金繰りに困難を来たす中小企業に対する支援を行っていく。

また、経済情勢の変化に対応して、中小企業の新たな資金ニーズを的確に捉えるとともに、創業や新事業進出等への挑戦、事業再生、事業に失敗した者の再挑戦など、資本過少や高リスク等により資金調達が困難な中小企業に対する円滑な資金供給を支援し、意欲と能力のある中小企業が、技術力や事業の将来性等に応じて融資を受けられる環境を整備していく。

さらに、不動産担保や保証に過度に依存しない融資を推進するため、在庫や売掛債権などを担保にした保証・融資、手形の減少等に対応した売掛債権の早期現金化、資金需要が生じた際の迅速な資金調達を可能にする予約保証制度など、多様な金融手法の推進に取り組む。

なお、「中小企業等金融円滑化法」の制定を踏まえ、民間金融機関における

貸出条件の変更や旧債の借換え等を促進するとともに、中小企業の特성에応じた融資審査など、中小企業金融の円滑化を働き掛けていく。

(ア) セーフティネット金融の充実強化

急激な経営環境の変化等により資金繰りに苦しむ中小企業が、倒産を回避し、未曾有の経済危機を乗り切ることができるよう、緊急かつ当面の対策として、セーフティネット金融の充実強化を図り、資金繰り支援に万全を期す。

また、金融機関や商工団体との意見交換等を通じて、中小企業金融のきめ細かい実態把握を行うとともに、「中小企業等金融円滑化法」に基づく貸付条件の変更や旧債の借換え等の対応が積極的に行われるよう、中小企業金融の円滑化を民間金融機関に対して要請する。

(イ) 成長発展に挑戦する中小企業への支援

経済情勢の変化の背景にある構造的変化に適応し、企業の体質強化を図るため、中小企業と農林漁業者との連携（農商工連携）や産地の技術、農林水産物、観光資源等の地域資源を活用した新商品、新サービスの開発・販売促進など、中小企業の新たな活力となる新事業の創出に必要な資金について、「新事業創出支援資金」や「チャレンジ企業支援資金」等の活用を通じて、資金調達の円滑化を図る。

(ウ) 中小企業の事業再生の支援

厳しい経済環境の下でも、健全な又は将来性のある事業の継続を可能とするため、事業環境の変化等により経営状況が悪化した企業が、負債の圧縮や不採算部門からの撤退等により事業再生を図り、事業に失敗した者等が再挑戦することができるよう、中小企業再生支援協議会や信用保証協会との連携を強化し、必要な資金供給を支援するとともに、事業承継円滑化の支援に取り組む。

(エ) 個人保証や不動産担保に依存しない融資の推進

個人保証や不動産担保に過度に依存した融資から脱却し、技術力や事業の将来性等に応じて融資が受けられるよう、動産や債権など、企業の保有する多様な資産を担保として有効に活用した融資（流動資産担保融資保証制度）を促進する。

また、手形取引の減少に対応した売掛債権の早期現金化支援、資金需要に迅速に対応する予約保証制度、ワラント（新株予約権）の活用等による創業・新分野挑戦資金の調達など、資金ニーズに応じた多様な資金調達手法を推進する。

(オ) 小規模・零細企業への融資円滑化

中小企業の9割近くを占め、地域に根付いた活動を行う小規模・零細企業は、地域経済・社会の活力を維持するために不可欠な存在であり、商工会議所、商工会などの支援機関等と連携して、無担保・無保証人・低利の融資（マル経融資）や「小口資金」などを活用し、社会経済環境の変化に対応するための経営革新、事業承継、経営力強化等に必要な資金供給の円滑化を支援する。

(カ) 地域密着型産業への資金供給の活性化

医療介護、農業、教育、観光など、従来、中小企業金融の対象となり難かった地域密着型産業に対する融資を活性化させるため、農林漁業金融機関との連携やネットワークの構築、「地域力連携拠点」の機能強化等を通じて、従来の取引関係を越えた新たなパートナーシップの構築を図る。

(キ) 中小企業金融の円滑化推進

金融機関の中小企業向け貸出残高は減少傾向にあるが、その要因は、経済情勢や企業の業況悪化等に伴い、金融機関側の経営状況の悪化等を背景とした貸出の慎重化とともに、借入企業の財務状況の悪化により金融機関の貸出基準を満たせなくなった結果の双方が考えられるが、今後の動向等によっては、金融機関が貸出姿勢をより慎重化させ、中小企業の資金繰りが一層厳しくなるおそれがある。

このため、中小企業庁や金融庁と連携し、民間金融機関に対する金融円滑化の要請等を通じ、民間金融機関が中小企業へ円滑な資金供給を行うよう取り組む。

えひめ中小企業応援ファンドを活用した支援

本県においては、中小企業の様々なチャレンジを支援するため、県などが、えひめ産業振興財団に資金を貸付けて、100億円のファンドである「えひめ中小企業応援ファンド」を造成している。同財団においては、ファンドの運用益を活用した中小企業への直接助成や支援機関を通じた支援を行っており、本戦略の推進において、様々な形で活用が可能である。

【ファンド造成の経緯】

「えひめ中小企業応援ファンド」は、独立行政法人中小企業基盤整備機構が、ファンドの8割までを都道府県に融資する地域中小企業応援ファンド融資事業を積極的に活用し造成したもので、第1期分として「地域密着型ビジネスファンド」として19年11月に40億円のファンドを創設、引き続いて、第2期分として、「活力創出産業育成事業」を追加実施するため21年2月に60億円を造成し、合わせて100億円の「えひめ中小企業応援ファンド」として運用している。100億円の一部は、県内金融機関等からの無利子貸付も含まれており、まさに官民一体となって本県経済活性化のために造成したもので、10年間としているファンド存続期間に安定して事業を実施するものである。

第1期分が県内で培われた製造技術や農林水産物、伝統工芸などの地域資源や地域のニーズを活かしたビジネスの創出、第2期分が既存産業の高付加価値化・高度化により次代を担う成長産業の育成支援を目的としており、100億円のファンドから生じる運用益は、第1期分が年間約6,800万円、第2期分が年間約9,800万円となっている。えひめ産業振興財団においては、この合計1億6,000万円の運用益を有効に活用して、事業者に直接助成を行う「助成事業」と、えひめ産業振興財団や県内のその他の産業支援機関を通じた支援を行う「支援事業」として事業を実施している。

【助成・支援メニュー】

(ア) 地域密着型ビジネス創出事業(地域密着型ビジネスの創出支援)

地域密着型ビジネス創出助成事業

県内で培われた製造技術や農林水産物、伝統工芸品等の特産物、文化財、自然の風景などの地域資源を活かしたビジネスや地域ニーズに対応したビジネスといった地域密着型ビジネスの立ち上げに対して助成を行うものである。

地域密着型ビジネス創出支援事業

地域密着型ビジネスの創出のため、県内に民間企業等での経験の豊富な3名の地域密着型ビジネスコーディネーターを配置し、ビジネスシーズの

発掘からそれらの継続的な育成を行っており、必要に応じて助成事業への申請方法などの指導も行っている。

また、創業希望者、まちづくり関係者、中小企業者などを対象として、事業の起こし方や事業計画の立て方など基礎的な知識を習得する創業講座、販売手段としてのホームページの意義や注意点などを学ぶホームページ活用講座を県内各地で実施している。

(イ) 活力創出産業育成事業(既存産業の高度化等支援)

活力創出産業育成助成事業

既存産業の高付加価値化・高度化により次代を担う成長産業の育成を支援するため、可能性調査、研究開発、商品開発、販路拡大といった企業活動の各フェーズやさらに飛躍するための新規ビジネス展開において企業に対して直接助成を行うものである。

がんばるものづくり企業助成事業

- ・ F S 調査助成事業 〔可能性調査〕
- ・ スーパーベンチャー助成事業〔研究開発(顕著な新規性、高リスク)〕
- ・ 研究開発助成事業 〔研究開発(小規模案件等)〕

えひめプロダクツ市場開拓助成事業

- ・ ビジネスデザイン助成事業 〔デザインを活用した商品開発〕
- ・ メッセチャレンジ助成事業 〔見本市等への出展による販路開拓〕

新規ビジネス展開助成事業 〔新規ビジネスの展開〕

活力創出産業育成支援事業

えひめ産業振興財団や県内のその他の産業支援機関を通じた支援として、販路開拓への支援や助成を行った企業へのフォローアップ支援を行っている。

具体的には、県内ものづくり中小企業群と県内外の大手企業等との企業間のマッチング、専門家による県内商品の国内外の販売見込み先の開拓支援、がんばるものづくり企業助成事業や新事業展開助成事業等実施企業などの助成を受けた企業へのフォローアップの実施を行っている。

- ・ ものづくり企業マッチング支援事業〔企業間マッチングによる販路開拓〕
- ・ えひめプロダクツ市場開拓支援事業〔専門家による販路開拓〕
- ・ 技術・経営力フォローアップ事業〔助成を行った企業のフォローアップ〕

産業別等の支援機能の強化

- ・雇用の大きな受け皿であり、県経済を支える大企業や地域に中小企業群が集積する産業（地場産業）については、産業別等の課題や要望の把握に努め、その解決に向けて積極的な支援を行うことで、県内企業の企業力の向上を図るとともに、新事業展開や県外大手企業の県内留置につなげていく。
- ・脱石油・低炭素化の流れの中で、直接影響を受ける産業や業種については、成長分野への進出や新事業展開を支援・誘導することで、企業力の維持・向上を図る。
- ・経済成長戦略策定に当たって実施した県内地場産業や大手企業へのヒアリングにより判明した現状と課題、要望等については、経済成長戦略の推進と合わせて個別対応を強化していく。
- ・また、物流面や観光振興の面などから、企業等からの要望の多い道路や港湾等の整備については、社会基盤整備の遅れている本県の実情等を踏まえ、必要な整備を促進する。

【主な地場産業の現状と課題等】

製紙業（宇摩圏域が国内屈指の産業集積地）

- ・紙産業市場規模の縮小傾向に伴い、大手企業間、中小企業間、大手・中小間で競争が激化。日本一を誇る一大紙産地を継続・発展していくためには、企業間・団体間の連携を強化し、新製品開発や新たな分野への展開が必要。
- ・紙産業界の持続的な発展には、低炭素社会の実現に向けて脱石油燃料対策を進めること、紙市場規模が縮小するなかで新たな分野への紙産業技術の応用展開を図ることが不可欠であり、これら課題を解決するためには、紙産業技術センターや愛媛大学大学院（紙産業特別コース）を核として、地域産学官による更なる技術開発が必要。

機械・鉄工産業（新居浜・西条圏域、松山圏域で中心的地位を占める産業）

- ・東・中予地域に集積し高い技術力を持つ「ものづくり企業」が、将来に向けた新たな柱を見出し、大企業などの取引先の発注動向に左右されない足腰の強い収益構造へ転換するためには、域外大手企業とのネットワークの構築を推進することが必要。
- ・団塊世代の大量退職や徒弟制度の崩壊等により、専門技術・技能の承継が懸

念されており、ものづくりの専門技術・技能の承継のための取組みが必要。

繊維・タオル産業（今治圏域が国内屈指の産業集積地）

- ・業界の持続的な発展のためには、優秀な職工技能に加え、製品の企画・開発力、市場動向などに対応した販売方法等の専門知識を有する総合的な人材育成の推進が必要。
- ・ブランドの確立と品質の向上のため、業界が一丸となって地域の優れた素材や技術等を活かした製品を開発することに加え、本県が誇る今治タオルの魅力を世界に向け、より一層積極的に情報発信することが必要。

縫製業（今治圏域、南予地域において集積度の高い産業）

- ・大手アパレルメーカーの生産拠点の海外移転等に伴い、県内縫製企業の大半を占める中小下請加工専門業者の多くは、過去の繋がりや信頼関係等に頼った小ロットの下請加工を低料金で受注し、将来展望の見えないまま事業を営んでいることから、県内縫製業界の萎縮構造を打開し、個々の企業が安定的ひいては発展的に事業を営むためには、同業界が一丸となった取組みが必要。
- ・県内縫製業における労働力の大半は外国人研修（実習）生が支えており、在職する日本人工員の多くは高齢化し、技能の伝承が課題となっているが、縫製業を志向する新卒者等は少数で、採用された後も十分な技能訓練を受けることが出来ないまま離職するケースが多く、定着率が低い。現状の職業訓練制度を見直し、同業界のニーズにマッチした人材育成の仕組みの構築が必要。

造船業（今治圏域が国内屈指の産業集積地）

- ・本県の造船各社は船体の組み立てが中心であることから、韓国・中国の台頭による国際競争力が激化してきているため、今後、船の高付加価値化（IT、エコなど）に対応した技術・研究開発が必要。
- ・技能工の高齢化、団塊世代の退職により技術者が不足してきており、円滑な技能伝承の推進が必要であるが、中小企業においては、組織的・体系的な人材育成の取組みが困難。

建設業（県下全域において地域の雇用を支える基幹産業）

- ・建設業は、これまで地域の基幹産業として地域経済や雇用を支えていたが、

公共事業の減少や景気悪化の影響を受け、低迷状況が続いている。このため、本業の建設業を営みながら地域内の課題に対応した多角的な事業展開を行い、地域の雇用維持に貢献する総合企業への脱皮が必要。

真珠産業（宇和島圏域において産地機能強化の取組みがスタートしている産業）

- ・ 企画から生産・加工・販売までの一貫した産地を目指すため、産地全体としての機能強化とブランド化を図り、売れるものづくり（真珠装飾品等）を推進していくことが必要。
- ・ 企画から生産・加工・販売まで出来る産地を目指すため、企画・デザイン力、加工技術を有する人材の育成が必要。

交通・運輸業（県内外の交流人口の拡大や観光の振興、地域の経済活動に欠かせない物流を支えている産業）

- ・ 景気の低迷や高速道路料金の大幅引下げなどにより、フェリー・鉄道・高速バスなどの公共交通事業者の経営が著しく悪化しており、地域活性化や観光振興の面からも何らかの下支えが必要。
- ・ 低炭素社会の実現に向けて、車両や船舶の省エネ化についても積極的な取組みが必要。
- ・ 地域の経済活動を支えるトラック産業については、中小・零細規模の事業者が多いが、運送業界として、荷主団体（経済界）との協力による物流コストの削減など輸送サービス改善の取組みが必要。

【大企業から要望の多い事項等】

エネルギー・環境対策への支援

〔エネルギー転換への支援、環境税等の軽減措置 等〕

社会基盤の整備促進等

〔高速交通網（南予延伸、基幹道）の早期整備、高速道路料金の低廉化・無料化、港湾整備の促進 等〕

産業集積の促進

〔加工メーカーの集積促進、取引マッチング 等〕

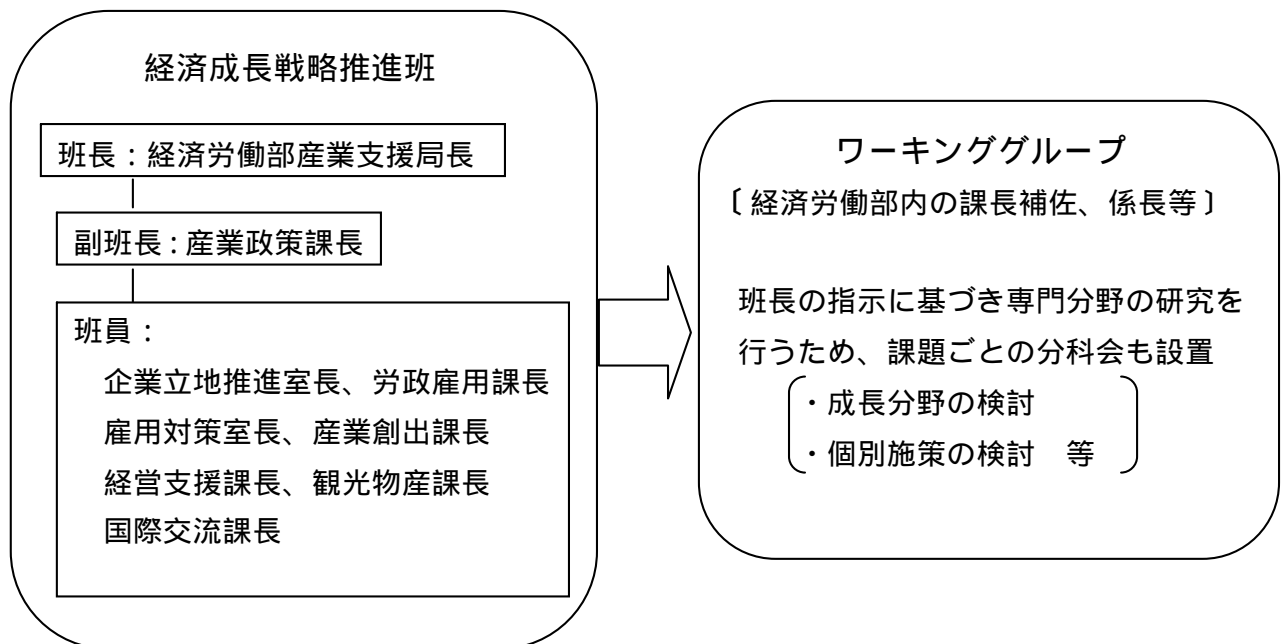
事業活動に係る許認可の迅速化、柔軟な対応など

〔瀬戸内海環境保全特別措置法・農地法・消防法等の取扱い 等〕

参 考

経済成長戦略の検討体制

厳しい経済情勢を踏まえ、経済・産業分野における経済危機対策の円滑な推進を図るとともに、将来を見据えた産業の振興や未来への投資につながる経済成長戦略の検討・推進を図るため、平成21年7月1日に経済労働部に「経済成長戦略推進班」を設置し、愛媛県経済成長戦略を検討。



愛媛県経済成長戦略推進班規程を次のように定める。

平成21年 6 月30日

愛媛県知事 加 戸 守 行

愛媛県経済成長戦略推進班規程

(設置)

第 1 条 県内の経済情勢を的確に把握し、経済分野における経済危機対策並びに将来を見据えた産業の振興及び未来への投資につながる経済成長戦略の円滑な推進を図るため、経済労働部に経済成長戦略推進班（以下「班」という。）を設置する。

(任務)

第 2 条 班は、次に掲げる事項を処理する。

- (1) 国の経済危機対策事業（経済労働部の所管に属するものに限る。）に係る情報収集及び関係機関との連絡調整に関すること。
- (2) 県の経済成長戦略の検討及び推進に関すること。
- (3) その他地域活性化に関し必要な事項（経済労働部の所管に属するものに限る。）

(組織)

第 3 条 班は、別表に掲げる職にある者をもって組織する。

(職制)

第 4 条 班に班長を置き、経済労働部産業支援局長の職にある班員に知事が命ずる。

2 班に副班長を置き、経済労働部管理局産業政策課長の職にある班員に知事が命ずる。

(職務)

第 5 条 班長は、上司の命を受け、班員を指揮監督し、班の事務を統轄する。

2 副班長は、班長を補佐する。

(庶務)

第 6 条 班の庶務は、経済労働部管理局産業政策課において処理する。

(雑則)

第 7 条 この訓令に定めるもののほか、班に関し必要な事項は、班長が定める。

附 則

この訓令は、平成21年 7 月 1 日から施行する。

別表（第 3 条関係）

- | | |
|---|-----------------------|
| 1 | 経済労働部産業支援局長 |
| 2 | 経済労働部管理局産業政策課長 |
| 3 | 経済労働部管理局産業政策課企業立地推進室長 |
| 4 | 経済労働部管理局労政雇用課長 |
| 5 | 経済労働部管理局労政雇用課雇用対策室長 |
| 6 | 経済労働部産業支援局産業創出課長 |
| 7 | 経済労働部産業支援局経営支援課長 |
| 8 | 経済労働部観光国際局観光物産課長 |
| 9 | 経済労働部観光国際局国際交流課長 |

愛媛県経済成長戦略推進班運営要領

(趣旨)

第1条 この要領は、愛媛県経済成長戦略推進班（以下「班」という。）の運営に関し、愛媛県経済成長戦略推進班規程（平成21年6月30日訓令第19号）（以下「班規程」という。）によるもののほか、必要な事項を定めるものとする。

(会議)

第2条 班の会議は、班長が必要の都度招集し、これを主宰する。

2 班長は、必要があると認めるときは、班員以外の者を会議に出席させ、意見を求めることができる。

(ワーキンググループ)

第3条 班に、班規程第2条に掲げる事項を専門的に調査研究するため、ワーキンググループを置くことができる。

2 ワーキンググループは、班長及び副班長並びにグループ員をもって組織する。

3 班長及び副班長は、班規程第4条による。

4 グループ員は、経済労働部の職員のうちから、班長が指名する。

5 ワーキンググループの会議は、全体会議のほか、調査研究事項ごとに関連するグループ員のみを対象とする分科会議を開催することができる。

6 会議及び分科会議は、班長が招集するほか、班長の了解を得て副班長が招集することができる。

7 班長又は副班長は、必要に応じてグループ員以外の者を会議に出席させ、意見を求めることができる。

(庶務)

第4条 班及びワーキンググループの庶務は、経済労働部管理局産業政策課において処理する。

(細則)

第5条 この要領に定めるもののほか、班の運営に関し必要な事項は、班長が定める。

附 則

この要領は、平成21年7月1日から施行する。

愛媛県経済成長戦略推進班による検討経緯

時 期	班	ワーキンググループ	
		全体会議 分科会リーダー会	分科会議
21年 7月3日	第1回班会議 (活動方針の協議)	第1回協議(7/3) (活動計画)	
	[随時 施策動向の把握 地元ニーズの調査等]	第2回協議(8/5) (取組状況)	
		第3回協議(10/14) (骨子案検討)	
10月21日	第2回班会議 (骨子案の協議)	第4回協議(12/3,8,18) (戦略案方向)	
	[【経済団体等へ骨子案を説明】 愛媛県商工会議所連合会(12/22) 愛媛県商工会連合会(12/22) 愛媛県中小企業団体中央会(12/22) 愛媛大学(12/21)]		随時協議
1月5日	第3回班会議 (戦略案の協議)	第5回協議(12/25) (戦略案検討)	グループ員 限定
	[【骨子案についての意見交換】 愛媛県商工会議所連合会(2/2) 愛媛県商工会連合会(2/9) 愛媛県中小企業団体中央会(2/8) 愛媛県観光協会(2/2) 道後温泉旅館協同組合(2/5)]		
22年 2月17日	第4回班会議 (戦略案の決定)		
	[(2月18日～3月4日) パブリック・コメントによる意見募集 経済団体等への意見照会]		
3月23日	第5回班会議 (戦略の策定)	第6回協議(3/11) (最終案検討)	