

令和2年度 地方創生推進交付金事業の自己評価について

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
①更なる高みへ！自転車新文化の推進による愛媛の地方創生実現化事業 小計(12事業)					
1	1	デジタルマーケティングサイクリスト誘致促進事業費 対象市場の潜在的ターゲット層に対し、積極的な情報発信を通じた認知拡大を図り、ブランドイメージを向上・確立させ、サイクリストの誘客を図る。 1 事業実績を踏まえたサイクリングポータルサイトの改善 2 国内限定の誘客キャンペーンの実施	令和元年度の事業実績を踏まえ、対象国市場（日本・台湾・米国）におけるサイクリストの嗜好に応じたコンテンツを本県のサイクリングポータルサイトに追加したほか、インターネットによる旅行予約サイト等を活用し、ウェブ広告による認知を起点として宿泊予約という行動までをオンライン上でつなぐ誘客スキームを構築した。 また、新型コロナウイルスの流行状況を見極めながら、断続的に構築したスキームを活用した国内限定の誘客キャンペーンを実施し、宿泊による実需の創出につなげた。	企画振興部 観光スポーツ文化部	デジタルシフト推進課 自転車新文化推進課
2	2	自転車新文化推進事業費 サイクリングパラダイス愛媛の実現に向けて、県民の健康と生きがいと友情づくりに資する「自転車新文化」を推進し、交流人口の拡大と自転車利用のすそ野拡大に努める。 1 自転車新文化推進体制の構築 2 自転車新文化の普及・拡大 など	本県の自転車施策を総合的・戦略的に展開していくため、総合アドバイザー及びスーパーバイザーの設置や、自転車新文化連絡調整会議の活用による関係課との連携、市町に対する自転車活用推進計画の策定支援等を行った。 また、県内の自転車利用のすそ野の拡大のため、初心者層、女性層やファミリー層に対する自転車の魅力の情報発信を行うとともに、毎年11月には県内の市町が一斉にサイクリングに関するイベントを実施する「愛媛サイクリングの日」を実施した。	観光スポーツ文化部	自転車新文化推進課
3	3	四国一周サイクリング推進事業費 世界に誇れるサイクリングアイランド四国の実現に向けて、四国一周ルートの情報発信力を強化し、四国一周サイクリングの認知度向上を図る。 1 四国一周サイクリングの定着に向けた取組みの実施 2 四国4県が連携したサイクリスト受入環境の整備やPR など	四国一周サイクリングの定着に向け、「チャレンジ1000キロプロジェクト」や、「おもてなし」を提供できる宿泊・観光施設や飲食店等を認定する「おもてなしサポーター制度」によるサイクリストに対する受入環境の強化、ポータルサイトやSNS等による情報発信を実施し、四国一周サイクリングの認知度向上を図った。	観光スポーツ文化部	自転車新文化推進課
4	4	E-BIKEえひめ推進事業費 女性層やシニア層の獲得による自転車利用のすそ野拡大のため、E-BIKE（スポーツ型電動アシスト付き自転車）の安全利用を含めた普及促進及び環境整備を進め、新たなサイクリングモデルの推進を図る。 ○ E-BIKEプロモーション など	TV局と連携した情報発信、E-BIKEレンタサイクル情報を掲載したポータルサイトの開設などのプロモーション活動を実施することで、E-BIKEの魅力を発信し、更なるすそ野拡大を図った。	観光スポーツ文化部	自転車新文化推進課
5	5	しまなみ海道魅力向上事業費 令和元年11月にナショナルサイクルルートに指定されたしまなみ海道において、更なるステージアップを図るため、エリア振興・インバウンド対応等の課題を解決するための将来ビジョンの検討及び本県側への誘客に向けて核となる来島海峡大橋の更なる魅力向上やしまなみ海道オリジナルのサイクリストマナーアップ施策に取り組む。 1 来島海峡大橋魅力発信・誘客促進 2 しまなみ海道エリア振興ビジョン策定 など	来島海峡大橋を望む絶好のロケーションであるサンライズ糸山にアート・モニュメントを設置するとともに、オンラインツアーを開催することにより、しまなみ海道サイクリングの魅力を発信した。 しまなみエリアにおける取組みの効果を最大限に発揮し、魅力を更に向上させるべく、関係者が目指すべき方向性・ビジョンを共有し、一体感のある取組みを展開するための「愛媛・しまなみ海道地域振興ビジョン（～サイクルツーリズムを世界ブランドへ～）」を策定した。	観光スポーツ文化部	自転車新文化推進課
6	6	パラ・シニアサイクル推進事業費 障がい者やシニアを対象としたサイクリングの普及を図ることで、障がい者やシニアの社会参加や健康増進を促進するとともに、年齢や性別、身体能力、障がいの有無に関係なく、県民が平等にスポーツを楽しむ場を創出する。 1 タンデムサイクリング（障がい者を対象） 2 アクティブシニアサイクリング（高齢者を対象）	1 タンデムアドバイザーを設置し、障がい者サイクリング体験会を開催するなど、タンデム自転車を活用した障がい者の自立支援やスポーツを通じた障がい者の社会参加を図ることで、障がい者へのサイクリング普及につながった。 2 高齢者を対象としたシニアサイクル体験会を実施し、サイクリングを通じた健康増進や交流活動を推進するなど、高齢者が地域の中でスポーツに取り組む機会の確保に努めた。	観光スポーツ文化部	地域スポーツ課
7	7	自転車安全利用促進強化事業費 自転車を核とした地域振興に向け、県条例の基本理念である「シェア・ザ・ロード」の精神の普及啓発や自転車安全利用対策を推進する。 1 自転車速度抑制の標語設置 2 ライフステージに応じた交通安全教育 3 えひめ自転車安全利用フェスティバル 4 「シェア・ザ・ロード」の精神の普及啓発 など	1 歩道を走行する自転車の速度抑制に向け、市内の中高生から標語を募集、優秀作品を松山市内中心部の電柱等に標語看板として設置し、交通安全の啓発を図った。 2 ライフステージに応じた交通安全教育において、交通安全教育を受ける機会の少ない成人女性を対象とし、県内主要スーパー6店舗でVR体験等交通安全活動を実施した。 3 コロナ感染拡大防止措置のうえ、12月12日(出)、えひめ自転車安全利用フェスティバルを縮小開催し、来場できなかった人向けに対し、ユーチューブで動画配信するなど自転車の安全利用について訴えた。 4 「思いやり1.5m運動」協力事業所の拡充、「シェア・ザ・ロード」の精神の普及啓発を図った。	県民環境部	消防防災安全課
8	8	サイクリング観光推進事業費 「サイクリングパラダイス愛媛」の実現に向け、サイクリングを核とした観光振興を図る。 1 マルゴト自転車道サービスサイトの運営 2 サイクルトレインの運行事業 など	サイクリスト参加型サイトの運営、サイクルトレインの運行等を通じて、サイクリストの誘客環境を整えるなど、サイクリングを核とした観光振興につながった。	観光スポーツ文化部	自転車新文化推進課
9	9	しまなみ海道・国際サイクリング大会実施事業費 しまなみ海道の国内外へのPR成果を維持・継続させるため、「サイクリングしまなみ2020」を開催する。 1 イベント実行委員会の運営 2 大会の開催及び開催準備 など	実行委員会事務局や関係自治体、委託事業者、共催団体等で緊密に連携を図り、新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえながら、代替交通手段の確保や大会ボランティア募集、さらには、参加者募集期間の延期などに努めたが、新型コロナウイルス感染症の収束見通しが立たないことを受け、令和2年5月に大会中止を決定した。	観光スポーツ文化部	自転車新文化推進課
10	10	台湾観光交流促進事業費 インバウンド、アウトバウンド両面からの効果的な利用促進策を講じることにより、台北線の安定運航・路線維持に向けた搭乗率の向上を図る。 1 インバウンド対策 2 アウトバウンド対策 など	コロナ禍により令和2年2月から全便欠航となった松山-台北線の運航再開に向けて、台湾における愛媛の認知度向上及び現地旅行会社との関係維持並びに県民の台北線に対する認知度維持が図られた。	観光スポーツ文化部	観光国際課 航空政策室
11	11	サイクリング国際観光事業費 本県のサイクリング観光資源の情報発信やサイクリングモデルツアーの実施を促し、国際交流や外客誘致を促進する。 1 サイクリングツアー誘客拡大事業 2 各国・地域とのサイクリスト交流・誘客促進事業 など	※コロナ禍により事業中止	観光スポーツ文化部	観光国際課

令和2年度 地方創生推進交付金事業の自己評価について

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)	
12	12	高校生自転車交通マナー向上対策事業費	<p>実践指定校において、下記を実施。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 県警バイシクルユニットや教習所による交通安全教室、自転車運転講習会 2 交通危険箇所マップの作成 3 サイクリングの楽しさに触れながら自転車交通マナーの実践 4 交通安全標語、交通安全啓発ポスター、チラシ等の作成・配付 5 P T A理事会や近隣校での啓発活動等 6 高校生自転車マナーアップ会議 7 指定校の発表による実践指定校の取組の共有 	<p>実践指定校において警察と連携し、県警バイシクルユニットや教習所による交通安全教室、自転車運転講習会、交通危険箇所マップの作成、サイクリングの楽しさに触れながらの自転車交通マナーの実践、交通安全標語、交通安全啓発ポスター、チラシ等の作成・配付、P T A理事会での啓発活動等を実施した。高校生自転車マナーアップ会議は、新型コロナウイルス感染症の状況から開催中止となったものの、実践指定校における様々な取組の成果を収録したDVDを各県立学校へ配付し、各校の交通安全教育や研修等に活用させることにより、成果の普及および交通安全の意識向上を図った。</p>	教育委員会	保健体育課
②農業のグローバル化で生き残るための競争力強化！愛媛の農林水産業活性化事業 小計(33事業)						
13	1	海外販路拡大支援事業費	<p>東アジア・東南アジアを中心とする新興国市場のターゲットにおける成約重視の営業活動と、欧州など成熟市場におけるピンポイントでの営業活動を実施する。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 東アジア・東南アジアでの販路拡大に向けた営業活動 2 欧州での販路拡大に向けた営業活動 	<p>1 直行便が就航している台湾で現地商社とのネットワークを活用し、県産品の展示会などプロモーションを実施したほか、シンガポールにおいて、現地企業とのオンラインマッチング商談会を実施した。</p> <p>2 イギリスの日本食小売店である「ジャパンセンター」やデザインショップ「wagumi」において、物産展を開催したほか、スイス及びフランスにおいて、過去に営業活動を行った店舗へのフォローアップ等のため、現地プロモーターとのネットワークを活用し、「すご味」・「すごモノ」データベース掲載事業者等の販路拡大に向けた営業活動を行った。</p>	経済労働部	産業政策課(営業本部)
14	2	「すご味」・「すごモノ」販売支援事業費	<p>県内外バイヤーとのマッチング商談会や首都圏展示会への出展によるビジネス機会の提供等により、県内生産者や事業者を支援する。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 えひめが誇る「すご味」・「すごモノ」商談会等の開催 2 東京インターナショナル・ギフト・ショーへの出展 	<p>1 令和2年8月と9月に地域別小規模商談会を、令和3年2月に「すご味」・「すごモノ」オンライン商談会を開催し、県内事業者が計143社、県内外バイヤーが計125社参加し、延べ564件の商談を行った。</p> <p>2 東京インターナショナルギフトショーに6社、オンライン展示会に13社が参加し、計126件の商談を行った。</p> <p>事業の実施により、県内生産者や事業者のビジネス機会の提供につながった。</p>	経済労働部	産業政策課(営業本部)
15	3	農商工ビジネス連携促進事業費	<p>農商工連携を促進するため、情報共有の場の提供、販路開拓に重点を置いた支援を展開する。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 農商工連携ビジネスネットワークの運営及び交流 2 農商工連携ビジネス販路開拓支援 など 	<p>1 農林漁業者、商工業者等384人が加入している「つながるネット」を運営し、メール等を活用した情報提供等を実施し、状況をデータベース化し共有しているほか、農商工連携ビジネスプロデューサーを設置し、農商工連携の促進につなげることができた。</p> <p>2 首都圏の大型展示会(FOODEX JAPAN2021、スーパーマーケット・トレードショー2021)に愛媛県ブースを出展し、県内事業者の小売や卸業者、海外輸入業者等への販路開拓につなげることができた。また、県内外の百貨店(伊予鉄高島屋)において愛媛フェアを開催することにより、一般消費者への販売促進及び百貨店への商品提案等にもつながった。</p>	経済労働部	経営支援課
16	4	6次産業化活動支援事業費	<p>県内の農林漁業者等による6次産業化への取組みを支援し、所得増大・農山漁村の活性化を図る。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 6次産業化チャレンジ総合支援事業 2 ろくじすとクラブステップアップ事業 	<p>6次産業化チャレンジ総合支援事業により10事業者が6次産業化事業を実践した。また、「ろくじすとクラブ」チャレンジショップの運営委託及びみかんジュースコンクールの開催により、6次産業化商品の普及・販路拡大に資することができた。</p>	農林水産部	農政課
17	5	農業支援外国人材受入促進事業費	<p>農業の現場における労働力を確保するため、県内での受入態勢を整備するとともに、本県と交流のあるスリランカからの県内柑橘農家等への外国人材受入れのパイロットモデルを構築する。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 えひめ農業外国人材等確保対策協議会の運営 2 外国人材送出国連携協議 	<p>1 外国人材を受け入れているJAに対する現地指導を令和3年2月25日(木)に実施し、協議会として外国人材の研修状況を把握し、適切な実習を行うよう指導した。</p> <p>2 令和2年12月24日(木)にスリランカ農業省、海外雇用省、スリランカ大使館、公益財団法人愛媛県国際交流協会及び県との外国人材の受入等に係る協力・覚書(MOC)の締結に向けたオンライン協議を実施し、協定締結に向けて前進した。</p>	農林水産部	農地・担い手対策室
18	6	一次産業女子就業促進事業費	<p>より多くの女性を地域の基幹産業である農林水産業の多様な担い手として確保するために、都市圏の女性を対象に、「一次産業女子ネットワーク・さくらひめ」が愛媛の農林水産業の魅力発信や収益性をPRすることにより、本県への就業を促進する。また、「さくらひめ」の自主的な活動を支援する。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 就業魅力発信 2 就業相談会等への参加・体験ツアー等の開催 3 ネットワークの強化 	<p>1 Facebook、Instagram等でWeb広告を配信(5回、各回約1か月間)。WebサイトとWeb広告を連携して情報発信を行った。</p> <p>2 オンライン就農相談会を10回開催(延べ17名のさくらひめメンバーが31名の就農希望者の相談に対応)。オンライン農業体験ツアーを12/12(土)開催、東京、大阪等から12名が参加した。</p> <p>3 メンバーを募集し、100名から114名に増加。マルシェ、オンライン交流会、地域交流会等を開催し、ネットワークの強化を図った。</p>	農林水産部	農地・担い手対策室
19	7	えひめ次世代ファーマーサポート事業費	<p>新規就農者へ経営継承する集落営農法人の育成のため、新規就農者の受入体制の整備について支援する。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 新規就農者支援に関する研修 2 地域振興作物等の導入 3 新規就農者の確保に向けた環境整備 4 荒廃農地の地図作成 	<p>1 R2.9に新規設立した集落営農法人がR3.2に新栽培技術を実施している先進地の視察を行った。</p> <p>2 新規就農者の受入れ・定着を図るため、R2.10~R3.3に新規導入品目の定植を行った。また、R2.12~R3.1に新たな品目の導入を効果的に行うための農地管理システム台帳の整理を行った。</p> <p>3 円滑な新規就農者の確保・育成に向けて、R3.2にほ場整理看板を設置した。</p> <p>4 R2.9に新規設立した集落営農法人がR3.2に荒廃農地の地図を作成した。</p>	農林水産部	農地・担い手対策室
20	8	県産農林水産物輸出促進事業費	<p>県産青果物の輸出を促進するため、かんきつを中心にプロモーション活動等を実施する。</p>	<p>1 かんきつについては、コロナ禍で海外でのプロモーション活動や対面での営業ができなかったものの、関係を構築した商社等への働きかけにより、台湾、香港、マカオ、シンガポール、マレーシア、カナダ及びカンボジアの7か国・地域に対して、過去最高であった前年度並みの83.5トンを生産した。</p> <p>2 かんきつ以外の柿やブドウ、キウイフルーツ等の青果物も着実に輸出することができた。</p>	農林水産部	ブランド戦略課
21	9	生産流通推進事業費	<p>愛媛県が開発した、かんきつ新品種「紅プリンセス」等の海外でのブランド保護を図るため、海外で商標出願等を実施する。</p>	<p>「紅プリンセス」について、韓国で新たに商標出願するとともに、マレーシアで元年度に出願していた商標が登録要件を満たしていると認められたため、登録手続を行った。</p>	農林水産部	ブランド戦略課
22	10	かんきつ利用拡大推進事業費	<p>柑橘の新たな活用方法を見出すため、摘果時期の未成熟果実に着目し「媛プチ柑」と名付け、新たな食材としての活用を料理人等にPRする。</p>	<p>コロナ禍の中でも、首都圏の有名レストランにおいて、継続利用されるとともに、県内においても、新たな食材として活用できることが認知された。</p>	農林水産部	ブランド戦略課

令和2年度 地方創生推進交付金事業の自己評価について

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
23	11	県開発ブランド産品等PR強化対策事業費 販売量が限られ認知度が十分ではない県開発オリジナルブランド産品について、総合的なプロモーションを実施し、知名度向上、販売拡大を図る。 1 愛媛あかね和牛のPR強化 2 愛媛クイーンズブラッシュ等のPR強化 など	1 首都圏でのレストランキャンペーン及びSNSを活用した情報発信等を実施した。 2 日本橋三越本店をはじめとしたサン・フルーツ系列店舗で店頭PRを実施した。また、セールスプロモーションレディーを起用した宣伝や、県産かんきつを使用した限定スイーツの開発・販売を実施した。	農林水産部	ブランド戦略課
24	12	地産地消活動促進事業費 県産食材を扱う料理店等をスマートフォンで容易に検索する仕組みを構築し、口コミ等を通じた県産食材の情報発信と消費拡大を図るため、店舗や県産品等を紹介するスマホサイト「えひめのごちそう」を公開。 令和2年度は取扱店舗数を拡充し、継続してサイトを公開し情報発信。	サイト掲載店舗を20店舗から30店舗に拡充し、継続した県産農産物の情報発信ができた。	農林水産部	ブランド戦略課
25	13	えひめの農林水産物販売拡大サポート事業費 全農えひめと連携して、首都圏向けの若年層を対象に、かんきつPRを実施。	※コロナ禍により事業中止	農林水産部	ブランド戦略課
26	14	ひめの凜ブランド確立事業費 競争力ある本県オリジナル良食味米としてのブランドを確立することで、県産米全体の競争力の底上げし、農家所得の向上と水田農業の振興を図る。 1 生産者及び指導者に対する研修会の開催 2 生産販売戦略会議の開催、認定農業者制度の運営	令和2年度は、認定栽培者110名(栽培面積64ha)を認定し、研修会を8回開催し、良質米生産に努めた結果、371tを集荷・販売し年度内に完売した。 また、生産販売戦略会議を開催し、令和4年度の作付目標1,000haの達成に向けて集荷仕分け、販売PR、認定申請簡素化等の推進方針を協議し実施体制を整えることができた。	農林水産部	農産園芸課
27	15	農福連携ビジネス推進事業費 農業者の障がい者雇用につながる技術開発と受入施設への技術指導等を行い、JAを中心とした組織的な体制づくりと地域振興を目指す。 1 施設野菜高収益簡易栽培導入モデル開発 2 ブルーベリー収穫技術向上モデル開発 3 露地野菜高収益栽培体系導入モデル開発	1 リーフレタスの周年栽培では延べ23作の作付を通じ、利用者は各作業に慣れ、方法の改善や効率化により技術レベルが向上した。 2 果実の熟度判定が難しく問題となっていたことから、収穫支援ツール「ブルーベリーカラーチャート」を開発した。利用効果を検証した結果、収穫作業を遅延せず収穫精度が向上した。また、枝の剪定により視認性を高めた結果、1果重が大きくなり正品率も高くなった。 3 スイートコーンでは初期の生育ムラ・倒伏・虫害、エダマメでは発芽不揃い・肥料切れ等、リーフレタスの周年栽培ほ場では生育不良や生育ムラが見られる等の課題を抽出した。	農林水産部	農産園芸課
28	16	農山漁村男女共同参画強化事業費 農林水産業の男女共同参画を推進するため、女性の登用や経営参画の促進、環境づくりを支援する。 1 農山漁村女性ビジョン推進会議の開催 2 女性経営参画支援講座の開催 など	R2年度は、農山漁村女性ビジョン推進会議を1回、女性経営参画支援講座を13回、起業活動支援等を35回実施した。その結果、新たに2件の農山漁家女性が起業し、地域社会や地域経済活性化に寄与した。	農林水産部	農産園芸課
29	17	果樹園災害復興支援技術開発構築事業費 平成30年7月の西日本豪雨により被災した本県果樹産地の復興には、被災園の早期成園化技術、担い手不足に対応した省力化技術、さらに、今後の災害に強い園地改良技術等の開発が不可欠である。そこで、当該技術を開発し、日本一の柑橘産地の復興を技術面から支援することで担い手の生産意欲向上や被災農家の所得向上を目指す。 1 復旧した園地の早期成園化等を後押しする技術開発 2 省力化や高品質化を実現する先進経営モデルの確立 3 豪雨でも崩れにくい園地に改良する技術の開発	1 未収益期間の短縮に必要な大苗育苗における基本管理技術や軽量培土を用いた新技術に関して、調査樹の樹幹拡大は良好で順調に進んだ。特に、軽量培土の試験では、従来に比べて乾燥時に80%程度軽く、湿潤時に60~70%軽い培土を開発し、生育促進効果を比較検討した。 2 玉津柑橘倶楽部と共同で取り組んでいる根域制限栽培実証ほ場において、柑橘倶楽部会員との共同作業や研修会(無人車デモ走行、ドローン実演フライト)を開催し、技術の共有化を図った。 3 現地ほ場でモニタリング調査を行い、透水係数や土粒子密度、粒径分布、水分保持曲線を求めた。電気探査結果をもとに、最適な排水ボーリングを施工した。	農林水産部	農産園芸課
30	18	県産ブランド畜産物販売強化事業費 国内外での県産畜産物の有力販売先の開拓や生産者の付加価値向上の取組み支援などを行い、県内畜産基盤の維持発展を目指す。 1 愛媛甘とろ豚躍進プロジェクト 2 媛っこ地鶏生産販売強化 など	本事業の実施により、愛媛甘とろ豚・媛っこ地鶏の生産目標頭羽数を達成できており、県が開発したブランドの普及及び生産安定を加速することができた。 ※愛媛甘とろ豚 目標9,000頭→実績9,300頭 媛っこ地鶏 目標50,000羽→実績50,000羽 台湾牛肉(あかね和牛)輸出 目標2頭→実績4頭	農林水産部	畜産課
31	19	持続的高収益酪農システム確立事業費 県内の公共牧場を活用し、性選別精液技術の活用による優良な乳用後継牛を確保する取組みと、積極的な乳牛登録制度の活用により高能力な牛群整備を実施し、酪農生産基盤の維持強化を図る。 ○ 効率的乳用牛確保事業	自家育成牛から安定的に高能力な乳用後継牛を確保する本事業は、酪農家のニーズに合致しており、公共牧場に入牧した育成牛113頭は、全頭性選別精液を活用した。また、登録に関しても目標頭数の101.6%(目標190頭、実績193頭)となり、目標を達成した。	農林水産部	畜産課
32	20	愛媛あかね和牛生産基盤強化対策事業費 安定生産に資する生産基盤の強化と効率的流通に向けた繁殖・肥育一貫生産体制の整備を図る。 1 愛媛あかね和牛生産技術指導 2 生産基盤強化支援(専用飼料の購入対策、繁殖基盤整備助成、母牛増進推進支援)	愛媛あかね和牛の出荷頭数の安定化を図る本事業の実施により、繁殖雌牛導入を促進したことで、愛媛あかね和牛の繁殖・肥育一貫生産農家の繁殖雌牛が増頭し、目標出荷頭数を概ね(86.1%)達成することができた。 (出荷頭数 目標122頭→実績105頭)	農林水産部	畜産課
33	21	県産材輸出支援事業費 高付加価値商品等の営業活動を強化し、県産材の需要拡大を図るとともに、林業経営の安定と森林整備の推進を図る。 1 高付加価値商品販路開拓事業 2 内装材輸出促進事業 など	オンライン参加による、中国、台湾、ベトナムでの展示会出展や中国企業との商談会出席等に取り組み、愛媛ブランド材「媛すぎ・媛ひのき」等の営業活動を実施することで、海外企業との商談等が増加し、売上げ増加につながった。 (県関与海外営業実績 R元：414,303千円→R2:445,417千円(107%))	農林水産部	林業政策課
34	22	次世代型林業作業システム実証事業費 林業の効率化・省力化を図る森林経営スタイルの確立やドローンや最新の機械を活用した木材生産システムの導入など、県内におけるスマート林業の普及・構築を目指す。 ○ 最新の架線系林業機械等を用いた主伐・再造林システムの実証	最新のスイングヤーダを活用した主伐の実施、ドローンによる苗木運搬やタブレット等のICTを活用した木材検収システムなど、省力化や労働強度の軽減など、将来の木材生産システムの実証を通して、スマート林業の実現に向けた検証と県内事業者に対する動機付けを図ることができた。	農林水産部	林業政策課
35	23	林業女子活動促進事業費 林業関係分野に関心のある女性の交流の場を創設し、情報交換や情報発信により、林業関連分野へ就業する気運を醸成する。	活動の中心となるInstagramを開設し、女性5名により、県内林業等の魅力ある情報を発信した。	農林水産部	林業政策課
36	24	新たな森林管理システム推進事業費 航空レーザ計測データを活用した詳細な森林情報の整備等を図る。 1 航空レーザ計測データ解析 2 森林GISデータ整備	宇和島市ほか12市町や森林組合等へ詳細な森林情報を提供し、新たな森林管理システムの運営支援等を行った。	農林水産部	林業政策課
37	25	県産材生産体制強化対策事業費 立木買取における経費の一部や大型化する主伐材を搬出する機械のリース料の一部を支援することにより、県産材の更なる増産と安定供給体制の強化を図る。 ○ 立木買取推進事業 など	本事業の実施により、県産材増産のための素材生産地の確保(目標値に対して125%増(25ha))など、木材の増産及び安定供給体制の強化を図ることができた。	農林水産部	森林整備課
38	26	愛育フィッシュ輸出拡大事業費 県内の生産者団体等で構成する、愛育フィッシュ輸出促進共同企業体(通称：オレンジウェブ)による需要の拡大を狙った「食」の提案や既存商流の輸出拡大や販路開拓に官民一体となって取り組むことにより、愛育フィッシュのさらなる輸出拡大を図るもの。	北米及びアジア地域を重要輸出拠点と定め、コロナ禍の中、現地日本食レストラン協会の協力の下、プロモーション活動を実施し、前年度に開拓した販路の拡大に向け一定の成果を得ることができた。 オンライン開催の輸出EXPOに出展し、7ヶ国バイヤー10社と商談するとともに、オンライン商談のスキルアップやコロナ禍の海外情報を取得するため、現地バイヤーとのリモートでの個別面談を実施した。	農林水産部	漁政課

令和2年度 地方創生推進交付金事業の自己評価について

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
39	27	県産水産物を販売する県内事業者の販路開拓を支援するとともに、大消費地において販促活動を展開して県産水産物の流通量拡大を図る。 1 ジャパン・インターナショナル・シーフードショーへの出展 2 愛育フィッシュフェアの実施	第22回ジャパン・インターナショナル・シーフードショー(R2.9.30-10.2)に愛媛県ブースとして県内事業者10社が出展し、290件の商談機会及び約400,690千円の成約額を創出するとともに、県内量販店におけるフェアや水産ポータルサイトの立ち上げ等、ウィズコロナに対応した取組みを実施した。	農林水産部	漁政課
40	28	漁村女性グループが実践する地域活動に対して支援・指導を行い、魅力ある組織づくり・漁家経営の安定化や漁村地域の活性化を目指す。 1 水産加工品の実践活用支援 2 漁村女性グループの活動支援	新型コロナの影響でイベント等が開催できない中、漁村女性の地元水産物を活用した漁村地域の活性化と水産物の消費拡大につながる活動を支援した。2地域の女性部が計6回のワークショップを通じて学校給食用メニュー17種を開発したほか、家庭でできる魚の簡単調理法7種を収録し、レシピ集や動画を県HPに掲載した。	農林水産部	漁政課
41	29	本県の養殖スマ「媛スマ」について「媛スマ普及促進協議会」において、ウィズコロナ時代の販売戦略の検討や安定的な生産体制を構築するほか、効果的なプロモーションを展開するとともに、輸出に対応できるグローバルな産地づくりを推進する。	県内外の量販店、飲食店における媛スマフェアや国内外の料理教室における媛スマ試食会の実施のほか、メディアへの露出、SNSを活用したキャンペーン等のプロモーション活動を展開するとともに、輸出新法に基づく輸出事業計画を策定した。	農林水産部	漁政課
42	30	担い手確保促進協議会を通じて就業者の確保に取り組みむとともに、青年漁業者等に対して指導・活動支援を行う。 1 漁業担い手の確保・育成 2 「もうかる漁業」への支援 など	1 普及指導員による巡回指導や沿岸漁業リーダー実践グループの育成・指導を行った。 2 もうかる漁業の推進のため、「管理技術を活用したアサリ増養殖に関する事業」に取り組み、生育密度別の試験区を設け、生育状況調査や環境調査を行うことで、被覆網を利用したアサリの増養殖についての知見を得た。	農林水産部	水産課
43	31	アコヤガイ稚貝のへい死によって、生産者の収入減少が懸念される中、真珠の販売促進について、生産者等が一体となって国内外への販路拡大の取組みを推進することにより、真珠産業の高収益化を目指す。 1 愛媛県真珠振興計画策定 2 県産真珠販売拡大	1 県真珠振興計画策定検討会を設置し、計画策定の検討を行ったが、検討会の構成員からはアコヤガイ稚貝のへい死や真珠入礼会の中止などの状況を組み入れた計画とすべきとの意見が出され、令和3年度春季入礼会の結果も加味し、計画を策定することとなった。 2 県産真珠販売拡大については、コロナ禍のため台湾への渡航ができず、また国内においても県漁協がパールフェアをすべて中止し、ワークショップ等の開催ができなかったため、ECサイトの制作及び県職員向けの真珠販売会を実施し、HIME PEARLのPR及び県産真珠の販売促進に取り組みした。	農林水産部	水産課
44	32	産学官が連携して大量へい死の原因究明を進めるとともに、環境変化に順応できる強い貝づくりを推進する。 1 大量へい死原因究明調査事業 2 強い貝づくり開発普及事業 3 アコヤガイへい死対策協議会運営事業	1 へい死原因については、ウイルス性の感染症の可能性があることを明らかにした。 2 高水温、低餌料に強いアコヤガイを漁業者に普及するため、種苗生産機関に親貝の配付を行った。 3 2年度のアコヤガイへい死対策協議会は、部会及び検討会を各5回開催し、情報共有とへい死の対策等について協議した。	農林水産部	水産課
45	33	産業教育設備充実費(農・水産業関係) 職業教育の充実のため、県立高校に実験・実習設備を整備し、社会の変化や科学技術の進展に対応できる人材を育成する。(整備物品:田植機、海上小割生簀、縦型ミキサー)	宇和島水産高等学校に海上小割生簀を整備することで、水産生物や魚類の種苗生産、バイオテクノロジー、海洋環境についての学習を通して、養殖関連産業に必要な知識・技術の修得につながった。その他にも西条農業高等学校では田植機、北宇和高等学校では縦型ミキサーを整備することにより、農業実習及び食品加工(製菓)実習の充実が図られた。	教育委員会	高校教育課

③来て観て住んで!えひめの交流・定住推進事業 小計(27事業)

46	1	デジタルマーケティングインバウンド誘客促進事業費 対象市場の潜在的ターゲット層に対し、積極的な情報発信を通じた認知拡大を図り、ブランドイメージを向上・確立させ、本県への旅行需要を創出する。 1 前年度の事業実績を踏まえたウェブサイト等の改善 2 認知の維持・回復を目的とした動画プロモーション	令和元年度の事業実績やコロナ禍での旅行者ニーズの変化を踏まえたコンテンツの追加に加え、インターネットによる旅行予約サイト等を活用し、ウェブ広告による認知を起点として宿泊予約という行動までをオンライン上でつなぐ誘客スキームを構築し、新型コロナの収束後、速やかに反転攻勢に移せる仕組みを整えた。 また、コロナ禍に相応しいメッセージを付加した動画を対象市場4か国・地域(韓国・台湾・シンガポール・オーストラリア)に配信したところ、良好な動画視聴率(平均46.4%)で、約377万回の動画再生を獲得できた。	企画振興部	デジタルシフト推進課
47	2	持続可能な集落づくりサポート事業費 地域づくり協働体構築による新たな地域運営の仕組みづくりのノウハウの周知や各種支援を行うことにより、持続可能な集落づくりを促進する。 1 集落間情報交換・ネットワークの構築 2 集落をボランティア活動で応援する企業等のマッチング など	地域づくり活動従事者等を対象に、地域ブランドの構築をテーマとした地域活動のステップアップを考える研修交流会を開催(1回)し、行政・住民など63名の参加を得て集落間のネットワークを構築することができたほか、地域づくりリーダー育成研修会(4回)により地域づくり活動の中心となる人材を6名育成した。	企画振興部	地域政策課
48	3	地域おこし協力隊導入・定着促進事業費 地域の担い手となる地域おこし協力隊の誘致を県が先導的役割を担いながら強力に進めるとともに、着任した隊員の定着に向けた取組みの強化を図る。 1 地域おこし協力隊の導入促進 2 地域おこし協力隊の定着促進 など	市町職員向け研修会(1回)を通じて、隊員受入ノウハウの習得と向上を図ったほか、協力隊相談窓口の設置による隊員サポート体制の整備や協力隊サミット開催(1回)等で活動・定住意欲の向上につなげた。これらの取組みにより、令和2年度末の隊員定住率は約69%と、前年度を上回る見込みとなった。	企画振興部	地域政策課
49	4	えひめの移住力総合強化事業費 地域住民の主体的な取組みを支援するとともに、移住者受入体制や情報発信力の強化等により、更なる移住者の呼び込みを図る。 1 移住コンシェルジュの設置 2 愛あるえひめ暮らしフェアの開催 など	移住コンシェルジュの設置や、愛あるえひめ暮らしフェア(オンライン9回)などにより、情報発信力の強化と相談体制の充実に努めた。これらの取組みの成果として、令和2年度の移住者数は2,460人(対前年度比+28.9%)と、過去最多を記録している。	企画振興部	地域政策課
50	5	移住者発掘強化事業費 デジタルマーケティングの手法を活用して移住潜在層に対する効果的な情報発信を行い、本県への新たな移住希望者の開拓を図る。 ○ WEB広告配信による移住フェア、移住相談窓口等への誘導 など	移住検討層や田舎暮らしあこがれ層等をターゲットにWEB広告を配信した結果、オンライン移住フェア特設サイトのアクセス数が約78,000件、PR動画の再生回数が約12,500回となるなど、本県移住の魅力を広範囲に発信した。今後、これらの成果を踏まえ、情報発信の訴求力を高め、更なる移住希望者の開拓に取り組む。	企画振興部	地域政策課
51	6	集落活性化意識醸成支援事業費 過疎地域を中心に集落の人口減少が県内全域で急速に進行している現状を踏まえ、これまでに支援してきたモデル集落の取組みから得られた住民主体の集落活性化に向けた意識醸成の仕組みを全県的に展開し、集落の持続的な維持・発展を図る。	4市町5地区(今治市吉海地区、西予市渡江地区・横林地区、東温市奥松瀬川地区、伊方町豊之浦地区)を対象に、将来人口分析を行い、試験導入した「地区サポーター(大学生)」による地域活動の支援を通じて、住民主体の集落活性化を促進し、次年度以降の自主的な活動展開につなげた。	企画振興部	地域政策課
52	7	えひめ暮らし仕事体験事業費 移住先を決定する上では「仕事」が最も重要な要素となることから、現地での仕事体験、移住相談、地域交流をパッケージにした移住体験メニューを開発・提供し、更なる移住者の呼び込みを図る。	県内7市町11事業所において仕事体験メニューを開発、特設サイトでの募集を行い、移住希望者3名から4事業所への参加申込みがあり(新型コロナウイルス感染拡大により体験中止)、移住ニーズの獲得に寄与した。今後は、一次産業への就業や起業も視野に県内企業等との連携を強化するなど、体験メニューの充実に取り組む。	企画振興部	地域政策課

令和2年度 地方創生推進交付金事業の自己評価について

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
53	8	愛顔感動ものがたり発信事業費 「愛顔」あふれる感動エピソード及び写真という文化の力により、本県のPRとイメージアップを図る。 1 作品募集(エピソード部門、写真部門) 2 表彰式イベントの開催	エピソード部門に、47都道府県及び海外7か国から4,961作品、写真部門に、44都道府県から5,130作品の応募をいただいた。令和3年2月28日の表彰式イベントは、約800名の方に来場いただくとともに、インターネットによるライブ配信を行い、当日には約5,200回、イベント終了後のアーカイブ配信では約2,200回の視聴があり、「愛顔」を県内外に広く発信できた。	観光スポーツ文化局	文化振興課
54	9	地域協働ネットワーク構築支援事業費 豪雨災害で必要性が見直された「中間支援組織(行政や地域の間で様々な活動を支援する組織)」を核に、大規模災害にも対応できる、平時からの全県的な地域協働ネットワーク構築を図るとともに、組織の担い手育成等を支援する。	行政、社協、中間支援組織やNPO法人等の多様な主体により、全県会議や圏域別研修会、担い手育成講座を開催し、延べ160人が参加。地域課題の把握と解決に向けて顔の見える関係づくりの構築を図るとともに、中間支援組織の担い手育成に取り組んだ。	県民環境部	男女参画・県民協働課
55	10	石鎚山系地域力向上事業費 県内外に石鎚山系の魅力を発信し、自然公園の利用促進と自然環境保全に関する意識の向上を図る。 1 石鎚山系エコツーリズムの推進 2 石鎚山ヒルクライムブランド化支援事業 など	1 石鎚山系におけるエコツーリズムの推進については、協議会員の追加等もありエコツアー参加者が活動当初から約38倍となるなど、年々増加している。【エコツアー参加者数】H25:136名⇒R2:5,199名 2 石鎚山ヒルクライムは新型コロナの影響により中止(翌年度に延期)	県民環境部	自然保護課
56	11	えひめこどもの城施設整備費 えひめこどもの城と、とべ動物園をつなぐ四国最大級のジップラインを整備し、中・高校生や大学生などの来園機会を増やして幅広い年齢層による多彩な交流を創出するとともに、エリア全体の回遊性を高め、交流人口の拡大及び地域の活性化を図る。	令和3年3月14日にジップラインがオープンしてから3月末までに1,069人の利用があり、メディア等にも取り上げられるなど、県民等の認知度も向上しており、利用者の年齢層の幅の広がりや交流人口の拡大、地域の活性化につながっている。	県民環境部	子育て支援課
57	12	えひめこどもの城魅力向上推進事業費 「えひめこどもの城魅力向上戦略」に基づき、隣接するとべ動物園を含むエリアを一体的に活用する事業の開催により、来園者の年齢層、集客地域の拡大を図るとともに、デジタルマーケティングの手法を活用した広報を強化し、県内外から継続的に集客する仕組みを構築する。 1 とべ動物園との連携イベントの実施 2 インターネットを活用した広報・プロモーションの強化	ジップラインの整備・オープンにあわせ、えひめこどもの城・とべ動物園・総合運動公園の一体的な利用を促進し、各施設の入園者数の増加を図るイベントを開催するとともに、3施設共通のウェブサイトを作成し、動画やインターネット広告等をデジタルマーケティングの手法を活用して情報発信することにより、各施設の認知度・注目度を向上させた。	保健福祉部	子育て支援課
58	13	商店街活性化支援事業費 商店街等が行う課題解決に向けた取組みを支援するとともに、アドバイザー派遣や商店街関係者のネットワーク構築を図る。 1 住民提案型商店街支援事業 2 商店街若手リーダー連携支援事業 など	商店街外部のグループが商店街の資源を活用して地域課題を解決する事業や、商店街の若手リーダーが連携して商店街の諸問題を解決するための事業について企画提案募集を行い、それぞれ2団体及び1団体に対し当該事業を委託したほか、県内の頑張っている商店街の取組みやキーパーソンを月刊情報誌等を活用して情報発信するなどにより、商店街の課題解決、にぎわい創出を支援した。	経済労働部	経営支援課
59	14	えひめファンづくり推進事業費 観光施設の情報提供や県内を周遊する仕組みを維持・拡充し、アプリ登録者と参画施設を増やしながらか観光客の増加を図る。 1 えひめファン倶楽部の運営 2 参加施設募集説明会の開催 など	観光スマホアプリ「みかん人倶楽部」の新規利用者を1,405名獲得した。累計で利用者が約13,000人、参画施設数は約150施設あり、県内外からの観光客の増加を図り、県内周遊の促進と交流人口の拡大に寄与した。	観光スポーツ文化局	観光国際課
60	15	愛媛県コンベンション誘致事業費 本県開催のコンベンションを誘致促進することにより、本県のイメージアップ、観光産業の振興及び地域活性化を図る。 ○ コンベンション開催支援事業	※コロナ禍により事業中止	観光スポーツ文化局	観光国際課
61	16	観光振興基本計画推進事業費 愛媛県観光振興基本計画が令和2年度に終期を迎えることから、次期計画を策定し、観光振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図る。 1 次期計画策定検討委員会の設置・開催 2 計画推進検討会の運営 3 観光振興戦略の検討	新型コロナウイルス感染症の収束が見通せず、今後の中期的な目標設定が困難であるため、現計画の終期を延長したほか、計画推進検討会は未開催となったが、実効性のある観光振興戦略を設計し、誘客活動の強化を図るため、観光事業者等へのヒアリングやデータ分析等による観光需要予測調査等を実施した。	観光スポーツ文化局	観光国際課
62	17	いやしの南予・復興イベント(仮称)実施事業費 平成30年7月豪雨災害からの復興を後押しするとともに、地域課題の解決を図ることで、地域の再生と発展につなげることを目的に、地域振興イベント「えひめ南予きずな博」を実施することとし、イベントの準備に取り組む。	実行委員会を設立し、実施計画の策定を行ったほか、南予9市町や関係団体等と連絡・協議を進めるなど、イベント実施に向けた準備を行った。	観光スポーツ文化局	観光国際課
63	18	来島海峡エリア誘客促進事業費 来島海峡大橋周辺エリアがしまなみ海道を象徴するポイントとなるよう魅力を発信し、本県側のゲートウェイである同エリアへ誘客促進することにより、県内他エリアへの誘客波及を図る。 1 しまなみ海道ロゴオブジェの設置 2 来島海峡エリアSNS投稿キャンペーンの実施	本四高速(株)との包括的相互協力協定に基づく連携事業として、本県側への誘客ツールとして来島海峡SA内にロゴオブジェを設置した。 来島海峡エリアをはじめとしたしまなみ海道の魅力的な写真を撮影し、ロゴオブジェの愛称である「#しまなみピン」をつけてSNSへの投稿を促す写真投稿キャンペーン及び来島海峡エリアの観光地や穴場スポットを巡り、スマートフォン上でスタンプを集めるスマホラリーキャンペーンを実施した。	観光スポーツ文化局	観光国際課
64	19	国際観光推進事業費 外国人観光客の来訪を促進し、国際理解の増進、県内観光産業の普及と地域の活性化、松山空港国際線の安定運航を図る。 1 国際観光テーマ地区推進協議会を通じた各種事業 2 多言語ホームページの運営 など	おもてなし人材の育成等により外国人観光客の受入環境の整備とともに、多言語HPによる情報発信等を通じて、アフターコロナに向けた愛媛旅行意欲の喚起につながった。	観光スポーツ文化局	観光国際課
65	20	外国人観光客誘致推進事業費 広域観光周遊ルートの情報発信による認知度向上や受入環境整備等との相乗効果を図り、ターゲット国からの観光客誘客を推進する。 1 周辺県等と連携した誘客促進事業 2 通訳コールセンターの運営 など	周辺県や交通事業者と連携したプロモーションや、県内企業のインバウンド対応を支援するための多言語コールセンター運営等を通じて、アフターコロナにおける誘客に向けた態勢整備が進んだ。	観光スポーツ文化局	観光国際課
66	21	中国観光交流促進事業費 インバウンド、アウトバウンド両面からの効果的な利用促進策を講じることにより、上海線の安定運航・路線維持に向けた搭乗率の向上を図る。 1 インバウンド対策 2 アウトバウンド対策 など	※コロナ禍により事業中止	観光スポーツ文化局	観光国際課 航空政策室
67	22	松山空港利用促進事業費 松山空港国際線の利用促進を図るため、松山空港利用促進協議会を通じて官民一体となった利用促進事業等を実施する。 1 国際定期便利促進事業 2 国際チャーター便促進事業	コロナ禍で全便欠航となった松山空港国際線の運航再開に向けて、県民の路線に対する認知度維持が図られた。	観光スポーツ文化局	観光国際課 航空政策室

令和2年度 地方創生推進交付金事業の自己評価について

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
68	23	外国クルーズ船誘致促進事業費 松山港で外国クルーズ船の受け入れ体制整備やおもてなしの充実を図るとともに、宇和島港における寄港の経済効果を南予地域に広く波及させるための取組み支援を行う。 ○ クルーズ振興補助事業	コロナ禍により寄港予定は全てキャンセルとなったものの、感染対策を含めた受入態勢の検討や商談会参加などアフターコロナを見据えた誘致活動により、事態収束後に備えた準備を進めることができた。	観光スポーツ文化局	観光国際課
69	24	韓国観光交流促進事業費 インバウンド、アウトバウンド両面からの効果的な利用促進策を講じることににより、ソウル線の安定運航・路線維持に向けた搭乗率の向上を図る。 1 インバウンド対策 2 アウトバウンド対策 など	コロナ禍により令和2年3月から全便欠航となった松山ーソウル線の運航再開に向けて、韓国における愛媛の認知度向上及び現地旅行会社との関係維持並びに県民のソウル線に対する認知度維持が図られた。	観光スポーツ文化局	観光国際課 航空政策室
70	25	西安観光・物産情報拠点運営事業費 西安市内高級ショッピング街の店舗スペースを愛媛の観光・物産情報発信拠点として運営する。 ○ 西安観光・物産情報拠点運営事業 など	SNS等を活用して観光・物産PRを実施することにより、西安での本県の知名度向上につながった。	観光スポーツ文化局	観光国際課
71	26	農業遺産地域躍動推進事業費 世界農業遺産の認定を目指す「愛媛・南予の柑橘農業システム」の推進組織の運営を行うとともに、県内外における認知度向上を図る。 ○ 農業遺産魅力発信推進事業	システムの特徴や魅力を県内外に発信するマルシェの開催や新たな料理メニューの開発、遺産セミナーの開催等で認知度向上が図れたほか、児童生徒向けの副教材の制作・活用や農業遺産の次世代への承継に係る取組等を実施した。	農林水産部	農政課
72	27	とべ動物園魅力向上戦略推進事業費 「とべ動物園魅力向上戦略」に基づき、とべ動物園の更なる集客に向け、3Dアートの制作やイルミネーション等を活用したPRイベントを実施するとともに、とべ動物園とえひめこどもの城を結びジップラインのオープンを契機に、隣接する総合運動公園を含んだ「とべもリエリア」を一体的に活用する事業の開催により、来園者の年齢層、集客地域の拡大を図る。	11月及び12月の主に土曜日に実施したイルミネーションは、過去最高の来園者数を記録するなど冬の新たな魅力として定着してきた。 えひめこどもの城・とべ動物園・総合運動公園の一体的な利用を促進するため、3施設共通のウェブサイトを作成し、ジップラインのオープンに向け期待を抱かせる動画やインターネット広告等をデジタルマーケティングの手法を活用して情報発信することにより、各施設の認知度を向上させることができた。	土木部	都市整備課

④売上アップと交流人口拡大を目指す戦略的ローカルブランディング事業 小計(6事業)

73	1	戦略的情報発信プロジェクト推進事業費 愛媛を強く印象付ける統一コンセプト「まじめ」を活用した新たな視点・手法による戦略的な情報発信を展開し、本県の認知度向上を図るとともに、情報の訴求力を高めて更なる実需の創出と地域活性化につなげる。	デジタルとリアルを効果的に組み合わせたプロモーション展開を行った結果、首都圏・関西圏における「まじめえひめ」の認知度が11%と目標の10%を上回り、「まじめえひめ」の浸透と愛媛県の認知度向上につながった。 グルメをテーマとした県民参加施策「まじめし」を実施し、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた飲食店の利用促進キャンペーンを行うとともに、「まじめし」「絆」をテーマにPR動画を制作した。「まじめ」をテーマとした図鑑型のWEBコンテンツを制作し、公式サイトで公開した。	企画振興部	広報広聴課
74	2	デジタルマーケティング戦略推進事業費 デジタルマーケティング基本戦略に基づき、適切かつ効果的に施策へのデジタルマーケティング導入を推進し、施策効果の最大化と業務効率の向上を図る。 1 アドバイザーの設置と支援体制の構築 2 各種会議やセミナー開催を通じたデジタルリテラシーの向上 3 愛媛県版データマネジメントプラットフォーム(DMP)の運用	アドバイザーと連携した関係施策に対する総合的支援により、85案件へのデジタルマーケティング導入を支援したほか、各種会議やセミナーを計33回開催し、県職員だけでなく、市町職員や民間事業も含めた県全体のデジタルリテラシーの向上を図った(延べ1,642名参加)。 また、全庁で正しい認識や共通の理解の下、得られたデータを一元管理する愛媛県版DMPには、県の所有する58のウェブサイトをデータ連携し、16案件でデータの横展開等の実証的な運用に取り組んだ結果、事業効果の向上に有効であることが把握できた。	企画振興部	デジタルシフト推進課
75	3	首都圏等情報発信強化事業費 魅力ある観光地やブランド産品等に関するパブリシティ活動を展開して、首都圏等への情報発信を強化し、認知度向上及びイメージアップを図る。 1 パブリシティ活動の委託 2 メディア来県取材の支援 など	委託によるパブリシティ活動等を実施した結果、各種メディアを通じた愛媛の観光や物産等の情報発信につながり、大都市圏における愛媛県のイメージアップ等につながった。 ・メディア掲載件数 1,037件 ・取材件数等 1件	企画振興部	広報広聴課
76	4	みきゃんプロモーション戦略推進事業費 「みきゃん」を活用して、首都圏等で愛媛の魅力発信し、知名度向上やイメージアップを図る。 1 首都圏等での各種PR活動やSNS情報発信 2 県内でのPR活動や専任アクターの配備など地域貢献活動の強化 など	コロナ禍でイベント参加が難しい状況の中、SNSを活用した情報発信の強化を図り、みきゃんが登場するオリジナルSNS漫画や県産品を使った料理動画の配信により、みきゃんを通じて愛媛県の物産や観光等の魅力を広く発信することができた。 ・県外観光物産イベント等参加 1回 ・SNS漫画配信6回、インプレッション116万回、インスタグラムフォロワー獲得3,233人 ・料理動画配信6回、ユーチューブ視聴4,887回	企画振興部	広報広聴課
77	5	観光ブランド発信・誘客促進事業費 豊かな観光資源でインパクトのあるプロモーションを展開し、観光のブランド化と大都市圏での知名度向上を図る。 ○ 女性向けプロモーションの実施	「疲れたら、愛媛。」をキャッチコピーに、女性をターゲットとしたプロモーション素材(本県宿泊者限定の着地型ガイドブック)を制作し、愛媛観光の認知度向上等を図った。	観光スポーツ文化局	観光国際課
78	6	デジタルマーケティング観光振興事業費 デジタルマーケティング手法を活用して、国内外における本県の認知度向上と誘客拡大を図る。 1 デジタルマーケティング活用に向けた多言語HPの機能強化 2 国内誘客に向けた情報発信強化	インバウンド誘客については、HPのブッキング機能の強化により、HPへ誘導した愛媛関心層を宿泊予約行動につなげることができた。 国内誘客においては、国内大手OTA上へ特集ページを制作・掲載したほか、デジタル広告配信による旅行検討層の誘導を図った。	観光スポーツ文化局	観光国際課

⑤稼ぐ力を創出するスポーツと文化による地域活性化事業 小計(9事業)

79	1	愛・野球博開催事業費 野球イベントの開催や野球大会への支援等を通じて、競技人口の拡大及び競技力の向上を図るとともに、交流人口の増加による地域経済の活性化を目指す。 1 愛媛ベースボールEXPO eベースボール全国中学高校生大会 全国大会 Twitter等を活用した情報発信 2 県内野球イベントの開催支援 など	令和2年12月に開催した愛媛ベースボールEXPOでは、新型コロナウイルス感染症の感染防止に努めながら、親子164名の参加者にプロ野球セントラルリーグ6球団のマスコットキャラクターと子どもたちのふれあいイベントを実施。また、野球経験のない子どもたちに向け野球体験イベントを実施した。 また、2022年に地方球場初3回目のオールスター開催が決定したことにより、過去の県内でのオールスターゲームを振り返る特別番組を制作し放映した。	観光スポーツ文化局	地域スポーツ課
80	2	スポーツ交流推進事業費 大規模なスポーツイベントの開催支援や合宿の誘致に取組み、競技スポーツの振興やスポーツによる地域活性化、交流人口の拡大を図る。 1 スポーツ大会開催支援事業 2 スポーツイベント誘致事業 など	新型コロナウイルス感染症の拡大により、本県でも多くの大会が中止となったが、年度後半には、スポーツイベント開催経費への補助制度を活用して誘致・定着化に取り組んだ結果、令和2年度は、国際規模・全国規模の4件のスポーツイベント等が実施され、競技力の向上や本県の対外的なイメージアップにつながったほか、県民のスポーツに対する関心を高めることができた。	観光スポーツ文化局	地域スポーツ課

令和2年度 地方創生推進交付金事業の自己評価について

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
81	3 国際スポーツ交流推進事業費	国内で大規模な国際スポーツイベント開催を控える中、スポーツを通じた国際交流により友好親善を深め、交流人口拡大による地域活性化を図る。 1 えひめ国際スポーツ交流推進事業 2 えひめ台湾スポーツ交流推進事業 3 日独スポーツ少年交流事業	※コロナ禍により事業中止	観光スポーツ文化部	地域スポーツ課 オリパラ推進室
82	4 地域密着型プロスポーツにぎわい創出事業費	県内4プロスポーツ球団の選手とファンの交流促進など、4球団連携事業を実施し、試合観戦に興味をもつきっかけをつくることで、ファン層の拡大及び応援機運の醸成を図り、地域の賑わいを創出する。 1 「YoutubeLive」配信による「えひめプロスポーツ県民大交流会」の開催 2 アパレルショップとコラボし、4球団の観戦コーディネート进行を考案 3 4球団共通ロゴマークの制作	1 リアルタイムでの最大視聴者数264PV、イベント開催日から1ヶ月後には3,286PVの視聴数を記録し、選手の新たな魅力を発信し、ファンの拡大につながった。 2 考案したコーディネートをタウン情報「まつやま」に掲載し、広く県民に周知を図り、試合観戦の新たな楽しみ方の発信を行った。 3 河原専門学校と連携し、共通ロゴマークを制作した。プロスポーツの情報を広く県民に浸透を図っていくことで、応援機運の醸成につながるツールとなった。	観光スポーツ文化部	地域スポーツ課
83	5 スポーツ立県推進事業費	「愛顔スポーツ応援アプリ」を運用し、県内の様々なスポーツ情報を一元的に発信する。 1 高校生記者「スポーツ立県えひめ」新聞・映像制作 2 スポーツ情報プラットフォーム運営 3 県民参加スポーツ情報コンテンツ制作 など	「愛顔スポーツ応援アプリ」のダウンロード数が目標値としていた30,000件を大幅に上回り、令和2年度実績で40,863件となった。 1 高校生記者(35校・230名)がコロナ禍で一変した学校生活や引退時期を過ぎても部活動に励む3年生など若い視点で取材した。 2 県主催イベントにリポーターを配置し、競技の様子や結果速報等をリアルタイムで発信したほか、各種イベント情報や試合予定・結果等をアプリ内に掲載、Web新聞の発行(計8回)などを実施した。 3 歩数計機能と連動したポイント付与やプロスポーツの観戦スタンプラリーなどを実施した。	観光スポーツ文化部	地域スポーツ課
84	6 子ども芸術祭開催事業費	えひめこどもの城の豊かな自然と広大な敷地を活用し、自然の中での創作や鑑賞等を通じて、子どもの新たな個性や可能性の発見を目指すとともに、芸術を愛する心を育み、情操を豊かにする。 1 作品募集 2 シンボル作品制作 3 グループ作品制作 4 アート作品制作 5 表彰式イベント	子どもたちの自由な発想による作品を全国に募集したところ、創造力に富んだ155作品の応募があり、全ての作品をこどもの城園内に展示し、多くの来園者に鑑賞いただいた。シンボル作品やグループ作品の制作に当たっては、専門家の指導のもと、芸術に興味をもっている県内の中学・高校生が参加し、個性豊かな作品を制作し、多くの児童・生徒の芸術に対する取組の一助となった。	観光スポーツ文化部	文化振興課
85	7 県民総合文化祭開催事業費	本県文化の振興と地域活性化を図り、明るくさわやかで活力ある郷土づくりを目指すため、芸術文化から産業分野にわたる幅広い文化の祭典「県民総合文化祭」を開催。フェスティバル事業、分野別事業(生活文化、舞台芸術、文芸分野)、企画公募事業、高等学校総合文化祭 など40の主催事業を実施。	感染対策を徹底の上、オープニングイベントと位置付けて開催した総合フェスティバルでは、アーティストを招き、高校生など若者との共演により、質の高い芸術文化と若い力が融合した舞台を演出したほか、県民からの企画提案に基づく協働事業を実施するなど、内容の充実に努め、参加団体や来場者から高い評価を得ることができた。 交付金を活用した高校生記者による情報発信プロジェクトでは、高校生目線での取材を通じて文化情報を発信することで、幅広い層の県民に文化の意義を広め、文化活動への参加意欲を高めるとともに、愛媛文化の担い手育成にもつなげることができた。	観光スポーツ文化部	文化振興課
86	8 四国へんろ世界文化遺産推進事業費	四国4県等で進める四国遍路の世界遺産登録について、県内外の機運醸成を図るため、ウォーキングイベントとして、札所調査報告会を開催する。	2月に第43番札所明石寺・大寶寺道ウォーキングを開催し、約50人が参加。世界遺産化に向けての取組や、四国遍路に関する札所や遍路道の歴史などについて説明することができた。	観光スポーツ文化部	まなび推進課
87	9 えひめ名建築発掘発信事業	県内に多数所在する優れた建築物を保存顕彰するとともに、観光資源化や地域振興を図るため、令和2年度末にデータベースを公開する。 1 検討委員会及びワーキンググループの開催 2 県内の近現代建築に関する現地調査の実施	以下により適切にデータベースを構築・公開することができた。 1 データベース掲載物件についての適切な評価軸を設定するため、多様な見識をもつ委員による検討委員会(2回)やワーキンググループ(年2回)を開催し、調査物件及び掲載物件が適切に選定された。 2 データベースの基本となる、近現代建築について元年度の調査結果を踏まえ、検討委員会の意見を踏まえた、24件の近現代建築に係る現地調査を実施した。	観光スポーツ文化部	まなび推進課

⑥スゴ技、すごモノを世界へ売り込む愛媛の営業推進事業 小計(11事業)

88	1 デジタルマーケティング県産品販売促進事業費	ECサイト「愛媛百貨店」を楽天市場内に設置してウェブでの販売への誘導と県産品の販売促進を支援するとともに、動画制作と配信により、県産品の認知を高め商談機会の創出等を図る。 ○ 動画制作(4本:水引、甘とろ豚、真珠、じゃこ天)	これまでの楽天市場での販売データに基づく出品商品等の工夫や広告配信等により、「愛媛百貨店」において約5.7億円を売上げたことに加え、多数の新規購入者を獲得できた。 また、動画については、約286万回再生されたことに加え、動画視聴者を県産品ポータルサイト「愛媛百貨選」に遷移させることで、県産品の魅力を訴求し、認知を高めることができた。	企画振興部	デジタルシフト推進課
89	2 四国4県連携販路開拓支援事業費	四国4県共同で東アジア地域を中心とした販路開拓支援や将来有望な国への新規販路開拓に取り組むなど、県内企業の海外販路開拓を支援する。 1 中国・ベトナム・ロサンゼルスでの販路開拓の実施 2 県産品の販路開拓サポートの実施 など	ベトナム、中国及び米国を対象に、各国・事業者等の状況に応じ、四国フェアやオンライン商談会、ECサイトを活用したプロモーション等を行い、県内企業58社が参加。県産品の海外販路開拓につながった。	経済労働部	産業政策課
90	3 海外経済交流推進事業費	中国や台湾、豪州等と企業ミッションの交流等を行い、協力関係の強化を図る。 ○ 台湾展示商談会への出展 など	アフターコロナを見据えて、将来の経済交流の拡大につなげるため、台湾展示商談会「TJコネクトフェア」に県ブースを出展し、県内企業の優れた製品の紹介や観光PRを実施するなど、現地関係者との関係維持・深化に取り組んだ。	経済労働部	産業政策課
91	4 ものづくり企業アジア販路拡大強化事業費	県内経済団体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、知事がトップセールスを行うなどして、これまで築いてきたネットワーク等を活用し、海外事業展開を目指す県内ものづくり企業の側面支援を実施する。 ○ トップセールスの継続的なフォローアップ	過去に経済交流ミッションを実施したベトナム、タイ、カンボジアを対象として、各国の現地企業等と県内企業とのweb型個別商談会を開催し、フォローアップを行った。 現地メーカーとの業務提携や成約に発展する等、海外事業展開を目指す県内ものづくり企業の側面支援を行うことができた。	経済労働部	産業政策課
92	5 松山港定期貨物航路振興事業費	松山港利用促進協議会を通じた荷主への助成等により、松山港を瀬戸内経済圏の貿易拠点として発展させる。 1 松山港利用促進協議会への支援 2 荷主及び船社企業へのインセンティブ	松山港のポートセールスを6社に対して行うとともに、荷主及び船社16社に補助金を交付することで、コロナ禍における松山港の取扱貨物量及び国際定期貨物航路の維持につながった。	経済労働部	産業政策課

令和2年度 地方創生推進交付金事業の自己評価について

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
93	6	東アジア等営業戦略強化事業費 国内の食品専門商社との連携による県産品の販路拡大と、シンガポールの職員駐在による県内企業の支援等を行う。 1 商流維持拡大事業 2 海外拠点活動の推進 など	中国、北米、豪州を対象に、オンライン商談会やバイヤーを招へいた県内企業視察、現地ECサイトの活用、現地販促代理店の設置等を行った結果、県産品の海外販路の維持・開拓につながった。	経済労働部	産業政策課
94	7	海外販路開拓企業連携促進事業費 輸出拡大を目指す複数事業者による連携を支援し、事業者主導でのスケールメリットを生かした海外販路開拓に変化させていくためのスタートアップ支援を行う。 ○ 事業者による連携を支援するための事業費補助	県内企業13者による「愛媛県海外販路開拓企業連携体」が設立され、事業者が自主的に輸出に取り組む体制が整った。	経済労働部	産業政策課
95	8	ものづくり技術営業推進事業費 愛媛ものづくり企業「スゴ技」データベースを活用して、優れた製品・技術を持つ県内企業の大型展示会への出展を支援したほか、大手企業とのマッチングを行うことにより、愛媛のものづくり力の知名度向上や理解促進を図る。 1 大型展示会への県ブース出展 2 大手企業とのビジネスマッチング など	大都市圏で開催される集客力の高い展示会への出展や、金融機関や産業支援機関との連携による大手企業とのマッチングにより、県内ものづくり企業の優れた技術力の知名度向上や、具体的な商談展開に繋げることができた。	経済労働部	産業政策課
96	9	戦略的ビジネスマッチング支援事業費 コーディネータによる県内外の企業とのビジネスマッチングを行うとともに、県内企業の新商品の販路拡大を支援する。 1 愛媛ものづくり企業「スゴ技」データベースの追加及び運営管理 2 ものづくり企業連携コーディネータの設置 など	スゴ技データベースや、各支援機関の経験豊富なコーディネータノウハウを活用しながら、県内外企業とのビジネスマッチングを行い、新規成約獲得へ繋げることができた。	経済労働部	産業政策課
97	10	IT活用営業推進事業費 デジタルマーケティングの手法を活用した営業活動を推進し、更なる県産品ブランド認知拡大のためのポータルサイト「愛媛百貨選」の機能強化やEC分野での販売力向上のためのセミナーを開催する。 1 ポータルサイト「愛媛百貨選」の機能強化 2 EC分野における販売力向上セミナーの開催	1 コンテンツ拡充(商品追加、4記事追加、SNS連携)、バイヤーが検索に必要な情報(品質管理・主な販売先等)を追加し、ポータルサイトへの問合せ件数はR元年度比+55%となった。 2 「すご味」・「すごモノ」事業者等に対して、ECを通じた、販路拡大・販売促進のためのセミナーを開催(計4回、184社)した。	経済労働部	産業政策課(営業本部)
98	11	ジェトロ愛媛貿易情報センター等運営費 海外販路開拓アドバイザーを設置し、海外展開に関する商流の助言・支援を行う。 ○ 海外販路開拓アドバイザーの設置	海外販路開拓アドバイザーを設置したことで、県内企業30社に対する商流や市場情報の助言等のきめ細かい支援を行うことができ、県内企業の海外販路開拓につながった。	経済労働部	産業政策課

⑦県内企業の魅力発信と雇用マッチングの促進による若者の定着実現化事業 小計(15事業)

99	1	私立専門学校生県内定着促進事業費 専修学校の職業実践専門課程において、県内企業と連携するなどして、県内就職・定着を促進するために取り組む各種事業を支援することで、地域産業の発展に貢献する中核的専門人材の育成強化と県内での就職・定着の底上げを図る。 ○ 補助上限額：1学科当たり500千円(500千円×7学科)	職業実践専門課程の認定を受けた学科を設置する専門学校が、生徒の県内定着促進のために取り組む事業に要する経費への補助を行った。 申請があった学科の県内就職率は51.15%から62.45%へ増加した。	総務部	私学文書課
100	2	雇用・移住マッチング促進事業費(細事項2) 県外の移住希望者と県内事業者とのマッチング促進により、東京圏からの移住を促進し、県内人口の増加を図る。 1 求人・移住総合情報サイト「あのこの愛媛」の運営 2 県内事業者におけるマッチング支援 3 移住者に対する移住支援金の給付 など	マッチングサイトである「あのこの愛媛」においては、県外求職者に対するピンポイント広告や求人掲載企業に対するセミナー開催などを通じて情報発信を行い、令和2年度のアクセス数が約29万件、求人求職マッチング数が約2,700件となるなど、雇用と移住のマッチング促進に寄与した。	企画振興部	地域政策課
101	3	公共交通人材確保緊急対策事業費 若年者や県外求職者等を対象とした公共交通等の人材確保や業界への理解促進に取り組む、地域の基盤産業である運輸業の振興を図る。 1 公共交通等の人材確保事業 2 運輸業の理解促進事業	慢性的な人材不足となっている公共交通や物流を担う運転手や船員の人材確保や運輸業への理解促進、運輸事業者の人材獲得能力の向上のため、①運輸事業現地説明会、②運輸の業種・職種を理解を促進するための冊子の増刷・配布、③人材獲得・採用に係る実践研修会を実施した。 現地説明会にタクシー事業者を追加し、実践研修会を西条市でも行うなど、より一層、運輸業界への理解促進と業界の人材獲得能力の向上が図られた。	企画振興部	地域政策課
102	4	仕事と家庭の両立支援促進事業費 企業の認証や働き方改革のワンストップ支援拠点の開設・運営を通じて仕事と家庭生活の両立支援等、企業における働き方改革の促進を図る。 1 えひめ子育て応援企業の認証 2 愛媛県働き方改革包括支援プラザの運営 など	R2年度はえひめ仕事と家庭の両立応援企業6社、えひめ仕事と家庭の両立応援ゴールド企業7社を新規認証し、順調に認証制度の普及拡大が進んでいる。 また、愛媛労働局と連携して企業の働き方改革のワンストップ拠点「働ナビえひめ」を開設し、396件の相談に対応するとともに、延べ323回の企業訪問を実施した。	経済労働部	労政雇用課
103	5	就職氷河期世代能力開発支援事業費 年齢や経歴に自信がない、非正規雇用等の不安定な就労状態にある就職氷河期世代に対し、能力開発に向けた意識啓発を図った上で、県の実施する公共職業訓練に誘導することで、技能・技術を習得させ、スキルアップと安定就労につなげる。 1 能力開発意欲を喚起するセミナーの開催 2 職業訓練施設等の見学ツアーの実施 など	セミナーの参加者は86名に対し、講師である就職氷河期世代のタレント山田ルイ53世が自身の引きこもり経験談を交え、意欲を持ってスキルを磨くことが就職に繋がる一番の近道であること等を伝えることで、参加者の意欲喚起につなげた。 また、職業訓練施設等の見学ツアー(3回)には、計13名が参加し、実際の職業訓練風景や稼働中の工場見学を行うとともに、訓練生や修了生との交流を図った。 これらを通じ、1名の公共職業訓練校への入校、1名の就職(非正規)につなげることができた。	経済労働部	労政雇用課
104	6	若年人材育成推進事業費 「ジョブカフェ愛work」において、就職から職場定着に至るまでの職業相談や各種就職支援セミナー等を実施するとともに、併設する「ふるさと愛媛Uターンセンター」において、Uターン就職希望者等に対するきめ細かな支援を行う。 1 若年者就職支援事業 2 ふるさと愛媛Uターンセンターによる支援 など	1年間で、ジョブカフェ愛workを延べ18,423名、ふるさと愛媛Uターンセンターを延べ323名がそれぞれ利用し、計1,250名(うち学生899名)が就職決定に至っており、学生・未就職者・保護者・在職者・教育機関と幅広く利用され、一定の成果が出ている。	経済労働部	産業人材課
105	7	中小企業人材確保支援強化事業費 中高生への県内企業の魅力の発信やキャリア教育授業により、地元就職に向けた意識の醸成を図るほか、県外学生の県内企業へのインターンシップ促進やマッチング機会創出により、県内企業のUターン人材獲得を支援する。 1 中高生向けスゴ技企業等紹介冊子の作成 2 企業向け育成・定着アドバイスの実施 3 Uターン人材獲得支援 など	スゴ技企業等紹介冊子を8,500部作成し、県内全中学・高校へ配布したほか、県内企業17社を訪問し、人材の育成・定着に向けたアドバイスをを行った。 また、県内企業22社のインターンシップ受け入れ環境を構築し、学生12名が参加したほか、企業と学生との交流会には企業20社・学生39名が参加した。	経済労働部	産業人材課

令和2年度 地方創生推進交付金事業の自己評価について

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
106	8	Uターン人材等職業相談県外窓口設置事業費 東京・大阪の2大都市圏に「ふるさと愛媛Uターンセンター」の窓口を設置し、Uターン就職希望者等に対するきめ細かな支援体制の整備を図る。 1 職業相談・職業紹介窓口の設置 2 Uターン就職セミナーの開催 など	県外のUターン希望者を対象とするため、東京及び大阪に県外窓口を設置し、利用者の利便性向上や個々へのきめ細やかな支援の結果、554件の相談実績があり、一定の場所で継続して支援することで成果が出ている。	経済労働部	産業人材課
107	9	愛媛グローバル・フロンティア事業費(細事項1(2)、2) 県内外からチャレンジ精神にあふれ、意欲のある人材を積極的に呼び込み、地域経済の新たな担い手として創業を支援し、定着・成長を図る。 1 えひめ創業サポート強化事業 2 EGFアワード2020-2021開催事業	本県での創業をサポートする専門家を創業クリエイターとして東京に配置するとともに、EGFアワード2020-2021を開催したところ、94件の応募があり、そのうち24件が法人を設立又は個人開業した。	経済労働部	産業創出課
108	10	えひめジョブチャレンジU-15事業費 進路について考え始める中学生段階において5日間の充実した職場体験学習を実施し、生徒のコミュニケーション能力や忍耐力、適切な勤労観や職業観を育むとともに、地元企業のよさや地元で働くことの魅力を伝える。 1 職場体験学習 2 「地域を超えて、愛媛を知ろう!愛媛の魅力新発見プロジェクト」 など	令和2年度は、コロナの影響により、各学校の実態に応じて、時期や日数の変更、実施方法等を見直して実施し、公立中学校(中等教育学校前期課程を含む)124校の10,553人が、代替活動を含めて職場体験学習を実施した。 また、地元だけでなく、広く県内に視野を広げて企業等の見学をする「地域を超えて、愛媛を知ろう!愛媛の魅力新発見プロジェクト」を実施し、公立中学校11校が参加した。県内産業や企業等のよさを再認識するとともに、地元就職の魅力を感じる機会につながった。	教育委員会	義務教育課
109	11	高校生キャリア教育推進事業費 インターンシップやビジネスマナー講座、企業説明会・職場見学会等を実施し、全ての県立高校生を対象にキャリア教育の充実を図るとともに、教職員の共通理解を図るためキャリア教育推進委員会を設置し、「キャリア・パスポート」を活用することで、社会への接続を考慮した組織的かつ計画的なキャリア教育の推進に努める。	令和2年度は、全ての県立高等学校全日制で各校の実情に応じて、「キャリア・パスポート」を活用することができた。新型コロナウイルス感染症の影響により、インターンシップを体験した生徒の割合は、11.8%にとどまった。県立高等学校の就職内定率は、99.5%と高水準であった。	教育委員会	高校教育課
110	12	えひめ次世代マイスター育成事業費 農業、工業、商業、水産の各分野において、地域や産業界と連携した実践的な取組を通して、地域産業を支える専門的職業人を育成する。	実技指導や講演会、関連企業等での体験研修を実施したことで、県内企業への理解を深めることができた。また、専門分野の企業に就職した生徒の割合が、73.0%と高い水準であった。	教育委員会	高校教育課
111	13	魅力ある学校づくり推進事業費 生徒にとってよりよい教育環境を実現するとともに、県立高校等が、社会を支える人材の育成拠点、地域活性化の核としての役割を果たせるよう、「県立学校振興計画の策定」及び「県立学校の魅力化推進」に取り組む。	本校・分校(モデル校4校)の生徒交流を活発化し、生徒の学校への帰属意識を高め、学校の魅力化を図ることを目的として、ICTの活用による遠隔授業の在り方や、学校間バスの運行による生徒交流の在り方について研究した。	教育委員会	高校教育課
112	14	えひめスーパーハイスクールコンソーシアム開催事業費 各事業指定校による成果発表や県立高校等の先進的な教育活動の報告及び意見交換等を通して、研究成果の普及と深化を図るとともに、主体的に学び地域課題の解決に取り組もうとする気運を醸成する。	コロナ禍により、事業計画を変更し、オンラインで開催した。当初の計画通りの人数の参加(96.3%)を得ることができ、事業目的もほぼ達成(愛媛への愛着を持つ生徒の割合96.0%)することができた。	教育委員会	高校教育課
113	15	キャリア教育・就労支援充実事業費 特別支援学校で学ぶ子供の自立と社会参加を推進するため、地域・関係機関と連携した早期からのキャリア教育や産業界と連携した職業に関する指導等を実施する。 1 特別支援学校キャリア教育推進連絡協議会 2 早期からのキャリア教育充実事業 3 愛顔のえひめ特別支援学校技能検定 4 就労支援事業	1 各県立特別支援学校において、特別支援学校キャリア教育推進連絡協議会を2回実施し、関係機関との連携協力体制の充実が図られた。 2 企業や地域の商店等関係者を延べ41名招へいし、キャリアガイド教室を実施した。児童生徒の発達段階に応じたキャリア教育の充実が図られた。 3 県検定を1回、地区検定を3回開催した。県検定受検者122名のうち、19名が1級を取得した。 4 県立特別支援学校に就労支援コーディネーターを3名配置し、現場実習先、就労先の拡大に努めた。進学・就職希望達成度は97.7%と高い水準であった。	教育委員会	特別支援教育課
⑧町家・古民家等の歴史的資源を活用した観光産業の確立推進事業 小計(1事業)					
107-1	1	愛媛グローバル・フロンティア事業費(細事項1(1)) 県内外からチャレンジ精神にあふれ、意欲のある人材を積極的に呼び込み、地域経済の新たな担い手として創業を支援し、定着・成長を図る。 1 えひめ創業サポート強化事業 2 EGFアワード2020-2021開催事業	本県での創業をサポートする専門家を創業クリエイターとして東京に配置するとともに、EGFアワード2020-2021を開催したところ、94件の応募があり、そのうち24件が法人を設立又は個人開業した。	経済労働部	産業創出課
⑨移住支援事業、マッチング支援事業、起業支援事業 小計(2事業)					
100-1	1	雇用・移住マッチング促進事業費(細事項1・3) 県外の移住希望者と県内事業者とのマッチング促進により、東京圏からの移住を促進し、県内人口の増加を図る。 1 求人・移住総合情報サイト「あのこの愛媛」の運営 2 県内事業者におけるマッチング支援 3 移住者に対する移住支援金の給付 など	マッチングサイトである「あのこの愛媛」においては、県外求職者に対するピンポイント広告や求人掲載企業に対するセミナー開催などを通じて情報発信を行い、令和2年度のアクセス数が約29万件、求人求職マッチング数が約2,700件となるなど、雇用と移住のマッチング促進に寄与した。引き続き、県内市町や商工団体等とも連携し、求職者と求人情報の掘り起こし強化を図り、地域経済の活性化を図った。	企画振興部	地域政策課
114	2	愛媛グローバルビジネス創出・加速化支援事業費 地域課題解決型創業を創出するため、ビジネスプランを早期に事業化させるための経費の補助等を行い、企業の成長スピードの加速化を図る。 1 愛媛グローバルビジネス創出支援事業費補助金 2 情報発信サイトの構築	(公財)えひめ産業振興財団を通じて、地域資源を活用し地域課題を解決するビジネスプランにより起業する者に対し、起業支援金を交付するとともに、伴走支援を実施した結果、18件の法人が設立された。	経済労働部	産業創出課
⑩Society5.0社会を見据えた未来技術活用推進事業 小計(3事業)					
115	1	デジタル総合戦略推進事業費 急速に進展するデジタル技術を地域課題の解決に活用するため、デジタル総合戦略を策定するとともに、専門的知見を有する外部人材を活用した施策向上を推進する。 1 デジタル総合戦略の策定 2 デジタルコーディネーターの設置(3人)	デジタル総合戦略本部を設置し、本県デジタル施策の指針となる総合戦略を策定。行政・暮らし・産業の3分野における18の将来ビジョンと、DXを推進するための81の具体的な方策を盛り込んだ。また、県と市町が協働してデジタル技術を効果的に活用し、誰ひとり取り残さないDXに取り組むため、県・市町DX協働宣言を実施した。 外部人材をデジタルコーディネーターとして配置し、行政効率化、保健福祉、教育の分野で先駆的なデジタル施策の具体化を図った。	企画振興部	デジタルシフト推進課
116	2	リアルタイム農業普及指導ネットワーク構築事業費 農業の生産現場で技術指導をしている普及指導員等と、県下の農業指導機関(農業革新支援センター、農林水産研究所、果樹研究所、防除所)等を、高画質な4K動画映像やマルチ視点映像等で結び、複数の専門家の助言に基づいた高いレベルの農作物診断がリアルタイムで行える生産支援システムを、実際の農業普及指導員による生産指導活動を通して開発、実用化する。	運用に要するネットワークサーバーシステムを構築するとともに、各普及指導機関、病虫害防除所、農林水産研究所等に端末機器を配備し、各機関で高画質映像の送受信やデータベースの登録ができる通信基盤を整えた。また、専用アプリを開発し、各普及指導員が現場からスマートフォンで高画質映像の送受信等ができる環境を整えた。	農林水産部	農産園芸課
117	3	家畜生体情報高度利用技術確立試験費 現場ニーズが高い家畜生体情報の高度利用技術確立に向けたノウハウを蓄積し、将来のスマート畜産推進ネットワークへの技術支援体制を畜産研究センターに構築する。 ○ 牛生体情報高度利用技術の確立	畜産研究センターにおいて、飼養している乳牛から家畜生体情報を収集するための機器を整備し、その高度利用技術確立に向けたデータ収集等に着手した。	農林水産部	畜産課

令和2年度 地方創生推進交付金事業の自己評価について

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)	
⑪えひめのものづくり「次のスゴ技・すごモノ」開発推進事業 小計(11事業)						
118	1	若年者ものづくり競技大会選手強化事業費	愛媛県職業能力開発協会が実施する「第16回若年者ものづくり競技大会」選手候補者の強化訓練に要する経費を補助する。 1 競技練習 2 優れた指導者の招へい	競技能力向上のため、訓練指導13回(参加者48名)、訓練用材料の支給 145回(参加者 459名)、練習試合31回(参加者88名)を行い、過去最多となる12競技職種、延べ15校、16名の参加が決定した。	経済労働部	労政雇用課
119	2	外国人材受入推進事業費	国内の生産年齢人口が減少し、人材の獲得競争が国内外で厳しくなる中、労働力を安定的に確保するため、外国人材の円滑な受入れを推進する。 1 愛媛県外国人材雇用・共生推進連絡協議会の設置 2 企業等向けセミナー、日本語能力向上研修等への支援	1 協議会を年2回(オンライン)で開催し、行政機関や各種団体等との情報共有を図った。 2 中小企業団体等が実施するセミナー(1回)、日本語能力向上研修(10回)の経費に対して補助を実施した。コロナ禍で外国人の出入国が難しい状況ではあるが、県内在住の外国人労働者への支援や受入環境の整備に努めた。	経済労働部	産業人材課
120	3	AI・IoT等デジタル技術活用推進事業費	えひめAI・IoT推進コンソーシアムにおいて、AI・IoT等を活用した課題解決の事例・知見の共有による普及啓発を行うとともに、ビッグデータの活用や技術的な課題・テーマに係る新技術の開発及び実証について、産学官共同研究やワーキンググループでの検証を実施。	企業や大学と連携し9件の共同研究を行った。 また、県内団体主催の普及啓発セミナー(2件)を共催して県内企業等のIoT等の普及啓発を推進したほか、デジタル技術を活用した地域課題解決のためアイデアソンを開催し、課題解決に係る新たな知見が得られた。	経済労働部	産業創出課
121	4	炭素繊維関連産業創出事業費	世界最大規模の炭素繊維生産拠点である東レ愛媛工場が立地している地域の強みを活かし、愛媛大学等と連携・役割分担しながら、県内企業による炭素繊維加工事業への参入・集積化を促進する。 1 炭素繊維加工事業への参入企業の発掘 2 高度な技術人材等の養成 3 技術開発支援	R2年度はCFRP(炭素繊維強化プラスチック)成形・加工実習を愛媛大学と企業等向けに実施。その結果、新たに9件が事業化に至り、7社が開発に着手するなどの成果が得られた。また、大学や企業との共同研究を2件実施し、これについても新たな知見が得られた。	経済労働部	産業創出課
122	5	愛媛セルロースナノファイバー関連産業創出事業費	H31年3月に策定した「愛媛CNF関連産業振興ビジョン」の基本戦略に従い、本県オリジナルの素材となる柑橘ナノファイバーの規格化やCNF技術の社会実装化に向けた複合化技術の確立など、本県独自の地域産業・資源を活用しながらCNF関連産業の活性化を図る。 1 柑橘ナノファイバーの規格化 2 CNFとの複合化技術の確立 3 専門家による個別事業支援	CNF技術セミナー、専門家による技術指導をそれぞれ1回ずつ開催し、技術セミナーでは県内企業8名の参加があった。 また、県内企業への個別指導は22回、累積58名に実施した。 研究開発については、愛媛大学や県内企業2社と共同研究を3件実施した。1件は、県が愛媛大学や産総研中国センター等と共同で研究してきた柑橘ナノファイバーの規格化に向け、評価手法の検討及び機能性発揮のメカニズム解明に取り組んだ。 また、共同研究企業と連携し、4件のPCT出願を実施した。	経済労働部	産業創出課
123	6	新成長ものづくり企業等総合支援事業費	県内における新事業・新産業の創出支援を一層効率的、効果的に行なうため、県内ものづくり企業等に対する技術開発に取り組むための支援により、新規性があり市場性・実現性の高い技術シーズやアイデアをもとに新事業にチャレンジする中小企業者等に対する支援を実施する。	募集の結果、AIやヘルスケアに関する技術開発費等、一般枠7件、小規模枠2件の申請があり、一次審査(書面審査)、二次審査(外部審査員による面接審査)の結果、6件を支援対象として決定した。 県内ものづくり企業の更なる技術力強化への支援とあわせて新製品開発の後押しを行った。	経済労働部	産業創出課
124	7	戦略的技術開発プロジェクト創出事業費	県内の技術シーズや強みを活かした先導技術プロジェクトの総合的な支援により、外部資金の取得を目指す。 1 プロデューサー活動費 2 戦略的技術開発プロジェクトのブラッシュアップ など	プロジェクトプロデューサーを中心に、外部資金獲得を目指す公設試、大学、企業等の支援を実施した結果、R2年度は21件の提案のうち10件が採択につながった。	経済労働部	産業創出課
125	8	機能性食品等開発支援事業費	県内企業における、機能性表示食品等ヘルスケア産業への参入を積極的に支援するため、以下の取組みを実施する。 1 機能性表示食品相談窓口 2 新規機能性成分の発掘 3 健康関連製品開発・販売支援	機能性表示食品制度に係る県内食品加工企業等からの評価・分析、商品開発、消費者庁への届出等の相談対応を外部専門家と連携して行った。その結果、令和2年度は5件(4件)の届出が受理され、6件の支援を継続している。	経済労働部	産業創出課
126	9	地場産品モダンインテリア参入事業費	新たな発想を取り入れたデザイン性の高い機能性に優れたモダンインテリアを開発するため、アイデアを具現化するための専門家を迎え、住宅関連商品の企画立案から試作品の開発などを総合的かつ一体的に支援する。	産業技術研究所を中心に地元企業8社と繊維、紙、窯業の3つの分科会を立ち上げ支援したところ、斬新なデザインの表札やテーブル、ランプシェードなど、6アイテム54点の商品を完成させた。	経済労働部	産業創出課
127	10	不織布タオル製造技術開発事業費	今治タオルの新たな展開の足かせとなっていた生産体制の効率化を実現させるため、織機を一元管理やタオルの不良品を判別できるシステム開発に向け取り組む。	令和2年度の取組みで、タオルの重量を計算することが可能となったことから、タオルの不良品が正確に判別できるよう、今後、更に開発に取り組んでいく。	経済労働部	産業創出課
128	11	えひめのクラフト新感性価値商品開発事業費	伝統的特産品産業の実需創出に繋げるため、工芸品の主力購買層である女性消費者目線を取り入れるとともに、展示販売会及びモニター意見聴取を通じて、ブラッシュアップを行い、現代人のニーズにマッチした商品開発を支援する。	本県指定の伝統的特産品「桜井漆器」において、商品開発会議を実施し、産地とデザイナーの協働でオリジナルブランド「Fondation」の立上げ、3商品を製作したほか、ブランドブックの作成及びSNSで情報発信を行った。 また、首都圏及び松山市において同ブランドの販売会及びモニター意見聴取を実施し、消費者の声を事業者へフィードバックすることにより、産地に新たな気づきを与えた。	経済労働部	産業政策課(営業本部)
⑫都会で働く仕事のプロをエヒメへ!プロフェッショナル人材還流事業 小計(1事業)						
129	1	プロフェッショナル人材戦略拠点運営事業費	県内中小企業に対し、新事業や新販路の開拓など「攻めの経営」や経営改善への意欲を喚起し、その実践をサポートするプロフェッショナル人材の活用を促進する。 ○ プロフェッショナル人材戦略拠点の運営・企画等	KPI(プロフェッショナル人材の成約件数)が28年度21件、29年度50件、30年度79件、令和元年度84件、2年度46件と順調に成果が上がっている。	経済労働部	産業人材課
合計 129予算事項(12事業)						