

令和5年度 デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ）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)					
1	米国等越境EC販路開拓支援事業費	EC市場で世界第2位のシェアを占める米国を主なターゲットとして、越境ECに取り組む県内事業者を支援し、県産品の販路開拓につなげる。	米国向け越境ECサイト上での商品販売に加えて、オンラインコンテンツを活用してBtoB向けのプロモーションを強化したことで、売上額が伸長した。	経済労働部	産業政策課
2	海外経済交流推進事業費	中国や東南アジアなどの経済交流協定締結先の地方政府を対象に、政府間及び企業間の交流を行い、協力関係の強化を図る。	コロナ後の経済交流の拡大に向け、オンラインを活用した交流促進や企業間の連携支援等に取り組み、更なる経済交流の促進、協力関係の強化を図った。	経済労働部	産業政策課
3	ものづくり企業アジア販路拡大強化事業費	県内企業の強みを活かしやすい国・地域において経済交流ミッションを通じたLocal to Localの取組みを推進し、周辺国・地域への展開に繋げることで県内企業の海外販路開拓を支援する。 1 インド経済交流ミッションの実施 2 ゴンタロ州との農水産分野における交流 3 訪問型ビジネスマッチング	インドにおける県内企業のビジネス機会の創出・拡大を後押しするため、70名を超える経済交流ミッション団を派遣し、現地政府との「経済協力に関する覚書」締結、インド南部の有力財閥グループに対するトップセールス等を行った。また、インドネシア地方政府との交流においては専門家等を派遣し現地調査の実施に加え、令和6～8年度にかけた取組みのロードマップを作成するとともに、ビジネスマッチングでは、インドネシア4社24件、ベトナム3社19件のマッチングを行い、県内企業の海外販路開拓を支援した。	経済労働部	産業政策課
4	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42社に対して行うとともに、荷主及び船社20社に補助金を交付することで、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
5	東アジア等活動拠点推進事業費	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	北米及び豪州を対象に、企業訪問型商談の実施や商談会の開催、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
6	ものづくり技術営業推進事業費	知事トップセールス等による大手企業とのマッチング機会を通じ、県内ものづくり企業の優れた技術力の知名度向上を図るとともに、販路拡大に取り組む県内企業を支援することで、地域経済の活性化を目指す。 1 スゴ技営業推進事業 2 大手企業へのトップセールスおよびビジネスマッチング 3 パーチャル展示会の開催	スゴ技営業推進事業では、4つの大型展示会への愛媛県ブース設置を通じ、合計23社が出展し、具体的な商談に繋げることができた。また、大手自動車メーカーとの個別商談会を開催（来場者112名）したほか、東京都大田区と連携し、大田区のものづくり企業3社が来県の上え県内企業への訪問・工場見学を実施した。パーチャル展示会では、リアルな大型展示会出展と連携したイベント等を行い、ハイブリッド型の販路開拓を実施することでビジネス機会を創出することができた。	経済労働部	産業政策課
7	「すご味」・「すごモノ」販売支援事業費(細事項①・③)	大規模展示会へ出展するとともに、当展示会と連動させたオンライン商談会を開催するほか、新規エリアでのフェア等の開催、県内企業でのカタログキャンペーン、県観光物産協会のECサイトでの販売など、多彩な商談機会を提供し、「すご味」・「すごモノ」データベース掲載事業者等の販路開拓・販路拡大を図る。	「すごモノ」事業者向けに首都圏で開催されたインターナショナルギフトショーに出展し、オンラインでの商談も実施した。また、新規エリアでのフェア等の開催、県内企業でのカタログキャンペーン、県観光物産協会のECサイトでの販売なども実施し、事業者の販路開拓・販路拡大を支援することができた。	経済労働部	産業政策課
8	戦略的ビジネスマッチング支援事業費	愛媛県ものづくり企業スゴ技データベースの構築や大型展示会への出展等による対外的な県内企業のPRを一過性のものとせずビジネスに直結させるため、各支援機関等のノウハウを活用したマッチング活動を展開する。 1 スゴ技データベースの管理運営 2 のものづくり企業連携コーディネータの設置	スゴ技データベースの適切な管理運営を行うとともに、選考委員会を経て採用となった6社・6技術のデータベースへの追加を行った。また、ものづくり企業連携コーディネーターを設置し、スゴ技企業等へのフォロー調査・マッチングを実施したほか、産業支援機関等と連携し、県内企業の新たなニーズおよび川下企業のシーズ情報を発信し、マッチングの幅を広げた。県内企業訪問等件数134件、川下企業訪問調査等実施件数34件、マッチング件数16件	経済労働部	産業政策課
9	ゼロト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8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
10	県内企業SDGs普及啓発事業費	持続可能な開発を目指すSDGsの必要性等を普及啓発することで県内企業等の取組みを促進するとともに、登録制度等を活用して、企業等が自らの活動を広く発信していくことで、県内企業等の経済活動の活性化を図る。 1 普及啓発セミナー等の開催 2 愛媛県SDGs推進企業登録制度の運用 3 えひめSDGsアワード(表彰制度)の開催 4 取組事例集の作成	7月にSDGs初級者を対象とした普及啓発セミナーを2回開催(約40の企業・団体等が参加)したほか、9月には積極的にSDGsに取り組んでいる企業を対象とした具体的な取組みを促進するためのワークショップを1回開催(14企業・団体等が参加)した。また、本県がR3年度に創設した「愛媛県SDGs推進企業制度」の登録企業(R6年3月末時点184社が登録)を対象に、優秀なSDGsの取組みを行っている5者を表彰したほか、各企業の取組事例を収録した事例集を作成するなど、県内企業のSDGsの普及啓発に取り組んだ。	経済労働部	産業政策課
11	デジタル営業加速化事業費	県産品の更なる市場開拓と購買需要の創出を図るため、県産品ポータルサイト「愛媛百貨選」を活用し、戦略的なデジタルマーケティングを展開するほか、国内ECモール最大手の楽天と共同展開している「愛媛百貨店」を軸に、販売経路のデジタルシフトを強化することで、愛媛ブランドのより一層の認知拡大とともに、取得データの分析結果を今後の営業活動を強化・補完するツールとして活用する。	「愛媛百貨店」における年4回の販促キャンペーンに加え、新たにネットスーパー運営企業と連携した販路拡大策のほか、EC購買データ等を活用した商品開発や、販促に特化した人材育成のためのセミナー開催等の実施により、事業者のEC分野における稼ぐ力の向上を支援することができた。	経済労働部	産業政策課
②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(13事業)					
1	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「あのこの愛媛」においては、県外求職者への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5年度のアクセス数が約21万件(うち東京圏29.6%)、求人求職マッチング数が2,000件を超えるなど、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
2	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18,513名、ふるさと愛媛Uターンセンターを延べ88名がそれぞれ利用し、計1,321名(うち学生735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
3	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、1027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

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
4	えひめジョブチャレンジU-15事業費	中学生が5日間の密度の濃い職場体験学習を通して、地域の産業や企業等のよさ、地元で働く魅力を実感するとともに、小学校におけるキャリア教育を充実させ、中学校と円滑に接続・連携することにより、県内全ての小・中学生が県内の産業や企業等を知って誇りを持ち、県内で働きたいという意欲を喚起するなど、将来の愛媛県を支える人材の育成を図る。 1 職場体験学習 2 「地域を越えて、愛媛を知ろう!愛媛の魅力新発見プロジェクト」 3 企業の魅力発信動画の制作・公開 4 プレジョブチャレ「夢わくWork(わくわく)フェスタ」など	令和5年度は、公立中学校(中等教育学校前期課程を含む)127校の10,598人が、職場体験学習を実施するとともに、地元だけでなく、広く県内に視野を広げて事業所等の見学をする「地域を越えて、愛媛を知ろう!愛媛の魅力新発見プロジェクト」に13校が参加し、県内産業や事業所等のよさを再認識し、地元就職の魅力を感じる機会を持たせることができた。 また、生徒の職場体験学習を受け入れた30事業所等の職場の魅力を紹介する動画を制作し、Web上で公開することにより、本事業の意義を県内に周知するとともに地元産業の魅力を発信することができた。 さらに、小学6年生を対象に、プレジョブチャレ「夢わくWork(わくわく)フェスタ」を実施し、小学生に愛媛の仕事の魅力を実感させ、中学校でのジョブチャレへの期待を膨らませることができた。	教育委員会	義務教育課
5	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 就労支援充実事業	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71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2回、地区検定を3回開催した。県検定受検者271名のうち、48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100%を達成した。	教育委員会	特別支援教育課
6	中小企業経営基盤強化事業費	中小企業の事業承継への取組みを支援することにより、県内中小企業の持続的発展を図る。 1 事業承継支援事業 2 事業承継支援加速化事業	前向きに事業承継への準備を進める事業者9社に補助金を交付することで、事業承継を促進するとともに、事業承継診断のデジタル化や、商工団体と連携し、概ね60歳以上の中小企業者に対する事業承継診断を750件、事業承継の個別相談対応を110件実施することで、事業承継対策の潜在的な支援ニーズの掘り起こしに努めた。	経済労働部	経営支援課
7	高校生キャリアプランニング推進事業費	インターンシップや人材育成講座を通して、将来、地域で活躍する姿を生徒自身に描かせることで、生徒一人一人の進学・就職に向けた主体的なキャリアプランニングを推進する。また、「キャリア・パスポート」の活用を充実させ、自己実現に向けたPDCAサイクルを確立し、主体的に自己の将来を見通したキャリアプランを設計する生徒の育成を図る。さらに、新規卒業就職者に対して、卒業後のフォローを行うことで離職率の低減を図る。	令和6年3月末の就職内定率は98.9%と高く、就職内定者のうち、県内に就職した者の割合は、81.0%と高い水準であった。また、県立高等学校全日制及び県立中等教育学校卒業後の1年以内の離職率10.1%(令和4年度卒)であった。 主な取組としては、「キャリア・パスポート」の作成、インターンシップの実施、大学等体験学習の実施、人材育成講座の実施、企業説明会、職場見学実施、教員等による新卒者の就職先訪問を行った。	教育委員会	高校教育課
8	えひめ未来マイスター育成事業費	農業、工業、商業、水産、家庭、福祉の各分野において、地域や産業界と連携した実践的な取組を通して、各専門分野の卓越した技術・技能を身に付けるとともに、県内企業への理解を深めることで、将来、地域産業を支える専門的職業人を育成する取組を実施する。	新型コロナウイルス感染症の余波やインフルエンザの流行の影響で実技指導や講演会などを中止せざるをえない学校が一部であったものの、各学校で事業目的を達成できるよう取り組んだ。本事業受講者の就職者のうち、県内就職者割合は79%、「専門分野の企業に就職した生徒の割合」は75.4%で、地域産業を支える人材が育成されており、一定の成果が出ている。	教育委員会	高校教育課
9	私立専門学校生県内就職支援事業費	人口減少による労働力人口の減少を防止、県内産業の活性化を図るため、私立専門学校が、県内企業等と連携して生徒の職業上に必要な実践的かつ専門的な能力を育成し、県内就職率の向上に取り組む事業を支援する。 支援対象校:職業実践専門課程の認定を受けた学科を設置する私立専門学校	4月1日時点での県内就職率は、当事業で支援した5校8学科では前年度比4ポイント増(62.4%⇒66.4%)と向上し、重点支援分野と位置付けた県内就職率の低い工業分野や理美容など衛星分野における卒業生の県内定着の促進に一定の成果が得られている。	総務部	私学文書課
10	ソーシャルチャレンジ for High School事業費	全ての生徒が地域課題とその解決策について学習する。また、生徒が考えたアイデアを基に、地元大学や企業等、地域と連携・協働しながら、SDGsへの取組や地方創生等の現代社会の課題解決に向けた活動を実施する。 また、各学校において、高校生の目線で、愛媛で暮らすことや、働くことの意義を再発見し、地域の魅力を発信するPR動画を作成する。	地元企業と連携した商品開発したり、地元で活躍する企業を取材し、PR動画を作成したりする中で、地元企業への理解の深まりや、地域の課題解決に自ら取り組みたいと感じる機運が高まった。また、本課独自のアンケート調査において、「県内企業を1社以上、事業内容まで知っている生徒」の割合は、昨年度の46.2%(IRCの調査結果)から84.0%となるなど、良好な結果がみられた。	教育委員会	高校教育課
11	中核産業人材確保奨学金返還支援事業費	県内産業を支える中核人材となる学生の県内定着及びU・J・ターンの就職を促進するため、応募企業が登録企業に一定期間就業した場合に登録企業と共同して奨学金の返還に対する支援を行う。 1 奨学金返還に対する補助 2 周知広報活動	積極的な周知広報活動の結果、制度に賛同する企業は年々増加しており、登録企業に85人が就職するなど、県内産業を支える中核人材となる学生の県内定着及びU・J・ターンの促進につながっており、成果が出ている。	経済労働部	産業人材課
12	デジタル人材育成・確保推進事業費	デジタル人材の育成・確保に係る取組み等を総合的に発信するポータルサイトを設置・運営し、デジタル人材の育成・確保を推進する。	県の各種支援施策や県内企業のインタビュー記事などのコンテンツを情報発信し、令和5年度のアクセス数が約12万件を超え、デジタル人材の育成・確保の推進に寄与した。	経済労働部	産業人材課
13	県立学校振興計画推進事業費	令和5年3月に策定した県立学校振興計画の具体化に向け、「地域に愛され、誇れる学校づくり」を着実に推進するため、準備委員会の設置により、統合・改編後の学校の在り方を検討するとともに、振興計画の3本柱である「多彩で魅力的な選択肢の提供」「職業・学科横断的学習の展開」「進学指導の充実」の実現に向けた取組を実施する。 1 準備委員会の設置 2 「振興計画の3本柱」の実現に向けた取組み ○多彩で魅力的な選択肢の提供 ○職業・学科横断的学習の展開 ○進学指導の充実	1 準備委員会の設置 ○教育活動・学校生活における基本的な考え方である「学校コンセプト」など、学校の教育方針を取りまとめた。 ○振興計画において仮称となっていた6校の校名について、各準備委員会で1つに絞り込み、教育委員会定例会において議案を議決した。 2 「振興計画の3本柱」の実現に向けた取組み ○新学科・コースについて、大学等と連携し、助言をいただきながらカリキュラム開発に取り組むことができた。 ○学科を超えた生徒・教員の更なるコミュニケーション活性化を図ることで、職業・学科横断型の授業、総合選択科目の設定等の現状と課題について、連携している大学・企業・行政といった様々な立場の方と共有し、モデル構築に取り組むことができた。 ○研究室・企業訪問や外部講師の講演といった進路行事により、総合型選抜や学校推薦型選抜に挑戦しようとするなど、受験に前向きに取り組む生徒が増えた。	教育委員会	高校教育課

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
③Society5.0社会を見据えた未来技術活用推進事業 小計(7事業)					
1	デジタルトランスフォーメーション推進事業費	最新のデジタル技術や動向を熟知した外部人材(デジタルコーディネーター)を設置し、先進的なデジタル施策の具体化につなげ、県政のDXを推進する。 継続：営業、観光振興、健康増進、教育 新規：デジタル人材育成、農業	新たに2分野に副業・兼業で外部人材を招へいし、6分野において知識と経験に基づくアドバイスを受けることで、先進的なデジタル施策の具体化を図った。 ＜主な取組み＞ 営業：個別相談会により事業者ごとにきめ細かく支援し、県内事業者の稼ぐ力(EO分野)を向上 観光振興：観光客の動向を分析する「観光データ分析ダッシュボード」の設計を支援し、旅行者の県内周遊促進・滞在時間増加策を検討 保健福祉：スマートヘルスケア事業推進のため、県導入アプリの利用分析・広報の多用化を行い、他県を上回る登録者を獲得 教育：業者との協議や企画提案審査会に同席のうえ、専門的な助言を行い、県独自のCBIシステム導入検討を支援 デジタル人材育成：県内大学のデジタル系新学部の設置等に関する連携を支援し、各学校と協定締結 農業：農業用水路等の維持管理や農業土木・畜産施設等の情報共有のための仕組みを構築	企画振興部	デジタルソフト推進課
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、果樹研究センター、病害虫防除所)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、実際の農業者が行う生産活動及び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。	実際に少数の農業者をモニター利用者としてシステムの試験運用を行い、運用上の課題を抽出し、運用方法について検討するとともに、本格運用開始に向けて電波が届きにくい場所においても利用できる機能の追加、改修を行った。	農林水産部	農産園芸課
3	家畜生体情報高度利用技術確立事業費	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 ○ 愛媛甘とろ豚AI体重測定技術の開発	家畜生体情報の高度利用に向け、畜産研究センターの飼養乳牛から家畜生体情報の収集を行うとともに、愛媛甘とろ豚のAI体重測定に必要な実測データ等の収集を行い、以下の結果を得た。 ○IoTを活用し乳牛の行動情報を収集、分析することで繁殖管理を大きく改善することができる。 ○愛媛甘とろ豚に対応するために必要な補正を行うことで、既存のAI体重測定技術を応用利用可能であり、体重測定の作業時間が半減することが判明した。	農林水産部	畜産課
4	5G活用イノベーション創出事業費	5G製品の研究開発等を支援することにより、県内企業による5Gを活用した技術開発を促進する。 1 スマート工場実証 2 技術開発支援	県内食品加工企業の工場内において、AIを用いた品質・製造管理システム等に係る実用性評価及び、社内データの共有サーバーを5Gに接続することによるデータの一元化について検証を行った。 技術開発支援については、県内企業3社と共同研究を3件実施し、うち1社において製品化につながった。	経済労働部	産業創出課
5	乳用牛生涯乳量向上対策事業費	生涯を通じた生乳生産量の向上を図るため、公共牧場等を活用して哺乳・哺育・育成期の管理強化やIoT機器を活用した繁殖管理を行うとともに、発情監視システム等スマート農業の導入を推進し、本県酪農生産基盤の維持・強化を図る。 1 初産分娩年齢早期化支援事業 2 酪農スマート農業導入支援事業	公共牧場等を活用して子牛育成期の管理強化し、15ヶ月以内に初回人工授精を実施した289頭に対して支援するとともに、ドローンを活用した放牧牛の発情監視システムの開発するため、画像データの収集し、特定条件下であるが、牛及び発情をAI画像認識により、高い精度で検出することができた。 また、本県の酪農スマート農業を推進するため、県酪農スマート農業推進協議会(事務局：県酪連)に委託し、スマート機器の短期レンタル、視察・研修会や補助事業を活用した導入支援を実施した。	農林水産部	畜産課
6	えひめ型酪農技術体系確立事業費	酪農経営の省力化に資するロボット搾乳の普及促進に向けた乳牛飼養技術の確立やスマート酪農の実装に必要な技術開発等により高収益化と省力化を可能とする「えひめ型酪農システム」の確立を目指す。 1 多回搾乳による乳生産向上効果の検証 2 ロボット搾乳に適合した飼料給与技術の確立 3 えひめ型酪農システムの開発	高収益化と省力化を可能とする「えひめ型酪農システム」の確立に向けて、必要な技術の開発に着手し、多回搾乳(1日2回→3回)により乳量が約10%増加すること、また、多回搾乳時には分離給与よりも混合飼料を活用した方が効果が高いことが判明した。	農林水産部	畜産課
7	愛媛あかね和牛産地化支援事業費	和牛の肉質や肉量に影響を与える遺伝形質を評価する技術を活用した品質改善等の取組みから、より愛媛あかね和牛に適した子牛生産体制への転換を促し、更なる産地化とブランド力強化を図る。 1 あかね和牛子牛の高品質化対策 2 あかね和牛肉脂質向上対策	4団体(17者、210頭)に対し、遺伝形質の評価を活用した子牛の品質改善等の取組みを支援し、あかね和牛の子牛生産体制の向上に寄与した。	農林水産部	畜産課
④えひめのものづくり「次のスコテ」次世代モノ開発推進事業 小計(13事業)					
1	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激しくなる中、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 3 送出国との連携強化	1 協議会を年1回開催し、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(3回)、日本語能力向上研修等(100回)の経費に対して補助を実施し、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。 3 インドの公的機関等を訪問し、関係強化に努めた。	経済労働部	産業人材課
2	産学官連携推進事業費	地域経済の活性化を図るために、産のニーズ、産業技術研究所及び大学のシーズをマッチングさせるための産学官連携システムを構築し、産学官が一体となり、研究開発と事業化を継続的に実施するとともに、外部資金を効率的に獲得出来るよう、技術プロジェクトの育成を総合的に支援する体制を強化する。	地域の技術ポテンシャルを活かした研究開発の取組方策について検討し、個別のプロジェクト毎に指導・助言を受けながら的確なブラッシュアップを図るため、累計4名の専門家によるブラッシュアップ協議会を2回実施した。 また、技術シーズの発掘から、プロジェクトの育成を支援する専任のプロデューサーを1名設置し、7件の競争的資金への申請を支援した。	経済労働部	産業創出課
3	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 最新のニーズやシーズを把握する勉強会	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。 令和5年度は4件(3社)の届出が受理され、9件の支援を継続している。	経済労働部	産業創出課
4	ものづくり企業デジタルソフト支援事業費	製造現場のデジタル技術導入に知見を持つ専門家の現場診断により、効果的な改善ポイントを明確化した上で、県内ものづくり企業と、実用的なデジタル技術を有する県内IT企業等とのマッチングを推進し、製造業の生産性向上及びIT企業等の実需の創出を図る。	「工程分析・IoT分析」と「デジタル化の見える化」で、ものづくり企業が抱える製造に関わる課題を分析し、費用対効果の高いデジタル化のソリューション提供を支援したほか、開発コスト低減、高効率のIoT/FA機器開発を実現するものづくり企業とのマッチングを実施した。	経済労働部	産業政策課
5	ペット関連産業参入支援事業費	岡山理科大学獣医学部の持つ動物に関する知見やシーズを基に、食品・繊維・紙・金属加工分野等の県内ものづくり企業とのマッチングを図ることで産学官連携による効果的なペット関連用品の開発支援に取り組む。	令和5年度は、岡山理科大学獣医学部及び県内ものづくり企業と、犬用の外用剤や動物の手術器具など4つのテーマで共同研究を実施し、試作品の開発並びに、大学での実証試験を行った。	経済労働部	産業創出課
6	えひめAI・IoT推進コンソーシアム運営事業費	県内企業に対するAI・IoTの導入や、DXなど最先端デジタル技術の実装等を促すため、産学官が連携した組織であるえひめAI・IoT推進コンソーシアムを中心に、セミナー等を通じて普及啓発を行う。	普及啓発セミナー等を4回開催し、県内企業等から214名の参加があった。 セミナーでは、DXの推進方法や先行事例の横展開を行ったほか、DXに取り組む際に活用できる支援制度の紹介なども実施した。	経済労働部	産業創出課

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
7	愛媛セルロースナノファイバー関連技術社会実装事業費	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ブランド化 2 CNF技術の社会実装化 3 専門家による個別事業支援	CNF技術研修を1回、専門家による技術指導を2回開催し、技術研修では県内企業7名の参加があった。また、県内企業への個別指導を11回実施した。 研究開発については、愛媛大学や県内企業4社と共同研究を5件実施し、うち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ブランド化に向け、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。	経済労働部	産業創出課
8	新感覚クラフト産業活性化支援事業費	伝統産業である砥部焼や菊間瓦の付加価値を高め、更なる販路拡大を図るため、ワークショップや技術交流の開催を通じ、新たな技法やデザインの製品開発を支援する。 1 ブランドストーリーの構築 2 高付加価値化に向けた商品開発支援	ブランドストーリーの構築については、砥部焼の現状調査並びに、人気インフルエンサーによる砥部焼のPRを行った。 高付加価値化に向けた商品開発支援については、3窯元の商品開発支援と6窯元の販路開拓支援を実施し、新たな販路開拓につなげるため、首都圏で開催された大型展示会への出展した。	経済労働部	産業創出課
9	地場産品イノベーション支援事業費	伝統的産品に携わる事業者に対し、地場産品間の連携や機能性の付与といった新たな発想を取り入れながら、デザイン性が高く、機能性に優れた商品開発から販売支援までを行う。 1 アウトドア関連商品の開発支援 2 高吸水性タオル地の研究開発	県内事業者3社を選定してアウトドア分野での新商品開発支援を行い、各事業者との個別会議を累計7回、3社共同での会議を1回開催し、3件の商品化につながった。 また、アウトドア市場において高いニーズを有する高吸水性タオル地についての研究を行い、吸水性と柔らかさは従来の高吸水性タオルと同等の性能を担保したまま、製造コストの低減が可能となる糸の製造技術を確立した。	経済労働部	産業創出課
10	えひめ食品賞味期限延長技術開発事業費	県内企業が基幹技術を持つUV-LED技術及び超高温処理技術を用いて、賞味期限の延長に向けた技術開発を行い、持続可能な食品産業を創造し、愛媛の食品産業の活性化を図る。 1 UV-LED照射による殺菌技術の開発 2 高圧加工技術による殺菌技術の開発	岡山理科大学や愛媛大学、県内企業等で共同研究を実施し、これまでに得られた知見を基に、食品素材に応じたUV-LED照射条件の調整や、高圧加工による食品への影響に関する品質評価等を行った。	経済労働部	産業創出課
11	新技術開発プロジェクト創出支援事業費	県内の中小企業者が国内経済の先行きへの懸念やコロナ後の社会変化に柔軟に対応していくため、新製品やサービス開発につながるコアな技術開発を支援していくことにより、県内企業の競争優位性を確保し、県内経済の持続的な発展を図る。	県内の中小企業者が実施する5つの事業を採択し、新商品や新サービスの開発に向けた取り組みを支援した。	経済労働部	産業創出課
12	冷感紙技術開発創出事業費	ペーパーレス化の推進等により需要が減少傾向にある紙産業界において、新たな市場の開拓を目指し、製紙技術を活用した新規な紙素材「冷感紙」を開発することにより、昨今の温暖化の影響で成長市場と見込まれる冷感製品市場への紙製品の展開を図り、県内製紙業界を活性化するとともに、冷感紙を繊維状に加工し、衣類などの織物製品へ展開することで、繊維業界の活性化を図る。	触ると冷たい特殊な繊維と吸湿性を持つパルプ繊維を原料とし、冷たくて蒸れない「冷感紙」の開発や、紙系に冷感性を有する糸を加工した「冷感織物」の開発に取り組み、現行製品に比べ、冷感性1.5倍、吸水性4倍の冷感紙、並びに、冷感性1.3倍の冷感織物が試作できた。	経済労働部	産業創出課
13	技能向上対策事業費	全建総連全国青年技能競技大会が令和6年度に愛媛県で開催されることから、愛媛県職業能力開発協会が実施する選手強化事業に要する経費を補助することにより、優れた技術・技能を持つ後継者を確保・育成するとともに、県内におけるものづくり技能尊重機運を醸成する。 対象経費：外部講師による訓練指導経費、訓練用材料・消耗品経費	愛媛県職業能力開発協会が実施した以下の選手強化事業に要する経費に対して、補助を行い、令和6年度の本大会に向け、技術・技能の向上が図られた。 ・外部講師による訓練指導 10回 ・訓練用材料・消耗品等 10回(延べ28人)	経済労働部	労政雇用課
⑤まじめな愛媛の林業！魅力ある林業創生推進事業 小計(7事業)					
1	えひめ農林水産業魅力発信事業費	林業関連分野に関心のある女性の交流の場を創出し、相互の情報交換や林業の魅力発信を支援し、女性が林業関連分野へ就業する機運を醸成する。	森林・林業に関する勉強会を3回開催し、相互の情報交換や知識の習得に助んだ。また、チェーンソーの操作体験等による森林・林業をPRするための交流会を開催し、女性の林業関連分野への参入促進に繋がった。	農林水産部	農地・担い手対策室
2	林業担い手外国人受入れモデル事業費	林業における新たな担い手確保のため、外国人技能実習生に対する入国前の事前教育や入国後の講習に支援を行い、継続的に受け入れる体制を推進し、制度改正の早期実現を図る。	インドネシアから2名の技能実習生を受け入れ、林業分野における外国人技能実習制度の改正に向けて実績を積みこぎできた。 さらに、3月29日に制度改正の閣議決定がなされることとなり、制度改正の実現につながった。	農林水産部	林業政策課
3	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	韓国(8月)、ベトナム(11月)において現地展示会に出展し、愛媛県産材を積極的にPRしたことにより、新たな現地企業とつながりができ、新規の県産材輸出の可能性につながった。 県興と実績：239,380千円(R4)→296,065千円(R5)前年比165%	農林水産部	林業政策課
4	新たな森林管理システム担い手育成事業費	意向調査対象森林の選定を効率的に行うための森林GISによる森林情報の一元管理として航空レーザ計測データ等を活用した、路網利用区域、森林計画図及び森林簿、衛星画像データ、施業履歴の森林GISデータの整備を図る。	5市町の民有林約113,445haの森林情報に新たに整備した路網利用区域や施業履歴等の情報を追加することで、最新の森林情報に更新することができた。また、所有者が管理できない森林の管理・整備を市町が行う「新たな森林管理システム」を推進できるよう、最新の森林情報を提供した。	農林水産部	林業政策課
5	林業躍進プロジェクト推進事業費	えひめの森林・林業に対するイメージアップや理解促進、県民や企業の森づくり参画を促すため「えひめの森林・林業」ページを改修するとともに、県庁及び地方局に「森林・林業広報担当者」を配置したうえで、県職員が自ら動画を制作しながら様々な情報を発信する。	「まるかじり えひめ農林水産就業支援サイト」内の「えひめの森林・林業」ページを改修するとともに、「森林・林業広報担当者」が自ら作成した動画や新着記事を発信し、えひめの森林・林業に対するイメージアップや理解促進等を図った。	農林水産部	林業政策課
6	えひめ森林公園整備事業費	新たな林業関係者の創出に向けて、えひめ森林公園における森林体験イベント等の実施を通じて森とつながる機会の創出を図る。 (1) 森林婚活イベント (2) ESDプログラム及び研修会	森林を活用した婚活イベントを通じて、日頃森林に関わらない若者層20人に森とのふれあいや木のぬくもりを体感してもらった。 また、小学生71人を対象としたえひめ森林公園ESDプログラムを実施(2回)し、SDGsの目標達成に向けた教育を推進するとともに、指導者及び教員を対象とした研修会を通じて、森林・林業に関する知識と森とつながる機会の重要性について理解を深めた。	農林水産部	森林整備課
7	えひめ森林公園とべもりエリアイベント実施事業費	えひめの森林・林業に対するイメージアップや県民参加の森づくり活動を促進するため、森とのふれあい拠点であるえひめ森林公園を含む「とべもり+」HPやアプリを改修するとともに、各種SNSを活用して情報発信を図る。	「とべもり+」HPやアプリを改修し、えひめ森林公園から森とのふれあいに関する情報を発信するとともに、魅力発信動画を作成し、各種SNSで配信することで、森林に対するイメージアップと理解促進を図った。	農林水産部	森林整備課

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部署	担当課(室)
⑥食べてみとん愛顔になるけん！ニューノーマルに対応した愛媛の農林水産物のブランド化・販売促進事業 小計(21事業)					
1	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、適切な施策へ効果的に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 デジタルマーケティング基本戦略の普及・啓発 ・デジタルマーケティング専門部会等の運営 ・デジタルマーケティング相談窓口の運営 2 愛媛県DMP(データマネジメントプラットフォーム)の運用 ・統一的ルールに基づいたデータの蓄積と全庁横断的なデータ活用 ・専門事業者と連携したデジタル施策の効果向上 ・DMP運用のための全庁的なりテラシー向上 ・データに基づく成果分析、可視化スキームの構築	○各種会議、セミナー開催等を通じ、職員等のデジタルマーケティングリテラシーの向上を図るとともに、相談窓口において、専門事業者等と連携し、庁内へのデジタルマーケティング導入を支援した(52課室150案件)。 ○また、愛媛県版DMPにおいて、県の所有する105のウェブサイトで連携して得られたデータ(匿名加工された約1,650万ユーザーの年代、居住地等)を一元管理し、施策横断での活用を図るとともに、蓄積したデータをダッシュボード化(可視化)することで、全庁のデータに基づいた政策立案(EBPM)や広告配信の成果向上などを図った。	企画振興部	デジタルシフト推進課
2	戦略的情報発信プロジェクト推進事業費(細事項②の一部、④)	統一コンセプト「まじめ」によるグルメを切り口としたプロモーション展開により、愛媛県の認知度向上を図る。	愛媛の食の魅力を届けるため愛媛の飲食店や製品の情報を集約し、Instagramに掲載 【成果】 ・令和5年3月31日時点で4,395人のフォロワーを獲得することができた。	企画振興部	広報広聴課
3	海外販路拡大支援事業費	東アジア・東南アジアを中心とする新興国市場における成約重視の営業活動と、欧米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。 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 欧米での販路拡大に向けた営業活動	1 現地商社等とのネットワークを活用し、台湾では展示会への出展や個別商談を実施した(15事業者参加)ほか、中国では展示商談会を実施(2事業者参加)、韓国では愛媛フェアを開催(17事業者参加)。シンガポールでは大手小売業者と連携した柑橘フェアを開催した(1事業者参加)。 2 アメリカでは大手小売業者と連携したフェアを開催(62事業者参加)したほか、ハワイでは真珠フェアを開催した(1事業者参加)。	経済労働部	産業政策課
4	農商工ビジネス競争力強化事業費	地域資源を活用した加工食品の開発や販路開拓支援について、コロナ禍で生じた消費者ニーズの変化や食料安全・エネルギー安全保障リスクの顕在化により、新商品開発、大型展示会及びバイヤーとの交流によるマーケティング強化により、農商工ビジネスの競争力強化を加速化する。	農林漁業者や商工業者への情報提供のほか、支援ニーズの高い新商品開発の助成を実施した。販路開拓支援について、展示会実施後の事業者アンケート結果では、ほぼ全ての事業者が「満足・また参加したい」と回答し、高い評価を得た。また、商談の予約件数も昨年度より大幅に増加した。さらに、フェアにおいては、出店事業者数を増やしたことで1事業者あたりの売上はやや減少したが、全体売上では第1回、第2回とも4年度の売上から微増しており、一定の成果が出ている。	経済労働部	経営支援課
5	6次産業化活動支援事業費	○ウィズコロナ時代に対応した6次産業化商品のオンライン商談会による販路創出支援 ○6次産業化に取り組む農林漁業者の新商品開発や県外販路開拓活動に対する支援	○専門家による商品PR力の向上が図られた結果、オンライン商談会(2回、各7社)の取引成約等により販路拡大に寄与。 ○県内農林漁業者11事業者の新商品開発等の取組みを支援し、29品が商品化。	農林水産部	農政課
6	県産農林水産物輸出促進事業費	日本の人口が減少し、国内市場が縮小していく中、更なる輸出促進を図るため、アジアや欧米をターゲットに、かんきつを中心としたプロモーションを強化するとともに、検査条件等をクリアするための環境整備を支援することで、輸出の拡大を図る。	欧州向け河内晩柑(misho)のビジネススペースでの取引開始に加えて、ベトナム向け温州みかんの輸出実現、イギリスでの紅まどんなのプロモーション活動など、新たな市場開拓を積極的に推進したこと、台湾における残留農薬基準に適合する輸出園地の拡大を図るため、生産者に対する支援を強化した結果、新たに露地温州みかんや愛媛県試28号の輸出を実現できたことなどから、県間与かんきつ輸出量は、過去最高の169.3トンとなった。	農林水産部	食ブランドマーケティング課
7	地産地消促進事業費	児童・保護者対象としたダンスを取り入れた作付けや収穫などの農作業体験に加え、収穫した作物等を販売する収穫祭を開催するほか、生産者の商談力スキルアップセミナーや商談会の開催により、県内生産者と飲食店とのマッチング機会を創出するなど、地産地消の更なる促進を図る。	農作業体験を経て収穫した作物等を販売する収穫祭には県内外の消費者約1万人が参加し、県産食材のPRや食育を推進したほか、県内の生産者36者と飲食店関係者など170者が参加した地産地消マッチング商談会では、個別商談スペースの設置や、生産者や産品紹介パンフレットの作成によりマッチングを推進し、商談数134件(うち成約件数24件)の実績を上げた。	農林水産部	食ブランドマーケティング課
8	県産畜産物販売戦略デジタル化推進事業	新型コロナウイルスを契機とした新たな生活様式の定着による消費者行動に対して、販売戦略のデジタル化を推進し、県産ブランド畜産物をはじめとする、県産畜産物の需要開拓を目指す。 1 販売促進デジタルプロモーション 2 個人向けデジタルマーケティング消費拡大など	県産ブランド畜産物をPRするInstagramをはじめ3つのアカウントを活用するとともに、個人消費者向けECサイトを展開することで、デジタル化を推進した。これにより、デジタル販売の基盤を構築し、目標出荷頭数を概ね達成することができた。 ・愛媛あかぬ和牛 目標：240頭、実績179頭、達成率74.6% ・愛媛甘とろ豚 目標：10千頭、実績8.5千頭、達成率85.0% ・媛っこ地鶏 目標：60千羽、実績47千羽、達成率78.3%	農林水産部	畜産課
9	愛育フィッシュ輸出拡大事業費	国から産地指定された「ブリ」と「マダイ」を軸に、漁業認証や新しい生活様式に適合したカット商品など、マーケットインを主眼としたプロモーション活動を行い、本県の特徴である多品種をアピールすることで海外における愛育フィッシュのプレゼンスを向上させ、本県水産物の輸出拡大を図る。 1 水産物輸出拡大事業費 2 水産物輸出支援事業費	5月22、23日にフランスのバリ、ランジズで実施されたMishoの知事トップセールスにあわせ、レセプションの場でみかん愛顔の提供を行った結果、現地関係者から、品質の高さに対し高評価を得るとともにマスコミを通じ、PRすることができた。 また、9月10日にアメリカコロラド州デンバーで開催されたジェトロ主催の商談会にオンラインウェブから、現地には2社、オンライン商談会には6社が参加した。デンバー空港への水産物の輸出はこれまで行われていなかったが、今回の商談を機に現地への輸出が可能になった。	農林水産部	漁政課
10	県産水産物販路拡大支援事業費	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25回ジャパン・インターナショナル・シーフードショー(R5.8.23～8.25)に愛媛県ブースとして県内事業者19社が出展し、853件の商談機会及び約1,078,400千円の成約額を創出した。 また、首都圏・関西圏を中心とした百貨店・量販店における「愛育フィッシュフェア」を開催するなど他、SNSを活用したPRやHPコンテンツの充実等、ウィズコロナに対応した情報発信などの取組みを実施した。	農林水産部	漁政課
11	漁村女性地域活性化支援事業費	漁村女性グループが実践する商品開発や海岸清掃等の地域活動(定女子活動)を支援し、魅力ある組織づくり・漁家経営の安定化や漁村地域の活性化を目指す。 1 水産加工品の実践活用支援 2 漁村女性グループの活動支援	漁村女性等を対象とした地元水産物を活用した商品開発に関するワークショップを12回開催。地域の大学生・高校生と漁協女性部で連携し、2商品を開発して松山市内のイベントにて製品の販売ができた。 また、南予地域の漁村女性グループ2組織で、食品及び真珠商品の新商品の開発に取り組み、2商品の製品化・販売ができた。	農林水産部	漁政課
12	媛スマ産業化推進事業費	媛スマ生産に係る課題検討、生産から販売促進までを総合的に支援することで、生産効率が高く、販売も好調な媛スマの生産・販売を更に助長するとともに、イメージ戦略的に重要な「伊予の媛貴海」クラスも積極的に生産誘導し、産業化を推進する。 ・媛スマ普及促進協議会事業 ・知名度向上プロモーション事業 ・媛スマ養殖生産支援事業(県単独事業)	水産事業者、自治体、研究機関などで構成する「媛スマ普及促進協議会」を開催し、媛スマの産業化に向けた販売戦略や安定的な生産体制を構築するための協議を行った。 また、トップシェフ等著名人を活用したPR、飲食店や量販店でのフェアの実施の他、インフルエンサーを活用したSNSでの情報発信等、ブランド力強化や販路拡大のためのプロモーションを実施した。	農林水産部	漁政課

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
13	県産真珠販売拡大事業費	令和元年から続くアコヤガイ稚貝のへい死により、真珠生産量の減少が懸念される中、コロナ禍に適した対面とECとを連動させたマーケティングや、産地としての魅力を含めた認知度向上のためのワークショップの実施により、真珠の販路拡大、認知度向上の取組みを支援する。	コロナの5類移行により、愛媛県漁業協同組合によるパールフェア及び各種イベントにおけるワークショップ等を、コロナ禍以前とほぼ同様に開催したほか、ECサイトとフェアを連動させ、オンラインでの販売も積極的に展開するなど、県産ブランド真珠であるHIME PEARLをはじめとする県産真珠の販売促進、認知度向上に広く取り組んだ。 コロナによる行動制限がなくなったことにより、消費者の購買活動がECから対面に戻る傾向が見られたものの、新たな販売ツールとして、SNSやライブコマースなどの活用を見据え、デジタル面での販売強化は重要であると見ており、引き続き、ECと連動した県産真珠の販売促進に取り組みたい。	農林水産部	水産課
14	県産かんきつPR強化事業費	県産かんきつのブランド力強化と更なる消費拡大を図るため、全農えひめと連携したデジタルとリアルによる各種取組みを継続して展開する。	県産かんきつのブランド力強化と更なる消費拡大を図るため、デジタルとリアルによるプロモーションを実施した結果、既存の消費者に加え、SNS等を利用する若者の需要も取り込むきっかけにつながった。また、各種メディアを活用し、県オリジナル品種のPRを行った結果、テレビ、新聞・雑誌、webの各媒体において、合計約1.5億円の広告換算となり、大消費地における本県かんきつのプレゼンス向上を図ることができた。	農林水産部	食ブランドマーケティング課
15	えひめ食材販路拡大パワーアップ事業費	大都市圏の飲食店と県内生産者を効果的につなぐ本県オリジナルのマッチング支援を実施するとともに、食品卸売業者を通じて新たな飲食店を効率的に開拓し、県産食材の販路拡大を図る。	旬とこだわりの食材をカタログに取りまとめ、大都市圏の飲食店約100店舗に提案する本県独自のマッチング支援に取り組みるとともに、新規飲食店へのアプローチを強化するため、食品卸売業者と連携し、愛媛フェアの開催やカタログ特集など、各業者の手法に合わせた販促活動を支援した結果、1,400件を超える成約実績を上げたほか、開拓した飲食店での継続取引につなげるため、58店舗でメニューフェアを実施するなど、県産食材の販路拡大につながった。	農林水産部	食ブランドマーケティング課
16	「すご味」・「すごモノ」販売支援事業費(細事項②)	大規模展示会へ出展するとともに、当展示会と連動させたオンライン商談会を開催するほか、地域特性や商品に興味を示すバイヤーとの対面での小規模商談会の開催、大手食品卸主催の展示会への出展など多彩な商談機会を提供し、県内事業者等の販路開拓・販路拡大を図る。	「すご味」事業者向けに県内で対面式のすご味ジャンル別商談会を1回、大手卸主催の大規模展示会への県ブース出展を2回、それぞれ実施し、事業者の販路開拓・販路拡大を支援することができた。	経済労働部	産業政策課
17	水田農業競争力強化支援事業	本県の水田農業が活力を維持し、将来にわたって持続的に発展していくため、本県水田農業の見取り図となる「県米・麦・大豆生産振興ビジョン(R3.10策定)」に基づき、関係機関と幅広く連携しながら需要に応じた生産を推進するとともに、販売促進と消費拡大に取組み、県産米・麦・大豆の競争力強化と収益性向上を図る。	米養士等を対象とした産学及び調理の実演によるはだか麦認知度向上研修会を開催し、研修会のオンデマンド配信やレシピブック配布により愛媛米養士会会員に広く周知し、はだか麦のイメージ向上に繋がった。	農林水産部	農産園芸課
18	ひめの凜ブランド力強化事業費	高品質な「ひめの凜」の安定生産のために、JAの共同乾燥調製施設の乾燥・貯蔵機能の強化等を支援するとともに、県内外の消費者に「ひめの凜」を積極的にPRして、高品質生産体制の整備とブランド化を図る。	今後の生産拡大を見据え、11月6日から12月3日の期間に道後の宿泊施設及びえひめ食の大使館等において、県内外の観光客を対象にしたキャンペーンを実施したほか、ECサイト紹介リーフレットの作成・配布や首都圏の大型量販店での「ひめの凜」の試食販売フェアを開催(2/22~26)し、「ひめの凜」の認知度向上とブランド化に繋がった。	農林水産部	農産園芸課
19	首都圏まるごと愛媛PRキッチンカー運営事業費	キッチンカーを活用し、都内のオフィス街等において、県産食材を用いたランチや県産品を販売するほか、愛媛百貨店への誘引、せとうち旬彩館への誘客を促すなど、県産農林水産物の販路拡大と新たな愛媛ファンの獲得を図る。	アフターコロナにより、平日のオフィス街での売上は減少したものの、プロスポーツイベントや地域イベントなど、多数の集客が期待されるイベントへの出店に重点的に取り組んだ結果、年間売上額は昨年度の1.5倍の約1,250万円となるなど、一定の成果を上げた。	農林水産部	食ブランドマーケティング課
20	えひめの食ブランディング事業費	消費者や事業者から選ばれる県となるためには、これまでの販路開拓・拡大の取組みに加え、食材が豊富な県としてのPRを更に強化し、一次産品全体のブランド価値を高めていくことが重要であることから、飲食関係団体等と連携して、県産食材の魅力発信を県外客向けに強化するイベントを開催し、「えひめ食」のブランディングを図る。	2月の毎週土曜日に松山市の大街道商店街で開催した市場イベントでは、産地ならではの鮮度や食材の豊富さを生かした食体験を提供し、4日間合計で約5万人が来場するとともに、2月の1か月間、県内約200店舗の飲食店で開催したメニューフェアでは、県産食材メニューが約3万8千食提供された。また、web広告やCM、国内最大級の宿泊予約サイト等において、当イベントや「えひめ食」のプロモーションを実施し、県外からの誘客につなげるなど、県内外に本県の食の魅力を発信することができた。	農林水産部	食ブランドマーケティング課
21	紅プリンセス生産販売支援事業費	「紅プリンセス」など県オリジナル品種の生産力および周年供給体制の構築を図るため、ブランド果実の生産拡大と高品質化のための施設整備を支援するとともに、ロゴを活用したPR・販売物のデザイン制作やテスト販売を実施し、ブランド強化に向けたマーケティング戦略の構築を図る。	「紅プリンセス」について専門業者に委託し、既存のオリジナル品種である「紅まどんな」「甘平」とあわせたブランディング戦略の構築や、化粧箱やポスターのデザイン案を作成するとともに、首都圏及び県内百貨店の市場関係者や消費者に対するアンケート調査を実施し、今後の販売戦略構築に向けたデータ収集を行った。	農林水産部	農産園芸課
⑦愛媛発の暮らし方改革提案と新たなコミュニティ形成による若者世代呼び戻しプロジェクト 小計(7事業)					
1	戦略的情報発信プロジェクト推進事業費(細事項②の一部)	YouTube、Instagram、XなどのSNSを活用した定期的なアプローチによる愛媛県の認知拡大及び情報拡散	著名人を起用しての愛媛の魅力発信、ご当地ネタや地域のイベントについての定期的な情報発信等 【成果】 公式SNS(4アカウント)のフォロー数 約31,000人増 (R5当初:約53,000人 → 事業実施後:約84,000人)	企画振興部	広報広聴課
2	集落持続的発展支援事業費	集落実態調査を実施し、今後の集落対策を検討するほか、人材育成やボランティアマッチングを通じ、人口減少下での集落の持続的発展を図る。 1 県内集落の実態調査を実施 2 実践的な地域づくり講座を通じた活動人口の育成 3 元気集落づくり応援団による関係人口の創出	県内2,886集落を対象に実施した集落実態調査によって把握した集落の現状や課題を整理し令和6年度施策へ反映したほか、「地域づくりのためのファシリテーション講座」(全6回・修了証交付14名)の実施による地域づくり人材の育成や、担い手が不足する集落と団体のボランティアマッチング(応援箇所:延べ6集落、応援団体:延べ15団体35名)による関係人口の創出を通じて、集落の持続的発展に寄与した。	企画振興部	地域政策課
3	地域おこし協力隊導入・定着促進事業費	過疎地域の地域力を強化するため、地域おこし協力隊の誘致を強力に進めるとともに、隊員の地域への定着を促進する。 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	5年度の県内隊員数は120名を超え、うち若者世代(20~30代)が約6割を占めるところとなり、協力隊活動の充実を図る7回の各種研修会(延べ224名参加)やOB・OGネットワークによる個別相談等を通じて、任期終了後に27名の県内定住に繋がると、県内で活動人口の増加と地域活力の強化に大きく貢献した。	企画振興部	地域政策課
4	えひめの移住力総合強化事業費	移住者受入態勢の強化やデジタルマーケティングによる移住潜在層等に対する効果的な情報発信を行い、移住者の更なる呼び込みを図る。 1 移住コンシェルジュの設置 2 移住フェアの開催 など	移住コンシェルジュの設置や、えひめまるごと移住フェス(大規模移住フェア)(東京・大阪各2回)・愛あるえひめ暮らしフェア(東京・大阪各3回、オンライン6回)開催、デジタルマーケティングの手法の活用などにより、相談態勢の充実と情報発信力の強化に努めた。これらの取組みの成果として、令和5年度の移住者数は7,254人(対前年度比101.3%)と、過去最高を更新している。	企画振興部	地域政策課

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
5	えひめ農業女子確保支援事業費	県内で活動する農林水産業に従事する女性(一次産業女子)が就農を希望する女性と交流できる場を創出し、愛媛県での就農に向けたイメージ作りを行う。 1. 高校生・大学生を対象とした、県内農業者による農業体験指導や意見交換を行う体験ツアーの開催 2. 社会人女性等を対象とした、就業相談会、就業体験ツアーの開催	県内農業者による農業体験指導や意見交換を行う体験ツアーでは大学生8人、就農法人訪問ツアーでは大学生2人、高校生6人、教諭2人が参加し、愛媛県での就農後の具体的なイメージ作りにつなげることができた。 また、県内外就農希望者(4人)を対象に県内農業施設、農業者との交流を行う就農希望者産地ツアーを実施したほか、一次産業女子メンバーが相談員となり4回の就業相談を実施し、20人に対して就業・就農の対応を行い、本県の農業の魅力の発信や移住に向けた情報提供を行った。	農林水産部	農地・担い手対策室
6	えひめ高等学校全国募集促進事業費	地域とともに全力で全国募集に取り組む「地域みらい留学」参加校7校の活動に対する支援を実施する。 1 学校説明会等の参加者に対する交通費補助 2 学校見学バスツアー 3 県内全国募集実施校のPR	全国募集実施校13校における県外からの入学生数(R6.4)は、前年度の88名から112名となり、一定の成果が得られた。 1 107件の申請に対し、計1,615,200円の補助金を支給(全件受理) 2 23都府県から中学生95名が参加(うち36名が入学) 3 パンフレットを作成(4,000部)し、公共交通機関や商業施設へ設置、Instagram等で広告を配信(1,842,389人が閲覧)	教育委員会	高校教育課
7	えひめ農林水産業魅力発信事業費	SNSやWeb広告など、若年層が親しみやすいデジタルを活用した本県農林水産業の魅力発信とともに、農林水産人を講師とした高校や大学での出前授業や農林水産業体験会を実施し、愛媛県での就業につながる次世代人材の育成に取り組む。	ホームページ「まるかじり就業支援サイト」をリニューアルし、移住就業の窓口を整備した。また、一次産業従事者のリアルな日常や本県農林水産業の魅力や農林水産人が自ら動画を撮影し、Facebook、InstagramのSNSで242回配信し、広く発信された。 次世代人材掘り起こしとして、大学・高校での出前事業(8回)、就業相談会でのセミナー開催(3回)、進路・就職担当者との懇談(2回)を実施し、一次産業従事者目線の講話や相談対応ができた。	農林水産部	農地・担い手対策室
⑧つながらずな、ひろがるいやし、愛媛県南予から発信する「えひめシフト!!」小計(5事業)					
1	いやしの南予観光プロモーション推進事業費	観光振興による南予地域の持続的な活性化を図っていくため、県や市町、住民グループ等で構成する旅南予協議会において、 ○「いやしの南予」観光プロモーション ○旅行商品造成への支援による誘客促進 ○伊予遊ものがたりの南予特別運行 ○E-BIKE広域サイクリングモニターツアーやBBQイベントの広報支援 ○体験型教育旅行受入体制強化支援 を中心として展開することにより、「いやしのふるさと・南予」を観光ブランドに確立し、発展を目指す。	次の取組みを実施することで、南予地域への誘客につなげることができた。 1 「いやしの南予」観光プロモーション事業 ①パンフレット制作 ②地元広報誌による情報発信 2 「いやしの南予」誘客促進事業 ①国内向け旅行商品造成への助成 ②海外向けモデルコース作成及び旅行会社への営業 3-1 「いやしの南予」観光支援事業 ①伊予遊ものがたりの南予特別運行 ②E-BIKE広域サイクリングモニターツアー支援 ③BBQイベントへの広報助成 3-2 受入体制強化支援事業 ①体験型教育旅行受入民家候補者に体験実施費用を助成	観光スポーツ文化部	観光国際課
2	農業遺産地域躍動推進事業費	(1) 世界農業遺産の認定取得に向けて、「愛媛・南予の柑橘農業システム」の地域内外における認知度向上を目的としたPR事業を実施 ①デジタルプロモーション ②本システムで収穫されたかんきつの販売 (2) 関係市町の高校生に本システムの魅力や価値を学ぶため、取材活動の実施しその成果を発表するフォーラムを開催 ※地域住民のシステムの理解度は、世界農業遺産の認定審査においても重要視される。	(1) プロモーション事業 ①10月と12月に特に認知度の低い若年層をターゲットにSNS広告を実施。(成果：公式Instagramフォロワー数+1283人) ②八幡浜産地まつり出展※2事業者(売上136千円) (2) フォーラム事業 地域の4高校が参加。来場者数は100名に及び盛況に終わった。実施後高校側の反応も好意的であった。	農林水産部	農政課
3	南レク公園魅力向上推進事業費	新たな公園の楽しみ方を提案し、南レク公園の認知度向上や利用者の増加を目指して、キャンプレンタル品の拡充や体験イベントを実施した。 最新のキャンプギアやSNS映えするギアを購入し、レンタル品として提供することで、キャンプ初心者やこれからキャンプを始めようとする方に対し、他のキャンプ場との差別化を図り、新たな客層の取り込みによる来園者の増加を図った。 R5.9.19~24に「えひめ宇宙フェスinなんよ」を開催し、成層圏気球共同実験と合わせてモデルロケット制作打上げ教室や、ベトボトルロケット教室、宇宙を身近に感じるワークショップを開催する一般公開イベントを実施した。一般公開イベントは気球共同実験を行っている全国の大学生と協働で実施した。	キャンプ場の来園者は、昨年度より減少したものの過去10年で2番目に多い記録となった。既設のバレルサウナとセットでの宣伝を強化することで、更なる利用者の増加が見込める。 宇宙フェスは、共同実験の参加者数が増加するなど、交流人口の増加が図れた。今年度から実行委員会を立ち上げ、地元関係者との連携を一層図ることで、一般公開イベントは900人の来場者があり、イベントの定着に向け順調に取組が進んでいる。	土木部	都市整備課
4	南予移住魅力創出事業費	移住者受入態勢の強化や、南予5市町と連携した子育て移住の魅力発信するプロモーションを実施することにより、人口減少が進む南予地域への移住者の更なる呼び込みを図る。 1 南予移住の拡大 2 南予子育て移住促進プロモーション など	南予移住マネージャーを核とした移住者受入態勢の強化や、南予子育て移住の魅力発信するWEBページでの流動性の向上を図るための改修、デジタルマーケティングの手法を活用した情報発信などに取り組んだ結果、令和5年度の南予地域への相談件数は1,503件(対前年度比110.8%)と、過去最高を更新している。	企画振興部	地域政策課
5	ものづくり人材育成支援事業費	南予地域の児童・生徒を対象に、産業技術専門学校や技能士によるものづくり体験教室、制作実演、作品・パネル展示等のイベントを実施し、ものづくり産業が集積している東・中予に比べ手薄であった南予地域の技能振興事業を補完し、将来の担い手確保・育成を図る。	南予地域においては初開催となった「えひめものづくりフェアinきさいや広場」を21ブースで開催し、雨天にもかかわらず、目標値(600人)を大幅に超える延べ1,029人の参加があった。熟練の技等を間近で見られることで、地域の子どもたちの「ものづくり」に対する興味や関心を持ちきっかけ作りとなつたほか、保護者等の親世代にも周知が図られた。	経済労働部	労政雇用課
⑨デジタル人材の教育・育成・誘致と産業のDXによる本県産業の稼ぐ力強化プロジェクト(6事業)					
1	市町協働デジタルトランスフォーメーション推進事業費	1. 県・市町DX推進体制の構築 県・市町DX推進会議において、外部有識者を統括責任者として任命し、個別市町の特性に応じたDX推進体制の構築や職員のリテラシー向上のほか、全県的な見地からの助言・提言など総合的な支援を得つつ、県・市町DX推進体制の構築を図る。 2. 「チーム愛媛」高度デジタル人材シェアリング事業 県・市町の協働事業として、高い専門性を有する外部デジタル人材5分野5人を確保・共有し、自治体ニーズに応じて専門的な知見やネットワークによるサポートや助言・提案が得られる体制を構築 3. 「オール愛媛」デジタルデバйд対策事業 県・市町の協働事業として、高齢者等のデジタルデバйдの解消モデルを構築 (1)愛媛のスマホ相談窓口の設置 県内93か所の郵便局等にオンラインで相談センターに接続し相談できるタブレットを設置・運用 (2)フォローアップ型スマホ教室の実施 複数回数の講習によりリテラシーの定着を図るスマホ教室を全市町で開催 (3)地域コミュニティのデジタル化支援 コミュニティ団体へのデジタル技術導入により活動の活性化を図るモデル事業	1. 県・市町DX推進体制の構築 統括責任者と県担当者が19市町を訪問し、担当職員や幹部職員との意見交換を実施し、専門的な知見に基づく助言や提案を行うことで、市町におけるDXの推進に寄与した。また、市町等の要望に合わせて自治体においてDXに関するワークショップを実施するとともに、市町議会の議員向けにも講演等を実施し、市町におけるデジタルリテラシーの向上に寄与した。 2. 「チーム愛媛」高度デジタル人材シェアリング事業 「デザイン思考・UI/UX」「広報・マーケティング」「システム・セキュリティ」「データ活用」「官民共創」の5分野で5人の専門家を設置し、市町からの個別の要望に合わせ、オンラインや訪問等により、DXに関連する情報・知見の提供や、個別課題に対する助言・要件定義・解決策の提示を行うとともに、研修プログラムの提供などの支援を行った。(個別ミーティング87回、訪問支援68回、研修等27回) また、専門家を講師として、全職員向けの基礎研修やテーマ別のベースアップスキルアップを意図した勉強会や研修会を実施し、チーム愛媛全体での機運醸成や職員間ネットワークづくりに寄与した。 3. 「オール愛媛」デジタルデバйд対策事業 県内93か所の郵便局や公共施設に設置した愛媛のスマホ相談窓口では、期間中(4月4日~3月29日)の相談件数が4,660件に上り、多くの利用者から好評を得た。また、フォローアップ型スマホ教室では、200名を超える受講者が計3回の講習に取り組んでスマホ操作方法を学んだほか、地域コミュニティのデジタル化支援では、9団体において活動のオンライン可やSNSの活用を支援した。	企画振興部	デジタルシフト推進課

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
2	産業DXモデル創出事業費	県内中小企業のDX推進に向けて、DXの参考となる先行事例を創出するため補助金支援及び大手コンサルによる伴走支援を行うとともに、DXに取り組むために必要な課題解決のための専門家派遣を行う。 1 フラッグシップモデル創出支援 2 DX伴走支援アドバイザーの設置	県内中小企業にとって参考となるような3件のDX先行事例を創出し、セミナー等を通じて県内企業等への横展開を図ったほか、県内企業6社に対し、自社の経営ビジョンやDX戦略の策定及び組織体制の整備を推進するため大手コンサルによる伴走支援を行った。 また、DX伴走支援アドバイザーについては、ITコーディネータ資格を有する2名を登録し、5社に対してのべ16の派遣を行い、DXに向けた課題の整理や事業計画策定支援を実施した。	経済労働部	産業創出課
3	若年者デジタルリテラシー向上促進事業費	大学生等を対象にデジタルリテラシーの向上を目的とした講座を開催し、IT活手法と論理的思考を有したデジタル人材を創出する。 1 県内大学と地元IT企業の協働によるデジタル人材の育成 2 若年者のIT活用力強化	1 県内大学(愛媛大、松山大、東雲大、聖カタダ、人間環境大)において大学生を対象とした「情報技術の活用」をテーマとする講座を開催し、365名の参加があった。 2 学生向け短期プログラミング研修と企業課題をテーマとしたハッカソンを実施し、大学生等56名、高校生63名の受講があった。 両事業とも順調に成果が上がっており、参加者からも好評を得ている。	経済労働部	産業人材課
4	アジア高度IT人材受入促進事業費	親日国であるネパールのIT人材をターゲットに、現地募集、選考、日本語教育等を一体的に実施し企業とのマッチングを支援。	・県内企業9社が15名のネパールIT人材を採用 ・オンライン選考会を開催(R5.7) ・内定者を対象とする現地日本語教育(R5.8~R6.2) 順調に成果が上がっており、受け入れた企業からも好評を得ている。	経済労働部	産業人材課
5	県外IT人材等活用モデル事業費	即戦力となる優秀なIT人材を県外から確保するための取組みや首都圏等で活躍する優秀な人材を副業として活用する取組みについて支援する。 1 県外IT人材のマッチング支援 2 副業人材のスキル活用支援	1 県外IT人材のマッチング支援事業費補助件数 3件 2 副業人材スキル活用促進事業費補助件数 4件 IT人材は企業からのニーズがあるものの、副業人材は企業が活用しきれない状況であるため、モデル事業としては終了し、今後はIT人材の獲得支援に注力していく。	経済労働部	産業人材課
6	デジタル人材育成・確保推進事業費	本県で進めるデジタル人材の育成・確保の取組みを産学官が連携したオール愛媛体制で推進する。 1 デジタル人材育成推進会議の設置・運営 2 IT人材バンクの設置・運営	1 デジタル人材育成推進会議の開催(R5.7、R6.3の2回開催) 2 IT人材バンクの開催(R6.3開催)	経済労働部	産業人材課
⑩とべもりを核とした関係人口創出とSDGs体験事業(4事業)					
1	えひめこどもの城魅力向上推進事業費	平成10年10月に開園したえひめこどもの城について、集客力の向上に必要な情報発信及びプロモーションの強化を行うため、「えひめこどもの城魅力向上戦略」に基づき、新たな施設(ジップライン等)整備に合わせて、来園者の期待値を向上させるためのリニューアル関連の広報イベントやプロモーションの強化に取り組む。	年間を通じてデジタルマーケティングの手法を活用した効率的なオンライン広告の配信やテレビCM等を活用した広報を実施し、近隣県を始めとする県内外にえひめこどもの城及びとべもり+(プラス)の魅力を紹介することができた。	保健福祉部	男女参画・子育て支援課
2	とべ動物園魅力向上戦略推進事業費	「とべ動物園まじめ行動計画」に基づき、とべ動物園の更なる集客に向け、イルミネーション等を活用したPRイベント、動物園キャンプイベントを実施し、来園者の年齢層、集客地域の拡大を図る。また、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とともに、その広告宣伝を実施する。 1 イベント事業費 2 広告宣伝事業費	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、多数の来場者数を記録するなど、とべ動物園の冬の新たな魅力として定着してきたことがうかがえた。 また、10月に実施した動物園キャンプにおいては、普段味わうことのできない動物園内の非日常的な時間を過ごすことで、来園者の動物園に対する愛着が向上するなど、新たな魅力向上につながった。 また、えひめこどもの城・とべ動物園・総合運動公園・えひめ森林公園の一体的な利用を促進するため、4施設共通のウェブサイトでは、魅力を向上さ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し、過去最高の広告クリック数、動画視聴者数に繋がれ、各施設の認知度・注目度を向上させることが出来た。	土木部	都市整備課
3	とべもりエリア交流拡大推進事業費	隣接する3施設(とべ動物園、愛媛県総合運動公園、えひめこどもの城)に、5年度から新たに1施設(森林公園)を加えた「とべもり+(プラス)」として、それぞれの強みを生かしながら、連携した魅力向上の推進と施設間の回遊性の向上に取り組み、エリア全体の交流人口を拡大させることで各施設の利用者数の増大を図り、もって地域活性化に寄与することを目標に、以下の事業を実施した。 ・スマホアプリ「とべもりNavi」の機能拡張 ・夜間イベント「とべもりイルミネーション」の実施 ・とべもりSDGs体験イベントの実施	スマホアプリ「とべもりNavi」では、新たに森林公園の施設情報を追加し、4施設のイベント情報が閲覧できる機能を搭載するなど、「とべもり+」の認知度向上と誘客促進を図った。 夜間イベントでは、各施設で実施するイルミネーションを一元化して広報するとともに、期間中に各施設の周遊を促すイベントを併せて実施し、とべもり+連携イベントとしてエリア全体の誘客に取り組んだ。 また、「SDGs」をキーワードとして施設間を周遊するモニターツアーや広報を実施することで、モニターツアーでは約100名が参加するなど新たなターゲット層の集客や4施設の周遊につながった。	土木部	都市整備課
4	子ども芸術祭開催準備費	えひめこどもの城の豊かな自然と広大な敷地を活かして野外で子ども芸術祭を開催し、児童の芸術を愛する心を育むとともに、情操を豊かにし健全育成に資する。 1 創作技能の向上及び県内向けPR(中・高校生向けセミナー、未就学児・小学生向けワークショップ) 2 運営委員会の開催	えひめこどもの城を拠点とし、未就学児から高校生までの児童・生徒を対象に、アーティストと連携した作品制作ワークショップを開催したほか、児童館職員を対象とした作品制作ワークショップのスキルアップセミナーを開催し、計343人の児童・生徒・児童館職員に参加いただいた。	観光スポーツ文化部	文化振興課
⑪若年者の就職・結婚等ライフデザインの希望を叶えるための企業行動変容支援プロジェクト 小計(6事業)					
1	えひめの若者ライフプラン形成支援事業費	一人ひとりが結婚・出産・子育てなど自身のライフプランを考へ、結婚や出産を具体的に意識しやすくなるよう、新入社員等に対して、キャリアデザインや結婚・出産(妊産等)に関する知識を提供する研修を開催する。	県内中小企業等の若手社員に、結婚や子育て等を含めたライフデザインについて考えてもらい、仕事と家庭の両立やキャリアアップに対する不安解消を図る「えひめの若者ライフプラン形成支援セミナー」を31回開催し、403名の参加を得た。	企画振興部	総合政策課
2	戦略的政策推進費	働き方や職場環境の改善による仕事と家庭の両立に向けた、企業を対象としたセミナーを開催する。	企業・事業所の経営者をはじめ、県民一人ひとりが人口減少対策を自分事としてとらえ、行動を変容することを促すために、「愛媛県人口減少対策セミナー」を開催し、基調講演等を通じて、それぞれの職場のあり方や働き方について改めて考えるきっかけとなるよう、仕事と家庭の両立に向けた職場変革の重要性を訴えた。	企画振興部	総合政策課
3	地域密着型プロスポーツにぎわい創出事業費	愛媛FC(サッカー)、愛媛マンダリンパイレーツ(野球)、愛媛オレンジバイキングス(バスケット)、F0今治(サッカー)の県内プロスポーツ4球団のホームゲームを活用した出合いの場の提供などにより、地域の活力やにぎわいの創出につなげる。 1 プロスポーツ出合い支援事業 2 えひめプロスポーツ大感謝祭	1 プロスポーツ出合い支援事業 4球団と連携して、試合観戦に加え、街散策やトークタイム・レクリエーションの場を提供したところ、計4回112人の20歳代の男女が参加し、出合いの場の創出や若年層の新規ファン獲得につながった。 2 えひめプロスポーツ大感謝祭 プロ選手と触れ合える交流会を実施し、スポーツ体験コーナーなどに約1,000人の参加者を集めたことで、若年層を中心とした交流の促進につながった。	観光スポーツ文化部	地域スポーツ課

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
4	新ひめボス宣言事業所魅力化支援事業費	本県の人口減少要因の一つである若年女性の転出超過を解消するためには、県内企業・事業所が危機感を持って、女性活躍の推進や仕事と家庭の両立支援に取り組み、「男女問わず選択される魅力的な企業」へと変革・成長し、全ての労働者にとって子どもを産み育てやすい環境となることが重要であることから、県独自の企業の認証制度を創設し、県として企業の取組を強力に後押しするとともに、HPや表彰、セミナー等を通じて優良事例を県内に広く横展開する。また、女性人材育成に資する研修やイベント等を実施する。	令和5年度より新しく制度を開始した「ひめボス宣言事業所認証制度」における、令和5年度の基本認証企業数は214社、より高いレベルで実績を上げた上位認証(スーパープレミアム)企業数は4社となり、男女ともに働きやすくやりがいを持って就業継続できる企業が県内に拡大している。上位認証のうち3社を表彰した「ひめボス宣言事業所アワード」では、事例発表に加え、企業の働き方改革専門家による基調講演を行い、100名を超える参加者が交流を回りながら自社の取組に役立てることができた。また、メンター制度等により、県内の女性が組織や職種を越えて交流し、多様なロールモデルとの出会い等を通じた女性人材の育成につながることができた。	保健福祉部	男女参画・子育て支援課
5	若年層出合いの場創出事業費	趣味や関心ごとをテーマとした継続的な交流活動機会を創出し、経済団体、企業等との連携により、若年層の独身者に異性との交流の場を提供することで、恋愛や結婚への発展が期待できる環境を整える。	10月21日・22日、11月11日・12日にイベントを開催し52名の参加があった。後続のアンケートではイベント後も継続した交流や人脈づくりにつながったことが伺えた。	保健福祉部	男女参画・子育て支援課
6	中小企業人材確保支援強化事業費	中高生の地元就職意識を醸成するため、キャリア教育授業に活用できるスゴ技企業紹介デジタルブックを最新情報に更新するほか、企業と学生の交流会やWEB合同会社説明会を開催するとともに、オンライン採用活動や内定辞退防止のノウハウを学ぶセミナーの実施により採用力向上を図るなど、県内中小企業の人材確保の支援に取り組む。 1 中高生対象地元就職促進 2 若年人材確保支援 3 県内企業採用力強化支援 など	1 キャリア教育授業に活用できるスゴ技企業紹介デジタルブックを最新情報に更新した。 2 県内外の学生を対象としたオンラインインターンシッププログラムを実施し、県内企業18社、学生118人が参加した。また、企業と学生とのオンライン交流会に企業10社・学生34名が参加したほか、WEB合同会社説明会に企業39社・学生147名が参加した。 3 採用活動のオンライン化や内定辞退防止のノウハウを学ぶセミナーを開催し、118社が参加した。	経済労働部	産業人材課
⑫「ビジネス」「デザイン」「テクノロジー」を備えた人材の育成によるデジタルトランスフォーメーション加速化事業 小計(4事業)					
1	未来デジタルキャリア獲得促進事業費	1. Web3.0人材育成検証事業 Web3.0及びそれらを構成する分野のスキル(メタバース・NFT等)を身に付け実際に稼いだ経験を持つ人材を育成するスキームを構築するとともに、受講者のコミュニティの運営を通じて、県内のWeb3.0に対する機運醸成を図る。 2. 愛媛でじたる女子プロジェクト促進事業 女性デジタル人材の育成と所得向上を目指し、eラーニングによるデジタル技術の教育から就労支援まで行う「愛媛でじたる女子プロジェクト」について、広く県民に情報発信するとともに、修了生のネットワーク化への支援を行う。 (1)愛媛でじたる女子育成・活躍サポート プロジェクト参加者の学習補助やコミュニティ形成による交流促進、修了後のキャリアアップ、県内外の業務発注企業との交流等を総合的に支援 (2)愛媛でじたる女子プロジェクトの理解促進 メディアの活用やオンライン説明会等により、広く県民の理解を促進	1. Web3.0人材育成検証事業 Web3.0に関する基礎的な知識・スキルを習得するための人材育成スキームを構築・検証するとともに、子ども向けイベントの開催やDAOを活用したコミュニティの構築など、県内のWeb3.0に対する機運醸成に寄与した。 2. 愛媛でじたる女子プロジェクト促進事業 ○プロジェクト参加者の学習補助として、eラーニング中、月1回のミーティングや補修会を開催するとともに、交流会・勉強会を計4回開催し、参加者の学習支援・モチベーション維持を図ることにより、計114名の愛媛でじたる女子の育成に寄与した。 ○修了生に対してはキャリアアップセミナーを計3回開催するとともに、オンラインコミュニティの場を提供し、修了生のスキルアップ・ネットワーク化を支援した。 ○各種メディアやSNSなどでプロジェクトの情報発信を行うとともに、県内各所での説明会(ハイブリッド開催含む)を開催し、プロジェクトを広く周知し、県民の理解を促進した。	企画振興部	デジタルシフト推進課
2	えひめアートプロジェクト推進事業費	東京藝術大学との連携により、地域とアートのつなぎ手となる人材の育成など、文化・芸術の力を最大限活用した「えひめアートプロジェクト」を推進し、個性豊かな地域社会の形成と発展を図る。 1 えひめアートプロジェクト推進体制の構築 2 アートコミュニケーターの発掘・育成 3 えひめアートプロジェクトの情報発信	東京藝術大学との連携プロジェクト「アートベンチャーエヒメ」を推進するため、東京藝術大学のアーティストと連携し、プロジェクトビジョンの作成や学校、企業、自治体など多様な人材を対象としたキックオフイベントの開催のほか、活動の主体となるアートコミュニケーター「ひめらう」を発掘し、アートを介したコミュニティデザイン人材の育成を実施した。 ○事業KPI:本事業を通じた「デザイン」に精通した人材の育成数(人):500人 【R5実績】1,564人(内訳) キックオフイベント ・フォーラム:参加者数1,498人 ・ワークショップ:35人 第1期ひめらう ・採用31名(募集定員20名/応募120名)	観光スポーツ文化部	文化振興課
3	愛顔感動ものがたり発信事業費	「愛の顔」と書く「愛顔」という言葉からイメージされる「エピソード」と「写真」の募集、入賞作品表彰式イベントの実施を通じて、本県のPRとイメージアップを図る。 1 作品募集(エピソード部門、写真部門) 2 表彰式イベントの開催 3 県外PRイベントの開催	47都道府県及び海外3か国からエピソード部門に3,933作品、写真部門に5,133作品の応募をいただいた。 令和5年5月29日に東京都内で開催したイベントには260名の方に東京都内のホールで開催したイベントには260名の方に来場いただき、アーカイブ配信は2000回以上再生された。 さらに、令和6年2月24日の表彰式イベントは、約1,200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、イベントのアーカイブ配信は約3000回に達しており、「愛顔」を県内外に広く発信できた。	観光スポーツ文化部	文化振興課
4	愛媛国際映画祭開催事業費	映画を切り口として文化・芸術活動への理解促進を図り、映像文化の担い手となる人材の育成を目指すとともに、人的交流の拡大と本県の地域経済活性化を目指す。 1 映画上映会 2 映像制作ワークショップ等 3 愛顔感動ものがたり映像化コンテスト	映画上映会のほか、映画関係者によるワークショップやトークイベント等のイベントを開催し、508名に参加いただいた。会期を通じて行った来場者へのアンケートの結果では、「大変良かった」「良かった」との回答が合わせて99.6%にのぼるなど、非常に高い評価をいただいた。 また、「愛顔感動ものがたり映像化コンテスト」には過去最高となる14都道府県から55作品の応募があり、受賞作品の上映と表彰を行った。	観光スポーツ文化部	文化振興課
⑬プロフェッショナル人材地域還元促進事業 小計(1事業)					
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	プロフェッショナル人材の成約件数は76件と、順調に成果が上がっているほか、企業訪問や相談対応により、攻めの経営への転換促進と新たな人材ニーズの掘り起こしに努めた。	経済労働部	産業人材課
⑭愛媛の求人・移住総合情報サイト「あのこの愛媛」を活用した雇用・移住マッチング促進事業、愛媛グローバルビジネス創出支援事業 小計(2事業)					
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「あのこの愛媛」においては、県外求職者への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5年度のアクセス数が約21万件(うち東京圏29.6%)、求人求職マッチング数が2,000件を超えるなど、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
2	愛媛グローバル・フロンティア・プログラム推進事業費	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、13件の創業があった。	経済労働部	産業創出課
合計 107予算事項 (14事業)					