

①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）

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課（室）
1	1	地域密着型プロスポーツにぎわい創出事業費 県内プロスポーツ4球団の経営理念に掲げられている地域貢献、地域活性化への取組みを支援することで、地域の活力やにぎわいの創出につなげる。 1 県民応援DAY開催事業 4球団のホームゲームにおける集客力向上に向けた取組みを支援 2 観戦盛り上げトーク事業 観戦コーディネートのSNS等での発信により、新たなファンの獲得を図る	1 新型コロナウイルスの影響で一部事業の中止もあったものの、ステージイベントや市町の観光・物産PR等を行う県民応援DAYを計9回開催し、ホームゲームへの来場促進につなげた。 2 ユニフォーム等を着用したファンの観戦コーディネートを発信し、SNSで拡散することで、女性や若年層がスポーツ観戦に興味を持つきっかけを創出し、新たなファン獲得につなげた。	観光スポーツ文化部	地域スポーツ課
2	2	愛・野球博開催事業費 野球イベントの開催やオールスターゲームの機運醸成、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 高校野球交流試合の開催 2 フレッシュオールスターゲームの開催 3 県内野球イベントの開催支援 など	令和3年6月に開催した高校野球交流試合は、当初県外の高校野球強豪校を招待し、西日本豪雨災害被災地の高校球児との交流試合を予定していたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、県外校の招待がかなわなかったものの、被災地域を中心とした高校による交流試合を実施。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。 さらに、次年度開催のオールスターゲームに向け、フレッシュオールスターゲームの開催や全県を挙げた機運醸成策を実施した。	観光スポーツ文化部	地域スポーツ課
3	3	生涯スポーツ推進事業費 日常的に運動をしない人やスポーツ推進委員を対象としてウォーキング講習会を行うほか、ウォーキングに関する番組を放送し裾野拡大を図る。 また、コロナ禍でも密を避けて実施可能なスマホアプリ等を活用したウォーキング等を促進する。 1 ウォーキング講習会 2 愛顔歩いて走って健康チャレンジ など	コロナ禍でも密を避けて実施可能なスマホアプリを活用した新しいスポーツ様式を提案することができた。 ウォーキング講習会（定員100人） 申込人数 東予：90人、中予：144人、南予：73人 ウォーキング番組視聴率：平均9.7% 愛顔歩いて走って健康チャレンジ 参加者延べ人数：1,894人 お絵かきコンテスト：57作品	観光スポーツ文化部	地域スポーツ課
4	4	国際スポーツ交流推進事業費 東京2020大会開催を控える中、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	東京2020オリンピック・パラリンピックのホストタウン交流により関係を構築した国・地域等とのスポーツ交流を推進するため、コロナ禍により直接交流はできなかったが、マレーシアバドミントン協会と友好交流促進の覚書を締結したほか、オンライン会議などを通じて友好関係の維持・強化を図った。	観光スポーツ文化部	地域スポーツ課 （オリパラ・マスターズ推進室）
5	5	スポーツ交流推進事業費 スポーツ大会・イベントを開催する競技団体・民間事業者を支援することで、県内スポーツ競技力の向上や、スポーツ交流の拡大、地域活性化を図る。 1 スポーツ大会開催支援事業費補助金 2 戦略的スポーツイベント誘致事業費補助金	新型コロナウイルスの影響により中止となるイベントもあったが、感染対策を行いながら実施する団体もあつたため、補助制度を活用して計9件の誘致・定着化に取り組むことで、競技力向上や交流拡大等を図った。 1 大会開催支援 2件 600千円 2 イベント誘致 7件 3,736千円	観光スポーツ文化部	地域スポーツ課 （オリパラ・マスターズ推進室）
6	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。作品の創作活動期間を確保するため、令和元年度から2年に1度の開催とする。 1 作品募集 2 人材育成講座 3 高校生等向けセミナー 4 サテライト型ワークショップ	県内外の学校や児童館等へ作品募集の周知活動を行うとともに、アート作品の鑑賞を通して、観察力や思考力等の発達を促進するワークショップ等を実施し、開催年度に向け機運の醸成を図ることができた。	観光スポーツ文化部	文化振興課
7	7	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4か国から4,904作品、写真部門に、41都道府県から5,602作品のご応募をいただいた。令和4年2月19日の表彰式イベントは、約500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5,500回、イベント終了後のアーカイブ配信では約2,400回の視聴があり、「愛顔」を県内外に広く発信できた。	観光スポーツ文化部	文化振興課
8	8	愛媛国際映画祭開催事業費 県民が優れた映像作品に接することのできる機会を充実させ、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 映画上映イベント・関連イベントの実施 2 「愛顔感動ものがたり映像化コンテスト」開催 など	コロナ感染拡大により、一部事業の中止・延期、規模縮小等を余儀なくされたものの、8月8日から12月12日までの間、県内10市町で上映会や映画関連イベントを実施し、4,835人に参加いただいた。（Web参加含む） コロナ禍での新たな取り組みとして、「ドライブインシアター」や屋外上映会を開催したほか、地域資源と融合したイベント等多彩な内容を盛り込み、来場者から大変高い評価をいただいた。	観光スポーツ文化部	文化振興課
9	9	文化財保存顕彰事業費補助金 市町に対して大綱を踏まえた技術的助言や文化財保存活用地域計画の作成に必要な情報提供等の支援を行うとともに、今後の文化財保護の担い手となる若年層における文化財に対する理解や愛着を促進するための事業を実施する。 1 地域計画作成支援事業 2 えひめの文化財担い手育成事業 3 えひめのたから - 若者目線の新たな魅力発信事業	6月18日に公式Instagram「えひめのたから」を開設し、県内文化財に関する写真や解説文の公開及び県民による投稿の紹介等を実施。12月4日に県内の小学校等に在籍する小学3～6年生及びその保護者を対象に「100年前にタイムスリップin萬翠荘」イベントを開催（19組参加）。2月10～28日まで県内在住の中学生以下を対象に「おうちでチャレンジ！えひめの文化財クイズ」を実施（217名参加）することにより、今後の文化財保護の担い手となる若年層における文化財に対する理解や愛着を促進することができた。 また、地域計画作成中の市町等に対して指導助言を行い支援を実施した。	教育委員会	文化財保護課

②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）

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課（室）	
10	1	デジタルマーケティング県産品販売促進事業費	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」を通じた魅力発信に取り組みとともに、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」での販促キャンペーンや、ターゲティング広告など戦略的なデジタルマーケティングを屈指しながら県産品の販路拡大を図ったほか、県内事業者の稼働力の向上を目指したECセミナーを開催した。また、取得データの分析結果（市場反応）を今後の営業活動を強化・補完するツールとして活用し、県内事業者の販路開拓・販売促進を支援。	「愛媛百貨店」販促キャンペーンを通じて総売上額約11.5億円（昨対比200%）を計上。通年では約22.5億円となった。合わせて、「愛媛百貨選」の閲覧者数は約23万人となり、SNSとの併用により「すご味」「すごモノ」データベース掲載事業者の県産品を積極的に発信し、ウェブサイトを活用した商談を創出した。 また、「ECセミナー」は、計4回（5・8・10・2月）オンライン形式にて定期開催し、計281社が受講しEC分野における稼働力の向上を支援した（令和2年度184社、令和1年度35社）。	営業本部	営業本部
11	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・ロシア等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	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47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
12	3	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。	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、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
13	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やカンボジア、ミッション実施予定であったシンガポールを対象として、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契約に発展する等、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
14	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15社に対して行うとともに、荷主及び船社31社に補助金を交付すること、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
15	6	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	中国、北米、豪州を対象に、オンライン商談会や、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
16	7	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
17	8	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
18	9	ゼ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34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
19-1	10	「すご味」「すごモノ」販売支援事業費（細事項②）	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。 ・ 東京インターナショナルギフト・ショー出展	「すごモノ」データベース掲載事業者等の販路開拓・販路拡大を図るため、首都圏で開催された東京インターナショナルギフト・ショーに出展するとともに、「すご味」データベース掲載事業者等の販路開拓・販路拡大を図るため関西圏で開催されたフードストアソリューションズフェアに出展した。	営業本部	営業本部
20	11	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設立 など	7月に、東・中・南予で普及啓発セミナーを3回開催し、110の企業・団体等にご参加いただいた。また、登録制度を設立し、登録企業（R4年3月末時点73者）の中から優秀なSDGsの取組みを行う企業を表彰したほか、登録企業の取組事例を収録した冊子を作成するなど、SDGsの普及啓発に取り組んだ。	経済労働部	産業政策課

③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)

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
21	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66.8%から70.7%へ増加した。	総務部	私学文書課
22-1	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3年度のアクセス数が約31万件(うち東京圏24%)、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
23	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み、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運輸の職種・職種の理解を促進するための動画の作成・公開・DVD配布、③人材獲得・採用に係る実践研修会を実施した。 現地説明会では中高生を対象に11/13、11/20、11/27の3回開催し、延べ39名が参加。動画はYouTubeで公開するとともにDVD220枚を県内の中学校・高校に配布してキャリア教育に活用。実践研修会は3回開催し、延べ43社が参加した。当該事業により、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
24	4 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17,875名、ふるさと愛媛Uターンセンターを延べ206名がそれぞれ利用し、計1,167名(うち学生757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
25	5 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を整備を図る。 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人のきめ細やかな支援の結果、755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
26	6 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とともに、県外学生の県内企業へのインターンシップ促進や企業と学生の交流会、WEB合同会社説明会により、Uターン人材獲得を支援するほか、県内企業の採用活動オンライン化の支援を行う。 1 中高生向けSTEM教育等紹介デジタルブックの作成 2 Uターン人材獲得支援 3 採用活動オンライン化支援 など	1 スゴ技企業等紹介デジタルブックを作成し、中学・高校のキャリア教育授業で活用した。 2 県内企業38社のインターンシップ受け入れ環境を構築し、学生4名が参加した。また、企業と学生との交流会に企業14社・学生21名が参加したほか、WEB合同会社説明会に企業40社が参加し、合計視聴数977回となった。 3 採用活動をオンラインで実施するためのノウハウを学ぶセミナーを開催し、延べ75社が参加した。	経済労働部	産業人材課
27	7 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2021-2022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2021-2022を開催したところ、79件の応募があり、29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
28	8 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」 3 職場体験学習動画の制作・公開 など	令和3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)126校の11,172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7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。 さらに、公立中学校9校が21事業所等で実施した職場体験学習の取組を動画に編集し、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ことができた。	教育委員会	義務教育課
29	9 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セミナー講座、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。 なお、令和4年度からは「高校生キャリアプランニング推進事業」として実施する。	令和3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、8.6%にとどまった。県立高等学校の就職内定率は、99.6%と高水準であった。	教育委員会	高校教育課
30	10 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、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。 令和4年度から「えひめ未来マイスター育成事業」として、新たに家庭、福祉の分野を加え、事業内容を継続して実施する。	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、74.8%と高い水準であった。	教育委員会	高校教育課
31	11 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。	「県立学校振興計画の策定」については、有識者による検討委員会及び県内8地区における地域協議会を交互に開催した。 「県立学校の魅力化推進」については、小規模校及び職業学科の活性化を図るとともに、学校の魅力化を図ることを目的として、モデル校(1組2校)及びネットワーク校(6組18校)において、ICTを活用した遠隔教育やオンライン会議の実践、学校間バス運行による生徒交流の在り方等について研究した。	教育委員会	高校教育課
32	12 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。	コロナの影響により、事業計画を変更し、オンラインのみで開催した。当初計画した人数(53.8%)の参加を得ることができ、事業目的もほぼ達成(愛媛への愛着を持つ生徒の割合90.1%)することができた。	教育委員会	高校教育課
33	13 キャリア教育・就労支援充実事業費	特別支援学校で学び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 愛媛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47名招へし、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202名のうち、34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98.7%と高い水準であった。	教育委員会	特別支援教育課
34	14 労働者福祉活動育成事業費	県内民間事業所における育児・介護休業制度の整備状況や利用状況など、仕事と家庭の両立支援に関する雇用環境についての実態を把握するため、2,000事業所を対象にアンケート調査を実施した。	調査対象2,000事業者のうち730事業者から回答を得て、県内企業における雇用環境の実態を把握することができた(回答率36.5%)。	経済労働部	労政雇用課
35	15 中小企業事業承継支援事業費	中小企業の事業承継への取組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 事業承継計画作成支援事業	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、事業承継を促進し、県内企業の持続的発展につながるよう努めた。	経済労働部	経営支援課

④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）

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課（室）
22-2 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3年度のアクセス数が約31万件（うち東京圏24%）、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
36 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、20件の法人が設立された。	経済労働部	産業創出課

⑤Society5.0社会を見据えた未来技術活用推進事業 小計（6事業）

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課（室）
37	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）の拡充を図り、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：健康増進、教育 新規：デジタル総合戦略における重点分野（庁内公募により3分野選定）	新たに3分野に副業・兼業で外部人材を招へし、5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：県内事業者のEC導入等に向けたオンライン相談の実施 観光振興：観光データベースの構築準備 循環型社会構築：食品ロス削減に向けたシステム構築の検討 保健福祉：アプリを活用した健康寿命の延伸 教育：CBTシステムを活用した教育のデジタル化	企画振興部	デジタルシフト推進課
38	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。	現時点では5Gによるサービスは通信可能な地域に限られることから、県下全域で提供されているサービスに対応したシステムを暫定的に構築し、その運用範囲を県の各機関と普及指導員に限定して行うとともに、県民用のアプリを開発してテスト運用を開始した。	農林水産部	農産園芸課
39	3 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、性差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。 1 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110頭は、全頭性差別精液を活用した。また、登録に関しては、194頭となり、目標頭数の77.6%（目標250頭）を概ね達成した。	農林水産部	畜産課
40	4 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 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（91.7%）達成することができた。 出荷頭数 目標170頭⇒実績156頭	農林水産部	畜産課
41	5 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 ○ 愛媛甘とう豚AI体重測定技術の開発	家畜生体情報の高度利用に向け、昨年度に引き続き、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、R3年度は、愛媛甘とう豚のAI体重測定に必要となる実測データ等の収集を開始した。	農林水産部	畜産課
42	6 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 5G体験施設整備 2 技術開発支援	県産業技術研究所にローカル5Gの特徴を体験できる施設（久米窪田5Gラボ）を令和3年11月に開設し、令和4年3月末時点で127名の来場者があった。 技術開発支援については、県内企業3社と共同研究を3件実施した。	経済労働部	産業創出課

⑥えひめのづくり「次のスゴ技・すごモ」開発推進事業 小計（12事業）

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部署	担当課（室）
43	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 8 校（実施回数35回）、訓練用材料等の支給 9 校（実施回数197回）、会場等の借用 4 校（実施回数 4 回）、外部講習会等への参加10校（参加者11名）、選手選考会の実施 3 回（参加校 9 校）を行った。大会へは過去最多となる12職種に15校、16名が参加し、メダル獲得数についても過去最多となる銀賞 3、銅賞 3 を獲得した。	経済労働部	労政雇用課
44	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	1 協議会を年 1 回（書面）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（5 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
45	3 高度 I T 人材創出・連携強化事業費	県内企業における最先端デジタル技術の実装等を促すため、えひめ A I ・ I o T 推進コンソーシアムを中心に普及啓発や新技術の検証等を行う。 1 A I ・ I o T 推進普及セミナーの開催 2 ワーキンググループでの技術検証	普及啓発セミナーをオンラインで開催（2 回）し、県内企業等に対して AI・IoT の活用に係る普及啓発を行ったほか、ワーキンググループで情報技術を活用した技術研究の実証を実施した。	経済労働部	産業創出課
46	4 愛媛セルロースナ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相橋ナ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 相橋ナ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 回づつ開催し、技術セミナーでは県内企業 19 名の参加があった。 また、県内企業への個別指導を 9 回、累積 88 名に実施した。 研究開発については、愛媛大学や県内企業 3 社と共同研究を 4 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相橋ナ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。	経済労働部	産業創出課
47	5 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やセルロースナファイバーに関する技術開発費等、一般枠 9 件、小規模枠 3 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
48	6 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 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、R3 年度は 9 件の提案のうち 8 件が採択につながった。	経済労働部	産業創出課
49	7 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。その結果、令和 3 年度は 5 件（5 社）の届出が受理され、5 件の支援を継続している。	経済労働部	産業創出課
50	8 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、食をテーマにした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 11 社と繊維、紙、産業の 3 つの分科会を立ち上げ支援したところ、斬新なデザインのテーブルウェアなど、15 品目の商品を完成させた。	経済労働部	産業創出課
51	9 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とともに、様々なライフスタイルやニッチ分野に対応するための機能性タオルの開発にも取り組んだ。	これまでの取組みで、タオルの重量を計算が可能となったことから、織機 20 台分の稼働情報がタブレット端末から閲覧できるようになった。また、抗菌等の機能性や速乾等の異なる特徴を持つ多種多様な機能性タオルの開発に向けた試作を行った。	経済労働部	産業創出課
52	10 えひめのクラフト新感性価値商品開発事業費	現代人のニーズにマッチした売れる商品づくりにより実需の創出につなげるため、紙部焼を対象として、団体や生産者と連携しながら主力購買者である女性消費者層の意見聴取等を踏まえた商品開発を行うとともに、首都圏で開催する展示会に出展し、販路開拓を図った。	紙部焼窯元との意見交換を通じて、インテリアで活用できる紙部焼プランボット等を開発。首都圏での展示会出展によって、生活雑貨を営むバイヤー数社から引合いがあり、数店舗で正式な販売展開が行われたことから実需の創出に繋がっている。 ※平成 28 年度から、伝統的特産品の商品開発の支援等を行うことを目的としているが、R4 年度については産業創出課にて類似事業が行われることから、当事業をスクラップアンドビルドにより同種予算と統合し予算計上	営業本部	営業本部
53	11 ものづくりデジタルシフト支援事業費	専門家による製造現場診断や県内企業間のデジタル技術導入マッチングを行うことにより、県内製造業の生産性向上を目指したデジタル化を支援する。	機械加工と機械製造分野を対象として、専門家による製造現場診断を実施した。 現場診断結果を基に県内企業間のデジタル技術導入マッチングを行い、製造業の生産性向上及び IT 企業等の実需創出に繋げることができた。	経済労働部	産業政策課
54	12 ペット等関連産業参入支援事業費	岡山理科大学獣医学部を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 3 年度は、3 つのテーマにて、岡山理科大学獣医学部と県内ものづくり企業が共同で試作品を開発し、大学で実証を行った。	経済労働部	産業創出課

⑦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選流事業 小計（1事業）

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課（室）
55	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	K P I（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、3年度41件と順調に成果が上がっている。	経済労働部	産業人材課

◎まじめな愛媛の林業！魅力ある林業創生推進事業 小計（5事業）

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部署	担当課（室）
56	1 林業人材育成拡大事業費	多様な人材を確保・育成し、林業の成長産業化や中山間地域の活性化に寄与するため、外国人材の活用や女性の参画を推進する。 1 林業・木材産業外国人材受入促進事業 （1）林業担い手外国人受入れモデル事業 （2）木材産業担い手外国人受入促進事業 2 林業女子活動促進事業	林業担い手外国人受入れモデル事業については新型コロナウイルス感染症の影響により、また、木材産業担い手外国人受入促進事業については国において技能実習2号対象職種への移行の目処が立ったため、何れも事業を中止。林業女子活動促進事業については、電動チェーンソー体験会等の開催を通じ、女性活躍による林業就業への機運醸成を図ることができた。	農林水産部	林業政策課
57	2 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。 1 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	最新の油圧式集材機を活用した主伐の実施し、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
58	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	オンライン参加による、中国、台湾、韓国、ベトナムでの展示会出展に取り組み、愛媛ブランド材「癒すぎ・癒ひのき」等の営業活動を実施することで、コロナ禍や海上輸送混乱で停滞する海外企業との商談等の維持につながった。 県関与営業実績：445,417千円(R2)→306,162千円(R3)…69%	農林水産部	林業政策課
59	4 新たな森林管理システム推進事業費	レーザ計測技術による森林情報の収集・分析システムをクラウド化し、実証を行った。 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行う。 1 航空レーザ計測データ解析 2 森林GISデータ整備	県内市町等にクラウドライセンスを配布し、新たな森林管理システムの運用支援等を行った。 西条市ほか4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	森林整備課
60	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」ページを創設するとともに、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作成しながら様々な情報を配信する。	「愛媛で就業！農林水産まるかじりWebサイト」内に「えひめの森林・林業」ページを作成するとともに、「森林・林業広報担当者」が自ら作成した動画を発信し、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行った。	農林水産部	林業政策課

⑨食べてみよん愛媛になるけん！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（18事業）

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課（室）
61	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 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 2 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	関係施策に対する総合的支援や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により、46課室108案件へのデジタルマーケティング導入を支援した。 また、県の所有する77のウェブサイトと連携し、得られたデータを一元管理する愛媛県版DMPを運用することで、データに基づいた政策立案や広告配信の成果向上を図った。	企画振興部	デジタルシフト推進課
62-1	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） 県統一コンセプト「まじめし」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、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた飲食店の支援を行うとともに、愛媛県の認知度向上を図る。	・ 県内の飲食店情報を「まじめし」として集約し、WEBサイトに掲載 ・ 新型コロナウイルスの影響を受けた飲食店の利用促進キャンペーン（11/1～1/31）を実施 【成果】 ・ 飲食店利用促進CP参加者数 48,934人 ・ WEBサイト閲覧者 235,635人	企画振興部	広報広聴課
63	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のターゲット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 台湾で現地商社とのネットワークを活用し、オンライン商談会や日本酒と加工食品の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商談会、PPIH店舗への相請等の定期輸出を実施した。香港ではPPIH店舗にてリール形式で愛媛フェアを開催するとともに、愛媛かんきつフェアを開催した。 2 欧州ではイギリスの日本食小売店である「ジャパセンター」やデザインショップ「wagumij」において、物産展を開催したほか、国内輸出商社とスイスを中心とする欧州輸出に向けてのオンライン商談会を実施した。アメリカではPPIHグループMARUKAIと連携し、愛媛フェアを開催した。	営業本部	営業本部
19-2	4	「すご味」・「すごモノ」販売支援事業費（細事項①） 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。 ・ えひめが誇る「すご味」・「すごモノ」商談会等の開催	県内生産者・事業者の販路開拓・販路拡大を図るため、「すご味」・「すごモノ」合同でのオンライン商談会や卸業者と連携した小規模商談会を開催し、県内外のバイヤーとの商談の機会を提供した。	営業本部	営業本部
64	5	農商工ビジネス連携促進事業費 農商工連携を促進するため、情報共有の場の提供、販路開拓に重点を置いた支援を展開する。 1 農商工連携ビジネスネットワークの運営及び交流 2 農商工連携ビジネス販路開拓支援 など	1 農林漁業者、商工業者等387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。 2 首都圏の大型展示会（FOODEX JAPAN2022、スーパーマーケット・トレードショー2022）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。	経済労働部	経営支援課
65	6	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次産業化商品の県内認知度向上のためのイベントの開催 ○ 6次産業化に取り組み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5社）の取引成約率が22%となり販路拡大に寄与。 ○ 県内の小売店において4日間の販売イベントを開催し、延べ12事業者が参加して、県内6次産業化の取組みをPR。 ○ 県内農林漁業者10事業者の新商品開発等の取組みを支援し、23品が商品化。	農林水産部	農政課
66	7	県産農林水産物輸出促進事業費 コロナ禍において不透明な海外情勢の中でも、かんきつを中心に県産農林水産物の更なる輸出促進を図るため、アジア圏を中心としたプロモーション活動等を強化する。	かんきつについては、コロナ禍で海外に渡航してプロモーション活動等ができなかったものの、これまでの活動で構築した商社等への働きかけやSNSを活用したPR等の後方支援の強化に取り組みした結果、台湾、香港、シンガポール及びマレーシア等の8か国・地域に対して、過去最高の107.2トンを生輸出した。また、他の青果物についても、かんきつ輸出で培った人脈を活かして、柿やイチゴ等の輸出を進めた。	農林水産部	ブランド戦略課
67	8	地産地消促進事業費 コロナ禍において、家庭で食事をする機会が増え地産地消の傾向が強くなっている中、放課後児童クラブの子どもを対象にオンラインリアルによる農業体験や料理教室を実施するとともに、生産者の販売チャネル拡大につなげるためオンライン販売の研修会を実施する。	コロナ禍においても未来を担う若い世代を中心に地産地消への意識啓発を推進するため、かんきつ選果場の見学や、県産農産物を使った簡単料理教室などのリアル体験、真鯛の養殖場をオンラインで見学するなど県産農産物への理解と親しみを深める機会を創出した。また、計4回のオンライン販売研修会には延べ約100名が参加したほか、E Cサイトで販促キャンペーンを実施し、コロナ禍で生産者の販売チャネルの拡大を図った。	農林水産部	ブランド戦略課
68	9	ひめの深ブランド確立事業費 県産米全体の競争力を底上げし、農家所得の向上と本県水田農業の振興を図るため、本県育成品種であるひめの深の生産振興、良食味米生産体制の構築、ブランディングの三つの取組みを一体的に行うことにより、競争力のある本県オリジナルの良食味米としてのブランドを確立する。	ひめの深の生産技術指導（栽培講習会、実証ほ）を通じて収量・品質の向上を図った結果、1等比率92%（前年68%）、プレミアム率30%（前年16%）と大規模な品質向上につながった。また専門家による食味審査を行い、美味しさ基準の一助となった。	農林水産部	農産園芸課
69	10	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ると、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スーム3番のアカウントを開設するとともに、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。 ・ 愛媛あか牛 目標：170頭、実績156頭、達成率91.7% ・ 愛媛甘とろ豚 目標：10千頭、実績9千頭、達成率90.0% ・ 媛っこ地鶏 目標：60千羽、実績50千羽、達成率83.3%	農林水産部	畜産課
70	11	愛育フィッシュ輸出拡大事業費 愛媛県産水産物の輸出拡大のため、 ・ 8月にカナダロントでのリモートPR活動 ・ 9月21日に会員企業を対象に輸出勉強会を開催 ・ 11月17～19日にインテックス大阪で開催された輸出EXPOに出展 ・ 3月3～16日に米国大手動画メディアを活用したデジタルプロモーションを実施した。	コロナ禍で海外渡航をともなったプロモーション活動ができないが、オンラインやリモートによるプロモーション活動を実施するとともに、金融機関や試験研究機関を交えた勉強会を開催することによって、会員企業の海外販路拡大に向けた知識を広めることができた。	農林水産部	漁政課
71	12	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23回ジャパン・インターナショナル・シーフードショー（R3.11.8-11.10）に愛媛県ブースとして県内事業者9社が出展し、531件の商談機会及び約273,850千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・飲食店における「愛育フィッシュフェア」や県外のバイヤーや飲食店経営者を招き、県内水産事業者とマッチングを実施するなど他、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
72	13	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の開催が少ない中、漁村女性による地元水産物を活用した商品開発やブラッシュアップを通じ、地域の活性化や水産物の消費拡大につながる活動を支援した。4地域的女性部で計12回の打合せやワークショップを行い、約30品を試作し、2品を商品化したほか、家庭でできる簡単でおいしいおさかな料理17品を収録したレシピ集を作成し、県のHPやInstagramに掲載した。	農林水産部	漁政課
73	14	媛スマ産地づくり推進事業費 県産養殖スルメ「媛スマ」の産業化に向け、国内外への販売戦略の検討やプロモーションの実施、安定的な生産体制の構築の他、輸出に対応できるグローバルな産地づくりを推進する。 ・ 媛スマ普及促進協議会事業 ・ 知名度向上推進事業 ・ グローバル産地づくり推進事業（別途国補助事業） ・ 伊予の媛貴海養殖生産支援事業（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、県内・県外へ向けたT V番組、雑誌を活用したP R、量販店でのフェアの実施の他、ライブコマースやインフルエンサーを活用したSNSでの情報発信等、ウィズコロナに対応したプロモーションを実施した。	農林水産部	漁政課

74	15	県産真珠販売促進事業費	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取り組む国内外への販路拡大の取り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。 ○ 県産真珠販売拡大事業	令和2年に引き続き、新型コロナウイルスの影響のため台湾への渡航ができず、また国内においても例年県漁協が実施しているパールフェア、ワークショップ等の多くが開催できない状況の中、開催できた数少ないフェアにおいて、販売促進及び県産真珠のPRを行ったほか、ECサイトにおけるオンライン販売を積極的に行うなど、HIME PEARLのPR及び県産真珠の販売促進に取り組んだ。	農林水産部	水産課
75	16	県産かんきつPR強化事業費	コロナ禍において、家庭需要の増加や健康意識の高まりが続くと予想されるとともに、健康面を切り口とした2年度の取り組みにより、本県産かんきつの販売促進やブランドイメージが向上している好機を逃さないため、首都圏向けにPRを継続実施し、更なる魅力の定着を図るほか、新たに富裕層に対して高級かんきつのPR強化を図る。	有効な層にWEB広告を集中的に配信し、効率的なECサイトへの誘導を図ったほか、店舗と産地をライブ中継で繋ぐリモート販促など、デジタルとリアルの両面から販売対策を強化した結果、全農えひめECサイトの売上げが、コロナ前と比べて2.5倍を超える成果に繋がった。また、発信力のあるインスタグラマーによるPRを展開し、幅広い層での県産かんきつファンの拡大を図った。	農林水産部	ブランド戦略課
76	17	えひめ食材販路拡大マッチング定期便事業費	大都市圏の飲食店に対し、県産食材をカタログで定期的に提案し、飲食店のニーズを踏まえたサンプルを配送することで、生産者と飲食店のマッチング機会を創出するとともに、取引に向けたフォローアップ等を支援する。	R3年8月からR4年3月まで、旬とこだわりの県産食材をカタログに取りまとめ、大都市圏の飲食店約60店舗に毎月提案する本県独自のマッチング支援に取り組んだ結果、提案食材の半数以上で取引が実現するなど、県内生産者と県外飲食店との関係を構築することができた。	農林水産部	ブランド戦略課
77	18	妻作経営継続緊急対策事業費	2年連続のはだか妻の大豊作に伴い、需要量に対して供給量が大幅に上回っていることから、需要拡大を目的に県産はだか妻の認知度向上や販路拡大に取り組む。	県内在住の消費者を対象に、県産裸妻の認知度向上やイメージ向上を目的としたPR活動を実施し、(はだか妻新商品等販売会、レシピ紹介、メディア媒体を活用したPR、県産はだか妻商品特設コーナーを設置等)、はだか妻の認知度向上が図られてきた。	農林水産部	農産園芸課

◎愛媛県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（11事業）

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部署	担当課（室）
62-2	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)	Instagramなど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	発信力の高いインスタグラマーによる女性をターゲットとしたSNSでの定期的な情報発信及び広告配信等 【成果】 公式SNSのフォロワー数 約14,000人増 (R3当初：約21,000人 → 事業実施後：約35,000人)	企画振興部	広報広聴課
78	2 持続可能な集落づくりサポート事業費	新たな地域運営の仕組みづくりに関する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 地域づくりリーダーの育成 2 地域づくり活動の実践支援研修 3 企業ボランティアマッチングによる関係人口創出 など	地域づくり活動をリードする人材を13名育成した地域づくり人養成講座（3回）の開催や、多様な人材が集落のコミュニティに参画できる機会を創出する交流研修会（1回）を通じて、地域づくりの実践的ノウハウの提供や市町の区域を超える人的ネットワークの形成に寄与した。	企画振興部	地域政策課
79	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	3年度の県内隊員数は100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11回の各種研修会（延べ192名参加）やOB・OGネットワークによる個別相談等を通じ、15名の起業家育成に繋がるなど、県内での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
80	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り組みを支援するとともに、移住者受入体制の強化や情報発信力の強化等により、更なる移住者の呼び込みを図る。 1 移住コンシェルジュの設置 2 要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、要あるえひめ暮らしフェア（オンライン6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3年度の移住者数は4,910人（対前年度比+99.6%）と、過去最多を記録している。	企画振興部	地域政策課
81	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。 1 WEB広告配信による移住フェア、移住相談窓口等への誘導促進 2 オンライン移住コミュニティの開設	移住検討層をターゲットに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53,000件となるなど、本県移住の魅力を広範囲に発信した。また、検討度合いの低い移住潜在層との継続的な接点を持ち、移住意欲を高めることを目的に開設したオンライン移住コミュニティのメンバーは約2,200人となり、移住希望者の裾野拡大に寄与した。	企画振興部	地域政策課
82	6 集落活性化意識醸成支援事業費	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、関係人口づくりを促進しながら、住民主体による集落の持続的な維持・発展を図る。	県内2市町2地区（新居浜市大島、内子町寺村）を対象に、将来人口分析のもと、関係人口となり得る地区サポーター（大学生）30名による外部視点からの提案を受けながら、住民主体の地域運営組織の活動強化に繋げた。	企画振興部	地域政策課
83	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9市町16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2名から3事業所への参加申込みがあり、移住ニーズの獲得に寄与した。	企画振興部	地域政策課
84	8 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	行政、社協、中間支援組織やNPO法人等の多様な主体により、全県会議や研修会を開催し、延べ175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
85	9 一次産業女子就業促進事業費	農林水産業の多様な担い手の確保のため、都市圏の女性を対象に、農林水産業の魅力発信やPRを行い、本県への就業を促進する。 1 マルチメディアの運用 2 就業相談会、就業体験会などの開催	1 Facebook、Instagram、YouTube配信で、110万PVの視聴があり、愛媛や農業の魅力のPRができた。 2 東京・大阪でのリアル相談会、オンライン相談会に就業希望者のべ32人が参加し、県内一次産業女子が就業相談に応じた。就業体験会では、リアルツアーで2人が愛媛に来県し農業体験をした。またオンラインツアー（2回開催）には就業希望者31人が参加し、参加者のうち4人が愛媛への移住について検討を始めた。	農林水産部	農地・担い手対策室
86-1	10 戦略的テレワーカー-移住受入強化事業費 (細事項②③④)	暮らし方改革をコンセプトに、人口減少が進む南予地域への移住者の誘致及びテレワーカー受入態勢の強化を図るなど、新たな移住施策を展開する。 1 南予移住の拡大 2 コワーキングコミュニティの形成 3 企業テレワーカーの誘致強化 4 経済同友会との関係強化	暮らし方改革ウェビナー（2回）や企業テレワーク勤務実証実験（4企業）などの新たな移住施策に取り組んだ結果、3年度には169世帯260名のテレワーク移住に繋がった。また、コワーキングスペースの連携組織「（一社）愛媛コワーキングコミュニティ」が設立されるなど、テレワーカーの受入態勢が強化された。	企画振興部	地域政策課
87	11 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み「地域みらい留学」参画校8校の活動に対する支援を実施した。 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14校における県外からの入学生数（R4.4）は、前年度の49名から70名となり、一定の成果が得られた。 1 64件の申請に対し、計906,100円の補助金を支給（全件受理） 2 19都府県から中学生37名が参加（うち15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で広告を配信(342,501人が閲覧)	教育委員会	高校教育課

①つながるまな、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）

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課（室）	
88	1	えひめ南予さすな博実施事業費	平成30年7月豪雨災害により甚大な被害を受けた愛媛県西南部の南予地域において、地元9市町等と連携し、災害からの復興に向けた地域振興イベントを実施する。	<ul style="list-style-type: none"> ○ 令和3年7月～11月の開催を予定していたところ、新型コロナの感染拡大を受け、開催期間を令和4年4月から12月に延期した。 ○ 令和3年度はイベントの実施に向け、地域の受入体制等の整備や一部イベントを実施し、開催に向けた機運醸成を図った。 	観光スポーツ文化部	観光国際課
89	2	農業遺産地域躍動推進事業費	<ul style="list-style-type: none"> ○ 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促進を図るためにPRプロモーションを開催 ○ システムの認知度向上に向けた柑橘を使用した料理レシピの開発 ※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。	<ul style="list-style-type: none"> ○ コロナウイルス感染拡大に伴い、県内1回の開催（予定では県内3回、県外1回）となったが、集客の多い地域産業イベントとの合同開催としたことで高いPR効果が得られた。 ○ プロの洋食シェフにより、テイクアウトを含む22のメニューを開発し、地元の道の駅やレストラン等で販売 	農林水産部	農政課
86-2	3	戦略的テレワーカー移住受入強化事業費（細事項①）	暮らし方改革をコンセプトに、人口減少が進む南予地域への移住者の誘致及びテレワーカー受入態勢の強化を図るなど、新たな移住施策を展開する。 <ol style="list-style-type: none"> 1 南予移住の拡大 2 コワーキングコミュニティの形成 3 企業テレワーカーの誘致強化 4 経済同友会との関係深化 	民間人材を登用し、南予移住マネージャーを南予地域に配置し、管内市町や関係者を巻き込みながら、移住者の受入態勢の構築に取り組んできた結果、令和3年度の同地域への移住者数775人と過去最多を記録するとともに、次年度以降の子育て移住施策の強化にも繋げた。	企画振興部	地域政策課
90	4	いよ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、 <ul style="list-style-type: none"> ○ 旅行商品造成への支援による誘客促進 ○ 「いよしの南予」観光プロモーションを中心として展開することにより、「いよしのふるさと・南予」を観光ブランドに確立し、発展を目指す。 	次の取り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。 <ol style="list-style-type: none"> 1 「いよしの南予」観光プロモーション事業 <ol style="list-style-type: none"> ① パンフレット制作 ② 市町が実施するツアーの広報支援 ③ SNSフォロワーキャンペーンの実施 ④ 地元広報誌による情報発信 ⑤ 県内外での観光PRブース出展 ⑥ 旅行会社への営業活動 2 「いよしの南予」誘客促進事業 <ol style="list-style-type: none"> ① 旅行商品造成に向けた助成 ② バス旅行への助成 ③ 旅行パンフレットへの助成 ④ ワークーション及びファミリーワーケーションツアー造成への助成 	観光スポーツ文化部	観光国際課
91	5	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的として、ファミリー層や女性のキャンパーを対象としたキャンプ教室の実施や、中四国屈指の本格的な専用コースを活用したゴカートタイムトライアルレース等の体験型イベントを実施。 また、新たな利用者の開拓を目的として、デジタルマーケティングの手法を活用した効果的な情報発信を行い来園の動機づけを行った。 <ol style="list-style-type: none"> 1 体験型イベント 2 PR活動 	新型コロナウイルス感染症の影響により約1か月半の休園期間があったにも関わらず、概ね前年並みの利用者数を維持できた。ゴカートタイムトライアルレースが好評だったことが後押しとなり、4号公園利用者数が前年度比で約2倍となるなど、新たな客層の取り込みやリピーターの獲得につながったものと思われる。 また、公園の魅力を伝え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、南レク公園の認知度・注目度を向上させることが出来た。	土木部	都市整備課