

令和6年度 東予地方局予算一覧

新規事業：○

(事 項 名)	(事 業 費)	(事業期間)
1 歴史文化資源魅力発信強化事業費	1,614千円	R4～6年度
2 在住外国人向け石鎚エリア観光促進事業費	2,200千円	R5～6年度
3 東予東部ものづくり次世代人材確保事業費	1,800千円	R4～6年度
4 しまなみ地域魅力発信・誘客促進事業費	1,750千円	R5～7年度
⑤ 人と動物の共生推進事業費	1,093千円	R6～8年度
⑥ 地元人材による農業労働力確保支援事業費	1,801千円	R6～8年度
⑦ 未利用資源を活用した有機肥料の開発促進事業費	1,434千円	R6～8年度
8 デジタルを活用した地産地消・食育推進事業費	1,740千円	R5～6年度
⑨ 移住者林業就業促進事業費	1,561千円	R6～8年度
(事業費合計)	<u>14,993千円</u>	

1. 歴史文化資源魅力発信強化事業費 1,614千円 (R4~6年度)

東予地方局と管内4市1町で構成する「東予歴史文化協議会」では、これまでも東予地域の歴史文化資源を活用した地域活性化と人づくりに取り組んでおり、令和6年度からは地域住民や企業・団体など、より多様な主体の事業参画を目指す。

【KPI】東予地域の歴史文化資源活用イベントの参加者数（段階的に1,000人を目指す）
【現状値】287人（R4年度） 【目標値】1,000人（R8年度）

1 東予の歴史文化資源の魅力発信事業

(1) 東予みらい人材育成事業

東予管内の高校生を対象に、地域の歴史文化資源の魅力を学ぶワークショップを実施し、その学びを生かしてガイドツアー「東予歴史トリップ」を開催する。

なお、希望校を対象に、地元企業の若手社員と協働で活動するプログラムを実施し、生徒の更なる学びや若手社員の地域への定着意識の醸成を図る。

(2) 歴史文化魅力発信セミナー

東予地域の高校生を対象に、地域づくりの分野で活躍する事業者を講師に迎え、地域課題の解決等を学ぶセミナーを開催する。

(3) 東予の魅力発信事業

東予地域の高校生が、地元の歴史文化資源に関する探究等の活動を活かして地元企業や団体等への情報発信を実施する。

(4) 歴史文化パネル展の開催

東予管内で実施されるイベントにブース出展し、東予地域の歴史文化資源のPRや当協議会事業の活動を広く情報発信する。



2 東予圏域内周遊促進事業

(1) 東予の歴史文化マルシェの開催

東予地域の歴史文化等に係る魅力のPRや情報発信をマルシェ形式で実施する。

3 事業費合計 2,864千円 (県1,614千円、4市各300千円、上島町50千円)

2. 在住外国人向け石鎚エリア観光促進事業費 2,200千円 (R5~6年度)

石鎚エリアの強みである「自然」「歴史」「文化」の要素を軸に、それらと親和性が高い「在住外国人」をターゲットにエリアの魅力を発信し、観光による交流人口の拡大を図る。

【KPI】石鎚エリアを旅行した在住外国人数（県内技能実習生の約3割のエリア周遊を目指す）
【現状値】実態調査・分析予定 【目標値】2,000人（R5~6年度累計）

1 SNSでの情報発信

(1) SNSで東予東部の観光情報を在住外国人に発信

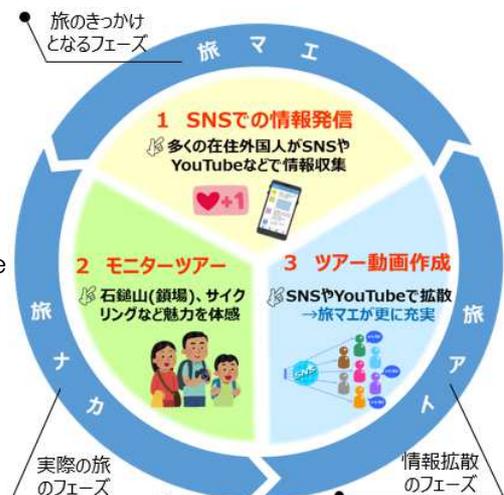
(2) 同SNSの知名度を伸ばすためにキャンペーンを実施

2 モニターツアーの実施

在住外国人（特に技能実習生）を対象にモニターツアーを実施し、石鎚エリアの魅力を直に体験してもらうことを通じて、次の誘客につながる新たな情報拡散元となってもらうことを図る。

3 ツアー動画作成

2で実施したツアーの様子を動画撮影し、SNSやYouTubeを活用して情報の拡散を図る。



3. 東予東部ものづくり次世代人材確保事業費 1,800千円 (R4~6年度)

東予東部地域のものづくり産業は、若者の大手企業志向の高まりや人材の売手市場の影響等によって、慢性的な人材不足の状態にあり、次世代の技術的なリーダーや幹部候補となり得る高等専門学校等の高等教育機関卒業生の確保が重要な課題となっている。そこで、管内企業のニーズが高い高専をターゲット校とし、東予東部ものづくり次世代人材確保対策協議会が実施主体となって、ものづくり企業の次世代人材確保対策に取り組み、地域の活性化を図る。

【KPI】 本事業の利用者で東予東部ものづくり企業の高専生採用（内定）人数

【現状値】 9人（R4年度） 【目標値】 15人（R6年度）

1 企業現場のOB・OGを活用したものづくり企業のPR

東予東部中小ものづくり企業で活躍している高等専門学校OB・OGから管内ものづくり産業の情報発信等を行うことで、現役高専生の管内での就業促進を図る。

(1) 高専OB・OGによる情報発信

四国内高専生・卒業生へSNSによる情報発信及び意識調査

(2) 高専OB・OGとの交流会

高専OB・OGと現役高専生とが、ものづくり企業で働く醍醐味や就職の疑問点等を意見交換

2 企業の高等専門学校への売り込み支援

【対象】 四国内高等専門学校：新居浜、弓削、徳島（阿南・神山）、香川、高知】

高専の求人倍率は20~30倍と高く、知名度の低い中小ものづくり企業にとっては、いかに自社の魅力を学校に売り込むかがキーとなることから、下記事業により支援する。

(1) 意見交換会

企業と教員との1対1の意見交換

(2) ものづくり企業出張講座

企業による自社の魅力PRのための出張講座

(3) ものづくり企業体験イベント

就業体験、地域体験型レクリエーション 等



3 事業費合計 3,600千円 (県1,800千円、新居浜市・西条市・四国中央市各600千円)

4. しまなみ地域魅力発信・誘客促進事業費 1,750千円 (R5~7年度)

しまなみ海道・ゆめしま海道沿線地域（しまなみ地域）の行政や民間団体等と連携し、サイクリングマナー向上への取組を進めるとともに、オリジナルのサイクリスト向けエナジーフードを開発・商品化し、ふるさと納税返礼品への活用等を通じ、サイクリストの満足度向上と当地域の認知度を高めることにより、世界に誇れるサイクリストの聖地としての地位を確立する。

【KPI】 今治市、上島町の宿泊者増加率 R1年度比

【現状値】 - 【目標値】 120% (R7年度)

1 しまなみ地域サイクリストマナー向上事業

(1) しまなみ地域サイクリストマナー向上推進事業

(2) 声かけ文化の醸成

(3) 団体利用者向けサイクリングマナー啓発事業

(4) 地域・団体等による啓発促進事業

(5) マナー啓発・誘客情報発信事業

2 しまなみ地域魅力商品開発促進事業

(1) しまなみサイクリングエナジーフードの開発

サイクリスト向けに特化した、しまなみ地域オリジナルの食料品（補給食、ドリンクetc）を、地元メーカー等との連携により企画・開発し、商品化を行う。

(2) ふるさと納税返礼品への活用・販売促進

地元自治体、商工団体等との連携により、ふるさと納税返礼品としての取扱いを目指すほか、広くPRを行い販売を促進する

3 瀬戸内しまなみ海道活性化実行委員会の運営

構成団体 県（今治支局）、今治市、上島町、本州四国連絡高速道路株式会社、四国地方整備局、今治商工会議所、しまなみ商工会ほか

4 事業費合計 3,500千円 (県1,750千円、今治市1,400千円、上島町350千円)

5. 人と動物の共生推進事業費 1,093千円（R6～8年度）〔新規〕

今治圏域において、犬猫への正しいかわり方を周知啓発し、送致頭数を削減しつつ、犬猫による生活環境の悪化を防止するため、岡山理科大学、獣医師会、今治市、今治保健所など学・産・官が連携し、地域の主体的な活動を推進することで、人と動物が共生できる豊かな地域社会の構築を目指す。

【KPI】犬猫の苦情件数（生活環境の指標である苦情件数を抑制）
 【現状値】291件（R4年度） 【目標値】291件（R8年度）

1 人と動物の共生推進会議

- （1）岡山理科大学の専門的な知見、学生のアイデアなどを、人と動物の共生社会づくりに向けた効果的な事業推進に繋げる。
- （2）学・産・官の連携により、事業執行力の強化を図る。

2 動物愛護教室の支援

- （1）今治市及び岡山理科大学が協働で開催する獣医科大学ならではの動物愛護教室を支援（今治保健所主体による開催から地域主体による開催に移行）

3 飼い主、無責任にエサを与える者への啓発

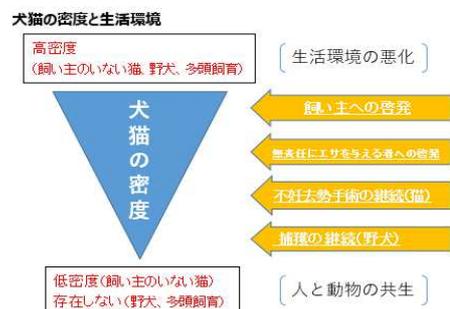
- （1）飼い犬、飼い猫の正しい飼い方を周知
- （2）動物に関する正しい知識（動物由来感染症を含む）を周知。

4 飼い主のいない猫問題で困っている県民への提案

- （1）地域ぐるみで飼い主のいない猫問題を解決する共助の意識を醸成し、将来的な不妊去勢活動等の推進に繋げる。

5 重点対策地区マップの作成

- （1）飼い主のいない猫が多い地区を把握し、重点的に啓発を実施。



6. 地元人材による農業労働力確保支援事業費 1,801千円（R6～8年度）〔新規〕

農家の高齢化が県内で最も深刻な東予地域では、安定した経営体制を確保するため、労働力の確保が最大の課題となっており、東予地域で盛んな二次産業の企業と農家をマッチングし、ボランティア活動（有償）を通じた労働力確保を促進させる。

【KPI】相談窓口への依頼に対するボランティア派遣率
 【現状値】－ 【目標値】100%（R8年度）

1 東予地域労働力確保促進協議会

- （1）構成 農家、商工会議所・商工会、大学、JA、県、市町
- （2）内容 ボランティア活動方針策定、関係者の意見交換など

2 農業ボランティア促進総合窓口

- （1）マッチングに係る相談や連携してボランティア推進を行う窓口を外部委託により設置する。（週3日、13：00～17：00の間、メールや電話で対応）
- （2）東予の製造業の社員や県内の大学生と農家との有償ボランティアを、既存システム活用によりマッチング（LINEから、手軽に応募可能）
- （3）ボランティアへの地域ポイントの付与に関する仕組みづくり
- （4）農作業に係る研修動画の作成（4品目、各3分程度）



3 企業等の参加促進の取組み

- （1）ボランティアの参加数の多い企業を表彰（3社）
- （2）参加企業の知名度向上に向けた地域農業イベントでの活動紹介。参加企業とともに、作成した動画やチラシにより本事業をPR
- （3）ボランティアと農家の料理教室など交流イベント開催（年1回）

7. 未利用資源を活用した有機肥料の開発促進事業費 1,434千円 (R6~8年度)〔新規〕

国際情勢の影響を受けやすく、地力低下の要因にもなる化学肥料に依存した農業からの脱却を図るため、東予地域の未利用資源である「鶏糞」「食品残渣」「下水汚泥」を原料とした有機肥料の開発、利用を促進し、持続可能な農業生産モデルを構築することで、国が進める「みどりの食料システム戦略」に掲げる化学肥料の低減を目指す。

【KPI】開発有機肥料の導入面積 (R12化学肥料20%低減を目指した面積)
【現状値】— 【目標値】250ha (R8年度)

1 有機肥料利用促進協議会

【構成：県、養鶏農家、食品製造業者、下水道事業者、肥料製造業者、JA等】

- (1) 会議の開催 (年3回、うち2回は外部アドバイザー招聘)
肥料開発方針検討、資源マッチング、下水汚泥の安全性確保の検討
- (2) 先進事例調査研修 (佐賀市)
下水汚泥の肥料化と推進方策、ブランド名を活用した農産物販売の取り組み

2 未利用資源の活用に向けた推進

- (1) 未利用資源の成分分析
有機肥料の原料とする鶏糞や食品残渣に含まれる肥料成分の分析 (6点)
- (2) 有機肥料普及推進シンポジウムの開催
生産者を対象に、有識者や篤農家を講師に招き、
有機肥料導入の機運を醸成

未利用資源の活用による安価な有機肥料開発【R6-7】



3 未利用資源を活用した有機肥料の試作

- (1) 最適な原料配合による有機肥料の試作
米麦、さといも、きゅうりに適した3種類の有機肥料の試作とその肥料成分及び重金属含有量の分析 (試作数量2,780kg (R7実証面積110a相当))
- (2) 有機肥料PRチラシの作成
生産者を対象に、試作肥料や有機肥料導入に関する施策の紹介チラシを500部配布し、JAと連携して導入を推進

8. デジタルを活用した地産地消・食育推進事業費 1,740千円 (R5~6年度)

地場産品使用率が低い東予東部の小学校において、地場産品を生きた教材として、GIGAスクール端末を活用した「地産地消と食育」に新居浜高専と連携して取り組み、幼少期の食育体験を通して、「食」と「農」を考えられる消費者の育成を図り、地場産品の利用率の向上を目指す。

【KPI】東予地域の学校給食地場産品使用率県平均達成市町数 (全5市町での達成を目指す)
【現状値】2市町 (R3年度) 【目標値】全5市町 (R6年度)

1 地産地消・食育推進のポータルサイトの充実

R5に開設したポータルサイトの内容の拡充

- ・作物育成シミュレーション制作<新居浜高専と連携>
高専生による小学校出前授業
- ・地産地消に関する動画 (農業者情報：スマート農業儲かる農業実践者等)
(地場産品情報：地元農産物の季節毎の姿)
- ・地場産品活用レシピ動画 (地産地消給食レシピ、野菜ソムリエコラム等)



2 GIGAスクール端末を活用した農業体験

- ・生産現場での農作業体験<リアル>
- ・生産現場と管内の小学校をオンラインで繋ぐ遠隔授業<デジタル>



3 東予地域地産地消・食育推進連携会

- ・構成：管内全市町、栄養教諭、委託業者、農家、JA、県
- ・学校給食の地場産品利用に関する各市町の現状、問題点の共有、意見交換
- ・地場産品利用に関する優良事例、管内農産物生産状況の情報提供による横展開



9. 移住者林業就業促進事業費 1,561千円 (R6~8年度)〔新規〕

市町や林業事業者と連携し、東予地区と林業の認知度を上げ、移住検討者に対し林業への関心を高めるとともに、訪問・相談の件数を増やすことで林業の担い手確保を目指す。

【KPI】移住に係る林業就業相談件数（新規林業就業者数10人/年に向けた必要件数）

【現状値】20件/年（R4年度） 【目標値】120件/年（R8年度）

1 林業就業アドバイザー設置

林業者としてすでに活躍する先輩移住者を「林業就業アドバイザー」として委嘱

- (1) 電話やメール等による相談への対応やアドバイスの実施
- (2) 移住フェア等への派遣（東京1回、大阪3回の年4回）

2 林業体験プログラムの実施

移住検討者に対して、林業体験と移住パッケージの提案

- (1) 移住者林業体験プログラムの実施
地元住民との交流会や石鎚山麓の自然散策、林業作業などを体験
- (2) 林業移住パッケージの提案
「就業先（仕事）」と「住まい（古民家住宅等）」をパッケージ化

3 映像によるプロモーション活動

仕事や田舎暮らしの様子について、動画を作成しSNS等により情報発信

- (1) 林業と移住をテーマとした動画の作成（12本/年）
- (2) SNS（Twitter、Instagram、HP等）や移住雑誌等を活用した情報発信

