

令和6年度デジタル田園都市国家構想交付金 交付金事業の自己評価

資料3-2

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
①Society5.0社会を見据えた未来技術活用推進事業(6事項)					
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: デジタル人材育成、県産食材ブランド力向上、農業、教育 新規: 移住、脱炭素	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> ・デジタル人材育成: 県内大学のデジタル系新学部に関する連携を支援し、デジタル人材育成に向けた提案・助言を実施したほか、企業等の紹介 ・県産食材ブランド力向上: 県外に向けた食の魅力発信強化による県産品価値向上を支援 ・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 ・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CBTシステム導入検討を支援 ・移住: CRMを活用した移住相談のリピーター増加につながる仕組みづくりを支援 ・脱炭素: 中小企業の脱炭素化に向けた行動変容を促進するための新たな仕組みづくりを支援	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。	県内の認定農業者等を対象に、ネットワークの本格運用を開始。ネットワークを活用し、病害虫診断等の農事相談の対応、県オリジナル品種に関する栽培技術、高温、台風などの災害対策と被害情報の収集・発信等に的確かつ迅速に対応。183名の登録農業者に対して延べ1594回の生産指導を行い、農業振興に寄与した。	農林水産部	農産園芸課
3	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	金属加工企業の工場内において、ローカル5Gネットワークを活用した工場内モニタリングや、材料・完成品等のAGV無人搬送による作業員の負担の減少や人手不足への対応など、業務の効率化に係る実証研究を行った。技術開発支援については、県内企業2社と共同研究を実施したほか、昨年度の研究が1件の製品化につながった。	経済労働部	産業創出課
4	乳用牛生涯乳量向上事業費	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ICT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 初産分娩月齢早期化支援事業 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を強化し、15ヶ月以内に初回人工授精を実施した295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を開発するため、画像データを収集し、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
5	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(24者、154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
6	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。	実技指導や講演会などを中心に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」は前年度75.4%から76.7%となり、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

令和6年度デジタル田園都市国家構想交付金 交付金事業の自己評価

資料3-2

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
②えひめのものづくり「次のスゴ技・すごモノ」開発推進事業(12事項)					
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 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(20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 ベトナムの送出機関等を訪問し、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、4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6年度は、届出受理はなかったものの、3社4商品が販売開始されたほか、9件の支援を実施した。	経済労働部	産業創出課
4	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、産学金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3回開催し、県内企業等から189名の参加があった。セミナーでは、デジタルツイン及び生成AIについての講演や、県のDX推進事業の成果報告を実施した。	経済労働部	産業創出課
5	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14名の参加があった。また、県内企業への個別指導を9回実施した。 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
6	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照射技術及び超高压処理技術を用いて、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 高压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、高压加工による食品への影響に関する品質評価等を行ったところ、UV-LED照射による1件の技術移転、高压加工技術による1件の商品化に向けた取組みにつながった。	経済労働部	産業創出課
7	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4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
8	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、紙糸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2.8倍、吸水性10倍の冷感紙、並びに、冷感性2.1倍の冷感織物が試作できた。	経済労働部	産業創出課

令和6年度デジタル田園都市国家構想交付金 交付金事業の自己評価

資料3-2

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
9	技能向上対策事業費	全建総連第40回全国青年技能競技大会が令和6年9月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 5回 ・訓練用材料・消耗品等 5回(延べ30人) ・本県から5名の選手が出場し、奨励賞(4名)及び特別賞(1名)を受賞した。	経済労働部	労政雇用課
10	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2回目の開催となった「えひめものづくりフェアinきさいや広場」を20ブースで開催し、目標値(1,050人)を超える延べ1,107人の参加があった。熟練の技等を間近で見て触れることで、地域の子どもの「ものづくり」に対する興味や関心を持つきっかけ作りとなったほか、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
11	えひめの伝統工芸活性化支援事業費	約250年の歴史を有する砥部焼を今後も愛媛を代表する伝統産業として守り育てていくため、砥部焼の価値を高めるモデル事業者育成支援やブランド化に向けた県外での販売支援を行うとともに、産地内の技術力向上支援や手作りを守りながらも生産の効率化を図るための体制整備に向けた取組みを行う。 1 砥部焼の価値を高めるモデル窯元の育成支援 2 産地の底上げに向けた体制整備	モデル事業者の育成では、砥部焼窯元に対し、専門家によるコンサルティングを計9回実施し、経営改善や新ブランド立ち上げによる出荷額増に向けた取組みを行った。 また、手作りの価値を守るための技術力向上支援として、他産地作家との技術交流を2回実施したほか、生産の効率化に向けた体制構築のため、圧力鑄込み成形に対応した坯土研究や、県外指導者を招聘して技術指導を実施した。	経済労働部	産業創出課
12	「すご味」・「すごモノ」販売支援事業費(細事項①)	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大阪万博を見据えた大阪での展示会にも出展し、県内外パイヤーとのオン・オフ交えた商談機会の創出により、「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」事業者向けに大都市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、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

令和6年度デジタル田園都市国家構想交付金 交付金事業の自己評価

資料3-2

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
③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(19事項)					
1	デジタルマーケティング戦略推進事業費(細事項②の一部以外)	<p>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。</p> <ol style="list-style-type: none"> デジタルマーケティング基本戦略の普及・啓発 <ul style="list-style-type: none"> 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 愛媛県版DMP(データマネジメントプラットフォーム)の運用 <ul style="list-style-type: none"> 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リテラシー向上 データに基づく成果分析、可視化スキームの構築 関係人口の深まりを分析可能な仕組みの構築 消費行動データ利活用モデルの実証 <ul style="list-style-type: none"> 消費行動データの閲覧が可能なツールを導入し、実需創出施策関係課等で活用 <p>※下線部が対象事業</p>	<p>愛媛県版DMPにおいて、県の所有する約100のウェブサイトと連携して得られたデータ(匿名加工された約4,000万ユーザーの年代、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、蓄積したデータのダッシュボード化(可視化)やCRMの構築に取り組むことで、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。</p> <p>※デジタルマーケティング相談件数:47課室174案件 また、消費行動データを活用し、物産・観光・ふるさと納税分野における実需の創出支援に取り組んだ。</p>	企画振興部	デジタルソフト推進課
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(2))	<p>県統一コンセプト「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。</p>	<p>愛媛の食の魅力を届けるため愛媛の製品の情報を集約し、著名人を起用したYouTubeで紹介</p> <p>【成果】 ・令和7年3月31日時点で30,587人の登録者数を獲得することができた。</p>	企画振興部	広報広聴課
3	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。</p> <ol style="list-style-type: none"> 東アジア・東南アジアでの販路拡大に向けた営業活動 欧米での販路拡大に向けた営業活動 	<ol style="list-style-type: none"> 台湾の現地商社と連携し、台湾の事業者を招いた県内事業者との商談・マッチングを実施するとともに、現地フェアへの出展に合わせ、大手商業事業者と県内地域商社との商談の支援を行った。また、インドでの販路開拓のため、現地フェアに出展し、県産品のPRにつながった。 アメリカでは大手小売業者と連携したフェアを開催したほか、ハワイでは真珠や加工食品フェアを開催した。 	経済労働部	産業政策課
4	農商エビジネス競争力強化事業費	<p>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、農商エビジネスの競争力強化を加速化する。</p>	<p>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、首都圏大型展示会においては、展示会実施後の事業者アンケートで、ほぼ全ての事業者が「満足・また参加したい」と回答し、販路開拓の機会として高い評価を得た。また、会期中の成約金額及び成約見込額についても昨年度より増加しており、今後も高い水準を保てることが期待できる。</p> <p>さらに、フェアにおいては、小間数の関係で出展事業者数を減らしたものの、フェア全体の売上は前年並みであり、1事業者あたりの売上は前年比127%と増加していることから、一定の成果が出ている。</p>	経済労働部	経営支援課
5	6次産業化活動支援事業費	<p>○マルシェ開催により6次化商品のPRと販売促進 ○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</p>	<p>○6次産業化に取り組んできた農林漁業者等24事業者が出展し、マルシェにて商品PR力の向上が図られ、販路拡大に寄与。 ○県内農林漁業者12事業者の新商品開発等の取組みを支援し、38品が商品化。</p>	農林水産部	農政課
6	県産農林水産物輸出促進事業費	<p>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。</p>	<p>欧州向け河内晩柑(misho)の物流コストの削減と環境負荷の低減を目指した海上輸送による大ロット輸出が実現したことに加えて、日本産青果への旺盛な需要がある台湾、香港及びシンガポールにおいて、プロモーション活動や販促資材等の提供など後方支援の強化により、輸出量が順調に増加した結果、県関与かんきつ輸出量は、過去最高の181.3トンとなった。</p>	農林水産部	食ブランドマーケティング課

令和6年度デジタル田園都市国家構想交付金 交付金事業の自己評価

資料3-2

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
7	地産地消促進事業費	小学校の児童・保護者や農業高校の生徒を対象としたダンスを取り入れた作付けなどの農作業体験や、収穫した作物を使用した加工品のプロモーションを実施するなど、地産地消の更なる促進を図る。	地元特産品の作付け作業には、児童・保護者や農業高校の生徒など約50名が参加し、イベント実施後のアンケート調査では、9割の参加者が「地産地消を考える意識が向上した」「地元産品を購入することを意識づけるなど具体的な行動に移る」と回答したほか、著名人を活用して本県の特産品であるはだか麦を使用した麦みそをPRするなど、県産食材への理解を深め、地産地消の啓発につながる活動を実施した。	農林水産部	食ブランドマーケティング課
8	愛育フィッシュ輸出拡大事業費	「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	令和6年4月23～25日にスペイン・バルセロナで実施された国際水産見本市に出展した県内企業の支援を行い、世界各地のバイヤーに対して愛育フィッシュのPRの結果、引き合いを得ることができた。 また、9月16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参加する事業者への出展支援を行い、従来から取引のある現地レストランへのフォローや新たなバイヤーへのPRができ、取引量の増加につながった。 さらに、令和7年3月17～26にフランス・パリ市内の和食レストランにおいて愛育フィッシュを用いたフェアを開催し、県産水産物の販路拡大につながった。	農林水産部	漁政課
9	県産水産物販路拡大支援事業費	県産水産物・水産加工品を製造・販売する事業者の販路拡大を支援するため、国内最大級の展示商談会へ出展するとともに、大都市圏を中心としたフェア働きかけ等を行うことで、更なる消費喚起を促す。 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26回ジャパン・インターナショナル・シーフードショー（R6.8.20～8.22）に愛媛県ブースとして県内事業者17社が出展し、790件の商談機会及び約364,400千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」を開催するなどした他、SNSを活用したPRなどの取組みを実施した。	農林水産部	漁政課
10	媛スマ産業化推進事業費	「媛スマ普及促進協議会」と連携し、媛スマの産業化に向けた国内外への販売戦略の検討や安定的な生産体制の構築を図る。 ・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」を適時開催し、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、飲食店や小売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
11	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、産地としての認知度向上という共通の課題を持つ山梨県と連携した真珠のPRのほか、コロナ禍で大きく変化した販売形態に対応し、対面とECとを連動させた真珠販売、インバウンドを含めた新たな需要への対応など、県産真珠の販路拡大の取組みを支援する。	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、コロナ禍以前と同様に開催したほか、ECサイトと当該フェアを連動させ、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に加え、ジュエリーの産地である山梨県との連携の下、県産真珠の認知度向上にも広く取り組んだ。 また、消費者の購買活動が、ECから対面に戻る傾向が見られているものの、販売ツールとしてデジタル面での情報提供は重要であると見ており、ECサイトを活用しつつ、対面と連動した県産真珠の販売促進に取り組んだ。	農林水産部	水産課
12	えひめ食材販路拡大パワーアップ事業費	大都市圏の食品卸売業者を通じて、県産食材に感度の高い新たな飲食店を効率的に開拓するとともに、フェア開催を契機とした取引の定着につなげることで、県産食材の更なる販路拡大を図る。	昨年度連携した食品卸売業者2社との連携を強化するとともに、新たな食品卸売業者2社と協力し、これまでの首都圏に加え、関西圏をターゲットエリアに追加したり、製品のバリエーションの増加を図ったりしたほか、63店舗で1か月間、県産食材を使用したメニューフェアを実施した結果、1,427件の新規成約実績を上げるなど、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
13	「すご味」・「すごモノ」販売支援事業費	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。	「すご味」事業者向けに県内で対面及びオンライン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

令和6年度デジタル田園都市国家構想交付金 交付金事業の自己評価

資料3-2

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
14	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4日から12月3日の期間に県内道の駅他飲食店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・配布や中国地方の大型量販店での「ひめの凜」の試食販売フェアを開催(1/25~28)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
15	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、愛媛百貨選への誘引、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。	首都圏のオフィスやスポーツイベント等でのPR販売活動に際しては、出店場所の開拓や提供メニューの多様化、市町との連携等を進めたことで年間売上額は昨年度を上回る約1,510万円となるなど、本県の認知度向上とファン拡大に一定の成果が得られた。	農林水産部	食ブランドマーケティング課
16	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かさを楽しめる食体験を提供し、4日間合計で約5万5千人が来場するとともに、2月の1か月間、県内約300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6万4千食提供された。また、Web広告やCM、関西圏でのPRイベント等により、当イベントや「えひめの食」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
17	県ブランド畜産物実需加速化事業費	県ブランド畜産物(愛媛あかね和牛、愛媛甘とろ豚、媛っこ地鶏)の各需要に対応した販売促進活動を実施し、実需の加速化を図る。 1 県ブランド畜産物の個別プロモーションの展開 2 SNSによる県ブランド畜産物の魅力訴求情報の発信	3畜ごとに、これまでの取引実績や課題分析に基づく個別プロモーション(量販店・飲食店でのフェア(延べ5回、83店舗参加)、生産者個別営業支援など)を実施するとともに、SNS等を活用してキャンペーン情報やブランドストーリーを発信することで実需の拡大、認知度の向上を図った結果、目標として出荷額を達成することができた。	農林水産部	畜産課
18	紅プリンセス等ブランド力強化事業費	令和7年3月に本格販売を控える「紅プリンセス」について、全農えひめとの連携により、紅まどんなや甘平との親子関係とリレー販売に焦点を当てた効果的なPRを行うとともに、かんきつファンづくりイベントを開催するなど、県オリジナル品種等の更なる認知度向上を図る。	県オリジナル3品種(紅まどんな、紅かんべい、紅プリンセス)を「紅コレクション」と命名し、親子関係とリレー販売を意識した新たなプロモーションを展開したほか、かんきつファンづくりイベントの開催、「愛媛のかんきつ旬!旬!音頭」を踊り、保護者からのSNSによる情報発信・拡散を狙う取組みの実施等により、メインターゲットとなる首都圏30~50代女性の県オリジナル品種の認知度は38.4%と、前年度(31.8%)から着実に向上している。	農林水産部	食ブランドマーケティング課
19	渚女子活動拡大支援事業費	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(渚女子活動)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 渚女子拡大支援事業 2 漁村女性活動支援事業	県内漁協女性部が開発した水産加工品の詰め合わせセットのリニューアル販売のほか、東予地域特産の魚介類レシピを作成することでPR(試食会等)や消費拡大を図った。 また、首都圏を中心に地元産品(じゃこてん、たこめし等)を活用した販売イベントのPRならび情報発信を行うことで、販路拡大に努めた。	農林水産部	漁政課

令和6年度デジタル田園都市国家構想交付金 交付金事業の自己評価

資料3-2

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
④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(7事項)					
1	戦略的情報発信プロジェクト推進事業費(細事項①)	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)のフォロワー数 約27,000人増 (R6当初:約84,000人 → 事業実施後:約111,000人)	企画振興部	広報広聴課
2	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(東京3回・大阪2回、オンライン6回)移住セミナー(愛知1回)開催、デジタルマーケティングの手法の活用、帰省時期における空港でのUターン促進キャンペーンなどにより、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6年度の移住者数は6,910人となった。	企画振興部	地域政策課
3	えひめ農業女子確保支援事業費	就農を希望する女性が、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)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、就農体験ツアーの開催	学生を対象とした農業体験ツアーでは大学生等11人が参加し、農業DX、農業機械操作体験、農業法人訪問や、女性農業者との意見交換等により、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)を対象に農作業体験、農業法人訪問や農家女性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県外で2回の移住就農相談を実施し、11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
4	えひめ高等学校全国募集促進事業費(細事項②の一部、細事項③)	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」参画校8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12校における県外からの入学生数(R7.4)は、前年度の112名から117名となり、一定の成果が得られた。 1 176件の申請に対し、計2,696,700円の補助金を支給(全件受理) 2 22都府県から中学生146名が参加(うち33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(49,852人が高校教育課HPを訪問)	教育委員会	高校教育課
5	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媒体を活用して本県農林水産業の魅力や成功体験を発信するとともに、農林水産人を講師として、高校や大学で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。	農林水産人が自ら動画を撮影し、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についてFacebook、InstagramのSNSで234回配信し、広く情報を発信できた。 次世代人材掘り起こしとして、大学・高校での出前事業(9回、延べ421人参加)、県内就業相談会でのセミナー(3回、延べ37人参加)、進路・就職担当者との懇談(5回)を実施し、一次産業従事者目線で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
6	南予移住魅力創出事業費(細事項①)	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、南予子育て移住イベントへの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6年度の南予地域への相談件数は1,565件(対前年度比104.6%)と、過去最高を更新している。	企画振興部	地域政策課
7	企業合宿型人材育成ワークショップ誘致推進事業費	地域課題解決と社員成長につなげる愛媛流ワーケーションの特長を生かし、大都市圏企業とのマッチング力を高めて、南予地域を重点に本県でのワーケーションの定着と再訪を促進し、地域共創を生み出す企業版関係人口の拡大を図る。 1 誘致候補企業の調査・需要開拓、PRサイト機能強化 2 南予地域での相談窓口の運営、地域課題解決型プログラム開発、企業への実践補助 3 首都圏・関西圏企業へのプラン提案による定着促進	誘致候補企業のリストマーケティングによる新規マッチング促進や、ワンストップ型PRサイトの強化、受入相談窓口の運営、地域課題解決プログラムの充実に取り組んだ結果、15社(帯同企業含めると20社)・71名の誘致につなげることができた。 また、オーダーメイド型の対応と誘致企業への丁寧なアフターフォローに取り組んだ結果、誘致企業のリピート率は34.3%(昨年度28.6%)となるなど、本事業を通じて企業版関係人口の創出・拡大に寄与している。	企画振興部	地域政策課

令和6年度デジタル田園都市国家構想交付金 交付金事業の自己評価

資料3-2

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
⑤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事項)					
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	<p>「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する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・行政DXの推進に経験豊富な5名(うち4名は基礎自治体の勤務経験あり)の高度デジタル人材を共同で確保・共有し、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・解決策の提示などの支援を行った。(オンラインや訪問による市町個別支援113回) ・意欲ある自治体を選定し、窓口改革や生成AIの導入など他市町のDX推進の参考となるようなテーマでモデル的に事例創出に向けた支援を行った。(4テーマ6市町) ・合同研修や合同セミナー等の開催により、引き続き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を図った。 	企画振興部	デジタルソフト推進課
2	産業DXモデル創出事業費	<p>県内中小企業のDX推進に向け、DXの参考となる先行事例を創出するための補助金支援、DX認定を取得するための大手コンサルによる伴走支援、DXの導入に向けた課題解決の支援を行う。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 先行事例創出支援 2 DX認定取得支援 3 課題解決支援 	<p>県内中小企業のDX導入の参考となる先行事例を創出するため、生産プロセス改善に向けた設備投資等に必要経費の一部を補助するとともに、企業のDX認定取得に向けた伴走支援や、DX導入に向けた課題解決支援を実施した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・先行事例創出：3件 ・DX認定取得支援対象企業：6社 ・課題解決支援の勉強会参加者：延べ86名 	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	<p>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活用手法と論理的思考を有したデジタル人材を創出する。</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 	<ol style="list-style-type: none"> 1 県内大学(愛媛大、松山大、東雲短大、聖カタ大、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、279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、社会人52名の受講があった。 <p>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。</p>	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	<p>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。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・県内企業6社が6名のネパールIT人材を採用 ・オンライン選考会を開催(R6.7) ・内定者を対象とする現地日本語教育(R6.8~R7.3) <p>受け入れた企業からも好評を得るなど、外国人材採用の機運が高まった。</p>	経済労働部	産業人材課
5	デジタル人材育成・確保推進事業費	<p>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。</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 	<ol style="list-style-type: none"> 1 デジタル人材育成推進会議の開催(R6.7、R7.3の2回開催) 2 IT人材バンクの開催(R7.3開催) 	経済労働部	産業人材課
6	IT人材獲得支援事業費	<p>県内企業がIT人材獲得にかかる経費の支援や企業と求職者の交流機会としてインターンシップのマッチングを支援する。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 県外IT人材の獲得支援 2 IT人材インターンシップマッチング支援 	<ol style="list-style-type: none"> 1 県外IT人材の獲得支援事業費補助件数 4件 2 IT人材インターンシップマッチング支援 15社63名 	経済労働部	産業人材課

令和6年度デジタル田園都市国家構想交付金 交付金事業の自己評価

資料3-2

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
⑥とべもりを核とした関係人口創出とSDGs体験事業(4事項)					
1	えひめこどもの城愛顔波及事業費	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。	ARの技術を活用し、こどもの城の特色を生かした仮想現実によって来園者に特別な体験を提供したほか、とべもり+(プラス)における周遊イベントを開催し、連携して魅力を高める集客イベントを開催することができた。	保健福祉部	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、イルミネーションを活用したPR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、とべもり+(プラス)エリアでの集客拡大につなげるため、「とべ動物園まじめ行動計画(第3期)」の策定を行うため、とべ動物園魅力向上検討委員会を開催した。	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。 令和7年度～9年度を事業期間とする「とべ動物園まじめ行動計画(第3期)」においては、とべもり+(プラス)エリアの連携・交流施策の拡大の他、ハード・ソフト両面から、既存顧客層だけでなく新たなターゲットに向けた施策も展開し、来園者の増加、魅力向上につなげることとしている。	土木部	都市整備課
3	とべもり+(プラス)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む、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。 ・夜間イベント(イルミネーション)及び周遊バスの運行 ・フォトモザイクアートイベントの実施 ・スマホアプリの機能拡張 ・ビッグデータを活用した来園者の情報分析 ・エリア周辺店舗と連携したスタンプラリーの実施 ・SDGsプログラム体験ツアーの実施	夜間イベントでは、イルミネーションの実施に併せてバスを運行し、松山市中心部からの誘客を促進した。 また、ビッグデータを活用した来園者の情報分析を行い、各施設に分析結果を共有し、来園者増加に向けた取組みの検討材料にするほか、デジタルマーケティングの手法を活用した広報にも活用する。 加えて、「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エリア周辺店舗と連携したスタンプラリーを実施することで、モニターツアーでは約140名が参加するなど新たなターゲット層の集客や4施設の周遊につなげた。	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 作品募集・審査 空間表現作品部門(インスタレーション、立体作品等) 2 創作技能の向上及び県内向けPR (未就学児・小学生向けアートワークショップ、空間表現作品部門作品募集オリエンテーション、身体表現部門キャラバン等) 3 運営委員会の開催	空間表現作品部門について「森のいのち」をテーマに、園内各地へ展示するアート作品を募集したところ、県内外から30作品の応募の中から、スケッチ及び作文や模型審査を実施し、制作する12作品を選考した。 えひめこどもの城や県内児童館及び各学校等において、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募集ワークショップ等を開催し、計220人の児童・生徒に参加いただいた。	観光スポーツ文化部	文化振興課

令和6年度デジタル田園都市国家構想交付金 交付金事業の自己評価

資料3-2

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
⑦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(5事項)					
1	人口減少対策意識啓発事業費	①県内企業・団体の若手従業員等を対象に、初期キャリア形成の重要性等について知識や理解を向上させる講義と、グループワークや交流会を通じて人脈形成に繋がる研修会を開催する。 ②県内企業・団体の経営者、人事・労務担当者等を対象に、仕事と家庭の両立ができる環境づくりに向けた意識変革を促すセミナーを開催する。	①生きがいや愛媛で暮らす生き方などのテーマで講義をしたほか、ゲストスピーカーを交えた参加者同士のトークセッションを通して自身のライフプランを考える「えひめの若者ライフプラン形成支援セミナー」を25回開催し、538名に対し支援を行った。 ②「人口減少社会だからこそ求められる企業の取組みとは」をテーマにした基調講演のほか、愛媛県内企業の優良事例や愛媛県の人口減少対策の取組みの紹介を行う「愛媛県人口減少対策セミナー」を12回開催(378人参加)し、地域を支える全ての主体が力を合わせて、人口減少対策に取り組む機運を盛り上げた。	企画振興部	地域政策課
2	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)、FC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、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86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の獲得につながった。 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1,100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。	観光スポーツ文化局	地域スポーツ課
3	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、「性別を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働きやすく、働きがいのある環境となることが重要であることから、令和5年度に創設した県独自の企業の認証制度の普及・啓発に取り組み、県として企業の取組み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イベント等を実施する。	令和5年度に創設した「ひめボス宣言事業所認証制度」における、令和6年度末時点の基本認証企業数は726社、このうち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13社となるなど、前年度よりも認証企業数は大幅に増加し、県内企業における意識改革や、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職場環境の整備が進んでいる。 令和6年度中に上位認証を取得した企業のうち7社を表彰した「ひめボス宣言事業所アワード」では、各企業の取組みを紹介するとともに、外部講師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みに役立てることができた。また、県内の女性が組織や職種の枠を超えて交流し、多様なロールモデルと出会うイベントを開催することで、女性人材の育成につなげることができた。	企画振興部	少子化対策・男女参画課
4	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 若年人材等確保支援 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26社、学生114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9社・学生30名が参加したほか、WEB合同会社説明会に企業40社・学生69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、133社が参加した。	経済労働部	産業人材課
5	魅力ある職場環境づくり支援事業費	人口減少に伴い人手不足が深刻化する中、人材確保や労働生産性向上に向けた県内企業の働き方改革の推進体制の確立及び円滑な実践を後押しするため、社内で働き方改革の取組みを牽引する人材を養成するためのセミナーを開催するとともに、企業ごとにコンサルタントによる個別フォローを実施することで働き方改革の推進を支援した上で、さらに個別フォローにおける具体的な取組み内容や成果をまとめた事例集を作成することで、県内企業への優良事例の横展開を図る。	働き方改革に関する知識や手法を習得するための養成講座(全3回)から、コンサルタントによる各企業の具体的な取組みを支援する個別フォロー(全3回(対面及びWeb))をセットにした「働き方改革推進リーダー養成講座」を開催し、参加企業10社に対して、課題解決の手法や働き方改革の具体的な手順を学び、実践していただくことで、社内における働き方改革の牽引役を担う人材の養成や、社内における推進体制の確立につながった。また、各企業の取組事例をまとめた事例集を作成し、県HPへの掲載や県内企業へのメール周知等により、優良事例の横展開を行うことができた。	企画振興部	少子化対策・男女参画課

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
⑧「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(6事項)					
1	未来デジタルキャリア獲得促進事業費	<p>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。</p> <p>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</p>	<p>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。</p> <p>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60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。</p>	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	<p>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」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。</p> <p>1 アートコミュニケーションプロジェクト (1)アートコミュニケータ「ひめラー」の育成・発掘 (2)ホームページやSNSによる情報発信 2 とべもり+(プラス)を拠点とした芸術祭の開催準備 (1)芸術祭の実施体制の構築 3 映像制作人材の育成(東京藝術大学名誉教授 梶井省志氏等との連携事業) (1)映像コンテスト、映像制作ワークショップ及び最新の映像技術を学ぶセミナー開催</p>	<p>アートコミュニケータ「ひめラー」の育成プログラムとして、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。次年度から活動を開始する2期生を発掘するため、フォーラム開催のほか、SNS等の情報発信により、募集を実施した。令和7年度に開催する「アートベンチャーエヒメフェス2025」に向けて、ひめラーの伴走のもと、国内外から公募するアーティストが地域の魅力を掘り下げながら作品を制作、展示するなど、地域住民・観客参加型の多彩なアート活動を展開する芸術祭の基本構想をとりまとめた。</p> <p>○事業KPI①: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 【R6実績】540人 (内訳)フォーラム参加者数509人、第1期ひめラー31人 第1期ひめラーの活動 ・活動人数31人 ・実績:基礎講座6回(計24時間)、鑑賞実践講座7回(計28時間)、アクセス実践講座①3回(計15時間)、アクセス実践講座②3回(計15時間)、ひめラボ(月2~4回程度、随時実施) 第2期ひめラーの募集 ・採用32人(募集定員20人/応募52人) ○事業KPI②:育成した人材によるデザインに関するコンテンツ数(件):20件 【R6実績】29件</p>	観光スポーツ文化部	文化振興課
3	愛顔感動ものがたり魅力発信強化事業費	<p>本県が提唱する「愛顔」にちなんだエピソード、写真、映像作品を募集し、受賞作品を広く県内外に発信することにより、本県のイメージアップを図るとともに、文字、写真、映像制作、朗読等の文化活動に親しむ機会を県民に提供し、文化の力を生かした地域活性化を図る。</p>	<p>47都道府県及び海外2か国からエピソード部門に4,267作品、写真部門に5,601作品、映像部門に29作品の応募をいただいた。 令和6年9月4日に東京都内で開催したPRイベントには228名の方に来場いただき、アーカイブ配信は1,000回以上再生された。 さらに、令和7年2月23日の表彰式イベントは、約1,000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、アーカイブ配信は約2,000回以上再生された。表彰式イベントの翌日に開催した、映像部門受賞作品の上映会は約100名の方に来場いただき、「愛顔」を県内外に広く発信できた。</p>	観光スポーツ文化部	文化振興課

令和6年度デジタル田園都市国家構想交付金 交付金事業の自己評価

資料3-2

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
4	愛媛国際映画祭実施事業費	映像・映画製作等に興味・関心のある学生等を対象に知識や技術を習得するワークショップを開催し、映像・映画製作等の分野において担い手となる人材の育成に継続的に取り組んでいく。 1 ワークショップ (シナリオ作成や編集過程、撮影機材の操作方法やテクニックなど映像制作の基礎を学ぶワークショップ(各回約2時間)を計10回開催。) 2 映像制作 3 映像上映会	中高生向け映像制作ワークショップを開催し、作成したショートムービーは、シネマルナティックで上映を行った。20名に参加いただき、参加者からは、「今後も映像制作を続けていきたい」との声が上がった。また、上映会では100名が来場し、来場者からは、「熱気を感じた」、「制作者の生の声が聞けて良かった」等の評価があり、本県映像文化の人材育成に一定の効果を上げることができた。	観光スポーツ文化部	文化振興課
5	デジタルマーケティング戦略推進事業費(細事項②の一部)	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 愛媛県版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リテラシー向上 ・データに基づく成果分析、可視化スキームの構築 ・関係人口の深まりを分析可能な仕組みの構築 3 消費行動データ活用モデルの実証 ・消費行動データの閲覧が可能なツールを導入し、実需創出施策関係課等で活用 ※下線部が対象事業	複数回の研修を通じ、デジタルマーケティングに必要な考え方やデジタルマーケティングにかかる最新の動向把握など、職員等のリテラシーの向上に取り組んだ。	企画振興部	デジタルソフト推進課
6	地域産業リスクリング推進支援事業費	企業において意思決定の鍵を握る経営層に対し、リスクリングの必要性に対する理解促進を図るとともに、具体的な社内人材のリスクリングに着手するため、専門人材による育成プログラムの構築支援を行うほか、社員のリスクリングに必要な経費の一部を助成することでDXを加速化させる。 1 経営層対象リスクリング推進セミナー 2 社内人材リスクリング実践プログラム構築 3 社内人材リスクリング実践支援事業	1 経営層対象リスクリング推進セミナー2回開催 2 社内人材の育成方針や研修実施を支援するアドバイザーを25社に派遣 3 社内DXを目的として実施する社員へのリスクリングに係る経費への補助 26社	経済労働部	産業人材課
⑨プロフェッショナル人材還流事業(1事項)					
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80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
⑩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(2事項)					
1	雇用・移住マッチング促進事業費	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6年度のアクセス数が約20万件(うち東京圏32.0%)、求人求職マッチング数が3,000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(細事項②)	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、12件の創業があった。	経済労働部	産業創出課

令和6年度デジタル田園都市国家構想交付金 交付金事業の自己評価

資料3-2

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課(室)
⑪スタートアップ・エコシステムの確立による稼げるスタートアップ創出プロジェクト(3事項)					
1	えひめスタートアップ共創促進事業費	県内企業の活性化を図るため、県内企業と首都圏や関西圏等のスタートアップ企業とをマッチングし、共創による新事業の創出を支援する。	県内企業から共創テーマを募集し、新事業開発やスタートアップ支援に精通した専門家のアドバイスの下、県内企業とスタートアップのマッチングを実施するとともに、スタートアップと県内企業の共創事業の実現のための専門家による伴走支援を実施した。 ・参加県内企業：12社 ・新事業創出件数：8件 (うち、令和6年度末時点で4件が事業化し、3件が実証実験を継続している。)	経済労働部	産業創出課
2	愛媛グローバル・フロンティア・プログラム推進事業費(細事項①)	高付加価値や新たな雇用の創出に直結し、県全体の経済に波及効果を及ぼす、スタートアップの創出を図るため、スタートアップ事業の創出と創業者のステージに応じた支援、専門支援機関による伴走支援、スタートアップ・エコシステムの構築、若年層の地域課題解決の意識や起業家精神の醸成等を実施する。 1 稼げるスタートアップ事業の創出と創業者のステージに応じた支援 2 スタートアップ・エコシステムの構築 3 若年層の地域課題解決の意識や起業家精神の醸成	1 創業予定者30者に対し、専門メンター陣によるビジネスプランの磨き上げを行った。また、事業拡大を図る県内創業者3者に対し、経験豊富な専門家による個別コンサルティングを実施した。 2 スタートアップ・エコシステムの素地となる創業者コミュニティを運営し、120人が入会した。(令和6年度末時点会員数：246名。) 3 小学生とその保護者を対象に、起業への関心を高めることを目的としたワークショップを実施し、27人が参加した。	経済労働部	産業創出課
3	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84.0から84.1%となるなど、一定の成果が出ている。	教育委員会	高校教育課
⑫デジタルを活用し愛媛県出身若年者との繋がり構築やコミュニティ創出による愛媛ファン獲得プロジェクト『ふるさと4.0』(1事項)					
1	トライアングルエヒメ推進事業(細事項②の委託料のみ)	1. 市町出身者向け専用のアプリケーションによる、転出者との関係性構築、愛媛ファンの創出加速 ・市町出身者を対象としたアプリケーションを開発 ・上記のプラットフォームの母集団形成・利用継続のための取組み及び魅力あるコンテンツの発信 2. ワーキングツーリズムプラットフォームを活用した地方体験をしたい層へのアプローチ ・市町事業体験企画のプラン策定、コーディネート ・プラットフォーム内での体験者募集ページ作成 ・地元事業者向けの説明会及び実施補助 ・市町事業体験のPRコンテンツ開発、情報発信 3. 空き家を活用した移住希望者の住居、旅行者の滞在先を確保するため、空き家の状況を把握するデジタルツールを導入 ・市町内物件の全件調査実施による利活用できる空き家の洗い出しの実施 ・民間デジタル基盤を活用し、空き家の利活用促進に向けた相談窓口の開設、運営	1. 導入自治体における事業展開の土台となる会員獲得に注力し、情報発信や応援パートナーの開拓、ふるさと便の組成を行ったほか、「はたちのつどい」などのイベントでPRを行った。結果、地域事業者の巻き込みや、クラウドファンディングなど、既に導入先で行われていた施策との連携、情報発信体制を構築することができた。 2. 導入自治体において、事業認知度の向上を図るため、事業者向け説明会を実施したほか、地元テレビ局の取材を通じてPRを行った。導入自治体ごとの成果は以下のとおり。 今治市：195人 八幡浜市：65人 久万高原町：107人 松野町：170人 鬼北町：64人 3. 導入自治体において、民間事業者の提供するデジタルツールを導入し、効率的な空き家の全件調査を行った。調査した情報をもとに民間事業者のデジタル基盤を利用した空き家情報のデータベース化、および次年度以降もリアルタイムに更新できる仕組みづくりを行った。また、相談窓口を設置し、空き家所有者や近隣住民等に対する空き家相談体制を構築した。	企画振興部	デジタルソフト推進課
予算事項数：72(一部、細事項での分割あり。)【実施計画数：12】					