

令和7年度新しい地方経済・生活環境創生交付金 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）
①外国人人材から選ばれる愛媛づくりプロジェクト(3事項)					
1	外国人人材県内定着・共生推進事業費	外国人に「選ばれる愛媛」となるため、外国人雇用に関する相談窓口の設置や送出国との連携強化等により、受入企業への支援体制を構築するほか、受入環境の整備・改善、地域共生の推進に取り組む企業向けの補助金制度の創設と帯同家族を含む日本語学習環境の充実を図る。	外国人雇用に関する相談窓口では、複雑な出入国在留管理制度や職場・生活環境の整備等、外国人材を雇用する際のハードルを乗り越えるための伴走支援として、延べ91件の相談に適切に対応した。 また、企業向け補助制度では、外国人材の受入に伴う住環境整備に係る経費等について、77件の県内事業者に補助した。 さらに、オンラインで提供する日本語学習について、255人の外国人が受講した。	企画振興部	多文化共生推進課
2	高度外国人材受入促進事業費	県内企業における海外からの高度人材の採用を支援するため、韓国、インドネシア、インドで採用面接会を開催する。	採用面接会を通じ、各国高度人材と県内企業との間で一定のマッチング（県内企業による内定通知及び求職者による承諾）が進み、県内企業における人材確保に寄与した。 韓国：県内企業4社で、7人の現地人材がマッチした。 インドネシア：県内企業6社で、12人の現地人材がマッチした。 インド：事業は終了したが、県内企業がインターンシップを自発的に実施し、現地人材の適性を確認中。	企画振興部	多文化共生推進課
3	松山空港地上支援業務外国人材活用推進事業費	県内教育機関による外国人材向けグランドハンドリング専門教育カリキュラムの新規策定を支援することで、航空機の運航を支えるグランドハンドリング人材（旅客スタッフ・ランプスタッフ）の中長期的な安定確保につなげる。	グランドハンドリング分野における専門教育のノウハウを有する事業者と連携し、県内教育機関との協議・検討を重ねることで、当初計画どおり、令和7年度末までに外国人材向け専門教育カリキュラムを策定することができた。	観光スポーツ文化部	航空政策室
②「都会へのおこがれ」対策プロジェクト(6事項)					
1	若者特化型人口減少対策意識啓発事業	人口減少対策の主なターゲット層である若者が協働して運営するメルマガを通して、愛媛との関わりを維持し続けるとともに、CRMを活用した戦略的な情報発信、ライフプラン形成のための著名人との交流会の開催により、転出抑制、将来のUターン促進を図る。 1 「Ehimeets!」（エヒミーツ）の導入 2 交流会等の開催 3 人口減少対策意識啓発強化期間推進事業の実施	1 「Ehimeets!」の導入 県内学生や若手社会人人数で構成している「Ehimeets!編集室」より、県内の高校生、大学生、専門学校生を対象に、学生や若手社会人の取材記事を掲載したメルマガを令和7年9月から全13回配信し、令和8年3月時点で1,594名に登録いただいた。 2 交流会等の開催 若者の意識啓発を目的に、愛媛県にゆかりのある著名人等を招いたオンラインの交流会を4回開催。また、ラジオ番組とのコラボによる県内高校への直接訪問を10回実施し、ラジオ番組にて7回放送した。 3 人口減少対策意識啓発強化期間推進事業の実施 8～9月を人口減少対策意識啓発強化期間として設定し、人口減少対策意識啓発に関するキャンペーン動画をテレビで150回放送、SNSにて600万回配信、人口減少対策意識啓発に関するテレビ番組を2回制作・放送した。	企画振興部	地域政策課
2	南予移住地認知度拡大プロモーション事業	全国にある移住先の中で南予地域を有望な移住地として認知、選択されるため、南予9市町で著名人が南予地域の豊かな自然環境、暮らしの魅力、住民等との交流を通して、魅力を発信する移住体験動画を作成し、著名人の訴求力を活かしつつ配信し、更なる移住関心層の開拓を図る。 ターゲット：子育て世代 事業内容：9市町での移住体験動画作成・配信(12本) えひめ移住ネット内に南予9市町の特設ページの作成	著名人を活用した移住体験動画は約230万再生されており、南予地域の移住地としての認知拡大と魅力訴求し、移住潜在層の掘起こしを図った結果、令和7年度の移住者数は859人（対前年度比105.5%）となった。	企画振興部	地域政策課

令和7年度新しい地方経済・生活環境創生交付金 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	キャリアチャレンジ for College事業	早い段階から学生に県内企業や地域を知ってもらうために、主に低年次の県内大学生等を対象に、県内企業と連携して、企業での就労体験（アルバイト）やサークル・ゼミ合宿、課題解決イベントと、地元でのアクティビティ等とをセットで実施することにより、県内企業の認知度向上を図るとともに、楽しく就労するイメージを持たせ、県内就職につなげるもの。	企業15社、学生延べ178名の参加を得て、9つのプログラムと交流会及び体験報告会を開催し、学生に企業や地域を知ってもらう取り組みを実施した。	経済労働部	産業人材課
4	関西圏若手社会人Uターン促進事業費（大阪）	関西圏で働く本県出身の若者を対象にUターン潜在層の掘り起しを行い、本県との新たな絆づくりを支援するため、若者が好む働き方を実践する「ひめボス認証企業」をはじめとする県内企業の就職情報等をプッシュ配信するほか、交流会を開催する。	関西圏で働く若者向けに構築した就職支援プラットフォーム「えひめSherpass」は10月の開設以降、令和7年度末で2,600人もの登録者を獲得できたほか、延べ1.7万通の情報発信を行ったところ。 また、大阪市内で開催した交流会でも全2回の合計で13社、33名の若者が参加し、愛媛で暮らし、働くことのPRにつながっている。	経済労働部	産業人材課
5	若年デジタル人材定着促進事業費	若年デジタル人材の定着を促進するため、県内企業や地域との継続的な交流機会を創出するとともに、県内IT企業が求める実務を経験した高度なIT人材及び県内企業のDXの推進を担える人材の育成を図る。 ○クラウド活用IT人材定着促進事業 ○課題解決型デジタル人材定着促進事業	クラウド活用IT人材定着促進事業について、参加学生47名、参加企業10社が参加し、県内企業のDX推進と学生の県内企業の理解、就職意欲の向上に寄与した。 課題解決型デジタル人材定着促進事業について、受講学生54名、参加企業12社となり、学生の県内企業への就職意向を高めることにつながった。	経済労働部	産業人材課
6	えひめ水産業次世代人材育成事業費	本事業は、本県水産業の振興に向け、宇和島水産高校を核とした産官学金が連携したコンソーシアムを設置し、地域との連携・協働により、高い専門性を身に付けた次世代の水産業を担う人材を育成し、地元定着を図る。	水産業コーディネーター配置や産官学金コンソーシアムとの連携により人材育成を進め、企業と協働した商品開発を推進。宇和島水産高校では専門家指導の下、養殖魚の加工、海外販売など高度な実践研究を行うことができた。 ○宇和島水産高校新規卒業者のうち県内水産関連企業就職率 R6年度は14.8%、R7年度は32.1%	教育委員会	高校教育課

令和7年度新しい地方経済・生活環境創生交付金 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脱炭素型ビジネススタイルの実現と環境負荷の少ない地域づくりによるカーボンニュートラル推進プロジェクト(3事項)					
1	ゼロカーボン・フロントランナー企業育成支援事業費	経営者層への直接アプローチを通じた意識改革や中核社員の育成支援、企業支援機関のスキル等底上げにより、将来を見据えて自走できる体制の構築を図る。 また、脱炭素に取り組む企業の努力を県が認定する制度を創設し、地域産業の脱炭素化に向けた取組みを加速させる。	以下のとおりセミナー等を開催し、経営者層の意識改革及び中核社員の育成支援を行った。R7年度に支援した企業等に対して、次年度以降も引き続き支援を行い、自走化に向けた体制作りを進めていきたい。 また、新設した認定制度には100社を超える申請があった。引き続き本制度の周知等を図り、県内の脱炭素化に向けて取り組んでいきたい。 【実績】 経営者向け脱炭素経営セミナー ※計35社（47人）参加 ・R7.9.18開催：27社（31人） ・R7.10.23開催：30社（38人） 個別伴走支援による脱炭素経営を担う中核社員の育成 ・計11社に対して支援 企業支援を行うリーダー育成研修 ※計21機関（34人）参加 ・R7.8.26開催：19機関（27人） ・R7.9.9開催：15機関（21人） ・R7.10.3開催：15機関（28人） ・R7.11.20開催：16機関（24人） えひめゼロカーボンチャレンジ企業認定制度 ・申請数143社（うち認定済は68社） ※R8.3.31時点	県民環境部	環境・ゼロカーボン推進課
2	事業者連携3R推進スキーム構築事業費	県内3R推進体制の一層の強化に向け、近年特に課題とされている、①太陽光パネルの大量廃棄問題への対応、②海洋プラスチックごみの発生抑制と回収後の有効活用について、関係事業者と連携した本県独自の循環スキーム構築を図る。	R7年度はスキーム構築に向けて実態調査等を実施し、3R処理の課題を抽出した。調査結果を踏まえ、R8年度以降実証実験等を通じてスキーム構築を目指す。 【太陽光パネル3R推進スキーム構築に係る実態調査】 太陽光パネルの大量廃棄問題への対応について、関係事業者と連携した本県独自の循環スキーム構築を図るため、実態等に係る調査を実施した。 【大規模イベントリユース食器導入スキーム構築事業】 海洋プラスチックごみ抑制に向け、大規模イベントでのリユース食器導入を図る本県独自のスキームを構築するため、実態調査を実施した。	県民環境部	循環型社会推進課
3	畜産生産基盤維持強化支援事業費（細事項②）	畜産生産基盤を強化するため、畜産施設等の整備、改修並びに地域と調和した経営を図るための堆肥処理等の機械取得等に要する取組を支援する。 （1）畜産施設改修支援：既存施設の機能向上や長寿命化に係る改修や付帯設備の導入支援 （2）地域環境に配慮した堆肥生産支援：地域環境に配慮した堆肥処理等の畜産環境設備機器の取得に対する経費を支援 （3）共同利用堆肥センターの機能向上支援：良質堆肥製造に係る施設改修、機械導入に対する支援	8市町32件（（1）27件、（2）5件）の取組があり、畜舎屋根や堆肥舎の改修、堆肥処理に必要な機械等を導入した。	農林水産部	畜産課

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課（室）
④デジタル技術の横展開・官民共創・集積による実装加速化プロジェクト(2事項)					
1	トライアングルエヒメ2.0事業（細事項①②③の委託料の一部）	「デジタル実装フィールドNo.1」を目指し、最先端のデジタル技術等の現場実装により、地域課題の解決と産業の稼ぐ力の強化を図る。 1 デジタル実装成果横展開プロジェクト 新規デジタル実装プロジェクトの組成を進め、デジタル技術を提供するデジタル企業、実装先事業者及び未実装の地域事業者間での実装シナジーの創出を通じて、県内産業の稼ぐ力の強化とデジタル人材育成を進める。 また、実装したデジタル技術の各産業・県内での横展開を図る。 【実装検証委託】 「農林水産、ものづくり、サービス（観光）、脱炭素、生成AI」の5分野を重点分野とし、モデル産業クラスター形成を目指す。全国から事業を募集し、優良な事業を採択する。 【横展開補助】 検証済みのデジタル技術を対象に、県内事業者への導入初期費用を助成し、県全体のデジタル実装を促進する。 2 共創・集積促進プロジェクト 多岐にわたるステークホルダーが連携し、共創と集積を促進するためのネットワークを構築する。 【ネットワークング】 採択モデル事業の自走支援、採択事業者と未導入県内事業者間の勉強会、新たなビジネス創出のための共創会を開催する。 【全国の共創拠点との連携】 全国の共創拠点と連携し、県外優良デジタル企業の持つデジタル技術の県内実装を支援する。 【ランチ設置促進】 県外企業の研究開発拠点や四国統括拠点の設置を支援する。	1 デジタル実装成果横展開プロジェクト 【実装検証委託】 重点クラスター形成型及び発展型で計31件を採択し、実装検証を行った。日本国内外から約380件の応募があり、事業目的に合致した事業を採択し、県内産業の稼ぐ力の向上につなげることができた。 【横展開補助】 32件の補助を行なった。事業初年度であり、制度整備及び周知に時間を要したため、目標件数を下回った。一方、県内企業からの要望の声は増えており、年度後半には周知も進んだ。また、令和8年度に向けてメニューの拡充も行ったため、令和8年度以降は一定の増加が期待できると考えている。 2 共創・集積促進プロジェクト 【ネットワークング】 勉強会・共創会等のネットワークングイベントを109回開催し、多数の参加者を得た。実装検証を行った技術の横展開先や新たな実装検証事業の実装先企業を獲得している。 【全国の共創拠点との連携】 全国37拠点と連携し、103件の事業の応募を得ることができた。そのうち、最も効果があると考えられる5件を採択し、県内実装を進めることができた。 【ランチ設置促進】 約450社にスカウティング、うち約40社にヒアリングを実施し、ニーズの確認を行った。予定どおり2026年度中のランチ設置を目指している。	企画振興部	デジタルシフト推進課
2	官民共創拠点運営準備委託事業	令和8年5月下旬に開所する官民共創拠点の運用開始に向けて、運営体制の構築及び運営に係る業務の一部を委託する。 ・委託内容 - ーコミュニティマネージャーの採用活動・育成費 - ー拠点運営マニュアル・各種規約・安全管理のガイドライン等の作成	委託事業者のノウハウを活用しながら次のとおり実施した。 ①拠点の運営に必要なコミュニティマネージャー5名及び受付スタッフ7名を現地で採用した。 ②拠点の運営に必要となる各種規約等を作成した。 ・愛媛県官民共創拠点管理運営要綱 ・愛媛県官民共創拠点「E:N BASE」利用規約 ・愛媛県官民共創拠点「E:N BASE」共創パートナー制度要綱 ・愛媛県官民共創拠点「E:N BASE」プライバシーポリシー ・拠点運営マニュアル ・コミュニティマネージャー研修マニュアル	企画振興部	官民共創推進課

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課（室）
⑤レガシーを活用した関係人口創出プロジェクト(4事項)					
1	県指定文化財デジタル化保存・活用推進事業	デジタル技術を活用した文化財資料（測量データ）の収集・保存により、文化財の散逸・消滅対策を講じるとともに、その資料を活用した文化財の魅力発信等による普及啓発を通して、次世代への確実な継承を図る。	文化財の3次元測量・3D化により、散逸・消滅対策を講じることができたとともに、現場体験やデータの教育現場での活用を通じて、若い世代の文化財保護意識の醸成を図ることができた。 また、普及啓発イベントを開催し、幅広い世代に文化財の魅力を発信することで、地域の宝の再発見・郷土愛に繋げることができた。 ＜取り組み状況＞ ①県指定文化財「大下田古墳1号・2号」の3次元測量調査及び3D化を実施した。 ②令和7年7月12日(土)に、まつり映像等の記録撮影（デジタル化）の機運醸成を図る「民俗文化財継承研修会」を開催し、市町・保存会関係者50名が参加した。 ③県内の文化財を若い世代にも知ってもらうため、令和7年11月29日(土)に、「文化財フェア2025」を開催し、延べ約630名の参加があった。同イベントでは、県立学校等の協力を得て、文化財に関する体験コーナーやクイズラリーを行ったほか、今治市の延喜獅子舞保存会や宇和島市の立間鹿の子保存会のステージイベントを実施し、本県文化財の魅力を広く県民に周知できた。 ④幅広い世代に文化財の魅力発信を効果的に行うため、ホームページをリニューアルするとともに、今後、3次元測量の3Dデータをホームページで閲覧できるよう環境を整えた。 ⑤令和7年8月20日(水)に、学生向けに3次元測量調査の現場見学会を実施し、文化財のデジタル化技術やその重要性の理解向上につながった。また、教育現場等でのデジタル化資料活用につながる取り組みとして、教育現場に3Dデータを提供し、学生が作成した3Dモデルを県歴史文化博物館に展示した。	教育委員会	文化財保護課
2	日本スポーツマスターズ2025愛媛大会開催経費	スポーツを通じた交流人口の拡大や地域活性化を図るため、競技志向が高いシニア世代のスポーツの祭典である日本スポーツマスターズを開催する。 1 開催時期：7年9月19日（金）～23日（火） 2 主催者：県、（公財）日本スポーツ協会、（公財）県スポーツ協会 3 開催場所：県内15市町（13競技）	スポーツマスターズ2025愛媛大会実行委員会や企画運営委員会の開催など、大会成功に向けた連絡調整を実施するとともに、大会約100日前のカウントダウンイベント開催など機運醸成を図るための広報活動や各競技団体の協議運営への支援を行うなど準備を進め、本県初の愛媛大会を開催した。 本大会では、目標に掲げた選手監督等の参加者8,000人に届かなかったものの7,533人と前年の長崎大会を上回る参加があったほか、愛媛大会による経済波及効果は7億1,570万円となるなど、一定の成果が得られた。	観光スポーツ文化部	地域スポーツ課
3	四国へんろ世界文化遺産推進事業費	県歴史文化博物館で展示している弘法大師空海の生涯を紹介する「密●空と海ー内海清美展」等を四国遍路巡礼の新たな名所として国内外に魅力を発信し、四国遍路の認知度向上や更なる機運醸成を図った。 (1) 歴博と札所との周遊促進 ・PR動画の作成、デジタルマーケティングの実施 ・チラシ、案内サイン等の作成 (2) 内海清美展と四国遍路の魅力発信 ・歴博ホームページリニューアル ・内海清美展の展示解説の多言語化	・「内海展と四国遍路」、「内海展と歴博」をテーマとした多言語のPR動画を作成するとともに、内海展の見どころや札所からのアクセスを新規掲載するなどしてホームページを充実させ、国内旅行・歴史・四国遍路に興味・関心を持っている層やインバウンド層をターゲットにデジタルマーケティングを実施した。 令和8年1月から3月の間で、国内外から57万回を超える動画視聴があり、インバウンドでは特に韓国及び台湾で親和性の高さが確認できた。 ・内海展の内容紹介や歴博へのアクセスなどを盛り込んだチラシを作成するとともに、内海展デザインのPR用アクリルスタンドを作成の上、札所等に設置したほか、四国遍路巡礼者や歴博への来訪者を内海展に呼び込むための看板を設置した。 ・外国人観光客にも分かりやすく内海展の魅力を発信するため、日本語のみとなっていた展示解説の多言語化（英語・中国語・韓国語）を図った。	観光スポーツ文化部	まなび推進課
4	紫電改展示館リニューアル事業（愛南町）	展示製作設置業務 展示面積 481.41m2 ・グラフィックス製作・設置 ・映像制作・設置（機器類を含む） ・造形、造作(展示台、演示台、演示具、簡易ケース等)	左記のうち、映像コンテンツの一部を製作した。引き続き令和9年度の展示館リニューアルオープンに向けて展示物の整備を進捗させる。	土木部	都市整備課

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課（室）
⑥愛媛の未来を創造するアート×コレクティブインパクト創出事業(1事項)					
1	えひめアートプロジェクト推進事業費（細事項2）	地域活性化の新たなコンセプトとなるアートコミュニティを形成するため、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」の取組を踏まえた県民参加型の芸術祭を開催する。なお、開催に当たっては、地域への誘客や交流人口拡大につなげるため、様々な広報媒体を活用したクロスメディアプロモーションを推進する。	「ここにある豊かさ」をテーマに、国内外295組の応募等から選ばれた24組の参加アーティストによる作品展示を展開したほか、「アートベンチャーエヒメ」プロジェクトで育成しているアートコミュニケータ「ひめらー」が参画するプログラムとの連携等を通じてアートコミュニティの形成に資する芸術祭を開催した。 ・会期：令和7年10月18日（土）～11月3日（月・祝） ・内容：アーティストによる地域滞在リサーチ、滞在制作の実施 オープニングセレモニー・クロージングフォーラムの開催 4エリア8ゾーンにおける24組の作品展開 食とアートのイベントの開催 東京藝術大学と連携した国際交流プログラムの実施 ボランティアネットワークの構築 フェス会場周遊バスツアーの催行 多様な広報媒体による観光誘客プロモーションの実施	観光スポーツ文化局	文化振興課
⑦観光DXを基盤とした交流人口拡大プロジェクト(5事項)					
1	大阪関西万博を契機とした観光誘客プロモーション強化事業費	万博を契機として、国内外のOTAサイトを活用した誘客プロモーション、関西圏におけるリアルイベントの開催等、万博期間中や期間後に本県が有する観光コンテンツを始め自然・食・文化等のプロモーション等を集中して実施した。 なお、このうち交付金対象事業としては、海外OTAサイトへの本県商品及び特集ページの掲載やデジタル広告による同サイトへの誘引のほか、大阪・関西万博特設観光ポータルサイトにおける本県商品ページへの誘引など、インバウンド誘客促進のための取組を実施した。	交付金対象である、デジタルマーケティング活用による海外OTAサイトへの誘導及び誘客により、本県の認知度向上につなげることができた。 ・KPI（本事業による延べ宿泊客数）の目標値が2万人のところ、日本人だけで5万2,052人達成（達成率260.3%） ・本県商品等を掲載した海外OTAサイトにおける宿泊室数は、前年同期比（7～10月）257%、宿泊平均単価は132%と、インバウンド誘客促進等につながった。	観光スポーツ文化局	観光振興課
2	観光マーケティング機能強化事業費	公的統計や人流、観光消費等の旅行者データを集約・分析できる基盤（観光DMP）を運用し、旅行者がいつどこで、何をしているかを適宜分析し、庁内の観光関連施策の展開を支援した。	KPI（観光DMPを活用して観光施策を立案・改善した件数）の目標値を15件（庁内）としていたところ、韓国人の観光消費額向上に向けた支援や、県内のスキー場における若年層向けプロモーションの企画設計など、ターゲット設定・コンテンツ醸成を含めた36件の効果的な事業展開につながり、これに加え、これまで庁内に留まっていた支援について、DMOや市町を含めた観光関連事業者へも拡大した。	観光スポーツ文化局	観光振興課
3	スーパーヨット誘致促進事業費	国内スーパーヨット関係事業者等と連携し、瀬戸内エリアを目的地としたスーパーヨットを本県に誘致することを目指して、プロモーションを展開した。 なお、このうち交付金対象事業としては、豪州及びタイにのポートショーに出展するなど、現地プロモーションを実施した。	海外ポートショーへの出展を通じ、スーパーヨットのオーナー等に本県の魅力をPRすることができた。 ・令和7年5月22日～25日に豪州で開催されたサンクチュアリ・コープ国際ポートショーに出展し、オーナー2名、キャプテン2名、メディア2社、チャーター会社2社へPRを行った。 ・令和8年1月15日～18日にタイで開催されたタイ・インターナショナル・ポートショーに出展し、200名程度（うちオーナーは21名）のブース来場者にPRを行ったほか、アンケート調査では158件の回答を得ることができた。	観光スポーツ文化局	観光振興課
4	Velo-city開催準備費	本県が進めてきた自転車施策を国内外に発信し、国際的な認知度をより一層高めるため、令和9年度に本県で開催される自転車国際会議「Velo-city」の開催準備を進める。	Velo-city2027Ehime実施計画を策定し、全体の方向性を整理したほか、欧州サイクリスト連盟や委託業者、各協力団体等との調整を行っており、順調に開催準備が進んでいる。	観光スポーツ文化局	Velo-city推進課
5	E-マウンテンバイク等活用推進事業費	県が取り組んできたしまなみ海道を核としたロードバイクの活用のみならず、欧州リゾート地で主体となっているE-マウンテンバイクを中心としたE-BIKEの取組を全県下に波及させ、さらなる誘客促進・環境整備を図る。	新たにサイクリングガイドを目指す方向への「スキルアップ研修会」及びクラス認定を受けた方向への「クラスアップ研修会」に加え、E-マウンテンバイクなど特定分野に特化した「分野別研修会」を開催し、延べ85名のガイド養成を行った。（スキルアップ研修会：16名、クラスアップ研修会：30名、分野別研修会：延べ39名） また、E-マウンテンバイクの購入補助（15台・1事業者）及びアドバイザー派遣（2件）に加え、魅力発信・認知度向上のため、テレビ番組や県内情報誌、SNSを活用した情報発信を実施したことで、ツアー造成に向けた検討は着実に進展しており、今後、受入環境整備の実現が期待される。	観光スポーツ文化局	自転車新文化推進課

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課（室）
⑧新モビリティサービス導入による地域公共交通の再構築・地域のにぎわい創出事業(2事項)					
1	空飛ぶクルマ社会実装促進事業費	これまで空飛ぶクルマの取組みが進んできた東予地域以外で社会実装の機運を醸成すべく、人口減少・少子高齢化が進む南予地域において将来的な地域活性化の足掛かりとするため、大洲市と連携し、観光イベントと共催で空飛ぶクルマの実証飛行を実施した。 (1) 実施体制 県と大洲市の共同事業。専門知識・飛行実績を有する株式会社AirXに委託の上、実施場所の提供・現地対応等は大洲市が協力。 (2) 実施日・実施場所 同市最大の観光イベント・大洲まつりの開催日（令和7年11月3日（月・祝））に、同市有数の観光地・大洲城の河川敷にて実施。 (3) 実施内容 ア 企画 大洲市の空飛ぶクルマの活用構想をベースに、運航事業者である株式会社AirXが分析・検証を行った。また、県民に対しては、集客を活用して空飛ぶクルマの周知・啓発を行い、事業者に対しては、参入意欲を促進するためのPR・成果報告等を行った。 イ 会場設営・警備 機体防護材・格納用テント等の専用機材は株式会社AirX、音響機器・出展用テント等の資料確保、会場設営や来場者の安全・機体の保全等の警備対応は大洲市が担当。 ウ 広報・情報発信 「愛媛県における『空の移動革命』実現に向けた推進ネットワーク」会員向けに案内。大洲まつりチラシへの掲載、プレスリリース等で広報。また、実証飛行を撮影した動画を県博物館イベントで活用するなど幅広く情報発信を行った。 一実証飛行当日・推進ネットワーク勉強会の実施概要については、事業評価とともに右列記載一	(4) 実証飛行 ア 飛行形態等 前日までの降雨により離着陸場の状況が悪化したが、土壌整備による改善を行った上で、安全を考慮して無人飛行での実施とした。 午前中に高度30mでのホバリング飛行（航続距離0m：飛行時間3分31秒）を、午後から脇川沿いの飛行ルートで実証飛行（航続548m：飛行時間5分56秒）を、それぞれおまつり来場者（合計約1万人）の内、各回およそ数百名の観衆が見守る中で実施。 イ 報道 地元TV局、新聞社、CATV等が取材、県民の空飛ぶクルマの認知度向上や実装に向けた取組みに関する周知・啓発に貢献した。 (5) 愛媛県の推進ネットワーク勉強会 実証飛行の成果報告をメインテーマとした勉強会を大洲市で開催。県・市・株式会社AirXから説明を行ったほか、大阪万博でポート整備を行った株式会社オリックスから空飛ぶクルマの事業化検討に関する講演を行った。（県内外の自治体・事業者計54名が参加） (6) 事業評価 【KPI③】県内で空飛ぶクルマの事業化を検討する市町 ○令和7年度＜目標＞0市町＜実績＞3市町 ・集客や周知効果を狙い観光イベントとの共催としたが、単なる一過性のイベントとしてではなく、大洲市としては、大洲城のキャスルスステイなど富裕層向けの旅客輸送や観光遊覧、豪雨災害の経験に基づく防災利用といった明確な活用構想を基に実証飛行に参画。 ・今後とも、観光まちづくりの一環として松山空港や、将来的には九州地方との結節といった広域連携も見据えつつ、既存ヘリポートを活用して空飛ぶクルマの取組みを進める意向。 ・過去に実証飛行等を行った今治市・新居浜市も事業化を検討。	企画振興部	交通政策室
2	新モビリティサービス導入促進事業費	地域公共交通を確保・充実し、その利便性・効率化を図るため、自動運転やAIオンデマンドといった交通DXや空飛ぶクルマ等の新たなモビリティサービスの導入に取組む市町を支援することで県内における「新モビリティサービス」の導入促進を進める。 (1) 補助対象事業 ア 市町が実施する新モビリティサービス導入に関する事業 イ 市町が事業者に対して実施する新モビリティサービスに関する補助事業 (2) 補助対象経費 ア 新モビリティサービスの導入に要する経費 イ 新モビリティサービスの導入に向けた調査研究、計画策定及び実証運行に要する経費 ウ 新モビリティサービス導入に関して市町が補助する経費 エ ほか新モビリティサービスの導入促進に資する事業として知事が認める経費 (3) 補助条件 補助対象者：市町 補助率：1/2 補助上限額：5,000千円	(1) 本補助事業 ア 本補助事業の実績（令和7年度） 交付決定3件 3,793,000円 ・AIデマンド交通実装に係る利便増進実施計画策定（松野町） ・バスロケーションシステムの実装（今治市） ・空飛ぶクルマのシンポジウム開催（今治市） イ 要因分析等 市町の事業化断念や国補助への乗り換え等により想定を下回ったが、補助金活用促進の意見交換を通じて市町の意識も高まっており、それに呼応する形で事業者の取組みも活発化し、直接補助した事業以外にも各KPI指標に貢献した例も見られる。 (2) 事業評価 【KPI①】県内の主な公共交通機関の年間輸送人員 ○令和5年度（7年度判明）＜目標＞35,362名＜実績＞34,504名 ・コロナ禍で減少した移動需要回復が特に路線バスで限定的。引き続き、利便性向上等を通じて公共交通利用増加を目指したい。 【KPI②】新たなモビリティサービス等の実装件数 ○令和7年度＜目標＞1件＜実績＞9件 ・本補助金を通じてAIデマンド交通やバスロケーションシステムの導入の他、事業者がデマンド交通やキャッシュレス決済を活発に導入。 ・補助事例の横展開等を通じて更なる導入促進を図りたい。 【KPI④】キャッシュレス決済を導入している鉄道・バス事業者数 ○令和7年度＜目標＞0件＜実績＞4件 ・事業者による導入が活発。補助事例の横展開や別途県が実施するバス事業者支援施策等を通じて更なる導入促進を図りたい。 【KPI⑤】GTFSデータを公開しているバス事業者又は市町数 ○令和7年度＜目標＞4件＜実績＞0件 ・県主催の会議等の場で、GTFSの必要性や事例紹介等を通じて引き続き、事業者・市町に検討を促したい。	企画振興部	交通政策室

令和7年度新しい地方経済・生活環境創生交付金 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）
⑨Velo-city2027Ehime開催を契機とした自転車新文化推進プロジェクト(3事項)					
1	若者等による自転車活用推進事業	Velo-city開催地として世界から注目される松山市及びしまなみ海道を有し外国人の自転車利用の更なる増加が見込まれる今治市の高校生や地域住民等を対象に、地元の色を踏まえた自転車を活用したまちづくりや、外国人に対する正しい自転車利用方法の理解促進の方策等について考えるワークショップ、フィールドワーク等を実施。	地元住民や高校生、観光客、外国人など多様な利用者が混在する市街地において、誰もが安心して自転車を活用できるまちづくりの課題を、地元高校生を中心に「座学講習」、「フィールドワーク（FW）」、「ワークショップ（WS）」の3つのステップで抽出することができたため、次年度はこれらの課題を踏まえて、具体的な解決策の検討及び実施を進めていくことが期待される。 1 座学講習 [松山会場]8名 [今治会場]10名 2 FW [松山会場]32名 [今治会場]18名 3 WS [松山会場]32名 [今治会場]16名	観光スポーツ文化部	自転車新文化推進課
2	自転車通行空間整備事業（（国）317号他）	しまなみ海道でのサイクリングが世界的な注目を浴びるなど、社会的役割が益々増大しているなか、Velo-city2027Ehimeを契機とした安全かつ快適な自転車通行空間の整備を加速させる。	自転車道の整備を実施しているところであり、自転車通行空間の充実に向けて計画的に事業進捗が図られている。	土木部	道路維持課
3	重信川圏域 総合流域防災事業（一級河川重信川水系石手川）	石手川は、松山市の中心部を流下しており、市街地の水辺空間・緑地空間として日常利用者が多くみられる一方、公園へのアクセス道となる河川管理道は、路面状態が悪く道幅が狭い箇所があるなど利活用で課題となっている箇所も存在する。「石手川かわまちづくり計画」に基づき、高いポテンシャルを生かした水辺空間の整備を行うことにより、良好な河川環境を創出することを目的とする。	管理用通路の整備を実施するにあたり、測量設計業務を完了させ、令和8年度から工事着手ができるよう準備を行った。	土木部	河川課
⑩森林資源を活かした林業生産・流通機能強化事業(1事項)					
1	国道380号道路改築事業（小田）	木材運搬のための大型トレーラーが通行困難であった3箇所の解消を目的として道路整備を実施。このうち、令和7年度は1箇所の工事に着手する他、残り2箇所の測量設計を行う。	令和7年度中に工事及び測量設計を契約し、現在、改良工事や測量設計を実施しているところであり、通行困難箇所の解消に向けて進捗が図られている。	土木部	道路建設課
⑪住民が住み続けられる安全・安心なまちづくりプロジェクト～愛媛県愛南町～(2事項)					
1	地震・高潮対策河川事業（僧都川）	僧都川は、河川整備計画流量での整備は完了しているが、近い将来発生が予想されている南海トラフ地震のL1津波の遡上により、越水することから、治水機能の確保や避難時間の確保等を目的とし、河口部において、地震による沈降量等を加味しても、隣接している海岸施設の高さを下回らないように堤防嵩上げを実施するものである。	堤防嵩上げを実施するにあたり、測量設計業務を完了させ、令和8年度から工事着手ができるよう準備を行った。	土木部	河川課
2	高潮対策事業（長崎海岸）	長崎海岸は、近い将来南海トラフ地震の発生が予想されており、現況堤防・護岸では高さが不足しているため、甚大な被害が発生する恐れがある。そのため、津波対策として、隣接する御荘港海岸・成瀬海岸とともに、被害の軽減や避難時間の確保等を目的とし、護岸の改良（嵩上げ）を実施するものである。	嵩上げ堤防の基礎工事（鋼管杭等）を発注し、計画的に工事を進めることができた。（R7→8繰越工事として現在も工事実施中。）	土木部	港湾海岸課

No.	事項名	事業概要	事業の評価	担当部局	担当課（室）
⑫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（18事項）					
1	データ利活用加速化事業費 （旧：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 マーケティングデータの運用 ・愛媛県版DMPの運用・データ分析支援 ・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 2 消費者行動データの分析・活用 ・消費者行動データ（人流、SNS等）の活用 ・大手ECサイト利用者データの活用 ・商圈分析ツールの活用 3 デジタル広告等の内製化実証 ・デジタル広告内製化の推進 ・LINEコンテンツ内製化の推進 4 データ活用力の向上 ・愛媛県デジタルマーケティング基本研修 ・大手ECサイト利用者データを活用したワークショップ ・QGIS活用研修 ※下線部が対象事業	庁内各部局が実施するデジタルプロモーション施策において、県版DMP（データマネジメントプラットフォーム）蓄積データや市場の消費者行動データ等を活用し、情報発信の高度化・効率化支援に取り組むとともに、デジタル広告等の内製化を本格実施し、プロモーションの最適化を図った。 また、デジタルマーケティングを含むデータ利活用全般の研修を行うことで、職員のデータ分析・デジタルスキル向上を図った。 ※データを活用して政策立案や改善を行った件数：62課室256件	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③の一部）	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。	愛媛の食の魅力を届けるため愛媛の産品の情報を集約し、著名人を起用したYouTubeで紹介 【成果】 公式Youtubeの再生回数 約1,592,000回増 （R6：約1,260,000回 → R7：約2,852,000人）	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 台湾の現地商社と連携し、台湾（台北市等）の事業者を招いた県内事業者との商談・マッチングを実施し、県内事業者の販路拡大の支援を行った。また、インド（ムンバイ）において、現地レストランで県産品のPRイベント及びメニューフェアを実施し、販路開拓及び認知度拡大に繋がった。 2 アメリカ（カリフォルニア）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するにあたり、農商工連携ビジネスプロデューサーに委嘱し、伴走支援を行うことで11件の採択者すべてが年度内に事業を完了し、延べ31点の新商品開発に繋がった。 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、会期中の成約金額が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。 さらに、県内フェアにおいては、出展事業者数の減少により全体売上は昨年度より減少したものの、9月催事における1事業者あたりの1日平均売上は昨年比106%と増加していることから、一定の成果が出ている。	経済労働部	経営支援課

令和7年度新しい地方経済・生活環境創生交付金 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	6次産業化活動支援事業費	○本県の6次産業化商品の代表格であるみかんジュースの差別化、高付加価値化を図るため、みかんジュースコンクール開催 ○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	○34者36作品の応募があり、授賞式や販売会を通じ、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7事業者の新商品開発等の取組みを支援し、33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、検疫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。	輸出障壁の低いアジア諸国における経済発展等により、日本産果実の需要が増加したことに加え、台湾における中間層市場向け販路の開拓等により、県関与の輸出量は、過去最高の248.3トン（R7目標値：200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	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・収穫などの農作業体験や、活動の内容を広く発信するためのSNS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・収穫作業には、児童・保護者や農業高校の生徒など約40名が参加し、イベント実施後のアンケート調査では、9割以上の参加者から「今後、地産地消に関する行動を実践する」との回答を得たほか、活動の内容をSNSで発信することで、県産食材への理解を深め、地産地消の啓発につなげた。	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うほか、本県の特産である多品種をアピールすることで、官民一体となって海外における愛育フィッシュの輸出拡大に取り組む。 1 水産物輸出拡大事業費 2 水産物輸出支援事業費	令和7年5月6～8日にスペイン・パ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、10月20日にアメリカアリゾナ州フェニックスで開催されたジェトロ主催の商談会への参加事業者支援及び10月23日ユタ州ソルトレイクシティで現地インポーターとタイアップした商談会を行い、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8年3月16日に在ドイツ日本国大使館で開催されたフードショーに愛媛県ブースを出展し、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27回ジャパン・インターナショナル・シーフードショー（R7.8.20～8.22）に愛媛県ブースとして県内事業者18社が出展し、979件の商談機会及び約1,082,950千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、県内飲食店と連携して媛スマを食することができる場の提供を図るとともに、インフルエンサーと連携した各種情報発信を通じて、媛スマファンの更なる拡大と知名度の向上に努めた。	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、対面とECとを連動させた真珠販売、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、同県宝飾業者との繋がりの下、県産真珠の認知度の向上と海外を含めた販路の拡大を図る。	愛媛県漁業協同組合によるパールフェアの開催やECサイトと当該フェアとを連動させた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及び同県宝飾業者との繋がりの下、県産真珠の認知度向上にも広く取り組んだ。	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4社との連携を強化するとともに、新たにこだわりの青果・水産物の流通等に長けた2社と連携することで、商品のバリエーションの増加を図ったほか、東京圏と大阪圏において、昨年度同規模の62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、2,285件の新規成約実績を上げた。また、一部に成果連動型委託契約を導入し、県産食材の継続取引を行う飲食店を427店舗獲得するなど、県産食材の更なる販路拡大につなげた。	農林水産部	食ブランドマーケティング課

令和7年度新しい地方経済・生活環境創生交付金 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）
13	「すご味」・「すごモノ」販売支援事業費	大規模展示会等への出展に加え、オンラインと連動した出展商品の訴求を行うことで商談成約を高めるとともに、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」事業者等を対象に、県内で対面（9月10日）及びオンライン（9月1日～30日）の「すご味ジャンル別商談会」を開催した結果、県内135事業者が参加し、425件の商談を行い、事業者の販路開拓・販路拡大を支援することができた。 「すごモノ」事業者等を対象に、首都圏で開催される大規模展示会の出展を支援した結果、県内6事業者が参加し、266件の商談を行い、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
14	ひめの凜産地強化支援事業費（旧ひめの凜ブランド力強化事業費）	ひめの凜の更なる生産拡大を目指し、優良種子・優良苗の供給体制の強化等により生産基盤の強化を図るとともに、首都圏のお米マイスターと連携した高級米としてのブランド化と新たな販路の確保に取り組み、高品質生産体制の整備とブランド化を図る。	首都圏において、お米マイスターと連携した店頭キャンペーン（11月下旬～2月）、PRイベント（12/5）、飲食店キャンペーン（12月～2月）を実施し、首都圏での認知度向上及び販路拡大に取り組むとともに、新米販売開始に合わせた県内PRイベント（11/4）の開催や特設ホームページの開設等により、県内外でのブランド力強化に繋がった。	農林水産部	農産園芸課
15	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。	1月31日～2月21日までの期間中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楽しめる食体験を提供し、4日間合計で約6万2千人が来場するとともに、2月の1か月間、県内約400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8万1千食提供された。また、Web広告やCM、関西圏でのPRイベント等により、当イベントや鯛めしを始めとした「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、国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
16	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、76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
17	紅プリンセス等ブランド力強化事業費	令和7年3月から本格販売を開始した「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。	「紅コレクション（紅まどんな、紅かんべい、紅プリンセス）」について、首都圏でのイベントや店頭販促、カフェでのコラボスイーツの販売など、ブランド確立に向けた各種プロモーションを実施した一方で、本来のターゲット層である首都圏の30～50代女性への訴求という視点がやや不足していたため、県オリジナル品種の認知度は31.7%と前年度（38.4%）を下回る結果となった。	農林水産部	食ブランドマーケティング課
18	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	県内漁協女性部ならびに女性グループが開発した渚女子商品の県内外でのイベント販売を通して、食魚普及・消費拡大を図るとともに、渚女子活動のPRを行った。 また、首都圏で地元産品（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7年度新しい地方経済・生活環境創生交付金 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)
⑬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(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20,000人増 (R7当初:約111,000人 → 事業実施後:約130,000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)・移住セミナー等(愛知2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7年度の移住者数は7,172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には、大学生等10名が参加し、農業DXや農業機械の操作体験、農業法人への訪問、女性農業者との意見交換等を実施した。これにより、参加者は愛媛県での就農後を具体的にイメージする機会を得ることができた。 また、県内外の就農希望者3名を対象に、農業体験や農業法人訪問、女性農業者との交流を行う「えひめ農業体験ツアー」を実施した。 さらに、一次産業女子メンバーが相談員を務める就業相談会を県内外で3回開催し、22名に対して相談対応を行うなど、愛媛農業の魅力発信と移住や就農に向けた情報提供に努めた。	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9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及び宿泊費補助 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(R8.4)は、前年度の117名から122名となり、一定の成果が得られた。 1 230件の申請に対し、計4,495,700円の補助金を支給(全件受理) 2 29都府県から中学生206名が参加 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(119,128人が高校教育課HPを訪問) ○バスツアー及び来県補助利用者のうち入学生数75名(バスツアー12名、来県補助21名、両方利用42名)	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。	「えひめ愛顔の農林水産人」であるアンバサダーやレポーターが自ら動画等を撮影し、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をInstagram等のSNSで268回配信するなど、積極的な情報発信を展開。 また、次世代の担い手確保に向けた取り組みとして、以下の出前授業やセミナーを実施し、一次産業従事者目線の講話や相談対応を行った。 ○大学・高校での出前授業:10回実施(延べ433人参加) ○県内就業相談会でのセミナー:3回実施(延べ72人参加) ○進路・就職担当者との懇談:2回実施	農林水産部	農地・担い手対策室

令和7年度新しい地方経済・生活環境創生交付金 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	南予移住魅力創出事業費（細事項①）	南予への持続的な移住者数増加を図るため、南予移住マネージャーを配置し、南予広域での移住力の強化と南予移住の魅力化を推進する。 事業内容：市町移住コーディネーターとの連携強化 市町移住戦略の提案や広域での移住受入態勢づくり 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広域連携による移住者誘致などに取り組んだ結果、令和7年度の移住者数は859人（対前年度比105.5%）となった。	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の企業合宿型ワークショップの特長を生かし、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クショップ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 企業視点でのプログラム開発によるマッチング促進 2 コーディネーター等の育成 3 PRサイトコンテンツ強化 4 企業への実践補助 5 首都圏・関西圏企業へのプラン提案による定着促進	企業ニーズの高いテーマを中心とした企業視点でのプログラム開発や同プログラムと連動した営業活動、ワンストップ型PRサイトコンテンツの強化などに取り組んだ結果、12社（帯同企業含めると17社）・49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40.9%（昨年度34.3%）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
⑭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(3事項)					
1	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）、愛媛マダリンバイレーツ（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会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。	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59人の20歳代の男女が参加し、出会いの場の創出や若年層の新規ファン獲得につながった。	観光スポーツ文化部	地域スポーツ課
2	ひめbos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bos宣言事業所認証制度」における、令和7年度末時点の基本認証企業数は966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37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7年度までに上位認証を取得した企業のうち11社を表彰した「ひめbos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、60名を超える参加者が交流を図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い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
3	官民共創による若者のえひめライフ応援事業費	県では県内経済団体と共同で「少子化・人口減少に立ち向かう連携共同宣言」を行い、出会い・結婚支援、妊娠・出産・子育て支援、仕事と家庭の両立支援、女性の活躍推進の各項目で連携し、若者のライフデザインに関する希望を叶えられる環境づくりを進めているところである。中でも「出会い・結婚支援」に関する取り組みについては、近年の若者は数年で転職するものが多く、定着率の低さや同年代との交流の場の不足、人間関係の希薄化が課題となっていることから、愛媛で出会い、結婚・出産子育ての希望をかなえる最初のフェーズとして、企業の垣根を越えた同世代との交流を促進し、人との繋がりや地域への愛着を深めるため、官民連携で交流の機会を提供する。	県内の企業等で働く概ね入社10年目以内の若手社会人を対象とした「愛顔つながる若者運動会」を11月に開催し、約350名が企業の垣根を超えた交流を行った。運動会の前後では、県の地方局単位で、事前・事後の交流イベントを開催。連続した交流により参加者間の関係を深めることに繋がり、参加者の満足度は78%、今後も異業種交流会の開催を希望する参加者が89%にのぼるなど、参加者と企業、それぞれから評価の高い事業となり、若者の交流を促進するとともに、官民が連携して若者の愛媛での生活を支援する気運の醸成にも繋げることができた。	企画振興部	少子化対策・男女参画課

令和7年度新しい地方経済・生活環境創生交付金 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）
⑮「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(5事項)					
1	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。	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。令和7年度に初開催した芸術祭「アートベンチャーエヒメフェス2025」では、参加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、展示するプロセスに「ひめラー」が伴走するなど、地域住民・観客参加型の多彩なアート活動を実施した。（クロージングフォーラムはアートプロジェクトについて俯瞰的に思索を深める機会となり、200人が参加。）アートコミュニケータとしての活動は、1・2期あわせて61名のひめラーで展開した。次年度から活動を開始する3期生を発掘するため、フォーラム開催（250人参加）のほか、SNS等の情報発信により、募集を実施し、23名を採用した。	観光スポーツ文化部	文化振興課
2	愛顔感動ものがたり魅力発信強化事業費	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。	47都道府県及び海外1か国から、エピソード部門に3,634作品、写真部門に4,902作品、映像部門に28作品の応募があった。 令和7年9月8日に東京都内で開催したPRイベントには、約220名の来場があり、アーカイブ配信は約4.3万回再生されている。 また、令和8年2月22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回再生されている。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名の来場があり、「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
3	えひめ映像文化活性化促進事業費	映像制作に興味のある中学生以上の県民を対象とした、愛媛を舞台としたショートムービーを作成するワークショップや、県内映画館と連携した、本県ゆかりの映画監督等を招いての映画上映・交流会の実施などを通じて、本県映像人材の育成及び映像文化の活性化を図る。	ワークショップには30名以上の参加があり、基礎講義後、脚本制作を経てチームに分かれ撮影、編集を行った。完成作品上映会を令和8年3月1日に県内映画館において開催し、約70名の来場があった。また、本県ゆかりの映画監督等を招いての映画上映・交流会を令和8年3月14日に開催、約150名の来場があるなど、映像への興味や創作意欲を喚起する契機となった。	観光スポーツ文化部	文化振興課
4	子ども芸術祭開催事業費	「えひめ愛顔の子ども芸術祭」を開催し、えひめこどもの城の児童館としての特性や豊かな自然と広大な敷地を最大限活用し、自然の中での創作や鑑賞等、文化芸術に触れる機会を通じて、子どもたち一人ひとりの個性を伸ばし、新たな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ことで、児童の健全育成を図る。	「えひめ愛顔の子ども芸術祭2025」と題し、「森のいのち」をテーマに、子どもたちから応募された空間表現作品部門13作品、身体表現作品部門12作品の展示・発表や、シンボル作品の公開制作、来場者参加型のアートイベントなどのほか、視覚障がいのある子どものための特別プログラムを実施し、障がいの有無に関わらず誰もが参加できる芸術祭を開催することで、子ども芸術祭に8,008名の方が参加するなど、子どもたちが文化芸術に触れる機会を創出した。 ・会期：令和7年10月18日（土）～11月3日（月・祝） ・内容：オープニングイベント（表彰式） 受賞作品の展示、上演、シンボル作品の公開制作 アートイベント（子ども縁日、来場者参加型アートワークショップ、アート仮装パレード、音楽創作ワークショップ） 視覚障がいを持つ子どものための作品鑑賞ツアー（松山盲学校との連携）	観光スポーツ文化部	文化振興課
5	地域産業リスクリテラシー推進支援事業費	企業において意思決定の鍵を握る経営層に対し、リスクリテラシー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テラシーに着手するため、専門人材による育成プログラムの構築支援を行うほか、社員のリスクリテラシー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テラシー推進セミナー 2 社内人材リスクリテラシー実践プログラム構築 3 社内人材リスクリテラシー実践支援事業	1 経営層対象リスクリテラシー推進セミナー5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30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テラシーに係る経費への補助 25社	経済労働部	産業人材課

令和7年度新しい地方経済・生活環境創生交付金 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）
⑯プロフェッショナル人材地域還流促進事業(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64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
⑰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7年度のアクセス数が約20万件（うち東京圏19.0%）、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、18件の創業があった。	経済労働部	産業創出課
⑱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(5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：14社 ・新事業創出件数：11件	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）	1 稼げるスタートアップ事業の創出支援を目的に、地域課題を解決するビジネスアイデア創出のためのワークショップの開催。 2 全国から有望なビジネスアイデアを呼び込み、有望なビジネスアイデアを表彰するアワードの実施に加え、他の支援プログラムに接続することで県内での起業の実現及び稼げるスタートアップへの成長を強力に支援する。	1 創業希望者・学生・民間企業の新規事業担当者などを対象にビジネスアイデアを創出するワークショップを実施し、71名が参加した。うち希望者10名を対象に創業実現のための個別メンタリングを実施した。 2 「愛媛発の新しい価値を創出するユニークなビジネスアイデア」をテーマにアイデアの募集を行い38名の応募があった。うち6名をファイナリストとして選出し、ビジネスプランの磨き上げを実施した。	経済労働部	産業創出課
3	官民共創ネットワーク構築事業費	スタートアップ・エコシステムの構築を見据え、素地となる創業者コミュニティの創出及びスタートアップ創出に実効性のあるプログラムの確立を行う。 1 創業者のあらゆるステージに応じた支援を一貫して、一体的に実施するとともに、官民共創により新ビジネスの創出支援をする。 2 共創力育成・強化のためのイベント・ワークショップの開催	1 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、96人が入会した。（令和7年度末時点会員数：342名。） 2 官民共創により新ビジネスを創出するための、メンターの共創力育成・強化に係るイベント・ワークショップを開催し、49名が参加した。	経済労働部	産業創出課
4	成果連動型スタートアップ創出・育成事業費	早期の事業成長を目指すスタートアップ・起業家、研究成果の事業化を目指す大学発ベンチャー等の事業化・事業成長に必要な課題やニーズに応じて、複数の支援者により専門的かつ集中的な支援を実施する体制を構築することで、愛媛発のスタートアップの創出・育成を図る。	EGFプログラムで創出・支援してきた事業者等、県内創業者のうち、全国的な事業展開を目指す事業者を対象に参加企業の募集を行ったところ、17社の応募があり、9社を支援対象者として選定し、それぞれの課題に応じた伴走支援を実施した。	経済労働部	産業創出課
5	ソーシャルチャレンジ for High School事業費	全ての生徒が、地域の課題とその解決方法について学習する。さらに、生徒のアイデアをもとに、地元の大学や企業などと連携し、SDGsや地方創生といった現代的な課題の解決に向けた活動に取り組む。 また、各学校において、高校生の視点から、愛媛で暮らすことや働くことの価値を見つめ直し、地域の魅力を発信するPR動画を制作する。	地元企業と連携した商品開発や、地域で活躍する企業への取材・PR動画の制作といった取組を通して、地元企業への理解が一層深まるとともに、地域の課題解決に主体的に関わりようとする意識の醸成が図られた。さらに、本課が実施した独自アンケートにおいて、「県内企業を1社以上、事業内容まで把握している生徒」の割合は、昨年度の84.1%から84.2%へと推移しており、一定の成果が見られる。	教育委員会	高校教育課

令和7年度新しい地方経済・生活環境創生交付金 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）
⑬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の委託料の一部）	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 - デジタルコミュニティプラットフォームを活用し、市町出身者との繋がり拡大などの施策を実施 - デジタルコミュニティプラットフォームの母集団形成、利用継続のための取り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 - 継続的な空き家調査に加え、調査の効率化・高度化を検討 - 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 プラットフォームを活用し、鬼北町のイベント「でちこんか」開催への協力・誘客のための取り組みを行うなど、関係人口との繋がりを強化する情報発信を行った。また、母集団形成については、「ふるさと便」や「はたちの集い」などのイベントを通じてPRを行い、会員を獲得することができた。 2 愛媛県への訪問者数を増やすため、昨年度から利用している事業者に対しては、連休や春休みなどの期間での利用回数を増やせるようサポートを実施した。また、新規の利用事業者を増やすため、説明会なども継続して実施した。導入自治体ごとの成果は以下のとおり。 - 今治市：361人 - 八幡浜市：277人 - 久万高原町：24人 - 松野町：90人 - 鬼北町：89人 3 昨年度に引き続き民間事業者の提供するデジタルツールを利用し、効率的な空き家把握を実施した。空き家所有者や近隣住民等に対する空き家相談窓口を通年で設置し、サポートを強化することで、利活用促進を進めた。	企画振興部	デジタルシフト推進課
合計 74予算事項（19計画）					