

個別事業説明書【PR版】

企画振興部



1 県民文化会館南側県有地活用推進事業費

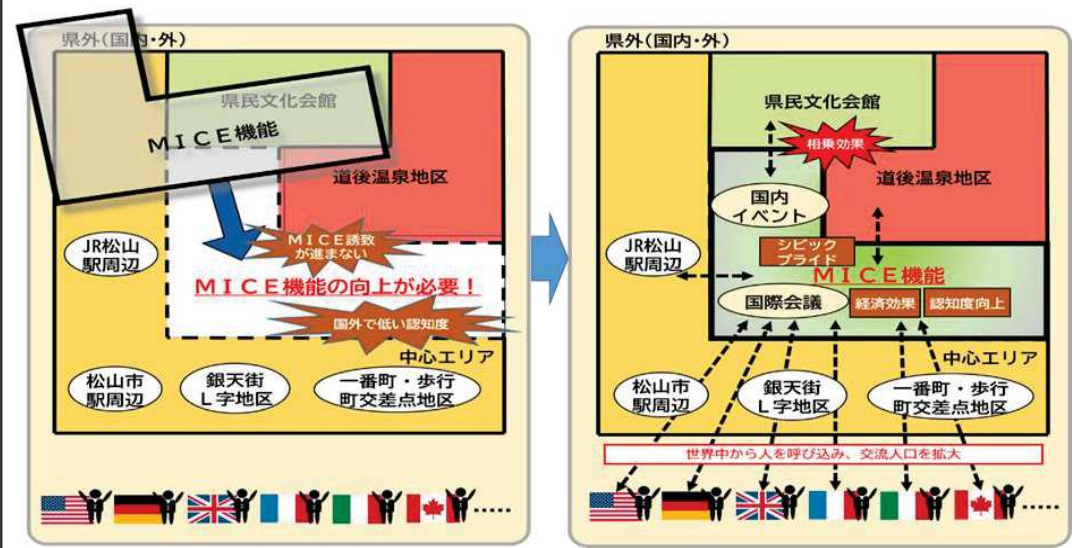
令和6年度当初予算(案)
予算額 55,818千円

瀬戸内エリアでの中核拠点性の維持・向上に向けて、県民文化会館南側県有地において、民間事業者主体の官民連携事業として、県が求めるMICE機能を備えた施設の整備を進め、当該県有地の活用を図る。

お問い合わせ先
企画振興部政策企画局
総合政策課
(089-912-2233)

指標	施策	19 インバウンド誘客による国外からの活力の取り込み KGI 外国人延べ宿泊客数	現状値 216千人 (R1年) 目標値 360千人 (R8年)
	細施策	19-2 インバウンド誘客の促進 KGI 外国人観光客数	現状値 120千人 (R1年度) 目標値 160千人 (R8年度)

事業イメージ	KPI 県有地活用契約締結プロセス進捗率	現状値 - 目標値 100% (R6年度)
--------	-----------------------------	--------------------------



以下の内容について、令和6年度中の実施を目指し、最大のスピード感をもった施設整備につなげる

- 具体的な事業実施に向けた条件整理
- 県と事業者との実施協定の締結
- 埋蔵文化財発掘調査に関する届出等の所要の手續
- 埋蔵文化財発掘調査の着手

事業概要	
1 埋蔵文化財発掘調査費	14,717千円
埋蔵文化財発掘調査に要する経費 事業計画案の確認後、実施協定の締結に合わせて委託契約締結	
2 活用推進アドバイザー業務委託	38,390千円
事業実施に向けた条件整理や実施協定案作成等について、専門的知見に基づく支援業務の委託を実施する。	
(1) 内容	
<ul style="list-style-type: none"> 事業実施に向けた条件整理支援 (法的適合性・資金計画の確認等) 実施協定案作成支援 事業推進支援 など 	
(2) 実施方法	
<ul style="list-style-type: none"> 企画提案募集により事業者を選定し委託 	
3 土地鑑定評価費	2,325千円
県と事業者との実施協定の締結に向けて必要となる当該県有地の定期借地料の算定に必要な土地鑑定評価を実施する。	
(1) 鑑定内容	
<ul style="list-style-type: none"> 県有地を事業用定期借地として長期に渡り貸付する場合に適切な借地料を収益還元法等の手法により算定 	
(2) 実施方法	
<ul style="list-style-type: none"> 不動産鑑定事務所による土地鑑定評価 	
4 地元説明会開催費	386千円
県有地に整備される施設について、地元説明会を実施するための経費	



2 人口減少対策意識啓発事業費

令和6年度当初予算(案)
予算額 26,312千円

2060年の県内人口100万人確保の目標達成に向けては、行政だけでなく、事業者・団体など、総ぐるみで取り組む必要があり、人口減少対策意識啓発強化期間を設けて、啓発事業を展開し、人口減少の負のスパイラルを食い止めるためのメインターゲットとなる若者の意識醸成を図る。

お問い合わせ先
企画振興部政策企画局
総合政策課
(089-912-2233)

指標	施策	3 若者が活躍できる環境の整備 KGI (参考指標) 若者が活躍できている社会になっていると思う県民の割合	現状値 19.6% (R4年度) 目標値 28.0% (R8年度)
	細施策	3-1 若者の充実した生活の実現 KGI 若者が活躍できている社会になっていると思う県民の割合 (29歳以下回答)	現状値 25.2% (R4年度) 目標値 32.4% (R8年度)

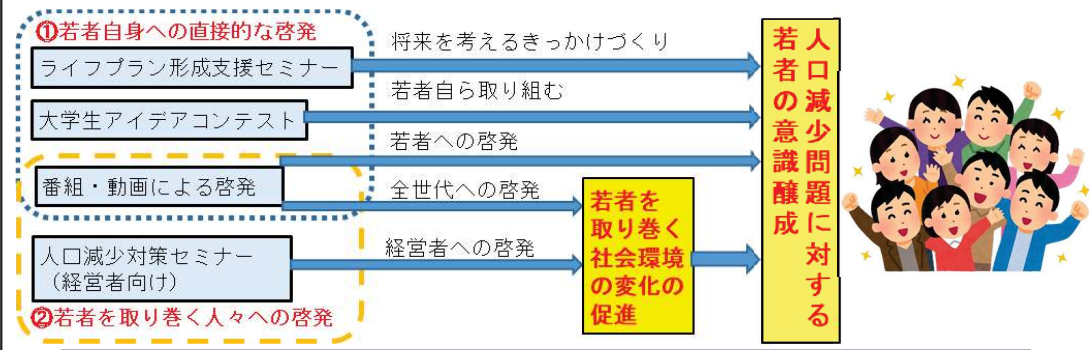
事業イメージ	KPI 人口減少対策には、一人一人の意識や行動が重要であると答える若者の割合 (R5調査からの倍増を目指す)	現状値 27.3% (R5.10時点) 目標値 50.0% (R8年度)
--------	--	---

若年者の人口減少に歯止めがかからない現状を踏まえると、若者の転出超過を抑制し、結婚者数、出生数の増加につなげていくためには、将来を担う若者の意識醸成がより一層重要。

「人口減少対策には、一人一人の意識や行動が重要である」との回答割合は全年代では41.7%であったのに対し、10～20代の若者は27.3%と低い。



「2060年の県内人口100万人確保」の目標達成に向けては、特に若者に向けた意識醸成につながる取組みの強化が必要



愛媛の未来を担う若者たちが自ら活躍できると思える社会の実現に向け、若者自身への直接的な意識啓発に加え、若者を取り巻く人々への啓発事業を展開し、若者の意識醸成を図る。

事業概要 【デジタル田園都市国家構想交付金充当事業】

- 1 人口減少対策セミナー** 4,390千円
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。
回数：5回(県内各地で実施) 対象：企業・団体等の経営層
- 2 えひめの若者ライフプラン形成支援セミナーの開催** 9,589千円
新入社員等の若手従業員を対象に、初期キャリア形成とライフプランを考える重要性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。
回数：30回程度(県内各地で実施) 対象：新入社員等の若手従業員
- 3 人口減少対策意識啓発強化期間推進事業** 9,933千円
令和5年度に実施した「人口減少対策意識啓発キャンペーン」の取組成果を生かし、8月、9月を「人口減少対策意識啓発強化期間(仮称)」として、集中的に啓発活動を実施し、更なる意識醸成を図る。
(1) テレビ局での広報 (2) 動画配信(デジタルマーケティング)
(3) アンケート調査
- 4 大学生による人口減少対策プロジェクトアイデアコンテスト実施事業** 2,400千円
コンテストを通じて、大学生が人口減少問題を自ら考える意識を醸成するとともに、行政の人口減少対策への施策への理解を深めるほか、若者の斬新なアイデアから、新たな人口減少対策の取組みの創出を図る。

3 えひめの移住力総合強化事業費

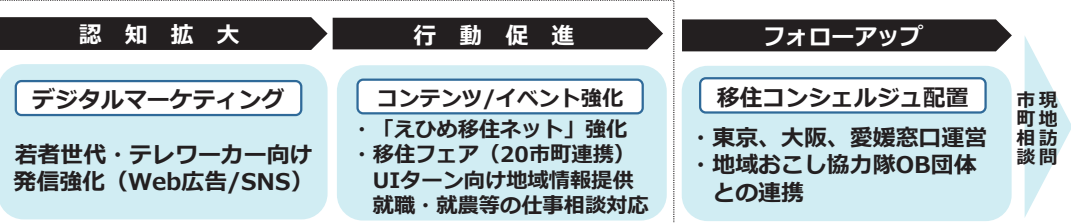
活力ある地域社会を維持するため、移住者受入態勢の強化やデジタルマーケティングによる移住潜在層等に対する効果的な情報発信を行い、移住者の更なる呼び込みを図る。

お問い合わせ先
 企画振興部政策企画局
 地域政策課
 (089-911-2301)

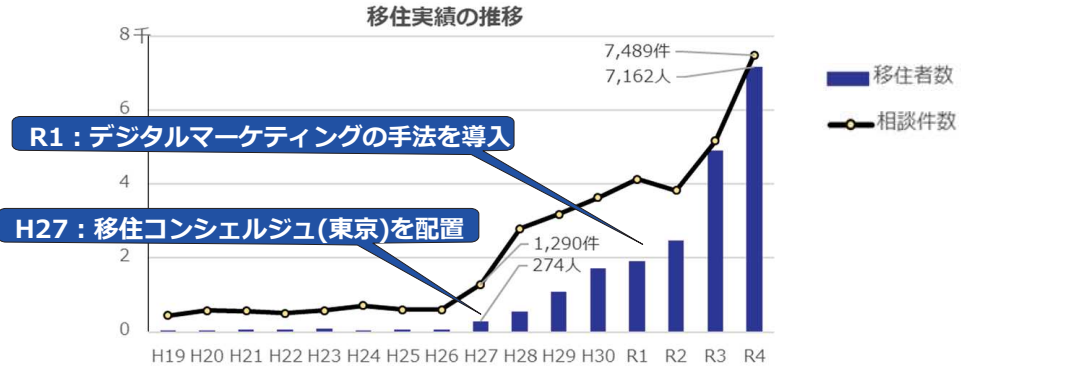
指標	施策	1 愛媛ファンづくりと移住促進 KGI 転入者の増	現状値 16,724人 (R4年) 目標値 19,000人 (R8年)
	細施策	1-2 UIターンの推進 KGI 年間移住者数	現状値 7,162人 (R4年度) 目標値 8,500人 (R8年度)

事業イメージ	KPI	年間移住相談件数 (移住者数8,500人に向けた必要件数)	現状値 7,489件(うち大阪圏1,438件)(R4年度) 目標値 10,000件(うち大阪圏2,400件)(R8年度)
--------	-----	----------------------------------	---

事業概要 【デジタル田園都市国家構想交付金充当事業】



- ### 若者世代向けUターンプロモーション
- [R5年度～継続]**
 - Uターン移住特設ページ設置 (えひめ移住ネット内)
 - SNSでのショート動画配信 (Instagram/Youtube/TikTok)
 - [R6年度～新規]**
 - 県内キャンペーンの実施 (帰省シーズン (お盆))
 - ・公共施設、主要な交通機関等での資料配布 (東京・大阪方面の利用割合が高い松山空港で重点PR)
 - ・住民向け広報での発信 (県・市町の広報誌、SNS)
- ※地元で充実した暮らしを送る若いUターン移住者の声を集めたWEB上の魅力発信
 ※出身者にダイレクトに情報を届けるため、帰省者 (県外) と両親等 (県内) の両面で移住支援情報を発信



- 移住コンシェルジュの設置 35,635千円**
 移住希望者に対する相談対応や県内市町等と連携した移住セミナーなど、移住促進に向けた取組みの企画・実行を行う移住コンシェルジュを設置
 (1) 大阪窓口 県大阪事務所、大阪ふるさと暮らし情報センター (大阪府)
 (2) 東京窓口 ふるさと回帰支援センター (東京都)
 (3) 愛媛窓口 えひめ地域活力創造センター (松山市)
- 移住フェアの開催 6,989千円**
 場所: 東京都 (年2回)、大阪府 (年2回)、オンライン (年6回)
 内容: 地域の紹介や移住相談、先輩移住者による講演など
- 移住促進マーケティングの推進 35,050千円**
 デジタルマーケティングの手法を活用して、新たな移住希望者を開拓
 (1) 若者世代向けUターンプロモーション
 Uターン移住特設ページ・SNS (ショート動画配信) による若者世代・テレワーカー向け情報発信を強化
 (2) 移住検討度合いに応じた情報発信
 <検討層向け> 移住フェアや相談窓口へ誘導するWeb広告配信
 <潜在層向け> SNSを活用したオンライン移住コミュニティの運営
- おかえり愛媛キャンペーンの実施【新規】 2,166千円**
 県外からの帰省者や、県内在住のその家族等をターゲットに、本県での暮らしの魅力や支援制度等をPRし、Uターン移住の一層の促進を図る。
 内容: 松山空港へのPRブース設置 (帰省シーズン (お盆) 10日間) など



4 AI活用型移住相談機能強化事業費

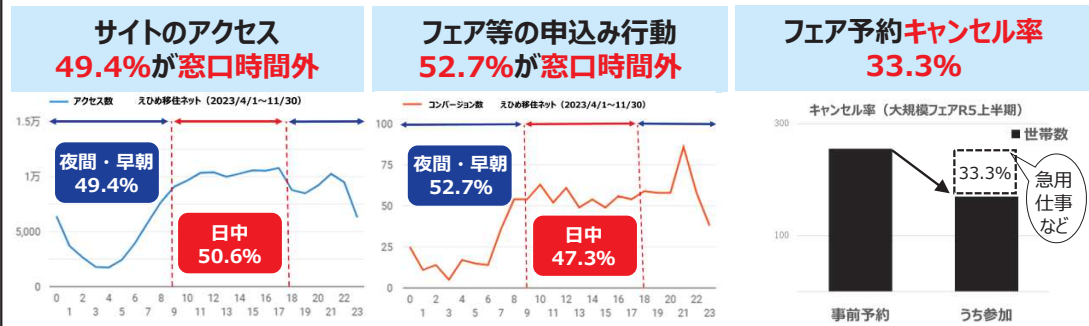
令和6年度当初予算(案)
予算額 15,706千円

AI技術とCRM(顧客関係管理)を活用して、窓口時間外の情報収集ニーズに対応するAI移住コンシェルジュを導入するとともに、移住相談情報の一元的な管理・分析を通じて、個々の移住相談者のニーズに応じた最適な情報を発信し、更なる移住潜在層の開拓を図る。

お問い合わせ先
企画振興部政策企画局
地域政策課
(089-911-2301)

指標	施策	1 愛媛ファンづくりと移住促進 KGI 転入者の増	現状値 16,724人 (R4年) 目標値 19,000人 (R8年)
	細施策	1-2 UIターンの推進 KGI 年間移住者数	現状値 7,162人 (R4年度) 目標値 8,500人 (R8年度)

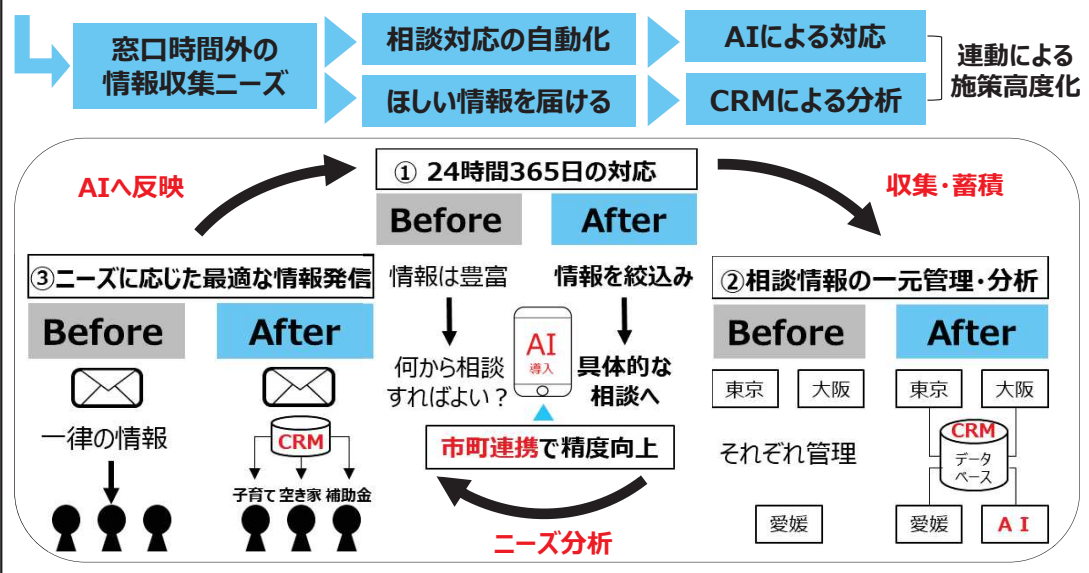
事業イメージ **KPI** AI移住コンシェルジュを通じた年間移住相談件数 (移住者数の500人上積みに向けた必要件数)
 現状値 -
 目標値 1,000件 (R8年度)



事業概要

1 AI移住コンシェルジュの導入 10,614千円
 本県の移住情報を学習した対話型AIチャットボットをAI移住コンシェルジュとして導入し、相談窓口等への誘導促進を図る。
 また、首都圏においてAI移住コンシェルジュのPRイベントを開催する。
 ・AIの概要：GPT-4ベースの対話型AIチャットボットにより、自然な会話で移住情報を提供(市町連携による会話テストで情報の精度向上)
 ・役割：主に、検討初期の移住先絞り込みを「24時間365日」支援
 ・時期：令和6年夏頃から、えひめ移住ネット内に設置

2 移住相談情報管理・分析システムの導入 5,092千円
 移住相談情報の収集・蓄積にCRMを導入することで、個々の移住相談者の属性・行動情報等を一元管理・分析し、ニーズに応じた最適な情報発信を図る。
 ・蓄積する情報
 相談窓口・フェアなどの申込み情報、相談内容、サイト閲覧状況 など
 ・分析結果の活用方法
 AI移住コンシェルジュの改善、1人ひとりのニーズに沿ったメルマガ配信 など



※CRM=Customer Relationship Management (顧客関係管理)
 「顧客の属性×行動×価値観」の収集・一元管理・分析を通じ、顧客との良好な関係構築をシステム化により実施する仕組み

5 企業合宿型人材育成ワーケーション誘致推進事業費

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。

お問い合わせ先
 企画振興部政策企画局
 地域政策課
 (089-912-2235)

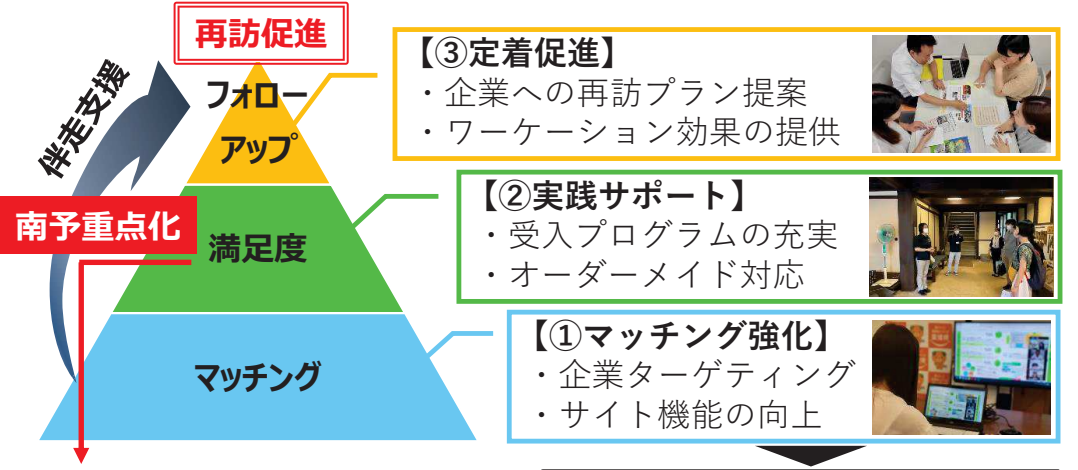
指標	施策	1 愛媛ファンづくりと移住促進 KGI 転入者の増	現状値 16,724人 (R4年) 目標値 19,000人 (R8年)
	細施策	1-3 愛媛ファンの創出 KGI 愛媛県推奨意欲指数	現状値 R6年度計測予定 目標値 R6年度計測値を踏まえて設定

事業イメージ	KPI 誘致企業のワーケーションリピート率 (前年度までの本県来訪企業の4割を目指す)	現状値 28.6% (R5.10時点) 目標値 40% (R8年度)
--------	--	---------------------------------------

事業概要 【デジタル田園都市国家構想交付金充当事業】

愛媛流ワーケーション
 地域課題を切り口に、「刺激」と「学び」による社員育成、「創造」と「交流」による組織強化、地域と企業が課題解決策を考える(共創)ことで共に「成長」する愛媛独自の企業合宿型ワーケーション

『再訪促進』による『企業版関係人口』の拡大で地域活力創出



山積する地域課題が共創テーマ
 ・専用相談窓口で実践支援
 ・企業向け補助金で実践促進

受入態勢の充実と伴走型の企業対応で企業満足度を高めて、企業の自発的なワーケーション実践を促進

1 企業合宿型ワーケーションのマッチング強化 8,387千円
 愛媛流ワーケーションプログラムと大都市圏企業とのマッチング機会の創出による新たなワーケーション需要の掘り起こし
 (1) 新規誘致：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
 (2) 機会創出：人事・経営マネジメント層向けマッチングセミナー開催
 (3) 実践喚起：ワンストップ型PRサイトのコンテンツ強化(検索機能など)

2 南予地域へのワーケーション受入と再訪促進 5,150千円
 地域課題解決を目的とした南予地域でのワーケーション実践企業の支援及び市町等との連携・協働による再訪促進
 (1) 定着補助：南予での実施経費の2/3以内(上限200千円×5社)
 (2) 実践支援：南予でのワーケーション実践に向けた相談・提案対応
 (3) 再訪促進：地域課題解決型プログラムの充実、企業へのアフターフォロー

3 企業合宿型ワーケーションの定着促進活動 1,139千円
 オーダーメイドで対応する本県の強みを生かした首都圏・関西圏での営業活動による愛媛流ワーケーションの定着促進
 (1) 伴走対応：東京・大阪での企業個別訪問及び企業ニーズへの対応
 (2) 効果検証：社員・企業アンケート分析による持続的な誘致方策の検討



6 南予南部共創型交通アクセス向上事業費

令和6年度当初予算(案)
予算額 5,172千円

予土線沿線を含む南予南部地域において、医療、教育、福祉などの関係機関におけるクロスセクター効果や移動ニーズもふまえながら新たな交通体系を当該機関等とともに「共創」し、地域自らがデザインする地域公共交通を実現する。

お問い合わせ先
企画振興部政策企画局
地域政策課交通政策室
(089-912-2251)

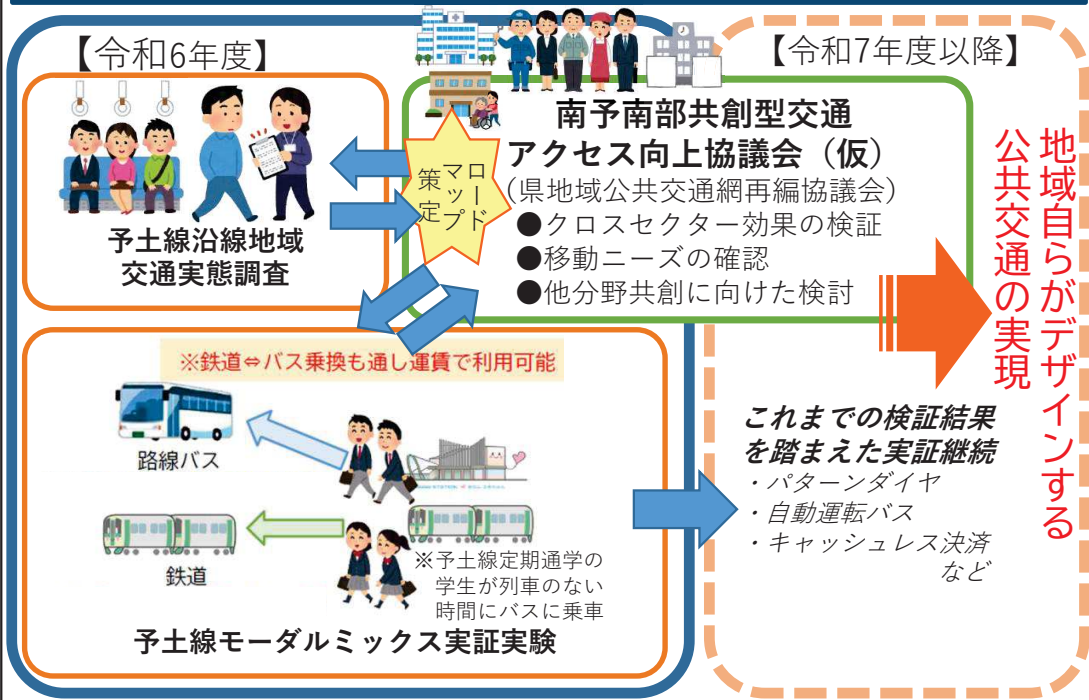
指標	施策	25 暮らしを支える地域交通の維持と基盤整備 KGI 県内の主な公共交通機関の年間輸送人員(鉄軌道、一般旅客自動車)	現状値	29,883千人(R4年度)
			目標値	40,656千人(R8年度)
	細施策	25-1 県内公共交通の安定確保 KGI 県内の主な公共交通機関の年間輸送人員(鉄軌道、一般旅客自動車)	現状値	29,883千人(R4年度)
			目標値	40,656千人(R8年度)

事業イメージ	KPI 日常的な外出での移動手段が公共交通である県民(南予地域)の割合(1%/年増)	現状値	4%(R5年度)
		目標値	7%(R8年度)

事業概要 ※愛媛県地域公共交通網再編協議会として実施
総事業費：10,045千円(県：5,172千円 国：4,873千円)

【南予南部地域の現状】

- 人口減少、高齢化、過疎化、自家用車の普及→公共交通機関の利用減
- 幹線であるJR予土線→国が想定するローカル鉄道再構築協議会制度の候補路線
- 令和4年度「YODO MaaS」、令和5年度「オンデマンド交通実証実験」→幹線と二次交通のアクセスを強化のため、利用者目線のニーズ把握と多様な主体の連携



- 1 南予南部共創型交通アクセス向上協議会(仮)の開催**
事業費313千円(県268千円 国45千円)
国関係機関や関係市町、交通事業者だけでなく、医療機関や教育機関、福祉団体等も参画する協議会を開催し、利用者目線で地域公共交通のアクセス向上を検討する。
参集範囲：四国運輸局、関係市町(宇和島市、松野町、鬼北町、愛南町)、交通事業者、医療・教育・福祉など他分野の関係機関
開催回数：年6回程度
協議内容：移動ニーズの確認、クロスセクター効果の検証、他分野共創に向けた検討、共創型交通アクセス向上ロードマップ策定等
- 2 予土線沿線地域における交通実態調査**
事業費7,841千円(県3,921千円 国3,920千円)
予土線や路線バスの利用者及び沿線住民に対して行う、ロードマップ策定に向けた調査。
実施方法：業務委託
調査方法：鉄道・バス利用者へのアンケート
沿線住民へのポスティング・アンケート
調査内容：移動実態(出発地・目的地)の把握、公共交通機関の利用方法
公共交通機関の評価、住民のニーズ調査
- 3 予土線及び路線バスのモーダルミックスの実証実験**
事業費1,891千円(県983千円 国908千円)
南予南部地域のJR線と路線バスとのモーダルミックスによる実証実験を行い、幹線である予土線の利便性向上を図る。
実施方法：宇和島駅～松丸駅間を有効区間とするJR乗車券類で並行運行する路線バスも利用可能とする。
対象駅・バス停留所：JR四国 予讃線 宇和島駅～予土線 松丸駅
宇和島自動車 宇和島～虹の森公園前線

7 戦略的情報発信プロジェクト推進事業費

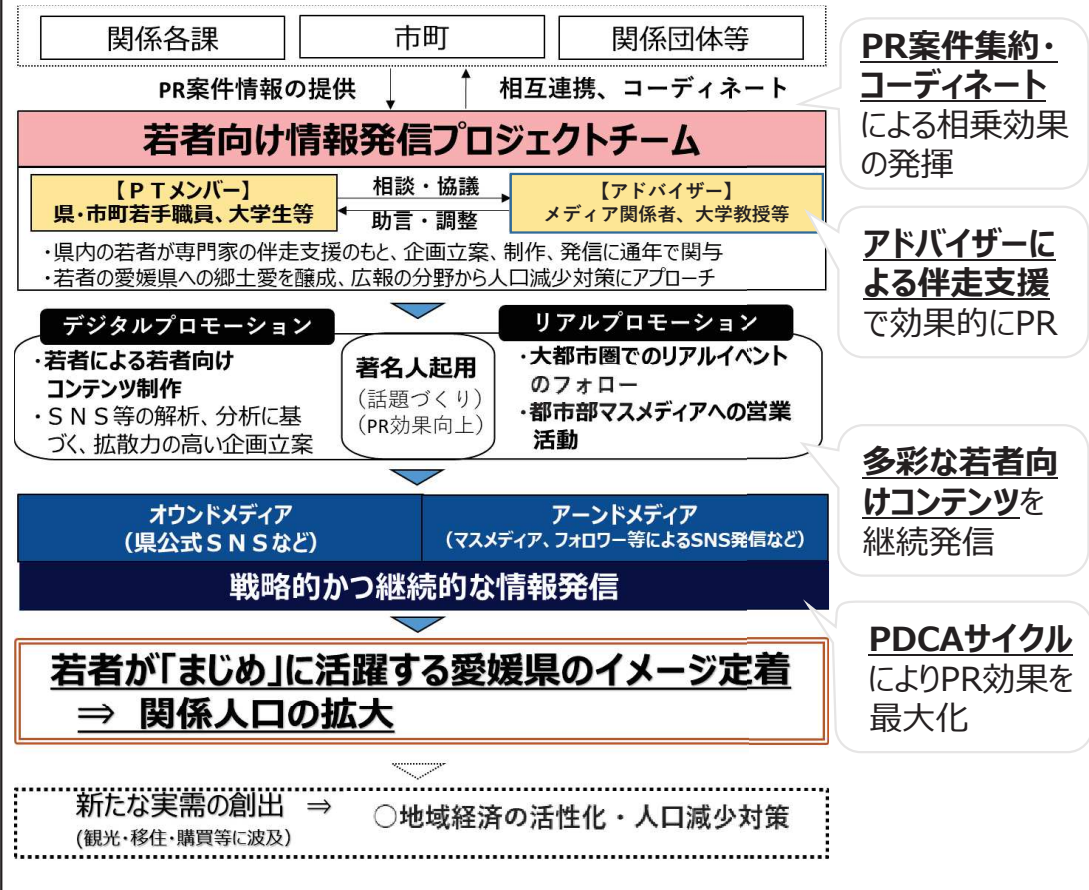
「まじめえひめ」プロジェクトの第2期として、令和5年度から若年層（Z世代：10～20代）をターゲットに、「若者が『まじめ』に活躍する愛媛県」のイメージ定着に向けて、県・市町の若手職員や大学生で構成するプロジェクトチームが中心になり取り組んできた同プロジェクトを継続して展開し、「まじめえひめ」の更なる認知度向上とブランディングによるイメージアップを図る。

お問い合わせ先
 企画振興部政策企画局
 広報広聴課
 (089-912-2241)

指標	施策	1 愛媛ファンづくりと移住促進 KGI 転入者の増	現状値 16,724人 (R4年) 目標値 19,000人 (R8年)
	細施策	1-3 愛媛ファンの創出 KGI 愛媛県推奨意欲指数	現状値 R6年度計測予定 目標値 R6年度計測値を踏まえて設定

事業イメージ	KPI	愛媛ファン（SNSフォロワー）数 (20,000人/年 増)	現状値 69,328人 (R5.11時点) 目標値 133,000人 (R8年度)
--------	-----	-----------------------------------	--

事業概要 【デジタル田園都市国家構想交付金充当事業】



- 若者向け情報発信プロジェクトチームの設置 16,390千円**
 若者（県・市町職員、大学生等）が参画する情報発信PTを設置するとともにアドバイザーによる伴走支援体制を構築し、統一コンセプトによる情報発信を戦略的に推進する。
- デジタルプロモーション 35,785千円**
 - 若者による若者向けコンテンツの制作**
 PTが主体となり、県内外の若者をターゲットとした情報発信コンテンツの企画制作、発信を行い、SNSフォロワーを中心とした関係人口の拡大を図る。
 - 著名人起用による話題づくり**
 話題づくりとプロモーション効果を高めるため、全国区で活躍する著名人を起用した動画コンテンツを制作し、YouTube等で発信する。
- リアルプロモーション 5,884千円**
 - 大都市圏リアルイベントフォロー**
 令和5年度のイベントを契機に構築したコミュニティのメンバーに対して対面・オンラインにより働きかけを継続的に行い、本県情報の露出拡大・拡散を図る。
 - メディアへの情報発信**
 WEBメディア露出を見据えた定期的なリリース配信や専門業者と職員による都市部マスメディアへの営業活動によって、各媒体を通じた情報拡散を図る。
- 普及資材制作・事務費等 1,038千円**

8 手のひら県庁DX推進事業費

愛媛県デジタル総合戦略に基づき、誰一人取り残さない行政のDXを実現するため、スマートフォンなど様々なデバイスに対応し、いつでも・どこでも県の行政手続等を行える環境を整備し、県民の利便性の向上とともに、庁内の業務効率化の推進を図る。

お問い合わせ先
 企画振興部デジタル戦略局
 スマート行政推進課
 (089-912-2286)

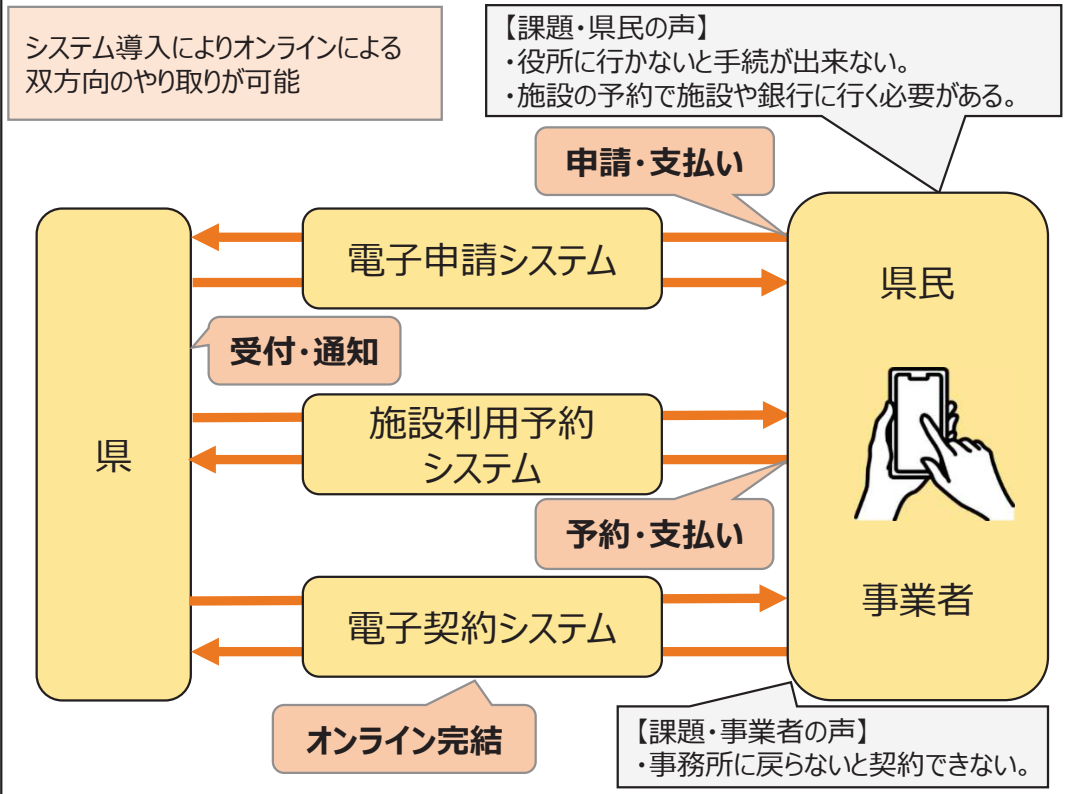
指標	施策	27 住民の暮らしを便利にするスマート行政の実現(DX)	現状値	-
	KGI	DXの推進による利便性・付加価値向上を実感している県民の割合	目標値	令和8年度まで毎年向上
指標	細施策	27-2 県民向けDXの推進による利便性・付加価値の向上	現状値	-
	KGI	デジタル総合戦略のうち県民向けDXに関する戦術の進捗度	目標値	100% (R8年度)

事業イメージ	KPI	県手続の全処理件数に占めるオンライン申請可能な処理件数の割合 (処理件数が多い手続から優先的に導入)	現状値	57% (R5年度見込)
			目標値	60% (R6年度)

事業概要

行政手続等に係るオンライン化の推進 23,520千円

- 電子申請システムの運用 10,199千円
 いつでも・どこでも県の行政手続等が行える電子申請システムを運用し、優先度の高い手続(処理件数が多いもの等)からオンライン化を推進する。
 令和5年度:234手続(予定) → 令和6年度:100手続追加
 令和6年度手続例:パーキングパーミット利用証申請、港湾施設占用申請等
- 施設利用予約システムの運用【拡充】 11,319千円
 施設利用予約システムを利用する県有施設において、窓口まで行かなくても予約から支払までシステムで完結できるようにする。
 利用施設:17施設→20施設(3施設追加)
 ・紙産業技術センター ・ファミリーハウスあい
 ・アイテムえひめ
- 電子契約システムの導入【新規】 1,762千円
 現在、紙で締結している契約事務について、電子契約システムを導入する。
 事業者:押印や郵送に要する作業の負担軽減、印紙代が不要
 県:契約締結の高速化や契約事務の負担軽減
- 県民への周知 240千円
 電子申請システムや施設利用予約システムの周知と利活用を促進する。



電子契約	紙の契約書に印鑑を押す代わりに、電子データ(PDF形式の契約書)に電子署名とタイムスタンプを付与して契約を締結
------	---

9 トライアングルエヒメ推進事業費

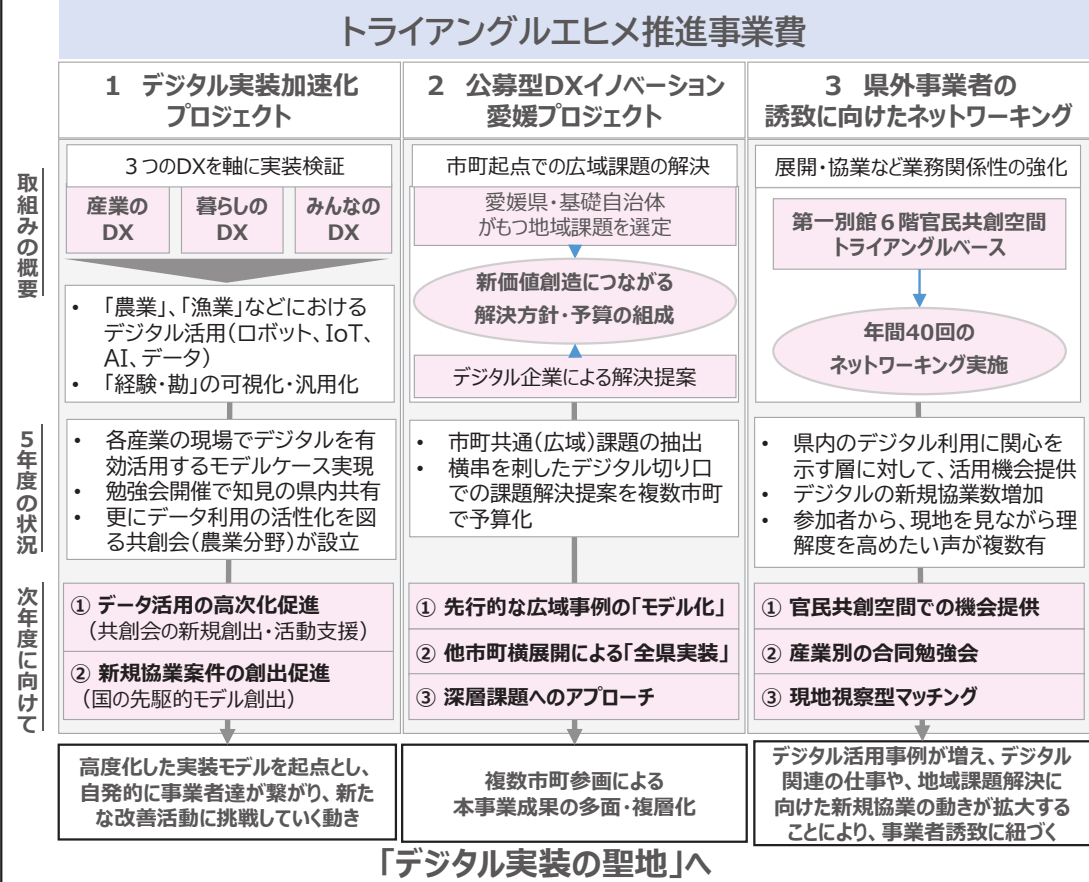
最先端のデジタル技術やロボット等を現場に実装し、本県産業の稼ぐ力を強化するとともに、県と市町が連携して、これまで前例がなく対処できていない課題を掘り起こし、デジタル実装とDX化を図る「ソーシャルイノベーション」を生み出すなど、全国に先駆けて「デジタル実装の聖地」として認知され、最先端のデジタル技術を有する県外事業者の誘致につなげる。

お問い合わせ先
 企画振興部デジタル戦略局
 スマート行政推進課
 (089-912-2229)

指標	施策	27 住民の暮らしを便利にするスマート行政の実現(DX) KGI DXの推進による利便性・付加価値向上を実感している県民の割合	現状値 - 目標値 令和8年度まで毎年向上
	細施策	27-2 県民向けDXの推進による利便性・付加価値の向上 KGI デジタル総合戦略のうち県民向けDXに関する戦術の進捗度	現状値 - 目標値 100% (R8年度)

事業イメージ	KPI	実装件数、拠点設置数、協業数の各目	現状値	実装定着:54%(27件)、拠点:60%(3件) 協業:39%(39件) (R5.10時点)
		標準達成率 (実装定着:50件、拠点:5件、協業:100件)	目標値	各項目100% (R4~6年度累計)

事業概要 【デジタル田園都市国家構想交付金充当事業】
 【デジタル社会形成推進基金充当事業】



1 デジタル実装加速化プロジェクト【継続】 1,040,082千円

県が高速無線通信網を整備したモデル地域を中心に、デジタル技術等を活用して地域課題について、**デジタル技術を有する企業、地域の事業者、行政の3者がタッグを組んで**共同解決するモデル事業を実施する。

【新規事業22件】

ジャパンファースト型	2	件
展開重視型	15	件
開発重視型	5	件

【継続事業25件】

15,000千円	20	件
5,000千円	5	件

47件の実装検証事業を実施する事業者が、当事業から得られたデータ等を用いた事業者同士の勉強会を開催。デジタル技術を地域に根付かせ、稼ぐ力の向上に繋げる。※R4・R5年度で計73件のプロジェクトを組成

2 公募型DXイノベーション愛媛プロジェクト【継続】 4,968千円

令和5年度に抽出した県内市町の広域7課題の解決に向けて、**デジタル企業の「テック系のスキル・柔軟な発想」を掛け合わせ、デジタル切り口による、複数市町の事業実装に係る伴走支援**を実施する。

3 県外事業者の誘致に向けたネットワークワーキング【継続】 19,853千円

デジタル技術を有する県外事業者の誘致のため、実装加速化プロジェクト等に参画する企業を核として、**官民共創拠点を活かしたネットワークワーキング**を実施する。

取組みの概要
 5年度の状況
 次年度に向けて



10 データ駆動型マーケティング機能強化事業費

令和6年度当初予算(案)
予算額 18,180千円

デジタルマーケティングの推進やEBPMの普及、PDCAの定着に伴い、県HP訪問者データ等だけでは、更に施策を高度化するための判断材料が不足する取組みが増加していることから、「消費者行動データ」を基に職員が多角的に分析可能な体制を整備し、全庁のデジタルマーケティングの更なる高度化を図る。

お問い合わせ先
企画振興部デジタル戦略局
デジタルシフト推進課
(089-912-2280)

指標	施策	27 住民の暮らしを便利にするスマート行政の実現(DX) KGI DXの推進による業務効率化・生産性向上を実感している職員の割合	現状値 - 目標値 令和8年度まで毎年向上
	細施策	27-3 庁内向けDXの推進による業務効率化・生産性の向上 KGI デジタル総合戦略のうち庁内向けDXに関する戦術の進捗度	現状値 - 目標値 100% (R8年度)

事業イメージ **KPI** 消費者行動データを活用して施策を高度化した件数 現状値 -
(R6:30件, R7:30件, R8:40件) 目標値 100件 (R6~8年度累計)

愛媛県のデジタルマーケティングの推進状況



消費者行動データ活用スキーム



事業概要

1 消費者行動データ分析体制整備費 13,200千円

消費者の行動に関する各種データを職員が随時分析可能な体制を整備

- ① キャッシュレスデータ (購買情報・属性を分析)
 - ② インターネット行動データ (オンライン上の興味関心を分析)
 - ③ SNSTレンドデータ (SNS上の特定トピックの反応を分析)
 - ④ スマホ位置情報データ (施設単位での人の動きを分析)
- ※個人が特定できないよう加工処理(匿名加工)されたデータを活用

消費者行動データ活用の流れ

	現状	課題	データ活用による施策高度化
移住	【ターゲット像の設定】 「えひめ移住ネット」訪問者等データから移住興味関心層を分析し、ターゲット像を設定 →HP記事制作・広告配信の設定に活用	新規移住者層の開拓に必要な『 <u>県HPに訪問していない移住潜在層</u> 』のデータが不足	【新規移住者層の開拓】 ✓ インターネット行動データ ✓ SNSトレンドデータ > インターネット、SNS全体の『移住トレンド』分析 > 『移住者になりうる層』の属性(年代、性別、居住地)、興味関心を分析 →新たなターゲット像を設定し、デジタル広告で訴求
	【ターゲット像の設定】 実店舗、EC提供データ、各製品のHP訪問者データを分析し、ターゲット像を設定 →販売戦略や広告配信の設定に活用	販路開拓や販売戦略の改善に必要な、『 <u>売れている類似製品</u> 』のデータが不足	【新規販路の開拓】 ✓ インターネット行動データ > 類似製品HPの訪問者の属性、興味関心を県産品と比較 →県産品の強み・弱みを精緻化し、新規販路開拓のための販売戦略を立案
県産品	【実需の分析】 各種統計や店舗、施設等の報告から分析	データが随時確認できず、PDCAに繋がらない	【実需の拡大】 ✓ キャッシュレスデータ ✓ スマホ位置情報データ > 事業期間中の県産品売上、店舗訪問状況の変化を分析 →目標達成の進捗度に応じ、事業を改善(PDCA)

2 消費者行動データ分析・活用費

4,980千円

- ① データ抽出・加工費
- ② 改善提案レポート作成費

11 未来デジタルキャリア獲得促進事業費

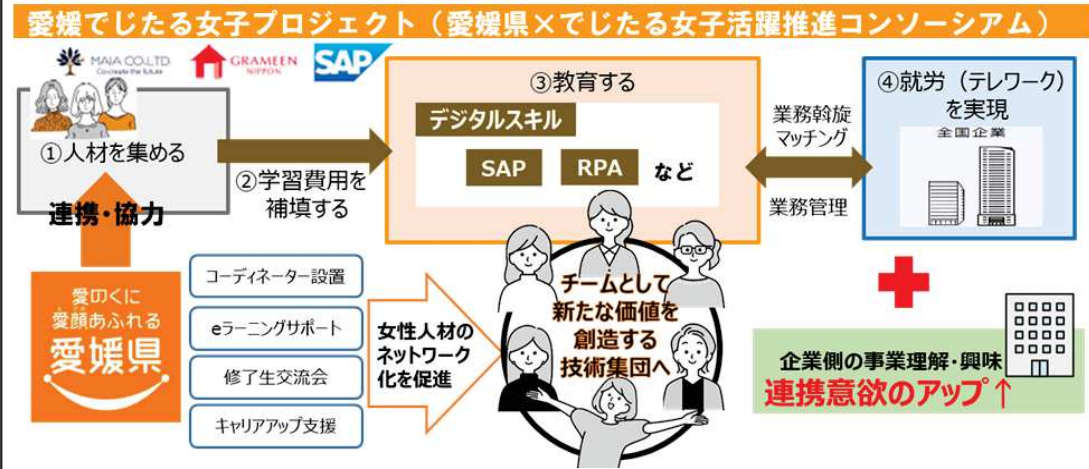
D X 実行プランで掲げたデジタル人材の1万人輩出、1人当たり県民所得の引き上げに向け、将来にわたり「稼ぐデジタル人材」をコンセプトに、若者や女性等の多様な人材がWeb3.0技術やSAP、RPA等、将来性のある様々なデジタル技術を習得することにより、副業、兼業又はフリーランスなどとして活躍できる人材を育成する。

お問い合わせ先
 企画振興部デジタル戦略局
 デジタルシフト推進課
 (089-912-2280)

指標	施策	27 住民の暮らしを便利にするスマート行政の実現(D X)	現状値	-
	KGI	DXの推進による利便性・付加価値向上を実感している県民の割合	目標値	令和8年度まで毎年向上
指標	細施策	27-2 県民向けDXの推進による利便性・付加価値の向上	現状値	-
	KGI	デジタル総合戦略のうち県民向けDXに関する戦術の進捗度	目標値	100% (R8年度)

事業イメージ	KPI	副業・兼業等で稼げるデジタル人材育成人数 (R5:145人、R6:200人、R7:205人、R8:250人)	現状値	145人(R5年度見込)
			目標値	800人(R5~R8年度累計)

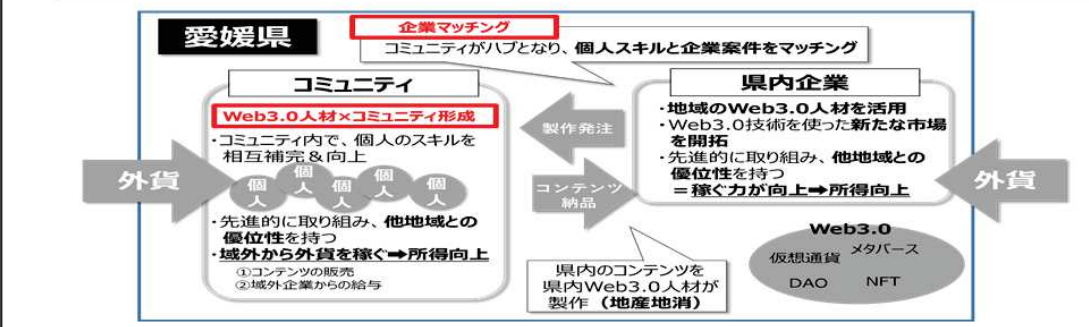
事業概要	【デジタル田園都市国家構想交付金充当事業】
------	-----------------------



- 1 愛媛でじたる女子プロジェクト促進事業 18,319千円**
 広く県民に情報発信し参加を促進するとともに、育成された「愛媛でじたる女子」がチームとして活動していけるよう、将来を見据えた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

Web3.0人材育成による経済循環スキーム

Web3.0人材 × コミュニティ形成 × 企業マッチング



- 2 Web3.0人材育成検証事業 5,598千円**
 Web3.0分野のスキル(メタバース・NFT等)の習得と、実際に稼ぐ経験を組み合わせ合わせた人材育成スキームを構築するとともに、受講者コミュニティの運営を通じて、県内のWeb3.0に対する機運を醸成する。
(1) Web3.0人材育成スキーム構築(実践コース)
 講座: Web3.0クリエイター育成講座(仮)
 Web3.0知識・技術を活用したコンテンツ制作の実践的スキルを習得
 期間: 約6か月
 モニター受講生: 30名※自己負担有
(2) 県民向けWeb3.0リテラシー向上
 広報やイベント等を通じ、Web3.0に対する機運の醸成を図る。



12 地域DX実践支援事業費

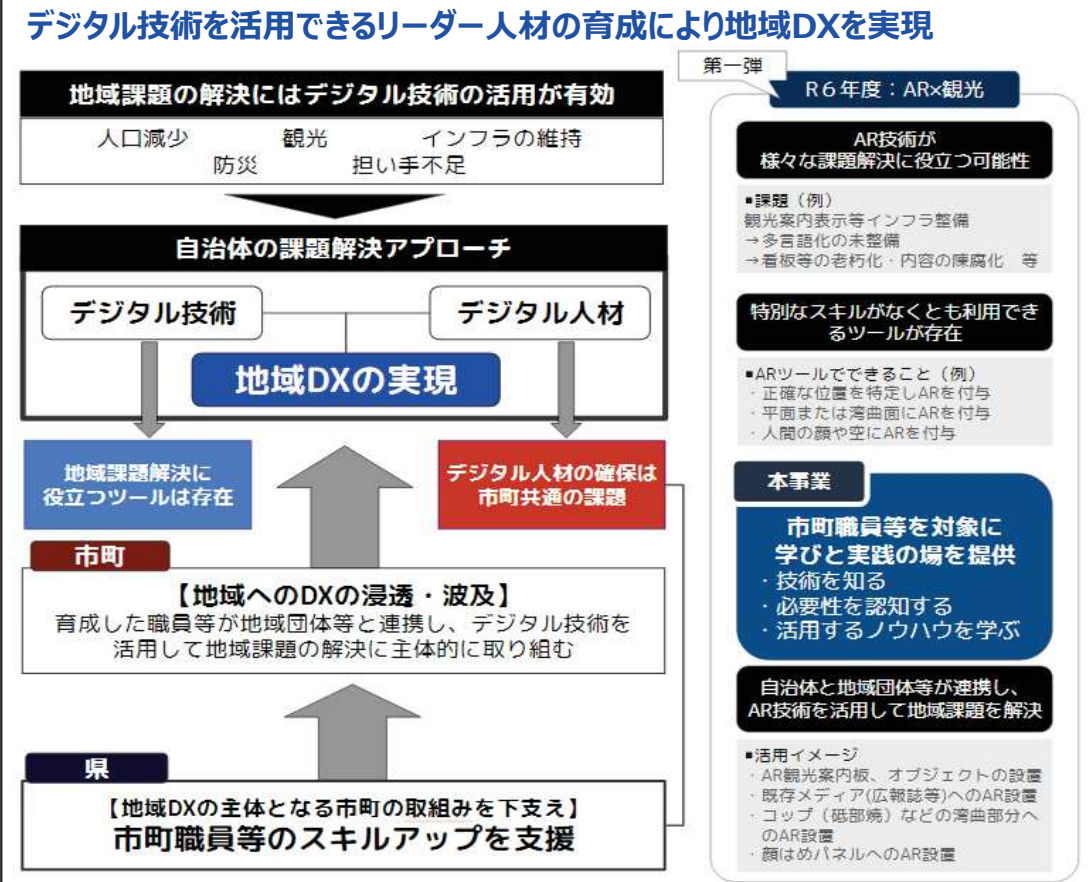
令和6年度当初予算(案)
予算額 15,386千円

山積する地域課題へのデジタル技術の活用が進められる中、デジタル人材の確保は社会的な共通課題となっており、特に比較的規模の小さな自治体では地域のかじ取り役となる人材が不足している。そのため、市町職員等を対象とし、地域課題の解決に求められる実践的なデジタルスキルの向上を図り、地域へ波及することで県内のDXを推進する。

お問い合わせ先
企画振興部デジタル戦略局
デジタルシフト推進課
(089-912-2282)

指標	施策	27 住民の暮らしを便利にするスマート行政の実現(DX) KGI DXの推進による利便性・付加価値向上を実感している県民の割合	現状値 - 目標値 令和8年度まで毎年向上
	細施策	27-2 県民向けDXの推進による利便性・付加価値の向上 KGI デジタル総合戦略のうち県民向けDXに関する戦術の進捗度	現状値 - 目標値 100% (R8年度)

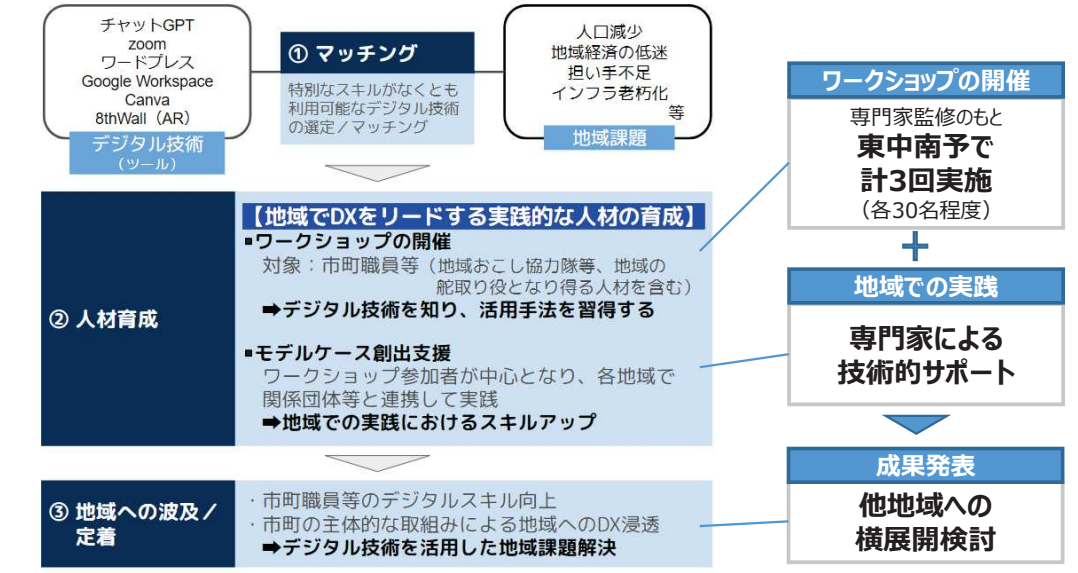
事業イメージ	KPI 育成した市町職員等がデジタル技術を活用して地域課題解決に取り組む件数 (R6: 20件、R7: 20件、R8: 20件)	現状値 - 目標値 60件 (R6~8年度累計)
--------	---	-----------------------------



事業概要

1 地域DX「DX-SEEDsえひめ」の推進 15,386千円

(1) 地域課題解決に向けた実践的DXの促進
地域課題と解決策になりうるデジタル技術のマッチング(種まき)を行い、市町職員等が自ら解決に向けて取り組むために必要な技術的サポート(水やり)等を行う。



(2) 子どものデジタル活用力向上
都会と比べ先端技術に触れる機会が少ない県内の子ども(小学生)を対象に、デジタル活用をより身近に感じてもらうためのワークショップを開催する。