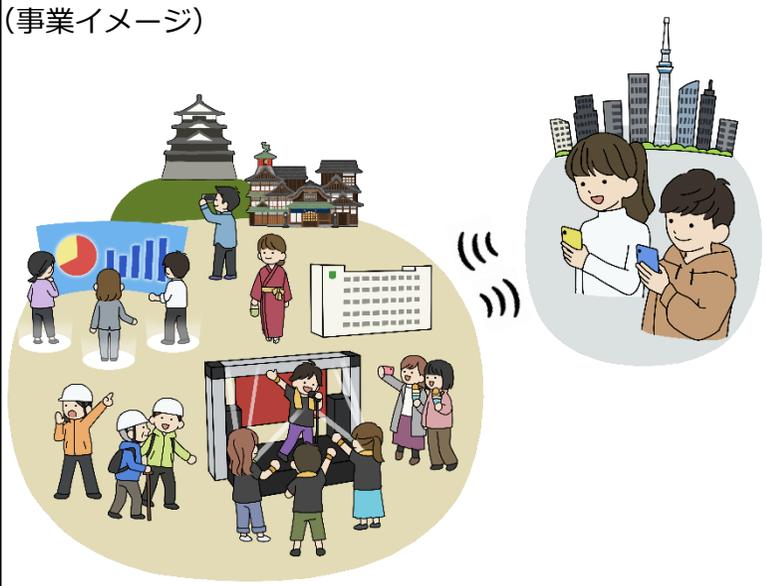


事業概要【若者視点に立った新たなまちの魅力創造事業】

推進当初

申請者	松山市	初回採択回	令和6年度第1回募集
事業計画期間	R6年度～R8年度	期間中の総事業費 (カッコ内はR6年度事業費)	266,918千円 (105,366千円)
事業タイプ・類型	地方創生推進タイプ・横展開型	事業分野 (詳細)	移住促進・地方創生人材の確保・育成等の人材分野
目的 (効果)	<ul style="list-style-type: none"> ・将来のまちづくりの担い手となる若年層をターゲットに大都市圏からの移住促進 ・本市在住の若年層への定住促進 ・“ふるさと松山”に愛着と誇りを持つことで、「松山に住み続けたい」「進学や就職で松山を離れたとしても、いつかは松山で暮らしたい」「何らかの形で貢献したい」と思う若年層に満ちた都市を目指す 		
事業概要・ 主な経費	<p>○SNSを通じた市内外の若者の本音を聴取・分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ソーシャルリスニング (委託料) : 1,980千円 <p>○若者をターゲットとしたコンテンツ作成や、国内ファッションイベントと連動した本市の魅力発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コンテンツ作成 (委託料) : 10,450千円 ・デジタルコミュニティの作成 (委託料) : 12,470千円 ・地元企業との商品開発等 (委託料) : 15,070千円 ・イベント関連事業 (負担金) : 20,000千円 <p>○移住者や子育て世代の地域コミュニティへの参加促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・移住促進事業 (委託料) : 10,884千円 ・松山市防災推進協議会負担金 : 11,000千円 <p>○クロスメディアによる松山情報のタッチポイント増加</p> <ul style="list-style-type: none"> ・メディアプロモーション、情報発信等 (委託料) : 23,512千円 	(事業イメージ)	
KPI	<ul style="list-style-type: none"> ①地域へのUIターン数 (当該年度目標値1,049人) ②若者文化賑わい創出事業の市民参画者数 (当該年度目標値20人) ③本市に関するポジティブツイート件数 (当該年度目標値110,000件) ④発信した情報への接触人数 (当該年度目標値144,000人) 	関連URL	<p>【松山市HP】</p> <p>https://www.city.matsuyama.ehi.me.jp/shisei/keikaku/chihososei/senryaku-kensyo.html</p>

事業概要【デジタル技術やデータを活用した戦略的な産業振興推進事業】

推進当初

申請者	松山市	初回採択回	令和6年度第1回募集				
事業計画期間	R6年度～R8年度	期間中の総事業費 (カッコ内はR6年度事業費)	113,484千円 (34,288千円)				
事業タイプ ・類型	地方創生推進タイプ・横展開型	事業分野 (詳細)	ITを活用した中堅・中小企業の生産性向上、新規事業化、対日投資促進等のローカルイノベーション分野				
目的 (効果)	<ul style="list-style-type: none"> ・地域産業や観光関連産業、農林水産分野においてデジタル技術や新技術の活用による効率化や参入ハードルの低下、データマーケティングによるターゲット層の分析、充実した雇用機会や収益の向上、エビデンスに基づいたプロモーション戦略等を付加 ・地域産業のデジタル化やデータ分析に基づいた効率的な施策の実施により、関係人口の拡大、地域産業の活性化、実需の創出等につなげ、全国から選ばれるまちとなる 						
事業概要・ 主な経費	<p>(事業イメージ)</p> <p>○ デジタルマーケティングの手法を活用した地域産業及び観光振興</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ECサイト等を活用した販売促進・観光振興 (委託料) : 27,500千円 ・人材育成プログラム作成等 (委託料) : 1,556千円 ・デジタルマーケティング、データ分析 (使用料) : 924千円 <p>○ 先端機器を活用したスマート農業の促進等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スマート農業の研修、体験会 (備品、消耗品費) : 2,723千円 ・大学との共同研究 (委託費、消耗品費) : 1,585千円 <p>農業の生産性を向上し地域経済分野へ波及</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スマート農業の導入 ・生産性向上の研究 <p>ビッグデータの活用</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>消費者</th> <th>事業者</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>・属性 ・ライフステージ ・閲覧情報 ・購買情報など</td> <td>・商品情報 ・購買情報など</td> </tr> </tbody> </table> <p>消費行動の把握 地域経済の把握</p> <p>事業の効果検証 効果的な事業立案 類似自治体との比較</p>			消費者	事業者	・属性 ・ライフステージ ・閲覧情報 ・購買情報など	・商品情報 ・購買情報など
消費者	事業者						
・属性 ・ライフステージ ・閲覧情報 ・購買情報など	・商品情報 ・購買情報など						
KPI	<ul style="list-style-type: none"> ①地域における新規雇用者数 (当該年度目標値20人) ②参加事業者EC売上額及びOTA経由宿泊予約額 (当該年度目標値156.66億円) ③物産購買と観光のクロス利用者数 (当該年度目標値11,088人) ④スマート農業に取り組んだ新規就農者の割合 (当該年度目標値10%) 	関連URL	<p>【松山市HP】</p> <p>https://www.city.matsuyama.ehim.e.jp/shisei/keikaku/chihososei/senryaku-kensyo.html</p>				

事業概要【第2のふるさと、新しい人の流れ創出事業】

推進当初

申請者	愛媛県松山市	初回採択回	令和3年度第1回募集
事業計画期間	R3～R7年度	期間中の総事業費 (カッコ内はR6年度事業費)	407,246千円(76,685千円)
事業タイプ・類型	地方創生推進タイプ・横展開型	事業分野（詳細）	移住促進・地方創生人材の確保・育成等の人材分野
目的 (効果)	<ul style="list-style-type: none"> ・サステナブルツーリズムの誘客を通じて、滞在時間の延長による観光消費額の拡大を図る ・また、ツーリズムに訪れた若者たちに対して、関係性の維持・深化につながる取組を一体的に実施することで、松山市を第2のふるさととして、多様な形で関わる新しい人の流れを生み出す ・ソフト・ハード事業を一体的に取り組むことで、サステナブルツーリズムをビジネスとして実施できる体制を整備する 		
事業概要・ 主な経費	<ul style="list-style-type: none"> ○太陽エネルギーで動くグリーンスローモビリティ及びE-Bikeの活用 ・グリーンスローモビリティの運営（委託料）495千円 ・グリーンスローモビリティの維持管理（修繕料、保険料、消耗品等）1,190千円 ○観光産業の高付加価値化と自立性を実現するプラットフォームの支援 ・プラットフォームの運営（負担金）6,000千円 ・情報発信等（委託料）2,000千円 ○サステナブルツーリズムを実施・発展できる体制の整備 ・広域周遊型SDGs体験旅行プログラムの作成（負担金）2,500千円 ・旅行商品化の推進（負担金）19,000千円 ・SDGs修学旅行の誘致（負担金、消耗品等）7,500千円 ・情報発信等（委託料）35,000千円 ・多言語対応などの受入環境の整備（負担金）3,000千円 	(事業イメージ)	
KPI	<ul style="list-style-type: none"> ①サステナブルツーリズムの利用者数(当該年度目標値12,000人) ②サステナブルツーリズムの利用者のうち、地方への移住又は通学に興味を持った割合(当該年度目標値29.0%) ③ほしふるテラス姫ヶ浜の利用者数(当該年度目標値2,000人) ④グリーンスローモビリティの走行距離(当該年度目標値5,350km) 	関連URL	https://www.city.matsuyama.ehime.jp/shisei/keikaku/chihososei/senryaku-kensyo.html

事業概要【「ことば」を軸とした文化芸術による関係人口拡大事業】

推進当初

申請者	松山市	初回採択回	令和2年度第1回募集
事業計画期間	R2～R6年度	期間中の総事業費 (カッコ内はR6年度事業費)	481,297千円 (81,509千円)
事業タイプ・類型	地方創生推進タイプ・横展開型	事業分野 (詳細)	移住促進・地方創生人材の確保・育成等の人材分野
目的 (効果)	<ul style="list-style-type: none"> ・独自の「ことば」文化を活用した取組の展開で、関係人口の構築を図る ・「ことば」や「俳句」の聖地として観光誘客を図る ・様々な「ことば」の取組を官民協働で行うことで、市全体で地域愛を醸成する 		
事業概要・ 主な経費	<p>○2020年に応募された「ことば」を活用したPR事業や松山市文化芸術振興計画に掲げる「市民全員が“まつやま文化人”」を目指した事業を展開する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ことばのちから事業実施のための負担金 4,356千円 ・文化振興のための負担金 16,940千円 <p>○インターネットサイト「俳句ポスト365」の運営や俳句甲子園の開催を通じて、俳都松山の発信と俳句人口の拡大を図り、関係人口拡大を狙う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・俳句ポスト運営のための委託料 4,213千円 ・俳句甲子園開催のための負担金 21,000千円 <p>○松山アーバンデザインセンターを核とした地域密着の人材育成を行うことで民間主導のまちづくりへの移行を促進する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・松山アーバンデザインセンター運営のための負担金 35,000千円 	(事業イメージ)	  
KPI	<ol style="list-style-type: none"> ①松山市への移住者数 (当該年度目標値438人) ②俳句甲子園全国大会のために松山を訪れたOBOGの人数 (当該年度目標値44人) ③「ことばのちから」や「松山ブンカ・ラボ」のイベントの参加者数 (当該年度目標値5,190人) 	関連URL	https://www.city.matsuyama.ehime.jp/shisei/keikaku/chihososei/senryaku-kensyo.html

事業概要【多様な人材活用による仕事づくり推進事業】

推進当初

申請者	愛媛県松山市	初回採択回	令和2年度第1回募集
事業計画期間	R2～R6年度	期間中の総事業費 (カッコ内はR6年度事業費)	90,000千円 (19,000千円)
事業タイプ・類型	地方創生推進タイプ・横展開型	事業分野 (詳細)	ITを活用した中堅・中小企業の生産性向上、新規事業化、対日投資促進等のローカルイノベーション分野
目的 (効果)	<ul style="list-style-type: none"> ・市内企業の人手不足に対し、都市部の複業人材のマッチングを支援し、域外の人材を活用することで解決に繋げる。 ・また、複業人材を活用することで、首都圏等の人材を活用した関係人口の創出を図ることができるほか、多様化する労働ニーズに応え、さらには女性活躍の推進や生涯現役のまちづくりの推進など、多角的な効果を得ることができる。 ・雇用管理の手法等を見直す必要性を認識している企業に対して、業務の見直しや細分化等、企業の労働条件の整備を支援することで、地元の若者の就職先として選ばれる魅力的な企業へと成長できる。 		
事業概要・ 主な経費	<p>○市内中小企業等と都市部複業人材等とのマッチング支援 (委託料) : 19,000千円</p> <p>(内訳)</p> <ol style="list-style-type: none"> ①全体企画・広報活動費 ②地元企業・都市部人材向けセミナー運営費 ③現地フィールドワーク・マッチングフォローアップ運営費 ④講師等謝礼 ⑤講師等旅費 ⑥コミュニティ構築・交流イベント運営費 		<p>(事業イメージ)</p>
KPI	<ol style="list-style-type: none"> ①事業を通じてのマッチング人数 (関係人口) (当該年度目標値65人) ②労務改善を実施した企業数 (当該年度目標値30人) 		<p>関連URL</p> <p>https://www.city.matsuyama.ehime.jp/shisei/keikaku/chihososei/senryaku-kensyo.html</p>