

(別紙2-①)

3. 助成対象事業の成果（結果）

【事業名】 えひめ中小企業等アクティブ・サポート事業
 （農商工ビジネス新商品開発補助事業）A事業①

【目的〈課題認識、方向性、目標、事業実施計画等〉】

＜目的＞

愛媛県内の豊かな自然環境から生み出される農林水産品（地域資源）を活用して、中小企業者等によるDX（フードテックやデジタルマーケティング活用を視野に入れた新商品の開発など）や新事業展開及び販路開拓に要する経費の一部を助成し、コロナ禍後のニーズ変化や物価高騰等に対応するとともに中小企業者等の事業拡大、経営の安定化、県内一次産品・加工品の消費拡大、農林漁業者の所得向上を推進し地域経済の活性化を図る。

＜課題認識＞

コロナ禍後の消費生活、消費ニーズの変容や、世界情勢に伴うコスト増への対応が急務となっており、急激な外部環境の変化の対応が求められているが、中小企業者が単独で新事業展開を行うには、資金的なリスクが伴う。（物価高騰で資金的な余裕がない中、自力での研究開発等が困難等。）

＜方向性＞

農商工連携によりこだわりの商品開発を行うことで市場が求める「価値ある商品」を創出し、販路拡大支援を行うことで中小企業者の経営安定及び加工原料の需要増と適正価格での取引を通じて愛媛県内農林漁業者の所得向上を推進し、地域経済の活性化を図る。

＜目標＞

事業推進期間中に新事業展開及び農商工連携による商品開発等に必要な経費を年間10件程度助成。また、県が設置するコーディネーターによる伴走支援を実施することにより、10件以上の新商品開発に道筋をつける。

また、助成事業者のうち、海外バイヤーが参加する展示会への出展事業者数の20%増加を目指す。令和6年度 45%（5件/11件）→令和7年度 65%（6件/10件程度）

＜事業実施計画等＞

○支援対象者

以下の県内中小企業であって、本事業へ申請を行い、その内容が本事業の趣旨に合致し、さらに審査委員会にて採択された事業者

- ・農林漁業者と中小企業者との連携体
- ・コロナ禍後の消費者ニーズの変化や物価高騰に対応する中小企業者等。

（ただし、連携体を構成する者のうち県外業者（県内の本社又は事業者等を有しない者）は、助成対象者とししない）

○助成率

助成対象経費の2分の1以内

○助成限度額

1,000千円以内/件

○助成期間

1年以内

○支援対象経費項目

謝金、旅費、マーケティング調査費、原材料費、機械装置・工具器具費、展示会等出展費、委託費、会議費、消耗品費、印刷製本費、資料購入費、通信運搬費、借料及び損料、人件費

- 助成件数
10件程度/年
- 実施スケジュール
4月 実施要領、交付要綱等制定
4月下旬～6月中旬 補助事業公募
6月下旬 一次審査
7月上旬 二次審査
8月～3月上旬 事業実施
3月 事業完了

【成果（結果）〈実施事業の内容・実績、実施した結果生まれた新たな課題等〉】

＜実施事業の内容・実績＞

- ・助成件数
11件（応募16件）
- ・採択額
10,000千円
- ・決算額
9,998千円
- ・助成事業

申請者（連携体）	事業概要	採択額	決算額
A社	輸出を目的とした愛媛県産野菜の旨味を活かしたベジラーメン出汁の商品開発製造	800,000	800,000
B社	愛媛県産の農水産物（鯛、媛ポーク、松山どり、野菜）などを活用した愛媛餃子の開発・製造	1,000,000	1,000,000
C社	西条市産の規格外野菜を活用した調味料の開発事業	400,000	400,000
D社	愛媛県産の農産物（桑の葉、ハーブ、有機みかん）等を活用したブレンドスムージーの開発、製造	1,000,000	1,000,000
E社	愛媛県産の畜産、農産物を活用した「体に効く紅白愛がけスパイスカレーセット」の開発・製造	800,000	800,000
F社	大三島産の高品質な葡萄を活用し、海外販路を視野に入れた高級価格帯のプレミアムワインの開発・製造	1,000,000	998,000
G社	愛媛県産の農産物（果物等）を活用した「高付加価値商品」の開発・製造	1,000,000	1,000,000
H社	愛媛県産農水産物を活用した冷凍総菜パンの開発・製造事業	1,000,000	999,000
I社	鬼北町産「鬼北キジ」等を活用した、キジ惣菜加工品の開発、製造	1,000,000	1,000,000
J社	新居浜産のこだわり野菜・柑橘等を活用したプレミアムピクルスの開発・製造	500,000	500,000
K社	「地産地消の酒造りプロジェクト」で復活させた「久万高原町産山田錦」を活用した「仁喜多津 純米大吟醸酒(仮称)」の商品開発	1,000,000	1,000,000
計11件		10,000,000	9,998,000

＜実施した結果生まれた新たな課題等＞

消費者のマーケットニーズを踏まえた新商品開発としており、農商工連携ビジネスプロデューサーが伴走支援をすることで、すべての採択事業者において年度内に商品化が完了した。さらに、今年度に開発した商品は継続して販売が出来るよう更なる商品のブラッシュアップに取り組む。

年度当初に公募し、1か月半程度の公募期間を設けて審査会を経て採択事業者を決定しているが、事業期間中に補助事業に関する相談を受けることもあり、公募期間での周知活動を徹底する。

【評価（計画と比較した目標の達成度）、分析（実施した結果新たに生じた課題、数値の検証等）】

目標内容	R7実績	達成度
年間10件以上の商品化	11件（31商品）	110%
展示会出展事業者の割合	55%（6件/11件）	85%

年10件程度の助成を行うという目標に対し、審査委員会で審査を行った結果、16件の応募案件の中から、11件を採択。開発商品数は延べ31商品であり、年度内にすべての事業者が商品開発を完了したことは評価できる。

一方、展示会出展事業者の割合については、昨今の資材高騰や人件費の高騰等で全体的なコストが上昇している中、中小企業者においては資金面にハードルを感じており、結果的に目標達成とならなかった。

しかし、過年度に採択し開発した商品（R2～R4までの3年間で開発した商品数113商品が対象）については75%の商品が現在も販売されており（売り上げがある）、この実績は一過性の流行に頼らない「市場適合性の高さ」と「根強いファン獲得」を示す本事業の成果だと考える。

【今後の進め方（波及効果を含めて）をどうするのか】

本事業により支援した各事業者の取組については、引き続きフォローを行い、更なる売り上げの拡大を図ることにより、支援事業者だけでなくサプライチェーン全体の売上増加を目指す。

開発された商品の販路開拓については、当財団が行う国内向けの販路開拓支援（大都市圏のバイヤーを招聘した商談会の開催）を実施したり、県主催の百貨店における催事出展支援の他、ECサイトのバイヤーやスーパーマーケットのバイヤーを招聘した商談会を開催しており、商品開発のみならず、販路拡大支援を引き続き実施する。

(別紙2-②)

3. 助成対象事業の成果（結果）

【事業名】 えひめ中小企業等アクティブ・サポート事業
（ものづくり産業支援事業） A事業①

【目的〈課題認識、方向性、目標、事業実施計画等〉】

県内の「ものづくり産業」全般を支援対象に、産官学が連携した研究部会を設置し、新商品の開発促進を行う。具体的には、県内ものづくり企業の新技術や製品の開発に必要な資材購入など試験費用を助成・支援する。また、新製品の企画・立案や製品開発の問題解決に関して助言・指導等を行う専門家の招へい等に対する支援を行う。さらには大型展示会の出展といった販路開拓に向けた取組みに対しても支援を行う。

この他、新たな支援企業等、新製品・新技術を発掘し、本事業終了年度以降の国の研究開発助成事業の獲得・活用を図れるよう支援に取り組み、更なる地域経済の活性化を目指す。

【成果（結果）〈実施事業の内容・実績、実施した結果生まれた新たな課題等〉】

別紙成果パネル

【評価〈目標の達成度〉、数値の検証等】

別紙成果パネル

【今後の進め方〈波及効果を含めて〉をどうするのか】

別紙成果パネル

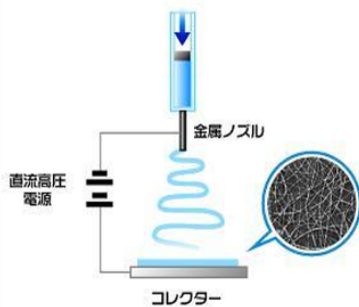
① 「ナノファイバー吸着材開発」 研究部会

「ナノファイバー吸着材開発」 研究部会

— ものづくり産業支援事業（R6～7年度） —
シンワ㈱
愛媛大学大学院理工学研究科
愛媛県産業技術研究所紙産業技術センター

これまでに、エレクトロスピンング法で製造したナノファイバー（ポリフッ化ビニリデン）を表面修飾することで、金属吸着効果の発現を確認しました。
この金属吸着効果を営業先で実演できるキットの開発に取り組みました。

エレクトロスピンング法



ポリフッ化ビニリデンなど、様々な高分子材料をナノファイバー化できる

比表面積が大きいことなどを利用した応用が期待されている

表面修飾剤を添加してナノファイバーを作製することで機能が付与できる

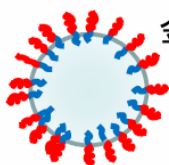
表面修飾剤の検討



ポリフッ化ビニリデンに親和性がある

金属吸着性を有する

添加してナノファイバーを作製



ナノファイバー断面の模式図

金属吸着部分が表面に露出

金属吸着効果が期待できる

- ・ 比率（A:B）の検討
- ・ 表面修飾剤の収率の検討
- ・ 企業での内製化の検討

コバルト吸着キットの開発

各濃度の水溶液を吸着させたのち発色させた

	Ni Co 0	0 mg/L
	Ni Co 20	20 mg/L
	Ni Co 40	40 mg/L
	Ni Co 60	60 mg/L
	Ni Co 80	80 mg/L

- 試作したナノファイバーを使用した、コバルトイオン吸着キットを開発しました。
- 金属イオン以外にも、カチオン染料も吸着できることが分かりました。
- 展示会において、このキットを用いた吸着性の発現を実演しました。

本研究は、ものづくり産業支援事業により実施しました。
この事業は、中小企業地域資源活用等促進事業の助成金を活用して実施しました。

②「柑橘果皮抽出物を利用した犬向けスキンケア製品の新規開発」研究部会

「柑橘果皮抽出物を利用した犬向けスキンケア製品の開発」研究部会

株式会社アイテック 愛媛製紙株式会社
岡山理科大学獣医学部 愛媛県産業技術研究所食品産業技術センター

これまでの研究により、イヨカン果皮の熱水抽出物が皮膚バリア機能を向上させることが示唆され、犬等のデリケートな皮膚をすこやかに保つ製品への活用が期待されています。本研究部会では、イヨカン果皮抽出物を活用したペット用スキンケア製品の实用化に向けて、安全性確認等に取り組みました。

【イヨカン果皮抽出物の安全性試験】

研究内容 製品が眼に入った際のリスクを測るため、培養細胞を用いて眼刺激性を評価する「in vitro 眼刺激性試験」を実施しました。

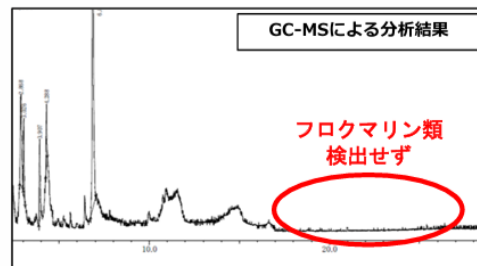
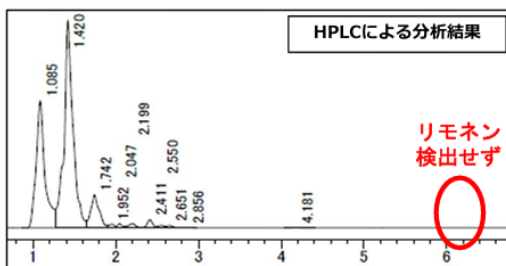
結果 「区分外」
(眼損傷性、眼刺激性をもたらす区分 1、2 に当てはまらないと判断される)

POINT① 試験の結果、眼刺激性は認められませんでした。

【イヨカン果皮抽出物中の成分】

研究内容 イヨカン果皮抽出物に含まれる可能性があり、動物に対して悪影響を与える懸念のあるリモネン及びフロクマリン類の分析を行いました。

結果



POINT② リモネン及びフロクマリン類は検出されず、安全性に関する懸念は認められませんでした。

※分析結果の一例であり、含有量を保証するものではありません

試験の結果、安全性に関する懸念は認められませんでした。今後は、皮膚に作用している成分の検証や、必要に応じて安全性に関係する成分の分析を行います。また、試作品や取得したデータを基にして、動物向け商品の原料としてペット用製品を販売する企業へ提案していくこととしています。

本部会は令和7年度 ものづくり産業支援事業により実施しました。この事業は、中小企業地域資源活用等促進事業の助成金を活用して実施しています。

③「新たな微生物固定化担体開発プロジェクト」研究部会

「新たな微生物固定化担体開発プロジェクト」研究部会

フロンティア株式会社 関西化工株式会社 愛媛大学 愛媛県産業技術研究所

排水処理に用いられる担体は、表面の微生物付着性能の改善が課題となっています。そこで、本研究は既製品と比較して環境に優しく微生物付着性能を向上させた担体の開発を目的として、既製品に使用されているポリプロピレンをベースに、様々なバイオマスを混合した新たな担体を作製し、性能評価を行っています。

ポリプロピレン製発泡担体

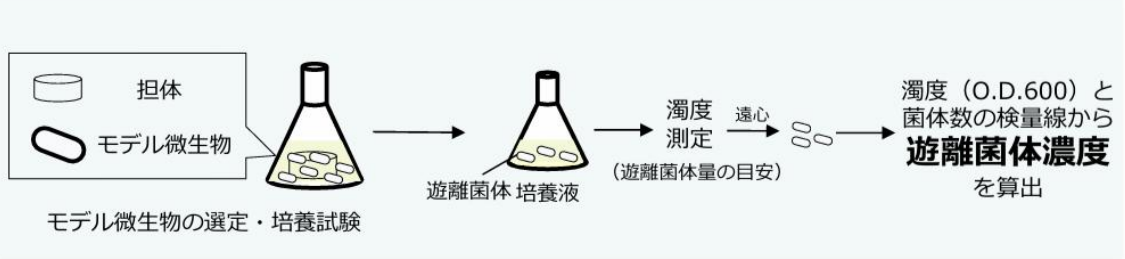
表面が微生物の棲み処となり、排水中の有機物を効率的に分解します。バイオマスを混合することで、プラスチック使用量削減に繋がります。



【バイオマスを混合した担体の試作】



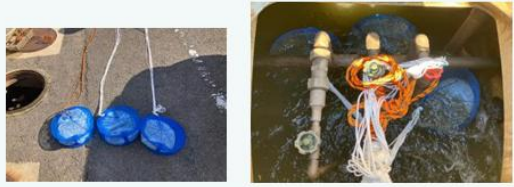
【モデル微生物を用いたラボスケールでの微生物付着性能評価】



【浄化槽での微生物付着性能評価】

①県内集合住宅の浄化槽

5種類の担体を各500gずつ小分けにして網に入れ、浄化槽内に沈めてロープで固定



②産業技術研究所の浄化槽

作製した小型浄化槽に各担体を約100gずつ入れ、浄化槽内の排水を小型浄化槽に汲み上げ曝気処理



今後は、複合微生物系における各担体の微生物付着性能についてさらに検証するとともに、バイオマスの溶出物に含まれる成分の分析等、菌体増殖促進因子についても引き続き調査を行い、新規微生物固定化担体の製品化を目指します。

本研究は、ものづくり産業支援事業により実施しました。
「この事業は、中小企業地域資源活用等促進事業の助成金を活用して実施しています」

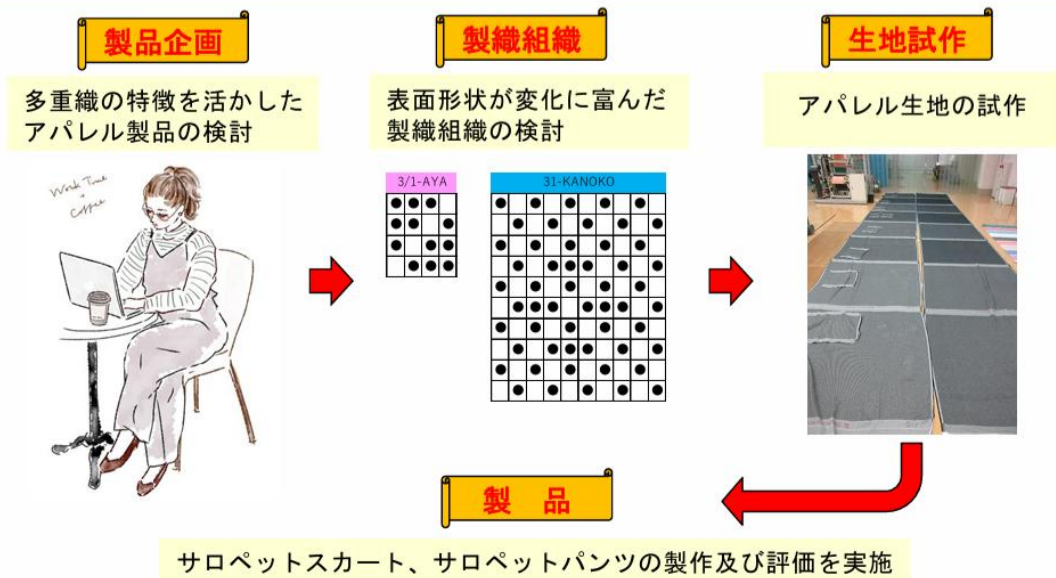
④ 「表面形状に富んだ生地を用いたアパレル製品」 研究部会

「表面形状に富んだ生地を用いたアパレル製品」 研究部会
(R7年度)

大磯タオル㈱ オリナススタイル㈱ 繊維産業技術センター

当研究部会においては、多重織り技術を活かして、アパレル分野へ進出できる新ブランド立ち上げに向け、新たな製品づくりに着手しているところです。

そこで、多重織りの織組織や製織条件を探索し、表面形状が変化に富んだ特徴を持たせた生地の試作を行い、レディース用アパレル製品を開発しました。



令和7年度においては、多重織りの各層の組織を変えることにより、生地表面形状に変化の富んだサロペットスカート、サロペットパンツを試作し、ブランドの一翼を担う新たな製品開発ができました。

本研究は、ものづくり産業支援事業により実施しました。
「この事業は、中小企業地域資源活用等促進事業の助成金を活用して実施しています」

⑤ 「砥部焼と手すき和紙原料のコラボによる新しい器作り」 研究部会

「砥部焼と手すき和紙原料のコラボによる新しい器作り」 研究部会

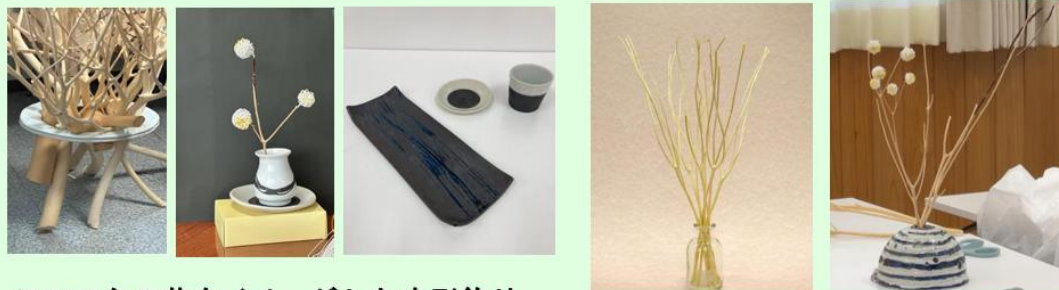
陶房くるみ カワイチ(株) 窯業技術センター 紙産業技術センター

廃棄予定のミツマタ和紙原料を砥部焼坏土に練りこむことにより、今までにない薄くて軽い砥部焼の開発を行いました。さらに、廃棄されるミツマタの茎に水引を活用した装飾を施し、砥部焼と組み合わせた新たなインテリア雑貨の商品開発を行いました。

砥部焼坏土とミツマタの配合



砥部焼・ミツマタ・水引がコラボした新たなインテリア雑貨の試作



ミツマタの花をイメージした水引飾り



ミツマタの枝は中空構造のため、アロマ液がミツマタ枝の先端部まで吸い上げられる

ミツマタの特徴的な枝 (未利用部分) も活用

未利用部分を最大限に活用した SDGsに貢献する次世代のインテリア雑貨

- 砥部焼坏土と紙素材(ミツマタ等)を配合した薄くて軽い砥部焼の開発を行いました。
- 砥部焼、ミツマタ、水引がコラボした新たなインテリア雑貨の試作を行いました。
- 今後は、試作品の展示会への出展やテストマーケティングを実施予定です。

本研究は、ものづくり産業支援事業により実施しました。
この事業は、中小企業地域資源活用等促進事業の助成金を活用して実施しました。

(別紙2-③)

3. 助成対象事業の成果（結果）

【事業名】 えひめ中小企業等アクティブ・サポート事業
 （えひめのリーディング企業創出支援事業） A事業②

【目的〈課題認識、方向性、目標、事業実施計画等〉】

本県においては、地域経済の持続的発展を図るため、将来的に県経済を牽引する成長志向型企業の創出・育成が重要な課題となっている。

一方で、多くの中小企業では、自社の強みを活かした成長戦略の明確化や付加価値向上に向けた取組みが十分に進んでいない状況があり、地域経済を牽引する中核企業の育成が求められている。

このため本事業では、将来性の高い企業を「愛媛県リーディングチャレンジ企業」として認定し、専門家等による伴走支援を行うことで企業の成長を支援する制度を実施した。

本事業では、成長志向企業の掘り起こし、制度活用の促進、付加価値向上への意識醸成を目的として、

- ・制度周知のための広報活動
- ・成長戦略の検討を促す実践セミナー
- ・WEB サイト及びWEB 広告による情報発信

を実施し、えひめのリーディング企業候補となる企業の発掘・育成を図ることとした。

【成果（結果）〈実施事業の内容・実績、実施した結果生まれた新たな課題等〉】

<リーディングチャレンジ企業認定・伴走支援事業>

(1) 事業概要

愛媛県において、賃上げや生産性向上に取組み、将来的な成長が期待される企業を「愛媛県リーディングチャレンジ企業」として愛媛県知事が認定。

当財団が運営する総合経営相談窓口「CONNECT えひめ」の連携支援コーディネーターを中心に、チームえびす支援拠点と連携して支援チームを組成し、認定企業に対して、最大2年間にわたる伴走支援を開始した。

■令和7年度の目標KPI

	目標KPI	達成状況
認定企業数	愛媛県知事が認定する中小企業者：10社/年程度	認定済み：11社

■支援対象者

- ・将来、地域経済を牽引する企業へと成長しようとする意欲が高く、3年間で付加価値額を直近から12%以上向上することを目指し、目標設定している者
- ・県外需要獲得による成長を目指す者

■認定・伴走支援期間

認定：認定日から3年間

伴走支援：認定日から最大2年間

(2) 認定申請企業募集チラシデザイン業務

①業務の内容

えひめのリーディング企業創出支援事業の実施にあたり、愛媛県内の地域経済をリードするとともに成長意欲があり、3年間で付加価値額を直近から12%以上向上することを目指して県内中小企業者を募集するためのチラシを制作した。

②選定業者

松山市南久米町103-9

株式会社ニコネット 代表取締役 森田 晴夫

③業者選定理由

県内資本の業者であり、過去、当財団と契約締結し、納期、納品、品質等について契約どおり遵守した実績を持ち、適当と認められたことから。

④仕様

- ア サイズ A4 (両面フルカラー)
- イ 内容
 - ・本事業の概要
 - ・募集受付期間、申請方法、提出書類等
 - ・事業スキーム図
 - ・その他、制作に必要であると思われること
- ウ 納品 AI, PDF

(3) チラシ印刷及び県下商工会議所等への配送業務

①業務の内容

標記事業ならびに「えひめリーディングチャレンジ企業実践セミナー」を県内幅広く周知し、認定企業やセミナー参加者の募集を図るため、県下商工会議所会報誌、愛媛県商工会連合会広報誌、松山法人会広報誌へのチラシ折込みサービスを利用することから、チラシ(2種)の印刷および各所へのチラシ配送業務を実施した。

②契約業者

松山市小坂1-7-14
第一印刷株式会社 代表取締役 西原 秀紀

③業者選定理由

県内資本の業者であり、これまで当財団の「チームえびす支援成果事例集」などの印刷等について、納期、納品、品質、配送等について遵守し、かつ問題のない先を選定した。

④仕様(印刷の規格・品質等)

- ア 印刷部数 80,000部
愛媛県リーディングチャレンジ企業募集チラシ(40,000部)
えひめのリーディングチャレンジ企業実践セミナーチラシ(40,000部)
- イ 規格 A4 両面カラー
- ウ 品質 コート 90kg
- エ 印刷データ 当財団から提供

(4) えひめのリーディング企業創出支援事業のチラシ折込み業務

①業務の内容

標記事業ならびに「えひめリーディングチャレンジ企業実践セミナー」について、県内の事業者幅広く周知し、認定企業の募集、セミナーの集客を図るため、愛媛県下商工会議所会報誌ならびに愛媛県商工会連合会広報誌、松山法人会広報誌のチラシ折込みサービスを利用し周知を図った。

②折込みチラシ内容(2種)

- 「愛媛県リーディングチャレンジ企業募集」チラシ
- 「えひめリーディングチャレンジ企業実践セミナー」チラシ

(5) えひめのリーディング企業創出支援事業の広報業務

①業務の内容

経済紙を利用し、「えひめのリーディング企業創出支援事業」及び「えひめリーディングチャレンジ企業実践セミナー」を県内の事業者幅広く周知し、認定企業の募集、セミナーの集客を図った。

②広告掲載誌 愛媛経済レポート

- (総発行部数) 10,000部
- (発行日) 毎週月曜

③広告サイズ

- 認定企業募集の広告・・・記事 1/2P×9回
- セミナーの広告・・・記事 1/2P×4回

⑤広告掲載日（発行日）

	認定企業募集の広告	セミナーの広告
1回目	9月8日	8月25日
2回目	9月22日	9月8日
3回目	10月6日	9月22日
4回目	10月20日	10月6日
5回目	10月27日	
6回目	11月10日	
7回目	11月17日	
8回目	12月1日	
9回目	12月8日	

⑥選定業者

松山市千舟町4丁目5-4

株式会社愛媛経済レポート 代表取締役 行定 千織

⑦選定理由

愛媛経済レポートは、県下全域、幅広い業種で多くの経営者やビジネスパーソンに愛読されている経済情報誌である。定期購読している会社では社内で複数人が閲覧しているとともに、週刊発行であるため社内回覧のルーティンも定着している。

同誌を利用することで、経営者のみならず多くの従業員へ広く情報周知を図ることができる。

(6) えひめリーディングチャレンジ企業実践セミナー業務

令和7年11月25・26日の2日間にわたり、「付加価値を高める！えひめリーディングチャレンジ企業実践セミナー」を松山市内で開催した。県内中小企業者の経営者・経営幹部・後継者等、23名が参加し、自社の強みを見つめ直し、付加価値向上に直結する具体策を学んだ。

①セミナーの目的

人口減少や市場縮小という厳しい経営環境の中、単純な「量の成長」から脱却し、付加価値を高める「質の成長」を実現するための実践的なノウハウを提供することを目的に開催した。参加者が自社に持ち帰り、すぐに取り組める具体的な戦略や現場運用のヒントを中心にセミナーを構成した。

②開催概要

日 時：令和7年11月25日（火）・26日（水）

会 場：テクノプラザ愛媛 中会議室（松山市久米窪田町337-1）

参加者数：23名

講 師：中川 功一（株式会社やさしいビジネスラボ 代表取締役）

共 催：（独）中小企業基盤整備機構 四国本部

プログラムの主な内容：

（1日目）自社理解と売上戦略

- ・開講式・オリエンテーション
- ・自社の状況分析（SWOT分析・グループワーク等）
- ・売上アップの新戦略（付加価値向上の観点からの売上拡大手法の検討）

まずはSWOT分析を通じて、参加者各社が自社の「見えていなかった強み」や「課題」を洗い出した。グループワークでは、異業種の参加者同士が率直な意見交換を行い、新たな市場機会や差別化アイデアが多数生まれた。

（2日目）財務視点での効率化と現場の自走化

- ・効率化と費用削減（財務データの活用、管理会計の視点による戦略的コストダウン）
 - ・現場自走力アップのための人的資本経営（主体的行動を促す組織づくりと戦略実行力の向上）
- 管理会計の基礎を用いて、どの活動が付加価値を生んでいるかを数値で把握する演習を実施。

単なるコストカットではなく、「戦略的コストダウン」の考え方を学んだ。さらに、人的資本経営について、現場が主体的に動く仕組みづくりの方法を具体的に解説した。

③成果

人口減少・市場縮小が進む地域経済環境において、県内企業が持続的成長を遂げるためには、「売上の量的拡大」から「付加価値向上による質的成長」への転換が不可欠であり、本セミナーでは、県内企業の付加価値経営を実践的に支援することを目的として、①自社理解、②売上向上・費用削減、③現場の自走化の3要素について体系的に習得する機会が提供できた。

また、本セミナーの参加者の中には、今後県内企業のモデルとなり得る成長ポテンシャルを有する企業も見られたことから、令和8年度以降の「愛媛県リーディングチャレンジ企業」認定に向けた企業の発掘につなげていくためフォローアップしていくこととする。

地域に根差す中小企業が、付加価値を高めて地域経済を支えていくことは、私たちの暮らしや地域の未来につながる。今回のセミナーは、そのための第一歩を踏み出す場となった。

今後も県と支援機関が連携し、地元企業の成長を支えていくこととする。

(7) えひめリーディングチャレンジ企業実践セミナーチラシデザイン制作業務

①業務の内容

付加価値向上や事業拡大への挑戦意識を高め、本県経済を牽引するリーディング企業の創出・育成を図ることを目的としたセミナーを開催するため、同セミナーのチラシデザインを制作した。

専門のデザイナーに委託することで美しく魅力的なデザインの制作が期待され、セミナーへの関心・興味を引き付け、参加動機を喚起する役割を果たすと考えられたことから。

②仕様

ア サイズ：A4（両面フルカラー）

イ 内容：

- ・セミナータイトル、内容（開催日時、開催方法、開催場所、内容等）
- ・講師・登壇者のプロフィール（写真等）
- ・公益財団法人えひめ産業振興財団（テクノプラザ愛媛）の情報（住所、電話番号、メールアドレスなど）
- ・申込二次元コード
- ・「本事業は、公益財団法人全国中小企業振興機関協会の中小企業地域資源活用等促進事業を活用しています。」の文言

③提案等

ア 本件受託者から3案のデザインを提案があった。

（本セミナーは、付加価値向上や事業拡大への挑戦意識を高め、本県経済を牽引するリーディング企業の創出・育成を図ることを目的とした内容を想定しており、セミナーへの関心・興味を引き付け、参加動機を喚起するようなデザイン）

イ 財団と協議の上、最終デザインを決定した。

④成果物の納品

納品方法：AI、PDF、JPEG形式

⑤選定業者

東温市則之内乙 2233-23

合同会社 and 代表社員 上林 賢次

⑥業者選定理由

- ・県内資本の業者であり、過去、当財団愛称ロゴデザインに関する契約実績があり、納期、納品、品質等について契約どおり遵守した実績を持ち、適当と認められた。
- ・県内大手企業との取引実績を多数有しているなど社会的信頼がある。
- ・デザインの分野に精通した専門家から推薦された業者であり、業務の質にも信頼を置くことができた。

(8) CONNECT えひめ WEB サイト構築・運営ならびに WEB 広告配信等業務

①業務の目的

CONNECT えひめ WEB サイト構築・運営に必要な高度な専門的知識を要する業務を委託し第三者に委託して、WEB サイトの有効利用及び県内中小企業者等への支援サービスの円滑な推進を図った。

- 1) CONNECT えひめ WEB サイト構築・運営業務
 - 認定企業募集概要、スキーム、問合せフォーム作成
 - 認定企業概要、テンプレート等掲載 10 件
 - イベント情報の更新 2 回
 - NEWSの更新 2 回
 - 認定企業の掲載 10 件
 - その他、軽微な修正作業等

- 2) WEB 広告配信の実施
 - Google/リスティング広告
 - Meta/バナー広告
(ターゲット詳細)
 - ・地域：愛媛県内全域
 - ・デバイス：スマートフォン・パソコン・タブレット端末
 - ・ターゲティング：
サイトリマーケティングの他、愛媛県リーディングチャレンジ企業として認定を受けようとする愛媛県内の中小企業者およびスタートアップ企業へのリーチに最適なオーディエンス設定、ターゲティング設定とした。
 - (クリエイティブ制作等)
 - ・ディスプレイ広告配信用の静止画および広告文を作成した。
 - ・広告クリックのランディングページは、connect-ehime.com 内とし、広告効果を高めるための施策や、広告効果を測定するためのコンバージョン (CV) ポイントを設定した。

②選定委託先

愛媛県松山市三番町 6-3-4
 (株)中国四国博報堂愛媛支社 執行役員支社長 松浦 隆文

③委託した理由

株式会社中国四国博報堂愛媛支社は、令和 4 年度より「CONNECT えひめ」WEB サイトを制作し、対象 URL : <https://connect-ehime.com/> のサーバー、ドメインの運営管理を同社が行っている。認定企業の募集、セミナーの集客には SNS 広告を利用し、その問合せ・申込み先を同 WEB サイトに遷移させることから、専門知識を豊富に有する同社に委託することが、事業全体の執行を円滑に進める上では必要不可欠であったことから。

【評価〈計画と比較した目標の達成度〉、分析（実施した結果新たに生じた課題、数値の検証等）】

①KPI 達成状況

本事業においては、愛媛県知事認定企業数について、目標 10 社に対し 11 社を認定し、目標を上回る成果を達成した。

紙媒体（チラシ 80,000 部配布）、経済誌広告（計 13 回掲載）、WEB 広告等を組み合わせた多面的な広報を展開した結果、県内企業への認知度向上と応募母集団の形成につながった。

②認定企業の発掘・質の確保

- 認定企業については、
- ・付加価値額 12%以上向上という明確な成長目標
 - ・県外需要獲得による外貨獲得志向
 - ・経営者の高い成長意欲

を有する企業を選定しており、将来的に地域経済を牽引するポテンシャルの高い企業群を確保した。

また、実践セミナーの開催（参加者 23 名）により、付加価値経営に対する理解促進とともに、次年度以降の認定候補企業の掘り起こしにもつながった。

③伴走支援体制の構築と機能発揮

認定企業に対しては、CONNECT えひめを基盤として、連携支援コーディネーターを中心に「チームえびす支援拠点」と連携した支援チームを組成し、認定企業ごとに最適な支援体制を構築した。これにより、

- ・ 個社の経営課題に応じたオーダーメイド型支援
- ・ 専門機関・専門家との迅速なマッチング
- ・ 継続的な伴走支援の実施

が可能となり、単発支援ではなく中長期的な成長支援の仕組みが確立された。

④付加価値向上に向けた具体的取組の進展

認定企業に対する伴走支援により、各社において以下のような付加価値向上に向けた取組が開始・進展した。

- ・ 自社の強みの再定義（SWOT 分析等）
- ・ 高付加価値商品の開発・既存事業の高度化
- ・ 連携支援コーディネーターが導入したツールによる収益構造の可視化
- ・ 生産性向上・業務効率化の取組
- ・ 人的資本経営の導入による組織力強化

これにより、付加価値額向上（3年間で12%以上）という成果目標の達成に向けた具体的な実行フェーズへ移行している。

⑤将来成果

本年度は認定および伴走支援の開始年度であるが、各認定企業においては既に付加価値向上に向けた具体的取組が着手されており、生産性向上、賃上げ原資の確保、県外需要の獲得といった成果創出に向けた基盤が整備された。

本事業により、成長意欲の高い企業の発掘から認定、伴走支援までの一貫した支援スキームを確立するとともに、付加価値向上に向けた具体的取組を各社で着実に始動させることができ、県内中小企業のリーディング企業化に向けた基盤構築に寄与した。

一方で、今後の課題として、成長志向企業層へのより効果的な情報発信やセミナー参加企業から認定申請への転換率向上、認定企業の取組成果の可視化などが挙げられる。

【今後の進め方〈波及効果を含めて〉をどうするのか】

今後は、認定企業への伴走支援を通じて企業成長モデルを構築するとともに、その成果を広く発信することで制度の認知度向上を図る。

また、成長志向企業の掘り起こしセミナーの継続開催、認定企業の成功事例の情報発信、WEB・SNSを活用した広報の強化等に取り組むことで、リーディング企業制度の活用をさらに促進する。

これにより、成長志向企業の創出や県内企業の付加価値向上、地域経済を牽引する中核企業の育成につなげ、本県経済の持続的発展に寄与していく。