

滋賀の素材・魅力 磨き上げの推進について

滋賀の素材・魅力磨き上げ

個別ブランドの推進と滋賀の魅力発信の相乗効果の発揮により、認知度・魅力度を向上させ、滋賀の特性を活かした素材や魅力を磨き上げることにより滋賀への誘客を図るとともに、受け入れ環境の整備により継続的な交流人口の増加に取り組む。

【平成31年度の主な取組】

産業 モノづくり

- ・滋賀県伝統的工芸品販路開拓支援事業（中小企業支援課）
- ・滋賀の地域産業成長戦略支援事業（モノづくり振興課）
- ・体験型「ココクール」魅力発信事業（商工政策課）
- ・びわ湖材魅力発信強化事業（森林政策課）

など 13事業

食

- ・環境こだわり農産物流通拡大事業（食のブランド推進課）
- ・びわ湖のめぐみ魅力体感事業（水産課）
- ・近江牛魅力発信事業（畜産課）
- ・「世界農業遺産」プロジェクト推進事業（農政課）

など 18事業

観光

- ・ビワイチ観光推進事業（観光交流局）
- ・「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」観光PR推進事業（観光交流局）
- ・スカーレット放映を活かした魅力発信事業（観光交流局／モノづくり振興課）
- ・日本遺産・琵琶湖魅力発信事業（観光交流局）

など 10事業

多様な 魅力発信

- ・情報発信拠点運営事業（観光交流局）
- ・滋賀の戦略的県外PR事業（広報課）
- ・「近江の文化財」魅力発信事業（文化財保護課）
- ・首都圏ネットワーク活用事業（企画調整課・東京本部）

など 19事業

滋賀の素材・魅力磨き上げ【産業・モノづくり】

伝統的工芸品の振興

【予算案 11百万円】

実績

※H30県政モニターアンケート (n=285)

- ・滋賀県の伝統的工芸品を知っているか
 知っている・・・61.4%
 知らなかった・・・38.6%
- ・県内の伝統的工芸品を購入したことがあるか
 ある・・・46.3%
 ない・・・53.7%

【滋賀の匠展】

	来場者数
28年度	約4,700人
29年度	約2,800人
30年度	約4,150人

取組・成果

周知・広報「滋賀の匠展」での展示、実演、体験を含め、各種催事等で滋賀の伝統的工芸品の周知・広報に努めている。

販売支援「WAZA展」において県のブースを確保し、滋賀の工芸品販売に努めている。

商品開発 伝統の技術を活かして、市場のニーズをとらえた新商品開発を支援中。

課題

- 技術の承継という面からも、県民に対しての周知・広報の段階から、今後、さらなる売上増加に向けた販売支援をしていく必要がある。
- 一般消費者への販売と並行して、卸業者等へ直接売り込んでいく機会の提供も必要になってくる。
- 現在の市場のニーズを反映した商品開発を継続して支援していく必要がある。

H31年度取組

周知・広報

- 伝統的工芸品パンフレットの作成(141千円)
- プロモーション映像の制作・放映(1,900千円)

○「滋賀の匠展」
 ※H30年度まで



販売

県内

- 県内での販売会の開催 (1,223千円)

首都圏

- ここ滋賀での企画催事
- WAZA展等への出展補助(2,635千円)
 内容：首都圏の百貨店で開催される全国伝統的工芸品展等へ出展し、販路開拓を行う。

商談

- 東京ギフトショーへの出展(2,200千円)
 内容：多くのバイヤーが訪れる国内最大の見本市、東京ギフトショーへ出展し、販路開拓を図る。

商品開発

- 新商品開発等支援事業【BIWAKOTO】(3,273千円)
 内容：デザイナーや市場アドバイザーなどの専門家を製造業者へ派遣し、新商品の開発や販路の開拓、経営基盤の強化に向けた総合的なプロデュースを行う。

滋賀の素材・魅力磨き上げ【産業・モノづくり】

滋賀の地域産業成長戦略支援事業

【予算案 24百万円】

◇本県の地場産業等の「稼ぐ力」を高め、地方創生の核となる新たな成長産業として育成するため、時代の変化に適合する新たな取組を総合的に支援する

現状と課題

- 消費者のライフスタイルや価値観の変化による国内需要の縮小に対応するため、新たな市場を見据えた商品開発や販路開拓等への取組が必要。
- 地場産業事業者等の多くが小規模事業者で、新たな取組に必要なノウハウやネットワークを有しておらず、効果的な取組を自ら実施することが困難。

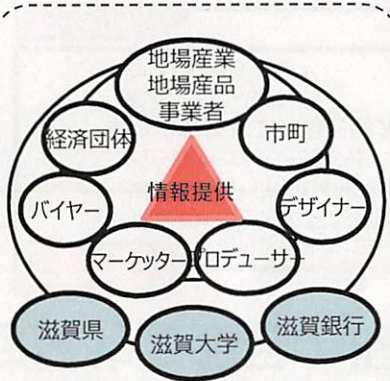
これまでの取組

- 平成28年3月「近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する条例」施行
- 平成29年3月「近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する基本的な指針」策定
- 平成28年度～「滋賀の地域産業振興総合支援事業（補助事業）」開始
（支援組合のべ数）海外展開支援 18組合、国内販路開拓支援 18組合、地域特産品組合商品開発支援 24組合、後継者育成支援 9組合

事業内容

- 地場産業組合が行う新たな市場開拓に向けた海外展開戦略、国内での需要拡大を目指す販路開拓・商品開発・市場調査、今後の持続的発展に向けた後継者確保・育成などの戦略的な取組を総合的に支援する。
- 新**新たな市場への販路開拓に必要な経験やノウハウ、ネットワーク等を有する専門家を地場産事業者等の元に派遣し、商品開発や販路開拓に向けた取組を総合的にプロデュース支援する。

地域ブランド戦略フォーラム



地場産事業者等の商品開発や販路開拓に必要な情報提供と出会いの場の提供

滋賀の地域産業成長戦略支援事業

新 地場産業事業者販路開拓応援事業



地場産事業者等の商品開発や販路開拓に向けた取組への総合プロデュース

地場産業組合等海外展開戦略等支援事業

（滋賀県中小企業団体中央会から間接補助）

- 海外展開戦略（1/2補助）
- 国内需要拡大（1/2補助）
- 後継者確保・育成（1/2補助）
- 地域特産品開発（1/2補助）

ブランド化の取組への支援のほか、商品開発や販路開拓等の取組への資金支援

きて、見て、ふれ「メイドイン滋賀」魅力発信・体感事業

- 企画催事の開催
・JIBASANしが展2k540
・ここ滋賀 等



- TEIBAN展
- 広報物制作
・プロモーション映像
・小冊子 等

展示・実演・体験イベントを開催し、地場産品の魅力を発信

滋賀の素材・魅力磨き上げ【食】



食のブランド力向上

おいしがうれしが「食」の情報発信
 総合事業(4,441千円)
 もっと食べよう「近江米」！県民運動
 推進事業(4,700千円)
 びわ湖のめぐみ魅力体感事業
 (15,215千円)

県内

海外

FOOD BRAND OH!MI海外プロモーション
 事業(9,517千円)
 近江牛魅力発信事業(3,900千円)

農畜水産物の魅力発信



県外

健康長寿日本一の滋賀育ち食材を
 活かした『滋賀めし』創造事業
 (9,180千円)



首都圏「滋賀の食材」プロモーション・
 流通促進事業(16,891千円)

「健康長寿日本一の滋賀育ち」の イメージ戦略

環境こだわり農産物流通拡大事業
 (4,500千円)
 オーガニック米等販路開拓事業
 (6,250千円)



環境こだわり農業



日本農業遺産

森・里・湖(うみ)に育まれる 漁業と農業が織りなす琵琶湖システム



「世界農業遺産」プロジェクト推進事業(12,625千円)

滋賀の素材・魅力磨き上げ【食】

環境こだわり農業のさらなる推進・ブランド力強化

【予算案572百万円】

現状と課題

- 環境こだわり農産物は2017年度(H29)には15,609haまで広がり、水稲では45%の面積で取組実施
- 琵琶湖保全再生法、SDGsの導入、世界農業遺産認定にむけた取組を踏まえ、更なる推進が必要。
- 環境こだわり米の販売は一定進んできたが、生産量に対して流通量は少なく、認知度も低い。
- 米政策の見直し等により、産地間競争は激化することが予測され、産地競争力の強化が喫緊の課題
- 環境保全型農業直接支払交付金について、2020年度(H32)から国の制度見直しがある。



農政水産部 食のブランド推進課(内3895)
 農業経営課(内3834)
 畜産課(内3853)
 農村振興課(内3963)

重点施策1：環境こだわり農業の一層の拡大

環境こだわり農業支援事業 538.3百万円
 (うち環境保全型農業直接支払交付金 507.9百万円)

環境こだわり農産物の生産とあわせて地球温暖化防止や生物多様性保全に取り組む場合に市町とともに支援

【重】(新)「環境こだわり」家畜ふん堆肥活用推進事業 2.1百万円

供給者と需要者のマッチング、散布体制の整備を行い、耕畜連携による家畜ふん堆肥を活用した環境こだわり農産物の生産拡大を図る。

成果目標	現状(2017:H29)	目標(2022:H34)
環境こだわり米の作付面積割合	45%	50%以上

重点施策2：環境こだわり農産物の有利販売・流通拡大に向けた新たな取組

(新)環境こだわり農産物流通拡大事業 5.0百万円

環境こだわり農産物の有利販売・流通拡大を目指し、「環境こだわり米コシヒカリ」の集荷・流通促進や高付加価値販売のための取組等に対して支援

(新)近江米生産・流通ビジョン推進事業のうち
 攻めの近江米PR支援事業 10.0百万円

近江米生産・流通ビジョンにおいて家庭向けとして位置づけられる環境こだわり米の「みずかがみ」、「コシヒカリ」のCM放映経費助成



成果目標		現状(2017:H29)	目標(2022:H34)
環境こだわり米の作付面積	みずかがみ	2,575ha	3,000ha以上
	コシヒカリ	5,148ha	6,000ha以上
野菜で環境こだわり農産物として生産拡大を図る重点推進品目数		—	3品目以上

重点施策3：環境こだわり農業の象徴的な取組としてオーガニック農業等を推進

【重】(新)オーガニック米生産拡大事業 4.5百万円

オーガニック米の生産拡大に向け乗用型水田除草機の導入支援、有機JAS認証取得促進、収量・品質の安定化に向けた栽培技術の普及を行う

【重】(新)オーガニック米等販路開拓事業 6.3百万円

【重】(新)魚のゆりかご水田米販路開拓事業 1.6百万円

関係団体と連携し、需要が見込める首都圏等で、統一デザインの米袋を用いたオーガニック近江米や、魚のゆりかご水田米の販路開拓を進める。

【重】「近江の茶」オーガニックブランド産地育成事業 3.9百万円

海外への市場開拓を進めるとともに、ブランド力を持った「近江の茶」産地の育成を図るため、オーガニック栽培による茶生産の取組を支援

成果目標	現状(2017:H29)	目標(2022:H34)
オーガニック農業(水稲)取組面積	247ha	420ha
オーガニック農業(茶)取組面積	7ha	12ha
魚のゆりかご水田取組面積	131ha	250ha

滋賀の素材・魅力磨き上げ【観光】

ビワイチ観光推進事業

【予算案 30百万円】

【ビジョンの「理想」に向けた課題】

- 持続可能な推進体制の構築
 - 事業者参入の推進
 - 企業協賛、事業者相互の連携推進
 - 継続的な情報発信
- 安心・安全にサイクリングできる環境づくり
- 「健康」「環境」との連携加速



- 交流人口の増加による地域活性化
- 滋賀の新しい魅力の創造
- 健康増進、琵琶湖環境保全との連携



<H31事業の構成>

～サイクリングブランド「ビワイチ」による持続可能な取り組み～

◎新たな推進体制の構築

- :官民が連携した新たな推進主体の構築
- :企業協賛、ユーザー課金等による公費だけに頼らない取組体制構築
- :「ビワイチ」で稼ぐプラットフォーム創出支援
- :ロゴマーク商品の開発促進
- :国内外への継続的な情報発信(他地域との連携、国内外プロモーション)

◎誰もがサイクリングを楽しめる環境づくり

- :おもてなし力向上研修会(サポートステーション)
- :サイクルツアーガイドのネットワーク検討
- :アプリ活用推進・運営安定化事業
- :女性・親子連れにも優しい「ビワイチ」の推進
- :サイクリング総合相談窓口の検討調査
- :走行しやすいサイクリングコース発信(実地調査、見直し等)
- :サイクルスタンドの設置
- :走行環境整備の継続的推進



◎安全情報の発信～ルールとマナー遵守～

- :安全な自転車利用啓発、サイクリングルートの安全情報等発信

★サイクルツーリズム推進事業 (28.6百万円)

実施主体:滋賀プラス・サイクル推進協議会ツーリズムWG
(ビワイチ推進会議(仮称)へ改組予定)

【ICTを活用】

- アプリ活用推進・運営安定化事業(5,500千円)

【サイクルサポートステーション等の受入環境整備】

- おもてなし力向上研修会(サイクルサポートステーション)(380千円)
- サイクルツアーガイドネットワーク検討会議(530千円)

【ビワイチ情報発信】

- 女性・親子連れにもやさしい「ビワイチ」推進事業(1,316千円)
- 「ビワイチ」「ビワイチ・プラス」ルート確認検討・発信(1,112千円)
- 「ビワイチ」プロモーション・連携事業(2,220千円)
- 海外との連携・発信(1,500千円)

【持続可能な推進体制の検討】

- 新たな推進主体の整備(14,470千円)
- 「ビワイチ」総合窓口検討調査(500千円)
- 「ビワイチ」で稼ぐプラットフォーム事業(1,150千円)

※サイクルツーリズム推進事業に伴う職員旅費(600千円)



★ビワイチ観光推進事業 (1.0百万円)

実施主体:(公社)びわこビジターズビューロー

- 広報媒体による情報発信(ゼロ予算)
- 事業者ビワイチ体験会の開催(ゼロ予算)
- 発信用サイクリングマップ購入(500千円)
- ビワイチウォーキングの推進(500千円)



安全・快適な
走行環境整備

○走行環境整備



安心安全な
自転車利用促進事業

- レンタサイクル利用環境向上
- 自転車安全利用啓発(リーフレット・ポスター)
- 自転車利用環境向上に関する研究 ほか



滋賀の素材・魅力磨き上げ【観光】

「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」観光PR推進事業

【予算案 103百万円】

滋賀県にゆかりの戦国武将“明智光秀”が主人公となるNHK大河ドラマ「麒麟がくる」の放映に合わせ、戦国をテーマとした観光キャンペーンを展開する。多様な主体が一丸となって本県の戦国を中心とした魅力を発信・PRし、観光誘客に繋げ、観光地としての底上げを図り、将来的なディステーション・キャンペーンの誘致に繋げる。

戦国をテーマとした観光キャンペーンを展開！

NHK大河ドラマ『麒麟がくる』と連携

- 実施期間
2019年秋頃～2020年12月
- キャンペーンテーマ
「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」

<観光キャンペーン「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」推進協議会>

市町
観光協会

関係団体
事業者

【戦国にちなんだ地域プログラム】

- ◆地域プログラムの造成
- ◆着地型ツアーの造成

【戦国にちなんだ特別プラン・メニュー】

- ◆特別プラン、メニューの造成
- ◆おもてなし広報・PRの連携等

戦国
ワンダーランド

県
BVB

県
BVB

【戦国CP地域観光支援】

- ◆大河ドラマにかかる取組への支援
- ◆戦国をテーマとした参加型プログラムの造成への支援

【イベント・周遊促進】

- ◆キャンペーンイベント(オープニングセレモニー)
- ◆戦国近江連続講座・現地ツアー
- ◆周遊促進事業(スタンプラリー、戦国フォトジェニックキャンペーンなど)

県
BVB

戦国滋賀をPR！

発信

- ◆パンフレット、ポスター等公式媒体公式媒体
- ◆交通メディア等民間媒体
- ◆プレスツアー等パブリシティ
- ◆観光展出展や商談会など旅行商品造成強化
- ◆CP啓発ノベルティ
- ◆広報用素材作成

県
BVB

【DC誘致調査研究】

- ◆識者等DC関連の専門コンサルの招聘



更なる
大型観光
キャンペーン
(JR 6社DC)

NHK大河ドラマ
『麒麟がくる』放映
(2020.1～12)

- ◆地域観光プログラム、おもてなし体制のブラッシュアップと定着化
- ◆交通事業者との連携強化

- H32 東京オリンピック・パラリンピック
- H33 関西ワールドマスターズゲームズ2021
- H36 滋賀国体

- 特別公開(延暦寺)
拝観者前年比132%(+4万人)
- まち歩き等 123プログラム展開
2カ月で2万人超参加

観光入込
4,794万人達成

観光入込
5,077万人達成

観光入込
5,248万人達成

目標 5,300万人

大型観光
キャンペーン

・日本遺産認定
・観光キャンペーン
基本計画書策定

観光素材の磨き上げ
おもてなし体制整備
観光プログラムの造成へ

日本遺産
水の文化
ぐるっと博
(フレキャンペーン)

観光素材磨き上げ
おもてなし体制レ
ベルアップ(拡充・強
化)

2016年(H27)

2016年(H28)

2017年(H29)

2018年(H30)

2019～2020年

2022年以降

滋賀の素材・魅力磨き上げ【多様な魅力発信】

情報発信拠点「ここ滋賀」

【予算案 212百万円】

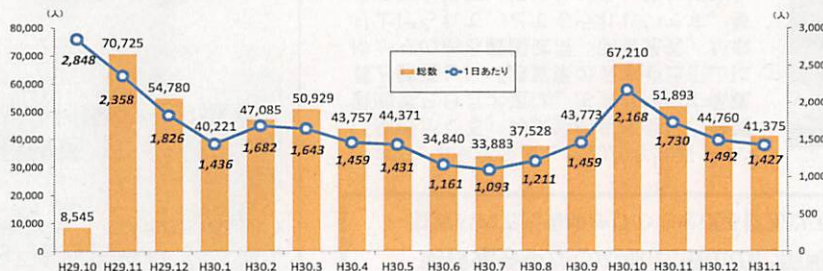
開設後の運営状況

(H29.10.29~H31.1.31)

【来館者数】	目標	実績	達成率
	537,500人	715,675人	133.1%

【売上】	目標	実績	達成率
マーケット	106,224,000円	140,059,380円	131.9%
飲食	125,025,000円	81,653,107円	65.3%
合計	231,249,000円	221,712,487円	95.9%

【来館者の推移】



これまでの改善取組・成果等

多様な企画催事

○様々なテーマで、1年間に合計196回、延べ447日、滋賀のもつ多様な魅力を直接来館者に伝えることができた。

○消費者を対象としたモニタリングや実演、ワークショップ等、様々な手法での企画催事が実施され、発信手法の広がりがみえてきた。



オリジナルメニュー開発

○ケロッグ社とタイアップした「近江腸食」、滋賀ふるさと観光大使監修の「冷やし鮎ずし茶漬け」、「滋乃味ちゃんぽん」など、様々なオリジナルメニューを開発し、滋賀の食の魅力発信に努めた。



チャレンジ支援

○販売間もない商品をテストマーケティングとして販売するコーナーのほか、アート作品などを展示・発表する場を設けるなど、県内事業者等のチャレンジ支援に努めた。



販路拡大への支援

○「ここ滋賀」出品事業者等を対象に、専門家による商品へのアドバイスや首都圏での商談会を開催するなど、さらなる販路拡大に向けた取り組みを実施した。



拠点外での取組

○開設1年間で、首都圏で開催されたイベント等に計14回出店したほか、日本橋周辺の祭りなどのイベントにも計8回出店するなど、「ここ滋賀」外での滋賀の魅力発信に取り組んだ。



H31年度の取組 (課題への対応)

【課題】

- 産品や食、企画催事などの具体的な魅力を様々な手法で積極的に発信していく必要がある。
- レストランを中心に、更なる売上増に向けた取組を進める必要がある。
- 大河ドラマや朝ドラを契機とした県内の取組と連動し、観光案内等の強化に取り組む必要がある。
- 屋上テラスを含め、全館を一体的に活用した企画催事を市町等との連携により実施し、効果的な魅力発信に取り組む必要がある。

滋賀の魅力体感創造事業(84百万円)

【情報発信機能の強化】

○インフルエンサーや滋賀ファン等による、SNSでの「ここ滋賀」の商品や企画催事などの魅力発信、情報拡散 等

【全館まるごと活用の推進】

- 市町等との連携のもと、屋上テラスを含めた全館を一体的に活用した企画催事の実施
- 屋上テラスのガラス面を活用して、滋賀の魅力的な風景などを発信 等

【総合案内機能の強化】

○専任コンシェルジュの配置と滋賀へのツアー造成、および観光情報デジタルサイネージ設置による観光案内機能の強化 等

【販路拡大への取組】

- 販路開拓マネージャー、バイヤーによる県内事業者の首都圏での販路拡大支援、都内商談会実施による商談成立に向けた取組
- 県産品の販売チャンネルを増やすため、「ここ滋賀ショッピングサイト」の運営・充実 等

情報発信拠点運営事業(128百万円) ○物件賃貸借、光熱水費、事務所(オフィス)利用負担経費、ここ滋賀会報誌の発行 等 9

滋賀の素材・魅力磨き上げ【多様な魅力発信】

滋賀の戦略的県外PR事業

【予算案 22百万円】

滋賀の素材、魅力の県外への発信

報道や出版等各社が集中する首都圏等のメディアとの連携を強化し、滋賀の旬の話題を取り上げてもらうよう広報活動を行う。また、県公式ホームページに専門事業者のライターが作成した訴求力の高い記事を公開し、更なる魅力発信を行う。

【事業の内容・積算】

- (1)インターネットを活用したニュース配信(30回/年)
- (2)メディアへの働きかけ（ニュースリリースを中心に24テーマ）
- (3)テレビ番組や雑誌特集記事等の誘致
- (4)掲載モニタリング等（掲載紙面等のクリッピング等）

新(5)県公式ホームページでの発信強化（8回以上の記事掲載）

※パブリシティの素材等を基にしたWEB記事を県HP上で公開

【実績（平成29年度）】

媒体	件数	掲載例
テレビ	25件	●朝日放送「朝だ！生です旅サラダ」8月5日放送 概要：古田敦也さんが県内各地をロケし、滋賀の歴史や食などを紹介。 ●テレビ朝日「サンデーLIVE」10月1日放送 概要：沖島湖島婦貴の会が作った湖魚料理を生中継で紹介
雑誌	287件	●美術手帖 3月20日発行 概要：アートをテーマに陶芸・信楽やアール・ブリュット・近江八幡などを紹介。
WEB	2,244件	●コロカル<マガジンハウス>8月29日掲載 概要：ふなずし体験などを通じて、滋賀の健康と食文化を紹介。
合計	2,556件	

インターネットを活用したニュース配信<例>



滋賀県
2018年4月19日
滋賀県

2020年NHK大河ドラマ「麒麟がくる」の決定を受け
明智光秀ゆかりの地 比叡山の門前町 坂本（大津市） 歓喜！
～滋賀県内で光秀ゆかりの地を巡る探訪ツアーやイベントなど今後開催～

本日、NHKが発表した2020年大河ドラマ「麒麟がくる」の決定報告を受け、滋賀県知事三日月大造は、滋賀県庁にて県職員と歓喜し、「滋賀県の坂本や比叡山にゆかりのある戦国武将「明智光秀」が取り上げられて、とてもうれしいです。多くの方々に知っていただき、訪れていただけるきっかけにしたい。」とコメントすると共に俳句を披露しました。



俳句：「時は今 近江耕す 麒麟かな」

平成31年度 滋賀の素材・魅力磨き上げ関連 当初予算案

(1) 産業・モノづくり

びわ湖材産地証明事業	3,785千円	森林政策課
びわ湖材魅力発信強化事業	2,000千円	森林政策課
体感型「ココクール」魅力発信事業	6,610千円	商工政策課
関西圏「ココクール」販路拡大事業	498千円	商工政策課
きらり輝く個店★企業応援事業	4,977千円	中小企業支援課
伝統的工芸品月間等参加事業	2,635千円	中小企業支援課
伝統的工芸品新商品開発等支援事業	3,273千円	中小企業支援課
滋賀県伝統的工芸品販路開拓支援事業	2,200千円	中小企業支援課
滋賀県伝統的工芸品販売促進支援事業	1,223千円	中小企業支援課
来て、見て、ふれ「メイド・イン滋賀」魅力発信・体感事業	5,300千円	中小企業支援課 モノづくり振興課
滋賀の地域産業成長戦略支援事業	23,900千円	モノづくり振興課
地域ブランド戦略フォーラム事業	760千円	モノづくり振興課
スカーレット放映を活かした信楽焼おもてなし発信事業	2,400千円	モノづくり振興課

(2) 食

近江の地酒文化普及事業	3,384千円	観光交流局
「世界農業遺産」プロジェクト推進事業	12,625千円	農政課
首都圏「滋賀の食材」プロモーション・流通促進事業	1,6891千円	食のブランド推進課
FOOD BRAND OH!MI海外プロモーション事業	9,517千円	食のブランド推進課
おいしが うれしが「食」の情報発信総合事業	4,441千円	食のブランド推進課
もっと食べよう「近江米」！県民運動推進事業	4,700千円	食のブランド推進課
健康長寿日本一の滋賀育ち食材を活かした『滋賀めし』創造事業	9,180千円	食のブランド推進課
環境こだわり農産物流通拡大事業	4,950千円	食のブランド推進課
オーガニック米生産拡大事業	4,500千円	食のブランド推進課
オーガニック米等販路開拓事業	6,250千円	食のブランド推進課
近江米生産・流通ビジョン推進事業	24,100千円	食のブランド推進課 農業経営課
「近江の茶」オーガニックブランド産地育成事業	3,850千円	農業経営課
近江牛魅力発信事業	3,900千円	畜産課
「近江牛」ブランド力磨き上げ事業	9,700千円	畜産課
GI登録！”ブランド近江牛”流通パワーアップ事業	3,760千円	畜産課
びわ湖のめぐみ魅力体感事業	15,215千円	水産課
琵琶湖とつながる生きもの田んぼ物語創造プロジェクト	2,656千円	農村振興課
魚のゆりかご水田米販路開拓事業	1,600千円	農村振興課

(3) 観光

「ビワイチ」安全・安心な自転車利用促進事業	19,100千円	交通戦略課
ビワイチ観光推進事業	1,000千円	観光交流局
サイクルツーリズム推進事業	28,678千円	観光交流局
日本遺産・琵琶湖魅力発信事業	4,100千円	観光交流局
国際観光推進事業	32,934千円	観光交流局
「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」観光PR推進事業	103,000千円	観光交流局
観光物産情報発信事業	32,141千円	観光交流局
地域観光活性化支援事業	14,000千円	観光交流局
首都圏観光営業推進事業	1,734千円	観光交流局
スカーレット放映を活かした滋賀の魅力発信事業	18,600千円	観光交流局

(4) 多様な魅力発信

「やま・さと・まち」移住・交流推進事業	23,348千円	市町振興課
近江文化発見・発信事業	2,945千円	文化振興課
みんなで創る美術館プロジェクト事業	19,846千円	文化振興課
「美の滋賀」プロジェクト推進事業	10,800千円	文化振興課
アール・ブリュットの魅力発信事業	3,270千円	文化振興課
しがスポーツの魅力総合発信事業	4,600千円	スポーツ局
貢献量評価活用促進事業	2,379千円	環境政策課／温暖化対策課
琵琶湖博物館魅力創造発信事業	27,775千円	環境政策課(琵琶湖博物館)
「びわ湖の日」活動推進事業	9,454千円	琵琶湖保全再生課
エコツーリズム推進支援事業	5,648千円	琵琶湖保全再生課
障害者芸術・文化活動推進事業	33,700千円	障害福祉課
しがIJU相談センター情報発信事業	6,202千円	労働雇用政策課
「近江の文化財」魅力発信事業	600千円	文化財保護課
「彦根城」世界遺産登録推進事業	670千円	文化財保護課
滋賀の戦略的県外PR事業	22,300千円	広報課
首都圏ネットワーク活用事業	7,732千円	企画調整課(東京本部)
情報発信拠点運営事業	127,533千円	観光交流局
滋賀の魅力体感創造事業	84,384千円	観光交流局
県域無料Wi-Fi整備促進事業	5,382千円	情報政策課

全60事業

予算案合計 854,635千円