

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等
		H27	H28	H29	H30	H31		
滋賀で働き続ける人づくり事業 すべての人が、自らの能力を最大限に発揮して、滋賀で働き続けられる豊かな社会づくりを推進する。 〔関連事業〕 ・若年労働者定着促進事業 ・中高年齢者ネクストチャレンジ事業 ・働きやすい職場環境づくり事業	若年労働者の定着促進のための職業訓練の実施 訓練受講者 50人 (H27)	若年労働者定着促進						労働雇用政策課
		訓練受講者 50人						
	豊かな知識や経験を持つ中高年齢者の就職支援 ・セミナー参加者 60人 (H27) ・起業体験参加者 30人 (H27) ・適職診断セミナー参加者 40人 (H27) ・起業または就職見込み者 10人 (H27)	中高年齢者ネクストチャレンジ応援 ・セミナー参加者 60人 ・起業体験参加者 30人 ・適職診断セミナー参加者 40人 ・起業または就職見込み者 10人						
	働きやすい職場環境づくりを目指す中小企業への相談支援 県ワーク・ライフ・バランス推進企業登録 100社 (H27)	働きやすい職場環境づくり 県ワーク・ライフ・バランス推進企業登録 100社						
外国人材受入サポート事業 改正入国管理法の施行にともない、新たな在留資格を有する外国人材等の受け入れを希望する企業の増加が見込まれることから、県内企業・事業所の相談窓口として「滋賀県外国人材受入サポートセンター」を開設するとともに、県内各地で「外国人材採用セミナー」や出張相談会を開催するなど、人材不足に直面する県内企業等が外国人材を円滑かつ適正に受け入れることができるよう必要な支援を実施する。	外国人材受入サポートセンター相談件数 500件 (H31)					センターによる外国人材受入支援 外国人材受入サポートセンター相談件数 500件	42,715	労働雇用政策課
合計							319,370	

移住促進プロジェクト

基本的方向

人口減少を食い止め、人口構造を安定させる

プロジェクトの概要	豊かな自然や、恵まれた子育て環境の中での、滋賀の魅力ある暮らしぶりを県外へ広くPRし、滋賀に興味をもち、訪れてもらい、そして移住してもらえるよう、移住施策に取り組む市町と連携した取組を推進します。 また、これと併せて、3世代が滋賀に移住してもらえるよう、就労、健康づくり等の環境づくりを進めます。							
重要業績評価指標（KPI）	◎県外からの移住件数を5年間で300件 〔移住施策に取り組む市町への県外からの移住件数〕 5年間で300件（平成27年度～平成31年度）							
事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 （千円）	担当課等
		H27	H28	H29	H30	H31		
移住・交流推進事業 豊かな自然や、恵まれた子育て環境の中での、滋賀の魅力ある暮らしぶりを県外へ広くPRし、移住施策に取り組む市町と連携することで、移住・交流の推進に取り組む。 〔関連事業〕 ・「いいね！地方の暮らしフェア」開催事業（日本創生のための将来世代応援知事同盟共同事業）（H27） ・滋賀移住・交流ポータルサイト発信力強化事業（H27） ・しがIJU相談センター情報発信事業（H29～）	移住施策に取り組む市町への県外からの移住件数 300件（H27～H31累計）	移住のきっかけづくり・移住支援を行う人材の育成 移住施策に取り組む市町への県外からの移住件数					29,550	市町振興課 労働雇用政策課
	魅力体験講座の参加者数 60人 移住お助け隊養成研修受講者数 20人	累計120件	累計180件	累計240件	累計300件			
	12県合同フェア入場者数 3,000人（H27） ブースでの相談件数 50件（H27）	12県合同フェアの開催 入場者数3,000人 相談者数 50件	13県合同フェアの開催 入場者数3,000人 相談者数 50件					
「山を活かす、山を守る、山に暮らす」都市交流モデル事業 森林山村地域において産業を創出し、新たな雇用と都市部からの移住につなげる取組を行う。 《地域特性》農山村集落	持続的活用が可能な森林山村資源数 8種類（H28～H31累計） 就労支援者数 8人（H28～H31累計） お試し就労者数 12人（H28～H31累計） 体験交流イベント開催数 8回（H28～H31累計）	森林山村資源の活用、就労支援、体験交流イベント等の実施					15,000	森林政策課
			持続的活用が可能な森林山村資源数 2種類 就労支援者数 2人 お試し就労者数 3人 体験交流イベント開催数 2回	持続的活用が可能な森林山村資源数 2種類 就労支援者数 2人 お試し就労者数 3人 体験交流イベント開催数 2回	持続的活用が可能な森林山村資源数 2種類 就労支援者数 2人 お試し就労者数 3人 体験交流イベント開催数 2回	持続的活用が可能な森林山村資源数 2種類 就労支援者数 2人 お試し就労者数 3人 体験交流イベント開催数 2回		
合計							44,550	

滋賀の素材・魅力磨き上げプロジェクト

基本的方向

人口減少を食い止め、人口構造を安定させる

プロジェクトの概要	琵琶湖とその水源となる森林、河川など豊かな自然環境、美しい田園風景、日本遺産、戦国武将、忍者、地域の食材等、滋賀県ゆかりの素材について、市町や民間等と連携して魅力を磨き上げ、観光ブランド「ピワイチ」でつなぎ、国内外に発信するとともに、「新生美術館」や「琵琶湖博物館」のリニューアルや、地理的表示保護制度も活用しながら、滋賀ならではの観光資源として有効活用し、交流人口の増加につなげます。 さらに、各地域において多様な主体が、連携しながら観光のまちづくりを進めることができる仕組みを構築・充実します。							
重要業績評価指標（KPI）	◎観光宿泊者を20%アップ 〔延べ宿泊者数〕 平成26年（見込み） 331万人 → 平成31年 400万人 ◎観光入込客を6%アップ 〔延べ観光入込客数〕 平成26年（見込み） 4,675万人 → 平成31年 5,000万人 ◎観光消費額を7%アップ 〔観光消費額〕 平成26年（見込み） 1,579億円 → 平成31年 1,700億円							
事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 （千円）	担当課等
		H27	H28	H29	H30	H31		
「ココクール マザーレイク・セレクション」首都圏発信事業 首都圏展示会等に出展し、「ココクール」の情報発信を行い、滋賀のブランド力の向上を図る。	展示会等来場者調査カードの回収数 400件（H27～H28累計）	首都圏発信フェアの開催		H29以降は「体感型「ココクール」魅力発信事業」に事業を再編				
		展示会出展での来場者カード回収数 200件	展示会での来場者カード回収数 200件					
滋賀の感性を伝える「ココクール」事業 滋賀らしい魅力をもつ商品やサービスの開発と販路開拓を促進するとともに、滋賀のブランド価値の向上を図るため、「ココクール マザーレイク・セレクション」の選定と、その広報を行う。 〔関連事業〕 ・旅人から見た滋賀の魅力発見発信事業	「ココクール」Facebookにおける「いいね」件数 10,000件（H27～H31累計） ココクール マザーレイク・セレクションのモニターツアー中に、「ココクール」選定商品を購入した参加者の割合 8割以上（H27）	「ココクール」Facebookにおける情報発信				H31以降は事業廃止		
		「いいね」件数 5,000件（累計）	「いいね」件数 7,000件（累計）	「いいね」件数 8,000件（累計）	「いいね」件数 9,000件（累計）			
		モニターツアー中に、「ココクール」選定商品を購入した参加者の割合 8割以上						

65

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等	
		H27	H28	H29	H30	H31			
体感型「ココクール」魅力発信事業 情報発信拠点「ここ滋賀」と連携した「ココクール」の体感型イベントを開催する。また、「ココクール」公式ウェブサイトのプロモーションを図り、リアルとネットでの情報発信を複合的に実施することで、広く滋賀のモノを発信し、購入できる仕掛けをする。	「ココクール」ウェブサイトのページビュー数 150,000PV (H29～H31累計)			首都圏発信フェアの開催			6,610	商工政策課	
				「ココクール」ウェブサイトのページビュー数 36,000PV	「ココクール」ウェブサイトのページビュー数 85,000PV	「ココクール」ウェブサイトのページビュー数 150,000PV			
関西圏「ココクール」販路拡大事業 滋賀らしい価値観を持つ商品やサービスを販売もしくは紹介する「(仮称)ココクールショップ」や「(仮称)ココクールコーナー」等を、民間の店舗や施設等の協力を得て、県内をはじめ、関西圏を中心に水平展開していく。	協力店舗等の数 (県内10店舗、県外2店舗) (H31)					販路開拓	498	商工政策課	
						協力店舗等の数 (県内10店舗、県外2店舗)			
滋賀の戦略的県外PR事業 本県の魅力的なコンテンツを発掘し、首都圏や大都市圏のメディアに対して、戦略的にターゲットに届くPR発信を行う。	県外向け情報の発信 メディアリリース 18回 (H27) 36回 (H28～) 30回 (H31) プレスツアー 2回 (～H28)	県外向けメディアリリースの実施					22,300	広報課	
		年間 18回	年間 36回	年間 36回	年間 36回	年間 30回			
		プレスツアーの実施		H29以降は事業廃止					
		年間 2回	年間 2回						
プロスポーツを活用した滋賀の魅力発信事業 プロスポーツの持つ集客力や全国的な発信力を滋賀の魅力を広く伝えるツールとして位置付け、ユニフォームへのロゴ等の掲示やアウェーゲームでのブース出展等により滋賀の魅力を発信し、地域の活性化につなげる。	ブランド総合研究所地域ブランド調査「認知度」18位以内		ユニフォームへのロゴ等の掲載による全国の観戦者等への露出	H31以降は事業廃止				スポーツ局	
		年間 60試合	年間 60試合						年間 60試合
		アウェーゲームにおけるPRブースの設置やPR物品の配布等による滋賀の魅力発信							
		年間 10試合	年間 10試合						年間 10試合

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等			
		H27	H28	H29	H30	H31					
滋賀・びわ湖ブランド推進事業 「滋賀・びわ湖ブランドネットワーク」を中心に、滋賀の価値を効果的に発信する。 また、滋賀の認知度・ブランド力の向上に資するため、首都圏における新たな情報発信拠点を整備する。	「近江牛」「信楽焼」などの地域資源をしっかりと“滋賀”と結びつけ、ブランド力を向上する。	滋賀・びわ湖+DESIGNプロジェクトの推進		H29以降は「滋賀の魅力体感創造事業」に事業を再編		H31以降は「ここ滋賀推進事業」に事業を再編		観光交流局			
		滋賀の魅力のリサーチ・発信の実施（3テーマ）	滋賀の魅力発信素材の作成・メディアツアーの実施								
		滋賀・びわ湖ブランドネットワーク交流会の開催1回	滋賀・びわ湖ブランドネットワーク交流会の開催1回								
		首都圏における拠点の整備		H29以降は「滋賀の魅力体感創造事業」に事業を再編							
		首都圏における拠点の整備・検討	首都圏における拠点の整備・検討								
		首都圏と滋賀を“MUSUBU”イベントの開催1回	首都圏と滋賀を“MUSUBU”イベントの開催1回								
				滋賀の魅力体感創造事業の推進					H31以降は「ここ滋賀推進事業」に事業を再編		
				滋賀の魅力の発信・浸透 滋賀・びわ湖ブランドネットワークの運営	滋賀の魅力の発信・浸透						
				首都圏ネットワーク活用事業の推進							
				東京日本橋地域のタウン誌やイベント等での発信 首都圏での滋賀ゆかりの人や企業の交流会の開催 首都圏の滋賀ゆかりの若者を対象としたイベントの開催	東京日本橋地域のイベント等での発信 首都圏での滋賀ゆかりの人や企業の交流会の開催	H31以降は「首都圏ネットワーク活用事業」に事業を再編		企画調整課			

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等
		H27	H28	H29	H30	H31		
ここ滋賀推進事業 滋賀の魅力を実際に見て、触れて、食べることができる体験型の発信を行うとともに滋賀への誘引の役割を担う情報発信拠点「ここ滋賀」を運営する。あわせて、「ここ滋賀」外への販路拡大に向けた支援や、首都圏での滋賀ファンの拡大などにも取り組む。	「ここ滋賀」来館者数：年間45万人					首都圏における拠点の運営と滋賀の魅力体感創造事業の推進 「ここ滋賀」来館者数：45万人	211,917	観光交流局
首都圏ネットワーク活用事業 首都圏の滋賀ゆかりの人や企業、店舗、新たに滋賀とつながる人などとの多様なネットワークを拡充・強化し、「ここ滋賀」との相乗効果により滋賀の存在感を高める。	首都圏ネットワーク店数：年毎に新規10店舗を追加					首都圏ネットワーク活用事業の推進 滋賀ゆかりの地域、企業でのイベント等での発信 首都圏での滋賀ゆかりの人や企業の交流会の開催	7,732	企画調整課
「おいしがうれしが」食のおもてなしプロジェクト実践支援事業 大型観光キャンペーンの機会を活用し、県内宿泊施設と生産者が連携した観光客向けPR企画を実施することにより、滋賀県の食の魅力発信を強化するとともに、生産者の生産意欲を向上させ、生産振興につなげる。	県内宿泊施設と生産者の連携による滋賀県の食の魅力発信の強化（H30年度までに「食のおもてなし」プロジェクトチームで連携して実施した企画数 3）	プロジェクトチームで連携して実施した食の発信企画						食のブランド推進課
		食の発信企画のテスト実施 1	プレキャンペーンに併せた食の発信企画の実施 1	観光キャンペーンに併せた食の発信企画の実施 1				
強める！ブランド力「滋賀の食材」発信事業 地域が一体となってブランド化を進める農畜水産物について、地理的表示などの知的財産の取得を推進することにより、滋賀の食のブランド力の強化につなげる。	首都圏マルシェでのマーケティング結果を踏まえ、首都圏への新たな販路開拓に取り組もうとする事業者の割合 8割以上（H27）	マーケティングの実施						食のブランド推進課
		首都圏への新たな販路開拓に取り組もうとする事業者の割合 8割以上						
	〔関連事業〕 ・「滋賀の地域ブランド」を体感！「きっかけ」創出事業（～H28）	地理的表示、地域団体商標の累計申請数 H27 0品目→H30 15品目	地理的表示、地域団体商標の累計申請数					
			5品目	10品目	15品目			

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等
		H27	H28	H29	H30	H31		
首都圏「滋賀の食材」プロモーション・流通促進事業 情報発信拠点を最大限活用して、生産者団体と連携しながら県産農畜水産物の認知度の向上を図り、滋賀の食のブランド力の強化につなげる。	情報発信拠点での飲食利用者のうち、再度利用する意向を示した人の割合 6割以上（毎年）			情報発信拠点における滋賀の食材プロモーション			16,891	食のブランド推進課
				再度利用する意向を示した人の割合 6割以上	再度利用する意向を示した人の割合 6割以上	再度利用する意向を示した人の割合 6割以上		
県産食材の海外展開促進 今後の県産農畜水産物の海外展開に向けて、関係機関や団体等と連携して海外でのPRや商談機会等の充実を図るとともに、意欲ある生産者等を支援し、すそ野を広げることで県産食材の輸出促進につなげる。 〔関連事業〕 ・FOOD BRAND OH! MI海外プロモーション事業 ・ジェトロ貿易情報センター運営事業	県内の新たに輸出に取り組む事業者数 20件（H28～H31累計）		県内の新たに輸出に取り組む事業者数(累計)				14,517	食のブランド推進課
			5件	10件	15件	20件		
「滋賀の食材」大都市で魅力発信事業 県外において、「滋賀の食材」のブランド力向上を図り、見える形で県外取扱店舗を開拓、強化を行うため、大都市圏での「滋賀の食材」全体の認知度向上を図るとともに、生産者団体間の連携を推進し、意欲ある生産者等の県外展開を支援する。	東京、大阪の消費者を対象とした滋賀の食材（米、牛、茶、魚、野菜）の発信 事業者を対象とした展示商談会への滋賀県ブース設置による販路拡大	東京、大阪での滋賀の食材PRイベントの実施 東京イベント 1回 大阪イベント 1回 展示商談会における滋賀県ブースの設置 東京での商談会 1回 大阪での商談会 1回	H28以降は「強める！ブランド力「滋賀の食材」発信事業」に事業を再編	H29以降は「首都圏「滋賀の食材」プロモーション・流通促進事業」に事業を再編				食のブランド推進課

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等
		H27	H28	H29	H30	H31		
滋賀県産農畜水産物海外販路開拓支援事業 県産農畜水産物の輸出の現状を調査・分析し、今後の輸出戦略を構築、組織化の検討を行うとともに、自主的・積極的に県産農畜水産物の輸出に取り組む事業者の支援、展示商談会への出展支援、海外において知事自らが直接PRするなど輸出の促進を図る。 【関連事業】 ・農畜水産物国内外販路開拓支援事業 ・海外市場開拓支援(トップセールス)事業	滋賀県産農畜水産物の輸出実態調査、分析を通じて今後の輸出の方向性を決定	輸出戦略構築 滋賀県産農畜水産物の輸出戦略策定	H28以降は「県産食材の海外展開促進」に事業を再編					食のブランド推進課
	(国内向け) 平均商談引合件数 20件 (国外向け) 平均商談引合件数 10件	国内外の販路開拓支援 (国内向け) 平均商談引合件数 20件 (国外向け) 平均商談引合件数 10件 ※国内外とも展示会終了後1カ月時点で継続して商談を行っている件数						
	現地での知事の訪問箇所数 10箇所	トップセールスの実施 現地での知事の訪問箇所数 10箇所						
個性ある「近江の地酒」開発・発信事業 県内醸造所の競争力強化と「近江の地酒」のブランド力向上のため、新製品開発と品質向上に必要な試験醸造設備の整備を行うと共に、各醸造所自らが試験醸造設備を用いた試験・開発を促進するための支援を行う。	新製品開発 2種類 (H31末累計)				新製品試作 2種類	新製品開発 2種類	13,873	モノづくり振興課
GI登録！“ブランド近江牛”流通パワーアップ事業 近江牛の流通を拡大するため、観光ガイド等への広告、ホームページでの情報発信、販売店マップやPRシールの作成など、近江牛販売店等関連企業の活性化につながる取組に対して支援する。	「近江牛」の消費・流通の拡大 近江牛の指定店舗数 H29 282店舗 ⇒ H31 320店舗					生産基盤強化およびブランド力の磨き上げと魅力発信 近江牛の指定店舗数 320店舗	3,760	畜産課

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等
		H27	H28	H29	H30	H31		
近江牛魅力発信事業 国際的な視点にたち、近江牛のブランド価値の向上を図るため、東京における近江牛の魅力発信と、訪日外国人向けに、近江牛を核としたプレミアムツアーなどのインバウンド事業を展開する。	「近江牛」の消費・流通の拡大 近江牛の指定店舗数 H29 282店舗 ⇒ H31 320店舗			生産基盤強化およびブランド力の磨き上げと魅力発信			3,900	畜産課
				近江牛の指定店舗数 282店舗	近江牛の指定店舗数 315店舗	近江牛の指定店舗数 320店舗		
びわ湖のめぐみ消費拡大PR事業 「琵琶湖八珍」をはじめとする湖魚をより身近に魅力的に感じることで、湖魚の消費拡大を図る。	学校給食を通じて、湖魚をおいしいと感じる児童の割合 80%（毎年度）			学校給食へおいしい湖魚食材、メニュー開発のためのサンプルを提供				水産課
				湖魚をおいしいと感じる児童の割合 80%	湖魚をおいしいと感じる児童の割合 80%			
	琵琶湖八珍を活用する事業者が増えることにより、湖魚の需要の拡大を図る。 ※琵琶湖八珍：県立安土城考古博物館が中心となつて、平成25年に選定された琵琶湖を代表する魚で、ニゴロブナ、ビワマス、コアユ、ハス、ホンモロコ、イサザ、ビワヨシノボリ、スジエビからなる。 登録事業者数 200（H27～H31累計）			琵琶湖八珍活用事業者の募集・登録				
				登録事業者数150	登録事業者数180			

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等
		H27	H28	H29	H30	H31		
びわ湖のめぐみ魅力体感事業 地域のネットワーク構築を支援することにより、持続的に湖魚の取扱い情報が発信されるとともに、学校給食に湖魚が提供されることで、湖魚を食べる機会の増加、認知度向上や消費拡大を図る。	将来に湖魚の魅力を語れるよう県内小学校を対象に、旬の食材を学校給食へ提供 9万食（H31）					学校給食へおいしい湖魚食材の提供	15,215	水産課
					9万食			
	琵琶湖八珍をはじめセタシジミなどを含む湖魚を活用する事業者が増えることにより、湖魚の需要の拡大、食べる機会の増加、認知度の向上を図る。 ※琵琶湖八珍：県立安土城考古博物館が中心となつて、平成25年に選定された琵琶湖を代表する魚で、ビワマス、コアユ、ハス、ホンモロコ、ニゴロブナ、スジエビ、ビワヨシノボリ、イサザからなる。 登録事業者数225（H31）					琵琶湖八珍等活用事業者の募集・登録		
						登録事業者数225		
「琵琶湖八珍」ブランド化事業 H25に安土城考古博物館が提案した「琵琶湖八珍」の観光資源としての価値の構築を目指し、飲食店、旅館など事業者による活用の促進と、観光客や消費者への利用訴求を展開する。	琵琶湖八珍*を活用した事業展開による中小企業の振興と湖産魚介類の消費拡大 登録事業者数100（H27～H29累計） *琵琶湖八珍…①ビワマス②コアユ③ニゴロブナ④ハス⑤ホンモロコ⑥イサザ⑦ビワヨシノボリ⑧スジエビ	事業者の参画促進		H29以降は「琵琶湖の魚消費拡大PR事業」に統合し目標に向けた取組を行う。				水産課
		参画事業者の募集・登録、商品開発と広域的なPR						
			登録事業者数50					
		消費者の利用訴求						
		ウェブサイトやSNSを活用した情報運用、企画旅行への誘導						

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等
		H27	H28	H29	H30	H31		
美味しい「食」の情報発信総合事業 滋賀の食材の地域ブランド力を高めるため、また、地産地消の取組を進めるため、消費者の求める情報をタイムリーにインターネットで発信する。	「滋賀のおいしいコレクション」年間ページビュー(PV)数 H27 40万PV→H31 71万PV以上	「滋賀のおいしいコレクション」年間ページビュー(PV)数				H31以降は「おいしがうれしが「食」の情報発信総合事業」に統合	4,441	食のブランド推進課
		ページビュー数 50万PV	ページビュー数 57万PV	ページビュー数 64万PV	ページビュー数 71万PV			
おいしがうれしが「食」の情報発信総合事業 地産地消の推進を図るため、「おいしがうれしが」推進店への登録の呼びかけ、情報発信等を行うとともに、生産者と推進店の連携をより強化するための食材交流会を開催する。さらに、食材の地域ブランド力を高めるとともに、地産地消の取組を促進するため、消費者の求める情報をタイムリーにインターネット等で発信する。	「滋賀のおいしいコレクション」年間ページビュー(PV)数 H27 40万PV→H31 71万PV以上					ページビュー数 71万PV以上		
	「おいしがうれしが」キャンペーンの一層の活性化 (県内推進店舗数累計 H26 1,241店舗→H31 1,550店舗)					「おいしがうれしが」キャンペーンの推進 推進店舗数 累計 1,550店舗		
	「おいしがうれしが」キャンペーン推進事業 地産地消の推進を図るため、「おいしがうれしが」推進店への登録の呼びかけ、情報発信等を行う。あわせて、推進店を巡るラリー企画の実施により、消費者ニーズを把握するとともに、生産者と推進店の連携をより強化するための食材交流会を開催する。	「おいしがうれしが」キャンペーンの一層の活性化 (県内推進店舗数累計 H26 1,241店舗→H31 1,550店舗)	「おいしがうれしが」キャンペーンの推進				H31以降は「おいしがうれしが「食」の情報発信総合事業」に統合	
		推進店舗数 累計 1,280店舗	推進店舗数 累計 1,330店舗	推進店舗数 累計 1,440店舗	推進店舗数 累計 1,500店舗			
生産者と推進店との連携の強化 食材交流会の開催2回(毎年)		食材交流会の開催						
		交流会 2回	交流会 2回	交流会 2回	交流会 2回			

15

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等
		H27	H28	H29	H30	H31		
もっと食べよう「近江米」！県民運動推進事業 関係団体等と連携し、近江米の消費拡大に向けた県民参加の運動を展開するとともに、直売所、飲食店などに働きかけ、中食・外食での近江米の利用促進に取り組む。	近江米のファン確保 25,000人(H27～H29累計)	近江米もっと食べます！宣言の募集					4,700	食のブランド推進課
		宣言をした県民の数 4,000人	宣言をした県民の数 7,000人	宣言をした県民の数 25,000人				
					近江米に関するエピソードの募集			
	近江米の「熱心なファン」の確保 H31 1,400人				エピソードを応募する「熱心なファン」の累計数 700人	エピソードを応募する「熱心なファン」の累計数 1,400人		
	中食・外食での近江米利用の促進 300店舗 (H27～H29累計)	中食や外食事業者に対する近江米使用の働きかけ						
		近江米使用を表示する飲食店等の数 100店舗	近江米使用を表示する飲食店等の数 200店舗	近江米使用を表示する飲食店等の数 300店舗				
滋賀の健康を支える『食』創造事業 滋賀の健康を支える「食」のブランド化を図るため、特徴を活かしたレシピの開発やその発信、および県民の意識醸成を図るフォーラム等を開催する。	県産農畜水産物を活用した健康レシピを提供する食品事業者数 H29 0事業者→H31 10事業者				健康レシピ提供食品事業者累計数	H31以降は「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」に事業を再編	食のブランド推進課	
					5事業者			
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 大学等との連携により、「健康」をキーワードにした滋賀ならではの「食」を創造し、県産食材の消費拡大を図るとともに、新たなブランドの育成を図り、滋賀の健康を支える「食」を県内外に発信する。	県産農畜水産物を活用した滋賀の健康を支える「食」のメニュー「滋賀めし」提供・協力事業者数 H29 0事業者→H31 10事業者					「滋賀めし」提供・協力事業者数	9,180	食のブランド推進課
						10事業者		

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等
		H27	H28	H29	H30	H31		
「しがの水産物」流通拡大対策事業 イベントや物産展での県産魚介類のイメージアップ活動や、生産者が開催する直売会による消費促進活動に対して支援する。 〔関連事業〕 ビワマス発信拠点活性化推進事業	地産地消の推進による県産魚介類の消費拡大 びわサーモンフェア 5カ所（毎年） 生産者によるPR活動 12回（毎年）	養殖ビワマスのイメージアップ活動の実施	H29以降は「琵琶湖の魚消費拡大PR事業」に統合し目標に向けた取組を行う。					
		「びわサーモンフェア」開催支援 5カ所						「びわサーモンフェア」開催支援 5カ所
		生産者による消費促進活動の実施						
	醒井養鱒場の冬期1月～2月の入場者数 3,000人（H27）	直売会等による生産者のPR活動を支援 12回	直売会等による生産者のPR活動を支援 12回					
		醒井養鱒場の入場者数						
醒井地区活性化プランの策定（H27）	醒井養鱒場とそれを核とする周辺地域が連携した活性化プランの策定							
	プランの策定							
近江の地酒普及促進事業 「近江の地酒でもてなし、その普及を促進する条例」に基づき、県民等が近江の地酒に愛着を持ち、県民が近江の地酒を使用してもてなしをする社会的気運の醸成等に資する取組を展開する。	滋賀地酒10,000人乾杯プロジェクト参加協力店 200店舗（毎年度）		滋賀地酒10,000人乾杯プロジェクトの開催	H31以降は「近江の地酒文化普及事業」へ移行				
			プロジェクト参加協力店舗数 200店舗					プロジェクト参加協力店舗数 200店舗
近江の地酒文化普及事業 近江の地酒の魅力を県内外に発信するとともに、県内にあっては県産日本酒への愛着と誇りを醸成することを通じて、近江の地酒を使用したもてなしとその普及促進を図る。また県外および海外においては認知度向上および情報発信を通じて、本県への誘客促進を図る。	首都圏イベント参加者数 1,100人 地酒講座 3講座				近江の地酒文化普及の実施	3,384	観光交流局	
					首都圏イベント参加者数 1,100人 地酒講座 3講座			

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等
		H27	H28	H29	H30	H31		
観光キャンペーン推進事業 大型観光キャンペーンの実施に向け、県内各市町や観光関連団体、観光事業者等と連携して推進協議会を設立し、その企画検討や調整を行うとともに、受入環境の整備を進める。	平成30年度を目標年度として、県内の多様な主体が協働して、滋賀県において大型観光キャンペーンを実施する。	大型観光キャンペーン実施						観光交流局
		情報収集 準備会議開催 基本計画書作成	推進協議会設置 観光素材開発 プレキャンペーンの検討	プレキャンペーンの実施 キャンペーンの検討 観光素材開発	大型観光キャンペーン実施	H31以降は 「「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」 観光PR推進事業」へ移行		
「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」観光PR推進事業 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し、本県の戦国を中心とした魅力を発信し観光誘客に繋げる。	大型観光キャンペーンの枠組みを継続しながら、更なる大規模な観光キャンペーン(DC)誘致を見据え、戦国をテーマとした観光キャンペーンを実施する。					戦国観光キャンペーン実施	103,000	観光交流局
						戦国観光キャンペーン実施		
日本遺産・琵琶湖魅力発信事業 日本遺産を構成する文化財を中心に、「水の文化」を軸とした地域ならではの素材を活かし、観光ルートの開発や情報発信、地域のおもてなし環境の整備を推進し、観光振興につなげる。	平成29年度の「水の文化ぐるっと博」の開催に向けて、観光ルートの開発や情報発信、地域のおもてなし環境の整備を推進する。 構成文化財所在7市(大津、高島、米原、彦根、東近江、近江八幡、長浜)の宿泊者数 2,758,200人(H26) 330万人(H31)	日本遺産魅力発信事業の展開					4,100	観光交流局
			水の文化ぐるっと博開催計画策定、情報発信事業、受入れ環境整備事業 構成文化財所在6市の宿泊者数 240万人	水の文化ぐるっと博の開催 構成文化財所在7市の宿泊者数 300万人	日本遺産の観光素材を使った大型観光キャンペーンの実施 構成文化財所在7市の宿泊者数 320万人	日本遺産を使ったさらなる観光キャンペーンに向けて事業継続 構成文化財所在7市の宿泊者数 330万人		
観光物産情報発信事業 ホームページやメディアを活用した情報発信、交通機関と連携したキャンペーンの展開、首都圏等で開催される観光展への出展などを通じ、多様な観光資源やイベント等の情報を効果的に発信する。	滋賀県観光情報ホームページへのアクセス数 304万件(H26) 650万件(H31)	ホームページによる情報発信、マスコミを通じた情報発信、交通機関と連携した観光キャンペーンの実施					32,155	観光交流局
		アクセス数 460万件	アクセス数 520万件	アクセス数 570万件	アクセス数 620万件	アクセス数 650万件		

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等
		H27	H28	H29	H30	H31		
国際観光推進事業 訪日旅行者を本県に誘致するため、訪日外客数上位である東アジアや伸びが大きい東南アジアに対するプロモーション活動を実施するほか、パンフレットの充実や多言語対応など、受入環境の向上を図る。	旅行博での発信強化 4地域 (H26) 延べ25地域 (H27～H31累計) エージェント、メディア等の招請数 29者 (H26) 100者 (H27～H31累計)	情報発信・誘客の強化					32,934	観光交流局
		旅行博での発信強化 5地域 エージェント、メディア等の招請数 20者	旅行博での発信強化 5地域 エージェント、メディア等の招請数 20者	旅行博での発信強化 5地域 エージェント、メディア等の招請数 20者	旅行博での発信強化 5地域 エージェント、メディア等の招請数 20者	旅行博での発信強化 5地域 エージェント、メディア等の招請数 20者		
		多言語案内環境の構築						
		民間コールセンターを活用した多言語通訳サービスの実施	技術動向等を踏まえた多言語案内環境の構築					
「滋賀の観光一歩先へ」プロジェクト 日本遺産認定等の機会を活かして、地域資源を観光資源へ転換する地域の自主的な取組を促進し、本県観光のレベルアップを図る。また、魅力ある観光資源を国内外に発信することにより、多くの来訪者に滋賀の魅力や人々との出会いを提供し、活力ある地域社会の実現を目指す。 〔関連事業〕 ・「石田三成」発信プロジェクト事業 ・「ようこそ滋賀」ビワイチ観光推進事業 ・近江牛を核とした“しがのプレミアムツアー”づくり事業 ・滋賀の魅力発信担い手育成事業 ・忍者を活用した観光誘客推進事業	地域において開発する観光コースの数 30件 (H27) 延べ宿泊者数 350万人 (H27)	地域において開発する観光コースの数					/	広報課 観光交流局 畜産課 図書館
		30件						
		延べ宿泊者数						
		350万人						
滋賀の魅力を活かした公共交通利用促進事業 鉄道の利便性向上を図るため、観光客等による公共交通の利用促進に向けた情報発信や環境整備を推進する。	草津線、北陸本線・湖西線の定期外乗車人数3%増 (H30まで。H31は前年度の1%増) H25 21,051人／日→ H31 21,900人／日			公共交通の利用促進に向けた情報発信や環境整備		H31以降は「公共交通を活用した観光誘客強化推進事業」に再編	/	交通戦略課
				定期外乗車人数 21,472人／日	定期外乗車人数 21,683人／日			

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等	
		H27	H28	H29	H30	H31			
公共交通を活用した観光誘客強化推進事業 県内外および海外向けに県内の鉄道を活用した観光誘客をより広域において強化することで、公共交通の定期外利用拡大につなげる。	草津線、北陸本線・湖西線の定期外乗車人数3%増 (H30まで。H31は前年度の1%増) H25 21,051人／日⇒ H31 21,900人／日					公共交通の利用促進に向けた情報発信や環境整備 定期外乗車人数 21,900人／日	16,800	交通戦略課	
琵琶湖環状線を活用した集客・交流創造事業費補助 琵琶湖環状線を活用した利用促進策を展開し、今後のダイヤの充実および地域の活性化を図る。	北陸本線直流化10周年を契機に今後の高速鉄道ネットワークの整備も見据え、3市と連携し、さらなる北びわこ地域の鉄道利用者の増加を図り、広域鉄道網における北びわこエリアの優位性を高める。 琵琶湖環状線（坂田駅～近江中庄駅）の乗車人員（定期外） H26 3,346人／日→H31 3,517人／日		琵琶湖環状線乗降者数の増加					9,912	交通戦略課
			3,413人／日	3,447人／日	3,482人／日	3,517人／日			
ビワイチサイクリングランド整備事業 より安全に楽しく自転車で体験できる「ビワイチ」空間を創出し、一部ICT化により、豊富な観光スポット情報や、民間施設等への情報提供等ができる施設を整備する。	施設・サイクリスト等への情報提供システム構築 走行状況把握システムの構築 自転車レーンの整備 休憩拠点の整備			ビワイチ関係施設の整備				交通戦略課 道路課 都市計画課	
				各種施設の整備					

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等
		H27	H28	H29	H30	H31		
ビワイチ観光推進事業 「ビワイチ」に代表されるサイクル ツーリズムを中心に、滋賀を巡る旅 づくりを推進し、自転車による観光 を安心して楽しめる環境を整備する とともに、魅力ある観光資源を活か して、県内各地への周遊を促す取組 を展開する。	観光素材（ビワイチマテリ アル）開発件数 42件（H25～H26累計） 45件（H27～H29累計） サイクルサポートステー ション整備箇所数 47カ所（H27社会実験） 200箇所（H31）	ビワイチ観光の推 進	H28以降は個人周遊促進のステージに移行				30,278	観光交流局
		観光素材開発件数 15件						
		サイクルサポートステーションの整備						
			サイクルサポート ステーション整備 箇所数 100件	サイクルサポート ステーション整備 箇所数 150件	サイクルサポート ステーション整備 箇所数 200件	サイクルサポート ステーション整備 箇所数 200件		
「ビワイチ」安全・安心な自転車利 用促進事業 「ビワイチ」利用者をはじめ、幅広い 自転車利用者等に対して、交通法 規・マナーの遵守や自転車損害賠償 保険等への加入に向けた啓発活動を 実施する。また、「ビワイチ」をはじ め県内各地を自転車で気軽に巡るこ とができる利用環境の充実や、総合 的に自転車情報を発信する環境、安 全安心な自転車走行空間の整備を進 める。	自転車の利用しやすい体制 の構築・普及啓発を図る。			自転車利用の啓発・情報発信 ホームページアクセス件数の 向上			346,864	交通戦略課 道路課
	ホームページアクセス件数 (H25:1.2万件→H31 7.5万 件)			ホームページアク セス件数 6.5万件	ホームページアク セス件数 7.0万件	ホームページアク セス件数 7.5万件		
	啓発キャンペーンの実施 12回（年間）			自転車安全利用キャンペーン啓発				
				啓発キャンペーン 12回	啓発キャンペーン 12回	啓発キャンペーン 12回		
	自転車走行空間の整備			自転車走行空間の整備				
	工事着手箇所数 5箇所 (H29～H31累計)			3箇所工事着手 (累計)	4箇所工事着手 (累計)	5箇所工事着手 (累計)		
首都圏観光物産情報発信事業 首都圏において、大河ドラマの放映 や、本県の文化財に関する展覧会の 機会を活かして、観光PRや情報発信 を積極的に展開することで、観光地 「滋賀」の認知度向上を図るととも に、宿泊を伴う観光誘客を促進する。	東京観光物産情報センター への来場者数 95,306人（H26） 95,000人（H29）	首都圏における観光PRや情報発信			H30以降は事業廃止			観光交流局
		来場者数 93,000人	来場者数 94,000人	来場者数 95,000人				

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等
		H27	H28	H29	H30	H31		
「ようこそ滋賀」魅力発信事業 マーケティング分析を活かした訴求力の高いPRコンテンツの作成やメディア展開などにより、滋賀の魅力を積極的に発信し、観光地「滋賀」の認知度向上と誘客促進を図る。	関東、近畿におけるテレビ放映等のPR効果 1,000GRP(延べ視聴率)相当 シネアド上映館数 10館 観光入込客(延人数) 5,000万人	関東、近畿等への観光PR 関東、近畿におけるテレビ放映等のPR効果 1,000GRP(延べ視聴率)相当 シネアド上映館数 10館 観光入込客(延人数) 5,000万人						観光交流局
	ターゲットを絞って情報発信するサイトへのアクセス件数 30万件(H28)		ターゲットを絞った情報発信					
			ターゲットを絞って情報発信するサイトへのアクセス件数 30万件					
ミシガン州友好交流推進事業 平成30年に迎える米国ミシガン州との姉妹提携50周年を見据え、県内の高校生に対して、滋賀県を英語で紹介する講座を実施し、次世代の交流を促進するなど、両県州の交流のさらなる発展の礎を構築する。	交流事業参加人数 650人(H27) 750人(H28)		友好交流推進事業の実施	H29以降は事業廃止				観光交流局
			交流事業参加人数 750人					
「ピワイチ」サイクルツーリズム促進事業 サイクルステーションやレンタルバイクなどのサポート環境の整備により、「ピワイチ」サイクリストの増加や地域の活性化につなげる。	県域レンタサイクル拠点 3カ所(H28)		県域レンタサイクル拠点設置					交通戦略課 道路課
			3カ所					
	自転車走行場所の明示 (矢羽根、ブルーライン設置) 22km(H28)		自転車走行場所の明示					

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等
		H27	H28	H29	H30	H31		
琵琶湖周航の歌100周年記念びわ湖周遊促進事業 琵琶湖周航の歌が100周年を迎える機会を活かして、水とともに育まれた地域の魅力を再確認し、日本遺産をはじめ周囲の観光資源を発信することにより、観光誘客を促進する。	琵琶湖周航の歌に関連した観光素材の開発			観光素材の開発・情報発信				観光交流局
				地域協議を通じた観光素材の開発、モニターツアーの実施、情報発信				
地域観光活性化支援事業 県内各地域観光振興協議会等の行う観光活性化およびJR等の駅を利用した交通2次アクセスの利便性の向上のための事業を支援し、誘客を図る。	地域が行う広域的な観光活性化事業に対する補助 28件(H26) 125件(H27～H31累計)	地域が行う広域的な観光活性化事業に対する補助					14,000	観光交流局
		支援件数 25件	支援件数 25件	支援件数 25件	支援件数 25件	支援件数 25件		
教育旅行誘致事業 滋賀ならではのモデルコースを企画提案するほか、旅行代理店や学校教員に対するPRにより、修学旅行の誘致を積極的に進め、若い世代に滋賀県ファンを増やし、将来の観光誘客につなげる。	修学旅行者の誘致人数 6万人(H27) 10万人(H31)	教育旅行誘致キャンペーン					2,950	観光交流局
			修学旅行者誘致人数 70,000人	修学旅行者誘致人数 85,000人	修学旅行者誘致人数 100,000人	修学旅行者誘致人数 100,000人		
コンベンション招致事業 国内外の会議や大会等のコンベンションを本県に招致するため、大学や会議主催者、旅行会社関係者等を対象に、滋賀の魅力をPRする。	コンベンション支援件数 80件(H26) 425件(H27～H31累計)	助成金の交付、マップ・パンフ等の配布、アフターコンベンションの斡旋等の支援					3,857	観光交流局
		支援件数 55件	支援件数 85件	支援件数 90件	支援件数 95件	支援件数 100件		
忍者を活用した観光誘客促進事業 忍者を日本固有の文化資産として情報発信するとともに、国内外からの観光誘客を促進するため、関係自治体等が連携して結成した日本忍者協議会に対して負担金を拠出する。	忍者コンテンツ所在5市(甲賀、湖南、栗東、彦根、長浜)観光入込客数 H26 1,430万人→H31 1,570万人	ホームページによる情報発信、マスコミを通じた情報発信					500	観光交流局
			忍者コンテンツ所在5市観光入込客数 1,465万人	忍者コンテンツ所在5市観光入込客数 1,500万人	忍者コンテンツ所在5市観光入込客数 1,535万人	忍者コンテンツ所在5市観光入込客数 1,570万人		
観光イベント推進事業 観光客の積極的な誘致を図るため、一定の観光誘客が見込める地域主催のイベントに対して助成する。	地域主催のイベントに対する補助 40件(H27～H31累計)	地域主催のイベントに対する補助					30,500	観光交流局
		補助イベント 8件	補助イベント 8件	補助イベント 8件	補助イベント 8件	補助イベント 8件		

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等
		H27	H28	H29	H30	H31		
映像誘致戦略展開事業 本県での映像製作を促進するため、滋賀を舞台とした作品が製作されるようPRを行うなど、一層のロケ展開を図る。	シナリオハンティング支援 件数 5件(H27見込) 20件(H27～H30累計)	シナリオ構想段階 からの取材支援	H28以降は「映像誘致・ロケ支援事業」の中で事業を実施					観光交流局
	シナリオハンティング支援 件数 5件							
映像誘致・ロケ支援事業 映画、テレビ等の映像を通じて本県の豊かな自然や歴史・文化遺産を広く発信することにより、本県のイメージアップと観光および地域の振興を図る。	シナリオハンティング支援 件数 5件(H27見込) 20件(H27～H30累計)		シナリオ構想段階からの取材支援					観光交流局
		シナリオハンティング支援 件数 5件	シナリオハンティング支援 件数 5件	シナリオハンティング支援 件数 5件	シナリオハンティング支援 件数 5件			
文化施設多言語化対応事業 文化施設における外国人の利用に関する調査を行い、訪日外国人の受入体制について検討するとともに、日本語オペラの英語字幕を制作し、外国人対応鑑賞公演として誘客を図る。	文化施設における訪日外国人の受入体制整備	多言語化対応					0	文化振興課
		利用状況調査 英語字幕作成	受入体制の検討・ 整備	受入体制の整備	受入体制の整備	受入体制の整備		
美術館広報・マーケティング事業 新生美術館のオープンに向けて、期待感の醸成と開館後の集客につながる事業を、県内外において戦略的に実施する。	新生美術館オープンにかかる期待感の醸成や幅広い誘客の実現に向けた広報・マーケティングの実施			戦略的広報・マーケティングの実施		H31以降は事業 廃止		文化振興課 新生美術館整備室
				「地域の美の資源」のリサーチによる美術館コンセプトブック制作、連続講座やリーフレットによる情報発信、バスツアー実施	連続講座やリーフレットによる情報発信、モデルツアー実施			
観光まちづくり推進事業 県内各市町や観光関連団体、観光事業者、住民など、多様な主体が参加、連携し、観光をキーにまちづくりに取り組み、観光振興のレベルアップと地域の活性化を目指す。	観光まちづくり組織の数 H27 0件→H30 10件		観光まちづくり推進			H31以降は「観光人材育成等 地域支援事業」へ移行		観光交流局
			観光まちづくりに 向けた合意形成 観光まちづくりの 展開支援	観光まちづくりに 向けた合意形成 観光まちづくりの 展開支援	観光まちづくりの 展開支援 観光まちづくり組織数 10件			

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等
		H27	H28	H29	H30	H31		
観光人材育成等地域支援事業 観光まちづくりをPDCAサイクルに基づき、戦略的に事業展開を行い牽引する人材を育成し、観光振興のレベルアップと地域の活性化を目指す。	研修修了者（観光専門人材） 2018 0人→2021 20人					観光まちづくり推進	16,460	観光交流局
						観光専門人材の育成等を通じた各地域の観光振興にかかる取組の支援（H33に研修修了者20人）		
県域無料Wi-Fi整備促進事業 観光・商業の振興、災害対策等に有効となる無料Wi-Fi環境の県内における整備の促進および利便性向上を図る。	滋賀県無料Wi-Fi整備促進協議会の設置 協議会により取組計画策定 県域無料Wi-Fi環境の増加 無料Wi-Fiの利便性向上 県域無料Wi-Fi利用促進にかかる周知・広報	県域の無料Wi-Fi環境の整備促進、利便性向上					5,382	情報政策課
		協議会発足 取組計画策定（整備目標設定） 県立施設Wi-Fi整備（9箇所）	取組計画に基づき整備促進 県立施設Wi-Fi整備（7箇所） 利便性向上検討 利用促進のための周知・広報	取組計画に基づき整備促進 県立施設Wi-Fi整備 利便性向上検討 利用促進のための周知・広報	取組計画に基づき整備促進 県立施設Wi-Fi整備 利便性向上検討 利用促進のための周知・広報	取組計画に基づき整備促進 利便性向上検討 利用促進のための周知・広報		
「ビワパール」まるごとブランディング事業 現在は利活用できていないビワパール母貝（イケチョウガイ）の貝殻を有効に利用するためシーズの発掘を行い、成果発表会を開催するなど、ビワパールのイメージアップとともに、ビジネスマッチングを図る。	成果発表会で事業者とマッチングできた件数 1件 シーズの提案件数 1件	シーズの発掘						水産課
		成果発表会で事業者とマッチングできた件数 1件 シーズの提案件数 1件						

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等	
		H27	H28	H29	H30	H31			
「ウェルカム滋賀」推進事業 観光ボランティアガイドの活動により、来訪者を温かく迎える「おもてなし」の向上を図り、地域の活性化や観光振興につなげる。	県域協議会加入団体の観光ボランティアガイド会員数 H26 684人→H31 750人	研修会の開催						観光交流局	
		全体研修会参加者数 420人	H28以降について事業の実施主体の移行により、「観光ボランティアガイド」の育成支援」として年次計画を新規設定						
			観光ボランティアガイドの育成支援						250
			観光ボランティアガイド会員数 715人	観光ボランティアガイド会員数 730人	観光ボランティアガイド会員数 740人	観光ボランティアガイド会員数 750人			
合計							988,860		

高齢者の社会参加・健康長寿実現プロジェクト

基本的方向

人口減少の影響を防止・軽減する

プロジェクトの概要	高齢化社会をプラスとしてとらえ、高齢者に地域の担い手として活躍してもらうことで、人口減少社会における人材不足を補うとともに、地域社会で活躍することで、高齢者自身の健康づくりや介護予防にもつなげるなど、健康長寿の実現や、自分の能力を発揮できる地域づくりを進めます。 また、医療や介護が必要となっても、将来にわたり安心して住み慣れた地域で暮らし続け、人生の最期まで在宅で療養できる体制づくりを推進します。						
重要業績評価指標（KPI）	◎健康寿命の延伸 〔健康寿命〕 日常生活動作が自立している期間 平成24年度						

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等
		H27	H28	H29	H30	H31		
レイカディア大学開催事業 高齢者の社会参加に対する意欲の高まりに応え、新しい知識と教養を身につけるための学習機会を提供することで、社会参加を促すとともに地域の担い手を養成する。	レイカディア大学受講者 1,720人 (H28～H31累計)		レイカディア大学による高齢者の学習機会の提供				29,568	医療福祉推進課
			受講者430人	受講者430人	受講者430人	受講者430人		
高齢者が支える高齢者の生活支援と介護予防事業 元気な高齢者をそのサービス提供主体の一つとして養成するとともに、自らの介護予防にもつながる対策を一体的に実施する。	高齢者の生活基盤を支えるための市町の生活支援コーディネーターの育成 150人 (H27～H31累計)	コーディネーター等の育成					4,631	医療福祉推進課
		コーディネーター養成講座 1回 サポートリーダー養成講座 3会場	コーディネーター養成講座 1回 コーディネーターフォローアップ講座 1回 サポートリーダー養成講座 3会場	コーディネーター数 50人(累計)	コーディネーター養成講座 1回 コーディネーターフォローアップ講座 2回	コーディネーター養成講座 1回 コーディネーターフォローアップ講座 2回		
「滋賀らしいCCRC」の検討 「滋賀らしいCCRC」について、産・官・学・民の協働による検討体制を立ち上げ、その目指すべき方向性や姿などについてとりまとめた結果を踏まえ、県施策への反映について検討する。	「滋賀らしいCCRC」の目指すべき方向性や姿を示す。		「滋賀らしいCCRC」の検討 取組の推進				0	企画調整課
			「滋賀らしいCCRC」の目指すべき方向性や姿、実現可能性などについて検討	次期基本構想策定に向けた「健康長寿・生涯活躍」の施策の方向性の検討	次期基本構想策定に向けた「健康長寿・生涯活躍」の施策の方向性の反映			

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等
		H27	H28	H29	H30	H31		
「障害高齢者」支援研究事業 支援現場における障害高齢者への支援方策の調査・研究を実施し、障害高齢者に対する最適な支援の実現を図る。	障害高齢者支援のモデル的取組の実践	現状分析・具体的取組方策研究	新たな取組の開発					障害福祉課
		研究班による研究モデル事業の検討	研究結果を踏まえたモデル的取組の展開					
ひとつながりの共生社会づくり 地域の支え合いによる共助の取組を活性化し、地域福祉の推進を図るため、地域の様々な組織や団体に対する課題の解決に向けた仕組みづくりを支援する。	県内市町の地域福祉計画の策定または改定 12自治体（H28～H31累計）		地域福祉計画の策定または改定				0	健康福祉政策課
			7自治体 （内訳） 改定 7自治体	2自治体 （内訳） 改定 2自治体	2自治体 （内訳） 改定 2自治体	1自治体 （内訳） 改定 1自治体		
しがのNPO・協働情報発信「プラットフォーム」事業 多様な主体による協働を推進するため、情報共有化・情報交換のシステムや、政策形成段階における協働を推進するための仕組みの構築等を行う。	協働プラットフォームの開催、協働提案制度の実施、ポータルサイト「協働ネットしが」の再構築		しがのNPO・協働情報発信「プラットフォーム」事業の実施				1,235	県民活動生活課 県民活動・協働推進室
			・協働プラットフォームの開催 ・協働提案制度の実施 ・ポータルサイト「協働ネットしが」の再構築	・協働プラットフォームの開催 ・協働提案制度の実施 ・ポータルサイト「協働ネットしが」の運用	・協働プラットフォームの開催 ・協働提案制度の実施 ・ポータルサイト「協働ネットしが」の運用	・協働プラットフォームの開催 ・協働提案制度の実施 ・ポータルサイト「協働ネットしが」の運用		
誰もが活躍できるNPO活動活性化事業 NPO活動の活性化を図り、若者や女性、高齢者、障害者、外国人など誰もが活躍できる場を広げ、「全員参加型社会」を実現するため、「県民協働の推進に関する研究会」を設置し、NPOをはじめとする多様な主体の協働の取組の促進などについて検討する。	NPOをはじめとする多様な主体の協働の取組の促進や中間支援組織の育成・強化についての検討、施策提案とその事業展開	研究会による施策の検討	多様な主体の協働の取組の促進、中間支援組織の育成・強化				0	県民活動生活課 県民活動・協働推進室
		研究会の開催 5回 施策の方向性の決定	研究会の検討結果に基づく事業の実施					

87

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等
		H27	H28	H29	H30	H31		
共生社会づくり推進事業 障害の有無にかかわらず安心して暮らせる「共生社会」の実現に向け、障害福祉関係者のみならず、企業や県民が共に考え・行動する方策の検討や地域における共生社会づくりに向けた機運の醸成を図る。	障害のある人もない人も相互に人格と個性を尊重し合いながら共生する社会の実現を目指した方策検討と啓発、人材育成	有識者による方策・仕組みの検討					0	障害福祉課
		検討会 3回	検討結果に基づく取組の実施					
		啓発、人材育成	県条例に関する検討					
		連続講座 3回 シンポジウム 1回	検討会議 4回					
		障害者差別解消法の施行						
		職員対応要領の検討・作成	障害者差別解消法の円滑な施行					
社会的成果(インパクト)評価普及促進事業 人材、資金等の資源を民間公益活動に呼び込むため、NPOと協働し活動の成果を可視化する「社会的成果(インパクト)評価」の普及を図る。	社会的インパクト評価の実施、成果の発信、定着のための普及促進				社会的成果(インパクト)評価普及促進事業の実施		230	県民活動生活課 県民活動・協働推進室
				社会的インパクト評価の実施、成果の発信および普及促進	社会的インパクト評価の実施、成果の発信および普及促進			
健康寿命延伸プロジェクト 全ての県民の健康を支える環境を整備するため、健康づくりに取り組む企業、団体等を把握、健康情報を県民へ発信するとともに、食生活の課題解決に向け、野菜一皿キャンペーンを実施する。	健康情報の見える化と有効活用	滋質の健康・栄養マップ調査					11,849	健康寿命推進課 医療保険課
		調査企画検討会、県民への健康状況や食事状況等の調査、分析						
		健康データの集約・分析と見える化の推進						
		検討会の開催 リーフレットの作成配布・HP掲載	データの更新、滋質の栄養マップ調査結果の追加	データの分析・評価・活用、健康情報データ更新 年1回、HP掲載 年1回、健康寿命の要因分析	データの分析・評価・活用、健康情報データ更新 年1回、HP掲載 年1回、健康寿命の要因分析	データの分析・評価・活用、健康情報データ更新 年1回、HP掲載 年1回		

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等	
		H27	H28	H29	H30	H31			
健康寿命延伸プロジェクト	健康づくりに取り組む企 業、団体等の数 H26 1,096団体→ H30 1,300団体	企業、団体等における健康づくりの取組推進						健康寿命推進課	
		1,150団体	1,200団体	1,250団体	1,300団体				
		健康資源の発掘、表彰、発信							
		優れた取組の表彰 健康資源の情報発信	優れた取組の表彰 健康資源の情報発信	優れた取組の表彰 健康資源の情報発信	優れた取組の表彰 健康資源の情報発信				
	生涯にわたる県民の健康づ くりの支援			地域保健と職域保健の連携推進			1,844	健康寿命推進課	
				地域職域連携推進 会議の開催 (年2回)	地域職域連携推進 会議の開催 (年2回)	地域職域連携推進 会議の開催 (年2回)			
	野菜摂取量の増加 野菜一皿キャンペーン(量 販店での野菜料理の展示と レシピ配布) 19回(毎年)	量販店でのキャンペーンの実施						健康寿命推進課	
		野菜一皿キャン ペーン 19回	野菜一皿キャン ペーン 19回	野菜一皿キャン ペーン 19回	野菜一皿キャン ペーン 19回				
	特定健康診査受診率 の向上 70%(H29) ※H29の受診率が判明する のがH30評価時点となる。	特定健診・特定保 健指導事業実施率 向上対策の実施	H28以降は「医療保険者保健事業推進事業」に事業を記載						医療保険課
		実施率向上のため の実態把握、検 討、啓発等							
市町や施設におけるフッ化 物洗口の普及		推進体制の整備					723	健康寿命推進課	
		情報交換会の開催 啓発の実施	情報交換会の開催 啓発の実施	情報交換会の開催 啓発の実施	保健所管内におけ る情報共有				
		市町支援の実施							
		実施検討会、職員 研修会、保護者研 修会等の開催支援	実施検討会、職員 研修会、保護者研 修会等の開催支援	実施検討会、職員 研修会、保護者研 修会等の開催支援	実施検討会、職員 研修会、保護者研 修会等の開催支援				

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等
		H27	H28	H29	H30	H31		
フッ素でむし歯ゼロ作戦 県内すべての市町でフッ化物洗口が開始され、ひいてはむし歯の地域格差および個人格差の解消することを実現するため、市町が実施するフッ化物洗口事業開始にかかる支援を行う。	市町や施設におけるフッ化物洗口の普及	推進体制の整備 マニュアル作成 検討会、情報交換会の開催 啓発の実施 市町支援の実施 実施検討会、職員研修会、保護者研修会等の開催支援	H28以降は「健康寿命延伸プロジェクト」に事業を統合し、目標に向けた取り組みを行う。					健康寿命推進課
みんなでつくる「健康しが」事業 「健康いきいき21ー健康しが推進プランー」では、「健康なひとづくり」と「健康なまちづくり」により健康寿命の延伸を図ることとしている。 本事業では、企業・大学・地域団体・自治体などが連携し、県民の健康づくりに資する活動の創出を推進するとともに、滋賀県の自然等観光資源と食や運動の体験の要素を組み合わせ、「健康しが」ツーリズムの資源を発掘し、一元的に情報発信する。	県民の健康意識の醸成・取組の推進 健康に関する取組や資源の一元的な発信 企業・団体等の連携・協働推進				県民の健康意識の醸成・主体的な取組の推進 県民意識調査 健康しが共創会議 健康しが機運醸成イベント 健康しがポータルサイトの開設	健康しが共創会議 健康しが機運醸成イベント 健康しがポータルサイトの運用 健康しがツーリズム資源発掘・情報発信	15,100	健康寿命推進課
きづいてつなぐ20歳からの健康づくり事業 「健康いきいき21ー健康しが推進プランー」に基づき、受動喫煙防止対策の周知徹底を図るとともに「口の健康」を切り口とし若い世代の望ましい生活習慣への導きを専門職によるキャラバン隊の派遣により実施する。	若い世代に対して自らの健康状態にきづきを与え、望ましい生活習慣への実践につなぐ。また大学、関係団体等と受動喫煙対策に取り組むことで健康なまちづくりを目指す。					受動喫煙対策の推進と、若い世代への健康増進の促進 ・受動喫煙防止対策周知啓発 ・「受動喫煙のない社会促進会議」の開催 ・就活、マタニティフェアを活用したキャラバン隊派遣	6,000	健康寿命推進課
国保保健事業の推進 平成30年度の国民健康保険の都道府県化に向けて、保健事業の目標や評価指標、市町との共同事業や県全体の保健事業の推進のための方針を示すことにより、県全体の保健事業を効果的かつ効率的に推進する。	県保健事業実施計画の策定、推進	県保健事業実施計画の策定、推進					10,776	医療保険課
		検討・策定	計画策定	計画推進	計画推進			

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 (千円)	担当課等
		H27	H28	H29	H30	H31		
医療保険者保健事業推進事業 特定健診の受診率の向上および被保険者の健康意識の向上を図るため、受けやすい健診の仕組みづくりおよび親しみやすいキャラクターを効果的に活用した啓発を行う。	特定健康診査受診率の向上 70%(H29) ※H29の受診率が判明するのがH30評価時点となる。		特定健診・特定保健指導事業実施率向上対策の実施				1,281	医療保険課
			実施率向上のための実態把握、検討、啓発等	特定健康診査受診率70% 治療中患者情報の提供等既存事業の強化	特定健康診査受診率70%以上(2023年目標)に向け引き続き取り組む			
介護予防活動支援事業 新しい介護予防事業として老人クラブ等の活動が活用されるよう自主的な予防活動のノウハウを習得への支援を行う。	老人クラブの介護予防活動支援 42団体（毎年）		老人クラブの介護予防活動支援				7,000	医療福祉推進課
			介護予防に資する活動を行う老人クラブの支援 42団体	介護予防に資する活動を行う老人クラブの支援 42団体	介護予防に資する活動を行う老人クラブの支援 42団体	介護予防に資する活動を行う老人クラブの支援 42団体		
県民主導介護予防地域づくり促進事業 可能な限り介護が必要とならないよう、また介護が必要となっても住み慣れた地域で暮らし続けられるよう、市町が実施する介護予防事業における人材育成や仕組みづくりを行う。	専門職を活用した介護予防の取組を進める市町の数 19市町: (H31)		市町の介護予防事業における人材育成や仕組みづくりの支援				1,962	医療福祉推進課
			介護予防を推進する市町の実施状況の把握 市町職員に向けた研修会・情報交換会の実施	介護予防を推進する市町の実施状況の把握 市町職員に向けた研修会・情報交換会の実施 専門職を活用した介護予防の取組を進める市町の数 19（市町）	介護予防を推進する市町の実施状況の把握 市町職員に向けた研修会・情報交換会の実施 専門職を活用した介護予防の取組を進める市町の数 19（市町）	介護予防を推進する市町の実施状況の把握 市町職員に向けた研修会・情報交換会の実施 専門職を活用した介護予防の取組を進める市町の数 19（市町）		
「自らの健康づくりを先進的に支える」情報提供事業 健康情報提供事業で作成してきた有用な健康情報の活用により健康づくりの実践につなげるとともに、新たに国内外の先進的な情報の収集・分析・発信を行い、「自らの健康づくりを先進的に支える」仕組みを構築する。	「自らの健康づくりを先進的に支える」仕組み構築検討委員会の設置・検討および評価の実施 「自らの健康づくり」支援モデル事業の実施 6か所(H27～H29累計)	検討委員会の設置・検討		H29以降は事業廃止（通常業務内で対応）				総合病院
		検討委員会 3回	検討委員会 3回					
		モデル事業の実施						
		2か所	4か所					

事業概要	事業目標	年次計画					当初予算 （千円）	担当課等
		H27	H28	H29	H30	H31		
滋賀らしい健康創生プロジェクト 後期高齢者数がピークを迎える2025年に向け、滋賀らしい健康創生に取り組むことにより、こころと身体が健康ないわゆる「望ましい健康」を創ることを目指す。 その為に、病院から医学的知見を踏まえたアプローチで「望ましい健康」を提案する。	健康増進を目的とした高齢者の生活環境整備とこころの健康創生の実践による疾病・介護予防の促進。 健康寿命延伸 H27 男性79.94歳 女性83.80歳 → H31 男性80.13歳 女性84.62歳			健康寿命延伸 健康寿命 男性80.04歳 女性84.21歳	H30以降は事業廃止			病院事業庁 経営管理課
がん対策強化事業 「滋賀県がん対策推進計画」および「滋賀県がん対策推進条例」に基づき、がんによる死亡者の減少（75歳未満の年齢調整死亡率の20%減少）等を目指しがん対策を強力に推進する。	がんによる死亡者の減少を図る（H18～H28の10年で2割減） がんによる死亡者の割合（75歳未満の年齢調整死亡率の減少人口10万対） 63.6（H28） ※H28の受診率が判明するのがH30評価時点となる。	がんによる死亡者の割合					8,593	健康寿命推進課
		69.3（H25）	67.4（H26）	65.5（H27）	63.6（H28）	63.6（H29）		
	個別受診勧奨の実施によるがん検診受診率の向上	個別受診勧奨の実施市町と受診率						
	各がん検診受診率50%	10市町	15市町	19市町	19市町 各がん検診受診率50%	19市町 各がん検診受診率50%		
生活習慣病予防戦略推進事業 県および圏域ごとに糖尿病の予防と重症化予防のための医療連携体制の構築を図るとともに、糖尿病療養指導士等を活用し、糖尿病の正しい知識と技術の普及・啓発を推進する。	滋賀糖尿病療養指導士を活用した研修会等の実施	滋賀糖尿病療養指導士の活用促進					4,259	健康寿命推進課
		研修等の開催 3回	研修等の開催 4回	研修等の開催 5回	研修等の開催 5回	研修等の開催 5回		
がん計画推進事業 「滋賀県がん対策推進計画」に基づき、がん診療連携拠点病院等の機能強化等を行う。	がん診療拠点病院への支援による機能強化	拠点病院の機能強化					78,160	健康寿命推進課
			拠点病院への支援	拠点病院への支援	拠点病院への支援	拠点病院への支援		
がん在宅医療支援体制整備事業 がん診断・治療機器等の整備を行うとともに、がん医療にかかる人材育成のための教育・研修を行う。	がんの早期発見・早期治療による在宅医療への移行	がんによる死亡者の割合（75歳未満の年齢調整死亡率の減少 人口10万対）					16,760	健康寿命推進課
			67.4（H26）	65.5（H27）	63.6（H28）	63.6（H29）		