

令和元年度 近江の地場産業および近江の地場製品の振興に関する施策の実施状況について

★基本指針の体系

- 基本目標**
- 県民の近江の地場産業および近江の地場製品についての理解が進み、生活の中で日常的に地場産品を購入・使用している。
 - 全国や海外へのPRが進み、一部の地場産品については継続的な取引が行われるとともに、「近江の地場産品」として消費者の認知度が向上している。
 - 県内外の人々が地場産業等の生産の現場に触れる機会が増え、新たに地場産業等に携わりたいと希望する人が増加している。

施策の内容

		事業数	通番
(1) 近江の地場産品の需要拡大のための、新商品の開発に対する支援、情報の提供、新たな販路の開拓の促進等	ア 近江の地場産品のPRイベントや地産地消を推進するキャンペーンの実施、近江の地場産業事業者等のPR活動に対する支援	16	1~16
	イ 首都圏情報発信拠点等を活用したPRイベントの開催等、首都圏における近江の地場産業事業者等の販路開拓等取組支援	11	17~27
	ウ 近江の地場産業事業者等の海外展開戦略に係る取組支援	5	28~32
	エ 近江の地場産業事業者等に対する技術提供や共同研究、商品開発等の取組支援	11	33~43
	オ 情報発信ツールやインターネット等を活用した産地情報や産品情報のPR	8	44~51
(2) 近江の地場産業事業者等の経営基盤強化のための、経営改善および合理化、資金の供給の円滑化等	ア 近江の地場産業事業者等の経営改善および合理化推進のための支援	4	52~55
	イ 近江の地場産業事業者等に対する、金融機関と協調した長期・低利の融資の活用促進	2	56~57
(3) 新商品開発等に係る調査研究、多様な分野における事業展開の促進	ア 公設試験研究機関を中心として、高度化、多様化するニーズに対応した新商品開発のための調査研究の推進	10	58~67
	イ 新ビジネスの創造に向けた異分野・異業種の連携による商品開発等の促進	2	68~69
(4) 担い手となる人材の確保、育成・資質向上に対する支援、優れた技術等の継承の推進等	ア 担い手となる人材の確保のための情報提供	4	70~73
	イ 後継者育成や技術継承のための取組の実施および支援	9	74~82
	ウ 未来の後継者確保に向けた小中学生等の地場産業等にふれる機会の提供	1	83
(5) 近江の地場産業および近江の地場産品に対する関心および理解を深めるための、普及啓発、多様な学習機会の提供等	ア 地場産業等への関心を高め、理解を促進するPRイベント等の実施	8	84~91
	イ 小中学生等が地場産業等にふれ、理解を深める機会の提供	5	92~96
(6) 近江の地場産業および近江の地場産品に関する実態についての定期的な調査および分析	ア 近江の地場産業および近江の地場産品の実態について概ね5年を目安として調査を実施	1	97

令和元年度 近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する施策の実施状況

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	達成度% 令和元年度 の実績値 (目標値)	令和2年度の 実績値 (目標値)	令和3年度の 実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】	備考			
(1) 近江の地場産品の需要拡大のための、新商品の開発に対する支援、情報の提供、新たな販路の開拓の促進等														
ア 近江の地場産品のPRイベントや地産地消を推進するキャンペーンの実施、近江の地場産業事業者等のPR活動に対する支援(16事業)														
1		① 関西圏「ココール」販路開拓事業	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「ココールショップ」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。	○「ココールショップ」登録要綱を策定し、登録申請を募り、令和2年3月末時点で、県内10店舗、県外1店舗の11店舗の登録をいただいた。			92%					498	商工政策課	-
				協力店舗等の数(県内10店舗、県外2店舗)	-	-	11店舗(12店舗)	-	-		12店舗【R01年度】			
2		伝統的工芸品月間等参加事業	伝統的工芸品産業の振興を図るため、(一財)伝統的工芸品産業振興協会が実施する伝統的工芸品月間事業と全国伝統的工芸品展に参加する。	○伝統的工芸品月間事業 出展者：信楽焼 開催期間：11月3日(日)～5日(火) ○全国伝統的工芸品展(予定) 開催期間：2月20日(木)～25日(火) 開催場所：東武百貨店池袋8F 出展者：近江上布、信楽焼 和ろうそく、ろくろ工芸品、再興湖東焼								2,632	モノづくり振興課	19
				-	-	-	-	-	-		【】			
3		① 滋賀県伝統的工芸品販売促進支援事業	県内およびここ滋賀にて伝統的工芸品の販売会を実施することで、事業者の新規顧客獲得・販路の拡大をしていくために必要な、消費者の動向や市場のニーズを把握する。	首都圏および県内で、県内伝統的工芸品の販売を実施。 ・ここ滋賀 会期：10月11日(金)～10月14日(月・祝) 場所：ここ滋賀1階イベントスペース 出展者：いぶし鬼瓦、高島扇骨、近江真綿、木珠(高級木製数珠玉)、近江上布、(再興)湖東焼、ろくろ工芸品、信楽焼 ・県内 会期：11月22日(金)～11月24日(日) 場所：近鉄百貨店草津店5階 出展者：近江上布、高島扇骨、ろくろ工芸品			83%					1,201	モノづくり振興課	-
				催事を通して消費者のニーズをつかんだと感じた事業者の割合	-	-	66%(80%)	0	0		【】			

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	令和元年度 の実績値 (目標値)	令和2年度の 実績値 (目標値)	令和3年度の 実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】	備考			
4	創	滋賀の地域産業成長 戦略支援事業	地場産業組合等が実施する ブランド力の向上、後継者 育成、海外展開や販路拡大 等の戦略的、持続的な取組 に支援する。	○地場産業組合等海外展開戦略等支援補助金 国内外の販路開拓や後継者育成に対し助成。 11組合18事業を遂行。 ○地場産業組合等指導支援補助金 滋賀県中小企業団体中央会が地場産業の振興を 目的にして行う新事業創出のための啓発活動や指 導事業等に対して助成した。 ・地場産業等地域デザイン創造研究会の開催 ・地域団体商標検討会議等の開催 ・地場産業等の認知度向上の情報発信支援 等				・滋賀の地域産業成長戦略支援事業については1／ 2の補助率であるが、零細な組合にとっては、1／ 2の自己負担を負担することが困難なところもあ る。 ・各組合が希望する補助内容は多岐にわたることか ら、組合だけではなく事業者の要望に直接対応でき る支援の充実を検討する必要がある。 ・より効果的に実施できるよう、内容や発信方法に ついて絶えず改善を続ける必要がある。 ・継続的、定期的に事業を実施することが認知度向 上には重要である。 ・近江の地場産業および近江の地場産品の実態につ いて概ね5年を目安として調査を実施する。				23,655	モノづくり振興課	30 74 97
				達成度% 117%	新商品開発等 ブランド強化 に取り組んだ 組合数	15組合 (10組合)	16組合 (12組合)	14組合 (12組合)	-	-	14組合 【R01年度】			
5	新創	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	NHK連続テレビ小説「ス カーレット」の放映をきっ かけとして観光に訪れた方 等に対して信楽焼の魅力 を発信し、陶芸の森への誘客 につなげるとともに、信楽 焼の購買、認知度の向上を 図る。	○陶芸の森において女性陶芸家の作品展示やトー クショー、子どもを対象にした作陶体験教室の開 催				○「スカーレット」放映の効果を活かし、盛り上が りが継続していくよう、引き続き信楽焼の魅力発信 に取り組む。				2,400	モノづくり振興課	-
				-	-	-	-	-	-	-	【】			
6	新	近江の地酒文化普及 事業	近江の地酒の魅力を県内外 に発信し、県内にあっては 県産日本酒への愛着と誇り を醸成するとともに、県内 外での需要と消費の拡大を 図る。	○滋賀県酒造組合の滋賀地酒の祭典in東京開催支 援(補助金)。9月16日開催。首都圏の酒販店・飲 食店向けの商談会と一般参加の2部制で開催。 ○近江の地酒もてなし普及促進協議会運営。8月 と10月の2回開催。 ○地酒講座を開催 ・10月(参加者数:40名)・ 11月(参加者数:50名)				「近江の地酒」に対する愛着を高め、おもてなしを することで海外を見据えた需要の掘り起こしや新た なファン獲得。 ① 近江の地酒に関する魅力(文化・歴史)を発信 し、近江の地酒に対する愛着を高める(機運醸 成)。 ② 近江の地酒の情報発信ツールの制作。 ③ 「1万人で乾杯プロジェクト」を実施(オンライ ン開催予定)する。				2,721	観光振興局	85
				達成度% 95%	・「首都圏で の商談会(仮 称)」来場者 数(1,100人) ・地酒講座3 講座実施	-	-	・1,050人 ・3回 (2回)	-	-	【10000人】			

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	達成度%	令和2年度 の実績値 (目標値)	令和3年度 の実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】	備考			
							令和元年度 の実績値 (目標値)							
7	新創	スカーレット放映を活かした滋賀の魅力発信事業	NHK連続テレビ小説「スカーレット」の放映を好機として、ドラマに関連付ける県内各地の魅力を全国に発信し、認知度・魅力度の向上を図るとともに、効果を県内全域に広く波及させ、誘客促進や県産品の振興を図る。	<ul style="list-style-type: none"> ○各種媒体での情報発信 ・「ほっと滋賀色」キャンペーンロゴを活用。【累計39件】食品類20、信楽焼3、布製品4、広告物10、サービス2 ・特設サイトを開設 ・キャンペーンポスターB1、1,000枚、ガイドブック50,000部 ・メディアキャラバン隊を実施（京都、大阪、名古屋） ・東京での情報発信（9/12、13で実施）1500人にPR ○商品開発支援 販売促進グッズとして「のぼり」「ミニのぼり」「布製バナー」「ポスターミニパネル」を作成。【設置箇所66施設】駅1、道の駅6、SA・PA19、港1、レンタカー9、宿泊施設10、店舗20 				<ul style="list-style-type: none"> ◎販売促進グッズにはドラマタイトルロゴが入っているため、使用期間は放送終了1年後の2021年3月28日までとなるが、それまでの間は継続して使用可能。 				18,068	観光振興局	-
				-	-	-	-	-	-	-	-			
				-	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	[-]			
8	拡	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『滋賀めし』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。	<ul style="list-style-type: none"> ○メニュー開発 ・春、夏メニューを4大学で開発中。 ○メニューフェアの実施 ・夏（8/1～8/31）、冬（11/15～12/22）にフェアを開催し、各フェア30店舗が参加。 ○メニューコンテストの実施 ・1/26 最終選考会・応募数105レシピ ○民間企業との連携 ・平和堂で惣菜提供（びわこの日）、村田製作所の社員食堂で提供など 				<ul style="list-style-type: none"> ○「肉食」「中食」「外食」と様々なシーンで『滋賀めし』普及を推進するため、引き続きメニューフェアやコンテストを通じて『滋賀めし』を推進する。 				9,180	食のブランド推進課	24
				「滋賀めし」提供・協力事業者数（累計）	-	-	140%	-	-	10事業者【R01年度】	-			
				-	(-)	(-)	14事業者（10事業者）	(-)	(-)					
9	新創	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」キャンペーン推進店への登録の呼びかけ、情報発信等を行う。併せて、生産者と推進店の連携をより強化するための交流会を開催する。また、滋賀の食材のブランドイメージの向上、地産地消の推進を図るため、滋賀の「食材」の魅力・特徴や購入できる場所等の情報について、インターネットでタイムリーに発信する。	<ul style="list-style-type: none"> ○「おいしがうれしが」キャンペーン推進店の登録の推進 ・キャンペーン推進店 1,865店舗 ・キャンペーンサポーター 413店舗 ○推進店に対するPR資料および情報提供の推進 ○マッチング交流会の開催 ・マッチング交流会の開催（2/17）41事業者 ○消費者への県産食材の魅力発信の強化 ・SNSにより生産者等の情報を発信 				<ul style="list-style-type: none"> ○県外で滋賀県産食材を取り扱う業者も含め、推進店の登録を推進し、県産食材の内外への発信を促進する。 ○登録事業者の活性化を推進する取組を検討する。 				4,441	食のブランド推進課	87
				「おいしがうれしが」キャンペーン県内登録店舗数（累計）	1,454店舗（1,440店舗）	1,511店舗（1,500店舗）	102%	-	-	1,600店舗【R02年度】	総合戦略事業			
				-			1,578店舗（1,550店舗）	(1,600店舗)	(-)					

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲		
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	令和元年度 の実績値 (目標値)	令和2年度の 実績値 (目標値)	令和3年度の 実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】	備考					
					達成度%											
10		もっと食べよう「近江米」！県民運動推進事業	関係機関・団体等と幅広く連携し、近江米の消費拡大に向けた県民運動の展開および外食等での近江米利用促進等に取り組むことにより、消費減退を食い止めるとともに、近江米の根強いファンを確保する。	○県内での近江米の消費拡大を推進 ・県民への啓発活動 イベント等7回開催 ・県内7大学の学祭で近江米PR ・近江米エピソード応募(累計) 1,738人 ・ダンスコンテスト応募10組	124%	近江米に関するエピソード応募者数(累計)	- (-)	1,002人 (700人)	1,738人 (1,400人)	- (2,000人)	- (-)	2,000人 【R02年度】	H30から新たな目標を設定	4,700	食のブランド推進課	88
11	創	近江牛魅力発信事業	国際的な視点に立ち、訪日外国人向けに近江牛の魅力発信し、近江牛のブランド価値の向上とインバウンドによる消費拡大を図る。	○訪日外国人向け旅行予約サイト(中国、アメリカ合衆国)への近江牛特集とバナーを掲載(R2.1.2~2.29)	95%	近江牛の指定店舗数(累計)	307店舗 (282店舗)	296店舗 (315店舗)	303店舗 (320店舗)	- (-)	- (-)	320店舗 【R01年度】	基本構想	3,900	畜産課	89
12	新	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、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。	1. 京都や首都圏での近江牛の広告掲載を実施 2. 近江牛の魅力を発信する取組への補助 販売店マップやPRシール、周知ポスターの作成など、近江牛販売店等関連企業の活性化につながる取組支援を実施。	95%	近江牛の指定店舗数(累計)	307店舗 (282店舗)	296店舗 (315店舗)	303店舗 (320店舗)	- (-)	- (-)	- 【R03年度】		3,051	畜産課	90
13	創	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。	・湖魚に関する情報収集と地域からの情報発信力向上のためのネットワーク構築の支援。 ・びわ湖のめぐみに関する情報発信。 ・学校給食への湖魚食材の提供(約8万食)と湖魚を学ぶ講座を実施。	118%	びわ湖産魚介類を活用する事業者数	191 (150)	220 (180)	235 (200)	- (200)	- (0)	200 【令和2年度】		15,175	水産課	50 94

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲	
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	令和元年度 の実績値 (目標値)	達成度%	令和2年度の 実績値 (目標値)	令和3年度の 実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】				備考
14	水産物流通促進対策事業	滋賀県水産加工業協同組合が実施する湖魚の普及宣伝活動に対して支援する。	滋賀県水産加工業協同組合が令和2年2月5日に開催する「滋賀県水産物加工品品評会」等琵琶湖の魚介類の普及宣伝活動に対して支援を行う。	-	-	-	-	-	-	-	-	500	水産課	43 51	
				-	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	【】				-
				<p>【課題】琵琶湖の魚介類のおいしさを、広く周知するとともにイメージの向上と定着を図るため、継続的な取組が必要。</p> <p>【今後の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・滋賀県水産物加工品品評会の継続的な開催 ・琵琶湖の魚介類のPR及び情報提供 											
15	しがの水産物流通拡大対策事業	「びわサーモン」の特徴を広く周知するとともに、イメージの向上と定着を図るため、PR活動や新たなメニュー開発などを実施。	<ul style="list-style-type: none"> ・地元料理店、料理人等との連携による新たなびわサーモンのメニュー開発および提供。 ・消費者に向けたびわサーモンの情報発信。 	-	-	-	-	-	-	-	-	200	水産課	-	
				-	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	【】				-
				<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「びわサーモン」のブランド定着を図るためには、その特徴を広く周知するとともに、イメージの向上と定着を図るための継続的な取組が必要。 <p>【今後の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新たなびわサーモンのメニュー開発および提供。 ・消費者に向けたびわサーモンの情報発信。 											
16	滋賀のくすり振興対策事業	「滋賀のくすり」のイメージアップを図り、販路を拡大するための啓発活動に対して支援する。	○(一社) 滋賀県農業協会が行った滋賀のくすり販売促進活動事業を支援した。(補助金)	-	-	-	-	-	-	-	-	500	業務課	-	
				-	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	【】				-
				○「滋賀のくすり」の販売を促進するために、啓発資材の作成やミニくすり展の開催は有用であるため、引き続き事業を支援する必要がある。											
イ 首都圏情報発信拠点等を活用したPRイベントの開催等、首都圏における近江の地場産業事業者等の販路開拓等取組支援(11事業)															
17	創 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。	<p>○「ここ滋賀」来館者数(H31.4~R2.4) 440,229人 達成率97.8% (目標値: 450,000人) であり、商品を入れ替えながら、約1,000点の県産品を展示・販売。多くの方に滋賀の地場産品等を見て、触れて、購入いただいている。</p> <p>○市町、事業者、団体等による多様な企画催事を実施。今年度は計153回、延べ486日開催し、地場産品のPRにも活用しているところ。</p> <p>○「ここ滋賀」外への取組として、ここ滋賀の商品等を首都圏の百貨店やスーパー等に売り込む事業も展開している。</p>	-	-	-	-	98%	-	-	-	207,252	観光振興局	-	
				-	272,285 (187500人)	52.5万人 (40.5万人)	440,229 (45万人)	-	-	45万人 【R03年度】	-				
				○今後も滋賀の魅力を見て、触れて、食べることができる体感型の発信を行い、滋賀への誘引につなげる他、「ここ滋賀」外での販路拡大などを継続して行い、更なる魅力発信に取り組む必要がある。											

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	令和元年度 の実績値 (目標値)	達成度%	令和2年度の 実績値 (目標値)	令和3年度の 実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】			
18		創 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。	○「ここ滋賀」と連携した「新春を彩るココクール体感フェア」を令和2年1月11日(土)～13日(月・祝)にて開催。 ○「ココクール」公式ウェブサイトではホームページの改修およびSNS広告等を活用した情報発信を実施。 ○2018年度選定商品・サービスを中心としたプロモーション動画の製作(11月末完成→12月中旬公式ウェブサイトへ掲載)				○引き続き、認知度向上、販路開拓、滋賀への誘客促進に努めることと併せて、今後のココクール事業のあり方について検討を行う。				6,610	商工政策課	46
				「ココクール」ウェブサイトのPV数(累計)	39,391PV (36,000PV)	96,269PV (85,000PV)	224,201PV (150,000PV)	149%	- (-)	- (-)	150,000PV 【R01年度】			
19		伝統的工芸品月間等参加事業(再掲)	伝統的工芸品産業の振興を図るため、(一財)伝統的工芸品産業振興協会が実施する伝統的工芸品月間事業と全国伝統的工芸品展に参加する。	○伝統的工芸品月間事業 出展者：信楽焼 開催期間：11月3日(日)～5日(火) ○全国伝統的工芸品展(予定) 開催期間：2月20日(木)～25日(火) 開催場所：東武百貨店池袋8F 出展者：近江上布、信楽焼 和ろうそく、ろくろ工芸品、再興湖東焼				引き続き、伝統的工芸品月間事業等へ参加し、県内伝統的工芸品のPRに努める。				(再掲)	モノづくり振興課	2
				-	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- 【 】				
20		新創 滋賀県伝統的工芸品販路開拓支援事業	日本最大の国際見本市である「東京国際ギフトショー」へ滋賀県としてブースを出展することで、新規顧客の獲得や販路の拡大を通して、県内伝統的工芸品製造事業者の経営基盤の強化を図り、事業承継に備える。	○第89回東京国際ギフトショー 春2020 第7回LIFE×DESIGN(予定) 開催期間：2月5日(水)～7日(金) 開催場所：東京ビッグサイト 青海展示棟 出展者：八幡丸竹工芸品、木珠(高級木製数珠玉)、上丹生木彫、ろくろ工芸品				出展の効果をより高めるため、現状の出展支援に加え、販路開拓にかかる事前指導や事後指導を実施する必要がある。 令和2年度は新規事業「伝統的工芸品販路開拓コーディネート事業」で、年間を通じて事業者の商品開発や既存商品のブラッシュアップ、販促方法等、販路開拓にかかる支援を実施したうえで出展する。				2,040	モノづくり振興課	-
				東京国際ギフトショー会期中の1社当たりの商談件数	- (-)	- (-)	11件 (2件)	550%	- (-)	- (-)	- 【 】			
21		創 来て、見て、ふれ「メイド・イン滋賀」魅力発信・体感事業	情報発信拠点「ここ滋賀」等において、本県の地場産業や伝統的工芸品の魅力を消費者等に発信し、体感いただくことで、県産品の消費拡大や本県への来訪者の拡大を図る。	県指定伝統的工芸品6品目について映像制作を実施。 ○ここ滋賀や2k540で企画催事を開催。				作成した映像を「ここ滋賀」や催事等で放映することで、伝統的工芸品の周知・魅力発信に努める。 ○TEIBAN展やここ滋賀等での企画催事の実施により、効果的な地場産品等の魅力発信に努める。				4,181 (モノ： 2,289 中企： 1,892)	モノづくり振興課	47
				首都圏で実施する地場産業総合展への来場者数	21,700人 (2,000人)	9,650人 (2,200人)	9,323人 (2,400人)	388%	- (-)	- (-)	2,400人 【R01年度】			

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	令和元年度 の実績値 (目標値)	達成度%	令和2年度の 実績値 (目標値)	令和3年度の 実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】			
22		新 環境こだわり農産物 流通拡大事業	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する。	異常気象等による水稻の作柄の悪化により、水稻全体の集荷量が前年を下回ったことで、流通事業者に対する新規の取組提案が困難な状況となり、「環境こだわり米コシヒカリ」の取り扱いは限定的な量にとどまった。				関係団体と連携し、流通事業者に対する取り扱い拡大に向けた働きかけを強化する。「環境こだわり米コシヒカリ」の商品化に加え、PRの支援を行うことで、流通量の増加を図る。				1,575	食のブランド推進課	-
				環境こだわり米コシヒカリの作付面積	- (-)	- (-)	4,718ha (5,250ha)	90%	- (0)	- (0)	6,000ha以上 【R04年度】			
23		創 首都圏「滋賀の食 材」プロモーション・ 流通促進事業	首都圏のネットワーク店等を活用して滋賀の「食」の情報発信、販路拡大を強化することで「滋賀の食材」の認知度向上、消費拡大を図る。	<ul style="list-style-type: none"> ○首都圏メニューフェア <ul style="list-style-type: none"> ・メニューフェア<夏>：9/1～30実施。 (実施店舗) 東京・紀尾井町を中心に15店舗 (滋賀食材) 約10品目 (みずかがみ、近江牛、ピワマス、朝宮茶、杉谷なすびなど) ・メニューフェア<冬>：2/1～2/29 (実施店舗) 東京・紀尾井町を中心に16店舗 (滋賀食材) 約10品目 (みずかがみ、近江牛、朝宮茶、ヒウオ、忍ねぎなど) ○「滋賀の食材」産直マルシェin東京・青山：12/1実施。 (会場) 東京・青山、国際連合大学前庭広場 (販売商品) 滋賀の伝統野菜 (日野菜、赤丸かぶ、水口かんぴょうなど)、甲賀野菜 (忍ねぎ、トマトなど) 				イベントのみの一過性の取引とせず、継続した滋賀食材の利活用につなげるのが課題であり、引き続き、店舗および生産者へ必要な働きかけを行う。				14,550	食のブランド推進課	-
				首都圏における「おいしがうれしが」推進店登録店舗数(累計)	- (-)	- (-)	107店舗 (105店舗)	102%	- (-)	- (-)	105店舗 【R01年度】			
24		拡 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『滋賀めし』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。	<ul style="list-style-type: none"> ○メニュー開発 <ul style="list-style-type: none"> ・春、夏メニューを4大学で開発中。 ○メニューフェアの実施 <ul style="list-style-type: none"> ・夏 (8/1～8/31)、冬 (11/15～12/22) にフェアを開催し、各フェア30店舗が参加。 ○メニューコンテストの実施 <ul style="list-style-type: none"> ・1/26 最終選考会・応募数105レシピ ○民間企業との連携 <ul style="list-style-type: none"> ・平和堂で惣菜提供 (びわこの日)、村田製作所の社員食堂で提供など 				○「内食」「中食」「外食」と様々なシーンで『滋賀めし』普及を推進するため、引き続きメニューフェアやコンテストを通じて『滋賀めし』を推進する。				(再掲)	食のブランド推進課	8
				「滋賀めし」提供・協力事業者数(累計)	- (-)	- (-)	14事業者 (10事業者)	140%	- (0)	- (0)	10事業者 【R01年度】			

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	令和元年度 の実績値 (目標値)	達成度%	令和2年度の 実績値 (目標値)	令和3年度の 実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】			
25		① オーガニック米等販 路開拓事業	関係団体と連携し、まと まった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」等の販路開拓を進 める。	首都圏における販路開拓マネージャーの設置や オーガニックEXPOへの出展等を通じて販路開拓を 進めるとともに、統一デザインの米袋を用いた試 験販売も約半年間実施した。現在も流通網の整備 や新商品の開発に向けた検討を進めているところ。 108%				「オーガニック近江米」は、これまで産地単位で取 り扱ったことの無い新しい商品のため、生産・流 通・販売・消費の各段階で解決すべき様々な課題が あることから、関係者と連携・調整を進めつつ販路 開拓・流通拡大を進める。				6,250	食のブランド推進課	-
				オーガニッ ク農業(水 稲)作付面積 (ha)	- (-)	- (-)	291ha (270ha)	- (0)	- (0)	【 】				
26		② 「近江の茶」オーガ ニックブランド産地 育成事業	海外への市場開拓を進める とともに、消費者の安全・ 安心志向に応え、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 の取組を支援する。	○有機栽培技術の確立試験を茶業指導所にて実施 ○有機栽培の実証と有機栽培茶の品質評価をコン ソーシアムで実施 ○有機栽培茶の生産拡大に向けた研修会等の実施 (4回開催) 81%				○有機栽培茶についてはうま味が一般茶に比べて少 ないことから、高品質化技術の確立を行う。 ○有機栽培茶の製茶体制が整備されておらず、品質 低下等を招いていることから、有機栽培茶のための 製茶体制を構築する。				3,585	農業経営課	42 64
				「近江の茶」 輸出量(t)	- (-)	2.4t (6t)	6.5t (8t)	(10t)	- (-)	10 t 【R02年度】	-			
27		③ 近江米生産・流通ビ ジョン推進事業	新たな米政策の下、近江米 の需要拡大に向け策定され た「近江米生産・流通ビ ジョン」の実現に向け、近 江米振興協会や各産地が実 施する「みずかがみ」をは じめとする近江米の生産振 興の取組やPR活動を支援 する。	○令和元年度産米食味ランキングにおいて、「みず かがみ」と「コシヒカリ」での「特A」取得に向 け近江米振興協会が実施するプロジェクト活動等 を支援し、両品種ともに「特A」を取得した。 ○9JAに対し、生産者組織が行う品質や食味向上 のための技術研鑽活動を支援した。 ○JA等の2集荷業者に対し、一定の品質と食味を 満たすプレミアム米28トンの集荷を支援した。 ○ブランド確立と販売促進を図るため、近江米振 興協会が行うテレビCM(9月)の放映を支援し た。 99%				○平成30年産が不作となり、契約数量を下回る供給 量となったため、目標のシェアに達しなかった。 ○このため、気象変動に対応した米の生産安定に向 けた取組の強化と併せ、一層の需要拡大に向けた取 組が必要となっている。 ○今後、気象変動に対応する栽培管理の実践体制の 強化をはじめ、関係団体が行う「コシヒカリ」と 「みずかがみ」での「特A」の継続取得の取組やテ レビCM等のPR活動等の取組を支援する。 ○また、マーケットインの視点に立ち、引き合いの 強い品種を中心に、播種前契約や複数年契約を関係 団体と連携のもと進めるなど、安定した取引による 近江米のシェア拡大を図る。				21,915	食のブランド推進 課 ・農業経営課	-
				全国の主食用米 需要量に占める 近江米のシェア	- (-)	- (-)	2.10% (2.13%)	(2.14%)	(2.15%)	2.16% 【R03年度】				

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	達成度% 令和元年度 の実績値 (目標値)	令和2年度 の実績値 (目標値)	令和3年度 の実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】	備考			
ウ 近江の地場産業事業者等の海外展開戦略に係る取組支援(5事業)														
28		海外展開総合支援事業	ジェトロ滋賀貿易情報センターと連携し、貿易や海外投資等に関する相談に対応するとともに、ASEAN地域を重点的に中小企業の海外事業展開を支援する。	○ジェトロ滋賀において、相談対応や企業訪問を通して、県内中小企業等の海外展開をきめ細かに支援。 ○本県が覚書を締結する海外機関との関係を生かして県内中小企業等の海外展開を支援。	254%	○ジェトロ滋賀の出張相談件数は目標を大幅に上回った。 ○今後もジェトロ滋賀等の海外展開支援機関との連携を強化し、企業のニーズに応じた支援を行っていく必要がある。	19,784	商工政策課	-					
				出張相談件数	497件 (46件)	1129件 (400件)				1015件 (400件)	- (-)	- (-)	400件 【R01年度】	総合戦略事業
				海外見本市出展支援件数	16件 (20件)	- (-)				- (-)	- (-)	- (-)	16件 【H29年度】	
海外現地(ホーチミン市等)企業支援件数	13件 (5件)	6件 (5件)	9件 (5件)	- (-)	- (-)	6件 【R01年度】								
29		滋賀県海外展開トップランナー企業支援事業	ジェトロ滋賀貿易情報センターと連携して、県内中小企業のモデルとなりうる成功事例を創出し、本県経済を牽引しうる企業の支援を行うため、海外販路開拓に必要な経費の一部を助成する。	○8件を採択し、海外見本市に要する経費を助成。 ○ジェトロ滋賀と連携し、事業計画策定や事業の進捗状況等のフォローアップを実施。	200%	○応募が多数あり、企業のニーズは高いことから、継続して支援していくことが重要。 ○採択企業の進捗状況確認やフォローアップのため、企業訪問等を行い、ヒアリング等を行う。	3,820	商工政策課	-					
				支援件数	- (-)	5件 (4件)				8件 (4件)	- (-)	- (-)	4件 【R01年度】	
30	創	滋賀の地域産業成長戦略支援事業(再掲)	地場産業組合等が実施するブランド力の向上、後継者育成、海外展開や販路拡大等の戦略的、持続的な取組に支援する。	○地場産業組合等海外展開戦略等支援補助金 国内外の販路開拓や後継者育成に対し助成。 11組合18事業を遂行。 ○地場産業組合等指導支援補助金 滋賀県中小企業団体中央会が地場産業の振興を目的に行う新事業創出のための啓発活動や指導事業等に対して助成した。 ・地場産業等地域デザイン創造研究会の開催 ・地域団体商標検討会議等の開催 ・地場産業等の認知度向上の情報発信支援等	117%	・滋賀の地域産業成長戦略支援事業については1/2の補助率であるが、零細な組合にとっては、1/2の自己負担を負担することが困難なところもある。 ・各組合が希望する補助内容は多岐にわたることから、組合だけではなく事業者の要望に直接対応できる支援の充実を検討する必要がある。 ・より効果的に実施できるよう、内容や発信方法について絶えず改善を続ける必要がある。 ・継続的、定期的に事業を実施することが認知度向上には重要である。 ・近江の地場産業および近江の地場産品の実態について概ね5年を目安として調査を実施する。	(再掲)	モノづくり振興課	4 74 97					
				新商品開発等ブランド強化に取り組んだ組合数	15組合 (10組合)	16組合 (12組合)				14組合 (12組合)	- (-)	- (-)	14組合 【R01年度】	総合戦略事業

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	令和元年度 の実績値 (目標値)	達成度%	令和2年度の 実績値 (目標値)	令和3年度の 実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】			
31		① 中国や東南アジアへの海外展開技術支援事業	輸出先国の規格に適合させるための手続き、評価方法に関しての勉強会を開催する。また専門家を招聘し、指導・アドバイスを受けられるように支援する。	・勉強会の開催2回 (令和元年9月2日、11名、令和2年2月27日、18名) ・個別相談会5回開催 ・職員による技術相談対応5件				海外展開に対応するための規格動向等の勉強会(1回)開催。各企業に対応した個別相談会を実施できるよう、参加企業の募集PRを実施。				478	工業技術総合センター	-
				国際規格への対応整備	- (-)	- (-)	10 (10件)	100%	- (-)	- (-)	10件 【R01年度】			
32		② FOOD BRAND OH! MI 海外プロモーション事業	輸出戦略にそって、有望市場での認知度向上、販路拡大に取り組む。	タイでのプロモーション実施 10月 台湾でのプロモーション実施 12月				○輸出に取り組んだ事業者が継続的、安定的に輸出を行えるよう、ジェトロ滋賀貿易情報センターと連携し、サポートしていく必要がある。 ○引き続き、近隣のアジア各国でのプロモーションを行う。				7,862	食のブランド推進課	-
				県内の新たに輸出に取り組む事業者数(累計)	18件 (10件)	24件 (25件)	39件 (30件)	130%	- (-)	- (-)	30件 【R01年度】			
エ 近江の地場産業事業者等に対する技術提供や共同研究、商品開発等の取組支援(11事業)														
33		びわ湖材産地証明事業	びわ湖材産地証明制度の運営および品質認定の取得を支援するとともに、新たな木材利用を普及啓発する。	○CLT建築物の情報提供等によりCLT等の普及促進を図るとともに、CLT等のびわ湖材の新たな利用を拡大するための情報発信を行う予定。 ○県産木材活用推進協議会に対し、びわ湖材産地証明制度の運営を支援した。				○CLT等の普及促進を図るとともに、びわ湖材の利用拡大するための研修会を開催。 ○びわ湖材産地証明制度の運営および日本農林規格(JAS)認定の取得を支援。				3,016	森林政策課	44
				びわ湖材証明を行った年間木材量	54,981m ³ (48,500m ³)	55,019m ³ (54,000m ³)	64,750m ³ (59,500m ³)	109%	- (65,000m ³)	- (-)	65,000m ³ 【R02年度】			
34		伝統的工芸品新商品開発等支援事業	伝統的工芸品の振興のため、必要なノウハウ等を有する者を伝統的工芸品製造業者に派遣して、市場のニーズに応じた商品開発等の促進を図る。	対象事業者3者に対して、商品開発等の支援を行い、テストマーケティングに向けて試作品製作中。				令和2年度は「伝統的工芸品販路開拓コーディネート事業」で、伝統の技術を活かした新商品開発や、新たな販路開拓を希望する伝統的工芸品製造業者に対し、総合的なアドバイスを実施していく。				3,253	モノづくり振興課	-
				試作品を作成し、商品化への期待を持たせた割合	- (-)	100% (65%)	100% (65%)	154%	- (-)	- (-)	- (-)			

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)			課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲	
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	達成度%	令和2年度 の実績値 (目標値)	令和3年度 の実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】				備考
35		プロジェクトチャレンジ支援事業	中小企業が新プロジェクトを立案しチャレンジできる環境を整備することで新製品や新技術開発を活発化し、開発されたものを事業化へつなげることで、県内経済の向上につなげる。	○今年度は、新たに優良な研究開発計画を7件、プロジェクト補助金を11件採択し、採択企業は新製品、新技術の開発に取り組まれている。		103%	○優良な計画をより多く認定し、その事業化に結び付けられるよう、関係機関等と連携を図り、当制度を積極的にPRする必要がある。 ○工業技術総合センター等関係機関の広報誌など様々な媒体や機会を捉えて、積極的に情報発信や事業説明を行う。				35,663	モノづくり振興課	58	
				中小企業の新製品等開発計画の認定等件数	25件 (24件)	34件 (32件)	41件 (40件)	- (8件)	- (-)	- (-)	総合戦略事業			
36		創 個性ある「近江の地酒」開発・発信事業	工業技術総合センターの支援の下で県内醸造所共通の課題解決と各醸造所自らが、日本酒醸造試験室を用いた試験・開発を行う。これに必要な施設と運営体制の整備を行う。	1. 試験醸造に必要な装置の試運転と手順書作成 2. 旨味成分分析装置の導入 3. 醸造試験を実施（開発中の酵母3種類の評価） 4. 共同研究にて醸造所で試験醸造を実施（1件）		150%	1. 引き続き、日本酒醸造試験室を活用して新規県独自の醸造用酵母の開発に取り組む 2. 県内酒および人気のある県外清酒の酒質（香り、旨味）を分析し、醸造技術の向上や品評会入賞を支援する。				13,632	工業技術総合センター	-	
				新製品清酒の開発	- (-)	- (-)	3 (2種類)	(2種類)	- (-)	2種類 【R02年度】				
37		窯業技術研究開発事業	県内の陶磁器および窯業関連団体の技術支援および産業振興を目的に、新製品および新素材の研究開発を行う。	1. 「陶磁器デザイン指導事業」により、実施許諾11件、技術移転を6件と技術支援を行った。 2. 「信楽焼坪庭製品の市場開拓に向けた開発研究」により、製品提案（6件）と展示普及。 3. 「窯業系廃棄物を活用した園芸土木資材の開発」により、窯業系廃棄物の現状調査を行った。（技術移転1件）		96%	引き続き、県内の陶磁器および窯業関連団体の技術支援および産業振興を目的に、各研究開発および報告書の作成、報告会（3月）の実施。				3,865	工業技術総合センター	59	
				技術移転（特許出願、実施許諾を含む）、試作品開発、新素材開発件数	46件 (50件)	44件 (50件)	24件 (25件)	- (-)	- (-)	25件 【R01年度】	組織目標 (R01より指 標内容変更)			
38		地域産業育成指導事業	窯業関連事業者への技術情報の提供および窯業関連製品や素材の試験および研究を行う。	技術情報誌「陶」編集、技術講習会開催（12月）、「TEIBAN商品開発研究会」「信楽焼屋上緑化研究会」支援、機器開放、技術指導、生産物提供、製品・素材の研究開発を実施。			引き続き、技術情報誌「陶」発行、技術講習会開催、TEIBAN展（東京：2月）開催「信楽焼屋上緑化研究会」支援、機器開放、技術指導、生産物提供、製品・素材の研究開発を実施。				4,849	工業技術総合センター	60	
					- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- 【-】				

【資料6-2】

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	令和元年度 の実績値 (目標値)	達成度%	令和2年度の 実績値 (目標値)	令和3年度の 実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】			
39		ものづくり技術高度化事業	県内製造業で必要となる「ものづくり技術」の高度化を目指した技術開発と高性能・高機能な新規材料を創製し、企業の技術競争力強化、および新分野進出を支援する。	以下の3つの課題を掲げ実施 ○ICT技術を用いた鋳造技術の高度化・高効率化技術の開発 ○流体解析を用いたバルブ性能評価手法の高度化に関する研究 ○ブランドの創生を目指した繊維地場産品の開発と発信				○引き続き、県内製造業で必要となる「ものづくり技術」の高度化を目指した技術開発と高性能・高機能な新規材料を創製し、企業の技術競争力強化、および新分野進出を図る。				3,460	東北部工業技術センター	61
				-	- (-)	- (-)	- (-)	100%	- (-)	- (-)	- (-)			
40		技術移転・共同研究事業	当センターで開発した新技術の研究成果を企業などに移転するとともに、共同研究を実施することで、実用化に必要な種々の条件について検討を加え早期の企業化を目指す。	以下の2つの事業を掲げ実施 ○技術移転研究開発事業 実施許諾 (2件) 技術移転 (10件) ○共同研究推進事業 共同研究 (25件)				○引き続き、当センターで開発した新技術の研究成果を企業などに移転するとともに、共同研究を実施することで技術移転を推進する。				4,325	東北部工業技術センター	62
				104%	26件 (25件)	25件 (25件)	28件 (25件)	- (-)	- (-)	25件 【R01年度】	組織目標			
				142%	17件 (12件)	15件 (12件)	14件 (12件)	- (-)	- (-)	12件 【R01年度】				
41		地域産業支援事業	地域産業の活性化を促進するため、地場産業の固有技術などの地域資源の活用やデザイン・感性の付加を行うとともに、センターの研究成果を活用することにより製品開発の支援を行う。	以下の3つの課題を掲げ支援実施 ○繊維産業開発支援事業。 ○バルブ産業開発支援事業。 ○ブランド構築支援事業。 講習会等の開催 (20件)				○引き続き、本県の地場産業である繊維産業、バルブ産業を対象に、製品開発や技術開発を支援する。				1,327	東北部工業技術センター	63
				105%	21件 (20回)	23件 (20回)	22回 (17回)	- (-)	- (-)	20回 【R01年度】	組織目標			
42	創	「近江の茶」オーガニックブランド産地育成事業 (再掲)	海外への市場開拓を進めるとともに、消費者の安全・安心志向に応え、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する。	○有機栽培技術の確立試験を茶業指導所にて実施 ○有機栽培の実証と有機栽培茶の品質評価をコンソーシアムで実施 ○有機栽培茶の生産拡大に向けた研修会等の実施 (4回開催)				○有機栽培茶についてはうま味が一般茶に比べて少ないことから、高品質化技術の確立を行う。 ○有機栽培茶の製茶体制が整備されておらず、品質低下等を招いていることから、有機栽培茶のための製茶体制を構築する。				(再掲)	農業経営課	26 64
				81%	6.5t (8t)	2.4t (6t)	- (-)	(10t)	- (-)	10t 【R02年度】	-			

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲		
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	令和元年度 の実績値 (目標値)	令和2年度の 実績値 (目標値)	令和3年度の 実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】	備考					
					達成度%											
43		水産物流通促進対策 事業 (再掲)	滋賀県水産加工業協同組合 が実施する湖魚の普及宣伝 活動に対して支援する。													
					-	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	[]	-	(再掲)	水産課	14 51	
オ 情報発信ツールやインターネット等を活用した産地情報や産品情報のPR (8事業)																
44		びわ湖材産地証明事 業 (再掲)	びわ湖材産地証明制度の運 営および品質認定の取得を 支援するとともに、新たな 木材利用を普及啓発する。	○CLT建築物の情報提供等によりCLT等の普 及促進を図るとともに、CLT等のびわ湖材の新 たな利用を拡大するための情報発信を行う予 定。 ○県産木材活用推進協議会に対し、びわ湖材産地 証明制度の運営を支援した。	109%								(再掲)	森林政策課	33	
					びわ湖材証 明を行った 年間木材量	54,981㎡ (48,500㎡)	55,019㎡ (54,000㎡)	64,750㎡ (59,500㎡)	(65,000㎡)	-	(-)	65,000㎡ 【R02年度】	琵琶湖森林 づくり基本 計画			
45		びわ湖材魅力発信強 化事業	びわ湖材の魅力を高めつつ 利用拡大を推進するため、 展示会等に出展しびわ湖材 製品の普及啓発を行うとと もに、製品情報をホーム ページに掲載しびわ湖材の 情報発信を行うことでびわ 湖材の利用の拡大を図る。	○東京都の主催する木材製品展示会「WOODコレク ション (モクコレ)」をはじめとする各種展示会に おいてびわ湖材製品を出展し、県内外に対してび わ湖材の魅力を発信した。 ○びわ湖材製品情報をホームページに掲載し、情 報発信を実施している。	109%								1,998	森林政策課	-	
					びわ湖材証 明を行った 年間木材量	(-)	(-)	64,750㎡ (59,500㎡)	(65,000㎡)	-	(-)	65,000㎡ 【R02年度】	琵琶湖森林 づくり基本 計画			

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	令和元年度 の実績値 (目標値)	令和2年度の 実績値 (目標値)	令和3年度の 実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】	備考			
46		創 体感型「ココール」魅力発信事業 (再掲)	情報発信拠点「ここ滋賀」と連携した「ココール」の体感型イベントを開催する。また、「ココール」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。	○「ここ滋賀」と連携した「新春を彩るココール体感フェア」を令和2年1月11日(土)～13日(月・祝)にて開催。 ○「ココール」公式ウェブサイトではホームページの改修およびSNS広告等を活用した情報発信を実施。 ○2018年度選定商品・サービスを中心としたプロモーション動画の製作(11月末完成→12月中旬公式ウェブサイトへ掲載)				○引き続き、認知度向上、販路開拓、滋賀への誘客促進に努めることと併せて、今後のココール事業のあり方について検討を行う。				(再掲)	商工政策課	18
				達成度% 149%	39,391PV (36,000PV)	96,269PV (85,000PV)	224,201PV (150,000PV)	- (-)	- (-)	150,000PV 【R01年度】	総合戦略事業			
47		創 来て、見て、ふれ「メイド・イン滋賀」魅力発信・体感事業 (再掲)	情報発信拠点「ここ滋賀」等において、本県の地場産業や伝統的工芸品の魅力を消費者等に発信し、体感いただくことで、県産品の消費拡大や本県への来訪者の拡大を図る。	県指定伝統的工芸品6品目について映像制作を実施。 ○ここ滋賀や2k540で企画催事を開催。				作成した映像を「ここ滋賀」や催事等で放映することで、伝統的工芸品の周知・魅力発信に努める。 ○TEIBAN展やここ滋賀等での企画催事の実施により、効果的な地場産品等の魅力発信に努める。				(再掲)	モノづくり振興課	21
				388%	21,700人 (2,000人)	9,650人 (2,200人)	9,323人 (2,400人)	- (-)	- (-)	2,400人 【R01年度】	総合戦略事業			
48		伝統的工芸品産業振興事業	伝統的工芸品産業の振興を図るため、指定産地の調査や伝統的工芸品紹介冊子を作成する。	滋賀県の伝統的工芸品紹介冊子の増刷を実施(800部)				増刷した冊子を活用し、引き続き伝統的工芸品の周知に努める。				183	モノづくり振興課	-
				-	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- 【-】	-			
49		オーガニック米生産拡大事業	オーガニック米の生産拡大を図るため、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。	乗用型水田除草機の現地実演会(6か所)や各種研修会(3回)、機械導入補助等を行い安定栽培技術の普及・啓発を行った。				オーガニック農業(水稲)の取組割合は低く、引き続き実演会や研修会の開催、啓発資料の作成等を通じ、技術普及を図る。				4,500	食のブランド推進課	-
				108%	- (-)	- (-)	291ha (270ha)			270ha 【R01年度】				

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	令和元年度 の実績値 (目標値)	達成度%	令和2年度の 実績値 (目標値)	令和3年度の 実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】			
50	創	びわ湖のめぐみ魅力 体感事業 (再掲)	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。	<ul style="list-style-type: none"> 湖魚に関する情報収集と地域からの情報発信力 向上のためのネットワーク構築の支援。 びわ湖のめぐみに関する情報発信。 学校給食への湖魚食材の提供 (約8万食) と湖 魚を学ぶ講座を実施。 				【課題】 ・湖魚が持続的に食べられる機会の提供 ・湖魚に関する情報発信の継続性 ・給食での湖魚利用の拡大 【今後の取組】 ・湖魚に関する情報の収集拡大と発信 ・地域におけるネットワークの構築による地域から の情報発信能力の拡大 ・学校給食関係者への情報提供や、供給取り扱い食 材の拡大				(再掲)	水産課	13 94
				びわ湖産魚介類 を活用する事業 者数	191 (150)	220 (180)	235 (200)	118%	- (200)	- ()	200 【令和2年度】			
51		水産物流通促進対策 事業 (再掲)	滋賀県水産加工業協同組合 が実施する湖魚の普及宣伝 活動に対して支援する。	滋賀県水産加工業協同組合が令和2年2月5日に 開催する「滋賀県水産物加工品品評会」等琵琶湖 の魚介類の普及宣伝活動に対して支援を行う。				【課題】 琵琶湖の魚介類のおいしさを、広く周知するととも にイメージの向上と定着を図るため、継続的な取組 が必要。 【今後の取組】 ・滋賀県水産物加工品品評会の継続的な開催 ・琵琶湖の魚介類のPR及び情報提供				(再掲)	水産課	14 43
				-	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- 【 】	-			

令和元年度 近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する施策の実施状況

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	達成度% 令和元年度 の実績値 (目標値)	令和2年度 の実績値 (目標値)	令和3年度 の実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】	備考			
(2) 近江の地場産業事業者等の経営基盤強化のための、経営改善および合理化、資金の供給の円滑化等														
ア 近江の地場産業事業者等の経営改善および合理化推進のための支援(4事業)														
52		中小企業経営革新支援事業	中小企業の新事業を促進するため、「中小企業等経営強化法」に基づく経営革新計画の承認および外部専門家による指導・助言を行うとともに、商品化、販路開拓等に要する経費の一部を助成する。	・経営革新計画承認後も中小企業診断士による事業計画のフォローアップを実施、試作品作成や販路開拓による市場化を補助金で支援した。 105%				・新規事業を行う意欲ある中小企業の育成につながる取組であるため、事例集を兼ねたパンフレットを作成するなど、今後も制度の周知を行っていく。 ・承認件数を増やすことに加えて質の高い計画の作成につながるよう努め、中小企業の更なる発展を促す必要がある。				13,329	中小企業支援課	-
				承認件数(累計)	93件 (95件)	133件 (125件)	162件 (155件)	- (190件)	- (-)	- (-)	-			
53		小規模事業者新事業スタートアップ支援補助金	県内中小企業のうち9割を占める小規模事業者が策定する新たな取組に関する計画に従って実施する事業のうち、事業化・市場化段階にある事業について経費の一部を助成する。	○小規模事業者が実施する新商品市場化・販路開拓に要する経費の一部を助成した。採択事業者数10件。 109%				・採択事業者は新商品市場化や販路開拓に手応えを感じており、今後も引き続き小規模事業者の新たな取組を支援していく。				2,540	中小企業支援課	-
				新商品市場化または販路開拓が進んだと感じた事業者の割合	- (-)	100% (80%)	87% (80%)	- (80%)	- (-)	- (-)	-			
54		小規模事業経営支援事業費補助金	商工会、商工会議所および商工会連合会が小規模事業者のために行う経営改善普及事業等に要する経費に対し助成する。	○商工会、商工会議所および商工会連合会が小規模事業者のために行う経営改善普及事業等に要する経費に対し助成した。 107%				・新型コロナウイルス感染症の影響により、県内事業者が非常に厳しい状況におかれ、商工会等の支援機関に対する相談ニーズも増加する中、事業者支援に注力できるよう商工会等の体制を強化し、事業者に寄り添った支援に取り組んでいく必要がある。				1,454,595	中小企業支援課	-
				補助対象職員の指導件数(毎年)	88,233件 (77,000件)	85,857件 (77,000件)	82,471件 (77,000件)	- (87,000件)	- (-)	- (-)	-			
55		中小企業連携組織対策事業費補助金	滋賀県中小企業団体中央会が中小企業の組織化、育成および指導のために行う事業に要する経費に対し助成する。	○滋賀県中小企業団体中央会が中小企業の組織化、育成および指導のために行う事業に要する経費に対し助成した。 133%				・新型コロナウイルス感染症の影響により、組合活動が停滞している状況もあり、組合活動の活発化に向けて支援していく必要がある。				92,942	中小企業支援課	-
				補助対象職員の指導件数(毎年)	4,084件 (3,900件)	4,174件 (3,900件)	5,192件 (3,900件)	- (4,200件)	- (-)	- (-)	-			

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	令和元年度 の実績値 (目標値)	達成度%	令和2年度の 実績値 (目標値)	令和3年度の 実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】			
イ 近江の地場産業事業者等に対する、金融機関と協調した長期・低利の融資の活用促進(2事業)														
56		中小企業振興資金貸付金	中小企業者の経営安定等を図るため、制度融資を実施する。	中小企業者の経営安定等を図るため、制度融資を実施した。(令和元年度、新規貸付1,237件)				中小企業者の様々な資金需要に応えられるよう制度改正を行う。				4,029,400	中小企業支援課	-
				-	-	-	-	-	-	-	-			
57		水産振興資金融資基金預託金	漁業経営の近代化、経営の安定および合理化等に必要な資金の融資を行う。	漁業経営の安定等に必要な資金の融資を行っている。				【課題】 滋賀県の漁業者が使用しやすいように、制度を運用する必要がある。 【今後の取組】 ・融資制度の周知と漁業者の資金ニーズに聞き取りを継続的に行い、随時、申請に応じて融資を行う。				39,046	水産課	-
				-	-	-	-	-	-	-	-			

令和元年度 近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する施策の実施状況

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲	
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	達成度% 令和元年度 の実績値 (目標値)	令和2年度 の実績値 (目標値)	令和3年度 の実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】	備考				
(3)新商品開発等に係る調査研究、多様な分野における事業展開の促進															
ア 公設試験研究機関を中心として、高度化、多様化するニーズに対応した新商品開発のための調査研究の推進(10事業)															
58		プロジェクトチャレンジ支援事業 (再掲)	中小企業が新プロジェクトを立案しチャレンジできる環境を整備することで新製品や新技術開発を活発化し、開発されたものを事業化へつなげることによって、県内経済の向上につなげる。	○今年度は、新たに優良な研究開発計画を7件、プロジェクト補助金を11件採択し、採択企業は新製品、新技術の開発に取り組まれている。				○優良な計画をより多く認定し、その事業化に結び付けられるよう、関係機関等と連携を図り、当制度を積極的にPRする必要がある。 ○工業技術総合センター等関係機関の広報誌など様々な媒体や機会を捉えて、積極的に情報発信や事業説明を行う。				(再掲)	モノづくり振興課	35	
				中小企業の新製品等開発計画の認定等件数	25件 (24件)	34件 (32件)	103% 41件 (40件)	- (8件)	- (-)	- 【-】	総合戦略事業				
59		窯業技術研究開発事業 (再掲)	県内の陶磁器および窯業関連団体の技術支援および産業振興を目的に、新製品および新素材の研究開発を行う。	1.「陶磁器デザイン指導事業」により、実施許諾11件、技術移転を6件と技術支援を行った。 2.「信楽焼坪庭製品の市場開拓に向けた開発研究」により、製品提案(6件)と展示普及。 3.「窯業系廃棄物を活用した園芸土木資材の開発」により、窯業系廃棄物の現状調査を行った。(技術移転1件)				引き続き、県内の陶磁器および窯業関連団体の技術支援および産業振興を目的に、各研究開発および報告書の作成、報告会(3月)の実施。				(再掲)	工業技術総合センター	37	
				技術移転(特許出願、実施許諾を含む)、試作品開発、新素材開発件数	46件 (50件)	44件 (50件)	96% 24件 (25件)	- (-)	- (-)	25件 【R01年度】	組織目標 (R01より指 標内容変更)				
60		地域産業育成指導事業 (再掲)	窯業関連事業者への技術情報の提供および窯業関連製品や素材の試験および研究を行う。	技術情報誌「陶」編集、技術講習会開催(12月)、「TEIBAN商品開発研究会」「信楽焼屋上緑化研究会」支援、機器開放、技術指導、生産物提供、製品・素材の研究開発を実施。				引き続き、技術情報誌「陶」発行、技術講習会開催、TEIBAN展(東京:2月)開催「信楽焼屋上緑化研究会」支援、機器開放、技術指導、生産物提供、製品・素材の研究開発を実施。				(再掲)	工業技術総合センター	38	
				-	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- 【-】	-				

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲	
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	令和元年度 の実績値 (目標値)	達成度%	令和2年度 の実績値 (目標値)	令和3年度 の実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】				備考
65		近江牛の生産性の効率化に関する研究	発育状況や飼養管理方法の異なる肥育素牛に合致した飼養管理方法を確立する。	○濃厚飼料の増給方法、蛋白質（乾燥豆腐粕）の給与による影響について検討を実施				○高品質な近江牛を効率的に生産するため、引き続き飼養管理方法の確立に向けた研究を実施する。				9,792	畜産課	-	
				-	-	-	-	100%	-	-	-				-
				-	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	[-]				-
66		高品質近江牛づくり推進事業	畜産技術振興センターで生産した高品質の雌子牛を農家へ譲渡するため、育成牧場での優良繁殖雌牛の整備と効率的な改良を図る。	○高品質雌子牛23頭を農家に譲渡				○優良な和牛子牛の県内生産を図るため、引き続き農家への高品質繁殖雌牛の譲渡を実施する。				41,049	畜産課	-	
				-	-	-	-	100%	米の消費量	-	-				-
				-	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	[-]	-			
67		家畜の改良増殖と優良種畜の譲渡事業	近江しゃもの種卵を生産者へ供給する。	○近江しゃもの種卵約26,300個を生産者に供給				○地場産品の「近江しゃも」の安定生産を図るため、引き続き種卵の供給を行う。				4,925	畜産課	-	
				-	-	-	-	100%	-	-	-				-
				-	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	[-]	-			
イ 新ビジネスの創造に向けた異分野・異業種の連携による商品開発等の促進(2事業)															
68		6次産業化ネットワーク活動推進事業	6次産業化の推進体制を整備するとともに、市町や農林事業者が行う6次産業化のネットワークによる新商品開発や販路開拓などの取組、市町が行う戦略策定の取組を支援する。	○6次産業化プランナーの派遣 113件 ○6次産業化研修会の開催 15回(25事業者参加)				○プランナー派遣により、経営改善につながる支援活動が必要。 ○6次産業化への意欲や取組段階等に応じた研修カリキュラムが必要。				11,160	農業経営課	-	
				110%				-	-	毎年 10事業者 【R01年度】	滋賀県基本構 想実施計画				
				新たな加工・販売等に取り組む実践者数(毎年)	10事業者 (10事業者)	15事業者 (10事業者)	11事業者 (10事業者)	(-)	(-)	(-)	(-)				
69	創	農林水産業新ビジネス創造支援事業	農林水産業を基盤とした新ビジネスを生み出すことを目的に、農林水産業者や商工・観光等事業者、大学等が参画する農林水産業新ビジネス創造研究会を母体としたイノベーションを起こす取組を発掘・支援する。	○新ビジネス創造セミナーの開催 2回 ○研究会会員による新ビジネスの調査研究活動 5団体で実施 ○新ビジネスを実用化するための取組 4事業者				○商工業者が中心となった取組が多いため、農林漁業者が主体となった取組への誘導が必要。 ○次年度以降は、セミナー及び調査研究活動への支援を継続する。				13,708	農業経営課	-	
				110%				-	-	10事業者 【R01年度】	滋賀県基本構 想実施計画				
				新ビジネスの実用化に取り組む事業者数(累計)	3事業者 (2事業者)	7事業者 (6事業者)	11事業者 (10事業者)	(-)	(-)	(-)	(-)				

令和元年度 近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する施策の実施状況

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	達成度% 令和元年度 の実績値 (目標値)	令和2年度の 実績値 (目標値)	令和3年度の 実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】	備考			
(4) 担い手となる人材の確保・育成、資質向上に対する支援、優れた技術等の継承の推進等														
ア 担い手となる人材の確保のための情報提供(4事業)														
70		地域連携型モノづくり人材育成事業	本県の窯業業界の振興を図るため、窯業技術者養成のための専門研修を実施する。	本年度、11名の研修生を大物ロクロ成形科、小物ロクロ成形科、素地釉薬科に分け、講義および実習による技術者の養成研修を1年間実施。3月19日に終了式を開催し終了した。				引き続き、窯業技術者養成のための専門研修と次年度研修生の募集を実施。				1,086	工業技術総合センター	75
				窯業技術者養成研修受講者数(毎年)	8名 (5名)	8名 (7名)	157% 11名 (7名)	- (-)	- (-)	7名 【R01年度】	-			
71		しがの農林水産業就業促進事業費	若い世代に就農・就業について情報を得る機会を提供し、農林水産業への関心を高め、新たな人材を確保する。	○新規就農者、先進的な農業経営者、農業法人で働く従業員へのバスツアーや、就業相談フェアを開催し、188名の参加者を得た。 ○参加者アンケートでは、全体の90%以上が「イベントへの参加により、将来の職業選択肢としての『農業分野』に対する関心が高まった」と回答した。				新型コロナウイルス感染症の影響を見ながら、参加者数の確保を図りつつ、大学との連携を強化し、今後も事業を継続していく。				1,736	農業経営課	-
				参加者数	- (-)	150人 (200人)	94% 188人 (200人)	- (200人)	- (-)	200人 【R02年度】	-			
72	創	しがの漁業担い手確保事業	漁業就業者確保を目指し、就業希望者に対する相談業務、短期体験研修および中期実地研修等を実施する。	○相談窓口やWEBサイトの運営、漁業就業者支援フェアへの出展等により、就業希望者に対し、就業方法を案内。 ○45件の相談を受け、短期研修を8件、中期研修を3件実施した。				○琵琶湖漁業への就業に関心を持つ者が一定数存在していることから、琵琶湖漁業の担い手確保に向けて取組を継続していく。				7,420	水産課	80
				新規漁業就業者(累計)	2人 (1人)	5人 (3人)	150% 9人 (6人)	(10人)	- (-)	10人 【R02年度】	-			

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲			
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	令和元年度 の実績値 (目標値)	達成度%	令和2年度の 実績値 (目標値)	令和3年度の 実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】				備考		
73		製薬技術の向上支援事業	製薬等技術者の資質向上を図るための研修等を行う。										1,632	薬務課	-		
				○製薬等技術者の資質向上を図るため、受講者のスキルレベルに応じたセミナーを開催した。 【初任者向け】 製薬ビギナーセミナー 延べ6回 【初任者～中級者向け】 製薬eセミナー 延べ6回 【中級者～上級者向け】 製薬スキルアップセミナー 2回													
				-	-	-	-		-	-	-	-					
イ 後継者育成や技術継承のための取組の実施および支援(9事業)																	
74		滋賀の地域産業成長戦略支援事業(再掲)	地場産業組合等が実施するブランド力の向上、後継者育成、海外展開や販路拡大等の戦略的、持続的な取組に支援する。											(再掲)	モノづくり振興課	4 30 97	
				○地場産業組合等海外展開戦略等支援補助金 国内外の販路開拓や後継者育成に対し助成。 11組合18事業を遂行。 ○地場産業組合等指導支援補助金 滋賀県中小企業団体中央会が地場産業の振興を目的にして行う新事業創出のための啓発活動や指導事業等に対して助成した。 ・地場産業等地域デザイン創造研究会の開催 ・地域団体商標検討会議等の開催 ・地場産業等の認知度向上の情報発信支援等													
				新商品開発等 ブランド強化 に取り組んだ 組合数	15組合 (10組合)	16組合 (12組合)	14組合 (12組合)	117%	-	-	14組合 【R01年度】	総合戦略事業					
75		地域連携型モノづくり人材育成事業(再掲)	本県の窯業業界の振興を図るため、窯業技術者養成のための専門研修を実施する。											(再掲)	工業技術総合センター	70	
				本年度、11名の研修生を大物ロクロ成形科、小物ロクロ成形科、素地釉薬科に分け、講義および実習による技術者の養成研修を1年間実施。3月19日に終了式を開催し終了した。													
				窯業技術者養成研修受講者数(毎年)	8名 (5名)	8名 (7名)	11名 (7名)	157%	-	-	7名 【R01年度】						

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	令和元年度 の実績値 (目標値)	令和2年度の 実績値 (目標値)	令和3年度の 実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】	備考			
76		青年農業者等育成確保推進事業費	就農に向けて、相談から定着にいたるまでの一貫した支援体制を整え、次代の優れた本県産業の担い手の育成確保を図る。	<p>○新規就農者の確保育成に向けて、青年農業者育成センターを設置して、就農相談員による相談活動や就農準備講座、農業体験などを実施した。</p> <p>・就農準備講座 開催日(参加人数)：6月2日(28名)、1月19日(39名)</p> <p>・農業体験 7回</p> <p>○農業法人等への就職就農者の定着率向上を図るため、新人職員および中堅職員それぞれに対して農業法人等従業員研修会を実施した。</p> <p>新人職員：8月5日(19名)、2月27日(26名) 中堅職員：8月2日(13名)、2月19日(15名)</p>				<p>就農・就業促進に効果的であることから、新型コロナウイルス感染症拡大の影響をみながら、引き続き、就農相談や農業体験、就農準備講座等を実施する。併せて、農業法人等への就職就農者を対象とした研修会も引き続き実施するとともに、新たに雇用主である法人経営者を対象とした人材育成研修会を実施し、定着率の向上を図っていく。</p>				9,610	農業経営課	-
				達成率%	92%	就農相談員 による相談 件数	- (-)	103件 (年間120件)	110件 (年間120件)	(年間120件)	- (-)			
77	(新)	未来の養蚕創造プロジェクト事業	本県における繭生産に向けた養蚕業の復活および今後の展開の方向性について検討する。	<p>○桑栽培および蚕飼育の技術習得に向けた支援を行った。(技術指導業務委託、2月6日技術研修会開催)</p> <p>○養蚕の試行が行われ、繭の収穫が行われた。</p> <p>○養蚕業の継続に向けて繭の活用方法等について検討が行われた。(6月18日プロジェクト検討会開催)</p> <p>○大日本蚕糸会のシルクビジネス協議会に加入。</p>				<p>○令和元年度に得られた課題の解決に向けた桑栽培および蚕飼育技術の習得・向上</p> <p>○繊維以外の繭の新用途の検討などにより養蚕業の今後の展開方向の明確化</p>				1,369	農業経営課	-
				養蚕取組組織数	- (-)	- (-)	2組織 (3組織)	- (-)	- (3組織)	【 】	-			
78		大家畜技術指導事業	近江牛生産農家に対して技術指導を行う。	<p>○黒毛和種繁殖雌牛の飼養農家33戸に対して飼養管理に係る技術指導を実施</p>				<p>○近江牛の安定生産を図るため、飼養管理に係る引き続き技術指導を実施する。</p>				494	畜産課	-
				-	- (-)	- (-)	- (-)	-	- (-)	- 【-】	-			
79		家畜衛生対策事業	家畜衛生の推進に向け、管理体制の整備や衛生指導を行う。	<p>○畜産農家の巡回などにより、家畜疾病の検査等を実施するとともに、家畜衛生に係る飼養管理等を指導することで生産性の向上に対し支援した。</p>				<p>○安全・安心な畜産物を安定的に生産するため、引き続き家畜疾病の予防指導を実施し、生産性の向上を図る。</p>				4,237	畜産課	-
				-	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- 【-】	-			

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	令和元年度 の実績値 (目標値)	達成度%	令和2年度 の実績値 (目標値)	令和3年度 の実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】			
80	創	しがの漁業担い手確保事業 (再掲)	漁業就業者確保を目指し、就業希望者に対する相談業務、短期体験研修および中期実地研修等を実施する。	○相談窓口やWEBサイトの運営、漁業就業者支援フェアへの出展等により、就業希望者に対し、就業方法を案内。 ○45件の相談を受け、短期研修を8件、中期研修を3件実施した。				○琵琶湖漁業への就業に関心を持つ者が一定数存在していることから、琵琶湖漁業の担い手確保に向けて取組を継続していく。				(再掲)	水産課	72
							150%							
				新規漁業就業者(累計)	2人 (1人)	5人 (3人)	9人 (6人)	(10人)	- (-)	10人 【R02年度】	-			
81	水産業の担い手育成委託	湖魚のPR催事の開催を通じて、水産業の担い手自身が水産業や湖魚の魅力の宣伝に必要なスキルの向上を図る。	○県内3か所にて、琵琶湖の漁業と湖魚の魅力を伝える催事を開催。 ○担い手自身が、消費者との対話を通じて、湖魚をPRするスキルの向上が図れた。				○催事の企画、調整、消費者との対話等を積み重ねることがスキルアップにつながることから、担い手による取組を継続していく。				380	水産課	-	
				-	()	()	()	()	【]					
82	滋賀のくすり振興対策事業	経営者とその後継者を対象に市場展望と薬業界の今後の進むべき方向についてのセミナー事業に対して支援する。	○(一社) 滋賀県薬業協会が行ったセミナー事業に対して支援した。				○法制度に関する最新の動向等に関するセミナーの開催は、各企業の経営者等にとって今後の経営方針、経営戦略を立てる上で有用であるため、引き続き事業に対する支援が必要である。				70	薬務課	-	
				-	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	【-]				
ウ 未来の後継者確保に向けた小中学生等の地場産業等における機会の提供(1事業)														
83	世界にひとつの宝物づくり事業	陶芸作家やボランティア等との協働により、子どもや障がい者が「土」とふれあい、モノづくりの喜び・感動や本物の芸術を体感できるプログラムを提供することにより、陶芸に理解のある次世代の人材育成を図る。	○来園制作の実施 対象：幼稚園～大学、障がい者、団体 内容：鑑賞、見学、陶芸体験 ○出張授業の実施 対象：特別支援学校、 内容：陶芸体験授業				○引き続き来園制作および出張授業を行っている。陶芸作家やボランティア等の協働により、多くの方にプログラムが提供できるよう体制強化を図っていく必要がある。				4,500	モノづくり振興課	92	
						97%								
			「つつこプログラム」の参加者数	11,067人 (11,000人)	11,956人 (11,000人)	10,670 (11,000人)	- (-)	- (-)	11,000人 【R01年度】	総合戦略事業				

令和元年度 近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する施策の実施状況

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)			課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	達成度% 令和元年度 の実績値 (目標値)	令和2年度の 実績値 (目標値)	令和3年度の 実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】			
(5) 近江の地場産業および近江の地場産品に対する関心および理解を深めるための、普及啓発、多様な学習機会の提供等													
ア 地場産業等への関心を高め、理解を促進するPRイベント等の実施(8事業)													
84		地域ブランド戦略 フォーラム事業	地場産業および地場産品等の認知度向上を図るため、産学官金ならびに生産から販売までの関係者、県下の全自治体を対象としたプラットフォームを形成することにより、効果的・効率的な地域ブランドの発信やパイヤーとのマッチング等を図る。	○10月11日に第1回フォーラムを開催。 80人の参加。 ○2月14日に第2回フォーラムを開催。 63人の参加。	102%	143 (140人)	- (-)	- (-)	140人 【R01年度】	-	760	モノづくり振興課	-
85		① 近江の地酒文化普及 事業(再掲)	近江の地酒の魅力を県内外に発信し、県内にあっては県産日本酒への愛着と誇りを醸成するとともに、県内外での需要と消費の拡大を図る。	○滋賀県酒造組合の滋賀地酒の祭典in東京開催支援(補助金)。9月16日開催。首都圏の酒販店・飲食店向けの商談会と一般参加の2部制で開催。 ○近江の地酒もてなし普及促進協議会運営。8月と10月の2回開催。 ○地酒講座を開催 ・10月(参加者数:40名)・11月(参加者数:50名)	95%	1,050人 ・3回 (2回)	- (-)	- (-)	「滋賀地酒10,000人乾杯プロジェクト」の参加者	(再掲)	(再掲)	観光振興局	6
86		しがの地産地消・食 育推進事業	市町や民間団体等が各地域で行う食育体験等の取組を支援するとともに、県域で事例報告や情報交換等を行うことにより、地産地消を核とした食育を推進する。	○地産地消等を推進する県域会議の開催 4回 ○地産地消等を推進する地域会議の開催 3回							1,628	食のブランド推進課	-

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲	
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	令和元年度 の実績値 (目標値)	達成度%	令和2年度の 実績値 (目標値)	令和3年度の 実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】				備考
87		おいしがうれしが「食」の情報発信総合事業	<p>地産地消の推進を図るため、「おいしがうれしが」キャンペーン推進店への登録の呼びかけ、情報発信等を行う。併せて、生産者と推進店の連携をより強化するための交流会を開催する。</p> <p>また、滋賀の食材のブランドイメージの向上、地産地消の推進を図るため、滋賀の「食材」の魅力・特徴や購入できる場所等の情報について、インターネットでタイムリーに発信する。</p>	<p>○「おいしがうれしが」キャンペーン推進店の登録の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・キャンペーン推進店 1,865店舗 ・キャンペーンサポーター 413店舗 <p>○推進店に対するPR資料および情報提供の推進</p> <p>○マッチング交流会の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・マッチング交流会の開催 (2/17) 41事業者 <p>○消費者への県産食材の魅力発信の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・SNSにより生産者等の情報を発信 								(再掲)	食のブランド推進課	9	
				<p>「おいしがうれしが」キャンペーン県内登録店舗数(累計)</p>	1,454店舗 (1,440店舗)	1,511店舗 (1,500店舗)	1,578店舗 (1,550店舗)	102%	- (1,600店舗)	- (-)	1,600店舗 【R02年度】				総合戦略事業
88		もっと食べよう「近江米」！県民運動推進事業	<p>関係機関・団体等と幅広く連携し、近江米の消費拡大に向けた県民運動の展開および外食等での近江米利用促進等に取り組むことにより、消費減退を食い止めるとともに、近江米の根強いファンを確保する。</p>	<p>○県内での近江米の消費拡大を推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県民への啓発活動 イベント等 7回開催 ・県内7大学の学祭で近江米PR ・近江米エピソード応募 (累計) 1,422人 ・ダンスコンテスト応募10組 							(再掲)	食のブランド推進課	10		
				<p>近江米に関するエピソード応募者数(累計)</p>	- (-)	1,002人 (700人)	1,738人 (1,400人)	124%	- (2,000人)	- (-)				2,000人 【R02年度】	H30から新たな目標を設定
89	創	近江牛魅力発信事業	<p>国際的な視点に立ち、訪日外国人向けに近江牛の魅力発信し、近江牛のブランド価値の向上とインバウンドによる消費拡大を図る。</p>	<p>○訪日外国人向け旅行予約サイト (中国、アメリカ合衆国) への近江牛特集とバナーを掲載 (R2.1.2~2.29)</p>							(再掲)	畜産課	11		
				<p>近江牛の指定店舗数(累計)</p>	307店舗 (282店舗)	296店舗 (315店舗)	303店舗 (320店舗)	95%	- (-)	- (-)				320店舗 【R01年度】	基本構想

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲	
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	令和元年度 の実績値 (目標値)	達成度%	令和2年度の 実績値 (目標値)	令和3年度の 実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】				備考
90		① 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、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。	1. 京都や首都圏での近江牛の広告掲載を実施 2. 近江牛の魅力を発信する取組への補助 販売店マップやPRシール、周知ポスターの作成など、近江牛販売店等関連企業の活性化につながる取組支援を実施。				1. 京都や首都圏での、近江牛のデジタルサイネージによる広告掲載を継続 2. 近江牛の魅力を発信する取組への補助 “おみ肉の日キャンペーン”の実施など、より消費者へ近江牛の魅力を発信する取組へ支援を行う。				(再掲)	畜産課	12	
				近江牛の指定店舗数(累計)	307店舗 (282店舗)	296店舗 (315店舗)	303店舗 (320店舗)	95%	- (-)	- (-)	- 【R03年度】				
91		文化施設管理運営費	県民が文化芸術活動を行う拠点となる県立文化施設(文化産業交流会館)について、事業の実施および施設の管理運営等の業務を指定管理者が行うための管理料等を支出する。	○指定管理施設である文化産業交流会館において、滋賀県北部の伝統産業を活かすという観点を踏まえ、継続的に邦楽・邦舞の振興に取り組んでおり、特設舞台「長栄座」において、本県出身の声楽家と和楽器演奏者によるコラボレーションを実施した。またその際、ロビーにおいて「近江のあたらしい伝統産業展」を実施し、絹弦等を現物展示するなど伝統産業の和楽器絃のPRを行った。				○引き続き、「長栄座」において親しみやすい作品の制作・公演を実施することで、滋賀の和楽器絃をはじめとする伝統産業との連携や邦楽・邦舞の専門実演家養成事業を継続し、和楽器の魅力伝える次世代演奏家の育成に取り組む。				336,019	文化芸術振興課	96	
				-	- (-)	- (-)	- (-)	-	- (-)	- (-)	- 【-】				-
イ 小中学生等が地場産業等につれ、理解を深める機会の提供(5事業)															
92		世界にひとつの宝物づくり事業(再掲)	陶芸作家やボランティア等との協働により、子どもや障がい者が「土」とふれあい、モノづくりの喜び・感動や本物の芸術を体感できるプログラムを提供することにより、陶芸に理解のある次世代の人材育成を図る。	○来園制作の実施 対象：幼稚園～大学、障がい者、団体 内容：鑑賞、見学、陶芸体験 ○出張授業の実施 対象：特別支援学校、 内容：陶芸体験授業				○引き続き来園制作および出張授業を行っていく。陶芸作家やボランティア等の協働により、多くの方にプログラムが提供できるよう体制強化を図っていく必要がある。				(再掲)	モノづくり振興課	83	
				「つちっこプログラム」の参加者数	11,067人 (11,000人)	11,956人 (11,000人)	10,670 (11,000人)	97%	- ○全国的に米の消費量	- (-)	11,000人 【R01年度】				総合戦略事業

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲	
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	令和元年度 の実績値 (目標値)	達成度%	令和2年度の 実績値 (目標値)	令和3年度の 実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】				備考
93		創 たんぼのこ体験事業	小学生自らが農産物を「育て」、「収穫し」、そして調理して「食べる」という一貫した体験学習を通して、農業への関心を高めるとともに、生命や食べ物の大切さを学ぶ「農からの食育」を推進する。	○小学校が行う農業体験学習への支援 ・県内204小学校/223校で事業申請				○県内全ての小学校で農業体験が実践されるよう、市町やJA等と連携して、引き続き「たんぼのこ体験事業」の活用を働きかける。				自治振興 交付金	食のブランド推進課	-	
				-	(-)	(-)	(-)	118%	(-)	(-)	(-)	-			
94		創 びわ湖のめぐみ魅力 体感事業 (再掲)	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。	・湖魚に関する情報収集と地域からの情報発信力向上のためのネットワーク構築の支援。 ・びわ湖のめぐみに関する情報発信。 ・学校給食への湖魚食材の提供 (約8万食) と湖魚を学ぶ講座を実施。				【課題】 ・湖魚が持続的に食べられる機会の提供 ・湖魚に関する情報発信の継続性 ・給食での湖魚利用の拡大 【今後の取組】 ・湖魚に関する情報の収集拡大と発信 ・地域におけるネットワークの構築による地域からの情報発信能力の拡大 ・学校給食関係者への情報提供や、供給取り扱い食材の拡大				(再掲)	水産課	13 50	
				びわ湖産魚介類 を活用する事業 者数	191 (150)	220 (180)	235 (200)	118%	(-) (200)	(-) (0)	200 【令和2年度】				
95		創 中学校チャレンジ ウィーク	中学校において5日以上の職場体験を実施し、働く大人の生きざまに触れたり、自分の生き方を考えたりする機会とし、自分の進路を選択できる力や将来社会人として自立できる力を育てる。	・滋賀県内すべての公立学校で実施。 ・受け入れ事業数 延べ4,000事業所。				・学校や地域の実態に応じた柔軟な対応が必要である。 ・幼小中等学校をつなぐ、発達段階に応じた系統的なキャリア教育の推進を図る。 ・地域の事業所等と連携を深め、事前事後学習の充実を図る。				432	幼小中教育課	-	
				全公立中学校に おける地元の企 業を中心とした 職場体験を5日 間以上実施した 学校の割合	100% (100%)	100% (100%)	100% (100%)	100%	(100%)	(100%)	100% 【R03年度】				
96		文化施設管理運営費 (再掲)	県民が文化芸術活動を行う拠点となる県立文化施設 (文化産業交流会館) について、事業の実施および施設の管理運営等の業務を指定管理者が行うための管理料等を支出する。	○指定管理施設である文化産業交流会館において実施している小中学生向け事業「アートのじかん」で箏や尺八の演奏を行い、和楽器等の伝統産業について学ぶ機会を提供した。				○引き続き、「アートのじかん」や「古典芸能キッズワークショップ」を実施し、子どもたちが和楽器をはじめとする伝統産業に触れる機会を提供できるよう取り組んでいく。				(再掲)	文化芸術振興課	91	
				-	(-)	(-)	(-)		(-)	(-)	(-)	-			

令和元年度 近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する施策の実施状況

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R02.3月末)			課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	令和元年度 の実績値 (目標値)	令和2年度の 実績値 (目標値)	令和3年度の 実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】			
(6) 近江の地場産業および近江の地場産品に関する実態についての定期的な調査および分析													
ア 近江の地場産業および近江の地場産品の実態について概ね5年を目安として調査を実施(1事業)													
97	創	滋賀の地域産業成長 戦略支援事業 (再 掲)	地場産業組合等が実施する ブランド力の向上、後継者 育成、海外展開や販路拡大 等の戦略的、持続的な取り 組みに支援する。	<p>○地場産業組合等海外展開戦略等支援補助金 国内外の販路開拓や後継者育成に対し助成。 11組合18事業を遂行。</p> <p>○地場産業組合等指導支援補助金 滋賀県中小企業団体中央会が地場産業の振興を 目的にして行う新事業創出のための啓発活動や指 導事業等に対して助成した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地場産業等地域デザイン創造研究会の開催 ・地域団体商標検討会議等の開催 ・地場産業等の認知度向上の情報発信支援 等 			<p>・滋賀の地域産業成長戦略支援事業については 1/2の補助率であるが、零細な組合にとつて は、1/2の自己負担を負担することが困難な ところもある。</p> <p>・各組合が希望する補助内容は多岐にわたること から、組合だけではなく事業者の要望に直接 対応できる支援の充実を検討する必要がある。</p> <p>・より効果的に実施できるよう、内容や発信方 法について絶えず改善を続ける必要がある。</p> <p>・継続的、定期的に事業を実施することが認知 度向上には重要である。</p> <p>・近江の地場産業および近江の地場産品の実態 について概ね5年を目安として調査を実施す る。</p>				(再掲)	モノづくり振興課	4 30 74
				<p>新商品開発等 ブランド強化 に取り組んだ 組合数</p>	15組合 (10組合)	16組合 (12組合)	14組合 (12組合)	117%	- (-)	- (-)			