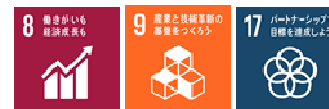




- 地域の経済や社会の担い手である中小企業、とりわけ小規模企業の活力が最大限に発揮され、事業の持続的な発展が図られるよう、多面的な支援に取り組んだ。



滋賀県は持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています。

事業名	事業の目的 令和2年度の 具体的取組内容	令和2年度の 事業の目標 (数値目標 または 定性目標) アウトカム目標	新型コロナ ウイルス感染症 の影響や対応	事業の評価					R2年度 決算額 (単位: 千円)	担当課
				段階 評価 (A~D)	過年度 評価		取組の成果	実施後の課題		
					R	H				
					1	30	①数値目標の達成状況 ②施策利用者に対してどの ような成果や効果があったか	施策利用者の 具体的な声・意見等		

【小規模事業者等の経営の安定および向上に向けた支援】

事業継続計画策定支援事業 <重点Ⅰ>	県内中小企業・小規模事業者のBCP策定を促進する。 新型コロナウイルス等の感染症拡大を想定し、かつ発生リスクの高い自然災害等のリスクにも備えるため、本県の地理的特徴や産業構造などを考慮した滋賀県版BCPモデル(BCP策定のひな型)を作成した。	【目標】 「滋賀県版BCPモデル(BCP策定のひな型)」と策定の手引き」の作成および公表	新型コロナウイルス感染拡大を踏まえ、実施事業を、研修会の開催からBCP策定のひな型の作成に変更した。	A	A	A	①「滋賀県版BCPモデル(BCP策定のひな型)」と「策定の手引き」を作成し公表した。 ②令和3年度より「滋賀県版BCPモデル」と「策定の手引き」を活用したセミナーおよびBCP策定のワークショップを開催予定。	完成した滋賀県版BCPモデルを広く活用してもらい、実際のBCP策定につなげることが今後の課題。 (R2年度は滋賀県版BCPモデルの作成を行った。実際の利用はR3年度から開始予定)	6,105	中小企業支援課
県中小企業支援センター事業 <重点Ⅰ>	中小企業の振興と経営の安定 ○(公財)滋賀県産業支援プラザが実施する県中小企業支援センター事業への補助 ・窓口相談事業の実施 ・専門家派遣事業の実施	【目標】 ・専門家派遣回数: 363回 ・専門家派遣を活用された中小企業者の目的達成率95%	中小企業におけるテレワーク導入およびBCP作成を強力に推進するため、以上の事業に取り組む場合のみ補助対象経費を2/3から3/4に引き上げた。	A	A	A	①専門家派遣回数: 362回 専門家派遣を活用された中小企業者の目的達成率: 97.4% ②コロナ禍ということで、オンラインでできる事業やテイクアウト事業を始めるなど、営業内容の拡大につながった。	・テレワークやBCP作成に特化した枠を設置したが、申請が想定よりも少なかった。 ・テレワークの規定が整備できたことにより、コロナ禍でも安心して働けるようになった。 ・経営支援を受けたことにより、前年比より売り上げが増加した。	13,521	中小企業支援課

事業名	事業の目的		令和2年度の 事業の目標 (数値目標 または 定性目標) アウトカム目標	新型コロナ ウイルス感染症 の影響や対応	事業の評価			R2年度 決算額 (単位: 千円)	担当課	
	令和2年度の 具体的取組内容	段階 評価 (A~D)			過年度 評価		取組の成果 ①数値目標の達成状況 ②施策利用者に対してどの ような成果や効果があったか			実施後の課題 施策利用者の 具体的な声・意見等
					R 1	H 30				
小規模事業 経営支援事 業費補助金 〈重点I〉	小規模事業者等の振興と安定への寄与	C	B	B	① ・巡回指導件数：41,261件/年 ・相談指導件数：51,725件/年 ・経営発達支援計画に設定した 売上増加事業所数目標を達成し た商工会・商工会議所の割合： 34% ②コロナ禍の影響に係る相談や、 コロナへの支援金についての相 談が増加している。	コロナ禍の影響を受 けた事業者が多く、 売上増加目標を達成 した商工会・商工会 議所の割合が目標を 大きく下回った。	1,402,350	中小企業支援課		
	商工会・商工会議所の経営指導員等の人 件費およびその活動費を補助する。					経営発達支 援計画に設 定した売上 増加事業所 数目標を達 成した商工 会・商工会 議所の割合 75%			コロナ禍によ り巡回指導が 実施困難と なったが、オ ンラインで相 談を行う体制 を整えたため、 相談指導件数 は大幅に増加 した。	相談件数の増加に加 え、経営の根幹にか かわる相談が増えて おり、相談一件あた りの時間が長くなっ ている。

事業名	事業の目的	令和2年度の 事業の目標 (数値目標 または 定性目標) アウトカム目標	新型コロナウイルス感染症 の影響や対応	事業の評価					R2年度 決算額 (単位: 千円)	担当課
				段階 評価 (A~D)	過年度 評価		取組の成果	実施後の課題		
	R 1				H 30	①数値目標の達成状況 ②施策利用者に対してどの ような成果や効果があったか				

【商店街等の活性化に向けた支援】

にぎわいの まちづくり 総合支援事 業 <重点 I>	商店街等が行う商店街活性化のためのソフト事業に対する助成 ○商店街等に対する補助 ・イベント開催 ・意識調査の実施 ・バル事業実施 ・視察研修会の実施 ・商店街マップによる商店街情報の発信など	【目標】 ・事業実施者数 9件 ・来街者数等の目標を達成した商店街等の割合 75%	補助対象事業を縮小したり、中止する商店街があった。	C	B	B	①コロナの影響があり、人を集めてのイベントを実施することが難しく、目標を達成できない商店街等が多数を占めた。 ②感染対策に取り組み、事業実施することで、継続に向けての意欲を持つ団体もあった。	ソフト事業への助成のため、コロナ感染拡大に対応した事業実施の形態を促す必要がある。 コロナ感染拡大の影響で、ますます集客が難しくなっているため、引き続きの支援を求める声が多かった。	2,340	中小企業支援課
滋賀県ちいさな企業応援月間情報発信事業 <重点 I> <基金>	・県内の支援機関等が実施する支援策や諸活動の広報。 ・県内の'ちいさな企業'の魅力発信。 ・「滋賀県ちいさな企業応援月間」の期間を中心に支援機関において実施する研修、セミナー等支援施策事業一覧の作成配布。 ・「滋賀県ちいさな企業応援月間」の啓発資料の作成・配布。 ・県内の'ちいさな企業'の魅力を県内外へSNSを用いて定期的に発信する。	【目標】 ・配布数 冊子：10,000冊 チラシ：10,000枚 ポスター：200枚 Instagram投稿数 70 ・Instagramフォロワー数 300人	・各団体で実施する事業が中止・延期となった影響により、月間に位置付けられる事業が大幅に減少した。 ・冊子形式での配布は断念し、県ホームページ掲載のみで対応。随時柔軟に追加、修正に対応。	C	C	B	①配布数 チラシ：3,000枚 ポスター：200枚 Instagram投稿数：75 Instagramフォロワー数：205人 (R3.3.31時点) 365人 (R3.5.31時点) ②Instagramでちいさな企業を広報することにより、ちいさな企業のSNS運用の促進につながった。	Instagram掲載企業が、SNS掲載後に、「集客につながった」などの効果を実感できていないという点が課題である。 ・広告宣伝費が限られているので、無料で宣伝してもらえて嬉しい。 ・地元の店を知る良いきっかけとなった。	1,197	中小企業支援課

事業名	事業の目的	令和2年度の 事業の目標 (数値目標 または 定性目標) アウトカム目標	新型コロナ ウイルス感染症 の影響や対応	事業の評価					R2年度 決算額 (単位: 千円)	担当課
				段階 評価 (A~D)	過年度 評価		取組の成果 ①数値目標の達成状況 ②施策利用者に対してどの ような成果や効果があったか	実施後の課題 施策利用者の 具体的な声・意見等		
	R				H					
	令和2年度の 具体的取組内容									

【伝統的工芸品・地場産業の振興】

伝統的工芸 品販路開拓 コーディネート事業 ＜重点I＞ ＜基金＞ 新	伝統的工芸品製造業者の新規顧客獲得や 販路拡大	【目標】 ・ギフト ショー会期 中の1社当た りの商談件 数 2件 ・「 <u>販路開 拓につな がった</u> 」と 感じた参加 事業者の割 合 65%	・会議をオン ラインで実施 した。 ・コロナの影 響が継続する ことを想定し、 オンラインイ ベントを実施 した。	B	-	-	① 1社あたりの商談件数 5件 ② つながったと感じた事業者の 割合33% 今後つながりそうと感じた事業 者の割合66%	コロナ感染拡大の影響により首都圏での 商談会に参加できない事業者もあった。	11,403	モノづくり振興課
	・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 ・県内消費者向けに百貨店等で販売会を 実施 ・東京インターナショナルギフトショー へ出展、販路開拓を支援							参加事業者から、専 門チームのアドバイ スが商品開発に役 立った、ギフト ショーへの出展によ り様々な課題が見え 収穫があった等の意 見をいただいた。		

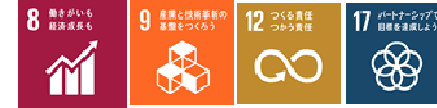
近江の地域 産業振興総 合支援事業 ＜重点I＞	本県の優れた地域資源である地場産業等 の「稼ぐ力」を高め、新たな成長産業の 育成と地場産業および地場産品の振興の ための取組を支援する。	【目標】 商品開発や 販路開拓に 取り組んだ 事業者の数 14件	海外デザイ ナー、バイ ヤーを招聘し て県内事業者 へ派遣する予 定であったが、 オンラインに よる会議も並 行して行った。	A	A	A	①新商品開発や販路開拓に取り 組んだ事業者の数 14件 ②・取組を継続的に実施するこ とで、さらなる効果の波及と発 展が期待できる。 ・海外展開に向けた知見を得 ることができた事業者：3者 (100%)	試作、商品開発、販 路開拓に対応できる 施策を実施したが、 コロナ感染拡大によ り、海外向け事業が 一部変更となった。 (海外展示会→国 内)	23,176	モノづくり振興課
	・施策推進協議会の運営、表彰 ・滋賀県中小企業団体中央会が行う、ブ ランド構築やPRおよび新事業創出のた めの組合指導、研修等の支援 ・地場産業組合の国内外の販路開拓や後 継者育成の支援 ・地域特産品組合や組合連携による商品 開発を伴う販路拡大への支援 ・地場産業事業者の商品開発および販路 開拓を、専門家がプロデュース支援する 事業							・今後の商品開発に 向けての方向性を得 ることができた ・SNS等での発信や web会議の方法など も参考になった		

各事業の評価 重点施策Ⅱ 次代を見据えた中小企業の挑戦への支援



滋賀県は持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています。

- 将来にわたって成長を続けることができる強靱な産業構造の実現に向け、イノベーションの創出や生産性の向上などによる産業の高度化、海外展開支援、創業の促進に取り組んだ。



事業名	事業の目的	令和2年度の事業の目標 (数値目標 または 定性目標) アウトカム目標	新型コロナ ウイルス感染症 の影響や対応	事業の評価				R2年度 決算額 (単位: 千円)	担当課
	令和2年度の 具体的取組内容			段階 評価 (A~D)	過年度 評価		取組の成果 ①数値目標の達成状況 ②施策利用者に対してどの ような成果や効果があったか		
						R 1		H 30	

【起業・事業承継の促進】

起業するなら滋賀！起業チャレンジ応援事業<重点Ⅱ> (新)	・県内の起業マインドの醸成 ・起業の裾野拡大	【目標】 ・リーフレット配布枚数：5,000枚 ・AWARDの応募者数：30名	・支援者への取材を、感染状況が落ち着いていた夏場に実施した。	C	-	-	① ・リーフレット配布枚数：5,000枚 ・AWARDの応募者数：0名 ・HP閲覧件数：3,249件 ・AWARDのファイナリストのうち事業化を進めている者、事業化を実現した者の割合：0%	リーフレットとホームページの連動性の向上。特にリーフレットからホームページへの誘導に対して工夫が課題として残った。	1,185	中小企業支援課
	・地域における身近な支援者や支援機関などの情報をリーフレットおよびHPで発信 ・SHIGA CHALLENGER AWARD 2020 (ビジネスプランコンテスト) の実施	・HP閲覧件数：1,000件 ・AWARDのファイナリストのうち事業化を進めている者、事業化を実現した者の割合：80%	・AWARDは、新型コロナウイルス感染症の感染状況や、他の経済対策を優先させる必要があったため、開催を見送った。				②起業準備者や創業間もない方に対して情報を届け、起業の裾野拡大に繋がった。	・デザインが親しみやすく、手に取ってみようと思った。 ・コワーキングスペースに一度行ってみようという気持ちになった。		

事業名	事業の目的	令和2年度の事業の目標 (数値目標 または 定性目標) アウトカム目標	新型コロナ ウイルス感染症 の影響や対応	事業の評価				R2年度 決算額 (単位: 千円)	担当課	
				段階 評価 (A~D)	過年度 評価		取組の成果			実施後の課題
	R 1				H 30	①数値目標の達成状況 ②施策利用者に対してどの ような成果や効果があったか				
創業応援隊 による起業 準備者育成 支援事業 <重点Ⅱ>	起業準備者等が行う事業の事業化・市場化の道筋をつけるとともに、支援機関の連携強化	【目標】 ・起業準備 応援補助金 申請件数: 20件	・各種説明会 や進捗報告会 を対面形式で 実施すること が困難だった。 ・オンライン 形式で実施す る等の感染症 対策を踏まえ て事業を進行 した。	A	A	—	① ・起業準備応援補助金申請件 数: 32件 ②意見交換会や進捗報告会を通 じて、各支援者のレベルアップ や連携強化にもつながった。	伴走支援者が、産業 支援プラザ中心。商 工会や商工会議所の 支援者にも支援を依 頼する必要がある。	2,506	中小企業支援課
	・起業準備応援補助金による資金面での支援 ・創業応援隊等の支援者によるアドバイス ・対象者の選考や進捗報告会、成果発表会による支援機関の強化							・市場化、事業化に 向けた道筋が見えた。 ・他の支援者の事例 や、ノウハウの共有 ができた。		
滋賀発事業 承継プロ ジェクト促 進事業 <重点Ⅱ> 新	・事業承継に関する機運醸成やニーズの更なる掘り起こし。 ・後継者の確保が困難、かつ資金力の乏しい中小企業をターゲットに、第三者承継を促す。	【目標】 ・参加者 100名 ・補助件数 8件 ・補助件数 6件	支援スキル向上の一環として開催を予定しているシンポジウムの実施方法を、Web配信型に変更。	C	—	—	① ・講演会の参加者数: 参加者 319名 ・事業承継補助金: 補助件数 1件 ・事業承継トライアル: 補助件数 0件 ②補助事業の目標件数は達成できなかったものの、シンポジウムを通じ参加者に事業承継の参考となる事例が共有できた。	事業承継トライアル については、民事信 託契約の活用が困難 であった。	712	中小企業支援課
	・事業承継シンポジウム モデル事例共有、講演等 ・承継準備型事業承継補助金 企業価値評価費用の補助 ・事業承継トライアル トライアル期間(お試し期間)を設けた事業承継の手数料一部補助							新型コロナウイルス 感染症の影響により、 事業の継続性に注力 され、事業承継の機 運が下がった。		

事業名	事業の目的	令和2年度の事業の目標 (数値目標 または 定性目標) アウトカム目標	新型コロナ ウイルス感染症 の影響や対応	事業の評価				R2年度 決算額 (単位: 千円)	担当課	
	令和2年度の 具体的取組内容			段階 評価 (A~D)	過年度 評価		取組の成果			実施後の課題
					R	H				
滋賀県事業承継ネットワーク連携促進事業 <重点Ⅱ>	<ul style="list-style-type: none"> 県内中小企業の事業承継促進 支援機関職員の事業承継支援スキルの向上 滋賀県事業承継ネットワークの運営 ネットワーク構成機関の職員を対象とした事業承継支援スキル向上研修の実施 	【目標】 ・研修修了者50人 ・事業承継計画策定件数：15件	研修会の実施を、少人数制に変更した。	C	C	—	①研修修了者：11人 事業承継計画策定件数：9件 ②新型コロナウイルス感染症の影響により、商工会をはじめとする経済団体等の業務が大幅に増加したことにより目標件数は未達成であった。	事業への支援業務の増加により、受講時間の確保が困難であった。 研修の実施方法について、録画配信や、オンラインの活用などの検討が必要であった。	5,730	中小企業支援課

【先端技術活用、新分野進出、新技術開発等のチャレンジへの支援】

「発酵産業」成長促進化プロジェクト推進事業 <重点Ⅱ>	多様な主体でつながるプラットフォームを構築し、発酵を軸とした新たな商品・サービスの創出を支援するとともに、認知度向上に向けた施策を展開する。 <ul style="list-style-type: none"> 商品・サービス開発/販売 プラットフォームの運営 認知度向上 	【目標】 プロジェクト件数 10件	補助事業の執行を中止	A	A	—	①10件以上のプロジェクトを達成した。 ②プラットフォームの活動を通して事業者マッチングが成立した。	コロナ禍により、補助金を活用した個別プロジェクトの創出を執行できなかったため、今後早期に取り組む必要がある。 いつまでも行政が旗振りをするのではなく、プラットフォームが自走化していくと、長期的に取組ができそうである。	7,942	商工政策課
近未来技術等社会実装推進事業 <重点Ⅱ> 新	滋賀県内をフィールドに、IoT、AI、自動運転、ドローン等近未来技術の社会実装に向け、企業等からの申請に基づく実証実験等の経費に対して助成し、事業化に向けた取組の促進を図る。 企業等に対し補助（4件）	【目標】 実証実験件数 4件	実証実験だけでなく、実現可能性調査も補助の対象とした。	A	—	—	①5件の実証実験を支援した。 ②補助した事業の1件は、R3年度4月に実証実験を経てサービスリリースに至った。	社会実装に向けた取組を加速させる必要がある。 もう少し事業期間が長く、補助金額が多いとありがたい。	16,042	商工政策課

事業名	事業の目的	令和2年度の事業の目標 (数値目標 または 定性目標) アウトカム目標	新型コロナ ウイルス感染症 の影響や対応	事業の評価			R2年度 決算額 (単位: 千円)	担当課		
				段階 評価 (A~D)	過年度 評価				取組の成果 ①数値目標の達成状況 ②施策利用者に対してどの ような成果や効果があったか	実施後の課題 施策利用者の 具体的な声・意見等
	R 1				H 30					
滋賀発成長 産業発掘・ 育成事業 <重点Ⅱ>	本県の経済成長を牽引する新たな成長産業の発掘・育成を図る	【目標】 ・事業化プランコンテストへの選考件数 9件 ・新規法人化等件数 1件	事業化プランコンテストの開催について一般の参加者を募集せず、発表者・申請者・事務局に参加者を限定して実施した。	A	A	A	①事業化プランコンテストへの選考件数 9件 ②ハンズオン支援により、1件の新規法人が誕生した。	コンテストに出場したチームの事業化を加速するため、大手企業との連携等の提供を行ったが、コロナの影響により大学、企業への訪問が困難となり、継続的な連携支援に支障をきたした事例があった。	10,000	モノづくり振興課
	・県内理工系大学や第二創業を目指すモノづくり中小企業等からのビジネスシーズ発掘 ・メンタリング等による事業化プランのブラッシュアップ ・事業化プランの発表の場および大手企業等支援者に対する訴求機会としての事業化プランコンテストの開催 ・優秀なプランに対するハンズオン支援の機会提供							コンテストに出場したチームの中には企業との連携が生まれ、研究の社会実装に向けて加速することができたチームもあった。		
CO ₂ 削減等 環境ビジネス 関係出展 等補助事業 <重点Ⅱ> 新	県内産業の育成振興およびしがCO ₂ ネットゼロムーブメントへの企業の参加機運の向上	【目標】 大都市、海外などで開催されるCO ₂ 削減など環境ビジネスに関するモノづくり関連展示会等への出展補助 30社	・特別な対応はなし ・30件の出展を目標としていたが、コロナ感染拡大の影響により、目標としていた出展数に達しなかった。	D	-	-	①大都市、海外などで開催されるCO ₂ 削減など環境ビジネスに関するモノづくり関連展示会等への出展補助 2社 ②製品にかかる顧客動向の把握、製品の知名度向上につなげることができた。	30件の出展を目標としていたが、コロナ感染拡大の影響により、目標としていた出展数に達しなかった。	400	モノづくり振興課
	CO ₂ 削減など環境ビジネスに関するモノづくり関連展示会等への出展補助や商談会の開催補助により、県内産業の育成振興を図る。							出展ができた企業については、顧客動向の把握や、販路開拓等に繋げることができ、一定の成果があった。		

事業名	事業の目的	令和2年度の事業の目標 (数値目標 または 定性目標) アウトカム目標	新型コロナウイルス感染症の影響や対応	事業の評価			取組の成果	実施後の課題	R2年度 決算額 (単位: 千円)	担当課
				段階 評価 (A~D)	過年度 評価					
	R 1				H 30	①数値目標の達成状況 ②施策利用者に対してどの ような成果や効果があったか	施策利用者の 具体的な声・意見等			
中小企業経営革新支援事業 ＜重点Ⅱ＞	中小企業が新事業に取り組むことで経営を向上	【目標】 ・新規承認件数 35件 ・市場化ステージ支援事業補助金採択者数 7件 ・「 <u>市場化ステージ支援事業補助金企業化状況調査</u> 」による企業化率 35%	通常であれば経営革新計画承認審査会は事業者が来庁し直接計画の説明を行うが、緊急事態宣言発令中だった第1回経営革新承認審査会は書面で開催した。	A	A	A	①経営革新計画の新規承認件数の実績は53件と大きく目標を上回った。市場化ステージ支援事業補助金採択企業の企業化率に関しても目標を達成した。 ②特になし	経営革新計画承認者に対して、滋賀県の市場化ステージ支援事業補助金の情報をさらに提供していく必要がある。	10,720	中小企業支援課
	・経営革新計画承認審査会の開催 ・市場化ステージ支援事業補助金による支援 ・経営革新計画フォローアップ調査の実施 ・経営革新計画制度周知パンフレット作成							—		
プロジェクトチャレンジ支援事業 ＜重点Ⅱ＞	中小企業者等の新製品や新技術開発を活性化	【目標】 ・中小企業の新製品等開発計画の認定等件数 8件 ・過去5か年の補助金採択事業の製品化割合 46%	一次募集の審査会は感染症拡大を防止するため、書面による審査を実施した。	A	B	A	① ・中小企業の新製品等開発計画の認定等件数 19件 ・過去5か年の補助金採択事業の製品化割合 47% ②滋賀県中小企業新技術開発プロジェクト補助金について18件採択し、研究開発の促進に寄与した。	コロナ禍における社会課題に対応する研究開発（非接触化、自動化）など様々な新製品開発が活発化し、当初予算を大幅に超える申請があった。	58,624	モノづくり振興課
	企業のコア技術を活かした新事業へのチャレンジについて段階に応じた支援およびフォローアップの実施 ・チャレンジ計画の認定 ・プロジェクトチャレンジ支援事業費補助金 ・チャレンジ計画のフォローアップの支援							複数年度にまたがる研究開発について、継続した支援を望む意見があった。		

事業名	事業の目的		令和2年度の事業の目標 (数値目標 または 定性目標) アウトカム目標	新型コロナウイルス感染症の影響や対応	事業の評価				R2年度 決算額 (単位: 千円)	担当課	
	令和2年度の 具体的取組内容				段階 評価 (A~D)	過年度 評価		取組の成果 ①数値目標の達成状況 ②施策利用者に対してどの ような成果や効果があったか			実施後の課題 施策利用者の 具体的な声・意見等
						R	H				
AIと水中ドローンを活用した次世代技術開発支援事業 <重点Ⅱ> (新)	琵琶湖をテストフィールドとした水中ドローン等の可能性調査	【目標】 報告会参加者数 10者	感染症の状況を踏まえ、セミナーをオンラインで開催した。	A	—	—	①報告会参加者数 42者 ②水中ドローンの概要と活用の可能性について、実際の利用時の様子を伝えることで、具体的にイメージしてもらうことが出来た。	ソナー等のハードウェア開発に加え、様々なアプリケーションの開発を進めることで、ビジネスモデルを展開していく必要がある。 水中ドローンの活用範囲が様々な分野に及ぶことが確認でき、期待が高まった。	999	モノづくり振興課	
6次産業化ネットワーク活動推進事業 <重点Ⅱ>	農林漁業者等の所得向上と地域における雇用の創出	【目標】 ・6次産業化研修会の参加者数 20名 ・施設・機械等の整備支援実施事業者数 1事業者 ・新たな加工・販売等に取り組む事業者数 10事業者	研修会は「オンライン併用」で開催した。	B	A	A	① ・6次産業化研修会の参加者数延べ100名 ・施設・機械等の整備支援実施事業者数 0事業者 ・新たな加工・販売等に取り組む事業者数 5事業者 ②6次産業化に取り組もうとする農林漁業者等に対し、専門家派遣や研修会での支援は、経営体の発展や地域農業の活性化に向けて効果的であった。	引き続き、6次産業化に取り組もうとする農林漁業者等に対する専門家派遣や研修会での支援を行うとともに、滋賀県農林水産業新ビジネス創造研究会の取組を活性化させる。 ・専門家の派遣による相談は引き続き活用したい。 ・新たなビジネスモデルの構築には本研究会の活性化と農林漁業者主体の取組が必要である。	9,718	農業経営課	

事業名	事業の目的	令和2年度の事業の目標 (数値目標 または 定性目標) アウトカム目標	新型コロナウイルス感染症 の影響や対応	事業の評価					R2年度 決算額 (単位: 千円)	担当課
				段階 評価 (A~D)	過年度 評価		取組の成果	実施後の課題		
	R				H	①数値目標の達成状況 ②施策利用者に対してどの ような成果や効果があったか				
	令和2年度の 具体的取組内容									

【海外市場の積極的な獲得に向けた支援】

滋賀ウォーターバレー・水環境ビジネス推進事業 <重点Ⅱ>	<p>・産学官金民連携のプラットフォームである「しが水環境ビジネス推進フォーラム」の活動を基盤として、高い成長が見込まれるアジア地域を重点にビジネスプロジェクトの創出・展開を支援。</p> <p>・国内外の展示会への出展に加え、海外の水環境ビジネス企業との商談の機会を設けるなど、企業の販路開拓を支援。</p> <p>●県内外の水環境関連企業等が参画する「しが水環境ビジネス推進フォーラム」のプラットフォーム活動を推進。</p> <p>・広報活動 ・情報提供・収集活動</p> <p>●アジア地域を重点に、プロジェクトチームを組成・運営</p> <p>●ビジネスプロジェクトの創出・展開</p> <p>・商機拡大等支援（展示会への出展等）</p> <p>・海外展開事業化モデル事業補助金</p> <p>●「滋賀ウォーターバレー」を担う人材育成を実施。</p>	<p>【目標】 水環境ビジネス関連の商談件数 240件</p>	<p>・セミナーの実施を、集合開催からWeb配信型に変更</p> <p>・展示会への出展については、オンライン開催の展示会にも参加</p>	A	A	A	<p>①新型コロナウイルス感染症の影響から、国内外の展示会の多くが中止となり商談の機会が失われる中、オンラインも活用し、展示会参加や商談会開催をすることで、目標数値を達成することができた。（281件）</p> <p>②新型コロナウイルス感染症の影響により海外への渡航が制限されている状況下であるが、県内事業者のJICA中小企業案件化調査への応募について後押しすることができた。</p>	<p>海外において必要とされる水環境分野の技術や製品については、現地の水環境課題や法制度等の変更によって大きな影響を受けることから、ビジネス化に向けては最新の現地事情・情報を適時・適切に把握する必要がある。</p> <p>海外において新たな取組を進める上で、資金面でのリスクがあるため、これを財政的に支援いただけるとはありがたい。</p>	22,205	商工政策課
海外展開総合支援事業 <重点Ⅱ>	<p>・ジェット口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対応</p> <p>・ASEAN地域を重点的に中小企業の海外事業展開を支援。</p> <p>ジェット口滋賀貿易情報センターと連携し、県内中小企業、生産者団体等の海外展開を図る。</p>	<p>【目標】 ・海外展開にかかる相談対応件数 月平均30件</p> <p>・ジェット口開設後、新たに海外展開した企業数 9社</p>	<p>Web、オンラインを使ったセミナーや商談会など、新しい方法での支援を展開した。</p>	B	A	A	<p>①海外展開にかかる相談対応件数の月平均は22件。</p> <p>②ジェット口開設後、新たに海外展開した企業数は11社。</p>	<p>ジェット口滋賀の認知を広め、さらに利用を促進する必要がある</p> <p>県内にいながら、様々な海外ビジネスの情報を得られる機関の存在はありがたい。</p>	15,367	商工政策課

事業名	事業の目的		令和2年度の事業の目標 (数値目標 または 定性目標) アウトカム目標	新型コロナウイルス感染症の影響や対応	事業の評価				R2年度 決算額 (単位: 千円)	担当課	
	令和2年度の 具体的取組内容	令和2年度の 具体的取組内容			段階 評価 (A~D)	過年度 評価		取組の成果 ①数値目標の達成状況 ②施策利用者に対してどの ような成果や効果があったか			実施後の課題 施策利用者の 具体的な声・意見等
						R	H				
滋賀から世界へ！滋賀県海外展開トッパー企業支援事業 <重点Ⅱ> <基金>	<p>ジェトロ滋賀貿易情報センターと連携し、県内中小企業の海外事業展開支援を行うため、海外販路開拓に必要な経費の一部を助成する。</p> <p>・中小企業の海外見本市等への出展 ・海外市場調査等の実施 ・販売促進活動 について、その一部を補助</p>	<p>【目標】 ・支援件数6件</p> <p>・本事業を活用した企業で新たな海外展開・輸出等につながった件数3件</p>	<p>ジェトロ滋賀と連携の上、補助事業の進捗や方針を適宜確認し、補助事業者をフォローアップしながら進めた。</p>	A	A	A	<p>①10件の応募があり、7社に補助金を交付して支援を実施。新たな海外展開・輸出等につながった件数は7件。</p> <p>②本補助事業を契機として、コロナ禍の中でも実施できる広告宣伝方法等を各事業者が考え、海外展開への取組を行った。</p>	<p>本事業で創出されたモデル的な成功事例の、効果的な横展開方法を研究し、実施する必要がある</p> <p>渡航や通関など、国内よりコストのかかる海外展開の取組に対して、資金的な支援をいただけるのは、大きな後押しになっている。</p>	5,168	商工政策課	

【県内での新規立地・再投資の促進】

<p>企業立地促進応援パッケージ <重点Ⅱ></p> <p>新</p>	<p>県内での新規立地・再投資の促進</p> <p>県内の立地企業に対し、継続的なフォローを行うサポート体制や、操業後の課題に対する補助金制度により、企業の円滑な操業環境づくりを応援し、県内への定着・更なる投資を促進する。</p>	<p>【目標】 ・企業訪問件数100件</p> <p>・本社機能、研究開発拠点、マザー工場等の新設・増設4件</p>	<p>訪問は可能な限り控え、Web面談等を活用しサポートを実施した。</p>	B	—	—	<p>①企業訪問(対応)件数 57件 本社機能、研究開発拠点、マザー工場等の新設・増設 6件</p> <p>②コロナ禍により、企業訪問件数は大幅に未達となったが、企業からの相談や市町等を通じて顕在化された課題に関しては企業立地サポートチームを活用するなどして対応した。</p>	<p>企業の抱える課題には市内や市町とで横断的に議論する必要のあるものも多く、よりサポートチームを活用していく必要がある。</p> <p>—</p>	1,632	企業立地推進室
---	---	--	--	---	---	---	--	--	-------	---------

各事業の評価 重点施策Ⅲ 中小企業を支える多様な人材の確保・育成支援



滋賀県は持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています。



- 若者や女性、障害者、中高年齢者、外国人など多様な人材の確保を支援するとともに、働きやすい職場環境づくりを促進する。あわせて、技術革新が急速に進む中で、時代のニーズに即した人材育成や、生産性向上に向けた人材育成を支援した。

事業名	事業の目的 令和2年度の 具体的取組内容	令和2年度の 事業の目標 (数値目標 または 定性目標) アウトカム目標	新型コロナ ウイルス感染症 の影響や対応	事業の評価					R2年度 決算額 (単位: 千円)	担当課
				段階 評価 (A~D)	過年度 評価		取組の成果 ①数値目標の達成状況 ②施策利用者に対してどの ような成果や効果があったか	実施後の課題 施策利用者の 具体的な声・意見等		
					R	H				
					1	30				

【多様な人材の確保】

滋賀マザーズジョブステーション事業 ＜重点Ⅲ＞	出産や子育てによる離職後、再就職を希望する女性等を対象とした就労支援	【目標】 ・滋賀マザーズジョブステーションの相談件数5,700件(年間)	・応援ウィークの合同企業面接会を対面形式からWebサイト形式に変更。	B	A	A	①相談件数：年間5,673件 就職件数：888件	・感染症対策を行いながら相談業務やマッチング支援を行える体制の確立。	51,760	女性活躍推進課
	<ul style="list-style-type: none"> ・滋賀マザーズジョブステーション・近江八幡 ・滋賀マザーズジョブステーション・草津駅前 ・出張相談(長浜) ・セミナー&お仕事相談会 ・保活直前!お仕事探し応援ウィーク 	・滋賀マザーズジョブステーションの就職件数950件	・広報媒体として、LINE公式アカウントを活用。				※コロナ禍の影響による有効求人倍率の低下や、緊急事態宣言に伴う来所休止期間(4/20~5/17)の影響により、相談件数および就職件数ともに目標を下回った。	・コロナで打撃を受けたひとり親や非正規雇用の女性に対する情報発信。		

事業名	事業の目的 令和2年度の 具体的取組内容	令和2年度の 事業の目標 (数値目標 または 定性目標) アウトカム目標	新型コロナ ウイルス感染症 の影響や対応	事業の評価			R2年度 決算額 (単位: 千円)	担当課		
				段階 評価 (A~D)	過年度 評価				取組の成果 ①数値目標の達成状況 ②施策利用者に対してどの ような成果や効果があったか	実施後の課題 施策利用者の 具体的な声・意見等
					R	H				
中高年人材 新規就業支 援事業 <重点Ⅲ>	<p>少子高齢化等による労働力不足が見込まれる中、滋賀労働局・ハローワークと連携し、中高年齢者への一体的な就労支援等を実施することで、県内企業への就業を促進する。</p> <ul style="list-style-type: none"> 「シニア相談コーナー」の運営 キャリアコンサルタント3名を配置 「企業相談コーナー」の運営 職場環境改善アドバイザー1名を配置 就職面接会の開催 ハローワークと連携した出張相談の実施 人材育成セミナーの開催 	<p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> シニア ジョブス テーション 滋賀の利用 者数 5,850人 シニア ジョブス テーション 滋賀利用者 の就業者数 650人 	<ul style="list-style-type: none"> 相談窓口へのアクリルパネルの設置やオンライン相談などの感染対策を行った。 就職面接会の中止やセミナーの開催規模等について見直し・変更を行った。 	B	B	—	<p>①利用者数：5,974人、利用者のうち就業者数：441人</p> <p>②企業相談コーナーにおいて、相談対応等を行うなかで、企業への中高年人材の雇用を促進し、対象求人の充実を図った。また、高齢者を対象とした個別相談窓口の設置やセミナーの開催により、就労意欲の促進を図った。</p>	<p>就業者数の減少。コロナ禍における厳しい雇用情勢の中で、よりきめ細かな相談対応等が必要となる。</p> <p>個別相談を受けたことで、前向きに就職活動ができるようになった等</p>	22,837	労働雇用政策課
しがジョブ パーク事業 <重点Ⅲ>	<ul style="list-style-type: none"> 学生・若者・就職氷河期世代の求職者を対象に相談から就職・定着までをワンストップで支援する。 県内企業等を対象に、若手人材の確保・育成や受け入れ環境整備を支援する。 <ul style="list-style-type: none"> 「キャリアカウンセリングコーナー」の運営 キャリアコンサルタント2名配置 UIターン就職コーディネーター 就職氷河期世代支援事業 キャリアカウンセリング、就職支援セミナー、就業体験プログラム 「人材確保支援コーナー」の運営 人材確保・育成アドバイザー2名配置 若者未来塾の開催 人材育成研修、就職支援研修、出張未来塾、職場定着支援研修 合同企業説明会・業界研究会の開催 就職面接会の開催 地域若者サポートステーションの支援 臨床心理士のカウンセリング等の実施 	<p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> しがジョブパークの利用者数 17,600人 しがジョブパークを利用した若者の就業者数 1,675人 	<ul style="list-style-type: none"> セミナーやキャリアカウンセリングなどをオンラインで実施したり、相談窓口にはアクリルパネルを設置するなどの感染対策を行った。 就職面接会やセミナーについて、開催時期の見直しや少人数制にする等の変更を行った。 	B	A	—	<p>①・利用者数 13,550人 ・就業者数 1,968人</p> <p>②コロナ感染拡大により、キャリアカウンセリングコーナーは4/21～5/17の間、オンライン相談のみ対応した。コロナ感染拡大の影響もあり、利用者数は4月～9月において、前年を下回った。その中でも、しがジョブパーク利用者等を対象とした研修講座「若者未来塾」や、就職氷河期世代に向けたセミナーおよびマッチングイベント、3月に開催した合同企業説明会などを通して、学生・若者・就職氷河期世代の求職者への就職支援と県内企業の魅力発信を行うことができた。</p>	<p>利用者総数を上げることが一番の課題。その他、就活イベントは民間主催も含め競合していることから、開催時期・場所・内容等は引き続き工夫していく必要がある。</p> <p>合同企業説明会は、ノースーツや社名なしブースの設置等、初めての取り組みが多かったが、参加者からは好評で「就職活動が楽しく感じた」という声があった。</p>	61,554	労働雇用政策課

事業名	事業の目的	令和2年度の 事業の目標 (数値目標 または 定性目標) アウトカム目標	新型コロナ ウイルス感染症 の影響や対応	事業の評価				R2年度 決算額 (単位: 千円)	担当課	
				段階 評価 (A~D)	過年度 評価		取組の成果			実施後の課題
	R				H	①数値目標の達成状況 ②施策利用者に対してどの ような成果や効果があったか		施策利用者の 具体的な声・意見等		
チャレンジ ドWORK運 動推進事業 <重点Ⅲ> <基金>	障害者の雇用促進	【目標】 ・ハロー ワークの支 援による障 害者の就職 件数1390件 ・県内に本 社のある民 間企業実雇 用率2.25%	就職面接会等、 集合型のイベ ントの開催に ついては、時 期の見直しや 少人数制にす る等の変更を 行った。	B	A	A	① ・ハローワークの支援による障 害者就職件数 1,187人 ・県内に本社のある民間企業実 雇用率 2.29% ②障害者雇用優良事業所の表彰 や研修、先進企業視察等を通し て、障害者本人には就業意欲の 促進、企業に対しては障害者雇 用の促進を図った。	・面接会等の開催形 式を工夫する必要が ある。 ・関係機関と連携し、 より一層、障害者の 就労意欲の向上、企 業の理解促進を図る 必要がある。	1,313	労働雇用政策課
	・障害者雇用優良事業所等知事表彰 ・障害者就職面接会の開催 ・障害者雇用啓発リーフレットの作成 ・中小企業等障害者雇用促進事業 ①障害者雇用研修会 ②障害者雇用企業情報交換会 ③障害や雇用先進企業視察 ④障害者と事業者のマッチング ⑤その他障害者雇用に資する事業							・就業意欲が高まっ た。 ・障害者雇用を進め るにあたっての心構 えを学ぶことができ た。		
オール滋賀 DEインター ンシップ事 業 <重点Ⅲ> 新	県内企業等への就職者の増加や就職にお けるミスマッチの解消	【目標】 ・インター ンシップ マッチング 成立数 延 べ110名 ・インター ンシップ参 加者の県内 企業等への 就職率 75.0%	学生と企業の 顔合わせをオ ンラインで実 施した。	B	-	-	①インターンシップマッチング 成立数：91人 インターンシップ参加者の県 内企業等への就職率：73.8% ②受入企業に対し、インター ンシッププログラム策定支援や普 及セミナーを実施することによ り、インターンシップの理解を 深めることができた。	魅力的なインターン シップを実施し、参 加者数の増加・内容 の充実を図る必要が ある。	12,870	労働雇用政策課
	・県内企業等のインターンシップ実施支 援 ・マッチングWebサイトの構築・運営 ・合同インターンシップ説明会の開催							参加者からは「働く イメージができた」、 企業からは「学生に 知ってもらう良い機 会になった」という 声。		
外国人材受 入サポート 事業 <重点Ⅲ>	外国人材受入支援により、県内企業等の 人手不足を解消	【目標】 ・相談件数 延べ500件 ・支援した 企業等の外 国人材採用 人数 100人	セミナーのオ ンライン開催 や、出張相談 会においてパ ネルを設置す るなどの感染 対策を行った。	A	A	-	①相談件数延べ584件、支援し た企業等の外国人材採用人数 130人 ②訪問相談、セミナー、出張相 談会等により、人材不足に直面 する県内企業が外国人材を円滑 かつ適正に受け入れることがで きるよう、きめ細かなサポート を継続的に実施した。	職業紹介（マッチ ング）機能を有しない ため、具体的な採用 活動は各企業に委ね ざるを得ない。	41,896	労働雇用政策課
	・相談事業 センター内での窓口相談 要請のあった企業等への訪問相談 県内各地で定期出張相談会開催 ・外国人材採用セミナーの開催 ・外国人留学生向けに就活イベントを周 知							県内企業からは「各 種情報を案内いただ き助かっている」と の声。		

事業名	事業の目的	令和2年度の 事業の目標 (数値目標 または 定性目標) アウトカム目標	新型コロナ ウイルス感染症 の影響や対応	事業の評価				R2年度 決算額 (単位: 千円)	担当課	
				段階 評価 (A~D)	過年度 評価		取組の成果			実施後の課題
	R 1				H 30	①数値目標の達成状況 ②施策利用者に対してどの ような成果や効果があったか				
ベトナム人材交流推進事業 ＜重点Ⅲ＞ 新	ベトナム人材とのマッチング機会創出により、県内企業等の人手不足を解消する。 ・関係構築に係る現地調査 ・ベトナム政府機関等との関係構築 ・覚書調印 ・マッチングイベント開催	【目標】 ・マッチングイベントへの参加企業数 延べ10社 ・参加企業のベトナム人材採用人数 20人	ベトナムへの渡航が困難となったため、現地調査のみ行った。	D	—	—	①イベント未実施 ②現地調査の結果、ベトナム政府機関等のニーズや、ベトナム人材の語学力等が把握できたので、その点を令和3年度事業に活かしている。	(イベント未実施のため、課題の把握に至らず。) —	676	労働雇用政策課
首都圏等からのUIJターン就職推進事業 ＜重点Ⅲ＞ 新	首都圏等都市部の移住希望者の本県への移住・UIJターン就職を推進する。 ・しがIJU相談センターの運営 ・首都圏のUIJターン就職希望者等が県内就業を体験できるツアーを実施 ・首都圏でUIJターン希望者等を対象としたセミナーを実施	【目標】 ・就業体験ツアー参加者 20名、セミナー参加者 30名 ・「しがIJU相談センター」の支援等を通じて首都圏等から本県へ移住就業した人数 5人	オンラインの就業体験ツアーを追加実施した。	B	—	—	①就職体験ツアー参加者 9名、セミナー参加者：16名 「しがIJU相談センター」の支援等を通じて首都圏等から本県へ移住就業した人数：6名 ②就業体験や相談対応を通じて、滋賀県で働くイメージを持ってもらった。	滋賀への移住に興味を持っている人に滋賀で働くことの魅力が伝わるような情報発信。 就職体験ツアー参加者から「実際に働く方の姿が見れてよかった」、セミナー参加者から「滋賀へ行ってみたい」という声をいただいた。	10,177	労働雇用政策課

事業名	事業の目的 令和2年度の 具体的取組内容	令和2年度の 事業の目標 (数値目標 または 定性目標) アウトカム目標	新型コロナ ウイルス感染症 の影響や対応	事業の評価					R2年度 決算額 (単位: 千円)	担当課
				段階 評価 (A~D)	過年度 評価		取組の成果 ①数値目標の達成状況 ②施策利用者に対してどの ような成果や効果があったか	実施後の課題 施策利用者の 具体的な声・意見等		
					R	H				
プロフェッショナル人材戦略拠点運営事業 ＜重点Ⅲ＞	中小企業の事業革新に必要となるプロフェッショナル人材の採用を支援する拠点を運営するとともに、県外でのマッチング会の開催等を通じて、大都市圏や大手企業等から県内中小企業への人材還流を促進する。	【目標】 ・地域企業の経営課題等に関する相談件数 300件	・在宅ワークで可能な、電話聞き取りなどを行った。	A	A	A	①新型コロナの影響でオンラインによる会議や相談が増えたが、最終的な成約実績は155件であった。また、直近の勤務地が県外であった人材のマッチング件数は55件であり、ともに目標件数を上回った。 ②新型コロナの影響で、早急に生産体制を見直したい県内企業が多くあった。拠点を通じて人材を獲得し生産管理を行ったことで、経営状態の回復、または、利益を伸ばすことができた企業もあったと聞く。	成約実績のうち、副業・兼業プロ人材のマッチング件数が少ない傾向にある。コロナ禍における首都圏からの人材の呼び込み方を検討していく必要がある。	56,519	商工政策課
	・マネージャー等による企業訪問（年360社程度） ・プロフェッショナル人材戦略協議会の開催（年4回程度） ・プロ人材活用セミナーの開催（年1回） ・大手企業・県内中小企業交流会の開催（年2回） ・「プロフェッショナル人材戦略拠点体制拡充事業」に必要な活動費および委託料消費税 ・人材マッチング時の成約手数料、副業兼業プロ人材の移動費を補助することで、幅広い県内企業のプロ人材採用を支援。	①地域企業に対する副業・兼業を含めた人材マッチング件数 115件 ②直近の勤務地が県外のプロ人材のマッチング件数 48件 ※①の内数	・当初の協議会については、書面開催での対応。今後の協議会およびセミナー等は3蜜を回避できるよう大会場の使用、消毒の徹底などに注視して行った。					プロ人材とのマッチングにより、経営状況が好転したことから、今後も拠点を通じて人材を雇用し、経営課題を解決していきたいという声が多数ある。		
地域就職氷河期世代活躍支援事業 ＜重点Ⅲ＞ 新	市町が先進的・積極的に実施する就職氷河期世代支援事業に対して補助を行う。	【目標】 地域就職氷河期世代活躍支援事業を実施する市町数 2市町	(影響なし)	A	-	-	①東近江市、甲賀市の2市で、地域就職氷河期世代活躍支援事業を実施	-	975	労働雇用政策課
	市町が実施する就職氷河期世代に特化した相談窓口の設置や就職面接会の開催などに対して補助						②-	-		

事業名	事業の目的		令和2年度の 事業の目標 (数値目標 または 定性目標) アウトカム目標	新型コロナ ウイルス感染症 の影響や対応	事業の評価						R2年度 決算額 (単位: 千円)	担当課
	令和2年度の 具体的取組内容	段階 評価 (A~D)			過年度 評価		取組の成果		実施後の課題			
					R 1	H 30	①数値目標の達成状況 ②施策利用者に対してどの ような成果や効果があったか		施策利用者の 具体的な声・意見等			
地域を支える建設産業 魅力アップ 事業 <重点Ⅲ>	建設産業の魅力発信	A	A	A	①令和2年11月28日(土)に けんせつフェスタしがを開催し、 アンケートに建設産業の魅力 を感じたと回答した人の割合が 90%以上となった。 ②建設産業に対して良いイメ ージを持っていなかった人の97% がイベントを通して建設産業の 魅力を感じたと回答しており、 建設産業のイメージアップを行 うことができた。	広報について不十分 な箇所があった →イベントの詳しい 内容をHPに掲載して ほしい、会場近くで たまたま開催を知っ たので、告知方法を 工夫してほしい、な どの意見あり		6,600	技術管理課			
	<ul style="list-style-type: none"> 魅力発信事業 けんせつフェスタしがの開催 現場見学会の実施 広報誌の作成 出前授業の実施 セミナー・企業訪問の実施 					【目標】 けんせつ フェスタし がにおいて、 建設産業の 魅力を感じ た人の割合 90%以上	感染防止対策 を取った(消 毒、検温、密 の回避、飲食 ブースや現場 見学会の中止、 もしサボ滋賀 の活用など)			<ul style="list-style-type: none"> 普段体験できない ことが多くあり楽し めた 楽しく建設に親し むことができた 将来を考える良い きっかけになった 		

【働きやすい魅力ある職場環境の整備促進（働き方改革の推進）】

中小企業働 き方改革推 進事業 <重点Ⅲ>	県内中小企業における働き方改革の推進	B	A	A	①セミナー参加人数 延べ115 名 WLB推進企業の登録企業数 601社 ②特にテレワークのツール紹介 が参考になったという声あり。	コロナ禍を機にテレ ワークの導入が進ん でおり、今後は働き 方改革推進の一環と して定着を進める必 要がある。		780	労働雇用政策課
	主に中小企業で働く労働者を対象に、働 き方改革関連法等の理解を促進するた めのセミナーを開催する。					【目標】 ・セミナー 参加人数 延べ100人 ・滋賀県 ワーク・ラ イフ・バラ ンス推進企 業の登録企 業数(従業 員数100人 以下の企 業) 620社	感染対策と親 和性の高い 「テレワー ク」をテーマ にセミナーを 実施。		

事業名	事業の目的		令和2年度の事業の目標 (数値目標 または 定性目標) アウトカム目標	新型コロナ ウイルス感染症 の影響や対応	事業の評価				R2年度 決算額 (単位: 千円)	担当課
	令和2年度の 具体的取組内容	段階 評価 (A~D)			過年度 評価		取組の成果	実施後の課題		
					R	H				
仕事と生活 の調和推進 事業 <重点Ⅲ> <基金>	働きやすい職場環境づくり支援	【目標】 ・アドバイザーを派遣 する女性活躍推進企業 の認証企業 12社 ・アドバイザーを受けた 企業における認証基準 の達成項目 数が5項目以上 の企業数 6社	・各企業で在宅ワークや柔軟な勤務制度の整備が急務となり、派遣を受け入れる余裕がなかったり、感染症対策により現地の様子を確認できなかったりした。 ・対面式が難しい場合はオンラインによる対応も可とした。	C	A	—	① アドバイザー派遣企業数 8社 ステップアップ企業 2社(過年度派遣受け入れおよびセミナー参加企業含む) ② R2年度派遣受け入れ企業8社のうち4社が新規に認証を取得した企業であり、認証企業の取得促進に貢献した。 しかし、R2年度は新型コロナウイルスの影響でアドバイザーの受け入れが難しい時期が多く、派遣数が伸びない状況であった。	派遣受け入れ、現地確認のコロナ禍での実施において課題が多かった。 アドバイザー受け入れ企業からは、社内の意識改革のため、引き続き派遣してほしいといった声もいただいているところ。	1,015	女性活躍推進課

【AI・IoTの利活用など生産性向上に向けた人材育成支援】

しがの産業 生産性向上 支援事業 <重点Ⅲ> <基金>	カイゼン手法により企業の現場における業務効率を良くし、生産性を向上させること	【目標】 ・インストラクターの企業等への派遣件数 11件 ・生産性の向上につながっている企業の割合 80%	・毎年6月頃に実施している「生産性向上セミナー」の時期、開催方法の変更。 【時期】 6月→ 1~2月 【開催方法】 集合→ 交流会と合同でオンライン	A	A	—	① ・派遣事業は延べ12社に対して実施。 ・事業報告では12社すべてで、目標を達成したとの回答を得た。 ② ・派遣事業によるカイゼン指導では、5Sの向上、整流化によるリードタイム短縮、動作のムダ取り等による生産性向上など、新たな設備投資以外の方法で、生産性向上につながる改善成果を上げることができた。	・企業からの要請に応じて、コロナ禍においても対応できる体制の整備 ・より多くの支援先を得るため、製造業以外の産業も含め、一層の営業活動を引き続き実施する。 派遣事業については、全12社について、カイゼンによる成果を得ることができ、生産性向上や組織力強化につながったとの声を得た。	9,392	商工政策課
---	--	---	--	---	---	---	--	---	-------	-------

事業名	事業の目的		令和2年度の事業の目標 (数値目標 または 定性目標) アウトカム目標	新型コロナ ウイルス感染症 の影響や対応	事業の評価				R2年度 決算額 (単位: 千円)	担当課
	令和2年度の 具体的取組内容	段階 評価 (A~D)			過年度 評価		取組の成果	実施後の課題		
					R	H				
現場力の維持・強化に向けたAI開発支援事業 <重点Ⅲ> 新	AI技術の活用による県内中小企業の生産性向上	【目標】 ・講習会の開催数 5回 ・AI導入支援実施企業数 20件/年	・年度前半は講習会などの活動が行えず、事業遂行に支障が生じた。 ・セミナー開催に当たって、感染防止対策を徹底した。また、遠方の講師はWebでの講演とした。	B	—	—	① ・講習会の開催数 2回 ・AI導入支援実施企業数 19件 ② センター職員がAI研修を受講するとともに、G検定などAI専門知識の資格を取得することで、支援能力を向上することができた。	コロナ感染拡大により年度前半は講習会などの活動を実施できなかった。 Webでの講演において、スクリーンの文字が見つらいなどの意見をいただいた。	620	モノづくり振興課
製造現場へのAI・IoT導入促進事業 <重点Ⅲ> <基金>	県内中小企業の製造現場が行う、AI・IoTといったデジタルツールの導入を支援する。	【目標】 ・AI・IoT導入事業件数 10件 ・製造現場へ新たにAI・IoT導入を具体的検討・決定した企業数 20社	研究会の開催に当たって、感染防止対策を徹底して実施した。	A	—	—	① ・AI・IoT導入事業件数 9件 ・製造現場へ新たにAI・IoT導入を具体的検討・決定した企業数 26社 ②県内でのIoT導入事例を周知することができ、今後、県内の中小企業等への導入の参考にすることができた。	更により多くの先行事例（モデル）を創出する必要がある。 ・自社でIoT機器を導入する際の参考になった。 ・現状のまま本事業を継続してほしい	9,325	モノづくり振興課



- 観光は経済効果が宿泊業や飲食業、運輸業のみならず、農林水産業・製造業など幅広い分野に波及する裾野の広い総合産業であることから、地域の稼ぐ力を伸ばし、中小企業の活性化につながるよう観光振興を推進した。

事業名	事業の目的	令和2年度の事業の目標 (数値目標 または 定性目標) アウトカム目標	新型コロナ ウイルス感染症 の影響や対応	事業の評価				R2年度 決算額 (単位: 千円)	担当課
	令和2年度の 具体的取組内容			段階 評価 (A~D)	過年度 評価		取組の成果 ①数値目標の達成状況 ②施策利用者に対してどの ような成果や効果があったか		
					R 1	H 30			

【交流人口と観光消費の拡大】

「戦国ワンダーランド 滋賀・びわ湖」観光PR推進事業<重点Ⅳ>	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ことで、本県の戦国を中心とした魅力を発信・PRし観光誘客に繋げる。	【目標】 観光キャンペーンプログラム参加人数 524万人	<ul style="list-style-type: none"> ・バスツアー等の集客イベントを中止。 ・出展予定であった観光展の中止。 ・新しい広報用素材の作成を中止。 	D	—	—	① 観光キャンペーンプログラム参加人数719,288人。	次年度以降も多様な主体が一丸となって観光素材の掘起しや磨き上げに取り組み、コロナ禍でも適度な疎のある滋賀の魅力を発信することで、観光地としての認知度向上やレベルアップを図る必要がある。	76,186	観光振興局
	滋賀の戦国の魅力を「見せる・体感させる」をコンセプトに、話題性のあるイベントや周遊企画を展開し、地域プログラム、史跡など戦国に関わる観光スポットへの誘客強化を図る。 <ul style="list-style-type: none"> ・広報・プロモーション ・デジタルスタンプラリー ・話題作のロケ地を巡る企画 ・著名人を招いた戦国ステージ 							キャンペーンがあったおかげで、滋賀の寺社仏閣以外にも目を向けるきっかけになった。		

事業名	事業の目的	令和2年度の事業の目標 (数値目標 または 定性目標) アウトカム目標	新型コロナ ウイルス感染症 の影響や対応	事業の評価				R2年度 決算額 (単位: 千円)	担当課	
				段階 評価 (A~D)	過年度 評価		取組の成果			実施後の課題
	R 1				H 30	①数値目標の達成状況 ②施策利用者に対してどの ような成果や効果があったか				
国際観光推進事業 ＜重点Ⅳ＞	<p>海外からの誘客に取り組むとともに、急速に進むFIT化に対応し、京都や大阪など訪日観光客が多く訪れる都市から本県への着実な取り込みを図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●そこ滋賀プロジェクトの推進 <ul style="list-style-type: none"> ・観光案内所の充実 ・ホテルコンシェルジュによる情報発信 ●滋賀県の魅力発信 <ul style="list-style-type: none"> ・誘客経済促進センターを活用したプロモーション ・英語版パンフレットの作成 ●府県連携による効果的な観光誘客 ●受入環境整備 ・アプリを活用した多言語案内の展開 	【目標】 外国人宿泊客数 45万人	年度当初計画していた「京都市との連携事業」や、「LOP招請事業」の中止をした一方で、SNSを利用した中国との交流会や、オンラインでの国内LOP商談会といった、非接触型での事業遂行をした。	D	—	—	<p>①外国人宿泊客数（令和2年速報値） 43,950人</p> <p>②SNSを使用したWEB交流会を行うことで、滋賀の魅力を一方的にではなく相互交流型で発信することができた。</p>	<p>感染症拡大に伴う渡航制限により対訪日外国人事業は成果を上げることが難しいため、SNS活用やオンラインでの実施に対応する必要があった。</p> <p>オンライン国内LOP商談会の参加者の感想として、「オンラインでの開催はコロナ禍において必要な措置であり、直接足を運ぶ必要がないことや、資料のデータ化などといったメリットも感じられた」という声があった。</p>	12,411	観光振興局
ビワイチ観光推進事業 ＜重点Ⅳ＞	<p>「ビワイチ」を安心かつ快適に楽しめるトップブランドコンテンツの確立</p> <ul style="list-style-type: none"> ●観光、地域経済の振興に向けた取組 <ul style="list-style-type: none"> ・受入人材育成の推進 ・「ビワイチ」で稼ぐ企業参入の促進 ●安全かつ気軽にサイクリングを楽しめる環境づくり ●県民による自転車周遊の促進 ●「推進体制」の強化 	【目標】 ビワイチ体験者数 165,000人	新型コロナウイルス感染症の影響を受けた事業者支援として、レンタサイクル助成事業を実施。	C	B	B	<p>①ビワイチ体験者数は87,000人と目標を下回ったものの、滋賀県の延べ観光入込客数の対前年比約3割減に対し、約2割減にとどまった。</p>	<p>コロナ禍によりビワイチ体験者数が減少したが、密を避けるなど状況に応じた情報発信が求められている。</p> <p>コロナ禍の中でも、適切な感染対策により実施してほしいと声がある。</p>	21,626	観光振興局

事業名	事業の目的		令和2年度の事業の目標 (数値目標 または 定性目標) アウトカム目標	新型コロナウイルス感染症の影響や対応	事業の評価				R2年度 決算額 (単位: 千円)	担当課	
	令和2年度の 具体的取組内容				段階 評価 (A~D)	過年度 評価		取組の成果			実施後の課題
						R	H				
ここ滋賀推進事業 <重点IV>	首都圏における県内事業者の販路拡大や滋賀へのいざないによる消費拡大		【目標】 ・来館者 450,000人 ・「ここ滋賀」が滋賀県に及ぼす波及効果 13億8,900万円	<ul style="list-style-type: none"> 約2か月の臨時休館を経て、5/27より密を生まない配慮をしながら店舗の営業を再開 オンラインでの企画催事を実施 コロナ禍での販路確保に向けたECサイト運営・発信の強化 	C	B	A	<ul style="list-style-type: none"> ① 来館者 243,831人 経済波及効果 5億400万円 コロナ禍において、令和2年4～5月の臨時休館やその後の時間短縮営業により、来館者数は大きく影響を受けた。 ②ECサイトの売上向上、観光コンシェルジュの常設設置、県産品送料無料キャンペーンの実施などによる中小事業者の支援を進めた。 	新型コロナウイルスの感染拡大により、来館者や売上が大きな影響を受けている状況において、コロナ禍におけるニーズへの対応が求められている。 ここ滋賀店舗出店事業者からは、店頭での販売状況や、お客の反応などをフィードバックして欲しいという声があった。	194,062	観光振興局
	<ul style="list-style-type: none"> 滋賀の魅力を継続的に発信するための情報発信拠点「ここ滋賀」の運営 「ここ滋賀」を核とした各種事業の展開 県内事業者の販路拡大に向けた支援や、首都圏での滋賀ファンの裾野拡大 観光コンシェルジュによる滋賀へのいざない 										
近江の地酒文化普及事業 <重点IV>	「近江の地酒」でもてなし、その普及を促進する。		【目標】 ・「滋賀地酒10000人乾杯プロジェクト」参加人数：10,000人 ・近江の地酒サポーター制度のSNSフォロワー数：10,000人	<ul style="list-style-type: none"> 首都圏におけるイベント「滋賀地酒の祭典in東京」を中止 「滋賀地酒10,000人乾杯プロジェクト」をオンラインで実施することで、コロナ禍においても地酒の魅力を発信 	C	B	B	<ul style="list-style-type: none"> ① 10月10日に1万人乾杯プロジェクトを開催。コロナ禍により、オンラインでの開催となったが、10,597人がイベントに参加され、地酒の魅力を発信した。 地酒の魅力を発信するため、酒造組合のHPを拡充し、「滋賀の地酒ファンクラブ」サイトを開設したが、登録者が26人と、目標値まで達していない。 	新型コロナウイルス感染症の影響で、首都圏におけるイベント等、従来の手法で地酒の魅力を発信出来ない状況が続いている。オンラインなどを活用し、より効果的に魅力を発信することが求められる。 「滋賀地酒10,000人乾杯プロジェクト」により一定の認知度の向上が図られたが、実際に需要の増加につながっていないとの声が滋賀県酒造組合から出ている。	2,746	観光振興局
	<ul style="list-style-type: none"> 近江の地酒普及促進協議会の運営 特別講座開催 発信ツール製作 滋賀県酒蔵組合の首都圏での商談会、発信イベントの支援（団体補助金） 「近江の地酒サポーター」制度の創出 										

事業名	事業の目的	令和2年度の事業の目標 (数値目標 または 定性目標) アウトカム目標	新型コロナウイルス感染症の影響や対応	事業の評価				R2年度 決算額 (単位: 千円)	担当課
				段階 評価 (A~D)	過年度 評価		取組の成果		
	R				H	①数値目標の達成状況 ②施策利用者に対してどの ような成果や効果があったか			
	令和2年度の 具体的取組内容				R	H			
					1	30			

【滋賀の食材の魅力発信と消費拡大】

“ブランド近江牛”流通パワーアップ事業 ＜重点Ⅳ＞ ＜基金＞	近江牛の流通拡大による、近江牛に関する中小企業の活性化	【目標】 近江牛取扱店舗数 300店舗	社会情勢に合わせ、広告掲出時期等を調整した	B	B	—	①近江牛取扱店舗数 289店舗 ②—	飲食業界はコロナ禍でも特に影響を受けているため、今後の情勢を見ながら、効果的に事業を実施する必要がある。	2,430	畜産課
	・京都や首都圏での、近江牛の広告掲載 ・近江牛の魅力を発信する取組への補助 “おうみ肉の日キャンペーン”の実施など、近江牛の魅力を発信する取組へ支援する取組。							コロナ収束後のことを見据えつつPRを続けるべき		
びわ湖のめぐみ味つなぎ事業 ＜重点Ⅳ＞	湖魚の取り扱い情報の発信	【目標】 ・4市（累計） ・琵琶湖産魚介類を活用する事業者数（琵琶湖八珍マイスター登録店舗数） 240店舗（累計）	動画配信による湖魚の消費喚起を実施	A	A	—	①R1の高島市、彦根市に加え、R2に近江八幡市、大津市において実施し、目標の累計4市での実施を達成した。 琵琶湖八珍マイスターの登録件数が目標を上回る累計245件となった。 ②コロナ禍で地域の集客が困難で、オンライン中心の展開となった。	飲食店や一般ユーザーがより手軽に湖魚を入手する流通経路の検討が必要。	4,489	水産課
	・対象2市における商工会、観光協会等との連携による湖魚の取り扱い情報の収集と発信 ・コロナ禍でも湖魚の利用促進を図るため、対象2市の飲食店による湖魚の簡単レシピ動画を作成、配信。							ニーズに合った提案を自ら発信するために、漁業者等が情報収集力や営業力、発信力を高める必要がある。		