

平成29年度滋賀県中小企業活性化施策実施計画の各事業の評価票 [前回から評価が上がった19事業を抜粋]

施策分類	事業番号	事業名	事業概要	平成29年度の具体的取組内容	平成29年度の事業の目標 (数値目標または定性目標)	目標設定根拠	事業の評価			取組の成果 ①数値目標の達成状況、定性目標の場合の段階評価の説明等を記入 ②上記のほか、施策の利用者に対してどのような成果や効果があったか、把握している範囲で記入	実施後の課題	施策利用者の具体的な声・意見等	H29年度当初予算 (単位:千円)	H29年度決算見込額 (単位:千円)	担当課
							段階評価 (ABCD)	過年度評価							
								H28	H27						
(1) 中小企業の自らの成長を目指す取組の円滑化(条例第8条第2項)															
ア 将来において成長発展が期待される分野における参入および事業活動の促進															
8-2-ア	6	滋賀のクリエイティブ産業振興事業	クリエイティブ産業の振興と、これとの連携による幅広い産業の高付加価値を図るため、県内クリエイティブ事業者のネットワーク化の推進、事業所の設置・販路開拓に対する助成等を行う。	○クリエイターネットワーク化の推進 ○滋賀のクリエイター-PR映像制作 ○補助事業の実施 ・クリエイティブ企業県内事業所開設支援 ・クリエイティブ企業等展示会出展支援	クリエイターネットワーク化推進・セミナー参加者150名	⑤その他	A	B	B	①クリエイターネットワーク化推進・セミナーを4回開催し、168名の参加者があった。 ②平成29年7月に「一般社団法人滋賀クリエイターズ協会」が設立された。	事業効果の維持向上を図るために、(一社)滋賀クリエイターズ協会と連携してクリエイター同士のネットワーク強化や新たなクリエイターの発掘等の取組が必要である。	<セミナー> ○貴重な話が聞け、今後の参考になった。 <映像> ○県内の大学にて学生へのPRに活用したい。 <補助金> ○事業所の拡充により、顧客の申出に対応しやすくなった。	4,608	3,263	商工政策課
イ 県民の安全および安心に配慮した事業活動の促進															
8-2-イ	14	「セーフドしが」の普及事業	国際標準のHACCPに適合する「滋賀県食品高度衛生管理認証(セーフドしが)」を推進し、県内事業者のHACCP導入を支援する。	○旧制度認証事業所の新制度への移行 ○新規事業所の認証	【目標】 認証事業所数175事業所(H30)	③個別計画	A	B	B	① ○認証事業所数:182事業所(H29末時点) ○円滑な認証申請のための自主衛生管理マニュアル講習会を開催(9事業者13名参加) ○新認証への移行件数:24件 ○新規認証件数:11件 ○関係団体主催の講習会を通じてセーフドしがについて周知を図った(2団体4回70名) ○HACCP導入施設間の情報交換や普及に向けた意見交換を目的としたHACCP推進協議会を2回開催(延べ110名参加) ②特に無し	認証は目標を達成できていることから、各事業者がHACCPを実施できているか検証を行う必要がある。	認証を取得することで、従業員の意識や衛生面について向上することができたとの意見があった。	367	351	生活衛生課
ウ 海外における円滑な事業の展開の促進															
8-2-ウ	17	台南市政府と現地企業との経済交流に関する覚書に基づく事業の推進	台南市政府との覚書に基づく両地域におけるビジネス環境の整備ならびに聯奇開發股份有限公司との覚書に基づく滋賀県企業等との共同開発等の推進を図る。	○説明会、商談会等の協力や企業・団体等の紹介とマッチング機会の提供など	【目標】 県内企業による具体的なビジネス案件の創出	⑤その他	A	B	C	①台南市長を団長とする訪問団(百貨店関係者も同行)が来県し、物産分野の懇談会を開催したところ、県内16事業者の参加を得た。また、高雄市で水環境ビジネスに係るセミナー・商談会を開催し、県内外の7事業者が参加し、16件の商談を創出することができた。 ②現地での商談・契約に結び付いた企業があった。	現地ニーズを踏まえたマッチングの機会を図る必要がある。	マッチング手法の効率化等について期待が大きい。	-	-	商工政策課

施策分類	事業番号	事業名	事業概要	平成29年度の具体的取組内容	平成29年度の事業の目標 (数値目標または定性目標)	事業の評価						H29年度 当初予算 (単位:千円)	H29年度 決算見込額 (単位:千円)	担当課	
						目標設定 根拠	段階評価 (ABCD)	過年度 評価		取組の成果 ①数値目標の達成状況、定性目標の場合 の段階評価の説明等を記入 ②上記のほか、施策の利用者に対してどのよ うな成果や効果があったか、把握している範囲 で記入	実施後の 課題				施策利用者の具体 的な声・意見等
								H 28	H 27						
(2) 中小企業の経営基盤の強化(条例第8条第3項)															
ア 中小企業の事業活動を担う人材の確保および育成															
8-3-ア	28	プロフェッショナル人材戦略拠点運営事業	企業が持つ潜在的可能性を積極的に掘り起こし、企業の事業革新につなげていくため、各関係者間の連携を図り、中小企業の求人ニーズとプロフェッショナル人材のマッチングを促す人材戦略拠点を運営する。	○中小企業経営者との面談による訪問・相談および人材マッチングにおける支援を行う。	【目標】 中小企業経営者との面談による相談件数200件、成約件数15件	①基本構想	A	B	-	①中小企業経営者との面談による相談件数300件、成約件数62件 ②中小企業経営者への訪問相談やセミナー等を通じて、経営者の採用意欲を醸成し、企業における人材の採用につなげることができた。	都市部大企業および県内大手企業からの採用の強化や事業承継にかかる支援等の取組が必要。	新事業展開・販路開拓を進める良いきっかけとなった。拠点を通じて、即戦力となる優秀な人材を採用することができた。	35,000	50,404	商工政策課
8-3-ア	31	省エネ・創エネ導入促進人材育成事業	高等技術専門学校において、低燃費住宅の施工や住宅性能表示制度に沿った施工に関する訓練を実施し、省エネ・安全・安心な住宅施工のための人材の育成を行うとともに、再生可能エネルギーに関する知識・技能の習得・資格の取得に関する訓練コースを創設し、再生可能エネルギーの導入促進を支える人材の育成を行う。	○訓練用機器の整備 ○カリキュラムの検討 ○指導員の養成	【目標】 創エネに関する訓練実施のための訓練用機器整備、カリキュラムの作成および指導員研修を行う。	①基本構想	A	B	B	①創エネ分野の訓練で使用する訓練用機器(太陽光パネル、HEMS等)を整備するとともに、訓練カリキュラムを作成した。 省エネおよび創エネ分野の訓練を担当する指導員の研修を行った。 ②-	整備した訓練機器を有効活用できるように、操作や取扱い等の習得と、訓練課題の作成。	-	21,505	18,153	労働雇用政策課
8-3-ア	34	若年者総合就業支援事業	若年求職者に対する就職相談、情報提供等の各種就職支援を行うヤングジョブセンター滋賀を運営する。	○ヤングジョブセンター滋賀の運営 ・相談員3名を配置 ・キャリアコンサルタント(1名)によるじっくり相談 ・就職面接会(3回)・相談会(1回)の開催 ・就職関連情報の提供 ○「仕事応援ブック」の印刷・配布	就職者率60%	①基本構想	A	B	A	①就職者率75.3% ②一般的に新規学卒予定者の就職が好調なこともあり、おのみ若者未来サポートセンター新規登録者に対する就職者の占める割合(就職者率)も、目標を上回った。	○新規学卒予定者の就職状況は「売り手市場」の一方、県内企業の人手不足問題が顕在化 ○「就職氷河期」の頃の若年求職者を含め、就職困難な状況が固定化・長期化する利用者が増加傾向にあるため、利用者の状況に応じたきめ細かな支援が必要	「作業・職場体験の企画やセミナー等も充実しており、また、どの相談員の方々も親身になってくださるので、就活を知らない私も安心して参加することができました。」 「通う前はあまり乗り気ではなかったが、通い出してみると、たくさん不安を聞いてもらえるのでスッキリしました。」等	18,087	16,556	労働雇用政策課
8-3-ア	35	若年者就労トータルサポート事業(ふるさと滋賀就職応援事業) <重点③>	県内外の若年求職者等のUIJターン就職を含む県内就職を促進するため、県内企業等の魅力を発信するとともに、両者が出会う場を提供する。	○UIJターン就職コーディネーターの設置 ・県内外の大学との情報交換 ・学内で実施の就職相談会の参加 ○県内外での合同企業説明会等の開催 ・県内で業界研究会を開催(12月) ・県内外で3回開催(3月)	○UIJターン就職コーディネーター-大学訪問20校 ○合同企業説明会参加者:500人 企業:延べ200社程度	⑤その他	A	B	B	①大学訪問:24校 合同企業説明会参加者:467人 企業:190社(実数) ②就職支援協定締結校が増えたことなどにより、訪問先も目標を上回った。 合同企業説明会については、就活イベントが多数競争するなか、参加者数は目標を若干下回ったが、企業数は実数で190社となり、ほぼ目標を達成した。	民間主催も含め、多数の就活イベントが競合しており、開催時期・場所・内容等を精査する必要がある。	合同企業説明会の参加者と企業の声 【参加者】いろいろな企業さんを見ることができ、就活の参考になりました。 【企業】一人ひとりしっかりとお話ができたので良かったです。	12,156	12,211	労働雇用政策課

施策分類	事業番号	事業名	事業概要	平成29年度の具体的取組内容	平成29年度の事業の目標 (数値目標または定性目標)	事業の評価						H29年度 当初予算 (単位:千円)	H29年度 決算見込額 (単位:千円)	担当課	
						目標設定 根拠	段階評価 (ABCD)	過年度 評価		取組の成果 の段階評価の説明等を記入 ①数値目標の達成状況、定性目標の場合 ②上記のほか、施策の利用者に対してどのよ うな成果や効果があったか、把握している範囲 で記入	実施後の 課題				施策利用者の具体 的な声・意見等
								H 28	H 27						
8-3-ア	42	働く場における 女性活躍推 進事業 <重点③>	企業における女性の活躍を推進す るため、働く女性を対象にセミナーを 開催する。	○女性のキャリアアップ支援セ ミナー ○働く女性のモチベーションUP 応援セミナー ○育児後のハッピー・キャリア・カ フェ	【目標】 セミナー参加者 数 120人	⑤その他	A	B	B	①セミナー参加者数 166人	女性の活躍推進 の気運が高まる一 方で、企業におい て女性リーダーをど う育成するか悩ん でいる現状がある ため、そうした企業 に対しては管理職 育成の面でより細 やかな支援を行う 必要がある	「捉え方が変わり、 壁だと感じているこ とに対して、光が見え てくるような前向きに なれる素晴らしいセ ミナーでした。」「内面 から仕事に対する意 欲が湧いてきまし た。」「メンバーと一 緒に成長するリー ダーのお話に安心し 共感しました。」「リー ダーにならず現状に 満足していましたが、 チャンスがあればリー ダーになりたいと思 いました。」	1,303	1,058	女性活躍 推進課
イ 中小企業の経営の安定および向上															
8-3-イ	55	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 る経費に対して助成する。	○商工会等の経営改善普及 事業等への補助 ・金融、税務、経理、販売管 理、労務、技術の改善、そ 他経営に関する指導、斡旋等 ・小規模事業者の経営の改 善発達に資する地域の活性化 又は商工業の振興に関する事 業の実施、協力および指導 ・経営、技術、各種制度等に 関する情報または資料の収集 および提供 ○商工会・商工会議所が行う 経営発達支援事業への支援・ 連携	【目標】 ・巡回指導件 数:50,000件/年 ・相談指導件 数:27,000件/年	⑤その他	A	B	B	①巡回指導件数60,525件 達成率121% 相談指導件数27,708件 達成率103% 2種の目標数値を共に達成。 ②日々の相談対応だけでなく、事業やイベ ントを実施することで小規模事業者や地域の活 性化に貢献した。	指導件数は数値 目標における効果 測定を実施できて いるが、事業の効 果測定方法が定 まっておらず、その 有用性の計測が 困難。	商運より、補助金を 使った事業を行う上 で、県として求める ものがどういったもの かを要綱等より具 体化したものがあ ると、よりマッチングした 事業を推進するこ とができるという声 があった。	1,500,275	1,454,694	中小企業 支援課
ウ 中小企業の創業および新たな事業の創出の促進															
8-3-ウ	70	中小企業振 興資金貸付 金 (開業資金) <重点②>	県内で新たに事業を始めるために 必要な資金の貸し付けを行う。	○事業を営んでいない個人等 であって、新たに開業しようとする もの、または開業後5年以内 の者への必要な資金の貸し付 け ○女性の創業に必要な資金の 貸し付け	【目標】 ・新たに事業を 始めるために必 要な資金の貸付 を行い、県内 の開業を促進す る。 ・(女性創業枠) により、女性に よる開業を支援 する。	⑤その他	A	B	C	①開業資金全体で、利用件数・利用金額と もに前年度を上回った。 ② 【利用件数】107件(前年度比144.6%) 【利用金額】550,860千円 (前年度比128.6%) ・上記のうち、女性創業枠は16件(前年度比 200.0%)、64,570千円(前年度比 220.4%)の利用があった。	将来にわたり地域 経済を活性化す るためには、開業率 の引き上げが重要 課題であるため、 制度の一層の拡 充が必要である。	<金融機関からの意 見> ・自己資本要件が 緩和されたことで利 用しやすくなった。	165,000	79,300	中小企業 支援課

施策分類	事業番号	事業名	事業概要	平成29年度の具体的取組内容	平成29年度の事業の目標 (数値目標または定性目標)	事業の評価							H29年度 当初予算 (単位:千円)	H29年度 決算見込額 (単位:千円)	担当課
						目標設定 根拠	段階評価 (ABCD)	過年度 評価		取組の成果 ①数値目標の達成状況、定性目標の場合 の段階評価の説明等を記入 ②上記のほか、施策の利用者に対してどのよ うな成果や効果があったか、把握している範囲 で記入	実施後の 課題	施策利用者の具体 的な声・意見等			
								H	H						
								28	27						
Ⅰ 中小企業者が供給する物品、役務等に対する需要の増進															
8-3-Ⅰ	75	体感型「ココ クール」魅力発 信事業	首都圏情報発信拠点と連携した 「ココクール」の体験型イベントを開 催する。また、「ココクール」のセレク ションのデジタルストーリーブックを含 んだWebサイトを構築し、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、滋賀のファン開拓およ び滋賀への誘客につなげる。	○「ココクール」体験型イベント の実施 ○ウェブサイトの再構築による 効果的な発信	【目標】 「ココクール」ウ ェブサイトのページ ビュー数 36,000PV	①基本構想	A	B	C	①「ココクール」ウェブサイトのページビュー数 39,391PVを達成した。 ②「ココ滋賀」で「ココクール」の体感型イベント を実施し、滋賀の魅力を多くの方にPRし、好 評を得た。	「ココ滋賀」でのイ ベントや様々な機 関と連携したPRを 実施し、滋賀の商品 ・サービスへの ファンを獲得してい く。	来場者から「滋賀に 良いものがたくさんあ ることを知った」「滋 賀県に行ってみよう と思う」等の声があっ た。	7,431	6,624	商工政策 課
8-3-Ⅰ	76	新商品等バイ オニア認定制 度トライアル発 注事業	中小企業による新商品等開発への 取組を支援するため、滋賀県新商 品等バイオニア認定制度で認定し た新商品等を県がトライアル発注す る。	○県による認定商品等のトラ イアル発注の実施	【目標】 認定商品のトラ イアル購入:2商 品	⑤その他	A	D	A	①認定商品のトライアル購入:2商品 ②特になし	今後も実際にトラ イアル購入希望が 見込める商品の募 集・認定が必要で ある。	平成29年度購入者 より、購入前に「活 用できるか試してみ たい」「購入したい」と いう声があった。	500	480	中小企業 支援課
8-3-Ⅰ	78	「琵琶湖八 珍」ブランド化 事業	安土城考古博物館企画展により 発表された「琵琶湖八珍」を滋賀の 観光資源として価値を構築するた め、飲食店・旅館・土産物店など 事業者による活用促進と、観光客 や消費者への利用訴求を展開す る。	○事業者への活用促進とし て、事業者のマスターとしての 登録、統一感を持たせたPR資 材の配布、「琵琶湖八珍」にち なむ新商品開発等により、湖 産魚介類活用の契機を創出 ○消費者への利用訴求とし て、ポータルサイト・SNSを活用 して参画事業者と消費者の双 方向参加型の情報運用や、 「おいしがうれしが」など既存シ ステムとの連携により、湖産魚 介類の持つ潜在的価値の掘り 起こしを実施	【目標】 新規登録店舗 数50件	①基本構想	A	C	A	①H29年度末における新規登録店舗数が 110件であり目標を大幅に上回った。 ②琵琶湖八珍ブランドの消費者へのPRを行 うことにより、湖魚のイメージおよび認知度の向 上が図れた。	琵琶湖八珍のイ メージ定着を図る ため、登録店舗数 のさらなる拡大と 消費者へのPRを 継続して展開す る必要がある。	催事の開催など消 費者へのPR展開が 望まれている。	3,326	3,158	水産課
(3) 産業分野の特性に応じた中小企業の事業活動の活発化(条例第8条第4項) アものづくり産業を担う中小企業の事業機会の増大															
8-4-ア	82	ちいさなもの づくり企業等成 長促進事業 <重点①>	ものづくりに携わる中小企業・小規 模事業者が必要とする情報収集 や、受発注体制についての取組、 自社分析について支援を実施す ることで、企業の自立的・持続的な成 長を促す。	○自社分析の支援 ○受注体制の強化支援 ○販路開拓、調達情報収集 支援	【目標】 ・企業情報シー ト(県版知的資 産経営報告書) の作成支援 10 件 ・発注元への受 注側企業紹介 数 30件 ・商談会への受 注側参加企業 数延べ 300社	⑤その他	A	B	A	①企業シートを10社作成。発注元へ受注側 企業紹介は、50件。商談会への受注側参加 企業数は延べ370件。概ね目標は達成できて いる。 ②商談会では、多くのパネル展示を行い効果 的であった。	企業シートを有効 的に使ってもらえる メリットを明確に し、マッチングの効 果をあげる。	今後のきっかけが できた。 多くの情報を得るこ とができた。	8,600	8,600	ものづく り振興課

施策分類	事業番号	事業名	事業概要	平成29年度の具体的取組内容	平成29年度の事業の目標 (数値目標または定性目標)	事業の評価							H29年度 当初予算 (単位:千円)	H29年度 決算見込額 (単位:千円)	担当課
						目標設定 根拠	段階評価 (ABCD)	過年度 評価		取組の成果 ①数値目標の達成状況、定性目標の場合 の段階評価の説明等を記入 ②上記のほか、施策の利用者に対してどのよ うな成果や効果があったか、把握している範囲 で記入	実施後の 課題	施策利用者の具体 的な声・意見等			
								H	H						
								28	27						
8-4-ア	86	企業化支援 棟推進費	県内企業の技術開発と産業の振興を目的に、技術開発室を貸し付けることにより独自技術の開発や新製品開発に積極的な事業者を育成支援する。	○工業技術総合センター企業化支援棟の電波暗室の運営 ○企業化支援棟に入居している企業の指導	・企業化支援棟技術開発室入居企業への的確な技術指導	⑤その他	A	B	B	①技術開発室の全室に企業が入居 ②入居企業と共同研究の実施するとともに、的確な技術指導を実施	入居企業に対する継続的な支援が必要	開放機器を活用し研究開発ができることが大きなメリット	6,164	6,164	モノづくり振興課 (工業技術総合センター)
イ 小売商業およびサービス業の振興を通じた中小企業の事業機会の増大															
8-4-イ	93	にぎわいのまちづくり総合支援事業 <重点①>	商店街等が行う、地域の特性を活かした商店街の魅力向上や地域のふれあい創出、空き店舗対策などの取組により、地域社会が抱える課題の解決や商店街等のにぎわいを創出しようとする事業を支援する。	○商店街等に対する補助 ・にぎわい創出推進事業	【目標】 来街者数等の目標を達成した商店街の割合60%	⑤その他	A	B	A	①取組件数11組中9組の事業実施団体が目標を達成(81.8%) ②空き店舗を活用したチャレンジショップの運営や、イベントの実施等により、商店街の活性化が図られた。	より効果的な支援を行うため、市町や関係機関等とより一層しっかりと連携し、積極的に取組まれるよう促す。	「新規顧客の獲得につながった。」「商店街と店舗の魅力を知ってもらったことができた。」「地域の様々な団体との交流が深まった」といった声があった。	12,500	6,800	中小企業支援課
ウ 観光客の来訪および滞在の促進による中小企業の事業機会の増大															
8-4-ウ	98	びわイチ観光推進事業	「びわイチ」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。	○サイクルサポート体制整備促進 ○びわイチサイクルを中心とした多彩な魅力の情報発信 ○(仮称)びわイチ推進総合計画策定 ○キーパーソンによる情報発信 ○推奨コースサイクルツアーによる情報発信 ○サイクルツアーガイドの養成	【目標】 ・自転車でびわ湖を一周(びわイチ)するサイクリスト数 92,000人	⑤その他	A	B	A	①びわイチ体験者数 95,000人(推計値) 平成30年3月に「びわイチ推進総合ビジョン」を策定。 ②「びわイチ」の経済波及効果は、平成29年については推計値(95,000人)から、約12億円と試算している。	昨年度策定したびわイチ推進総合ビジョンで描いた目指す姿の実現に向け、市町や関係団体、事業者、等と連携しながら一体的に取組をすすめていくことが必要。	事業者や関係団体等からびわイチをはじめとした自転車と県内周遊する利用者ニーズに応じた情報発信や利用環境の向上等を図ること、観光資源としての魅力を高め、県内外のさらなる来訪者の増加につながるのではないかと意見が出された。	17,136	17,136	観光交流局
8-4-ウ	101	首都圏観光情報発信事業	首都圏において観光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。	○旅行会社、マスコミ等に対する観光情報発信	【目標】 滋賀県東京観光物産情報センター(ゆめぶらざ滋賀)来場者数 40,000人(4~9月)	③個別計画	B	C	A	①センター来場者数は、39,978人(4~10月末。4~9月は32,597人)。 ②人口が多く、旅行エージェントやマスコミ等が集中する首都圏において、本県の優れた観光資源をPRし、積極的に旅行エージェントやマスコミ等へのプロモーション活動を展開した。また、イベント等の機会を捉えて、観光ブランド事業等をはじめとする観光振興事業や県内観光地等の情報発信を行った。	首都圏での営業活動および旅行エージェント等との商談会・意見交換会等の継続した実施。	旅行エージェント等から率直な意見を聞くことができ、今後の課題を認識することができた。	2,493	2,411	観光交流局

施策分類	事業番号	事業名	事業概要	平成29年度の具体的取組内容	平成29年度の事業の目標 (数値目標または定性目標)	事業の評価						H29年度 当初予算 (単位:千円)	H29年度 決算見込額 (単位:千円)	担当課	
						目標設定 根拠	段階評価 (ABCD)	過年度 評価		取組の成果 ①数値目標の達成状況、定性目標の場合 の段階評価の説明等を記入 ②上記のほか、施策の利用者に対してどのよ うな成果や効果があったか、把握している範囲 で記入	実施後の 課題				施策利用者の具体 的な声・意見等
								H 28	H 27						
エ その他の産業分野の特性に応じた中小企業の事業機会の増大															
8-4-エ	106	近江牛魅力 発信事業	近江牛の消費拡大と、近江牛を魅力あるコンテンツとして活用した地域活性化を図るため、大消費地である東京や訪日外国人向けに近江牛の魅力を発信するとともに、急増する訪日外国人を対象に、近江牛を核としたインバウンド観光事業を産学官金の連携により推進する。	○東京でのラッピングバスの運行 ○オンライン旅行予約サイトでの近江牛特集ページの開設、運用 ○海外オピニオンリーダーのファムトリップ ○ツアー企画事業者へのインセンティブ補助金	【目標】 近江牛の指定店舗数(累計) 282店	③個別計画	A	B	—	①近江牛の指定店舗数(累計)307店 ②国内旅行事業者により訪日外国人向けの近江牛を核とした“しがのプレミアムツアー”が5ツアー造成され、13組36名の利用実績があった。	個人旅行者が増加していることから、個人旅行者をターゲットに、近江牛の魅力を発信していく必要がある。併せて、地理的表示(GI)保護制度登録を受けて、GIを活用した魅力の発信が必要である。	訪日外国人旅行のFIT化が進む中で、来日後の気軽な日帰り旅行については今後も十分な需要が見込める。	12,341	11,148	畜産課