

# 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について

近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する条例(平成 28 年 3 月 23 日滋賀県条例第 12 号。以下「条例」という。)第 10 条の規定に基づき、平成 29 年度の施策の実施状況をまとめました。

## 1. 取組の経緯

- |              |                                     |
|--------------|-------------------------------------|
| 平成 28 年 3 月  | 「近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する条例」施行      |
| 平成 29 年 3 月  | 「近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する基本的な指針」策定  |
| 平成 29 年 4 月～ | 基本指針に基づく施策の取組を開始(平成 29～33 年度の 5 年間) |

## 2. 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産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。

### ■施策の体系

- (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
- (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
- (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
- (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
- (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
- (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

## 3. 取組の状況

- 施策の体系に関連した計 64 事業(実事業数、再掲含まず)を実施。うち 11 事業(実事業数、再掲含まず)を地方創生推進交付金事業として実施。
- 数値目標を設定している 35 事業(実事業数、再掲含まず)については、数値目標の進捗状況を基に、施策の体系ごとに、数値目標の達成度別の事業数(比率)を集計。
- 施策の実施状況をもとに、施策の体系ごとに、関連事業の取組実績および課題と今後の取組を総括。

■数値目標の達成状況

※実事業数（再掲含まず）

施策の内容	実施事業数※	うち数値目標設定事業数※	数値目標達成度別事業数※（比率）				
			100%以上	75～100%	50～75%	50%以下	未集計未設定
(1) 需要拡大のための新商品開発支援、情報提供、販路開拓促進等	36	25	16 (64.0%)	3 (12.0%)	0 (0%)	2 (8.0%)	4 (16.0%)
(2) 経営基盤強化のための経営改善、合理化、資金供給の円滑化	5	3	2 (66.7%)	1 (33.3%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
(3) 新商品開発等に係る調査研究、多様な分野での事業展開の促進	16	9	6 (66.7%)	2 (22.2%)	0 (0%)	1 (11.1%)	0 (0%)
(4) 担い手人材の確保・育成、技術継承の推進等	12	5	5 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
(5) 普及啓発、多様な学習機会の提供等	13	8	7 (87.5%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (12.5%)
(6) 実態についての定期的な調査・分析	2	2	1 (50.0%)	1 (50%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
(1)～(6) 全施策	64	35	25 (71.4%)	4 (11.4%)	0 (0%)	2 (5.7%)	4 (11.4%)

4. 今後の予定

平成30年9月頃	施策の実施状況を県ホームページにより公表
平成31年度以降	毎年度始めに、県政モニターアンケート調査を実施 前年度の実施状況とアンケート調査結果をとりまとめて公表
平成34年度9月頃	5年間の施策の実施結果をとりまとめて公表

## 関連事業の取組状況と課題、今後の取組

### 【施策の内容（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

### 【数値目標の達成状況】

※実事業数（再掲含まず）

施策の内容	実施事業数※	うち数値目標設定事業数※	数値目標達成度別事業数※（比率）				
			100%以上	75～100%	50～75%	50%以下	未集計未設定
(1) 需要拡大のための新商品開発支援、情報提供、販路開拓促進等	36	25	16 (64.0%)	3 (12.0%)	0 (0%)	2 (8.0%)	4 (16.0%)

### 【総括】

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 [実施事業数：16]

近江の地場産品の需要を拡大するために、まずは認知度向上にむけ様々なPR活動に取り組んだ。県内商業施設での「滋賀の匠展」、近江米の消費を拡大するための県民向け啓発活動イベント、大学生を対象としたレシピコンテスト等、県内での消費拡大に向けた取り組みを実施した。これら取組は一定継続して行うことで効果が高まるものであるため、メディアやホームページ等を用いた発信も含め、手段を工夫し、今後も取り組みを進めていく。

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 [実施事業数：9]

東京・日本橋に平成29年10月29日にオープンした「ここ滋賀」をはじめとする首都圏での滋賀の地場産品等を紹介するプロモーション映像の放映、企画催事や商品の展示・販売の支援などに取り組んだ。新たな需要開拓に向けた一大消費地である首都圏での取り組みは高い効果が期待でき、引き続き「ここ滋賀」等と連携し販路開拓に向けた取り組みを進めていく。

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 [実施事業数：5]

地場産業事業者の海外展開の取り組みに対し助成を行った。また、近江牛については、和牛ブランドの産地間競争が激化している中、さらなるブランド価値の向上が必要であり、訪日外国人向けのツアーや海外の旅行業者を招聘してのファムトリップを実施した。今後は平成29年7月に開設された彦根市のジェトロ滋賀貿易情報センターとも連携を図りながら、海外展開への支援を継続していく。

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 [実施事業数：10]

新商品の開発に対する支援として、工業技術総合センターや東北部工業技術センターで相談や助言、技術面での支援や企業との共同研究に取り組んだ。産地ごとに支援のあり方も異なることから、引き続き産地と協同し課題に取り組んでいく。

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 [実施事業数：10]

産地や産品の情報提供として、滋賀の食材の魅力や特徴、購入場所等の情報をHPで発信したり、近江米振興協会が行うテレビCM放映への支援を行った。消費拡大のためにはそれぞれの地場産品のファンを増やしていくことが重要であり、今後も引き続き様々なツールを活用したPRを実施していく。

## 関連事業の取組状況と課題、今後の取組

### 【施策の内容（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

### 【数値目標の達成状況】

※実事業数（再掲含まず）

施策の内容	実施事業数※	うち数値目標設定事業数※	数値目標達成度別事業数※（比率）				
			100%以上	75～100%	50～75%	50%以下	未集計未設定
(2) 経営基盤強化のための経営改善、合理化、資金供給の円滑化	5	3	2 (66.7%)	1 (33.3%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)

### 【総括】

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 [実施事業数：3]

中小企業の経営基盤の強化に向け、小規模事業者に対し団体が行う経営改善普及事業費の助成や、経営革新計画承認後の中小企業診断士によるフォローアップ、試作品製作や販路開拓に対しての補助金による支援を行った。今後も引き続き経営基盤の強化に向け、中小企業診断士のフォローアップ等の支援を実施していく。

イ 近江の地場産業事業者等に対する、国等の公的資金や金融機関と協調した長期・低利の融資の活用促進 [実施事業数：2]

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。今後も利用者のニーズに沿った制度改善を検討しながら、資金供給の円滑化を図っていく。

## 関連事業の取組状況と課題、今後の取組

### 【施策の内容（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

### 【数値目標の達成状況】

※実事業数（再掲含まず）

施策の内容	実施事業数※	うち数値目標設定事業数※	数値目標達成度別事業数※（比率）				
			100%以上	75～100%	50～75%	50%以下	未集計未設定
(3) 新商品開発等に係る調査研究、多様な分野での事業展開の促進	16	9	6 (66.7%)	2 (22.2%)	0 (0%)	1 (11.1%)	0 (0%)

### 【総括】

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 [実施事業数：12]

公設試験研究機関において、地場産業の新商品開発等の調査研究として、信楽焼産地では坪庭用資材と海外原料を用いた新陶土の開発をおこなったり、高島綿織物産地では繊維新素材の試作と製品化、扇骨産地でのオリジナル扇子の作成、近江茶においては新香味茶の製造技術の開発など調査研究に取り組んだ。今後も引き続き新商品開発等に向けた調査研究に取り組むとともに、開発したそれぞれの商品の市場開拓に取り組んでいく。

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 [実施事業数：4]

新ビジネスの創造に向け、関係者による研究会を母体とした新ビジネスの創造を検討するセミナーを開催したり、クリエイティブ企業と製造業者とのマッチング会を開催し、異業種交流で生まれた案件への事業化支援を実施した。今後は、新たなビジネスモデルのさらなる構築とビジネスモデルの実用化を支援していく。

## 関連事業の取組状況と課題、今後の取組

### 【施策の内容（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

### 【数値目標の達成状況】

※実事業数（再掲含まず）

施策の内容	実施事業数※	うち数値目標設定事業数※	数値目標達成度別事業数※（比率）				
			100%以上	75～100%	50～75%	50%以下	未集計未設定
(4) 担い手人材の確保・育成、技術継承の推進等	12	5	5 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)

### 【総括】

ア 担い手となる人材確保のための情報提供 [実施事業数：5]

担い手となる人材獲得に向け、農林水産業では、就業体験や青年農業者との交流、女性を対象としたアグリカフェや研修、就業体験談の講演、漁業就業者確保のための就業相談、短期・中期研修を実施した。どの業界においても人材確保は、喫緊の課題であり、事業継承のために今後も継続して取り組む必要がある。

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 [実施事業数：8]

後継者育成、技術継承を目的に信楽窯業技術試験場においては窯業技術者養成研修を実施。農業では、就農者の確保育成に向けて、相談から定着にいたるまでの一貫した支援体制を整備し支援を実施した。技術の継承は一朝一夕にいくものではないため、これら取り組みを引き続き実施していく。

ウ 未来の後継者確保に向けた小中学生や高校生の地場産業等にふれる機会の提供 [実施事業数：1]

将来の担い手である子どもたちに対し、モノづくりの喜び、感動を体感できるプログラムを提供した。今後も教育委員会と連携し、子どもたちに地場産業等について学習する機会を提供していく。

## 関連事業の取組状況と課題、今後の取組

### 【施策の内容（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

### 【数値目標の達成状況】

※実事業数（再掲含まず）

施策の内容	実施事業数※	うち数値目標設定事業数※	数値目標達成度別事業数※（比率）				
			100%以上	75～100%	50～75%	50%以下	未集計未設定
(5) 普及啓発、多様な学習機会の提供等	13	8	7 (87.5%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (12.5%)

### 【総括】

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 [実施事業数：7]

近江の地場産業等への関心を高めていただくため、地酒では、一般消費者向けの地酒講習会・講座を開催したり、近江の野菜を使用した漬物イベントや漬物教室を開催した。平成30年度は大型観光キャンペーン開催時期に合わせて事業を行うことで、県内はもちろんのこと県外から来県された方々にも情報を発信していく。

イ 小中学生や高校生が地場産業等にふれ、理解を深める機会の提供 [実施事業数：6]

小学生への取組として、県内199校で農業体験を実施したり、湖魚食材を学校給食へ提供したり、湖魚を学ぶ講座の実施や滋賀の農畜水産業の理解促進のための教材作成などに取り組んだ。今後もこれら取り組みを継続し、県内すべての小学校が農業体験を実施できるように市町やJA等と連携していく。

## 関連事業の取組状況と課題、今後の取組

### 【施策の内容（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

### 【数値目標の達成状況】

※実事業数（再掲含まず）

施策の内容	実施事業数※	うち数値目標設定事業数※	数値目標達成度別事業数※（比率）				
			100%以上	75～100%	50～75%	50%以下	未集計未設定
(6) 実態についての定期的な調査・分析	2	2	1 (50.0%)	1 (50.0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)

### 【総括】

ア 実態について概ね5年を目安として調査を実施 [実施事業数：2]

伝統的工芸品においては、県内の商業施設で開催した「滋賀の匠展」の来場者に対して、伝統的工芸品への印象等のアンケートを実施。「買ってみたい商品」の問いには「長い伝統と優れた技術を強く感じる重厚な商品」「今のライフスタイルに調和した商品」の回答がそれぞれ20%、25%であった。今後も継続することで傾向を分析し、取り組みに活かしていく。

地場産業においては、滋賀県中小企業団体中央会が実施した「滋賀の名品フェア」への来場者に対して認知度の調査を実施した。結果は、信楽焼が92%、彦根仏壇が43%、浜ちりめんが30%で、その他の地場産業の認知度は、30%未満であった。今後も機会あるごとに調査を実施し、結果を取り組みに活かしていく。



# 関連施策 数値目標の進捗状況

施策の内容	事業名	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)	平成31年 度の実績値 (目標値)	平成32年 度の実績値 (目標値)	平成33年 度の実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】	備考	担当課	通番	再掲
(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											
	滋賀の感性を伝える「ココ クール」事業	「ココクール」 Facebookにおける「い いね」の件数(累計)	8,111件 (8,000件)	(9,000件)	(10,000件)			10,000件 【H31年度】	総合戦略事業	商工政策課	1	43
	伝統の技と美「滋賀の匠 展」開催事業	会期中の来場者数 (毎年)	2800人 (3000人)	(3000人)	(3000人)	(3000人)		3000人 【H32年度】	効果指標・終 期設定調べ (財政課照会)	中小企業支援課	2	46
	<b>拓</b> <b>創</b> 滋賀の地域産業 振興総合支援事業	新商品開発等ブランド 強化に取り組んだ組合 数(各年度ごと)	15組合 (10組合)	(12組合)	(14組合)			14組合 【H31年度】	総合戦略事業	モノづくり振興課	4	27 77 100
	近江の地酒普及促進事業	「春の新酒きき酒会」 来場者数1,000人	1,700人 (1,000人)	(1,800人)				1,800人 【H30年度】		観光交流局	5	86
	強めるブランド力!「滋賀 の食材」発信事業	地理的表示、地域団体 商標の累計申請数	4品目 (10品目)	(15品目)				15品目 【H30年度】	総合戦略事業	食のブランド推進課	7	
	近江の野菜「漬物」で魅力 発信事業	伝統野菜、地域特産野 菜の作付面積	集計中 (85ha)					85ha 【H29年度】	総合戦略事業	食のブランド推進課	8	87
	「おいしが うれしが」 キャンペーン推進事業	「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)	(1,500店舗)	(1,550店舗)	(1,600店舗)		1,600店舗 【H32年度】	総合戦略事業	食のブランド推進課	9	89
	もっと食べよう「近江 米」!県民運動推進事業	近江米食べます宣言者 数(累計)	30,963人 (25,000人)					25,000人 【29年度】	H30から新た な目標を設定	食のブランド推進課	10	90
	<b>創</b> 近江牛魅力発信事業	近江牛の指定店舗数 (累計)	307店舗 (282店舗)	(315店舗)	(320店舗)			320店舗 【H31年度】	総合戦略事業	畜産課	12	25 91
<b>新</b> <b>創</b> 琵琶湖の魚消費 拡大PR事業	びわ湖産魚介類を活用する事 業者数 (フェア参加事業者・琵琶湖 八珍マイスター)	191件 (150件)	(180件)				180件 【H30年度】		水産課	13	49 96	
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												
<b>創</b> 体感型「ココクール」 魅力発信事業	「ココクール」ウェブ サイトのPV数(累計)	39,391PV (36,000PV)	(85,000PV)	(150,000PV)			150,000PV 【H31年度】	総合戦略事業	商工政策課	18	44	
<b>新</b> <b>創</b> 来て、見て、ふれ「メ イド・イン滋賀」魅力 発信・体感事業	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)	(2,200人)	(2,400人)			2,400人 【H31年度】	総合戦略事業	中小企業支援課・ モノづくり振興課	20	45	
<b>新</b> <b>創</b> 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	94% (-)	(-)	(60%)			60% 【H31年度】		食のブランド推進課	21		

施策の内容	事業名	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)	平成31年度の実績値 (目標値)	平成32年度の実績値 (目標値)	平成33年度の実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】	備考	担当課	通番	再掲
	創 新たな消費者ニーズの創出で「近江の茶」産地改革支援事業	戦略に基づき新香味茶等を生産する経営体数(累計)	4経営体 (4経営体)					4経営体 【H29年度】	「近江の茶」生産振興指針	農業経営課	23	39 63
	みんなが育てる「みずかがみ」ブランド支援事業	より高品質な「みずかがみ」を生産する生産組織の割合	42% (100%)	(100%)				100% 【H30年度】		食のブランド推進課・農業経営課	24	30 64
	創 近江牛魅力発信事業(再掲)	近江牛の指定店舗数(累計)	307店舗 (282店舗)	(315店舗)	(320店舗)			320店舗 【H31年度】	総合戦略事業	畜産課	25	12 91
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												
	海外展開総合支援事業	出張相談件数	497件 (46件)					【H31年度】	総合戦略事業	商工政策課	26	
		海外見本市出展支援件数	16件 (20件)	H29.7にジェトロ滋賀貿易情報センターが開設されたことにより、H30以降は事業目標を再設定することとする。								
		海外現地(ホーチミン市等)企業支援件数	13件 (5件)									
	創 滋賀の地域産業振興総合支援事業(再掲)	新商品開発等ブランド強化に取り組んだ組合数(各年度ごと)	15組合 (10組合)					(12組合)	(14組合)		14組合 【H31年度】	総合戦略事業
	海外展開技術支援事業	国際規格への対応整備海外展示会参加企業数	－ (－)	(2社)				2社 【H30年度】	最終年度までに達成が目標	工業技術総合センター	28	
	新創 FOOD BRAND OH!MI 海外プロモーション事業	県内の新たに輸出に取り組む事業者数(累計)	18件 (10件)	(15件)	(20件)			20件 【H31年度】		食のブランド推進課	29	
	みんなが育てる「みずかがみ」ブランド支援事業(再掲)	より高品質な「みずかがみ」を生産する生産組織の割合	42% (100%)	(100%)				100% 【H30年度】		食のブランド推進課・農業経営課	30	24 64
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												
	びわ湖材産地証明事業	びわ湖材証明を行った年間木材量	54,981m <sup>3</sup> (48,500m <sup>3</sup> )	(54,000m <sup>3</sup> )	(59,500m <sup>3</sup> )	(65,000m <sup>3</sup> )		65,000m <sup>3</sup> 【H32年度】	琵琶湖森林づくり基本計画	森林政策課	31	41
	プロジェクトチャレンジ支援事業	チャレンジ計画認定件数(累計)	25件 (24件)	(32件)				32件 【H30年度】	総合戦略事業	モノづくり振興課	32	56
	窯業技術研究開発事業	技術普及研修および新製品新素材(試作品)の提供件数(毎年)	46件 (50件)	(50件)				50件 【H30年度】	組織目標	工業技術総合センター	33	57

施策の内容	事業名	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)	平成31年度の実績値 (目標値)	平成32年度の実績値 (目標値)	平成33年度の実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】	備考	担当課	通番	再掲
	技術移転・共同研究事業	産学官連携共同研究数	28件 (25件)	(25件)				25件 【H30年度】	組織目標	東北部工業技術センター	36	60
		技術普及件数	14件 (12件)	(12件)				12件 【H30年度】	組織目標			
	地域産業支援事業	講習会等の開催数	22回 (17回)	(20回)				20回 【H30年度】	組織目標	東北部工業技術センター	37	61
	<b>新</b> 環境こだわり農業の深化プロジェクト事業	有機農業実証ほ(水稲)の収量	382kg/10a (420kg)					420kg 【H29年度】		食のブランド推進課	38	62
<b>創</b> 新たな消費者ニーズの創出で「近江の茶」産地改革支援事業(再掲)	戦略に基づき新香味茶等を生産する経営体数(累計)	4経営体 (4経営体)					4経営体 【H29年度】	「近江の茶」生産振興指針	農業経営課	39	23 63	
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												
	びわ湖材産地証明事業(再掲)	びわ湖材証明を行った年間木材量	54,981m <sup>3</sup> (48,500m <sup>3</sup> )	(54,000m <sup>3</sup> )	(59,500m <sup>3</sup> )	(65,000m <sup>3</sup> )		65,000m <sup>3</sup> 【H32年度】	琵琶湖森林づくり基本計画	森林政策課	41	31
	滋賀の感性を伝える「ココクール」事業(再掲)	「ココクール」Facebookにおける「いいね」の件数(累計)	8,111件 (8,000件)	(9,000件)	(10,000件)			10,000件 【H31年度】	総合戦略事業	商工政策課	43	1
	<b>創</b> 体感型「ココクール」魅力発信事業(再掲)	「ココクール」ウェブサイトのPV数(累計)	39,391PV (36,000PV)	(85,000PV)	(150,000PV)			150,000PV 【H31年度】	総合戦略事業	商工政策課	44	18
	<b>新</b> <b>創</b> 来て、見て、ふれ「メイド・イン滋賀」魅力発信・体感事業(再掲)	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)	(2,200人)	(2,400人)			2,400人 【H31年度】	総合戦略事業	中小企業支援課・モノづくり振興課	45	20
	伝統の技と美「滋賀の匠展」開催事業(再掲)	会期中の来場者数(毎年)	2800人 (3000人)	(3000人)				3000人 【H30年度】	効果指標・終期設定調べ(財政課照会)	中小企業支援課	46	2
	美味しい『食』の情報発信総合事業	HPビュー数	52.5万ビュー (-)	(-)	(-)	(71万ビュー)		71万ビュー 【H32年度】		食のブランド推進課	48	
	<b>新</b> <b>創</b> 琵琶湖の魚消費拡大PR事業(再掲)	びわ湖産魚介類を活用する事業者数(フェア参加事業者・琵琶湖八珍マイスター)	191件 (150件)	(180件)				180件 【H30年度】		水産課	49	13 96
(2)	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											
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	中小企業経営革新支援事業	承認件数(累計)	93件 (95件)	(125件)	(155件)			155件 【H31年度】	効果指標・終期設定調べ(財政課照会)	中小企業支援課	51	
	小規模事業経営支援事業費補助金	補助対象職員の指導件数(毎年)	88,233件 (77,000件)	(77,000件)	(77,000件)				77,000件 【H31年度】	効果指標・終期設定調べ(財政課照会)	中小企業支援課	52

施策の内容	事業名	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)	平成31年度の実績値 (目標値)	平成32年度の実績値 (目標値)	平成33年度の実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】	備考	担当課	通番	再掲
	中小企業連携組織対策事業 費補助金	補助対象職員の指導件 数(毎年)	4,084件 (3,900件)	(3,900件)	(3,900件)			3,900件 【H31年度】	効果指標・終 期設定調べ (財政課照会)	中小企業支援課	53	
(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											
	プロジェクトチャレンジ支 援事業(再掲)	チャレンジ計画認定件 数(累計)	25件 (24件)	(32件)				32件 【H30年度】	総合戦略事業	モノづくり振興課	56	32
	窯業技術研究開発事業 (再掲)	技術普及研修および新 製品新素材(試作品) の提供件数(毎年)	46件 (50件)	(50件)				50件 【H30年度】	組織目標	工業技術総合セン ター	57	33
	技術移転・共同研究事業 (再掲)	産学官連携共同研究数	28件 (25件)	(25件)				25件 【H30年度】	組織目標	東北部工業技術セン ター	60	36
		技術普及件数	14件 (12件)	(12件)				12件 【H30年度】	組織目標			
	地域産業支援事業(再掲)	講習会等の開催数	22回 (17回)	(20回)				20回 【H30年度】	組織目標	東北部工業技術セン ター	61	37
	<b>新</b> 環境こだわり農業の深 化プロジェクト事業 (再掲)	有機農業実証ほ(水 稲)の収量	382kg/10a (420kg)					420kg 【H29年度】		食のブランド推進課	62	38
	<b>創</b> 新たな消費者ニーズの 創出で「近江の茶」産 地改革支援事業(再掲)	戦略に基づき新香味茶 等を生産する経営体数 (累計)	4経営体 (4経営体)					4経営体 【H29年度】	「近江の茶」 生産振興指針	農業経営課	63	23 39
	みんなが育てる「みずかが み」ブランド支援事業 (再掲)	より高品質な「みずか がみ」を生産する生産 組織の割合	42% (100%)	(100%)				100% 【H30年度】		食のブランド推進課 ・農業経営課	64	24 30
	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											
	6次産業化ネットワーク活 動推進事業	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)	(10事業者)				毎年10事業者 【H30年度】	滋賀県基本構 想実施計画	農業経営課	70	
	<b>新創</b> 農林水産業新ビジ ネス創造支援事業	新ビジネスの実用化に 取り組む事業者数	3事業者 (2事業者)	(4事業者)	(4事業者)			10事業者 【H31年度】	滋賀県基本構 想実施計画	農業経営課	71	
(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											
	地域連携型モノづくり人材 育成事業	窯業技術者養成研修受 講者数(毎年)	8名 (5名)	(5名)				5名 【H30年度】		工業技術総合セン ター	72	78
	<b>新</b> 女性の力を活かしたア グリビジネス創出事業	経営塾等の参加者のう ち、新たに事業計画を 策定した割合	80.0% (80%)	(80%以上)				毎年80%以上 【H30年度】	滋賀県基本構 想実施計画	農業経営課	74	

施策の内容	事業名	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)	平成31年度の実績値 (目標値)	平成32年度の実績値 (目標値)	平成33年度の実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】	備考	担当課	通番	再掲
	創 しがの漁業担い手確保事業	新規漁業就業者 (累計)	2人 (1人)	(3人)	(6人)	(10人)		10人 【H32年度】		水産課	75	82
	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											
	拡創 滋賀の地域産業振興総合支援事業(再掲)	新商品開発等ブランド強化に取り組んだ組合数(各年度ごと)	15組合 (10組合)	(12組合)	(14組合)			14組合 【H31年度】	総合戦略事業	モノづくり振興課	77	4 27 100
	地域連携型モノづくり人材育成事業(再掲)	窯業技術者養成研修受講者数(毎年)	8名 (5名)	(5名)				5名 【H30年度】		工業技術総合センター	78	72
	創 しがの漁業担い手確保事業(再掲)	新規漁業就業者 (累計)	2人 (1人)	(3人)	(6人)	(10人)		10人 【H32年度】		水産課	82	75
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入れる機会の提供												
	世界にひとつの宝物づくり事業	「つちっこプログラム」の参加者数	11,067人 (11,000人)	(11,000人)	(11,000人)			11,000人 【H31年度】	総合戦略事業	モノづくり振興課	85	93
(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											
	近江の地場普及促進事業(再掲)	「春の新酒きき酒会」来場者数1,000人	1,700人 (1,000人)	(1,800人)				1,800人 【H30年度】		観光交流局	86	5
	近江の野菜「漬物」で魅力発信事業(再掲)	伝統野菜、地域特産野菜の作付面積	集計中 (85ha)					85ha 【H29年度】	総合戦略事業	食のブランド推進課	87	8
	「おいしが うれしが」キャンペーン推進事業(再掲)	「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)	(1,500店舗)	(1,550店舗)	(1,600店舗)		1,600店舗 【H32年度】	総合戦略事業	食のブランド推進課	89	9
	もっと食べよう「近江米」！県民運動推進事業(再掲)	近江米食べます宣言者数(累計)	30,963人 (25,000人)					25,000人 【29年度】	H30から新たな目標を設定	食のブランド推進課	90	10
	創 近江牛魅力発信事業(再掲)	近江牛の指定店舗数(累計)	307店舗 (282店舗)	(315店舗)	(320店舗)			320店舗 【H31年度】	総合戦略事業	畜産課	91	12 25
	イ 小中学生等が地場産業等に入れ、理解を深める機会の提供											
	世界にひとつの宝物づくり事業(再掲)	「つちっこプログラム」の参加者数	11,067人 (11,000人)	(11,000人)	(11,000人)			11,000人 【H31年度】	総合戦略事業	モノづくり振興課	93	85
	新創 琵琶湖の魚消費拡大PR事業(再掲)	びわ湖産魚介類を活用する事業者数(フェア参加事業者・琵琶湖八珍マイスター)	191件 (150件)	(180件)				180件 【H30年度】		水産課	96	13 49

施策の内容	事業名	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)	平成31年 度の実績値 (目標値)	平成32年 度の実績値 (目標値)	平成33年 度の実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】	備考	担当課	通番	再掲
	中学校チャレンジウィーク	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	100.0% (100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	100% 【H33年度】		幼小中教育課	97	
(6)	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											
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	伝統の技と美「滋賀の匠展」開催事業(再掲)	会期中の来場者数(毎年)	2800人 (3000人)	(3000人)				3000人 【H30年度】	効果指標・終期設定調べ(財政課照会)	中小企業支援課	99	2 46
	<b>拡創</b> 滋賀の地域産業振興総合支援事業(再掲)	新商品開発等ブランド強化に取り組んだ組合数(各年度ごと)	15組合 (10組合)	(12組合)	(14組合)			14組合 【H31年度】	総合戦略事業	モノづくり振興課	100	4 27 77

平成29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について

通番	項目	事業名	事業概要	取組実績	課題と今後の取組	決算額 (千円)	担当課	再掲
(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		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発展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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○応募の中から10件の商品・サービスを「ココクール マザーレイク・セレクション」として選定した。</li> <li>○チラシやパンフレットの作成、専用ホームページ・公式Facebookによる発信および雑誌への広告掲載等により「ココクール」事業の広報を行った。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○平成29年度は、Facebookの「いいね」件数が目標件数(累計8,000件)を上回るとともに、セレクションの選定については、過去最大の226件の応募があった。</li> <li>○今後も、Facebookを活用した機会を捉えた情報提供や様々なタイミング・媒体での広報を展開し、滋賀のブランド価値向上を図る。</li> </ul>	3,213	商工政策課	43
2		伝統の技と美「滋賀の匠展」開催事業	県および国指定の伝統的工芸品の価値を広く県民に伝えるとともに販売を促進するため、展示をメインとして、実演や体験等を内容とした展示会を開催する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○開催期間：11月10日(金)～11月12日(日)</li> <li>○開催場所：モリーブ(アルプラザ守山)セントラルコート</li> <li>○入場者数：約2800人</li> <li>○出展者の内訳(12者)：近江上布、彦根繡、近江真綿、信楽焼、ろくろ工芸品、高島扇骨、八幡丸竹工芸品、木珠、彦根仏壇、和ろうそく、いぶし鬼瓦</li> <li>○技の実演：近江上布、信楽焼、高島扇骨、彦根仏壇、和ろうそく</li> <li>○体験：近江上布、近江真綿</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○引き続き、県内の商業施設にて展示会を開催することで県民に向けて伝統的工芸品の魅力を発信していく。</li> <li>○より魅力的な展示会にするため、29年度出展しておられない方へのアプローチをしていく。</li> </ul>	1,215	中小企業支援課	46 99
3		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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○伝統的工芸品月間事業 出展者：信楽焼、近江上布 伝統的工芸品月間国民会議全国大会 開催期間：11月3日(金)～6日(月)</li> <li>○全国伝統的工芸品展 開催期間：2月16日(金)～21日(水) 開催場所：東武百貨店池袋8F 出展者：彦根仏壇、近江上布、信楽焼、和ろうそく、いぶし鬼瓦、ろくろ工芸品、再興湖東焼、八幡丸竹工芸品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○全国伝統的工芸品展では引き続き出展することで、首都圏の客層に向けて滋賀の伝統的工芸品の魅力を発信していく。</li> </ul>	2,940	中小企業支援課	19

通番	項目	事業名	事業概要	取組実績	課題と今後の取組	決算額 (千円)	担当課	再掲
4		<b>拓 創</b> 滋賀の地域産業振興 総合支援事業	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、持続的な取り 組みに支援する。	○地場産業組合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。9組合18事業を遂行 ○地域特産品組合販路開拓等支援補助金 地域特産品組合の販路開拓および組合 間連携に助成。6組合7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。 ・ブランド発信推進会議の開催 ・地域団体商標取得検討会議の開催等	○これらの取組は、すぐに効果がでる ものではなく、継続していくことが 重要となる。 ○地場産業組合、地域特産品組合の規 模や状況が様々であることや各組合 内の企業においても温度差があるこ とから、今後は対象に合わせた支援 を行っていく必要がある。	24,978	モノづくり振 興課	27 77 100
5		近江の地酒普及促進 事業	近江の地酒の魅力を県内外 に発信し、県内にあつては 県産日本酒への愛着と誇り を醸成するとともに、県内 外での消費拡大を図る。	○滋賀県酒造組合の春の新酒さき酒会の開 催の支援(補助金)。 3月21日に県内の宿泊施設・酒販店など の酒類流通業者向けの特別セミナー、商 談会を開催予定。 ○(公社)びわこビジターズビューローの酒 蔵めぐり促進事業(近江の地酒版)酒ポ ート事業)実施の支援(補助金)を行い、10月 1日から5,000部限定で県内JTB各店、平 和堂、主要書店、酒蔵、Amazonで販売し ている他、県や地酒のイベントで出張販 売を行い、2月21日現在で3,905部販売。 ○近江の地酒もてなし普及促進協議会運営 (委員謝金、委員旅費)。 H29年7月と10月の2回開催。地酒促進 月間にあたる10月には、一般消費者向け の地酒講演会・講座を開催し、17名が参 加。温度変化に伴う味の違いを体験して もらうなど、非常に好評だった。	○滋賀県酒造組合主催で3月21日に春 の新酒さき酒会(第2回近江の新酒 さき酒会)が開催された。約1,700 人が出席。 ○近江の地酒版)酒ポートは最終 4,205部販売し、近江の地酒の魅力 発信につながられた。H30年度は観 光キャンペーン開催時期に合わせて て、7月発売予定。県内はもちろん 、県外から来県される方々にも近 江の地酒について情報発信してい く。	2,764	観光交流局	86



通番	項目	事業名	事業概要	取組実績	課題と今後の取組	決算額 (千円)	担当課	再掲
6		<p><b>新</b></p> <p>全国菓子大博覧会参加事業</p>	<p>「お伊勢さん菓子博2017」の開催にあたり、滋賀県菓子工業組合が出展するブースに対して事業経費の一部を助成することで、本県のイメージアップと土産品産業の振興および販路拡大を図る。</p>	<p>○4月21日～5月14日の24日間、メイン会場の三重県営サンアリーナで開催され、約58万人が来場。主に①菓子業界の振興発展を目的とした事業、②滋賀県のPR及び滋賀県地場産業のPRを行った。 (補助金)</p> <p>○①では、一般菓子審査に出品し、機関賞を受賞した。組合設立記念で開発した滋賀羽二重餅プリン「湖の餅tae」を展示し、滋賀の銘菓を多くの方に認知いただいた。</p> <p>○②では、滋賀県の展示会場で銘菓の紹介と滋賀の魅力を紹介した。菓子と一緒に、信楽焼や茶器などの工芸品も展示した。</p>	<p>○今後は関係各所と連携し、本県の菓子業界の振興発展、本県のPRおよび滋賀県地場産業のPRに努め、出展について検討する。</p>	1,500	観光交流局	
7		<p>強めるブランド力！ 「滋賀の食材」発信事業</p>	<p>地域が一体となった農産物について、専門家を派遣するなどGI等知的財産の取得を支援する。</p>	<p>継続取組み支援 3品目 新規取組み支援 2品目 GI申請品目数 累計4品目 (H29年度末時点)</p>	<p>○課題としては、いずれの品目も市場流通量が少ないため、他産地との価格差等の社会的評価の収集が難しい等、品目の特性に関連する客観的データの不足などがある。</p> <p>○継続して取組む4品目については、産地としての取組体制や意欲、有望性をふまえ、今年度内の申請に向けてサポートを行う。</p> <p>○新規品目の掘り起こしと申請に向けたサポートを積極的に行う。</p>	5,223	食のブランド推進課	
8		<p>近江の野菜「漬物」で魅力発信事業</p>	<p>地域の歴史や食文化などを色濃く反映する「漬物」を通して、伝統野菜をはじめとした滋賀の野菜の魅力を発信することで、県産野菜の生産を振興する。</p>	<p>○消費者に向けた近江の野菜「漬物」の魅力発信 ・近江の野菜「漬物」大集合イベントの開催 1回 ・漬物漬け方教室の開催 2回</p> <p>○県産野菜の漬物へのさらなる利用促進 ・お漬物フォーラムの開催 1回</p>	<p>○生産者の高齢化、後継者不足等により、特に伝統野菜の作付面積は減少傾向にある。</p> <p>○滋賀県は一人当たりの野菜摂取量が少ないことから、今後も「滋賀の健康を支える『食』創造事業」等を通じ、県産野菜の消費拡大を推進し、生産振興につなげる。</p>	2,048	食のブランド推進課	87
9		<p>「おいしが うれしが」キャンペーン推進事業</p>	<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>○「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 1,647店舗 ・キャンペーンサポーター 356店舗</p> <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 ・マッチング交流会の開催 3回 (H30.3.末現在)</p>	<p>○今年度は「おいしが うれしが」キャンペーンの開始から10年目の節目を迎えるタイミングであることから、今一度消費者に対し県産農畜水産物の魅力を発信することと併せて、生産者自らが行う取組を応援することで、県産農畜水産物の生産振興につなげる。</p>	1,552	食のブランド推進課	89

通番	項目	事業名	事業概要	取組実績	課題と今後の取組	決算額 (千円)	担当課	再掲
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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○県内での近江米の消費拡大を推進 <ul style="list-style-type: none"> <li>・県民への啓発活動イベント等14回開催</li> <li>・県内4大学の学祭で近江米PR</li> <li>・大学生を対象とした近江米レシピコンテストの開催</li> <li>・直売所・飲食店等との連携</li> <li>・「近江米もっと食べます宣言」宣言累計30,963人 (H29年度：11,402人) (H30.3.末現在)</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○全国的に米の消費量は年々減少しており、特に家庭や若年層の消費の減少が顕著であることから、県内での消費拡大PRイベントの開催や大学との連携により、より熱心な近江米のファン確保を促進する。</li> </ul>	4,700	食のブランド推進課	90
11		<b>新</b> 「日本一の環境こだわり農業」発信事業	滋賀県の環境こだわり農業の取組が日本一の取組で、生産者が琵琶湖のために努力していることを全国に発信する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○環境こだわり米付き啓発本およびタブロイド版の作成・配布</li> <li>○日本一の環境こだわり米キャンペーンの実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○みずかがみの生産流通の拡大に加え、環境こだわり米コシヒカリの有利販売に向けたプロジェクト等を実施し、認知度向上、ブランド力向上につなげる必要がある。</li> </ul>	8,963	食のブランド推進課	22
12		<b>創</b> 近江牛魅力発信事業	国際的な視点に立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インバウンド観光を実施する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○東京（日本橋周辺）においてラッピングバスを運行（H29.10.13～H30.3.31）</li> <li>○「ここ滋賀」において近江牛フェアを実施（H30.2.16～22、食のブランド推進課と連携）</li> <li>○訪日外国人向けプレミアムツアーを5ツアー作成</li> <li>○海外の旅行事業者（香港2社、シンガポール1社）を招聘し、ファムトリップを実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○和牛ブランドの産地間競争が激化する中で、近江牛のさらなるブランド価値の向上が必要である。引き続き、国内外への近江牛の魅力発信に努める。</li> </ul>	11,148	畜産課	25 91
13		<b>新創</b> 琵琶湖の魚消費拡大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のできる機会を創出する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○県内を中心とした飲食、宿泊、加工販売といった琵琶湖八珍を扱う事業者164店舗の参画による“琵琶湖八珍フェア”を開催（H30.1～2）。</li> <li>○琵琶湖八珍のサイトにおいて、琵琶湖八珍の旬や取り扱う事業者等に関する情報を発信。</li> <li>○学校給食への湖魚食材の提供（約11万5千食分）と湖魚を学ぶ講座を実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○琵琶湖の魚介類は「琵琶湖八珍」のほかにもセタジミなどのおいしい食材があり、「びわ湖のめぐみ」として湖魚をより多くの人に食べてもらうことが必要。</li> <li>○「琵琶湖八珍」をはじめとする湖魚食材の学校給食への提供や、琵琶湖とともに湖魚を楽しむことのできる「びわ湖のめぐみ」おもてなし食堂の展開、びわ湖のめぐみの魅力の情報発信を継続して実施。</li> </ul>	21,166	水産課	49 96
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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○滋賀県水産加工業協同組合が平成30年2月14日に開催された「滋賀県水産物加工品評会」等湖魚の普及宣伝活動に対して支援を行った。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○消費者のニーズに応え消費拡大を図るため水産加工業者が新製品の加発や水産加工技術の向上に取り組む必要がある。</li> <li>○水産加工業者の技術向上と本県の食文化を発信する機会とするため、水産物加工品評会の開催など湖魚の普及宣伝活動を継続して支援。</li> </ul>	500	水産課	40 50

通番	項目	事業名	事業概要	取組実績	課題と今後の取組	決算額 (千円)	担当課	再掲
15		しがの水産物流通拡大対策事業	県産魚介類のイメージアップ活動および消費促進活動に対して支援する。	○滋賀県漁連が“おうみんち（守山市）”での湖魚直売会を実施。また、醒井養鱒場における“紅葉ます祭”や“醒井冬まつり”において、消費者に向けた情報発信・PRとして、びわサーモンの試食・販売を実施。	○“おうみんち”での湖魚直売会は固定客が付き成果が出てきたため、今後は事業者が実施。養殖ビワマスの「びわサーモン」については引き続き消費者に向けた情報発信によりイメージ向上と定着を図る。	700	水産課	
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。	○滋賀県薬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）	○「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。	500	薬務感染症対策課	
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(9事業)								
17		<b>拡</b> 滋賀・びわ湖ブランド推進事業	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拠点を整備し、拠点を核とした滋賀の魅力発信に取り組む。	○情報発信拠点「ここ滋賀」は、滋賀の魅力を見て、触れて、食べることができる体験型の情報発信拠点として運営している。 ○10月29日のオープニング以降、3月末までに来館者は1日平均約1,800人、売上げは1日平均約56万円となっており、多くの方に来館いただき、滋賀の地場産品を見て、触れて、購入いただいている。	○オープニングをはじめ、滋賀ならではの企画催事を展開し、メディアへも発信することができた。 ○今後も滋賀の魅力を見て、触れて、食べることができる体験型の発信を行い、滋賀への誘引につなげるほか、「ここ滋賀」外での販路拡大などにも取り組み、更なる魅力発信に取り組む必要がある。	319,839	広報課	
18		<b>創</b> 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。	○ウェブサイトを再構築し、「ココクール」の魅力である商品・サービスの持つストーリーを伝えるコンテンツ等を掲載した。 ○「ここ滋賀」においてイベントを開催、PRし、「ココクール」を通じて滋賀県を発信した。	○選定された商品・サービスの魅力を紹介するコンテンツを充実させた新たな「ココクール」ウェブサイトのPV数（累計36,000PV）について、首都圏情報発信拠点「ここ滋賀」でのイベントや「Leaf」への紙面掲載・WEB特集企画実施、毎日新聞での連載等でPRすることにより目標を達成した。 ○今後も、「ここ滋賀」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。	6,623	商工政策課	44
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、近江上布 伝統的工芸品月間国民会議全国大会 開催期間：11月3日(金)～6日(月) ○全国伝統的工芸品展 開催期間：2月16日(金)～21日(水) 開催場所：東武百貨店池袋8F 出展者：彦根仏壇、近江上布、信楽焼、ろくろ工芸品、再興湖東焼、八幡丸竹工芸品	○全国伝統的工芸品展では引き続き出展することで、首都圏の客層に向けて滋賀の伝統的工芸品の魅力を発信していく。	2,940	中小企業支援課	3

通番	項目	事業名	事業概要	取組実績	課題と今後の取組	決算額 (千円)	担当課	再掲
20		<b>新 創</b> 来て、見て、ふれ 「メイド・イン滋賀」魅力発信・体感事業	県が新たに整備する首都圏情報発信拠点等において、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5事業者、地場産業団体9産地のプロモーション映像を制作。 ○情報発信拠点「ここ滋賀」等で放映。 ○新宿リビングデザインセンターで「TEIBAN展」、ここ滋賀で企画催事を3回開催。	○伝統的工芸品に関しては引き続き映像制作を実施していく。 ○今後の課題として作成した映像のここ滋賀以外での活用方法を考えていく。 ○引き続き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。	6,470	中小企業支援課・モノづくり振興課	45
21		<b>新 創</b> 首都圏「滋賀の食材」プロモーション・流通促進事業	首都圏情報発信拠点を最大限活用しながら「滋賀の食材」の首都圏における認知度向上、販路拡大等に取り組む。	○レストラン 滋賀の食材メニューフェア 4回 (ピワマス、鮎ずし、近江牛、近江の野菜) ○近江米おむすびコンテストの開催 11月 ○ここ滋賀マルシェの開催 2月	○ここ滋賀におけるレストラン等の通常展開として「滋賀の食材」の魅力が最大限発信され、引き続き高い評価が得られるよう、ここ滋賀等と連携し、運営事業者への提案を行うなどの取り組みを進める必要がある。 ○さらに、平成30年度は、ここ滋賀のほか、首都圏で県産食材等を扱う飲食店とも連携し、「滋賀の食材」の魅力発信を行う。	17,156	食のブランド推進課	
22		<b>新</b> 「日本一の環境こだわり農業」発信事業(再掲)	滋賀県の環境こだわり農業の取組が日本一の取組で、生産者が琵琶湖のために努力していることを全国に発信する。	○環境こだわり米付き啓発本およびタブレット版の作成・配布 ○日本一の環境こだわり米キャンペーンの実施	○みずかがみの生産流通の拡大に加え、環境こだわり米コシヒカリの有利販売に向けたプロジェクト等を実施し、認知度向上、ブランド力向上につなげる必要がある。	8,963	食のブランド推進課	11
23		<b>創</b> 新たな消費者ニーズの創出で「近江の茶」産地改革支援事業	各地域の産地戦略に基づき、消費者や実需者のニーズを捉えた茶の生産拡大、有利販売により、「近江の茶」の産地活性化を図る。	○茶業指導所において、新香味茶の製造技術の開発に取り組んだ。また、新たに4農業者が新香味茶の試作を行った。 ○JAこうかの取組を支援し、首都圏での「近江の茶」販売店舗が開拓できた。	○需要の拡大とともにそれに応じた生産確保が必要であり、研修会の開催等により新香味茶の製造の定着・拡大を図るとともに、販売促進に向けたPRを行う。 ○「ここ滋賀」等と連携して、首都圏での販路拡大に引き続き取り組んでいく。	4,061	農業経営課	39 63
24		みんなが育てる「みずかがみ」ブランド支援事業	「みずかがみ」を守り、育てる生産者自らの組織的な活動を支援するとともに、マスメディアを利用したPRに対して支援を行う。	○12JAに対して、生産者組織が行う品質や食味向上のための技術研修活動等について支援した。 ○JA等の6集荷業者に対し、一定の品質を満たすプレミアム米の集荷を支援した結果、443トンが集荷、販売された。 ○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(9~10月)の放映を支援した。  (関西キー4局)	○平成29年産において、より高品質な「みずかがみ」を生産する組織の割合は目標を下回った。 ○平成30年産においては、技術改善に向けた生産者の組織的な取組を支援するとともに、卸売業者のニーズ等の評価を生産者に伝える場づくり、プレミアム「みずかがみ」の取組支援を通して、高品質生産と作付拡大に向けた生産者の意識高揚を進める。	14,277	食のブランド推進課・農業経営課	30 64

通番	項目	事業名	事業概要	取組実績	課題と今後の取組	決算額 (千円)	担当課	再掲
25		<b>創</b> 近江牛魅力発信事業 (再掲)	国際的な視点に立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インバウンド観光を実施する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○東京（日本橋周辺）においてラッピングバスを運行（H29.10.13～H30.3.31）</li> <li>○「ここ滋賀」において近江牛フェアを実施（H30.2.16～22、食のブランド推進課と連携）</li> <li>○訪日外国人向けプレミアムツアーを5ツアー造成</li> <li>○海外の旅行事業者（香港2社、シンガポール1社）を招聘し、ファミトリップを実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○和牛ブランドの産地間競争が激化する中で、近江牛のさらなるブランド価値の向上が必要である。</li> <li>○引き続き、国内外への近江牛の魅力発信に努める。</li> </ul>	11,148	畜産課	12 91
<b>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)</b>								
26		海外展開総合支援事業	県内の中小企業の海外における円滑な事業展開の促進を図るため、貿易や海外投資等に関する相談窓口を設置する。また、見本市出展、市場調査に必要となる経費の一部を助成するとともに、ベトナムホーチミン市と締結した経済・産業分野等の協力に関する覚書に基づき、県内企業の当該地域におけるビジネス展開を重点的に支援する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○産業支援プラザに貿易投資相談窓口を設置し、幅広い相談に対応。</li> <li>○滋賀県海外販路開拓支援補助事業では、16件を採択し、見本市出展等に要する経費を助成。</li> <li>○11月にベトナムホーチミン市で開催された水ビジネス関連の展示会「VIETWATER」に出展。</li> <li>○平成29年7月に開設されたジェトロ滋賀において、県内中小企業等の海外展開をきめ細かに支援。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○滋賀県産業支援プラザの貿易投資窓口による活動に加え、平成29年7月に開設されたジェトロ滋賀貿易情報センターが積極的に企業訪問を行い、出張相談件数は目標を大幅に上回った。また、海外販路開拓に対する支援も目標をほぼ達成できた。</li> <li>○今後も、ジェトロ滋賀貿易情報センター等の海外展開支援機関との連携を強化し、企業に対する情報提供に努めるほか、海外見本市出展や海外市場調査に対する支援を強化する必要がある。</li> </ul>	20,750	商工政策課	
27		<b>拡 創</b> 滋賀の地域産業振興 総合支援事業 (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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○地場産業組合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。9組合18事業を遂行</li> <li>○地域特産品組合販路開拓等支援補助金 地域特産品組合の販路開拓および組合間連携に助成。6組合7事業を遂行</li> <li>○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。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ブランド発信推進会議の開催</li> <li>・地域団体商標取得検討会議の開催等</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○これらの取組は、すぐに効果がでるものではなく、継続していくことが重要となる。</li> <li>○地場産業組合、地域特産品組合の規模や状況が様々であることや各組合内の企業においても温度差があることから、今後は対象に合わせた支援を行っていく必要がある。</li> </ul>	24,978	モノづくり振興課	4 77 100

通番	項目	事業名	事業概要	取組実績	課題と今後の取組	決算額 (千円)	担当課	再掲
28		海外展開技術支援事業	高品質で競争力のある県内製品を世界に発信し、新たな販路を開拓するとともに、ブランド力の向上を図るため、国際規格への技術支援および信楽焼製品の海外展開支援を行う。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○国際規格 海外展開に対応するための規格動向等のセミナー（3回、105名）開催、各企業に対応した個別相談（7回）実施、相談員の拡充、海外規格の整備継続。</li> <li>○信楽製品の海外展開 陶器協同組合製品開発の支援を行い、幕張メッセ等、国内で展示会を開催した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○国際規格 引続き、支援体制を継続し、海外の各種規格（規制物質、圧力機器、CEマーク等）や各国（欧州、中国、東南アジア等）に関するセミナー等により企業支援を継続する。</li> <li>○信楽製品の海外展開 次年度は、平成30年に幕張メッセで開催される第12回国際ガーデンEXPOに出展し、国内外での市場化を目指す。</li> </ul>	2,773	工業技術総合センター	
29		<b>新 創</b> 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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○アメリカ・ミシガンプロモーションの実施 11月</li> <li>○タイ・バンコクプロモーションの実施 2月</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○これまでに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サポートしていく必要がある。</li> <li>○今後は、平成29年に開設されたジェトロ滋賀貿易情報センターと連携し、輸出事業のサポート体制を強化する。平成30年に姉妹提携50周年を迎える米国ミシガン州や近隣のアジア各国でのプロモーションに対する支援を行う。</li> </ul>	9,926	食のブランド推進課	
30		みんなが育てる「みずかがみ」ブランド支援事業（再掲）	「みずかがみ」を守り、育てる生産者自らの組織的な活動を支援するとともにマスメディアを利用したPRに対して支援を行う。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○12JAに対して、生産者組織が行う品質や食味向上のための技術研修活動等について支援した。</li> <li>○JA等の6集荷業者に対し、一定の品質を満たすプレミアム米の集荷を支援した結果、443トンが集荷、販売された。</li> <li>○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(9～10月)の放映を支援した。  (関西キー4局)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○平成29年産において、より高品質な「みずかがみ」を生産する組織の割合は目標を下回った。</li> <li>○平成30年産においては、技術改善に向けた生産者の組織的な取組を支援するとともに、卸売業者のニーズ等の評価を生産者に伝える場づくり、プレミアム「みずかがみ」の取組支援を通して、高品質生産と作付拡大に向けた生産者の意識高揚を進める。</li> </ul>	14,277	食のブランド推進課・農業経営課	24 64
<b>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(10事業)</b>								
31		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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○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。</li> <li>○会議の開催や現地視察により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研修会を開催した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○びわ湖材の需要拡大のため、びわ湖材産地証明制度を促進し、消費者に持続可能な森林経営により生産された県産材の普及啓発を行う。</li> <li>○CLT等の新たなびわ湖材の需要創出のため、「滋賀県CLT等普及促進会議」において、情報交換や研修会を実施する。</li> </ul>	3,631	森林政策課	41

通番	項目	事業名	事業概要	取組実績	課題と今後の取組	決算額 (千円)	担当課	再掲
32		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性化し、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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○チャレンジ計画の認定件数は9件で目標の8件を上回った。また、8件に対して研究補助を行った。</li> <li>・キックオフステージ1社</li> <li>・チャレンジステージ7社（うち、3社が小規模企業）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○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。</li> </ul>	23,634	モノづくり振興課	56
33		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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○「信楽焼の特性を生かした坪庭用資材の開発」が完了し複数の坪庭セットが完成した。</li> <li>○「海外産粘土鉱物を用いた新陶土の開発」において信楽産花崗岩を主原料とし米国ワイオミング州産粘土を可塑材とする新陶土を開発した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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が必要であるため、以下に取り組む。</li> <li>○信楽焼坪庭製品の市場開拓に向けた研究開発</li> <li>○窯業系汚泥を用いたブロックの開発</li> </ul>	2,720	工業技術総合センター	57
34		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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○技術情報誌「陶」発行、技術講習会開催、「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、「薪窯の窯変に関する研究」等を実施した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○今後も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が必要であり、以下に取り組む。</li> <li>・産地育成指導事業</li> <li>・試験研究指導事業</li> </ul>	2,016	工業技術総合センター	58
35		モノづくり技術高度化事業	繊維産業などのモノ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、県内企業の技術競争力の強化および新分野への進出を図る。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○県内繊維3産地のPR・普及に向けて、センターで各産地の生地試織と浴衣製作を行い、展示会等でその魅力を発信した。</li> <li>○彦根バルブの支援として、キャビテーション計測法の確立や高性能な新弁体開発を行った。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○PRのため、開発した素材を用い製品を試作し、協力の得れる企業・官公庁の窓口にて、展示着用PRを行う。センターが開発した素材は一部情報発信拠点「ここ滋賀」のユニフォームに検討されている。</li> <li>○引き続き計測方法の改善を行うとともに開発弁体の実用化に向けて残された課題に取り組む。</li> </ul>	4,150	東北部工業技術センター	59
36		技術移転・共同研究事業	地場産業事業者等の技術力の高度化や新製品開発を支援するために、産学官連携による共同研究を軸として技術移転を推進する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○前年度まで実施した高島クレープの快適性評価の成果をもとに、アパレル用や和装用の縮織物の新規開発を行った。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○開発した織物の技術移転を行い、商品化への技術指導を行う</li> </ul>	5,870	東北部工業技術センター	60

通番	項目	事業名	事業概要	取組実績	課題と今後の取組	決算額 (千円)	担当課	再掲
37		地域産業支援事業	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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○繊維新素材の試作として、着心地性と意匠性を付与したアパレル用の高島帆布を開発した。また、和紙糸を用いた高付加価値素材の開発を行った。繊維新素材の試作とし、約5年間の共同研究で開発された素材は、国内外の展示会に出展、さらに製品化され売り上げを伸ばしている。</li> <li>○彦根バルブの支援として、共同研究によりビワライトの耐食性を継続的に評価し、従来の銅合金と同等で良好であることを解明した。</li> <li>○彦根仏壇のホームページ、カタログやコンセプトブックの作成についてデザイン支援を実施した。</li> <li>○高島扇骨の技術を活用し、扇面にはヨシ入り紙（株式会社コクヨ工業滋賀）にびわ湖のさざ波をデザインしたオリジナル扇子を作成した。さらに県内観光施設にて近江扇子の貸し出しなどのプレゼンテーションを実施した。</li> <li>○月1回程度、湖東麻織物の組合オリジナル製品開発、販売、ディスプレイのための指導を行い、東京や県内での新製品の成果発表を支援した。</li> <li>○浜ちりめん産地の展示会への出展の内容から展示方法まで支援し、多くの商談がまとまった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○開発した織物について、企業が独自の展開を推し進めている。</li> <li>○耐食性評価は長期間の評価が必要なため引続き取り組む。またビワライト普及のためにはビワライトに適したモノづくり技術（鑄造技術）が必要なので、産地と協同してこれらの課題に取り組む。</li> <li>○仏壇アプリの配布と計画的な機能向上を行い、ブランド力の向上を図る。</li> <li>○扇骨産地からの扇子産地への移行について検討が必要。また後継者についても深刻な問題である</li> <li>○開発した新製品（ワンピース、メンズシャツ）は平成30年度4月より産地直営ショップ、百貨店催事の他、県内ビジネスシーン向けに販売される。</li> <li>○浜ちりめんの販路拡大のため和装以外の新分野の開拓をさらに進めていく必要がある。</li> </ul>	1,530	東北部工業技術センター	61
38		<b>新</b> 環境こだわり農業の深化プロジェクト事業	環境こだわり農業の深化に向け、有機農業等を含めた新たな推進方策の検討、および有機農業等の栽培技術の体系化を行う。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○有機農業推進方策の検討</li> <li>○水稻の有機栽培技術の体系化に向けた実証試験の実施</li> <li>○有機農産物に関する流通等調査の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○県内のオーガニック農業（有機農業）取組は少なく、取組の拡大には、栽培技術の普及と販路開拓等が必要なことから、関係機関・団体と連携しつつ、環境こだわり農業の象徴的な取組として推進を図る。</li> </ul>	2,388	食のブランド推進課	62
39		<b>創</b> 新たな消費者ニーズの創出で「近江の茶」産地改革支援事業（再掲）	各地域の産地戦略に基づき、消費者や実需者のニーズを捉えた茶の生産拡大、有利販売により、「近江の茶」の産地活性化を図る。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○茶業指導所において、新香味茶の製造技術の開発に取り組んだ。また、新たに4農業者が新香味茶の試作を行った。</li> <li>○JAこうかの取組を支援し、首都圏での「近江の茶」販売店舗が開拓できた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○需要の拡大とともにそれに応じた生産確保が必要であり、研修会の開催等により新香味茶の製造の定着・拡大を図るとともに、販売促進に向けたPRを行う。</li> <li>○「ここ滋賀」等と連携して、首都圏での販路拡大に引き続き取り組んでいく。</li> </ul>	4,061	農業経営課	23 63



通番	項目	事業名	事業概要	取組実績	課題と今後の取組	決算額 (千円)	担当課	再掲
40		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平成30年2月14日に開催された「滋賀県水産物加工品評会」等湖魚の普及宣伝活動に対して支援を行った。	○消費者のニーズに応え消費拡大を図るため水産加工業者が新製品の加発や水産加工技術の向上に取り組む必要がある。 水産加工業者の技術向上と本県の食文化を発信する機会とするため、水産物加工品評会の開催など湖魚の普及宣伝活動を継続して支援。	500	水産課	14 50
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製品情報のPR(10事業)								
41		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。	○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。 ○会議の開催や現地視察により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研修会を開催した。	○びわ湖材の需要拡大のため、びわ湖材産地証明制度を促進し、消費者に持続可能な森林経営により生産された県産材の普及啓発を行う。 ○CLT等の新たなびわ湖材の需要創出のため、「滋賀県CLT等普及促進会議」において、情報交換や研修会を実施する。	3,631	森林政策課	31
42		びわ湖材魅力発信強化事業	びわ湖材の魅力を高め、利用拡大を促進するため、びわ湖材製品の募集と優れた製品の選考、冊子の作成などの情報発信を行う。	○びわ湖材製品を幅広く募集し、審査会により優れた製品を選考した。 ○選ばれたびわ湖材製品を普及させるためPR用冊子を作成し、消費者等に対し情報発信を行った。	○びわ湖材製品の普及促進のため、消費者等に対し、引き続き情報発信を行う。	897	森林政策課	
43		滋賀の感性を伝える「ココクール」事業（再掲）	滋賀らしい魅力をもつ商品やサービスの発展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。	○応募の中から10件程度の商品・サービスを「ココクール マザーレイク・セレクション」として選定した。 ○チラシやパンフレットの作成、専用ホームページ・公式Facebookによる発信、および雑誌への広告掲載等により「ココクール」事業の広報を行った。	○平成29年度は、Facebookの「いいね」件数が目標件数（累計8,000件）を上回るとともに、セレクションの選定については、過去最大の226件の応募があった。 ○今後も、Facebookを活用した機会を捉えた情報提供や様々なタイミング・媒体での広報を展開し、滋賀のブランド価値向上を図る。	3,213	商工政策課	1
44		<b>創</b> 体感型「ココクール」魅力発信事業（再掲）	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。	○ウェブサイトを再構築し、「ココクール」の魅力である商品・サービスの持つストーリーを伝えるコンテンツ等を掲載した。 ○「ここ滋賀」においてイベントを開催、PRし、「ココクール」を通じて滋賀県を発信した。	○選定された商品・サービスの魅力を紹介するコンテンツを充実させた新たな「ココクール」ウェブサイトのPV数（累計36,000PV）について、首都圏情報発信拠点「ここ滋賀」でのイベントや「Leaf」への紙面掲載・WEB特集企画実施、毎日新聞での連載等でPRすることにより目標を達成した。 ○今後も、「ここ滋賀」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。	6,623	商工政策課	18

通番	項目	事業名	事業概要	取組実績	課題と今後の取組	決算額 (千円)	担当課	再掲
45		<b>新創</b> 来て、見て、ふれ 「メイド・イン滋賀」魅力発信・体感事業（再掲）	県が新たに整備する首都圏情報発信拠点等において、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5事業者、地場産業団体9産地のプロモーション映像を制作。 ○情報発信拠点「ここ滋賀」等で放映。 ○新宿リビングデザインセンターで「TEIBAN展」、ここ滋賀で企画催事を3回開催。	○伝統的工芸品に関しては引き続き映像制作を実施していく。 ○今後の課題として作成した映像のここ滋賀以外での活用方法を考えていく。 ○引き続き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。	6,470	中小企業支援課・モノづくり振興課	20
46		伝統の技と美「滋賀の匠展」開催事業（再掲）	県および国指定の伝統的工芸品の価値を広く県民に伝えるとともに販売を促進するため、展示をメインとして、実演や体験等を内容とした展示会を開催する。	○開催期間： 11月10日(金)～11月12日(日) ○開催場所： モリーブ(アルプラザ守山)セントラルコート ○入場者数： 約2800人 ○出展者の内訳(12者)： 近江上布、彦根繻、近江真綿、信楽焼、ろくろ工芸品、高島扇骨、八幡丸竹工芸品、木珠、彦根仏壇、和ろうそく、いぶし鬼瓦 ○技の実演： 近江上布、信楽焼、高島扇骨、彦根仏壇、和ろうそく ○体験： 近江上布、近江真綿	○引き続き、県内の商業施設にて展示会を開催することで県民に向けて伝統的工芸品の魅力を発信していく。 ○より魅力的な展示会にするため、29年度出展しておられない方へのアプローチをしていく。	1,215	中小企業支援課	299
47		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制作する。	○滋賀県の伝統的工芸品紹介冊子の増刷を実施(1200部)	○引き続き、来年度も冊子の増刷を行う。	186	中小企業支援課	
48		美味しい『食』の情報発信総合事業	滋賀の「食材」の魅力や特徴、購入できる場所等の情報をHPでタイムリーに発信する。	○ポータルサイト「滋賀の美味しいコレクション」 ・運営管理 ・毎月特集記事を掲載 ○SNSや料理掲載サイトとの連携	○閲覧者の半数以上がモバイル媒体からのアクセスであるが、スマホ対応が一部にとどまっていることから、アクセス数が伸び悩み傾向にある。 ○今年度は、全ての閲覧ページをスマホ対応できるよう改修を行うとともに、旬のイベントや食材の紹介を中心とした情報発信を行う。	4,500	食のブランド推進課	

通番	項目	事業名	事業概要	取組実績	課題と今後の取組	決算額 (千円)	担当課	再掲
49		<b>新 創</b> 琵琶湖の魚消費拡大PR事業（再掲）	「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できる機会を創出する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○県内を中心とした飲食、宿泊、加工販売といった琵琶湖八珍を扱う事業者164店舗の参画による“琵琶湖八珍フェア”を開催(H30.1~2)。</li> <li>○琵琶湖八珍のサイトにおいて、琵琶湖八珍の旬や取り扱う事業者等に関する情報を発信。</li> <li>○学校給食への湖魚食材の提供（約11万5千食分）と湖魚を学ぶ講座を実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○琵琶湖の魚介類は「琵琶湖八珍」のほかにもセタジミなどのおいしい食材があり、「びわ湖のめぐみ」として湖魚をより多くの人に食べてもらうことが必要。</li> <li>「琵琶湖八珍」をはじめとする湖魚食材の学校給食への提供や、琵琶湖とともに湖魚を楽しむことのできる「びわ湖のめぐみ」おもてなし食堂の展開、びわ湖のめぐみの魅力の情報発信を継続して実施。</li> </ul>	21,166	水産課	13 96
50		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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○滋賀県水産加工業協同組合が平成30年2月14日に開催された「滋賀県水産物加工品評会」等湖魚の普及宣伝活動に対して支援を行った。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○消費者のニーズに応え消費拡大を図るため水産加工業者が新製品の加発や水産加工技術の向上に取り組む必要がある。</li> <li>水産加工業者の技術向上と本県の食文化を発信する機会とするため、水産物加工品評会の開催など湖魚の普及宣伝活動を継続して支援。</li> </ul>	500	水産課	14 40

## (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(3事業)

51	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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○制度周知パンフレットを作成した。</li> <li>○新たに経営革新にチャレンジする中小企業や支援機関もあり、制度の普及につなげることができた。</li> <li>○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したり、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りすることができた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○引き続き、制度周知パンフレットを作成し、配布する。</li> <li>○経営革新計画承認後1年以上～2年未満の事業者には、中小企業診断士によるフォローアップを実施する。</li> </ul>	14,380	中小企業支援課	
52	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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○事業費への助成に対して審査や検査を徹底して行うことで、前例踏襲的な補助とならないよう留意していく必要がある。</li> </ul>	1,454,694	中小企業支援課	
53	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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○補助対象としている事業の効果測定を行い、効果の薄い事業は改変・廃止を行って、実効性の高い運用を進める必要がある。</li> </ul>	102,711	中小企業支援課	

通番	項目	事業名	事業概要	取組実績	課題と今後の取組	決算額 (千円)	担当課	再掲
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)								
54		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。(平成30年1月末現在、新規貸付1,408件)	○利用者ニーズの把握に努め、利用者の資金ニーズに沿った制度改善を行う。	6,228,300	中小企業支援課	
55		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た。(12件)	○H29はアユの不漁に伴う緊急対策の貸付が発生したが、琵琶湖漁業の低迷による投資の手控え傾向等により、資金需要は低迷。随時、申請に応じて融資を行う。	16,011	水産課	

### (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(12事業)

56		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性化し、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。	○チャレンジ計画の認定件数は9件で目標の8件を上回った。また、8件に対して研究補助を行った。 ・キックオフステージ1社 ・チャレンジステージ7社(うち、3社が小規模企業)	○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。	23,634	モノづくり振興課	32
57		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。	○「信楽焼の特性を生かした坪庭用資材の開発」が完了し複数の坪庭セットが完成した。 ○「海外産粘土鉱物を用いた新陶土の開発」において信楽産花崗岩を主原料とし米国ワイオミング州産粘土を可塑材とする新陶土を開発した。	○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が必要であるため、以下に取り組む。 ・信楽焼坪庭製品の市場開拓に向けた研究開発 ・窯業系汚泥を用いたブロックの開発	2,720	工業技術総合センター	33
58		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」発行、技術講習会開催、「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、「薪窯の窯変に関する研究」等を実施した。	○今後も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が必要であり、以下に取り組む。 ・産地育成指導事業 ・試験研究指導事業	2,016	工業技術総合センター	34
59		モノづくり技術高度化事業(再掲)	繊維産業などのモノ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、県内企業の技術競争力の強化および新分野への進出を図る。	○県内繊維3産地のPR・普及に向けて、センターで各産地の生地試織と浴衣製作を行い、展示会等でその魅力を発信した。 ○彦根バルブの支援として、キャビテーション計測法の確立や高性能な新弁体開発を行った。	○PRのため、開発した素材を用い製品を試作し、協力の得れる企業・官公庁の窓口にて、展示着用PRを行う。センターが開発した素材は一部情報発信拠点「ここ滋賀」のユニフォーに検討されている。 ○引き続き計測方法の改善を行うとともに開発弁体の実用化に向けて残された課題に取り組む。	4,150	東北部工業技術センター	35

通番	項目	事業名	事業概要	取組実績	課題と今後の取組	決算額 (千円)	担当課	再掲
60		技術移転・共同研究事業（再掲）	地場産業事業者等の技術力の高度化や新製品開発を支援するために、産学官連携による共同研究を軸として技術移転を推進する。	○前年度まで実施した高島クレープの快適性評価の成果をもとに、アパレル用や和装用の縮織物の新規開発を行った。	○開発した織物の技術移転を行い、商品化への技術指導を行う。	5,870	東北部工業技術センター	36
61		地域産業支援事業（再掲）	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。	○繊維新素材の試作として、着心地性と意匠性を付与したアパレル用の高島帆布を開発した。また、和紙糸を用いた高付加価値素材の開発を行った。繊維新素材の試作とし、約5年間の共同研究で開発された素材は、国内外の展示会に出展、さらに製品化され売り上げを伸ばしている。 ○彦根バルブの支援として、共同研究によりピワライトの耐食性を継続的に評価し、従来の銅合金と同等で良好であることを解明した。 ○彦根仏壇のホームページ、カタログやコンセプトブックの作成についてデザイン支援を実施した。 ○高島扇骨の技術を活用し、扇面にはヨシ入り紙（株式会社コクヨ工業滋賀）にびわ湖のさざ波をデザインしたオリジナル扇子を作成した。さらに県内観光施設にて近江扇子の貸し出しなどのプレゼンテーションを実施した。 ○月1回程度、湖東麻織物の組合オリジナル製品開発、販売、ディスプレイのための指導を行い、東京や県内での新製品の成果発表を支援した。 ○浜ちりめん産地の展示会への出展の内容から展示方法まで支援し、多くの商談がまとまった。	○開発した織物について、企業が独自の展開を推し進めている。 ○耐食性評価は長期間の評価が必要なため引続き取り組む。またピワライト普及のためにはピワライトに適したモノづくり技術（鑄造技術）が必要なので、産地と協同してこれらの課題に取り組む。 ○仏壇アプリの配布と計画的な機能向上を行い、ブランド力の向上を図る。 ○扇骨産地からの扇子産地への移行について検討が必要。また後継者についても深刻な問題である。 ○開発した新製品（ワンピース、メンズシャツ）は平成30年度4月より産地直営ショップ、百貨店催事その他、県内ビジネスシーン向けに販売される。 ○浜ちりめんの販路拡大のため和装以外の新分野の開拓をさらに進めていく必要がある。	1,530	東北部工業技術センター	37
62		<b>新</b> 環境こだわり農業の深化プロジェクト事業（再掲）	環境こだわり農業の深化に向け、有機農業等を含めた新たな推進方策の検討、および有機農業等の栽培技術の体系化を行う。	○有機農業推進方策の検討 ○水稻の有機栽培技術の体系化に向けた実証試験の実施 ○有機農産物に関する流通等調査の実施	○県内のオーガニック農業（有機農業）取組は少なく、取組の拡大には、栽培技術の普及と販路開拓等が必要なことから、関係機関・団体と連携しつつ、環境こだわり農業の象徴的な取組として推進を図る。	2,388	食のブランド推進課	38

通番	項目	事業名	事業概要	取組実績	課題と今後の取組	決算額 (千円)	担当課	再掲
63		<b>創</b> 新たな消費者ニーズの創出で「近江の茶」産地改革支援事業（再掲）	各地域の産地戦略に基づき、消費者や実需者のニーズを捉えた茶の生産拡大、有利販売により、「近江の茶」の産地活性化を図る。	○茶業指導所において、新香味茶の製造技術の開発に取り組んだ。また、新たに4農業者が新香味茶の試作を行った。 ○JAこうかの取組を支援し、首都圏での「近江の茶」販売店舗が開拓できた。	○需要の拡大とともにそれに応じた生産確保が必要であり、研修会の開催等により新香味茶の製造の定着・拡大を図るとともに、販売促進に向けたPRを行う。 ○「ここ滋賀」等と連携して、首都圏での販路拡大に引き続き取り組んでいく。	4,061	農業経営課	23 39
64		みんなが育てる「みずかがみ」ブランド支援事業（再掲）	「みずかがみ」を守り、育てる生産者自らの組織的な活動を支援するとともに、マスメディアを利用したPRに対して支援を行う。	○12JAに対して、生産者組織が行う品質や食味向上のための技術研修活動等について支援した。 ○JA等の6集荷業者に対し、一定の品質を満たすプレミアム米の集荷を支援した結果、443トンが集荷、販売された。 ○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(9～10月)の放映を支援した。 (関西キー4局)	○平成29年産において、より高品質な「みずかがみ」を生産する組織の割合は目標を下回った。 ○平成30年産においては、技術改善に向けた生産者の組織的な取組を支援するとともに、卸売業者のニーズ等の評価を生産者に伝える場づくり、プレミアム「みずかがみ」の取組支援を通して、高品質生産と作付拡大に向けた生産者の意識高揚を進める。	14,277	食のブランド推進課・農業経営課	24 30
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。	○肥育前期の飼料増給方法、血中ビタミンAコントロール方法、蛋白質の給与量、自給飼料（飼料用米など）の給与方法について検討実施	○近江牛の生産性の効率化を図る必要があり、引き続き飼養管理に関する試験研究を行う。	11,580	畜産課	
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32頭を農家に譲渡	○近江牛の安定生産を図るため、繁殖雌牛の増頭が必要であり、引き続き高品質雌子牛を生産して農家に譲渡する。	41,530	畜産課	
67		家畜の改良増殖と優良種畜の譲渡事業	近江しゃもの初生雛および種卵を生産者へ供給する。	○近江しゃもの種卵約42,000個を生産者に供給	○地場産品である近江しゃもの生産拡大を図るため、種卵の安定供給に努める。	5,828	畜産課	

通番	項目	事業名	事業概要	取組実績	課題と今後の取組	決算額 (千円)	担当課	再掲
		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(4事業)						
68		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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○クリエイターネットワーク化推進事業 県内クリエイター情報のデータベースの効果的な運用やクリエイター向けセミナーを開催し、ネットワーク化の推進を支援した。</li> <li>○クリエイティブ産業振興支援事業 滋賀発コンテンツの発信による産業活性化や地域の魅力向上等を目的として、県内クリエイターの事業所開設・展示会への出展に補助。</li> <li>○滋賀のクリエイターPR映像制作事業 広く滋賀のクリエイターをアピールするため、技術や能力、コラボレーションの可能性と滋賀の美しさを魅せるPRビデオを制作した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○平成29年7月に「一般社団法人滋賀クリエイターズ協会」が設立されたことを契機に、クリエイター同士のネットワークを強化し、発掘・展開する取組やクリエイターと事業者の連携を促進し、産業振興につながる取組を推進するため、補助事業を実施する。</li> </ul>	3,142	商工政策課	
69		クリエイティブ産業活用モデル創出事業	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化を図るため、クリエイター・クリエイティブ企業と製造業者とのマッチング会の開催、そのマッチング会と連動し、異業種交流で生まれた案件に対する事業化支援を行う。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ビジネスマッチング会の開催 クリエイター、事業者、およびアドバイザーのもと、セミナーとワークショップによるマッチングを実施。</li> <li>○クリエイティブ産業活用モデル創出補助 金県内のクリエイティブ企業と製造業者の連携により制作される案件に対して補助した。</li> </ul>	(滋賀のクリエイティブ産業振興事業に統合)	3,252	商工政策課	
70		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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○6次産業化推進連絡協議会を開催するとともに、専門家であるプランナー派遣や研修会等を通じた取組の推進を図った。</li> <li>○併せて、多様な事業者とネットワークを構築した事業者による学校給食における地場農林水産物の利用拡大の取組を支援した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○各種研修会や専門家派遣等を通じて、新たな取組の実践者数を増やすことができ、効果的な事業推進ができた。</li> <li>○今後も、引き続き、専門家派遣等を継続するなど、6次産業化の取組を支援していく。併せて、地場農林水産物の利用拡大の取組を支援する。</li> </ul>	12,398	農業経営課	
71		<b>新創</b> 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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○新ビジネスの創造を検討するセミナー等を開催するとともに、研究会を母体とした調査研究により、土産開発やインバウンドによる体験ビジネス等のビジネスモデルの構築支援を行い、併せて、ビジネスの実用化支援等を行った。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○地域の活性化のためには新たなビジネスモデルのさらなる構築が必要であり、引き続き研究会の取組をさらに活性化させ、ビジネスの実用化を支援する。</li> </ul>	10,060	農業経営課	

通番	項目	事業名	事業概要	取組実績	課題と今後の取組	決算額 (千円)	担当課	再掲
(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(5事業)								
72		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。	○研修生8人を受け入れ1年間の研修期間に、窯業に関する理論から、実習まで充実した内容での研修による技術者の養成を実施し、修了生全員が信楽の窯元に就職した。	○引き続き、窯業技術者養成のための専門研修を実施する。	472	工業技術総合センター	78
73		<b>創</b> 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。	○新規就農に向けて意欲の醸成などを目的に、「農業で働く魅力発見フェア」を6月17日、11月18日に開催し、県内で新規就農した青年の体験談の講演や就農相談を実施した。 ○農業法人への就職就農に対応するため、「しがの農林水産業 就業フェア」を2月18日に開催し、各農業法人等で個別相談ブースを設置して、相談会を実施した。 ○五感で感じる農業体験を8月24～26日に開催し、県内農家での農業体験や青年農業者との交流を実施した。	○若い世代に就農・就業について情報を得る機会を継続的に実施し、人材確保に繋げていく必要がある。 ○フェアにおけるアンケート調査では、満足度が高い結果が得られていることから、今後も引き続き働く魅力発見フェアや就業フェアを実施するとともに、県内大学との連携も強化していく。	3,200	農業経営課	
74		<b>新</b> 女性の力を活かしたアグリビジネス創出事業	アグリビジネスに取り組む女性を対象に、アグリカフェやアグリビジネス体験、女性経営力向上研修などを実施し、農業分野における女性の活躍を支援する。	○民間団体との共同で、アグリカフェやアグリビジネス体験、女性経営力向上研修などを実施し、女性農業者のネットワーク構築や新たなビジネスの創出や女性の農業経営参画等を促した。	○アグリカフェやアグリビジネス体験、農業経営塾の参加者の満足度は高く、就業意欲が高まった。次年度も引き続き、女性農業者等と協働で、アグリカフェ、アグリビジネス体験、経営塾等を開催し、農業分野での女性の活躍を支援する。	5,990	農業経営課	
75		<b>創</b> 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。	○34名から琵琶湖漁業への就業に関する相談を受け付け、6名の短期研修と1名の中期研修を実施した。 ○昨年度短期研修を実施した研修生のうち、2名について国の助成制度を活用した長期研修の実施を実現できた。	○現在の漁業者は高齢化や漁獲の低迷により、今後、著しい減少が見込まれ、漁業生産の維持にとって新規就業者の確保は喫緊の課題。漁家子弟のみならず、広く新規就業者を募集するため、H29から本格的に体験研修や実地研修に取り組んでいるが、指導者となる漁業者が不足している。 漁業就業の業務に一括して取り組む「しがの漁業技術研修センター」を運営し、研修と着業に向けた相談体制を継続する。また、指導者の確保のため各漁協へ説明し理解促進に努める。	5,891	水産課	82



通番	項目	事業名	事業概要	取組実績	課題と今後の取組	決算額 (千円)	担当課	再掲	
76		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。	○製薬等技術者の資質向上を図るため、薬事初任者研修会（薬事制度、機器分析、微生物試験）および製薬技術講演会を実施した。	○製薬技術講演会については、受講者のスキルレベルを問わずに開催してきたが、理解度に差がみられたため、今後はスキルレベルに応じたセミナーを開催する予定である。	1,061	薬務感染症対策課		
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(8事業)									
77		<b>拓 創</b> 滋賀の地域産業振興総合支援事業（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。	○地場産業組合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。9組合18事業を遂行 ○地域特産品組合販路開拓等支援補助金 地域特産品組合の販路開拓および組合間連携に助成。6組合7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。 ・ブランド発信推進会議の開催 ・地域団体商標取得検討会議の開催等	○これらの取組は、すぐに効果がでるものではなく、継続していくことが重要となる。 ○地場産業組合、地域特産品組合の規模や状況が様々であることや各組合内の企業においても温度差があることから、今後は対象に合わせた支援を行っていく必要がある。	24,978	モノづくり振興課	4 27 100	
78		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。	○研修生8人を受け入れ1年間の研修期間に、窯業に関する理論から、実習まで充実した内容での研修による技術者の養成を実施し、修了生全員が信楽の窯元に就職した。	○引き続き、窯業技術者養成のための専門研修を実施する。	472	工業技術総合センター	72	
79		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。	○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などの支援を実施した。 ○就農準備講座は、県内で就農希望者を対象に、新規就農に必要な基礎知識や新規就農者の農場見学を実施。 開催日：9月10日、10月15日、2月4日	○今後、高齢化の一層の進展などによる担い手不足に対応するため、青年農業者等を安定的に確保・育成する取組が必要である。 ○新規就農者の内、約6割を占める就職就農者の就農3年後の定着率が67%と低く、定着率向上のための取組の充実を図る。	8,975	農業経営課		
80		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。	○黒毛和種繁殖雌牛の飼養農家27戸に巡回による飼養管理に係る技術指導を実施。	○近江牛生産農家に対して、さらなる生産性の効率化を図るため、引き続き技術指導を行う。	498	畜産課		

通番	項目	事業名	事業概要	取組実績	課題と今後の取組	決算額 (千円)	担当課	再掲
81		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。	○飼養衛生管理基準の対象となる農家の遵守状況を確認する立入調査・指導を年1回以上実施。	○伝染病等の疾病の発生を防止し、生産性向上を図る必要があり、引き続き家畜衛生指導を行う。	4,266	畜産課	
82		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。	○34名から琵琶湖漁業への就業に関する相談を受け付け、6名の短期研修と1名の中期研修を実施した。 ○昨年度短期研修を実施した研修生のうち、2名について国の助成制度を活用した長期研修の実施を実現できた。	○現在の漁業者は高齢化や漁獲の低迷により、今後、著しい減少が見込まれ、漁業生産の維持にとって新規就業者の確保は喫緊の課題。漁家子弟のみならず、広く新規就業者を募集するため、H29から本格的に体験研修や実地研修に取り組んでいるが、指導者となる漁業者が不足している。 漁業就業の業務に一括して取り組む「しがの漁業技術研修センター」を運営し、研修と着業に向けた相談体制を継続する。また、指導者の確保のため各漁協へ説明し理解促進に努める。	5,891	水産課	75
83		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。	○県産水産物の認知度とイメージを向上させるPR催事3回を企画して実施したことにより、水産業の後継者自身のスキル向上を図った。	○湖魚のファンをより広げるためには湖魚をよく知る生産者自らが魅力を消費者にPRすることが必要。 引き続き、将来の琵琶湖の水産業を担う若者達による湖魚の魅力を伝えるための情報発信力・販売力のスキル向上を図る。	380	水産課	
84		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。	○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。（補助金）	○薬事規制のグローバル化に伴い、医薬品の品質に係る経営陣の関与、責任および経営判断は、これまで以上に求められるため、引き続き事業に対する支援が必要である。	70	薬務感染症対策課	
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)								
85		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 対象：幼稚園～大学、障がい者、団体 内容：鑑賞、見学、陶芸体験 参加人数：2,754人 ○出張授業 対象：特別支援学校、特別支援学級 内容：陶芸体験授業 参加人数：1,001人	○引き続き、子どもたちに質の高いプログラムを提供できるよう、陶芸作家やボランティア等との協働により事業に取り組んでいく。	6,700	モノづくり振興課	93

通番	項目	事業名	事業概要	取組実績	課題と今後の取組	決算額 (千円)	担当課	再掲
(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(7事業)								
86		近江の地酒普及促進事業(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、県内外での消費拡大を図る。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○滋賀県酒造組合の春の新酒きき酒会の開催の支援(補助金)。3月21日に県内の宿泊施設・酒飯店などの酒類流通業者向けの特別セミナー、商談会を開催予定。</li> <li>○(公社)びわこビクターズビューローの酒蔵めぐり促進事業(近江の地酒版パ酒ポート事業) 実施の支援(補助金)を行い、10月1日から5,000部限定で県内JTB各店、平和堂、主要書店、酒蔵、Amazonで販売している他、県や地酒のイベントで出張販売を行い、2月21日現在で3,905部販売。</li> <li>○近江の地酒もてなし普及促進協議会運営(委員謝金、委員旅費)。H29年7月と10月の2回開催。地酒促進月間にあたる10月には、一般消費者向けの地酒講演会・講座を開催し、17名が参加。温度変化に伴う味の違いを体験してもらうなど、非常に好評だった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○滋賀県酒造組合主催で3月21日に春の新酒きき酒会(第2回近江の新酒きき酒会)が開催された。約1,700人が出席。</li> <li>○近江の地酒版パ酒ポートは最終4,205部販売し、近江の地酒の魅力発信につながれた。H30年度は観光キャンペーン開催時期に合わせて、7月発売予定。県内はもちろん、県外から来県される方々にも近江の地酒について情報発信していく。</li> </ul>	2,764	観光交流局	5
87		近江の野菜「漬物」で魅力発信事業(再掲)	地域の歴史や食文化などを色濃く反映する「漬物」を通して、伝統野菜をはじめとした滋賀の野菜の魅力を発信することで、県産野菜の生産を振興する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○消費者に向けた近江の野菜「漬物」の魅力発信 <ul style="list-style-type: none"> <li>・近江の野菜「漬物」大集合イベントの開催 1回</li> <li>・漬物漬け方教室の開催 2回</li> </ul> </li> <li>○県産野菜の漬物へのさらなる利用促進 <ul style="list-style-type: none"> <li>・お漬物フォーラムの開催 1回</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○生産者の高齢化、後継者不足等により、特に伝統野菜の作付面積は減少傾向にある。</li> <li>○滋賀県は一人当たりの野菜摂取量が少ないことから、今後も「滋賀の健康を支える『食』創造事業」等を通じ、県産野菜の消費拡大を推進し、生産振興につなげる。</li> </ul>	2,048	食のブランド推進課	8
88		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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○地産地消等を推進する会議、情報交換会の開催 <ul style="list-style-type: none"> <li>・会議 2回開催</li> <li>・食育セミナー 1回開催</li> </ul> </li> <li>○市町や民間団体等が行う食育体験等の促進支援 <ul style="list-style-type: none"> <li>・5団体で補助事業を実施</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○市町、生産者(団体)、農産物直売所、県内卸売事業者、給食関係者等による地産地消に関する連携会議を開催し、地域の課題や特徴を把握することにより、地産地消の推進を図る。</li> </ul>	1,102	食のブランド推進課	

通番	項目	事業名	事業概要	取組実績	課題と今後の取組	決算額 (千円)	担当課	再掲
89		「おいしが うれしが」キャンペーン推進事業（再掲）	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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○「おいしが うれしが」キャンペーン推進店の登録の推進 <ul style="list-style-type: none"> <li>・キャンペーン推進店 1,647店舗</li> <li>・キャンペーンサポーター 356店舗</li> </ul> </li> <li>○推進店に対するPR資材および情報提供の推進</li> <li>○マッチング交流会の開催 <ul style="list-style-type: none"> <li>・マッチング交流会の開催 3回 (H30.3.末現在)</li> </ul> </li> </ul>	○今年度は「おいしが うれしが」キャンペーンの開始から10年目の節目を迎えるタイミングであることから、今一度消費者に対し県産農畜水産物の魅力を発信することと併せて、生産者自らが行う取組を応援することで、県産農畜水産物の生産振興につなげる。	1,552	食のブランド推進課	9
90		もっと食べよう「近江米」！県民運動推進事業（再掲）	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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○県内での近江米の消費拡大を推進 <ul style="list-style-type: none"> <li>・県民への啓発活動イベント等 14回開催</li> <li>・県内4大学の学祭で近江米PR</li> <li>・大学生を対象とした近江米レシピコンテストの開催</li> <li>・直売所・飲食店等との連携</li> <li>・「近江米もっと食べます宣言」宣言累計30,963人 (H29年度：11,402人) (H30.3.末現在)</li> </ul> </li> </ul>	○全国的に米の消費量は年々減少しており、特に家庭や若年層の消費の減少が顕著であることから、県内での消費拡大PRイベントの開催や大学との連携により、より熱心な近江米のファン確保を促進する。	4,700	食のブランド推進課	10
91		<b>創</b> 近江牛魅力発信事業（再掲）	国際的な視点に立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インバウンド観光を実施する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○東京（日本橋周辺）においてラッピングバスを運行（H29.10.13～H30.3.31）</li> <li>○「ここ滋賀」において近江牛フェアを実施（H30.2.16～22、食のブランド推進課と連携）</li> <li>○訪日外国人向けプレミアムツアーを5ツアー造成</li> <li>○海外の旅行事業者（香港2社、シンガポール1社）を招聘し、ファムトリップを実施</li> </ul>	○和牛ブランドの産地間競争が激化する中で、近江牛のさらなるブランド価値の向上が必要である。引き続き、国内外への近江牛の魅力発信に努める。	11,148	畜産課	12 25
92		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、創作邦楽舞踊劇「淡海の糸」を公演を実施した。またその際、ロビーにおいて生糸等を現物展示するなど和楽器絃のPRを行った。ほかにも本県出身の音楽家と、和楽器奏者による演奏会「絹の里から」を上演するなど、邦楽の振興を図るとともに、伝統産業の和楽器絃の生産のPRにも貢献した。	○引き続き、「長栄座」等、独自に企画する事業において、滋賀の和楽器絃をはじめとする伝統産業との連携を図り、PRを行っていく。また、公演事業だけでなく、「邦楽・邦舞専門実演家養成事業」や「古典芸能キッズワークショップ」といった次世代育成に向けての取組を実施することで、文化の継承という側面からも伝統産業の振興へと繋げていく。	331,316	文化振興課	98

通番	項目	事業名	事業概要	取組実績	課題と今後の取組	決算額 (千円)	担当課	再掲
	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(6事業)						
93		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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○来園制作 対象：幼稚園～大学、障がい者、団体 内容：鑑賞、見学、陶芸体験 参加人数：2,754人</li> <li>○出張授業 対象：特別支援学校、特別支援学級 内容：陶芸体験授業 参加人数：1,001人</li> </ul>	○引き続き、子どもたちに質の高いプログラムを提供できるよう、陶芸作家やボランティア等との協働により事業に取り組んでいく。	6,700	モノづくり振興課	85
94		農畜水産業を通じた子どもたちへの食育推進事業	学校給食に供給する野菜生産の現場での食育や、小学生向け教材の活用等により、次代を担う子供たちの豊かな人間性や地域に対する愛着心を育み、滋賀の農畜水産業に対する理解を促進する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○給食野菜を通じた食育を推進する団体の支援 ・10団体で補助事業を実施</li> <li>○小学校向け農畜水産業の理解促進のための資料作成 ・環境こだわり農業を学ぶ資料(3月)</li> <li>・びわ湖漁業・食文化に関する資料(5月)</li> </ul>	○小学生向け啓発資材等を活用し、学校給食等を通じ、滋賀の農畜水産業に対する理解を促進する。	1,058	食のブランド推進課	
95		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199小学校/222校で事業を実施した。	○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	
96		<b>新創</b> 琵琶湖の魚消費拡大PR事業(再掲)	「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創出する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○県内を中心とした飲食、宿泊、加工販売といった琵琶湖八珍を扱う事業者164店舗の参画による“琵琶湖八珍フェア”を開催(H30.1～2)。</li> <li>○琵琶湖八珍のサイトにおいて、琵琶湖八珍の旬や取り扱う事業者等に関する情報を発信。</li> <li>○学校給食への湖魚食材の提供(約11万5千食分)と湖魚を学ぶ講座を実施。</li> </ul>	○琵琶湖の魚介類は「琵琶湖八珍」のほかにもセタシジミなどのおいしい食材があり、「びわ湖のめぐみ」として湖魚をより多くの人に食べてもらうことが必要。 「琵琶湖八珍」をはじめとする湖魚食材の学校給食への提供や、琵琶湖とともに湖魚を楽しむことのできる「びわ湖のめぐみ」おもてなし食堂の展開、びわ湖のめぐみの魅力の情報発信を継続して実施。	21,166	水産課	13 49

通番	項目	事業名	事業概要	取組実績	課題と今後の取組	決算額 (千円)	担当課	再掲
97		中学校チャレンジ ウィーク	中学校において5日間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。 ○受け入れ事業所数 延べ4,500事業所。	○中学校では、職場体験に取り組むことで中学校段階でのキャリア教育はできたと捉えている傾向が見られる。 ○幼小中高等学校と、発達段階に応じた系統的なキャリア教育の推進を図る。 ○地域の事業所等と関わりながら、事前事後学習の充実を図る。	439	幼小中教育課	
98		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、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、創作邦楽舞踊劇「淡海の糸」を公演を実施した。またその際、ロビーにおいて生糸等を現物展示するなど和楽器絃のPRを行った。ほかにも本県出身の声楽家と、和楽器奏者による演奏会「絹の里から」を上演するなど、邦楽の振興を図るとともに、伝統産業の和楽器絃の生産のPRにも貢献した。	○引き続き、「長栄座」等、独自に企画する事業において、滋賀の和楽器絃をはじめとする伝統産業との連携を図り、PRを行っていく。また、公演事業だけでなく、「邦楽・邦舞専門実演家養成事業」や「古典芸能キッズワークショップ」といった次世代育成に向けての取組を実施することで、文化の継承という側面からも伝統産業の振興へと繋げていく。	331,316	文化振興課	92

通番	項目	事業名	事業概要	取組実績	課題と今後の取組	決算額 (千円)	担当課	再掲
(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								
99		伝統の技と美「滋賀の匠展」開催事業 (再掲)	県および国指定の伝統的工芸品の価値を広く県民に伝えるとともに販売を促進するため、展示をメインとして、実演や体験等を内容とした展示会を開催する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○開催期間：11月10日(金)～11月12日(日)</li> <li>○開催場所：モリーブ(アルプラザ守山)セントラルコート</li> <li>○入場者数：約2800人</li> <li>○出展者の内訳(12者)：近江上布、近江真綿、和ろうそく等</li> <li>○技の実演：近江上布、信楽焼、高島扇骨、彦根仏壇、和ろうそく</li> <li>○体験：近江上布、近江真綿</li> <li>○アンケートを実施：93%が「良かった」、「大変よかった」と回答。「どのような商品ならば買ってみたいですか」の問いには、「長い伝統と優れた技術を強く感じる重厚な商品」「現代的なデザインを取り入れるなど、今のライフスタイルに調和した商品。」「文房具、アクセサリなど日常的に使用する物にその技術を応用した商品」「価格が安く、手軽に買える商品」がそれぞれ、20%、25%、27%、25%と97%となった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○引き続き、県内の商業施設にて展示会を開催することで県民に向けて伝統的工芸品の魅力を発信していく。</li> <li>○より魅力的な展示会にするため、29年度出展しておられない方へのアプローチをしていく。</li> </ul>	1,215	中小企業支援課	246
100		<b>拓 創</b> 滋賀の地域産業振興総合支援事業 (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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>○地場産業組合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。9組合18事業を遂行。</li> <li>○地域特産品組合販路開拓等支援補助金 地域特産品組合の販路開拓および組合間連携に助成。6組合7事業を遂行。 イオンモールでの「滋賀の名品フェア2017」を開催し、地場産業の知名度に関する調査をした。信楽焼92%、彦根仏壇43% 浜縮緬 30%、高島織物28,3%となった。</li> <li>○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。 ・ブランド発信推進会議の開催 ・地域団体商標取得検討会議の開催 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○これらの取組は、すぐに効果がでるものではなく、継続していくことが重要となる。</li> <li>○地場産業組合、地域特産品組合の規模や状況が様々であることや各組合内の企業においても温度差があることから、今後は対象に合わせた支援を行っていく必要がある。</li> </ul>	24,978	モノづくり振興課	42777