

地方創生関連交付金の効果検証（案）

○交付金の概要

まち・ひと・しごと創生法の規定に基づき策定した都道府県まち・ひと・しごと創生総合戦略（本県の総合戦略：「人口減少を見据えた豊かな滋賀づくり総合戦略」）に位置付けられた先駆性等の要件を備えた事業に対して交付される交付金。

○平成 28 年度実施事業

- ・地方創生加速化交付金
12事業 総額686,353,267円
- ・地方創生推進交付金
4事業 総額224,149,412円

○効果検証

- ・実施した16事業全てが、人口減少を見据えた豊かな滋賀づくり総合戦略における重要業績評価指標（KPI）の達成に有効であった。（詳細は、別紙のとおり）

（例）観光で豊かな滋賀づくり（滋賀版DMO）推進事業

※DMO：観光地経営の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協働しながら戦略を策定するとともに、それを着実に実施する調整機能を備えた法人をいう。

事業概要

滋賀版DMOの形成・確立に向けて、その先導的役割を果たす「びわこビズターズビューロー」の機能強化・体制強化を図るとともに、DMOを中心とした観光振興に向けて、①滋賀の多彩な魅力発信、②滋賀ならではのツーリズムの展開、③受入体制強化・観光振興の仕組づくりの3つの取組を展開する。

	事業目標	実施結果
延べ宿泊客数	350万人	→ 376万人
延べ観光入込客数	5,000万人	→ 5,078万人
観光消費額	1,700億円	→ 1,735億円

施策としての有効性等

地域資源や特産品を活用した滋賀県独自のツーリズムの展開、観光客を受け入れる体制の強化、観光まちづくりへの支援等を実施するとともに、海外を含めた県外への情報発信の強化に取り組むことは、滋賀県への誘客を促進する施策として有効であった。

地方創生加速化交付金の効果検証(案)

別紙

事業名	実績額(円)	事業概要	事業目標	実施結果	KPIへの貢献	施策としての有効性等	実施結果を踏まえた事業の今後について		担当課等
							今後の方針	今後の方針の理由	
1 ウォーターパシー滋養・水環境ビジネス推進事業	34,695,916	アジア市場を重点に、現地の水環境課題に応じて、その解決に適した技術や製品、ノウハウ等を有する複数の県内企業によりチームを組成し、相手国機関・企業に対し、包括的なソリューションを提案しながらビジネスマッチングを進め、現地の公共・民間機関へのいわゆる「スベック・イン(県内企業の有する技術やノウハウを発注時の仕様で反映させる)」を図り、ビジネス案件の受注を通じて、水環境ビジネスに取り組み県内企業の商機拡大や新分野進出を目指す。	水環境ビジネス関連企業・団体数 126企業・団体 水環境ビジネス関連の商談件数 400件 水環境ビジネス関連プロジェクト(パイロット事業)創出件数 3件	水環境ビジネス関連企業・団体数 147企業・団体 水環境ビジネス関連の商談件数 310件 水環境ビジネス関連プロジェクト(パイロット事業)創出件数 8件	本事業が総合戦略のKPI達成に有効であった	産学官民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」として、複数社が連携して国内外の見本市に出展することにより、発信力の面での相乗効果が発揮され、水環境ビジネス関連企業・団体数および商談件数の増加を図る施策として有効であった。 今後は、事業の成果を、成約件数の増や関連企業の売上げの増加につなげるための取組が必要である。	①事業が効果的であったことから取組の追加等更に発展させる	国・地域ごとに固有の事情があるほか、現地の法制度の変更等により、必要とされる技術や製品が変化するため、それらに応じた課題発掘を行うとともに、ビジネス化に向けた方策を検討する必要がある。 また、実施事業の成果として、水環境ビジネス関連企業等の売上げの伸びや集積度合いを把握するための調査が必要である。	商工政策課
2 次世代のための成長産業創出プロジェクト	110,294,182	モノづくり産業と医療・健康・介護等のサービス産業との連携、モノづくりのメガベンチャーの創出、地場産業とデザインとの一体化や地域資源の活用等を促進し、それぞれの分野のイノベーションを創出するためのプラットフォームづくりに取り組むとともに、それぞれのプラットフォームから生み出されたアイデアをつなぎ合わせ、コーディネートしながら、その事業化に取り組む県内企業の活動を促進する。	本県における新設事業所数を30%アップ 現状1,166社(平成19年～平成24年平均)→ 1,500社(平成28年～平成30年平均)	— (参考) 1,365社(平成23年～平成25年平均)	本事業が総合戦略のKPI達成に有効であった	各分野でプラットフォームを立ち上げ、事業化や各分野間での異分野・異業種連携に対する支援を実施することは、各分野が連携した県内企業のイノベーション創出を促進する施策として有効であった。 今後は、各分野のプラットフォームにおける取組を事業化につなげるための取組が必要である。	①事業が効果的であったことから取組の追加等更に発展させる	各分野で立ち上げたプラットフォームを継続して運営するとともに、社会経済情勢の変化に応じた課題やニーズを踏まえ、新商品の開発、新たな販路開拓、多様な分野での事業展開を推進する取組を総合的に支援していく。 また、これまでの取組の深化を図るため、分野間で重層的・一体的に取組み、IoT・ICTの利活用も組み合わせて、地域や社会の課題をビジネスモデルで解決する取組を、市町と連携して推進する。	商工政策課 モノづくり振興課
3 観光で豊かな滋養づくり(滋養版DMO)推進事業	176,010,381	地域における観光振興の司令塔となる滋養版DMO(県域DMOおよび地域DMO)の形成・確立に向けて、その先導的役割を果たす「びわこビジターズビューロー」(本年1月にDMO候補法人として申請済)の機能強化・体制強化を図るとともに、県におけるブランド戦略、食・文化等の取組を一体的に実施することとし、DMOを中心とした観光振興に向けて、①滋養の多彩な魅力発信、②滋養ならではのツーリズムの展開、③受入体制強化・観光振興の仕組づくりの3つの取組を展開する。	延べ宿泊客数 350万人 (2014年333万人) 延べ観光入込客数 5,000万人 (2014年4,633万人) 観光消費額 1,700億円 (2014年1,583億円)	延べ宿泊客数 376万人(見込み) 延べ観光入込客数 5,078万人(見込み) 観光消費額 1,735億円(見込み)	本事業が総合戦略のKPI達成に有効であった	地域資源や特産品を活用した滋養独自のツーリズムの展開、観光客を受け入れる体制の強化、観光まちづくりへの支援等を実施するとともに、海外を含めた県外への情報発信の強化に取り組むことは、滋養県への誘客を促進する施策として有効であった。	①事業が効果的であったことから取組の追加等更に発展させる	引き続き、関係団体や各メディア等と連携した効果的な情報発信の強化に取り組むとともに、受入環境整備や農畜水産物・食品の海外展開に対する効果的な支援を展開していく。	広報課 文化振興課 観光交流局 食のブランド推進課 畜産課
4 「山～里～まち～湖」移住促進プロジェクト	38,227,030	森林山村地域における就労と移住を促進するため、まず、地域に眠る資源を掘り起こし、都市住民がその魅力を体験できる機会を提供する。 さらに、長浜市北部地域に関心を持つ移住希望者等に対しては、適切に助言するなど多角的に支援し、森林山村での就労や定住につなげるとともに、地域の困りごとのマッチングを図り、人口減少や高齢化のために困難な状況にある地域の課題解決を図る。	持続的活用が可能な森林山村資源数(累計) 5種類 就労支援者数 2人 お試し就労者数 3人 体験交流イベント開催回数 2回 移住施策に取り組む市町への県外からの移住件数 120件 滋養らしいCCRC(生涯活躍のまち)の実現に取り組む市町の数 0 (H32.3に2)	持続的活用が可能な森林山村資源数(累計) 6種類 就労支援者数 2人 お試し就労者数 5人 体験交流イベント開催回数 2回 移住施策に取り組む市町への県外からの移住件数 233件 滋養らしいCCRC(生涯活躍のまち)の実現に取り組む市町の数 1 (類似する取組を進めている市町の数2)	本事業が総合戦略のKPI達成に有効であった	森林山村地域において、地域資源の発掘および魅力発信、山村地域と都市部の双方の課題を解決するためのマッチングを行うとともに、都市部において、移住セミナーや相談会等を実施することは、本県への移住促進を図る施策として有効であった。	②事業内容の見直し(改善)を行う	首都圏に移住相談のワンストップ相談窓口を設置するとともに、大都市圏における情報発信や、森林山村地域における取組を継続して実施することで、本県への移住促進を図る。	企画調整課 市町振興課 森林政策課

事業名	実績額(円)	事業概要	事業目標	実施結果	KPIへの貢献	施策としての有効性等	実施結果を踏まえた事業の今後について		担当課等
							今後の方針	今後の方針の理由	
5 人材確保・働き方改革プロジェクト	69,168,132	人口減少を見据えて本県の強みを伸ばし、活かすことによって、「働くなら滋賀」と思えるような豊かな滋賀県としていくために、「人材確保・働き方改革プロジェクト」として、若者の県内就業と定着の促進および企業における働き方改革の推進に取り組む。	滋賀県ワーク・ライフ・バランス推進企業登録数(累計)820件 インターンシップ実施5企業、学生20名の参加 県内大学生の県内就職者数の増加30人 滋賀グッドジョブ推進協議会に参画する大学、企業数13大学、企業40社	滋賀県ワーク・ライフ・バランス推進企業登録数(累計)835件 インターンシップ実施10企業、学生20名の参加 県内大学生の県内就職者数の増加集計中(8月中に確定) 滋賀インターンシップ推進協議会参加大学13大学、インターンシップ実施協力企業・農業法人数54社	本事業が総合戦略のKPI達成に有効であった	県域のインターンシップについて、産官学連携により協議・実施する組織を立ち上げ、インターンシップを実施するとともに、県内企業の情報発信を進めることにより、県内外の大学生等の県内企業等に対する理解が進み、若者の県内就業と定着を図る施策として有効であった。 また、労務をはじめとする大学等関係団体による検討会議を立ち上げ、「働き方改革」への理解を深める取組を進めることは、働き方改革に対する機運の醸成に有効であった。	①事業が効果的であったことから取組の追加等更に発展させる	今後は、インターンシップなど県内企業の魅力を発信する事業を継続するとともに、「働き方改革」の推進については、気運を醸成するとともに取組実践につながる施策を実施する。	労働雇用政策課
6 「忍者」のマーケティング・セールス事業	20,000,000	「忍者」ゆかりの自治体をはじめ、民間事業者等とも連携して、全国的なネットワークの下、国内外から観光誘客を図り、地域経済の活性化を図るとともに、「忍者」の日本固有の文化遺産としての地位を確立し、「忍者」文化に触れることを目的とした訪日旅行等の促進を図る。	滋賀県内への観光入込客数(延数)5,000万人	滋賀県内への観光入込客数(延数)5,078万人(見込み)	本事業が総合戦略のKPI達成に有効であった	「忍者」にゆかりのある自治体が、全国的なネットワークの下、連携して観光誘客事業に取り組むことは、訪日旅行等を促進し、県内への観光入込客の増加を図る上で有効であった。	②事業内容の見直し(改善)を行う	引き続き、他の自治体と連携しながら、忍者を活かした国内外の観光客のさらなる誘客に取り組んでいく。	観光交流局
7 自転車による琵琶湖一周「ピワイチ」による“体験型観光ネットワーク”創造事業	95,268,920	ピワイチを契機として各エリアの多様な観光資源を組合せ、有機的に連携させることにより、滋賀エリアの着地型コンテンツのブラッシュアップを図り、観光客の滞在時間延長と国内外の観光客増加を図り、もって滋賀経済の活性化に取り組む。	サイクリングツアー造成数0本→3本 サイクルステーション設置0か所→1か所 サイクルサポートステーション設置0か所→100か所 サイクルツアーガイド2人→7人 路面標示3km→25km	サイクリングツアー造成数5本 サイクルステーション設置1か所 サイクルサポートステーション設置132か所 サイクルツアーガイド20人 路面標示25km	本事業が総合戦略のKPI達成に有効であった	ピワイチの拠点となるサイクルステーションの整備支援、民間におけるサポートステーションの設置、広域的なツアーガイドの育成など、受入環境の整備を推進するとともに、自転車観光モデルルートを造成するなど積極的な情報発信を行うことは、国内外からの観光客増加を図る施策として有効であった。	①事業が効果的であったことから取組の追加等更に発展させる	サイクルサポートステーションが当初目標にしていた100カ所を大きく上回るなど、民間も巻き込んで「ピワイチ」推進の機運が高まっていることから、推進総合計画を策定し、官民一体で取り組んでいく。 また、ぐるっとびわ湖サイクルラインの必要箇所すべてに路面標示を整備し、自転車および自動車に注意喚起することで、より安全に自転車が走行できるようにする。	観光交流局 交通戦略課 道路課
8 忍者列車で行く草津線沿線の魅力を活かした公共交通利用促進・活性化事業	49,842,356	沿線地域の観光と交通が一体となり、「忍者」を草津線で運行する列車「忍者列車(ラッピング)」をツールとして、京都・大阪などから当該地域へ訪問する仕掛けづくりを行うとともに、「歴史的・文化的資産」、「自然体験」、「農業体験」、「自転車観光」、「夜の楽しみ(居酒屋マップ)」、「ショッピング」などのコンテンツの魅力を打ち出し、駅を中心とした案内表示の充実、スポット等への交通アクセス確保など利便性の向上を図り、交流人口の増加による地位活性化を進めます。	草津線の定期外利用(交流人口)増による活性化 H26:3,877人/日→ H29:4,150人/日	草津線の定期外利用(交流人口)増による活性化 H28:3,970人/日	本事業が総合戦略のKPI達成に有効であった	「忍者」をキーワードにしたラッピング列車の運行は、草津線および沿線の認知度を向上させる施策として有効であった。 今後は、認知度の向上を交流人口の増加につながる取組が必要である。	①事業が効果的であったことから取組の追加等更に発展させる	認知度向上にもつながったことから、さらに着地整備、沿線の盛り上げ策等を実施し、H29の目標達成を目指す。	交通戦略課
9 近江に根ざして120年・「近江鉄道」沿線魅力再発見・創出事業	3,980,000	沿線地域の域内交流・域外交流の活発化や地域鉄道の維持確保と鉄道を活かしたまちづくりに向けて、県および沿線市町(5市5町)と住民、そして近江鉄道が地域間連携、官民連携して「近江鉄道」とその沿線地域の魅力を再発見するとともに、新たな観光資源を発掘・創出することにより近江鉄道の利用促進と沿線地域の活性化を図る。	沿線地域観光入込客数15,141,000人/年 近江鉄道年間乗車人員4,480,000人	沿線地域観光入込客数集計中(12月予定) 近江鉄道年間乗車人員4,695,000人	本事業が総合戦略のKPI達成に有効であった	地域間および官民が連携して国内外からの新たな誘客に取り組むことは、近江鉄道利用者を増加するために有効であった。	⑤当初予定通り事業を終了した	近江鉄道株式会社にて事業を継続するため。	交通戦略課

事業名	実績額(円)	事業概要	事業目標	実施結果	KPIへの貢献	施策としての有効性等	実施結果を踏まえた事業の今後について		担当課等
							今後の方針	今後の方針の理由	
10 「いいね！地方の暮らしフェア」開催事業	5,000,000	国の動きに呼応し、人口減少社会に立ち向かうトプランナーを目指す知事同盟の構成13県が共同して、地方暮らしへの関心を高めるために、地方暮らしの魅力や地方にある様々な価値を発信するとともに、同時に、ワンストップで情報が収集できる分野別のブース等を設ける先駆的なフェア(集客目標3,000人)を首都圏で開催する。	フェア入場者数:3,000人 相談コーナーでの相談件数:50件/県 フェア終了後3か月間再相談件数:30件/県 本フェアをきっかけとする移住者数:3人	フェア入場者数:4,686人 相談コーナーでの相談件数:62件/県 フェア終了後3か月間再相談件数:1件/県 本フェアをきっかけとする移住者数:0人/県	本事業が総合戦略のKPI達成に有効であった	13県が共同で地方の暮らしの魅力を発信することは、地方移住を検討してもらおう契機として有効であった。 今後は、本フェアをきっかけに地方への移住を検討している方を、本県への移住につなげるための取組が必要である。	②事業内容の見直し(改善)を行う	より真剣に移住を検討されている方をターゲットとしたフェアを実施するとともに、本県ブースに相談に来られた方に対して定期的にアプローチするなど、きめ細やかな対応を行う。	市町振興課
11 プロフェッショナル人材戦略拠点運営事業 地域創生のための経済分析・活用支援事業	49,230,120	プロフェッショナル人材戦略拠点を運営することにより、企業の経営革新の実現を促すとともに、民間人材ビジネス事業者や地域金融機関等の各関係者間のネットワーク形成、動機付け、事業遂行に役立つ各種情報の収集・整理、各種研修を通じて、プロフェッショナル人材のUターン市場の拡大、ひいては、地域と企業の成長戦略を実現する。 地域経済分析システム(RESAS)の活用促進を図り、滋賀の地域創生につなげるため、RESASを活用した本県経済の分析や民間等向けのRESAS研修等を実施する。	相談件数200件 成約件数15件 RESAS活用のための研修への参加者数600人	相談件数141件 成約件数26件 RESAS活用のための研修への参加者数522人	本事業が総合戦略のKPI達成に有効であった	プロフェッショナル人材戦略拠点の運営を通じて、民間企業に積極的な人材活用を促すとともに、県内中小企業と都市部の人材のマッチングを実施することは、本県企業における産業人材の確保に有効であった。 今後も、企業におけるプロフェッショナル人材の活用を促進し、企業の経営革新につなげる取組が必要である。	①事業が効果的であったことから取組の追加等更に発展させる	個々の相談への丁寧な対応、セミナー・大都市圏でのフェア等の実施により、目標を上回る成約件数を達成することができたため、今後も引き続き、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、人材の雇用につなげていく。併せて、大手企業との連携により、中小企業への人材選流をさらに進めるとともに、地方創生を支える「観光・まちづくり分野」での人材確保の支援に取り組む。 また、RESASの活用については、職員対応により引き続き研修会を実施するとともに、施策構築等においてRESASを活用していく。	商工政策課 企画調整課
12 首都圏ネットワーク強化事業	34,636,230	2020年東京オリンピック・パラリンピックを控え、情報・人・モノがさらに集中する首都圏で滋賀の認知度を高め、「買う」「食べる」「訪れる」「住む」といった場面で滋賀が選択される好循環をつくるため、首都圏で体感できる滋賀を発掘・発信し、滋賀の新しいネットワークを作ることで、滋賀県のブランドイメージの向上を図り、滋賀ファンの裾野拡大につなげる。	トークセッション参加者の意識変化 滋賀県に対する認知度、好感度が改善した割合80%以上 WEBページのリーチ数 述べ10万ページビュー以上 滋賀体感スポットの売上げアップ 対前年比3%アップ	トークセッション参加者の意識変化 滋賀県に対する認知度、好感度が改善した割合90.7% WEBページのリーチ数 延べ174,061ページビュー 滋賀体感スポットの売上げアップ 変わらず	本事業が総合戦略のKPI達成に有効であった	首都圏で体感できる滋賀を発掘・発信するとともに、首都圏における滋賀ゆかりのネットワークを強化することで、滋賀県の認知度・ブランドイメージの向上に効果があった。 今後は、県の認知度・ブランドイメージの向上を、首都圏における関連施設の売上げ増や滋賀県への観光客の増加につなげる取組が必要である。	①事業が効果的であったことから取組の追加等更に発展させる	今後も首都圏における滋賀に関連する「歴史」「文化」「食」の発掘調査を続け、それらをネットワークでつなぎ有効に機能させていく。	広報課・東京本部

地方創生推進交付金の効果検証（案）

事業名	実績額(円)	事業概要	事業目標	実施結果	KPIへの貢献	施策としての有効性等	実施結果を踏まえた事業の今後について		担当課等
							今後の方針	今後の方針の理由	
1 THE近江・魅力満載プロジェクト	85,415,946	<ul style="list-style-type: none"> ■観光地「滋賀」の認知度向上 ■「観光交流」推進の体制づくり ■「滋賀ならではの」特色あるツーリズムの展開 	<p>観光宿泊者を20%アップ [延べ宿泊者数] 平成26年 333万人→平成31年 400万人</p> <p>観光入込客を6%アップ [延べ観光入込客数] 平成26年 4,633万人→平成31年 5,000万人</p> <p>観光消費額を7%アップ [観光消費額] 平成26年 1,583億円→平成31年 1,700億円</p>	<p>延べ宿泊客数 376万人(見込み)</p> <p>延べ観光入込客数 5,078万人(見込み)</p> <p>観光消費額 1,735億円(見込み)</p>	<p>本事業が総合戦略のKPI達成に有効であった</p>	<p>「滋賀・びわ湖」をコンセプトとしたブランド構築や、首都圏を重点とした情報発信は、観光地「滋賀」の認知度を向上させる施策として有効であった。 また、観光資源の発掘や観光ルートの設定、複数の観光地を結ぶ2次アクセスの整備等に対する支援は、受入環境を整備する施策として有効であった。</p>	<p>①事業が効果的であったことから取組の追加等更に発展させる</p>	<p>平成29年10月にオープンする首都圏情報発信拠点「ここ滋賀」も活用した魅力発信事業を展開するとともに、県内の受入環境の整備に継続して取り組む。</p>	<p>広報課 スポーツ局 環境政策課 商工政策課 観光交流局 食のブランド推進課 文化財保護課</p>
2 滋賀ローカルイノベーションプロジェクト	64,923,237	<ul style="list-style-type: none"> ■イノベーションのプラットフォームづくり ■プラットフォーム連携活動の促進 ■プラットフォーム連携活動の事業化支援 	<p>本県における新設事業所数を30%アップ 現状1,166社(平成19年～平成24年平均)→1,500社(平成28年～平成30年平均)</p>	<p>— (参考) 1,365社(平成23年～平成25年平均)</p>	<p>本事業が総合戦略のKPI達成に有効であった</p>	<p>産学官金等の関係機関が連携したイノベーションを創出するための取組に対して支援することは、本県におけるイノベーション創出を促進する施策として有効であった。 今後は、先導的モデルを構築するなど、イノベーションを事業につなげていく取組が必要である。</p>	<p>①事業が効果的であったことから取組の追加等更に発展させる</p>	<p>バイオマスエネルギーを活用した地域づくりの先導的モデル構築にかかる取組や、成長産業サプライチェーン調査の結果、試験分析機器等の整備、研究会の設立など、実施した事業の成果を活用して、イノベーションを創出するための施策に継続して取り組む。</p>	<p>エネルギー政策課 モノづくり振興課 農業経営課</p>
3 ビワイチ推進プロジェクト	61,970,229	<p>ハード・ソフト面において、安全・安心に自転車を楽しむために必要な基盤や施設の整備、人材の育成を加速し、幅の広い利用者への自転車マナーやルール、リスク管理の徹底を図るとともに、観光コンテンツの魅力向上、周遊ルートの開発、発信を強化することで、ビワイチ・自転車観光の楽しさを県内外に一層浸透させ、交流人口の増加を図る。</p>	<p>観光宿泊者を20%アップ [延べ宿泊者数] 平成26年 333万人→平成31年 400万人</p> <p>観光入込客を6%アップ [延べ観光入込客数] 平成26年 4,633万人→平成31年 5,000万人</p> <p>観光消費額を7%アップ [観光消費額] 平成26年 1,583億円→平成31年 1,700億円</p>	<p>延べ宿泊客数 376万人(見込み)</p> <p>延べ観光入込客数 5,078万人(見込み)</p> <p>観光消費額 1,735億円(見込み)</p>	<p>本事業が総合戦略のKPI達成に有効であった</p>	<p>安全・安心な自転車利用を促進するための人材育成を行うとともに、受入環境整備のために先進地を調査・研究することは、ビワイチの楽しさを県内外に浸透させ、交流人口の増加につなげる施策として有効であった。</p>	<p>①事業が効果的であったことから取組の追加等更に発展させる</p>	<p>安全なビワイチを推進する人材育成等の取組により、民間も巻き込んだビワイチ推進の機運が高まっていることから、推進総合計画を策定し、官民一体で取り組んでいく。</p>	<p>交通戦略課</p>
4 琵琶湖モデル・水環境ビジネス推進プロジェクト	11,840,000	<p>「国立環境研究所琵琶湖分室」を設置するとともに、企業、大学、国立環境研究所琵琶湖分室、滋賀県の行政部局および試験研究機関で構成する琵琶湖環境研究推進機構および県内自治体等が参画する「しが水環境ビジネス推進フォーラム研究・技術分科会」を新たに設置し、共同研究や、技術開発等に係るニーズとシーズのマッチング、海外展開等を進める。</p>	<p>「しが水環境ビジネス推進フォーラム」活動を通じた商談件数 平成32年度 1,000件(平成28年度～平成32年度累計)</p> <p>パイロット事業の創出件数 平成32年度 15件(平成28年度～平成32年度累計)</p> <p>南湖の水草を40%減少 平成26年度 約50km²→約30km²</p>	<p>「しが水環境ビジネス推進フォーラム」活動を通じた商談件数 平成28年度 201件</p> <p>パイロット事業の創出件数 平成28年度 8件</p> <p>南湖の水草を40%減少 平成28年度 約40km²</p>	<p>本事業が総合戦略のKPI達成に有効であった</p>	<p>国立環境研究所琵琶湖分室を設置するとともに、企業、大学、琵琶湖分室、行政が参画するフォーラムに研究・技術分科会を設置したことは、関係機関による共同研究を促進する施策として有効であった。 今後は、研究成果を行政施策や実用化につなげる取組が必要である。</p>	<p>①事業が効果的であったことから取組の追加等更に発展させる</p>	<p>事業を推進するための環境が整備できたことから、今後は、産学官連携の下、継続して研究を進めるとともに、研究成果等を行政施策や実用化につなげるための取組を推進する。</p>	<p>環境政策課 水産課</p>