

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の概要

▶ 基本的な指針の位置づけ等（条例第7条）

滋賀県近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関して、**基本的な方向、目標、施策の内容**

▶ 基本的な方向

- ・ 近江の地場産品の**需要の拡大**
- ・ 近江の地場産業事業者等の**経営基盤の強化**
- ・ 社会情勢に対応した**新たな取組**および**多様な分野における事業展開**の推進
- ・ 担い手となる人材の**確保、育成、資質の向上**および**優れた技術等の継承**の推進

▶ 基本目標

- ・ 県民の地場産業や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**、新たに地場産品等に**携わりたいと希望する人が増加**している。

▶ 施策の内容

- 【施策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
- 【施策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
- 【施策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
- 【施策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
- 【施策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
- 【施策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

各事業における設定目標の達成状況（令和2年度）

施策の内容	数値目標設定 事業数 (同一の「施策の内容」内で再掲は除く)	数値目標達成度別事業数 (比率)			
		100%以上	75~100% 未満	50~75% 未満	50% 未満
(1) 需要拡大	28	19 (67.8%)	5 (17.9%)	3 (10.7%)	1 (3.6%)
(2) 経営基盤強化	4	4 (100.0%)	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	8	5 (62.5%)	0 (0%)	2 (25%)	1 (12.5%)
(4) 担い手人材の確保、育成、 資質向上や技術等の継承	7	5 (71.4%)	1 (14.3%)	1 (14.3%)	0 (0%)
(5) 普及啓発、多様な学習機 会の提供等	7	4 (57.1%)	2 (28.6%)	0 (0%)	1 (14.3%)
(6) 定期的な調査・分析	1	1 (100.0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
合計	56	38 (67.8%)	9 (16.1%)	6 (10.7%)	3 (5.4%)
(参考) 令和元年度	60	41 (68.3%)	18 (30.0%)	1 (1.7%)	0 (0%)

- ・令和2年度は数値目標達成度100%以上の事業が**67.8%**であった。
- ・コロナの影響によって実施が困難な事業もあり、達成度が75%未満のものが**16.1%**となった。

令和2年度 施策の実施状況について

(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

- 伝統的工芸品事業者（6事業者）に対し、専門家のプロデュースによる新商品開発支援を行い、県内百貨店での販売会や首都圏の展示会におけるテストマーケティングを実施した。（通番3）



新規開発商品の一例
(ディフューザー)



展示会の様子

- 「ここ滋賀」において、コロナ禍における顧客ニーズの変化を受け、マスク等の衛生関連商品や、近江の地酒、信楽焼など、「おうち時間」を快適に過ごせる地場産品の発信を行うとともに、商品の拡充や送料の負担により、ECサイトでの県産品販売を強化した。（通番14）



信楽焼たぬき制作体験



マスクの販売

- 首都圏や京阪神において、ホテル・飲食店と県内生産者等との継続的な関係構築のため、「首都圏メニューフェア」「京阪神メニューフェア」および商談交流を実施し、近江米、近江牛、近江の茶、湖魚等の魅力発信を行った。（通番19）

令和2年度 施策の実施状況について

(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

- 地場産業等事業者（3事業者）に対し、海外現地デザイナーのアドバイスによる商品のブラッシュアップと国際展示会への出展を支援した。（通番26）



商品の一例
(陶磁器テーブル)



展示会の様子

- びわ湖材産地証明制度の運営を支援するとともに、CLTや2×4等のびわ湖材の新たな利用を拡大するため、県外工場の認定促進や情報発信を行った。（通番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

- 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・助言を行い、試作品作成や販路開拓による市場化にかかる経費を補助した。（通番47）
- 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。（通番51）

令和2年度 施策の実施状況について

(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

- 信楽窯業技術試験場において、窯業技術者養成研修を実施した。(通番65)

【受講者数の推移】

年度	R02	R01	H30	H29
受講者数	7	11	8	8



信楽窯業技術試験場での研修の様子

- 県内大学生を対象とした「滋賀県農業の最前線体感講座」や就職相談フェアの実施により、若い世代に就農・就業について情報を得る機会を提供した。(通番66)

- 地場産業組合等が実施する後継者育成事業(近江上布、シャトル織機の後継者育成・産学連携による地場製薬企業人材確保事業)にかかる経費の一部を補助した。(通番69)



近江上布 短期研修の様子



人材確保のためのセミナー
(製薬企業向け)

- 漁業の担い手確保のため、相談窓口やWEBサイトの運営、漁業就業者支援フェアへの出展等により、漁業就業希望者から相談を受け、短期研修を7件、中期研修を3件実施した。(通番67)

令和2年度 施策の実施状況について

(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**

- 近江の地酒の魅力を県内外に発信するため、酒造組合ホームページの外国語対応化や改修を支援したほか、「滋賀地酒10,000人乾杯プロジェクト」をオンラインで開催し、33歳コラボ純米酒の販売も行ったことで目標の1万人を超える10,597人の参加があった。（通番79）
- 文化産業交流会館において、伝統産業を活かす観点から邦楽の振興に取り組み、和楽器による公演を実施するとともに、和楽器絃をはじめとする伝統産業に関する展示を行った。（通番84）
- 小学生自らが農産物を「育て」、「収穫し」、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、生命や食べ物の大切さを学ぶ「農からの食育」を推進するため、小学校が行う農業体験学習「たんぼのこ体験事業」への支援を行った。（通番86）
- 陶芸作家やボランティア等との協働により、将来の担い手である子どもたちが「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した。（通番85）

(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**

- 近江の地場産業および近江の地場産品の実態について概ね5年を目安として調査を実施することとなっており、令和3年度に実態調査を実施。

新型コロナウイルス感染症の影響

実態調査ヒアリングより

地場産業（事業者の声）

- 展示会や着物を着るイベントが相次いで中止になっており、和装業界は厳しい状況。精練加工は組合工場で行っているが、出荷量は大きく減少している。（浜縮緬工業協同組合）
- 生活習慣病患者の通院減少、マスク着用による風邪や花粉症患者の減少、在宅勤務による栄養ドリンク需要の低下、インバウンド需要の消失などが発生している（滋賀県製薬工業協同組合）
- 置物（特に鉢や花器）は苦戦しているが、巣ごもり需要で食器類は増加する傾向にあった（信楽陶器工業協同組合）
- 全国の祭りやイベントが相次いで中止になり、半分以下の売上になった。コロナ前に扇屋に卸した扇骨の在庫が残っているため、今後の見通しは不透明な状況である（滋賀県扇子工業協同組合）

伝統的工芸品（事業者の声）

- 催事場販売が行えず、現在製造を中止している（染色）
- コンサート中止が相次ぎ、楽器系の売上が減少している（楽器系）
- 冠婚葬祭が減少したことにともない、売上も減少している（仏壇、木珠等）

新型コロナウイルス感染症の影響

農林畜水産系（事業者の声）

- ・ 外食向けの需要が減少している（近江米振興協会、滋賀県漁業協同組合連合会、滋賀県水産加工業協同組合）
- ・ イベント等が自粛となりPR活動が行えない（近江米振興協会、一般社団法人滋賀県茶業会議所）
- ・ 購買客が外出を控えたことで、百貨店向けの売上が減少した（一般社団法人滋賀県茶業会議所、滋賀県菓子工業協同組合）
- ・ 茶葉の海外展開計画を予定していたが、実施が困難となった（一般社団法人滋賀県茶業会議所）
- ・ 在庫を抱えることとなり、その負担が大きい（近江じゃも普及推進協議会）
- ・ 飲食部門の売上不振にともない、加工食品の提供も減少している（滋賀県水産加工業協同組合）

まとめ（地場産業・伝統的工芸品・農林畜水産系）

- ① イベントの中止や自粛（主に展示会、催事、お祭り、コンサート、冠婚葬祭）による需要減少
- ② 外出控えによる販売機会や商談機会の喪失
- ③ 川下産業が滞ったことによる流通全体の停滞（過剰在庫の問題等）

新型コロナウイルス感染症の影響

○ 地場産業組合設備整備支援事業

新型コロナウイルス感染症の影響を受けた県内の地場産業を支援するため、地場産業組合の新たな商品開発、生産体制の強化に必要であり、製品の品質向上につながる生産設備の新設または増設にかかる費用を補助率2/3または3/4により支援した。（3組合、33,137千円）

○ 近江の地場産品購入によるおもてなし向上事業

新型コロナウイルス感染症の拡大により伝統的工芸品等の売上が減少しており、県内宿泊事業者が行う滋賀らしいおもてなしのために伝統的工芸品等を購入する経費に対し3/4を補助する。（30事業者、21,402千円）

○ 「いまだから地産地消キャンペーン」推進事業

新型コロナウイルス感染症の影響拡大により、県産農畜水産物の販売・流通量が減少している。一方で消費者の「巣ごもり消費」の傾向は高まっているため、「巣ごもり消費」をターゲットに絞り、県産農林畜水産物の美味しさを改めて知ってもらうことを目的に、『いまだから地産地消キャンペーン』を実施した。（実施者数47、12,540千円）

- ① 県産農畜水産物もしくはそれらを使用した商品を対象に、生産者等が消費者向けに販売する際の配送料を100円で設定。
- ② 生産者等が負担した配送料およびキャンペーン実施のための事務費（HP改修費、PR資材費）を補助。

令和2年度 近江の地場産業および近江の地場製品の振興に関する施策の実施状況について

★基本指針の体系

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

施策の内容		事業数	通番
(1) 近江の地場産品の需要拡大のための、新商品の開発に対する支援、情報の提供、新たな販路の開拓の促進等	ア 近江の地場産品のPRイベントや地産地消を推進するキャンペーンの実施、近江の地場産業事業者等のPR活動に対する支援	16	1～13
	イ 首都圏情報発信拠点等を活用したPRイベントの開催等、首都圏における近江の地場産業事業者等の販路開拓等取組支援	11	14～23
	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	24～27
	エ 近江の地場産業事業者等に対する技術提供や共同研究、商品開発等の取組支援	11	28～39
	オ 情報発信ツールやインターネット等を活用した産地情報や産品情報のPR	8	40～46
(2) 近江の地場産業事業者等の経営基盤強化のための、経営改善および合理化、資金の供給の円滑化等	ア 近江の地場産業事業者等の経営改善および合理化推進のための支援	4	47～50
	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	51～52
(3) 新商品開発等に係る調査研究、多様な分野における事業展開の促進	ア 公設試験研究機関を中心として、高度化、多様化するニーズに対応した新商品開発のための調査研究の推進	10	53～63
	イ 新ビジネスの創造に向けた異分野・異業種の連携による商品開発等の促進	2	64
(4) 担い手となる人材の確保、育成・資質向上に対する支援、優れた技術等の継承の推進等	ア 担い手となる人材の確保のための情報提供	4	65～68
	イ 後継者育成や技術継承のための取組の実施および支援	9	69～77
	ウ 未来の後継者確保に向けた小中学生等の地場産業等にふれる機会の提供	1	78
(5) 近江の地場産業および近江の地場産品に対する関心および理解を深めるための、普及啓発、多様な学習機会の提供等	ア 地場産業等への関心を高め、理解を促進するPRイベント等の実施	8	79～84
	イ 小中学生等が地場産業等にふれ、理解を深める機会の提供	5	85～89
(6) 近江の地場産業および近江の地場産品に関する実態についての定期的な調査および分析	ア 近江の地場産業および近江の地場産品の実態について概ね5年を目安として調査を実施	1	90

令和2年度 近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する施策の実施状況

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R03.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	令和元年度 の実績値 (目標値)	達成度% 令和2年度の 実績値 (目標値)	令和3年度の 実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】	備考			
(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(13事業)														
1		創(新) 「発酵産業」成長促進化プロジェクト事業	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。	PFを立ち上げ、認知拡大のためのWebとSNSを5本立ち上げ、発酵事業者によるコラムを発信するサイトも立ち上げた。またオンライン交流会を3回実施した。	コンテンツの作り込みや、県内発酵事業者にとってより有意義な活動につながるような取組を加速させる。				7,942	商工政策課	-			
				プロジェクト 件数 (10件)	- (-)	- (-)	- (-)	11件 (10件)	- (-)	10件 【R02年度】				
2		伝統的工芸品月間等参加事業	伝統的工芸品産業の振興を図るため、(一財)伝統的工芸品産業振興協会が実施する伝統的工芸品月間事業と全国伝統的工芸品展に参加する。	○伝統的工芸品月間事業 出展者：近江上布・彦根仏壇 開催期間：10月31日(土)～3日(火・祝) ○全国伝統的工芸品展 開催期間：2月18日(木)～23日(火) 開催場所：東武百貨店池袋8F 出展者：近江上布、信楽焼 和ろうそく、ろくろ工芸品、上丹生木彫	引き続き、伝統的工芸品月間事業等へ参加し、県内伝統的工芸品のPRに努める。				2,652	モノづくり振興課	16			
				WAZA展への 出展を通して「販路開拓につながった」と感じた事業者の割合	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- 【 】				

3	<p>新創</p> <p>伝統的工芸品販路開拓コーディネート事業</p>	<p>伝統の技術を活かした新商品開発や、新たな販路の開拓を希望する伝統的工芸品製造業者を対象に、東京インターナショナルギフトショー出展を通じた支援を実施することにより、新規顧客の獲得や販路拡大を目指す。</p>	<p>○伝統の技術を生かした新商品開発や東京インターナショナルギフトショー出展等を通じた支援を実施した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・近鉄草津店 会期：10月28日（水）～11月3日（火・祝） 場所：近鉄草津店アカリスポット 出展者：上丹生木彫、木珠（高級木製数珠玉）、（再興）湖東焼、ろくろ工芸品、信楽焼、彦根仏壇、八幡丸竹工芸品、手織真田紐 <p>・東京インターナショナルギフトショー</p> <ul style="list-style-type: none"> 会期：2月3日（水）～2月5日（金） 場所：東京ビッグサイト 出展者：上丹生木彫、木珠（高級木製数珠玉）、ろくろ工芸品、信楽焼、彦根仏壇、手織真田紐 				<p>来年度より「滋賀県モノづくり・匠の技展」開催事業・滋賀の匠クラウドファンディング支援事業へ移行</p>				11,500	モノづくり振興課	17 29
			「販路開拓につながった」と感じた参加事業者の割合	- (-)	- (-)	100% (65%)	33% (65%)	- ()	- 【 】				
4	<p>創</p> <p>近江の地域産業振興総合支援事業</p>	<p>地場産業組合等が実施するブランド力の向上、後継者育成、海外展開や販路拡大等の戦略的、持続的な取組に支援する。</p>	<p>○地場産業組合等海外展開戦略等支援補助金 国内外の販路開拓や後継者育成に対し助成。 10組合15事業を遂行。</p> <p>○地場産業組合等指導支援補助金 滋賀県中小企業団体中央会が地場産業の振興を目的にして行う新事業創出のための啓発活動や指導事業等に対して助成した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・知財活用（地域団体商標など）に向けた支援 ・地場産業等における地域デザインへの支援 ・地場産業等の認知度向上の情報発信支援等 				<p>・近江の地域産業振興総合支援事業については1/2の補助率であるが、零細な組合にとっては、1/2の自己負担を負担することが困難なところもある。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各組合が希望する補助内容は多岐にわたることから、組合だけではなく事業者の要望に直接対応できる支援の充実を検討する必要がある。 ・より効果的に実施できるよう、内容や発信方法について絶えず改善を続ける必要がある。 ・継続的、定期的に事業を実施することが認知度向上には重要である。 ・近江の地場産業および近江の地場産品の実態について調査を実施する（概ね5年を目安とする）。 				23,176	モノづくり振興課	26 69 90
			新商品開発等ブランド強化に取り組んだ組合数	15組合 (10組合)	16組合 (12組合)	14組合 (12組合)	100%	14組合 (14組合)	- (-)	- 【 】			

5	創	近江の地酒文化普及事業	近江の地酒に関する魅力を発信し、県民等の近江の地酒に対する愛着を高め、地酒でもてなす機運を醸成することで新たなファン獲得や需要の掘り起こしを行い、滋賀への誘客促進や関係人口の創出を図る。	<p>(1) 近江の地酒の魅力を主に県外・海外へ発信することを目的としたパンフレットを作成した。</p> <p>(2) 滋賀県酒造組合が実施する組合HPの改修を支援し、「滋賀酒ファンが集うページ」、「滋賀酒の販売を行うページ」、「英語での案内ページ」などの整備を行った。</p> <p>(3) 「滋賀地酒10,000人乾杯プロジェクト」をオンラインで開催し、初めて10,000人を達成した(10,597人)。</p>			<p>・コロナ禍においても近江の地酒の魅力を発信することで、新たなファンの獲得や需要の掘り起こしを目的に、オンライン等も活用した乾杯イベントの開催や商談会を実施していく必要がある。</p>				2,746	観光振興局	79
				<p>・「滋賀地酒10,000人乾杯プロジェクト」参加者 10,000人</p> <p>・酒造組合のSNSフォロワー数 10,000人</p>	-	-	・1,050人 ・3回 (2回)	106%	・10,597人 (10000人)	(10000人)			
6	拡	健康長寿日本一の滋賀育ち食材を活かした『滋賀めし』創造事業	大学や民間企業と連携し内・中・外食において、「健康」をキーワードにメニュー開発や提供することで、滋賀県産食材の消費拡大を図るとともに、食のブランドの一つとして滋賀の健康な食を県内外に発信する。	<p>○メニューフェアの実施</p> <p>・11/1～12/31にフェアを開催し、33事業者が参加。</p> <p>○メニューコンテストの実施</p> <p>・応募数104レシピ(8レシピで表彰)</p> <p>○野菜PR用POP等の作成・配布</p> <p>野菜11種類、ポスター1種</p> <p>○民間企業との連携</p> <p>・平和堂で惣菜提供(びわこの日)など</p>			<p>○「内食」「中食」「外食」と様々なシーンで『滋賀めし』普及を推進するため、引き続きメニューフェアやコンテストを通じて『滋賀めし』を推進する。</p>				8,911	食のブランド推進課	20
				<p>「滋賀めし」提供・協力事業者数(累計)</p>	-	-	14事業者 (10事業者)	130%	26事業者 (20事業者)	-			
7		おいしがうれしが「食」の情報発信総合事業	地産地消の推進を図るため、「おいしがうれしが」キャンペーン推進店への登録の呼びかけ、情報発信等を行う。併せて、生産者と推進店の連携をより強化するための交流会を開催する。また、滋賀の食材のブランドイメージの向上、地産地消の推進を図るため、滋賀の「食材」の魅力・特徴や購入できる場所等の情報について、インターネットで	<p>○「おいしがうれしが」キャンペーン推進店の登録の推進</p> <p>・キャンペーン推進店 1,898店舗</p> <p>・キャンペーンサポーター 426事業者</p> <p>○推進店に対するPR資材および情報提供の推進</p> <p>○消費者への県産食材の魅力発信の強化</p> <p>・SNSにより生産者等の情報を発信</p>			<p>○県外で滋賀県産食材を取り扱う業者も含め、推進店の登録を推進し、県産食材の内外への発信を促進する。</p> <p>○登録事業者の活性化を推進する取組を検討する。</p>				5,938	食のブランド推進課	81
				<p>「おいしがうれしが」キャンペーン県内登録店舗数(累計)</p>	1,454店舗 (1,440店舗)	1,511店舗 (1,500店舗)	1,578店舗 (1,550店舗)	100%	1,605店舗 (1,600店舗)	-			

8	もっと食べよう「近江米」！県民運動推進事業	関係団体等と連携し、近江米の消費拡大に向けた県民参加の運動を展開するとともに、県内大学等と連携して、若い世代への米の消費拡大を図る。	<p>○近江米の消費拡大 ラジオ放送にて、エビデンスに基づいた近江米の魅力発信や新たな食べ方提案としてレシピを紹介した。</p> <p>○近江米のファン拡大 SNSを活用し、消費者自らが近江米の魅力発信を行うキャンペーンを実施した。 近江米エピソード：2,096収集（累計）</p>	<p>○全国的に米の消費量は年々減少減少しており、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イベントの開催やインターネットを活用したPR等により、より熱心な近江米のファン確保を促進する。</p>	4,700	食のブランド推進課	82									
			<table border="1"> <tr> <td>近江米に関するエピソード応募者数(累計)</td> <td>1784人 (312人)</td> <td>1,002人 (700人)</td> <td>1,738人 (1,400人)</td> </tr> </table>	近江米に関するエピソード応募者数(累計)	1784人 (312人)	1,002人 (700人)	1,738人 (1,400人)	<table border="1"> <tr> <td>105%</td> <td>2,096人 (2,000人)</td> <td>- (-)</td> <td>2,000人 【R02年度】</td> <td>H30から新たな目標を設定</td> </tr> </table>	105%	2,096人 (2,000人)	- (-)	2,000人 【R02年度】	H30から新たな目標を設定			
近江米に関するエピソード応募者数(累計)	1784人 (312人)	1,002人 (700人)	1,738人 (1,400人)													
105%	2,096人 (2,000人)	- (-)	2,000人 【R02年度】	H30から新たな目標を設定												
9	”ブランド近江牛”流通パワーアップ事業	近江牛の流通を拡大するため、首都圏や京都、地元でのデジタルサイネージ広告等を行うとともに、関係団体が実施する、近江牛販売キャンペーンの実施など、近江牛販売店等関連企業の活性化につながる取組に対して支援する。	<p>近江牛の流通を拡大するため、首都圏・京都や地元での駅、高速SAでのデジタルサイネージ広告を行うとともに、関係団体が実施する、近江牛販売キャンペーンの実施など、近江牛販売店等関連企業の活性化につながる取組に対して支援した。</p>	<p>新型コロナウイルス感染拡大により、外食産業やインバウンドでの需要が激減する一方で、巣ごもり需要が増えるなど、近江牛の消費動向も変化しつつあることから、今後の社会情勢を注視しながら、時代の変化に対応した効果的な流通拡大策が必要。</p>	2,430	畜産課	83									
			<table border="1"> <tr> <td>近江牛の指定店舗数(累計)</td> <td>307店舗 (282店舗)</td> <td>296店舗 (315店舗)</td> <td>303店舗 (320店舗)</td> </tr> </table>	近江牛の指定店舗数(累計)	307店舗 (282店舗)	296店舗 (315店舗)	303店舗 (320店舗)	<table border="1"> <tr> <td>96%</td> <td>289店舗 (300店舗)</td> <td>- (300店舗)</td> <td>300店舗 【R03年度】</td> </tr> </table>	96%	289店舗 (300店舗)	- (300店舗)	300店舗 【R03年度】				
近江牛の指定店舗数(累計)	307店舗 (282店舗)	296店舗 (315店舗)	303店舗 (320店舗)													
96%	289店舗 (300店舗)	- (300店舗)	300店舗 【R03年度】													
10	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">創</div> びわ湖のめぐみ魅力体感事業	地域のネットワーク構築を支援することにより、持続的に湖魚の取扱い情報が発信されるとともに、学校給食に湖魚が提供されることで、湖魚を食べる機会の増加、認知度向上や消費拡大を図る。	<p>・湖魚に関する情報収集と地域からの情報発信力向上のためのネットワーク構築の支援。</p> <p>・びわ湖のめぐみに関する情報発信。</p> <p>・学校給食への湖魚食材の提供（約9万食）と湖魚を学ぶ講座を実施。</p>	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・漁業者自身の湖魚の魅力発信能力の向上が必要。 ・画一的な湖魚の流通の改善が必要。 ・給食での湖魚利用の拡大が必要。 <p>【今後の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・意欲ある担い手自身が飲食店等と連携して情報発信するためのスキルの向上 ・湖魚の流通の多様化の推進 ・学校給食関係者への情報提供や、供給取り扱い食材の拡大 	14,894	水産課	45 87									
			<table border="1"> <tr> <td>びわ湖産魚介類を活用する事業者数</td> <td>191 (150)</td> <td>220 (180)</td> <td>235 (200)</td> </tr> </table>	びわ湖産魚介類を活用する事業者数	191 (150)	220 (180)	235 (200)	<table border="1"> <tr> <td>123%</td> <td>245 (200)</td> <td>- (0)</td> <td>200 【R022年度】</td> </tr> </table>	123%	245 (200)	- (0)	200 【R022年度】				
びわ湖産魚介類を活用する事業者数	191 (150)	220 (180)	235 (200)													
123%	245 (200)	- (0)	200 【R022年度】													
11	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。	<p>滋賀県水産加工業協同組合が開催する「滋賀県水産物加工品品評会」等琵琶湖の魚介類の普及宣伝活動に対して支援を行う予定であったが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、中止となった。</p>	<p>【課題】</p> <p>琵琶湖の魚介類のおいしさを、広く周知するとともにイメージの向上と定着を図るため、コロナ禍に対応した継続的な取組が必要。</p> <p>【今後の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・滋賀県水産物加工品品評会の継続的な開催 ・琵琶湖の魚介類のPR及び情報提供 	0	水産課	39 46									
			<table border="1"> <tr> <td>-</td> <td>- (-)</td> <td>- (-)</td> <td>- (-)</td> </tr> </table>	-	- (-)	- (-)	- (-)	<table border="1"> <tr> <td>- (-)</td> <td>- (-)</td> <td>- 【】</td> <td>-</td> </tr> </table>	- (-)	- (-)	- 【】	-				
-	- (-)	- (-)	- (-)													
- (-)	- (-)	- 【】	-													

12	しがの水産物流通拡 大対策事業	「びわサーモン」の特徴を 広く周知するとともに、イ メージの向上と定着を図る ため、PR活動や新たなメ ニュー開発などを実施。	びわサーモン振興協議会に対して支援した。 ・消費者に向けたびわサーモンの試食アンケート の実施や情報発信。 ・料理店等に向けた、料理研究家等とともに開発 したびわサーモンメニュー・レシピの情報発信。				【課題】 ・「びわサーモン」のブランド定着を図るため には、その特徴を広く周知するとともに、イメー ジの向上と定着を図るため、コロナ禍に対応した 継続的な取組が必要。 【今後の取組】 ・新たなびわサーモンのメニュー開発および提 供 ・消費者に向けたびわサーモンの情報発信				200	水産課	-
			-	-	-	-	-	-	-	-			
13	滋賀のくすり振興対 策事業	「滋賀のくすり」のイメー ジアップを図り、販路を拡 大するための啓発活動に対 して支援する。	○（一社）滋賀県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(10事業)													
14	創 ここ滋賀推進事業	滋賀の魅力を実際に見て、 触れて、食べることができる 体験型の発信を行うととも に滋賀への誘引の役割を担 う情報発信拠点「ここ滋 賀」を運営する。あわせて 、「ここ滋賀」外への販 路拡大に向けた支援や、首 都圏での滋賀ファンの拡大 などにも取り組む。	○緊急事態宣言発令が延べ約5か月に及ぶ状況 の中、途中約2か月の休館を挟み、年間の来館者 数243,831人、達成率54.2%（目標値：45万人） ○顧客ニーズの変化を受け、マスク等の衛生 関連商品や、地酒・陶器などおうち時間を快 適に過ごせる地場産品の発信を強化。また商 品の拡充や送料の負担によりECサイトでの県 産品販売を強化。 ○「ここ滋賀」外への取組として、ここ滋賀 の商品等を首都圏の百貨店やスーパー、EC サイト等に売り込む事業も展開している。				○コロナ禍においても、オンライン等も活用 し滋賀の魅力を感じられる発信を行い、滋賀 への誘引につなげる他、「ここ滋賀」外での 販路拡大などを継続して行い、更なる魅力 発信に取り組む必要がある。				194,062	観光振興局 (ここ滋賀)	-
			「ここ滋賀」 の来館者数	272,285 (187,500人)	575,375 (40.5万人)	440,229 (45万人)	243,831 (45万人)	- (45万人)	45万人 【R03年度】	-			
15	創 「ココクール」魅力 発信事業	「ココクール マザーレイ ク・セレクション」をは じめとする滋賀らしい価値 観を持つ商品・サービスを 県内外へ広く伝える場を 創り、魅力を発信すること により認知度向上を図り、 販路拡大および誘客促進に 繋げる。	○令和2年10月28日～11月9日の2週間、 近鉄百貨店草津店2階の伝え場で「ココ クールフェア2020」を実施した。 ○選定事業者を対象に、令和3年2月10 日にオンラインツールを活用した商談会 を実施した。				68の選定事業者に対し、「ココクール」 を契機とした「新たなチャレンジ」を 促していく。				4,980	商工政策課	-
			商談成立件数 (20件)	- (-)	- (-)	12店舗 (12店舗)	23件 (20件)	- (-)	20件 【R02年度】	R02から 新たな目標 を設定			

16		伝統的工芸品月間等参加事業	伝統的工芸品産業の振興を図るため、(一財)伝統的工芸品産業振興協会が実施する伝統的工芸品月間事業と全国伝統的工芸品展に参加する。	○伝統的工芸品月間事業 出展者：近江上布・彦根仏壇 開催期間：10月31日(土)～3日(火・祝) ○全国伝統的工芸品展 開催期間：2月18日(木)～23日(火) 開催場所：東武百貨店池袋8F 出展者：近江上布、信楽焼 和ろうそく、ろくろ工芸品、上丹生木彫	引き続き、伝統的工芸品月間事業等へ参加し、県内伝統的工芸品のPRに努める。	(再掲)	モノづくり振興課	2					
				WAZA展への出展を通して「販路開拓につながった」と感じた事業者の割合	-	-	-	-	-	【 】			
17		伝統的工芸品販路開拓コーディネート事業	伝統の技術を活かした新商品開発や、新たな販路の開拓を希望する伝統的工芸品製造業者を対象に、東京インターナショナルギフトショー出展を通じた支援を実施することにより、新規顧客の獲得や販路拡大を目指す。	○伝統の技術を生かした新商品開発や東京インターナショナルギフトショー出展等を通じた支援を実施した。 ・近鉄草津店 会期：10月28日(水)～11月3日(火・祝) 場所：近鉄草津店アカリスポット 出展者：上丹生木彫、木珠(高級木製数珠玉)、(再興)湖東焼、ろくろ工芸品、信楽焼、彦根仏壇、八幡丸竹工芸品、手織真田紐 ・東京インターナショナルギフトショー 会期：2月3日(水)～2月5日(金) 場所：東京ビッグサイト 出展者：上丹生木彫、木珠(高級木製数珠玉)、ろくろ工芸品、信楽焼、彦根仏壇、手織真田紐	来年度より「滋賀県モノづくり・匠の技展」開催事業・滋賀の匠クラウドファンディング支援事業へ移行	(再掲)	モノづくり振興課	3 29					
				「販路開拓につながった」と感じた参加事業者の割合	-	-	100% (65%)	33% (65%)	-	【 】			
18		環境こだわり農産物流通拡大事業	環境こだわり農産物の有利販売・流通拡大を目指し、「環境こだわり米コシヒカリ」の集荷・流通促進や高付加価値販売のための取組等に対して支援する。	複数量販店にて、環境こだわり米こしひかりを定番商品として販売いただくことが出来た。また、事業を活用し店頭販促物を設置いただきさらなる販促を進めることが出来た。	関係団体と連携し、さらなる流通事業者に対する取り扱い拡大に向けた働きかけを強化する。「環境こだわり米コシヒカリ」の商品化に加え、PRの支援を行うことで、流通量の増加を図る。	819	食のブランド推進課	-					
				環境こだわり米コシヒカリの作付面積	-	-	4,718ha (5,250ha)	4,552ha (-)	-	6,000ha以上 【R04年度】			

19	<p>①新</p> <p>つなげる！応援店「滋賀の食材」県外プロモーション事業</p>	<p>首都圏や京阪神において、ホテル・飲食店と県内生産者等との継続的な関係構築をめざし、滋賀食材の認知度向上、消費拡大を図る。</p>	<p>○首都圏メニューフェア ・メニューフェア<秋>：9/11～10/31実施。 (実施店舗)東京の飲食店等10店舗 (滋賀食材)約12品目(みずかがみ、近江牛、ビワマス、近江の茶、杉谷とうがらし、彦根梨など) ・メニューフェア<冬>：R3.2月予定</p> <p>○京阪神メニューフェア ・メニューフェア：11/1～11/30実施。 (実施店舗)京阪神の飲食店10店舗 (滋賀食材)みずかがみ、近江牛、ビワマス、近江の茶、水口かんぴょうなど</p>	<p>イベントのみの一過性の取引とせず、継続した滋賀食材の利活用につなげるのが課題であり、引き続き、店舗および生産者へ必要な働きかけを行う。</p>	102%	113店舗 (110店舗)	-	110店舗 【R02年度】	R01から新たな目標を設定	11,052	食のブランド推進課	-
20	<p>②拡</p> <p>健康長寿日本一の滋賀育ち食材を活かした『滋賀めし』創造事業</p>	<p>大学や民間企業と連携し内・中・外食において、「健康」をキーワードにメニュー開発や提供することで、滋賀県産食材の消費拡大を図るとともに、食のブランドの一つとして滋賀の健康な食を県内外に発信する。</p>	<p>○メニューフェアの実施 ・11/1～12/31にフェアを開催し、33事業者が参加。</p> <p>○メニューコンテストの実施 ・応募数104レシピ(8レシピで表彰)</p> <p>○野菜PR用POP等の作成・配布 野菜11種類、ポスター1種</p> <p>○民間企業との連携 ・平和堂で惣菜提供(びわこの日)など</p>	<p>○「内食」「中食」「外食」と様々なシーンで『滋賀めし』普及を推進するため、引き続きメニューフェアやコンテストを通じて『滋賀めし』を推進する。</p>	130%	26事業者 (20事業者)	-	20事業者 【R02年度】	「滋賀めし」提供・協力事業者数(累計)	(再掲)	食のブランド推進課	6
21	<p>③新</p> <p>オーガニック米等販路開拓事業</p>	<p>関係団体と連携し、まとまった需要が見込める首都圏等で、統一デザインを用いた「オーガニック近江米」等の販路開拓を進める。</p>	<p>首都圏における販路開拓マネージャーの設置やオーガニックEXPOへの出展等を通じて販路開拓を進めるとともに、量販店において統一デザインの米袋を用いた販売を実施した。現在も流通網の整備や米粉等の新商品の開発に向けた検討を進めているところ。</p>	<p>「オーガニック近江米」は、これまで産地単位で取り扱ったことの無い新しい商品のため、生産・流通・販売・消費の各段階で解決すべき様々な課題があることから、関係者と連携・調整を進めつつ、引き続き販路開拓・流通拡大を進める。</p>	125	237ha (190ha)	-	300ha 【R04年度】	オーガニック農業(水稲)作付面積(ha)	5,080	食のブランド推進課	-

22	<p>◎新◎創</p> <p>みんなで築く「おいしいオーガニック茶」産地育成事業</p>	<p>海外への市場開拓を進めるとともに、消費者の安全・安心志向に応え、ブランド力を持った「近江の茶」産地の育成を図るため、高品質なオーガニック栽培による茶生産の取組を支援する。</p>	<p>○高品質有機栽培技術の確立試験を茶業指導所において実施</p> <p>○甲賀市の2産地において、品質向上を図るための技術実証ほの設置および品質評価を実施。また産地の生産・製茶体制等の整備に向けた産地検討会を開催。</p> <p>○東近江市の1産地において、生産拡大のための展示ほの設置および研修会を開催。</p>	<p>○依然として有機茶と慣行茶の品質差があるため、うま味向上に向けた技術確立および産地での実証を継続。</p> <p>○甲賀市については品質向上と併せて集荷・製茶体制等の仕組みについて引き続き検討し、オーガニック茶の流通拡大を図る。</p> <p>○東近江市等の小規模産地においてはオーガニック茶の生産拡大を図る。</p>	2,635	農業経営課	38 60																								
		<table border="1"> <tr> <td>「近江の茶」 輸出货量(t)</td> <td>- (-)</td> <td>2.4t (6t)</td> <td>6.5t (8t)</td> <td>0.9t (10t)</td> <td>- (-)</td> <td>10t 【R02年度】</td> <td>-</td> </tr> </table>	「近江の茶」 輸出货量(t)	- (-)	2.4t (6t)	6.5t (8t)	0.9t (10t)	- (-)	10t 【R02年度】	-																					
「近江の茶」 輸出货量(t)	- (-)	2.4t (6t)	6.5t (8t)	0.9t (10t)	- (-)	10t 【R02年度】	-																								
23	<p>近江米生産・流通ビジョン推進事業</p>	<p>新たな米政策の下、近江米の需要拡大に向け策定された「近江米生産・流通ビジョン」の実現に向け、近江米振興協会や各産地が実施する「みずかがみ」をはじめとする近江米の生産振興の取組やPR活動を支援するとともに、新品種の育成を加速化する。</p>	<p>○令和2年産米食味ランキングでの「みずかがみ」と「コシヒカリ」での「特A」取得に向け、近江米振興協会が実施するプロジェクト活動等を支援した結果、「コシヒカリ」において2年連続となる「特A」を取得した。</p> <p>○9JAに対し、生産者組織が行う品質や食味向上のための技術研鑽活動を支援した。</p> <p>○JA等の5集荷業者に対し、一定の品質と食味を満たすプレミアム米57トンの集荷を支援した。</p> <p>○ブランド確立と販売促進を図るため、近江米振興協会が行うテレビCM(9月)の放映を支援した。</p>	<p>○作柄の低下等により、不作となると米の販売数量が確保できず需要実績が低下することや、コロナ禍による需要の落ち込みが大きい中、需要の維持向上とともに、安定した生産を確保する必要がある。</p> <p>○このため、気象変動に対応した米の生産安定に向けた取組の強化とコロナ禍での米の需要拡大に向けた取組が必要となっている。</p> <p>○今後、気象変動に対応する栽培管理の実践体制の強化をはじめ、関係団体が行う「コシヒカリ」と「みずかがみ」での「特A」の継続取得の取組やテレビCM等のPR活動等の取組を支援する。</p> <p>○また、マーケットインの視点に立ち、需要の変化に対応して、播種前契約や複数年契約を関係団体と連携のもと進めるなど、安定した取引による近江米の生産拡大を図る。</p>	24,101	<p>食のブランド推進課</p> <p>・農業経営課</p>	-																								
		<table border="1"> <tr> <td>全国の主食用米 需要量に占める 近江米のシェア (直近3か年平均)</td> <td>- (-)</td> <td>- (-)</td> <td>2.10% (2.13%)</td> <td>2.13% (2.14%)</td> <td>- (2.15%)</td> <td>2.16% 【R03年度】</td> <td></td> </tr> </table>	全国の主食用米 需要量に占める 近江米のシェア (直近3か年平均)	- (-)	- (-)	2.10% (2.13%)	2.13% (2.14%)	- (2.15%)	2.16% 【R03年度】																						
全国の主食用米 需要量に占める 近江米のシェア (直近3か年平均)	- (-)	- (-)	2.10% (2.13%)	2.13% (2.14%)	- (2.15%)	2.16% 【R03年度】																									
<p>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(4事業)</p>																															
24	<p>海外展開総合支援事業</p>	<p>ジェトロ滋賀貿易情報センターと連携し、貿易や海外投資等に関する相談に対応するとともに、ASEAN地域を重点的に中小企業の海外事業展開を支援する。</p>	<p>ジェトロ滋賀において、相談対応や企業訪問を通して、県内中小企業等の海外展開をきめ細かに支援。</p> <p>本県が覚書を締結する海外機関との関係を生かして県内中小企業等の海外展開を支援。</p>	<p>新型コロナウイルスにより、渡航が制限され、リアルでの海外展示会出展やミッション派遣・受入等が困難な状況であるため、ウェビナーやオンライン商談会など、オンラインを活用した企業支援に取り組む。</p>	15,367	<p>商工政策課</p>	-																								
			<table border="1"> <tr> <td>出張相談件数</td> <td>497件 (46件)</td> <td>1129件 (400件)</td> <td>1015件 (400件)</td> <td>313件 (400件)</td> <td>- (-)</td> <td>400件 【R02年度】</td> <td rowspan="3">総合戦略事業</td> </tr> <tr> <td>海外見本市出展支援件数</td> <td>16件 (20件)</td> <td>- (-)</td> <td>- (-)</td> <td>- (-)</td> <td>- (-)</td> <td>16件 【H29年度】</td> </tr> <tr> <td>海外現地(ホーチミン市等)企業支援件数</td> <td>13件 (5件)</td> <td>6件 (5件)</td> <td>9件 (5件)</td> <td>16件 (6件)</td> <td>- (-)</td> <td>6件 【R02年度】</td> </tr> </table>	出張相談件数				497件 (46件)	1129件 (400件)	1015件 (400件)	313件 (400件)	- (-)	400件 【R02年度】	総合戦略事業	海外見本市出展支援件数	16件 (20件)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	16件 【H29年度】	海外現地(ホーチミン市等)企業支援件数	13件 (5件)	6件 (5件)	9件 (5件)	16件 (6件)	- (-)	6件 【R02年度】			
			出張相談件数	497件 (46件)				1129件 (400件)	1015件 (400件)	313件 (400件)	- (-)	400件 【R02年度】	総合戦略事業																		
海外見本市出展支援件数	16件 (20件)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	16件 【H29年度】																									
海外現地(ホーチミン市等)企業支援件数	13件 (5件)	6件 (5件)	9件 (5件)	16件 (6件)	- (-)	6件 【R02年度】																									

25	滋賀県海外展開トッ プランナー企業支援 事業	ジェトロ滋賀貿易情報セン ターと連携して、県内中小 企業のモデルとなりうる成 功事例を創出し、本県経済 を牽引しうる企業の支援を 行うため、海外販路開拓に 必要な経費の一部を助成す る。	7件を採択し、海外展開に要する経費を助成。 ジェトロ滋賀と連携し、事業計画策定や事業の進 捗状況等のフォローアップを実施。				採択企業の進捗状況確認やフォローアップのため、 ジェトロ滋賀と共に企業訪問等を行い、ヒアリン グ・事業に関するアドバイス等を行う。				5, 168	商工政策課	-	
			支援件数	- (-)	5件 (4件)	8件 (4件)	7件 (6件)	- (-)	4件 【R01年度】					
26	近江の地域産業振興 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、持続的な取組 に支援する。	○地場産業組合等海外展開戦略等支援補助金 国内外の販路開拓や後継者育成に対し助成。 10組合15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。 ・知財活用（地域団体商標など）に向けた支援 ・地場産業等における地域デザインへの支援 ・地場産業等の認知度向上の情報発信支援 等				・近江の地域産業振興総合支援事業については1/ 2の補助率であるが、零細な組合にとっては、1/ 2の自己負担を負担することが困難なところもあ る。 ・各組合が希望する補助内容は多岐にわたることか ら、組合だけではなく事業者の要望に直接対応でき る支援の充実を検討する必要がある。 ・より効果的に実施できるよう、内容や発信方法に ついて絶えず改善を続ける必要がある。 ・継続的、定期的に事業を実施することが認知度向 上には重要である。 ・近江の地場産業および近江の地場産品の実態につ いて調査を実施する（概ね5年を目安とする）。				100	(再掲)	モノづくり振興課	4 69 90
			新商品開発等 ブランド強化 に取り組んだ 組合数	15組合 (10組合)	16組合 (12組合)	14組合 (12組合)	14組合 (14組合)	- (-)	- 【 】	-				
27	世界に広げる「滋賀 の食材」海外プロ モーション事業	輸出戦略にそって、海外に おける滋賀県産食材・食品 の販路拡充・需要拡大を促 進する。	○国内商社とのオンライン商談を実施 6月 ○台湾バイヤーとのオンライン商談を実施 12～ 2月				○輸出に取り組んだ事業者が継続的、安定的に輸出 を行えるよう、ジェトロ滋賀貿易情報センターと連 携し、サポートしていく必要がある。 ○引き続き、近隣のアジア各国でのプロモーション を行う。				0	食のブランド推進課	-	
			県内の新たに 輸出に取り組 む事業者数 (累計)	18件 (10件)	24件 (25件)	39件 (30件)	128 51件 (45件)	- (-)	40件 【R02年度】	-				
エ 近江の地場産業事業者等に対する技術提供や共同研究、商品開発等の取組支援(12事業)														
28	びわ湖材産地証明事 業	びわ湖材産地証明制度の運 営および品質認定の取得を 支援するとともに、新たな 木材利用を普及啓発する。	○CLT建築物の情報提供等によりCLT等の普及促 進を図るとともに、CLTや2×4等のびわ湖材の新 たな利用を拡大をするため、県外工場の認定促進や情 報発信を行った。 ○県産木材活用推進協議会に対し、びわ湖材産地証明 制度の運営を支援した。				○CLT等の普及促進を図るとともに、びわ湖材の 利用拡大をするための研修会を開催。 ○びわ湖材産地証明制度の運営および日本農林規格 (JAS)認定の取得を支援。				2, 966	森林政策課	40	
			びわ湖材証明 を行った年間 木材量	54, 981m ³ (48, 500m ³)	55, 019m ³ (54, 000m ³)	64, 750m ³ (59, 500m ³)	64, 940m ³ (65, 000m ³)	- (-)	65, 000m ³ 【R02年度】	琵琶湖森林 づくり基本 計画				

29	<p>新創</p> <p>伝統的工芸品販路開拓コーディネーター事業（再掲）</p>	<p>伝統の技術を活かした新商品開発や、新たな販路の開拓を希望する伝統的工芸品製造業者を対象に、東京インターナショナルギフトショー出展を通じた支援を実施することにより、新規顧客の獲得や販路拡大を目指す。</p>	<p>○伝統の技術を生かした新商品開発や東京インターナショナルギフトショー出展等を通じた支援を実施した。</p> <p>・近鉄草津店 会期：10月28日（水）～11月3日（火・祝） 場所：近鉄草津店アカリスポット 出展者：上丹生木彫、木珠（高級木製数珠玉）、（再興）湖東焼、ろくろ工芸品、信楽焼、彦根仏壇、八幡丸竹工芸品、手織真田紐</p> <p>・東京インターナショナルギフトショー 会期：2月3日（水）～2月5日（金） 場所：東京ビッグサイト 出展者：上丹生木彫、木珠（高級木製数珠玉）、ろくろ工芸品、信楽焼、彦根仏壇、手織真田紐</p>				<p>来年度より「滋賀県モノづくり・匠の技展」開催事業・滋賀の匠クラウドファンディング支援事業へ移行</p>				(再掲)	モノづくり振興課	3 17
			<p>試作品を作成し、商品化への期待を持たせたと感じた割合</p>	- (-)	100% (65%)	100% (65%)	33% (65%)	- (-)	- (-)	-			
30	プロジェクトチャレンジ支援事業	<p>中小企業が新プロジェクトを立案しチャレンジできる環境を整備することで新製品や新技術開発を活発化し、開発されたものを事業化へつなげることによって、県内経済の向上につなげる。</p>	<p>○今年度は、新たに優良な研究開発計画を19件、プロジェクト補助金を18件採択し、採択企業は新製品、新技術の開発に取り組まれている。</p>				<p>来年度は、コロナ対応モノづくり研究開発事業として実施し、新型コロナウイルス感染症対策に資する研究課題や社会変革に向けた研究課題について加點措置を行い、積極的に採択する。</p>				58,565	モノづくり振興課	53
			<p>中小企業の新製品等開発計画の認定等件数</p>	25件 (24件)	34件 (32件)	41件 (40件)	237 19件 (8件)	- (-)	- (-)	総合戦略事業 R02より目標値変更			
31	<p>創</p> <p>個性ある「近江の地酒」開発・発信事業</p>	<p>工業技術総合センターの支援の下で県内醸造所共通の課題解決と各醸造所自らが、日本酒醸造試験室を用いた試験・開発を行う。これに必要な施設と運営体制の整備を行う。</p>	<p>1. 醸造試験設備、分析評価装置の手順書作成 2. 醸造試験の実施（3回） 3. 共同研究にて醸造所で実地醸造試験の実施（5件）</p>				<p>1. 日本酒醸造試験室を活用して、県独自の醸造用酵母の開発に取り組む 2. 県内清酒および人気のある県外清酒の酒質（香り、旨味）を分析し、酒質の向上や全国新酒鑑評会での金賞受賞を支援</p>				1,531	工業技術総合センター	-
			<p>新製品清酒の開発</p>	- (-)	- (-)	3 (2種類)	150 3 (2種類)	- (-)	2種類 【R02年度】	-			
32	窯業技術研究開発事業	<p>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。</p>	<p>1. 「陶磁器デザイン指導事業」等により、実施許諾10件、技術移転を17件と技術支援を行った。 2. 「信楽焼坪庭製品の市場開拓に向けた開発研究」により、製品提案（9件）と展示普及。 3. 「窯業系廃棄物を活用した園芸土木資材の開発」により、窯業系廃棄物（釉薬汚泥、砥石汚泥）活用した配合試験を実施。（1件）</p>				<p>引き続き、県内の陶磁器および窯業関連団体の技術支援および産業振興を目的に、各研究開発および報告書の作成、報告会（2月）の実施。</p>				3,650	工業技術総合センター	54
			<p>技術移転（特許出願、実施許諾を含む）、試作品開発、新素材開発件数</p>	46件 (50件)	44件 (50件)	24件 (25件)	140 37件 (25件)	- (-)	25件 【R02年度】	組織目標 (R01より指標内容変更)			

33	地域産業育成指導事業	窯業関連事業者への技術情報の提供および窯業関連製品や素材の試験および研究を行う。	技術情報誌「陶」編集、「TEIBAN商品開発研究会」「信楽焼屋上緑化研究会」支援、機器開放、技術指導、生産物提供、製品・素材の研究開発を実施。	引き続き、技術情報誌「陶」発行、「TEIBAN商品開発研究会」「信楽焼屋上緑化研究会」支援、機器開放、技術指導、生産物提供、製品・素材の研究開発を実施。	4,883	工業技術総合センター	55					
			-	-	-	-	-	-				
34	信楽焼商品化のための3Dモデル活用支援事業	信楽焼および県内の窯業関連企業に対し、3Dモデルを活用した商品開発の支援を実施する。	<ul style="list-style-type: none"> 講習会の開催：1回実施（8人参加）。 個別指導として、3DCAD実習（入門、モデル作成）を実施（11月）。 技術指導および商品開発支援（1件）を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> 個別指導として、3DCAD実習（入門、モデル作成）を実施（2月）。 次年度はコロナ後の景気回復と技術支援を目的に3Dプリンタ等の最新機器による「デジタル技術を活用した陶製品開発人材育成事業」と改称し、事業継続する。 	1,548	工業技術総合センター	56					
			3Dモデルを活用した商品の開発	-	-	-	100	1件（1件）	-	-	-	
35	ものづくり技術高度化事業	県内製造業で必要となる「ものづくり技術」の高度化を目指した技術開発と高性能・高機能な新規材料を創製し、企業の技術競争力強化、および新分野進出を支援する。	外部評価委員会の評価を受けた重点研究テーマの取り組み件数。	引き続き、地場・地域産業などのモノづくり技術の高度化に向けた研究に取り組む。	525	東北部工業技術センター	57					
			-	3（3テーマ）	3（3テーマ）	3（3テーマ）	100	3（3テーマ）	-	-	-	

36	技術移転・共同研究事業	当センターで開発した新技術の研究成果を企業などに移転するとともに、共同研究を実施することで、実用化に必要な種々の条件について検討を加え早期の企業化を目指す。	次の2事業について実施（目標） ○技術移転研究開発事業（技術普及件数） ○共同研究推進事業（産学官連携共同研究数）				引き続き、研究成果について早期の企業化を目指す。				2, 272	東北部工業技術センター	58
			産学官連携共同研究数	28件 (25件)	25件 (25件)	26件 (25件)	100	25件 (25件)	- (-)	25件 【R02年度】			
			技術普及件数	14件 (12件)	15件 (12件)	17件 (12件)	100	14件 (12件)	- (-)	12件 【R02年度】			
37	地域産業支援事業	地域産業の活性化を促進するため、地場産業の固有技術などの地域資源の活用やデザイン・感性の付加を行うとともに、センターの研究成果を活用することにより製品開発の支援を行う。	次の3事業について実施（目標） ○繊維産業開発支援事業 ○パルプ産業開発支援事業 ○ブランド構築支援事業（講習会開催件数）				引き続き、地域産業の活性化促進に向けた支援を実施していく。コロナ対策としてウェブ開催も検討する。				746	東北部工業技術センター	59
			講習会等の開催数	22回 (17回)	23回 (20回)	21回 (20回)	70%	14回 (20回)	- (-)	20回 【R02年度】			
38	新 創 みんなで築く「おいしいオーガニック茶」産地育成事業（再掲）	海外への市場開拓を進めるとともに、消費者の安全・安心志向に応え、ブランド力を持った「近江の茶」産地の育成を図るため、高品質なオーガニック栽培による茶生産の取組を支援する。	○高品質有機栽培技術の確立試験を茶業指導所において実施 ○甲賀市の2産地において、品質向上を図るための技術実証ほの設置および品質評価を実施。また産地の生産・製茶体制等の整備に向けた産地検討会を開催。 ○東近江市の1産地において、生産拡大のための展示ほの設置および研修会を開催。				○依然として有機茶と慣行茶の品質差があるため、うま味向上に向けた技術確立および産地での実証を継続。 ○甲賀市については品質向上と併せて集荷・製茶体制等の仕組みについて引き続き検討し、オーガニック茶の流通拡大を図る。 ○東近江市等の小規模産地においてはオーガニック茶の生産拡大を図る。				(再掲)	農業経営課	22 60
			「近江の茶」輸出量(t)	- (-)	2.4t (6t)	6.5t (8t)	0.9t (10t)	- (-)	10 t 【R02年度】	-			
39	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開催する「滋賀県水産物加工品品評会」等琵琶湖の魚介類の普及宣伝活動に対して支援を行う予定であったが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、中止となった。				【課題】 琵琶湖の魚介類のおいしさを、広く周知するとともにイメージの向上と定着を図るため、コロナ禍に対応した継続的な取組が必要。 【今後の取組】 ・滋賀県水産物加工品品評会の継続的な開催 ・琵琶湖の魚介類のPR及び情報提供				(再掲)	水産課	14 51
			-	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- 【 】	-			

オ 情報発信ツールやインターネット等を活用した産地情報や産品情報のPR(7事業)												
40	びわ湖材産地証明事業(再掲)	びわ湖材産地証明制度の運営および品質認定の取得を支援するとともに、新たな木材利用を普及啓発する。	○CLT建築物の情報提供等によりCLT等の普及促進を図るとともに、CLTや2×4等のびわ湖材の新たな利用を拡大するため、県外工場の認定促進や情報発信を行った。 ○県産木材活用推進協議会に対し、びわ湖材産地証明制度の運営を支援した。			○CLT等の普及促進を図るとともに、びわ湖材の利用拡大するための研修会を開催。 ○びわ湖材産地証明制度の運営および日本農林規格(JAS)認定の取得を支援。				(再掲)	森林政策課	28
			びわ湖材証明を行った年間木材量	54,981m ³ (48,500m ³)	55,019m ³ (54,000m ³)	64,750m ³ (59,500m ³)	64,940m ³ (65,000m ³)	- (-)	65,000m ³ 【R02年度】			
41	木育推進事業	木製品をはじめとするびわ湖材の利用拡大を推進するため、展示会等に出展しびわ湖材製品の普及啓発を行うとともに、製品情報をホームページに掲載しびわ湖材の情報発信を行うことでびわ湖材の利用の拡大を図る。	○木に触れ、親しんでもらう場を提供するため、普及啓発イベントを実施した。 ○愛知県の主催する木材製品展示会「WOODコレクション」をはじめとする各種展示会においてびわ湖材製品を出展し、県内外に対してびわ湖材の魅力を発信した。 ○びわ湖材製品情報をホームページ等に掲載し、情報発信を実施している。			○多くの人が木に触れ、親しむことのできる機会を提供し、木の良さを普及啓発する。 ○展示会等に出展しびわ湖材製品の魅力発信を行う。 ○製品情報をホームページ等に掲載し消費者に対して情報発信を行う。				2,071	森林政策課	-
			びわ湖材証明を行った年間木材量	- (-)	- (-)	64,750m ³ (59,500m ³)	64,940m ³ (65,000m ³)	- (-)	65,000m ³ 【R02年度】			
42	創 「ココクール」魅力発信事業(再掲)	「ココクール マザーレイク・セレクション」をはじめとする滋賀らしい価値観を持つ商品・サービスを県内外へ広く伝える場を創り、魅力を発信することにより認知度向上を図り、販路拡大および誘客促進に繋げる。	○令和2年10月28日～11月9日の2週間、近鉄百貨店草津店2階の伝え場で「ココクールフェア2020」を実施した。 ○オンラインツールを活用した商談会の実施に向け、事業に参加する選定事業者に対し、研修を実施中。 (商談会は2月26日実施予定)			68の選定事業者に対し、「ココクール」を契機とした「新たなチャレンジ」を促していく。				(再掲)	商工政策課	15
			商談成立件数	- (-)	- (-)	11店舗 (12店舗)	23件 (20件)	- (-)	20件 【R02年度】			
43	伝統的工芸品産業振興事業	伝統的工芸品産業の振興を図るため、指定産地の調査や伝統的工芸品紹介冊子を作成する。	○滋賀県伝統的工芸品紹介冊子を2,000部増刷 ○東京インターナショナルギフトショー・近鉄草津店・ここ滋賀・WAZA展で配布を行った。			来年度の滋賀県伝統的工芸品の指定の際に冊子の内容を修正する。				159	モノづくり振興課	-
			-	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- 【-】			
44	新 オーガニック米生産拡大事業	オーガニック米の生産拡大を図るため、乗用型水田除草機の導入支援、収量・品質の安定化に向けた栽培技術の普及を行う。	乗用型水田除草機の現地実演会(3か所)や各種研修会(4回)、機械導入補助等を行い安定栽培技術の普及・啓発を行った。			面積目標を達成したものの、オーガニック農業(水稲)の取組割合は低く、引き続き実演会や研修会の開催、啓発資料の作成等を通じ、技術普及を図る。				3,353	食のブランド推進課	-
			オーガニック農業(水稲:有機JAS認証相当)取組面積(ha)	- (-)	- (-)	- (-)	125% 237ha (190ha)		300ha 【R04年度】			

45	びわ湖のめぐみ魅力 体感事業(再掲)	地域のネットワーク構築を支援することにより、持続的に湖魚の取扱い情報が発信されるとともに、学校給食に湖魚が提供されることで、湖魚を食べる機会の増加、認知度向上や消費拡大を図る。	<ul style="list-style-type: none"> 湖魚に関する情報収集と地域からの情報発信力向上のためのネットワーク構築の支援。 びわ湖のめぐみに関する情報発信。 学校給食への湖魚食材の提供(約9万食)と湖魚を学ぶ講座を実施。 				【課題】 <ul style="list-style-type: none"> 漁業者自身の湖魚の魅力発信能力の向上が必要。 画一的な湖魚の流通の改善が必要。 給食での湖魚利用の拡大が必要。 【今後の取組】 <ul style="list-style-type: none"> 意欲ある担い手自身が飲食店等と連携して情報発信するためのスキルの向上 湖魚の流通の多様化の推進 学校給食関係者への情報提供や、供給取り扱い食材の拡大 				(再掲)	水産課	10 87
			びわ湖産魚介類を活用する事業者数	191 (150)	220 (180)	235 (200)	123% 245 (200)	- ()	200 【令和2年度】				
46	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開催する「滋賀県水産物加工品品評会」等琵琶湖の魚介類の普及宣伝活動に対して支援を行う予定であったが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、中止となった。				【課題】 琵琶湖の魚介類のおいしさを、広く周知するとともにイメージの向上と定着を図るため、コロナ禍に対応した継続的な取組が必要。				(再掲)	水産課	11 39
			-	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- 【 】	-			

令和2年度 近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する施策の実施状況

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R03.3月末)			課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲
				指標	平成29年度の実績値 (目標値)	平成30年度の実績値 (目標値)	令和元年度の実績値 (目標値)	達成度% 令和2年度の実績値 (目標値)	令和3年度の実績値 (目標値)	最終目標値【事業の最終年度】			
(2)近江の地場産業事業者等の経営基盤強化のための、経営改善および合理化、資金の供給の円滑化等													
ア 近江の地場産業事業者等の経営改善および合理化推進のための支援(4事業)													
47	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"> 年度を通じて申請件数の著しい増加がみられた。 経営革新計画承認後も中小企業診断士による事業計画のフォローアップを実施、試作品作成や販路開拓による市場化を補助金で支援した。 				<ul style="list-style-type: none"> 質の高い計画の作成につながるよう努め、中小企業の更なる発展を促す必要がある。 				10,720	中小企業支援課	-
			「市場化ステージ支援事業補助金企業化状況調査」による企業化率	93件 (95件)	133件 (125件)	162件 (155件)	41% (35%)	- (-)	- (-)	R02より新規指標。R01までは経営革新計画の承認件数が指標。			
48	小規模事業者新事業スタートアップ支援補助金	県内中小企業のうち9割近くを占める小規模事業者が策定する新たな取組に関する計画に従って実施する事業のうち、事業化・市場化段階にある事業について経費の一部を助成する。	<ul style="list-style-type: none"> 採択事業者23者中、8者事業完了済み。 				<ul style="list-style-type: none"> 新商品、新サービスに限るという条件があるものの、採択事業者からは大変満足頂いているため、小規模事業者に特化した事業として、今後も形を変えつつ取り組んでいきたい。 				8,500	中小企業支援課	-
			新商品市場化または販路開拓が進んだと感じた事業者の割合	- (-)	100% (80%)	87% (80%)	95% (80%)	- (-)	- (-)	-			
49	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。	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けている事業者から、資金繰りや借入に関する相談が増加している。 				<ul style="list-style-type: none"> 国や県等から様々な支援策が打ち出される中、事業者に迅速に届けていくため、商工会、商工会議所の情報発信力を高める必要がある。 				1,402,351	中小企業支援課	-
			補助対象職員の指導件数(毎年)	88,233件 (77,000件)	85,857件 (77,000件)	82,471件 (77,000件)	91,895件 (87,000件)	- (-)	- (-)	-			
50	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"> コロナ禍において、個々の組合でリモート環境が整備されておらず、組合の方針を決める会議等が開催できなかったことから、組合の運営に関する相談を中心に対応した。 				<ul style="list-style-type: none"> コロナ禍において、個々の組合のリモート環境が未整備であり課題となったことから、個々の組合への導入・活用を進めていく必要がある。 				94,745	中小企業支援課	-
			補助対象職員の指導件数(毎年)	4,084件 (3,900件)	4,174件 (3,900件)	5,192件 (3,900件)	4,907件 (4,200件)	- (-)	- (-)	-			

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)													
51	中小企業振興資金貸付金	中小企業者の経営安定等を図るため、制度融資を実施する。	中小企業者の経営安定等を図るため、制度融資を実施した。(令和3年3月末現在、新規貸付18,320件)				中小企業者の様々な資金需要に応えられるよう制度改正を行う。				47,270,700	中小企業支援課	-
			-	-	-	-	-	-	-	-			
52	水産振興資金融資基金預託金	漁業経営の近代化、経営の安定および合理化等に必要な資金の融資を行う。	漁業経営の安定等に必要な資金の融資を行っている。				【課題】 滋賀県の漁業者が使用しやすいように、制度を運用する必要がある。 【今後の取組】 ・融資制度の周知と漁業者の資金ニーズに聞き取りを継続的に行い、随時、申請に応じて融資を行う。				45,704	水産課	-
			-	-	-	-	-	-	-	-			

令和2年度 近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する施策の実施状況

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R03.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲
				指標	平成29年度の実績値 (目標値)	平成30年度の実績値 (目標値)	令和元年度の実績値 (目標値)	達成度% 令和2年度の実績値 (目標値)	令和3年度の実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の最終年度】	備考			
(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(11事業)														
53	プロジェクトチャレンジ支援事業 (再掲)	中小企業が新プロジェクトを立案しチャレンジできる環境を整備することで新製品や新技術開発を活発化し、開発されたものを事業化へつなげることで、県内経済の向上につなげる。	○今年度は、新たに優良な研究開発計画を19件、プロジェクト補助金を18件採択し、採択企業は新製品、新技術の開発に取り組まれている。				来年度は、コロナ対応モノづくり研究開発事業として実施し、新型コロナウイルス感染症対策に資する研究課題や社会変革に向けた研究課題について加点措置を行い、積極的に採択する。				(再掲)	モノづくり振興課	30	
			中小企業の新製品等開発計画の認定等件数	25件 (24件)	34件 (32件)	41件 (40件)	237% 19件 (8件)	- (-)	- (-)	総合戦略事業 R02より目標値変更				
54	窯業技術研究開発事業 (再掲)	県内の陶磁器および窯業関連団体の技術支援および産業振興を目的に、新製品および新素材の研究開発を行う。	1. 「陶磁器デザイン指導事業」等により、実施許諾10件、技術移転を17件と技術支援を行った。 2. 「信楽焼坪庭製品の市場開拓に向けた開発研究」により、製品提案 (9件) と展示普及。 3. 「窯業系廃棄物を活用した園芸土木資材の開発」により、窯業系廃棄物 (釉薬汚泥、砥石汚泥) 活用した配合試験を実施。 (1件)				引き続き、県内の陶磁器および窯業関連団体の技術支援および産業振興を目的に、各研究開発および報告書の作成、報告会 (2月) の実施。				(再掲)	工業技術総合センター	32	
			技術移転 (特許出願、実施許諾を含む)、試作品開発、新素材開発件数	46件 (50件)	44件 (50件)	24件 (25件)	140% 37件 (25件)	- (-)	25件 【R02年度】	組織目標 (R01より指標内容変更)				
55	地域産業育成指導事業 (再掲)	窯業関連事業者への技術情報の提供および窯業関連製品や素材の試験および研究を行う。	技術情報誌「陶」編集、「TEIBAN商品開発研究会」「信楽焼屋上緑化研究会」支援、機器開放、技術指導、生産物提供、製品・素材の研究開発を実施。				引き続き、技術情報誌「陶」発行、「TEIBAN商品開発研究会」「信楽焼屋上緑化研究会」支援、機器開放、技術指導、生産物提供、製品・素材の研究開発を実施。				(再掲)	工業技術総合センター	33	
			-	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	-				

56	<p>⑨</p> <p>信楽焼商品化のための3Dモデル活用支援事業（再掲）</p>	<p>信楽焼および県内の窯業関連企業に対し、3Dモデルを活用した商品開発の支援を実施する。</p>	<p>・講習会の開催：1回実施（8人参加）。</p> <p>・個別指導として、3DCAD実習（入門、モデル作成）を実施（11月）。</p> <p>・技術指導および商品開発支援（1件）を実施。</p>				<p>・個別指導として、3DCAD実習（入門、モデル作成）を実施（2月）。</p> <p>・次年度はコロナ後の景気回復と技術支援を目的に3Dプリンタ等の最新機器による「デジタル技術を活用した陶製品開発人材育成事業」と改称し、事業継続する。</p>				(再掲)	工業技術総合センター	34	
			3Dモデルを活用した商品の開発	- (-)	- (-)	- (-)	100%	1件 (1件)	- (-)	- (-)				-
57	ものづくり技術高度化事業	<p>県内製造業で必要となる「ものづくり技術」の高度化を目指した技術開発と高性能・高機能な新規材料を創製し、企業の技術競争力強化、および新分野進出を支援する。</p>	<p>外部評価委員会の評価を受けた重点研究テーマの取り組み件数。</p>				<p>引き続き、地場・地域産業などのモノづくり技術の高度化に向けた研究に取り組む。</p>				(再掲)	東北部工業技術センター	35	
			-	3 (3テーマ)	3 (3テーマ)	3 (3テーマ)	100%	3 (3テーマ)	- (-)	- (-)				-
58	技術移転・共同研究事業（再掲）	<p>当センターで開発した新技術の研究成果を企業などに移転するとともに、共同研究を実施することで、実用化に必要な種々の条件について検討を加え早期の企業化を目指す。</p>	<p>次の2事業について実施（目標）</p> <p>○技術移転研究開発事業（技術普及件数）</p> <p>○共同研究推進事業（産学官連携共同研究数）</p>				<p>引き続き、研究成果について早期の企業化を目指す。</p>				(再掲)	東北部工業技術センター	36	
			産学官連携共同研究数	28件 (25件)	25件 (25件)	26件 (25件)	100%	25件 (25件)	- (-)	25件 【R02年度】				組織目標
			技術普及件数	14件 (12件)	15件 (12件)	17件 (12件)	100%	14件 (12件)	- (-)	12件 【R02年度】				
59	地域産業支援事業	<p>地域産業の活性化を促進するため、地場産業の固有技術などの地域資源の活用やデザイン・感性の付加を行うとともに、センターの研究成果を活用することにより製品開発の支援を行う。</p>	<p>次の3事業について実施（目標）</p> <p>○繊維産業開発支援事業</p> <p>○パルプ産業開発支援事業</p> <p>○ブランド構築支援事業（講習会開催件数）</p>				<p>引き続き、地域産業の活性化促進に向けた支援を実施していく。コロナ対策としてウェブ開催も検討する。</p>				(再掲)	東北部工業技術センター	37	
			講習会等の開催数	22回 (17回)	23回 (20回)	21回 (20回)	70%	14回 (20回)	- (-)	20回 【R02年度】				組織目標

60	<p>新 創</p> <p>みんなで築く「おいしいオーガニック茶」産地育成事業（再掲）</p>	<p>海外への市場開拓を進めるとともに、消費者の安全・安心志向に応え、ブランド力を持った「近江の茶」産地の育成を図るため、高品質なオーガニック栽培による茶生産の取組を支援する。</p>	<p>○高品質有機栽培技術の確立試験を茶業指導所において実施 ○甲賀市の2産地において、品質向上を図るための技術実証ほの設置および品質評価を実施。また産地の生産・製茶体制等の整備に向けた産地検討会を開催。 ○東近江市の1産地において、生産拡大のための展示ほの設置および研修会を開催。</p>	<p>○依然として有機茶と慣行茶の品質差があるため、うま味向上に向けた技術確立および産地での実証を継続。 ○甲賀市については品質向上と併せて集荷・製茶体制等の仕組みについて引き続き検討し、オーガニック茶の流通拡大を図る。 ○東近江市等の小規模産地においてはオーガニック茶の生産拡大を図る。</p>	(再掲)	農業経営課	22 38
		<p>「近江の茶」 輸出货量(t)</p>	- (-)	2.4t (6t)			
61	近江牛の生産性の効率化に関する研究	<p>子牛生産から肥育出荷までを行う繁殖肥育一貫経営農家における効率的かつ生産性の高い飼養技術を確立する。</p>	<p>○濃厚飼料の増給時期や、粗飼料の給与方法による影響について検討を実施</p>	<p>○高品質な近江牛を効率的に生産するため、引き続き飼養管理技術の確立に向けた研究を実施する。</p>	9,921	畜産課	-
		-	- (-)	- (-)			
62	高品質近江牛づくり推進事業	<p>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。</p>	<p>○高品質雌子牛18頭を農家に譲渡</p>	<p>○優良な和牛子牛の県内生産を図るため、引き続き農家への高品質繁殖雌牛の譲渡を実施する。</p>	33,864	畜産課	-
		-	- (-)	- (-)			
63	家畜の改良増殖と優良種畜の譲渡事業	<p>近江しゃもの種卵を生産者へ供給する。</p>	<p>○近江しゃもの種卵約34,000個を生産者に供給</p>	<p>○地場産品の「近江しゃも」の安定生産を図るため、引き続き種卵の供給を行う。</p>	2,938	畜産課	-
		-	- (-)	- (-)			
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(1事業)							
64	6次産業化ネットワーク活動推進事業	<p>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。</p>	<p>○6次産業化プランナーの派遣 38件 ○6次産業化研修会の開催 伴走支援型研修：講座4回、個別面談2回、インタビュー5回、5名参加 テーマ別研修：講座5回、前年度のフォローアップ2回、延べ100名参加 ○新ビジネス創造セミナーの開催 2回 ○新ビジネス創造プロジェクト活動の実施</p>	<p>○新型コロナウイルスの影響によりプランナー派遣開始時期および研修会の開催時期が遅れ、6次産業化を志向する農林漁業者の掘り起こしが難しくなった。 ○経営改善につながる伴走型のプランナー派遣による支援が必要。 ○6次産業化への意欲や取組段階等に応じた研修が必要。</p>	9,719	農業経営課	-
<p>新たな加工・販売等に取り組む実践者数(毎年)</p>	10事業者 (10事業者)	15事業者 (10事業者)	11事業者 (10事業者)	5事業者 (10事業者)			

令和2年度 近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する施策の実施状況

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R03.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	令和元年度 の実績値 (目標値)	達成度%	令和2年度の 実績値 (目標値)	令和3年度の 実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】			
(4) 担い手となる人材の確保・育成、資質向上に対する支援、優れた技術等の継承の推進等														
ア 担い手となる人材の確保のための情報提供(4事業)														
65		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。	大物ロクロ科1名、小物ロクロ科3名、素地釉薬科1名、デザイン科2名の計7名の研修生を受け入れた。				引き続き、窯業技術者養成のための専門研修と次年度研修生の選考試験(2月)を実施。				780	工業技術総合センター	70
				窯業技術者養成研修受講者数(毎年)	8名 (5名)	8名 (7名)	11名 (7名)	100%	7名 (7名)	- (-)	7名 【R02年度】			
66		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。	○県内大学生を対象とした「滋賀県農業の最前線体感講座」を2回開催した。 ○農業法人等への就職就農に対応するため、「しがの農林水産業で働く!就業相談フェア」を1回開催した。 ○県外の就業フェアのブース出展を3回実施した。				新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、若者を中心として田園回帰志向が見られ、農業等への関心の高まりも想定されることから、引き続き参加者数の確保の強化を図りつつ、大学との連携を強化し、今後も事業を継続していく。				1,182	農業経営課	-
				参加者数	- (-)	150人 (200人)	188人 (200人)	132%	263人 (200人)	- (-)	200人 【R02年度】			
67		創 拡 しがの漁業担い手確保事業	漁業就業者確保を目指し、就業希望者に対する相談業務、短期体験研修および中期実地研修等を実施する。	○相談窓口やWEBサイトの運営、漁業就業者支援フェアへの出展等により、就業希望者に対し、就業方法を案内。 ○47件の相談を受け、短期研修を4件、中期研修を3件実施した。				○琵琶湖漁業の担い手確保に向けて引き続き取組を継続していく。また、担い手の漁業技術や販売スキルの向上を図っていく必要がある。				9,590	水産課	75
				新規漁業就業者(累計)	2人 (1人)	5人 (3人)	9人 (6人)	110%	11 (10人)	- (-)	10人 【R02年度】			

68	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、受講者のスキルレベルに応じたセミナーを開催した。 【初任者向け】 製薬ビギナーセミナー 延べ3回 【初任者～中級者向け】 製薬eセミナー 延べ6回 【中級者～上級者向け】 製薬スキルアップセミナー 0回				○新型コロナウイルス感染症拡大防止の影響により、セミナーの中止や規模縮小をせざるを得なかったが、受講者には、レベルに応じた段階的なスキルアップが図れたことから、引き続き事業を継続する。 ○新型コロナウイルス感染症の状況を見極めながら、受講者のニーズに沿った内容・テーマとなるよう、状況に応じて改善していく必要がある。				2,073	薬務課	-
			-	-	-	-	-	-	-	-			
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(9事業)													
69	近江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、持続的な取組に支援する。	○地場産業組合等海外展開戦略等支援補助金 国内外の販路開拓や後継者育成に対し助成。 10組合15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。 ・知財活用(地域団体商標など)に向けた支援 ・地場産業等における地域デザインへの支援 ・地場産業等の認知度向上の情報発信支援等				近江の地域産業振興総合支援事業については1/2の補助率であるが、零細な組合にとっては、1/2の自己負担を負担することが困難なところもある。 ・各組合が希望する補助内容は多岐にわたることから、組合だけではなく事業者の要望に直接対応できる支援の充実を検討する必要がある。 ・より効果的に実施できるよう、内容や発信方法について絶えず改善を続ける必要がある。 ・継続的、定期的に事業を実施することが認知度向上には重要である。 ・近江の地場産業および近江の地場産品の実態について調査を実施する(概ね5年を目安とする)				(再掲)	モノづくり振興課	4 26 90
			新商品開発等 ブランド強化 に取り組んだ 組合数	15組合 (10組合)	16組合 (12組合)	14組合 (12組合)	100% 14組合 (14組合)	- (-)	- 【 】	-			
70	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。	大物ロクロ科1名、小物ロクロ科3名、素地釉薬科1名、デザイン科2名の計7名の研修生を受け入れた。				引き続き、窯業技術者養成のための専門研修と次年度研修生の選考試験(2月)を実施。				(再掲)	工業技術総合センター	65
			窯業技術者養成研修受講者数(毎年)	8名 (5名)	8名 (7名)	11名 (7名)	100% 7名 (7名)	- (-)	7名 【R02年度】	-			

71	青年農業者等育成確保推進事業費	就農に向けて、相談から定着にいたるまでの一貫した支援体制を整え、次代の優れた本県産業の担い手の育成確保を図る。	<p>○新規就農者の確保育成に向けて、青年農業者育成センターを設置して、就農相談員による相談活動や就農準備講座などの支援を実施した。</p> <p>○就農準備講座は、県内での就農希望者を対象に、就農に必要な基礎知識の講義や新規就農者の体験講演を1回開催した。</p> <p>○農業法人等への就職就農者の定着率向上を図るため、経営者および従業員（新規および中堅）向けにそれぞれに対して研修会を3回開催した。</p>				<p>新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、若者を中心として田園回帰志向が見られ、農業等への関心の高まりも想定される。就農・就業促進に向けて効果的であることから、就農相談については、希望者への農業体験も実施し、また、就農準備講座を開催して、次年度も引き続き施策を実施する。併せて、農業法人等への就職就農者向け研修会も引き続き実施し、定着率向上を図る。</p>				9,610	農業経営課	-
			108%	就農相談員による相談件数	- (-)	103件 (年間120件)	110件 (年間120件)	129件 (年間120件)	- (-)	120件 【R02年度】			
72	未来の養蚕創造プロジェクト事業	本県における繭生産に向けた養蚕業の復活および今後の展開の方向性について検討する。	<p>○桑栽培および蚕飼育の技術習得に向けた支援を行った。</p> <p>○養蚕について、昨年度の反省を踏まえ、近年の秋の高温を踏まえ、晩秋蚕の次期を遅らせ、安定した収穫が得られた。</p> <p>○繭の活用方法等について検討が行われた。</p>				<p>○引き続き、桑栽培および蚕飼育技術の習得について、これまでに得られた課題等を踏まえ、支援を行う。</p> <p>○繭の新用途の検討などについて引き続き支援を行い、養蚕業の今後の展開方向の明確化をめざす。</p>				1,003	農業経営課	-
			67%	養蚕取組組織数	- (-)	- (-)	2組織 (3組織)	2組織 (3組織)	- (3組織)	【 】			
73	大家畜技術指導事業	近江牛生産農家に対して技術指導を行う。	<p>○黒毛和種繁殖雌牛の飼養農家に対して、母牛や子牛の飼養管理に係る技術指導を実施した。</p>				<p>○近江牛の安定生産を図るため、飼養管理に係る引き続き技術指導を実施する。</p>				400	畜産課	-
			-	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	【-】	-			
74	家畜衛生対策事業	家畜衛生の推進に向け、管理体制の整備や衛生指導を行う。	<p>○畜産農家の巡回などにより、家畜疾病の検査等を実施するとともに、家畜衛生に係る飼養管理等を指導することで生産性の向上に対し支援した。</p>				<p>○安全・安心な畜産物を安定的に生産するため、引き続き家畜疾病の予防指導を実施し、生産性の向上を図る。</p>				2,642	畜産課	-
			-	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	【-】	-			

75	創 拡 しがの漁業担い手確保事業	漁業就業者確保を目指し、就業希望者に対する相談業務、短期体験研修および中期実地研修等を実施する。	○相談窓口やWEBサイトの運営、漁業就業者支援フェアへの出展等により、就業希望者に対し、就業方法を案内。 ○47件の相談を受け、短期研修を4件、中期研修を3件実施した。				○琵琶湖漁業の担い手確保に向けて引き続き取組を継続していく。また、担い手の漁業技術や販売スキルの向上を図っていく必要がある。				(再掲)	水産課	67
			新規漁業就業者(累計)	2人 (1人)	5人 (3人)	9人 (6人)	110 11 (10人)	- (-)	10人 【R02年度】	-			
76	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。	○水産業の担い手自身が、水産物の普及催事において、琵琶湖の漁業と湖魚の魅力を伝えるブースを設営した。 ○担い手自身の湖魚をPRするスキルの向上が図れた。				○催事の企画、調整、消費者との対話等を積み重ねることがスキルアップにつながることから、担い手による取組を継続していく。				380	水産課	-
			-	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- 【-】	-			
77	滋賀のくすり振興対策事業	経営者等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。また、若い人材の育成・確保のための講習会等を開催する。	○(一社)滋賀県薬業協会が行ったセミナー事業に対して支援した。 ○大学生を対象とした人材確保のための講習会等は、新型コロナウイルスの影響により中止した。				○セミナーの開催は、各企業の経営者等にとって今後の経営方針、経営戦略を立てる上で有用であるため、引き続き事業に対する支援が必要である。 ○新型コロナウイルスの状況により、講習会等の実施方法を検討する。				335	薬務課	-
			-	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- 【-】	-			
ウ 未来の後継者確保に向けた小中学生等の地場産業等にふれる機会の提供(1事業)													
78	世界にひとつの宝物づくり事業	陶芸作家やボランティア等との協働により、子どもや障がい者が「土」とふれあい、モノづくりの喜び・感動や本物の芸術を体感できるプログラムを提供することにより、陶芸に理解のある次世代の人材育成を図る。	○来園制作の実施 対象：幼稚園～大学、障がい者、団体 内容：鑑賞、見学、陶芸体験 ○出張授業の実施 対象：特別支援学校、 内容：陶芸体験授業				○引き続き来園制作および出張授業を行っていく。陶芸作家やボランティア等の協働により、多くの方にプログラムが提供できるよう体制強化を図っていく必要がある。				3,000	モノづくり振興課	85
			「つちっこプログラム」の参加者数	11,067人 (11,000人)	11,956人 (11,000人)	10,670 (11,000人)	80% 8,825 (11,000人)	- (-)	11,000人 【R01年度】	総合戦略事業			

令和2年度 近江の地場産業および近江の地場製品の振興に関する施策の実施状況

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R03.3月末)				課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲	
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	令和元年度 の実績値 (目標値)	達成 令和2年度の 実績値 (目標値)	令和3年度の 実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】	備考				
(5) 近江の地場産業および近江の地場製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(6事業)															
79	近江の地酒文化普及事業	近江の地酒に関する魅力を発信し、県民等の近江の地酒に対する愛着を高め、地酒でもてなす機運を醸成することで新たなファン獲得や需要の掘り起こしを行い、滋賀への誘客促進や関係人口の創出を図る。	(1) 近江の地酒の魅力を主に県外・海外へ発信することを目的としたパンフレットを作成した。 (2) 滋賀県酒造組合が実施する組合HPの改修を支援し、「滋賀酒ファンが集うページ」、「滋賀酒の販売を行うページ」、「英語での案内ページ」などの整備を行った。 (3) 「滋賀地酒10,000人乾杯プロジェクト」をオンラインで開催し、初めて10,000人を達成した(10,597人)。	・コロナ禍においても近江の地酒の魅力を発信することで、新たなファンの獲得や需要の掘り起こしを目的に、オンライン等も活用した乾杯イベントの開催や商談会を実施していく必要がある。				106%	・10,597人 (10000人)	(10000人)	【10000人】	R02から新たな目標を設定	(再掲)	観光振興局	5
			・「滋賀地酒10,000人乾杯プロジェクト」参加者 10,000人 ・酒造組合のSNSフォロワー数 10,000人	- (-)	- (-)	・1,050人 ・3回 (2回)									
80	しがの地産地消・食育推進事業	県域および各地域の地産地消推進会議の開催や農業体験等による食育活動により、地場農産物の生産拡大と地域内流通および農からの食育を促進する。	○地産地消等を推進する会議の開催 2回 ○食育体験等の促進支援 1団体への補助	○今後とも、県域および各地域の地産地消推進会議の開催や農業体験等への支援し、地場農産物の生産拡大および農からの食育を促進する。				625	-	-	-	-	食のブランド推進課	-	
			- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)								- (-)

81	おいしがうれしが「食」の情報発信総合事業	地産地消の推進を図るため、「おいしがうれしが」キャンペーン推進店への登録の呼びかけ、情報発信等を行う。併せて、生産者と推進店の連携をより強化するための交流会を開催する。 また、滋賀の食材のブランドイメージの向上、地産地消の推進を図るため、滋賀の「食材」の魅力・特徴や購入できる場所等の情報について、インターネットでタイムリーに発信する。	○「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 1,898店舗 ・キャンペーンサポーター 426事業者 ○推進店に対するPR資材および情報提供の推進 ○消費者への県産食材の魅力発信の強化 ・SNSにより生産者等の情報を発信			○県外で滋賀県産食材を取り扱う業者も含め、推進店の登録を推進し、県産食材の内外への発信を促進する。 ○登録事業者の活性化を推進する取組を検討する。				(再掲)	食のブランド推進課	7
			「おいしがうれしが」キャンペーン県内登録店舗数(累計)	1,454店舗 (1,440店舗)	1,511店舗 (1,500店舗)	1,578店舗 (1,550店舗)	100%	1,605店舗 (1,600店舗)	- (-)			
82	もっと食べよう「近江米」！県民運動推進事業	関係団体等と連携し、近江米の消費拡大に向けた県民参加の運動を展開するとともに、県内大学等と連携して、若い世代への米の消費拡大を図る。	○近江米の消費拡大 ラジオ放送にて、エビデンスに基づいた近江米の魅力発信や新たな食べ方提案としてレシピを紹介した。 ○近江米のファン拡大 SNSを活用し、消費者自らが近江米の魅力発信を行うキャンペーンを実施した。 近江米エピソード：2,096収集（累計）			○全国的に米の消費量は年々減少減少しており、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イベントの開催やインターネットを活用したPR等により、より熱心な近江米のファン確保を促進する。				(再掲)	食のブランド推進課	8
			近江米に関するエピソード応募者数(累計)	1784人 (312人)	1,002人 (700人)	1,738人 (1,400人)	105%	2,096人 (2,000人)	- (-)			
83	”ブランド近江牛”流通パワーアップ事業	近江牛の流通を拡大するため、首都圏や京都、地元でのデジタルサイネージ広告等を行うとともに、関係団体が実施する、近江牛販売キャンペーンの実施など、近江牛販売店等関連企業の活性化につながる取組に対して支援する。	近江牛の流通を拡大するため、首都圏・京都や地元の駅、高速SAでのデジタルサイネージ広告を行うとともに、関係団体が実施する、近江牛販売キャンペーンの実施など、近江牛販売店等関連企業の活性化につながる取組に対して支援した。			新型コロナ感染拡大により、外食産業やインバウンドでの需要が激減する一方で、巣ごもり需要が増えるなど、近江牛の消費動向も変化しつつあることから、今後の社会情勢を注視しながら、時代の変化に対応した効果的な流通拡大策が必要。				2,430	畜産課	9
			近江牛の指定店舗数(累計)	307店舗 (282店舗)	296店舗 (315店舗)	303店舗 (320店舗)	96%	289店舗 (300店舗)	- (300店舗)			

84	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で、滋賀県北部の伝統産業を活かすという観点で、特設舞台「長栄座」において、本県出身の音楽家と和楽器演奏者によるコラボレーションを実施した。またその際、ロビーにおいて「近江のあたらしい伝統産業展」を実施し、絹弦等を現物展示するなど伝統産業の和楽器のPRを行った。				○令和3年度は「芝居小屋『長栄座』夏のフェスティバル」として親しみやすい作品の制作・公演を実施することで、滋賀の和楽器をはじめとする伝統産業への理解をさらに深めていく。また、「近江のあたらしい伝統産業展」を実施し、滋賀の伝統産業の魅力を次世代をはじめ、幅広い年代の方々に伝えていく。				337,547	文化芸術振興課	89
			-	-	-	-	-	-	-	-			
イ 小中学生等が地場産業等にふれ、理解を深める機会の提供(5事業)													
85	世界にひとつの宝物づくり事業（再掲）	陶芸作家やボランティア等との協働により、子どもや障がい者が「土」とふれあい、モノづくりの喜び・感動や本物の芸術を体感できるプログラムを提供することにより、陶芸に理解のある次世代の人材育成を図る。	○来園制作の実施 対象：幼稚園～大学、障がい者、団体 内容：鑑賞、見学、陶芸体験 ○出張授業の実施 対象：特別支援学校、 内容：陶芸体験授業				○引き続き来園制作および出張授業を行っていく。陶芸作家やボランティア等の協働により、多くの方にプログラムが提供できるよう体制強化を図っていく必要がある。				(再掲)	モノづくり振興課	78
			「つちっこプログラム」の参加者数	11,067人 (11,000人)	11,956人 (11,000人)	10,670 (11,000人)	80%	8,825 (11,000人)	- (-)	11,000人 【R01年度】			
86	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201小学校/222校で事業申請				○県内全ての小学校で農業体験が実践されるよう、市町やJA等と連携して、引き続き「たんぼのこ体験事業」の活用を働きかける。				自治振興 交付金	食のブランド推進課	-
			-	-	-	-	-	-	-	-			
87	創 びわ湖のめぐみ魅力体感事業（再掲）	地域のネットワーク構築を支援することにより、持続的に湖魚の取扱い情報が発信されるとともに、学校給食に湖魚が提供されることで、湖魚を食べる機会の増加、認知度向上や消費拡大を図る。	・湖魚に関する情報収集と地域からの情報発信力向上のためのネットワーク構築の支援。 ・びわ湖のめぐみに関する情報発信。 ・学校給食への湖魚食材の提供（約9万食）と湖魚を学ぶ講座を実施。				【課題】 ・漁業者自身の湖魚の魅力発信能力の向上が必要。 ・画一的な湖魚の流通の改善が必要。 ・給食での湖魚利用の拡大が必要。 【今後の取組】 ・意欲ある担い手自身が飲食店等と連携して情報発信するためのスキルの向上 ・湖魚の流通の多様化の推進 ・学校給食関係者への情報提供や、供給取り扱い食材の拡大				(再掲)	水産課	10 45
			びわ湖産魚介類を活用する事業者数	191 (150)	220 (180)	235 (200)	123%	245 (200)	- (0)	200 【令和2年度】			

88	創 中学校チャレンジ ウィーク事業	中学校において5日間の職場体験を実施し、働く大人の姿にふれたり、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。	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染拡大防止の観点により、令和2年度は、中止となった市町・学校がある。 ・17市町中止 ・2市町（米原市1校・高島市1校）が3日間実施 				<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍の影響が大きく、例年通りの実施が困難な地域が多いため、学校や地域の実態に応じた柔軟な対応が必要である。 ・幼小中高等学校をつなぐ、発達段階に応じた系統的なキャリア教育の推進を図る。 ・地域の事業所等と連携を深め、事前事後学習の充実を図る。 				155	幼小中教育課	-
			全公立中学校における地元の企業を中心とした職場体験を5日間程度実施した学校の割合	100% (100%)	100% (100%)	100% (100%)	2% (100%)	(100%)	100% 【R03年度】	-			
89	文化施設管理運営費 (再掲)	県民が文化芸術活動を行う拠点となる県立文化施設（文化産業交流会館）について、事業の実施および施設の管理運営等の業務を指定管理者が行うための管理料等を支出する。	○指定管理施設である文化産業交流会館において実施している小中学生向け事業「アートのじかん」で箏や尺八の演奏を行い、和楽器とつながりがある伝統産業について学ぶ機会を提供した。				○邦楽の若手演奏家を小中学校へ派遣する「和のじかん」（令和3年度から和楽器演奏プログラムを「和のじかん」に事業名称変更）や「古典芸能キッズワークショップ」を実施し、子どもたちが和楽器をはじめとする伝統産業に触れる機会を提供できるよう取り組んでいく。				(再掲)	文化芸術振興課	84
			-	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	-	-			

令和2年度 近江の地場産業および近江の地場製品の振興に関する施策の実施状況

通番	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況 (R03.3月末)			課題と今後の取組				決算額 (千円)	担当課	再掲
				指標	平成29年度 の実績値 (目標値)	平成30年度 の実績値 (目標値)	令和元年度 の実績値 (目標値)	達成度% 令和2年度の 実績値 (目標値)	令和3年度の 実績値 (目標値)	最終目標値 【事業の 最終年度】			
(6) 近江の地場産業および近江の地場製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製品の実態について概ね5年を目安として調査を実施(1事業)													
90	創	近江の地域産業振興 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、持続的な取組 に支援する。	<p>○地場産業組合等海外展開戦略等支援補助金 国内外の販路開拓や後継者育成に対し助成。 10組合15事業を遂行。</p> <p>○地場産業組合等指導支援補助金 滋賀県中小企業団体中央会が地場産業の振興を 目的にして行う新事業創出のための啓発活動や指 導事業等に対して助成した。</p> <p>・知財活用（地域団体商標など）に向けた支援 ・地場産業等における地域デザインへの支援 ・地場産業等の認知度向上の情報発信支援 等</p>			<p>・近江の地域産業振興総合支援事業については1 ／2の補助率であるが、零細な組合にとっては、 1／2の自己負担を負担することが困難なところ もある。</p> <p>・各組合が希望する補助内容は多岐にわたること から、組合だけではなく事業者の要望に直接対応 できる支援の充実を検討する必要がある。</p> <p>・より効果的に実施できるよう、内容や発信方法 について絶えず改善を続ける必要がある。</p> <p>・継続的、定期的に事業を実施することが認知度 向上には重要である。</p> <p>・近江の地場産業および近江の地場製品の実態に ついて調査を実施する（概ね5年を目安とす る）</p>				(再掲)	モノづくり振興課	4 26 69
				新商品開発等 ブランド強化 に取り組んだ 組合数	15組合 (10組合)	16組合 (12組合)	14組合 (12組合)	100% 14組合 (14組合)	- (-)	- 【 】			

令和2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

(コロナ補正予算に係る施策)

通番	施策の内容	項目	事業名	事業概要	事業の進捗状況(R03.3月末)	課題と今後の取組	目標の指標	R03実績値(目標値)	決算額(千円)	担当課
	【施策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	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	地場産業組合設備整備支援事業	新型コロナウイルス感染症の影響を受けた県内の地場産業を支援するため、地場産業組合の商品開発、生産体制の強化のために必要な生産設備の新設または増設に対する費用を補助する。(補助率:2/3~3/4)	県内の地場産業3組合(浜縮緬工業協同組合、滋賀県麻織物工業協同組合、信楽陶器工業協同組合)について、商品開発や生産体制の強化のための設備を導入することができた。	今回導入した設備を用いて、組合が行う製品製造や研究開発を推進することができるように、既存の施策等により支援を行う。	—	3組合	33,137	モノづくり振興課
	【施策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	近江の地場産品購入によるおもてなし向上事業補助金	県内宿泊事業者が滋賀らしいおもてなしを目的に近江の地場産品を購入する経費に対し補助する。	県内宿泊事業者が滋賀らしいおもてなしを目的に地場産品を購入する経費に対し補助を行った。(補助率:3/4上限100万円) 県内宿泊施設30社が15品目の近江の地場産品を購入し、滋賀らしいおもてなしのために活用した。	補助対象者の拡大	—	—	21,402	モノづくり振興課
	【施策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 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	買いたくなる「近江の地酒」を醸造する蔵元へ再起支援事業	新型コロナウイルス感染症の影響を受け落ち込んだ「近江の地酒」の消費回復を図るため、味覚に基づく地酒の数値データを収集・分析し、特徴を見える化することにより、消費者への提案力強化を支援する。	食品の味を数値化できる味認識装置を導入し、「近江の地酒」の味(酸味、旨味など)を客観的に分析・グラフ化した。分析結果は各醸造所へ提供した。	1.提供した分析値を販売促進に活用(例えば、ホームページに掲載、ポブやパンフレット作成)するための支援を希望する醸造所に行く。 2.酒造組合あるいは個別醸造所から次年度以降も分析を希望される場合は支援を継続する。	—	—	14,284	モノづくり振興課
	【施策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 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	VR・ARに対応した3D技術による信楽焼地場産業支援事業	新型コロナウイルスの影響を受ける信楽焼など県内地場産業に対し、VR(仮想現実)やAR(拡張現実)を活用したネット通販等への取組強化を図るため、製品等の3Dデータ作成技術について支援する。	3Dスキャナーや360度カメラなどの機器を整備し、VR・AR技術の講習会や技術支援を行った。	今回整備した機器を用いて、さらに研究会や講習会を通じて販売促進に繋がるよう幅広く産地支援を実施する。	—	—	2,974	モノづくり振興課

【施策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 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	デジタル技術を活用した陶製品開発支援事業	新型コロナウイルスの影響を受けた信楽焼をはじめとする県内の陶磁器産業・セラミクス産業を、コロナ後も持続可能な競争力ある地域産業としてしっかりと回復を図るため、デジタル技術を活用した新たな付加価値を創出する製品分野の開拓および生産性の向上を目指した技術支援を実施する。	切削加工機や3Dプリンタ、レーザー加工機等の6種類のデジタル機器を整備し、3D CAD/CAMによる石膏型や原型作成などの講習会や技術支援を行った。	今回整備した機器を用いて、さらに技術講習会や個別指導とともに、素材や技術開発研究を通じて産地支援を実施する。	-	-	80,700	モノづくり振興課
【施策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	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	中小企業等新事業創出連携推進事業	新型コロナウイルスの感染拡大により、売上が落ち込んだ2社以上の中業企業が共同して取り組む事業に要する費用を補助し、新たな事業の創出を支援する。 (補助率:ハード2/3、ソフト4/5)	・91件の申請事業のうち、55件を採択した。 ・日本料理事業者が、地元農園と連携し、琵琶湖八珍と滋賀羽二重を使用した贅沢あられを開発するなど、近江の地場産業および地場産品の振興に寄与する事業を創出した。	新型コロナウイルス感染症収束後も見据えて、引き続き、効果的な施策を検討・実施していく。	-	-	210,464	商工政策課
【施策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		中小企業振興資金利子補給事業	新型コロナウイルス感染症の影響を受けた中小企業者等の負担を軽減するため、同感染症対応資金を借入れた事業者に対し、金融機関経由で当初3年間の利子の補助を実施する。	融資実行した各県制度融資取扱金融機関から申請を受け、半年に1回の頻度で県から金融機関経由で事業者に対し利子相当額を交付することで、事業者の支援を円滑に進めることができた。	令和2年度に引き続き、令和3年度以降においても各金融機関と連携しながら円滑な事業者支援に取り組む。	-	-	943,750	中小企業支援課