

14 ぐんまイメージアッププロジェクト

政策目標の概要(A)

高速交通ネットワーク、観光資源、歴史・文化遺産、豊かな環境、自然災害の少なさ、ものづくりの技術、多様な農畜産物など、本県がその真価を最大限に発揮し、より大きくはばたいていくため、これら本県の魅力を県民とともに再認識し、国内外へ向けて強くアピールしていくことで、実力に見合ったイメージ、ブランド力を根付かせていく。

主な取組(B)	施策(C)	事業(D)	個別事業(E)										決算額	H25事業結果	事業の評価と改善の方向性(H27年度予算への対応)					
			個別事業名 (予算上の事業または事項)	新規/再掲	担当部局	担当課	個別事業概要	成果(結果)を示す項目	目標・指標						予算額		H25 決算 (千円)	H25事業結果	部局評価	財政課評価
									実績値 (過去4年間)		目標値				H25 当初 (千円)	H26 当初 (千円)			評価の考え方	評価の考え方
									H22 H23 H24 H25	H25 (前年度)	H26 (当年度)	H27 (総合計画 終期)								
<p>1 群馬の魅力再発見</p> <p>(1)県民の群馬の魅力を再認識醸成</p> <p>■ 県民が地域の魅力について理解を深めるためのイメージアップ・キャンペーンを展開します。</p>																				
			群馬のプロモーション事業	新規	企画部	企画課	「群馬の逆襲」のテーマのもと、「温泉」「すき焼き」「おつきりこみ」の3素材と群馬県を結びつけ、積極的かつ集中的にプロモーション活動を行う。	イメージ調査等ランキングの向上	・ブランド総研調査(魅力度) H22:41位 H23:44位 H24:47位 H25:44位 ・日経リサーチ調査 H22:47位 H25:46位	ランキングの向上	ランキングの向上	ランキングの向上		7300		平成26年度新規事業のため、事業評価対象外				
			群馬の魅力 みんなでPR		企画部	企画課	県民自らが群馬の魅力を認識し、PRする取組を進めるため、県民との協働で事業を推進する。「群馬の魅力」の発信方法を検討して、県民みんなで発信する。	イメージ調査等ランキングの向上	・ブランド総研調査(魅力度) H22:41位 H23:44位 H24:47位 H25:44位 ・日経リサーチ調査 H22:47位 H25:46位	ランキングの向上	ランキングの向上	ランキングの向上	16,651	4,603	14,152	4	県民に「群馬の魅力」を再認識してもらい、県民自らPRする取組を進めるための事業を推進した。具体的には、外部委員と県職員による「群馬のプロモーション委員会」を開催し、「群馬の逆襲」をテーマに、「温泉」「すき焼き」「おつきりこみ」の3素材を中心にPRしていくことを決定した。これを基にして、本県がメディアで継続的に話題になるよう、「群馬探検隊(隊長:藤岡弘、氏)」がこの3素材を採検・調査したという設定内容で、劇画タッチのウェブコンテンツを制作・公開した。	県民が「群馬の魅力」に目を向けるための機運醸成に役立つ事業は、継続的に展開していく必要がある。今年度は、「富岡製糸場と絹産業遺産群」が世界文化遺産に登録されたことから、これをプロモーションの素材である「温泉」「すき焼き」「おつきりこみ」と関連づけながら、「群馬の魅力」のプロモーションを効果的に展開していく予定である。	4	取組が単発とならぬよう、腰を据えて、本県の知名度向上、イメージアップを図っていく必要があるため、継続。
			県広報番組「ぐんま一番」		総務部	広報課	群馬の魅力・潜在力を紹介することによりイメージアップを図るとともに、県の施策をわかりやすく紹介する番組を制作。群馬テレビで放送後、番組はyoutubeとインターネット放送局に掲載し、全国で視聴可能。	①番組視聴率 ②県民アンケート結果 (視聴経験率: H24・26実施)	H22 7.6% H23 3.4% H24 3.3% (②は25%) H25 3.6%	4%	①4% ②25%	5%	110,966	111,183	110,057	4	ぐんま一番 50回/年 (通常編39回、特別編2回、アンコール放送8回、新春知事特別番組1回) ※群馬テレビで放送	群馬の魅力・潜在力を紹介することにより、県民の郷土に対する愛着と誇りを喚起し、県のイメージアップも図ることができた。また、番組内で、魅力素材と県政との関連性についてわかりやすく紹介し、県政への理解促進の一助とした。今後も更なる新規視聴者獲得のための番組宣伝に力を入れる必要がある。	4	テレビ放送を活用した本県情報の提供であり、本県の魅力を県民とともに再認識するために必要であり、継続。
			グラフぐんま		総務部	広報課	写真を中心に、県政の話題や地域の出来事を分かりやすく紹介。医療機関、金融機関、飲食店等に配布する。	発行部数	H22 17,000部/月 H23 16,600部/月 H24 16,200部/月 H25 16,000部/月	16,000部/月	15,800部/月	15,800部/月	34,849	35,279	31,789	4	毎月10日発行 16,000部×10回	写真を中心に県政や県内の話題を、より県民に分かりやすく伝える紙面づくりに努め、県政の記録という面からも活用する。	4	写真を中心として県政や県内の話題を県民に幅広く知らせるために必要であり、継続。
			ぐんま広報		総務部	広報課	県政の主要施策を分かりやすく紹介。新聞折り込みなどにより、全戸配布する。	発行部数	H22 755,700部/月 H23 745,700部/月 H24 735,000部/月 H25 732,000部/月	732,000部/月	725,000部/月	725,000部/月	114,582	109,722	98,097	4	毎月第1日曜日発行 732,000部×10回、727,000部×1回 725,000部×1回	全ての県民に、県政の重要施策を、正確で分かりやすく、確実に伝える媒体として、引き続き活用する。	4	県政の主要施策や県内でのイベント等を幅広く県民に周知するために必要であり、継続。
			ぐんまちゃんの掲示板		総務部	広報課	県が主催する行事やイベントなどの情報や、制度改正などの県政情報を、上毛新聞に掲載する。	ぐんまちゃんの掲示板掲載回数	H22 353回/年 H23 354回/年 H24 353回/年 H25 353回/年	354回/年	353回/年	354回/年	12,702	12,690	12,584	4	ぐんまちゃんの掲示板(上毛新聞総合面)毎日(休刊日等を除く) 353回	事業やイベントの周知のほか、緊急事態へ迅速かつ継続的に対応するためにも、引き続き活用する。	4	新聞を活用した事業やイベント等の周知を行うためのもので、県民にも定着しているため、継続。
			FM放送		総務部	広報課	県政の動きや話題などを分かりやすく紹介する番組やCMを、エフエム群馬で放送する。	番組聴取率	H22 3.1% H23 4.5% H24 4.2% H25 5.2%	5%	5%	5%	30,645	30,114	30,597	4	朝ナビPREF 261回/年 情報トッピング 261回/年 スポットCM 528回/年 ※エフエム群馬で放送	県の施策や話題などをタイムリーに、かつわかりやすく紹介し、県政への理解促進が図られた。	4	FM放送を活用し、県政情報をタイムリーに提供するために必要であり、継続。
			県政インフォメーションコーナー		総務部	広報課	県の行事・催し物案内を含め、県民生活に関連した情報を群馬テレビのニュース番組内で放送。	番組視聴率	H22 5.5% H23 4.9% H24 5.8% H25 7.3%	6%	5%	5%	20,644	21,234	20,644	4	県政インフォメーション 256回/年 ※群馬テレビで放送	県の施策や話題などをタイムリーに、かつわかりやすく紹介し、県政への理解促進が図られた。	4	テレビ放送を活用し、県政情報をタイムリーに提供するために必要であり、継続。

【「はばたけ群馬プラン」重点プロジェクト推進シート】 <PJ14>2

主な取組(B)	施策(C)	事業(D)	個別事業(E)										決算額	H25事業結果	事業の評価と改善の方向性(H27年度予算への対応)						
			個別事業名 (予算上の事業または事項)	新規/再掲	担当部局	担当課	個別事業概要	成果(結果)を示す項目	目標・指標						予算額		部局評価	財政課評価			
									実績値 (過去4年間)		目標値				H25 当初 (千円)	H26 当初 (千円)	H25 決算 (千円)	評価 区分	評価の 考え方	評価の 考え方	
									H22 H23 H24 H25	H25 (前年度)	H26 (当年度)	H27 (総合計画 終期)									
			県政県民意識アンケート	総務部	広報課	県民意識の現状を把握するため、県民選好度調査及び県民アンケート調査を包含する内容として実施する。	庁内各部局で活用し耐えうる精度の高い調査結果を得るよう努める。また、各部局での調査結果の活用を図る。	-	-	-	-	3,000	3,067	2,226	4	対象者 県内に在住する満20歳以上の男女3,000人 調査期間 平成25年5月31日～6月17日 調査項目 重要施策、選好度調査 回収率 60.8%	4	県民の県政に対する意識等を継続して把握し、それを県政運営に生かしていくことは大事なことである。特に県民選好度調査については、継続して実施し、県政全般に対する県民意識の変化を把握しておく必要がある。また、次期総合計画策定の基礎資料として活用しており、今後も継続する必要がある。	4	県政全般に関する県民の意識を把握するためのアンケートであり、県政に反映させるために、継続。	
			出前なんでも講座	総務部	広報課	地域で活動する団体の集会などに職員が出向き、県政の課題や取組を直接説明し、県民参加による県政の推進を図る。	講座参加者数	H22 19,453人 H23 44,311人 H24 26,966人 H25 22,510人	20,500人	20,850人	21,200人	311	212	224	4	薬物乱用防止、睡眠環境など県民生活に密着した講座への関心が高い。各種広報媒体を通じて周知した結果、受講者は目標値を上回ることができた。	4	出前講座は、職員が直接県民のもとに出向いて県政の取組を説明するとともに、県民の意見を伺う直接対話型の広報広聴である。県民の県政参加を促進する貴重な機会であり、今後も継続して実施する必要がある。	4	広聴活動の一環として、県民のニーズに応じた県政情報等を提供することは重要であり、継続。	
			県立美術館・博物館管理運営	再掲	生活文化スポーツ部	文化振興課	学校教育を補完し、子どもたちの感性を育むほか、一般県民に優れた芸術文化に触れる機会を提供し、芸術文化への関心を高める。	年間入館者数	H22 472,435人 H23 505,056人 H24 489,722人 H25 520,071人	400,000人	467,000人	500,000人	826,234	879,894	798,765	4	歴史博物館を除く各館において、メリハリのある企画展を開催した。教育普及活動や巡回展示の充実、自然史博物館の正月開館などさまざまな取組を行った。	4	入館者数は前年度を6%上回り、目標を超える約52万人を記録した。引き続き、メリハリのある企画展の開催や魅力ある教育普及事業の実施等により、入館者増に努める。	4	館運営に必要な経費であり、継続。今後も適切かつ効率的な館運営に努めるとともに、魅力的な展示を行う施設となるよう努める。
			群馬県ふるさと伝統工芸品振興	再掲	産業経済部	工業振興課	伝統的かつ優れた技術・技法を持ち、知事の指定を受けた「群馬県ふるさと伝統工芸品」の普及・振興のため、展示会を開催する。	県ふるさと伝統工芸品展来場者数	H22: 3,432人 H23: 13,524人 H24: 4,644人 H25: 2,304人	4,000人	3,000人	26,000人 (5ヶ年合計)	819	681	799	4	○群馬県ふるさと伝統工芸品展 期日: H25.6.13～6.16 会場: 県庁県民ホール 来場者数: 2,304人	4	本県の文化と伝統の承継、魅力の向上の一環として、本県の風土の中で育まれた独自の伝統工芸品を振興支援していくことは、重要である。	4	伝統工芸品の振興支援の必要性は認められるが、振興支援策として展示会の開催が効果的かどうか、これまでの実施結果を検証し、より効果的な支援策となるように見直すべきと考える。
			群馬学センター運営		総務部	女子大学	群馬についての「知」の結集拠点として、群馬学センターを運営。群馬の文化・風土等を、多角的・総合的に見つめ直す。 また、その成果を地域に還元することで地域文化振興に寄与し、国内外に発信していく。	群馬学シンポジウム来場者数累計	H22 10,085人 H23 10,665人 H24 10,952人 H25 11,323人	11,585人	11,800人	12,585人	366	1,098	366	4	群馬学シンポジウムでは、テーマとして「県令・楳取素産」のように県民の関心が高まっているものを取り上げた一方で、「芝居の国ぐんまー掘り起こそう芝居の国の風土と気質」のように新たな視点で群馬の魅力を探るものも設定した。結果としては、来場者数累計目標値を達成することができなかった。	4	グローバル化とも表裏の地域文化の振興や、群馬のイメージアップ推進への寄与など、群馬学の意義が高まっている。シンポジウムはテーマにより来場者数が大きく変わるが、今後も富岡製糸場関連事物、東国文化、温泉県の文化・文学など引き続き県民の関心事や本県の「隠れた資産」を掘り下げるシンポジウムの開催や、リサーチフェローによる研究活動の継続が望まれる。	4	群馬のイメージアップも踏まえた観点から、群馬を多角的総合的に見つめ直す必要があるため、継続。
			世界遺産登録推進等		企画部	世界遺産推進課	世界遺産登録の審査を行うユネスコ世界遺産委員会への対応を行う。	①世界遺産登録 ②4資産の国文化財指定	①世界遺産登録 H21～H22: 推薦書原案の作成 H23: 推薦書の検討・修正 H24: 推薦書の提出 H25: ユネスコ現地視察対応 ②4資産の国文化財指定 H22: 3資産 H23: 3資産 H24: 4資産	①世界遺産登録 ・ユネスコ現地視察対応	①世界遺産登録 ・H26 世界遺産登録	①世界遺産登録 ・H26 世界遺産登録	72,100	105,461	64,770	1	ユネスコ及びイコモス(ユネスコ世界遺産委員会の諮問機関)による推薦書の審査・現地調査が行われた。	1	ユネスコ世界遺産委員会において、平成26年6月21日に世界遺産登録が決定され、6月25日に世界遺産一覧表に記載された。	1	登録という目的が達成されたことから、事業としては廃止。今後は、活用していく取組を強化していく必要がある。
			ぐんま絹遺産ネットワーク構築等		企画部	世界遺産推進課	群馬県内に残る絹遺産を再評価し、その保存活用を図る。	ぐんま絹遺産の登録件数	H23: 58件 H24: 20件 H25: 6件 累計84件	累計 90件	累計 100件	累計 100件	9,737	6,300	13,660	4	養蚕、製糸、織物に関する文化財を、ぐんま絹遺産に登録することで、絹産業遺産に対する関心が高まった。また、ぐんま絹遺産を巡るバスツアー等を実施し、広く周知に努めた。	4	県内に残る絹遺産について再認識し、周知を図ることができた。今後も、各地域の絹遺産に光を当て、積極的な保存活用を図りたい。	4	世界遺産登録により高まった絹遺産に対する関心を、さらに高め、地域の活性化につなげていく必要があるため、継続。
			文化振興基金		生活文化スポーツ部	文化振興課	文化基本条例が制定され(24年4月1日)、既存の文化関連の3基金(国民文化祭記念・地域創造基金、芸術文化振興基金、美術品等取得基金)が新しい文化振興基金に一本化されたことにより、一体的・総合的に活用していく。	文化基本条例に沿った基金運用及び活用事業の充実	H24 文化振興基金創設 H25 文化振興基金運用	基金活用事業の充実	基金活用事業の充実	基金活用事業の充実	3,373	10,426	7,653	4	文化振興指針の重点施策を推進し、課題として取り組むべき文化振興施策に絞って基金を活用した。主な基金活用事業として、25年度に創設した文化づくり支援事業をはじめ、伝統文化継承事業や東国文化周知事業などを行った。	4	文化基本条例に基づき策定した文化振興指針の重点施策を推進するため、基金を活用していく。	4	文化振興施策に資する事業を推進するため、適切な管理・執行に努める。

【「はばたけ群馬プラン」重点プロジェクト推進シート】 <PJ14>3

主な取組(B)	施策(C)	事業(D)	個別事業(E)										決算額	H25事業結果	事業の評価と改善の方向性(H27年度予算への対応)					
			個別事業名 (予算上の事業または事項)	新規/再掲	担当部局	担当課	個別事業概要	成果(結果)を示す項目	目標・指標						予算額		部局評価	財政課評価		
									実績値 (過去4年間)		目標値				H25 当初 (千円)	H26 当初 (千円)	H25 決算 (千円)	評価の考え方	評価の考え方	
									H22 H23 H24 H25	H25 (前年度)	H26 (当年度)	H27 (総合計画 終期)								
			上毛かるた活用事業	再掲	生活文化スポーツ部	文化振興課	上毛かるたを通じて郷土への愛着や誇りを醸成する。	①副読本『上毛かるた』で見つける群馬のすがた』の販売部数 ②ガイドマップ『上毛かるた』ゆかりの地文化めぐり』の販売部数 ③「上毛かるた」の販売部数	① H22 19,589部 H23 4,539部 H24 2,451部 H25 1,296部 ② H22 435部 H23 9,768部 H24 3,059部 H25 2,331部 ③ H25 9,786部	①2,500部 ②2,500部 ③-	①2,500部 ②2,500部 ③10,000部	①10,500部 ②15,500部 ③10,000部	部局予算対応	5,532	4,738	副読本『上毛かるた』で見つける群馬のすがた』を学校現場で活用するとともに、副読本『上毛かるた』で見つける群馬のすがた』及びガイドマップ『上毛かるた』ゆかりの地文化めぐり』を販売した。また、「上毛かるた」の発行を行った。 【副読本】 1,296冊 【ガイドマップ】 2,331冊 【上毛かるた】 9,786冊	4	上毛かるたや関連書籍(副読本・ガイドマップ)の販売を通じて、かるたに込められた史跡や人物などについて再認識を促すことにより、郷土への愛着や誇りを醸成する。また、本県のイメージアップやPRにも活用する。	4	上毛かるたは県民に広く親しまれており、関連書籍を含めて継続的な販売実績があることから、継続。
			伝統文化継承事業	再掲	生活文化スポーツ部	文化振興課	地域の伝統文化を継承し、地域社会を再生するための活動を支援する。	支援件数	H22 29件 H23 21件 H24 43件 H25 43件	40件	40件	200件(40件×5カ年)	10,100	9,429	9,404	県内各地域の伝統芸能や祭り等の継承活動を支援した。 支援件数43件	4	伝統文化の継承活動への支援を通じて、人と人が絆で結ばれた、安心安全な地域づくりを推進することができた。また、分かりやすい募集チラシの配布により周知を図り、目標値を上回る43件を支援した。 今後も、市町村との連携を図りながら、より利用しやすい支援制度となるよう事業周知を図る。	4	伝統文化の継承活動を支援することで、地域社会の再生を推進するため、継続。
			文化団体等育成	再掲	生活文化スポーツ部	文化振興課	優れた文化活動を行っている県内のアマチュア団体を、幼稚園・小学校等に派遣し、子どもたちに文化・芸術に親しむ機会を提供するとともに(はじめての文化体験事業)、県民の豊かな情操の涵養、及び文化団体の育成と芸術文化の活性化を図るため、関係団体等に助成し、地域の芸術文化の振興と普及を図ります(教育・芸術文化団体助成)。	「はじめての文化体験事業」実施団体数(幼稚園、小学校等)	H22 16件 H23 20件 H24 20件 H25 25件	25件	25件	25件	28,875	28,450	28,786	【はじめての文化体験事業】アマチュア文化団体を幼稚園・保育園等に派遣し、子ども向け公演やワークショップ等を開催した。(13団体を派遣・25事業を実施) 【教育・芸術文化団体助成】教育・芸術文化団体への補助を行った。	4	【はじめての文化体験事業】実施団体や被派遣団体の子どもたちに好評であり、事業継続の要望もあるため、事業のマッチングを工夫するなど、今後も事業を継続する。 【教育・芸術文化団体助成】支援の必要性及び支援額については、団体が実施する事業の意義や内容、団体の運営状況を精査した上で判断し、団体運営に十分な収益が上まっている場合や事業の波及効果が限定される場合は、必要に応じて見直しを行う。	4	教育・芸術文化団体の活動を支援するため、継続。 団体助成については、各団体の活動内容・財政状況等を勘案し、公的支援の必要性が低いものは見直しを図る。
			映画・映像文化振興	再掲	生活文化スポーツ部	文化振興課	地域で芽生えた映画・映像への取組から生まれた作品を、県内NPO団体等と連携して上映するほか、若手クリエイター育成や団体間のネットワーク作りを繋げる。	上映イベント件数 ※H21～23は支援団体数 ※H24～は上映イベント件数	H22 8件 H23 1件 H24 2件 H25 2件	2件	2件	8件(2件×4カ年)	535	506	451	NPO法人をはじめ県民と協働で事業を実施するため、24年度に引き続き実行委員会形式で、以下の事業を行った。 ①ぐんま学生映像まつり2014 ②中高生のためのシナリオワークショップ ③メディアキャンプin群馬(共催事業)	4	24年度から県及びNPO法人等による実行委員会を組織して事業を実施する方法に見直した。 県内NPO法人等と連携することで、地域で制作された映画映像作品を上映する機会を提供し、活動や交流の場を創出することができた。 今後も多様な映画を鑑賞する機会をより一層提供する。	4	県内で映画作りに取り組む学生等に、作品の上映機会を提供するため、継続。
			文化づくり支援事業	再掲	生活文化スポーツ部	文化振興課	群馬県文化振興指針の重点施策を、長期的な展望をもって、総合的かつ効果的に推進するため、群馬県の文化力向上に資する事業に対して財政的・人的支援を行う。	支援件数	H25 21件	34件	34件	100件(3カ年)	11,200	10,972	7,496	「群馬の文化」の形成につながる地域での多様な創造性豊かな文化活動を支援した。 支援件数21件	4	文化振興指針の重点施策である「文化力の向上」「次世代の育成」「文化資産の発掘活用」の3つを、総合的かつ効果的に推進する文化活動を支援することができた。 今後も、市町村や各種団体が広く活用できる制度となるよう周知を図る。	4	県内で行われる多様な創造性豊かな文化活動を支援するため、継続。
			尾瀬学校	再掲	環境森林部	自然環境課	群馬の子供たちが小中学校在学中に一度は尾瀬を訪れ、質の高い自然体験をすることにより自然保護の意識を醸成するとともに、郷土を愛する心を育むことを目的として、学校設置者に対し経費の一部を補助。	参加児童生徒数	H22 10,820人 H23 10,680人 H24 11,224人 H25 11,561人	20,000人	20,000人	20,000人	90,000	85,000	73,309	質の高い自然体験により県内小中学生の自然保護意識の醸成を図り、郷土を愛する心を育むため、尾瀬でガイドを伴った環境学習を実施した場合、学校の設置者に対してガイド料及びバス代等を補助した。	4	実施校及び参加者は着実に増加している。引き続き事業を実施するとともに、「ぐんまの子どもを一度は尾瀬に」という当初の目標達成に向け、更なる内容の充実と安全の確保を図る施策を講じる。 なお、参加の少ない市町村に対しては、積極的な参加を促すための働きかけを行う。	4	体験を通じた環境学習が可能な事業として、参加生徒数も着実に増えてきており、継続。
■ 群馬の良質な食材が地域に浸透し定着するため、地産地消の県民運動を推進します。																				
			地産地消推進		農政部	蚕糸園芸課	地域の良質な食材の利用を進め、伝統に根ざした豊かな食の実現を図るとともに、食と農の距離を縮めた「顔の見える関係」の構築により、消費者と生産者の相互理解を促進する。	地産地消推進店認定件数	H22:287件 H23:315件 H24:343件 H25:371件	345件	360件	355件(上方修正予定)	3,726	3,066	3,628	県産の良質な食材を使用した豊かな食生活を実現するとともに、「食」と「農」の距離を縮めるため、地産地消を県民運動として推進した。具体的には、県民運動推進会議、地産地消推進店の認定、地産地消協力企業の登録、農産物直売所実態調査、食と農のフォーラム開催等。	4	県産農産物や加工品を扱う店舗を地産地消推進店に認定している。新規で35件増加し、累計371件となるなど、一定の成果が上がっており、今後も継続する必要がある。	4	地産地消推進店は着実に増加しており継続。

【「はばたけ群馬プラン」重点プロジェクト推進シート】 <PJ14>4

主な取組(B)	施策(C)	事業(D)	個別事業(E)										決算額	H25事業結果	事業の評価と改善の方向性(H27年度予算への対応)						
			個別事業名(予算上の事業または事項)	新規/再掲	担当部局	担当課	個別事業概要	成果(結果)を示す項目	目標・指標						予算額		部局評価	財政課評価			
									実績値(過去4年間)		目標値				H25当初(千円)	H26当初(千円)	H25決算(千円)	評価の考え方	評価の考え方		
									H22 H23 H24 H25	H25(前年度)	H26(当年度)	H27(総合計画終期)									
			収穫感謝祭		農政部	蚕糸園芸課	県内の農産物や農産加工品等を知ってもらおうとともに、生産者と消費者の交流の場を提供する。	収穫感謝祭来場者数	H21: 62,000人 H22: 62,000人 H23: 55,000人 H24: 55,000人 H25: 55,000人	60,000人	60,000人	60,000人	5,000	5,000	5,000	4	運営する収穫感謝祭実行委員会は、群馬県を始め県内農業関係団体26団体で構成され、農協のみならず県特産協会や漁協等、各分野の団体も参加・出展する県内最大の農業イベントとして県民にも定着している。	4	県内の農業関係団体が一堂に会する唯一のイベントであり、県民への県内農産物の周知効果もあることから継続。 県外へのPRにも結びつくような工夫を行う必要がある。		
			学校給食地場産農産物等利用促進		農政部	蚕糸園芸課	学校給食における地域農産物の利用を促進する。	学校給食における県産食材利用割合(野菜類・重量ベース)	H22: 36.6% H23: 42.2% H24: 40.9% H25: 42.4%	48.0%	49.0%	50.0%	11	104	8	学校給食への地産食材供給は、地産地消の原点として、また、地域の子どもが地域農業の理解を深めながら郷土料理とその食材への理解を深めるため、重要な地域振興策の一つとして今後も継続する必要がある。	4	学校給食における地場産品利用促進は地域農業への理解を深める観点から重要であるため継続。 学校給食における県産農産物の利用促進に直接結びつく取り組みが必要。			
<p>■ 群馬の食の魅力、食文化を理解し、食を大切に育てる心を育てる食育を推進します。</p>																					
			食育推進	再掲	健康福祉部	食品安全課	県民が主体的に食育に取り組むための意識啓発を図るとともに、地域における食育を担う人材の育成や環境の整備など、地域力を生かした食育を推進する。 地域機関や食育関連団体等と連携・協働した食育を推進するためのネットワーク体制の整備を図る。 ライフステージに応じた間断のない食育を推進するため、市町村食育推進計画の策定を支援する。 市町村と共催で食育イベントを開催する。	①食育推進リーダー養成者数(人) ②食育応援企業登録数(企業・団体)	①食育推進リーダー養成者 H22:- H23: 15人 H24: 累計37人 H25: 累計57人 ②食育応援企業登録数 H22:- H23: 27企業 H24: 累計44企業 H25: 累計58企業	①累計60人 ②累計60企業	①累計80人 ②累計80企業	①累計100人 ②累計100企業	3,373	1,775	2,943	4	食育推進体制の整備 市町村計画の策定及び推進を支援、県民局単位の地域食育ネットワーク会議を有効に活用し、連携促進事業を実施した。 つづけましょ！食育推進事業の実施 食生活に課題の多い若い世代の食育推進体制の整備、食育応援企業登録制度を通じた社会資源の活用、地域の食育を担う人材として食育推進リーダーの養成等を継続的に充実を図った。 また、食育推進リーダーを活用したモデル地区事業、新たな食育教材の開発と活用にも取り組んだ。 ぐんま食育フェスタinみなかみの開催 みなかみ町と共催 来場者 4,500人	4	第2次計画では、食育の「周知から実践」への転換を図り、県民が健全な食生活を実践できる「生涯食育社会の実現」を目指している。 平成25年度は計画の中間評価を行い、改善が見られない項目については、目標達成に向け、取組を強化することが必要である。 そのため、関係団体等と連携し、地域食育推進ネットワーク会議を充実させ、市町村と役割分担と協働により県民の身近な地域での食育を推進する。 また、新たな課題として、進展する高齢社会の中で、高齢者への食育についても着手する。	4	市町村との共催による食育イベントを見直し、企業と連携した食育イベントを立ち上げるなど、事業内容を工夫している。 引き続き、地域における食育を推進していくため、継続。
<p>(2)地域資源の掘り起こし・磨き上げ、利活用</p>																					
<p>■ 絹産業遺産の保存活用に取り組むとともに、富岡製糸場と絹産業遺産群の世界遺産登録の早期実現を推進します。</p>																					
			世界遺産登録推進等	再掲	企画部	世界遺産推進課	世界遺産登録の審査を行うユネスコ世界遺産委員会への対応を行う。 また、資産の保存管理に関する条件整備を進める。 総合管理活用機構の組織等についての基本計画、設計等を行う。	①世界遺産登録 ②4資産の国文化財指定	①世界遺産登録 H21~H22: 推薦書原案の作成 H23: 推薦書の検討・修正 H24: 推薦書の提出 H25: ユネスコ現地視察対応 ②4資産の国文化財指定 H22: 3資産 H23: 3資産 H24: 4資産	①世界遺産登録 ・ユネスコ現地視察対応	①世界遺産登録 ・H26 世界遺産登録	①世界遺産登録 ・H26 世界遺産登録	72,100	105,461	64,770	1	ユネスコ及びイコモス(ユネスコ世界遺産委員会の諮問機関)による推薦書の審査・現地調査が行われた。	1	ユネスコ世界遺産委員会において、平成26年6月21日に世界遺産登録が決定され、6月25日に世界遺産一覧表に記載された。	1	登録という目的が達成されたことから、事業としては廃止。 今後は、活用していく取組を強化していく必要がある。
			ぐんま絹遺産ネットワーク構築等	再掲	企画部	世界遺産推進課	群馬県内に残る絹遺産を再評価し、その保存活用を図る。	ぐんま絹遺産の登録件数	H23: 58件 H24: 20件 H25: 6件 累計84件	累計90件	累計100件	累計100件	9,737	6,300	13,660	4	養蚕、製糸、織物に関する文化財を、ぐんま絹遺産に登録することで、絹産業遺産に対する関心が高まった。 また、ぐんま絹遺産を巡るバスツアー等を実施し、広く周知に努めた。	4	県内に残る絹遺産について再認識し、周知を図ることができた。 今後も、各地域の絹遺産に光を当て、積極的な保存活用を図りたい。	4	世界遺産登録により高まった絹遺産に対する関心を、さらに高め、地域の活性化につなげていく必要があるため、継続。
			世界遺産普及啓発等		企画部	世界遺産推進課	関係市町村、民間企業、民間団体との協働による啓発活動を実施する。	4資産への来場者数(うち富岡製糸場来場者数)	H22: 20.8万人 H23: 23.5万人 H24: 30.0万人 H25: 34.0万人 (富岡製糸場来場者数) (H22: 20.6万人) (H23: 23.1万人) (H24: 28.7万人) (H25: 31.5万人)	・36.0万人 (富岡製糸場35.0万人)	・42.0万人 (富岡製糸場40.0万人)	・55.0万人 (富岡製糸場50.0万人)	22,485	21,337	24,768	3	伝道師協会などの県民ボランティア団体と協働し、本県の絹遺産の普及・啓発活動を年間330回以上実施し、積極的な広報活動を展開した。 全国巡回展を実施し、県外でのPRに努めた。 全国から応援メッセージを募集し、機運醸成を図った。	3	県民ボランティアとの協働により、県内外での積極的な広報活動を実施してきた。 今後も「富岡製糸場と絹産業遺産群」の世界に誇るべき価値について、国内外の理解度を深めるとともに、群馬のイメージアップや地域振興に貢献できるよう努めたい。	3	登録による世界遺産や絹遺産への関心の高まりが一過性のものとならぬよう、引き続き、関係する方々と、積極的に、これを生かす取組を進めていく必要があるため、拡充。

【「はばたけ群馬プラン」重点プロジェクト推進シート】 <PJ14>5

主な取組(B)	施策(C)	事業(D)	個別事業(E)										決算額	H25事業結果	事業の評価と改善の方向性(H27年度予算への対応)						
			個別事業名 (予算上の事業または事項)	新規/再掲	担当部局	担当課	個別事業概要	目標・指標				予算額			H25 決算 (千円)	H25事業結果	部局評価	財政課評価			
								成果(結果)を示す項目	実績値 (過去4年間)		目標値						H25 当初 (千円)	H26 当初 (千円)	評価 区分	評価の考え方	評価の考え方
									H22 H23 H24 H25	H25 (前年度)	H26 (当年度)	H27 (総合計画 終期)									
<p>■ 上毛三山(赤城山、榛名山、妙義山)、ぐんま百名山をはじめとした本県の豊かな自然や多彩で魅力的な温泉を活かした地域振興を図ります。</p>																					
			赤城山振興	再掲	企画部	地域政策課	群馬DCの成果を踏まえ、イメージアップのために「赤城山広域振興協議会」を中心に、関係市町村、地域団体、事業者等と連携しながら、赤城山周辺の振興策を推進する。	①有識者懇談会の開催 ②事業者交流会の開催 ③赤城山広域振興協議会の設置・運営 ④赤城山ポータルサイトの開設・運営 ⑤赤城山ポータルサイト月間平均PV ⑥周遊・集客イベントの開催	①有識者懇談会の開催 H22:3回(終了) ②事業者交流会(講演会)の開催 H22:1回 H23:1回 H24:回(終了) ③赤城山広域振興協議会の設置・運営 H23:設置(4月)・運営(担当者会議3回) H24:運営(総会1回、担当者会議2回) H25:運営(総会1回、担当者会議3回) ④赤城山ポータルサイトの開設・運営 H23:開設(7月)、運営(9ヶ月) H24:運営(12ヶ月) H25:運営(12ヶ月) ⑤赤城山ポータルサイト月間平均PV H23:25,098PV H24:64,815PV H25:84,944PV ⑥周遊・集客イベントの開催 H23:開催(7/1~9/30) H24:開催(7/20~9/30) H25:開催(7/20~10/20)	③赤城山広域振興協議会の運営 ④赤城山ポータルサイトの運営 ⑤赤城山ポータルサイト月間平均2.5万PV ⑥周遊・集客イベントの開催	③赤城山広域振興協議会の運営 ④赤城山ポータルサイトの運営 ⑤赤城山ポータルサイト月間平均3万PV ⑥周遊・集客イベントの開催	3,892	3,892	3,874	赤城山広域振興協議会担当者会議の開催(5月、7月、12月、2月) 赤城山ポータルサイトの運営及び更新(12ヶ月) 周遊・集客イベントの開催(7月~9月) 県外に向けた情報発信の実施(ぐんまちゃん家における物産観光展及びサロンドGの開催)(9月) 赤城山モニターツアー実施(3月)	4	ググッとぐんま観光キャンペーンの成果を踏まえ、「赤城山広域振興協議会」を中心に、関係自治体、地域団体、事業者等と連携を図りながら、引き続き赤城山周辺の総合的な振興を検討・実施する。	4	関係者と協力しながら、引き続いて取り組んでいく必要があるため、継続。		
			自然公園等整備	再掲	環境森林部	自然環境課	県立公園(赤城、榛名、妙義)等における施設整備を行う。	県立公園(赤城、榛名、妙義)、国立・国定公園(群馬県内)における年間利用者数	H22:11,015千人 H23:10,263千人 H24:10,369千人 H25:H26年12月把握予定	11,600千人	11,600千人	12,000千人	55,147	63,752	63,362	国立・公園および県立公園(赤城、榛名、妙義)における登山道や休憩舎、公衆トイレ、駐車場、ビジターセンターなどの県有施設の整備を実施した。 また、長距離自然歩道の標識等の整備を実施した。	4	地域の観光資源でもある豊かな自然環境を保全し、利用者の安全を確保するため、計画的・継続的に施設整備を実施していく必要がある。	4	県立公園利用者の利便性及び安全確保のために、危険箇所や老朽施設の改修は重要であり、継続。	
			県立赤城公園施設整備	再掲	環境森林部	自然環境課	県立赤城公園の施設整備を行う。	県立公園(赤城、榛名、妙義)、国立・国定公園(群馬県内)における年間利用者数	H22:11,015千人 H23:10,263千人 H24:10,369千人 H25:H26年12月把握予定	11,600千人	11,600千人	12,000千人	48,000	54,000	2,549	赤城山大沼湖畔において、地形的な制約から歩道が無かった東岸部分に遊歩道を新設した。 ・新設歩道延長 236.8m (内148.8mについては、H26に繰越)	4	周遊歩道の設置や大沼湖畔園地の整備を継続実施して、赤城山の魅力向上を推進し、赤城山振興を図る必要がある。	4	県立公園利用者の利便性及び安全確保のため、施設整備等は必要であり、継続。	
			自然公園等管理	再掲	環境森林部	自然環境課	県立公園(赤城、榛名、妙義)県有施設等の管理を行う。 国立・国定公園における県有施設等の管理を行う。 長距離自然歩道の管理を行う。	県立公園(赤城、榛名、妙義)、国立・国定公園(群馬県内)における年間利用者数	H22:11,015千人 H23:10,263千人 H24:10,369千人 H25:H26年12月把握予定	11,600千人	11,600千人	12,000千人	50,750	56,779	49,211	国立・公園および県立公園(赤城、榛名、妙義)における登山道や休憩舎、公衆トイレ、駐車場、ビジターセンターなどの県有施設を地域と密接に連携し、適切な管理を実施した。 また、長距離自然歩道についても、地元市町村と連携し、適正な管理を実施した。	4	地域の観光資源でもある豊かな自然環境を保全し、利用者が安全・快適に自然とふれあうことが出来るように、必要最小限の管理を、継続して実施していく必要がある。	4	県立公園等利用者の利便性及び安全確保のため、施設整備等は必要であり、継続。	
			森林公園整備	再掲	環境森林部	緑化推進課	県立森林公園の管理運営及び施設の整備を行う。	森林公園利用者数	H22 726千人 H23 600千人 H24 613千人 H25 562千人	744千人	752千人	760千人	59,719	76,457	68,166	県民の保健休養、学習の場として提供するため、県内7箇所の森林公園について、経費の節減を図りながら、施設の改修や修繕を行うとともに、緊急時医療機器の部品交換等、利用者の利便と安全対策の充実を図った。	4	引き続き、安全かつ魅力ある森林公園として管理運営を行い、森林が持つ優れた自然環境を保全するとともに、保健休養の場や学習の場として、広く県民の利用に供することで、森林環境保全の啓発を図る必要がある。	4	利用者が安全に森林公園を利用できるよう、適切な維持管理は不可欠であり、継続。	
			尾瀬学校	再掲	環境森林部	自然環境課	群馬の子供たちが小中学校在学中に一度は尾瀬を訪れ、質の高い自然体験をすることにより自然保護の意識を醸成するとともに、郷土を愛する心を育むことを目的として、学校設置者に対し経費の一部を補助。	参加児童生徒数	H22 10,820人 H23 10,680人 H24 11,224人 H25 11,561人	20,000人	20,000人	20,000人	90,000	85,000	73,309	質の高い自然体験により県内小中学生の自然保護意識の醸成を図り、郷土を愛する心を育むため、尾瀬でガイドを伴った環境学習を実施した場合、学校の設置者に対してガイド料及びバス代等を補助した。	4	実施校及び参加者は着実に増加している。引き続き事業を実施するとともに、「ぐんまの子どもを一度は尾瀬に」という当初の目標達成に向け、更なる内容の充実と安全の確保を図る施策を講じる。 なお、参加の少ない市町村に対しては、積極的な参加を促すための働きかけを行う。	4	体験を通じた環境学習が可能な事業として、参加生徒数も着実に増えてきており、継続。	
			尾瀬環境学習推進	再掲	環境森林部	自然環境課	尾瀬を通じて環境学習を推進するため、県内の小中学校に講師を派遣して、尾瀬の自然や保護活動を学ぶ移動尾瀬自然教室や尾瀬に親しむ県民講座を実施。	①移動尾瀬自然教室実施校 ②尾瀬に親しむ県民講座実施回数	① H22 16校 H23 21校 H24 24校 H25 15校 ② H22 6回 H23 3回 H24 6回 H25 4回	① 25校 ② 10回	① 25校 ② 10回	① 25校 ② 10回	3,840	3,945	4,921	環境学習の場としての尾瀬の利用を促進するため、山の鼻ビジターセンターの運営や尾瀬学校の実施のほか、県内の小中学校や公民館等で移動尾瀬自然教室や出前講座を開催し、尾瀬学校の導入や事後学習として活用のほか、尾瀬学校が実施できない学校のフォローアップを図った。	4	尾瀬の中での環境学習により、日頃から自然に親しむ機会の少ない人に対して、自然の紹介や触れ合いのきっかけづくりを行うとともに、尾瀬を体験できない人や、今後尾瀬への入山を考えている人を対象として、尾瀬の自然や保護活動について普及啓発を図る機会として有効であるので、引き続き実施する。	4	尾瀬の自然や保護活動について、多くの児童生徒及び県民が学ぶ機会を設けるため、継続。	

【「はばたけ群馬プラン」重点プロジェクト推進シート】 <PJ14>6

主な取組(B)	施策(C)	事業(D)	個別事業(E)											決算額	H25事業結果	事業の評価と改善の方向性(H27年度予算への対応)							
			個別事業名 (予算上の事業または事項)	新規/再掲	担当部局	担当課	個別事業概要	成果(結果)を示す項目	目標・指標				予算額			H25 当 初 (千円)	H26 当 初 (千円)	H25 決 算 (千円)	部局評価		財政課評価		
									実績値 (過去4年間)		目標値		H25 当 初 (千円)						H26 当 初 (千円)	評価: 区分	評価の考え方	評価: 区分	評価の考え方
									H22 H23 H24 H25	H25 (前年度)	H26 (当年度)	H27 (総合計画 終期)											
			馬事公苑運営	農政部	畜産課	指定管理者制度による群馬県馬事公苑の管理委託、並びに指定管理者のモニタリング等を行う。	乗馬鞍数	H22: 9,011鞍 H23: 8,541鞍 H24: 8,595鞍 H25: 7,477鞍	9,200鞍	9,200鞍	9,200鞍	17,232	17,721	17,151	馬事公苑管理委託 次の事業等を指定管理者に管理を委託し、適正かつ効率的な運営を行った。 ・施設の維持管理 ・県有馬の管理 ・有料施設の利用率の収受等 馬事公苑第三者評価委員会 ・外部委員6名による委員会にて年度評価を行った。	4	平成24年度から指定管理業務を県有馬の飼養管理・施設の維持管理のみとして実施。 平成27年度から新たな指定管理期間となることから、今後とも馬事公苑の適正かつ効率的な運営を行いながら、魅力ある施設として利用者増加を図っていく必要がある。	4	指定管理者制度による馬事公苑の管理委託に必要な経費であり継続。 平成24年度から指定管理業務を施設の維持管理のみとしたが、今後も、必要な見直しを行いつつ、適切な管理を行っていく必要がある。				
			鉄道整備促進	再掲	国土整備部	交通政策課	【ステーション整備事業】 駅及び駅関連施設の整備に対して補助を行い、駅の利便性の向上を図る。 【鉄道駅バリアフリー化推進】 段差解消、視覚障害者用誘導ブロック、障害者用トイレの設置等 【北陸新幹線建設促進期成同盟会】 関係都府県による北陸新幹線の長野以北延伸を促進する活動支援(負担金)	◆駅や駅前広場整備、大規模パーク&ライド駐車場等は、「社会資本整備総合交付金」との連携を視野にいれた検討を行う。 ◆バリアフリーは、「交通バリアフリー法」の目標である「平成32年度までに1日当たりの利用者が3,000人以上である鉄道駅のバリアフリー化」を促進する。	【ステーション整備(県補助額)】 H22: 3駅 8,572 H23: 1駅 5,000 H24: 1駅 4,200 H25: 8駅 11,837 【バリアフリー化】 H22: 1駅 73,166 H23: 1駅 30,329 H24: 0 H25: 2駅 9,460 【北陸新幹線(負担金)】 H22: 220 H23: 220 H24: 200 H25: 200 【調査検討】 H24: 998 H25: 998	【ステーション整備(県補助額)】 2駅(館林駅・阿左美駅)駅及び駅周辺整備計画策定 3,000 中小私鉄沿線の利便性向上に向けた施設整備7駅 10,500 【ステーション整備(県補助額)】 2駅、上信線新駅設置、国定駅トイレ改修 29,000 【バリアフリー化】 2駅(高崎駅、上毛高原駅)新幹線ホーム) 12,000 【北陸新幹線(負担金)】 200 【調査検討】 1,300	【バリアフリー】 本県では、対象/18駅完了/13駅 残る利用者3,000人以上駅=5駅を中心にJRと優先順位等を協議し進めることとしている。	27,372	29,566	22,866	(ステーション整備) 鉄道利用の利便性向上や地域の活性化を図るため、市町村が行う駅周辺の交通関連施設整備や鉄道事業者が行う駅施設整備などについて、8駅に対して支援を行った。 (バリアフリー化) 鉄道事業者や市町村が実施する駅舎のバリアフリー化について、2駅に対し支援し、障害者、高齢者を始めとするすべての鉄道利用者の利便性と安全性の向上を図った。	4	県内鉄道網の活性化のためには、輸送サービスや駅の魅力向上などが、必要である。県では、駅の魅力向上に重点を置き、鉄道事業者や市町村と連携しながら、駅の利便性や安全性の向上に向けて、施設整備等を支援していく必要があると考える。	4	鉄道利用者の利便性と安全性の向上を図っていく必要があるため継続。				
■ 高崎競馬場跡地をはじめ、さまざまな地域資源の利活用方策の検討を行います。(高崎競馬場跡地については、平成24年5月に「競馬場利活用基本方針」として公表済み)																							
			高崎競馬場跡地利活用検討	企画部	コンベンション推進課	高崎競馬場跡地の利活用について、高崎市との連携を図りながら、継続して検討を実施する。 これまでの調査・検討結果を踏まえ、利活用方針を決定する。 県民に跡地を周知し、利活用への関心を喚起するため、H22年度に引き続き、イベントを高崎市と共同で開催する。	高崎競馬場跡地利活用構想の策定	H21 有識者懇談会 6回開催 H22 機能導入可能性調査の実施 競馬場跡地周知イベント実施 H23 利活用方針の策定 競馬場跡地周知イベント実施	-	-	-	-	-	-	-	-	平成26年度新規事業のため、事業評価対象外						
			昆虫の森運営 (昆虫の森運営) (昆虫展示) (教育普及活動) (調査研究)	再掲	教育委員会	生涯学習課	身近な昆虫とのふれあいを通じて、生き物相互の関わり合いや生命の大切さ、自然環境に関する県民の理解を深める。	年間入園者数	H22 109,578人 H23 110,923人 H24 105,713人 H25 103,256人	97,500人	97,500人	97,500人	105,788	108,760	99,958	企画展(1回)、季節展(4回)、特別展(2回)の開催。 学校利用説明会の開催(6回、参加人数 154名 自然学習教室(19市町村、1学校法人、1県立学校、170校、12,942人)	4	公共施設のあり方検討委員会の答申を踏まえ設定した目標を達成している。 子どもたちの自然学習の場として、施設運営に係る経費のため、継続。引き続き効率的運営及び入園者数の増加に向けて努力すること。	4	公共施設のあり方検討委員会の答申を踏まえ設定した目標を達成している。			
			天文台運営 (天文台施設運営) (教育普及) (観測研究)	再掲	教育委員会	生涯学習課	天体観望や展示、天文台職員との会話を通じて、県民が楽しく宇宙に接し、実感をもった理解と自然を愛する心を育む機会を提供して生涯学習を推進する。	年間入館者数	H22 33,673人 H23 34,069人 H24 34,274人 H25 34,662人	35,000人	35,000人	35,000人	90,013	92,096	81,087	①学校利用数(幼保含む) 88件 3,428人 ②学校に対する望遠鏡の状況診断、修理、操作指導等 33件 97人 ③学校に対する学習支援、学習プログラム等の提案 67件 5,719人 ④地域団体との連携による天体観望会や天文講座等の開催 15件 2,602人 ⑤その他③との重複を含む「学校における天体観測会」には、33校3,317人が参加	4	平成25年度は、入館者数及び学校利用数が若干目標に届かなかったが、各学校へ向けて実施する望遠鏡の操作指導や学習支援等での利用も順調に推移している。 これらは県民の強いニーズを反映しており、学校の理科教育を補完し、自然に対する興味・理解を深めるために必要な施設である。	4	公共施設のあり方検討委員会の答申を踏まえ設定した目標を概ね達成している。 天文への興味・関心を高め、教育振興を図るため、継続。引き続き効率的運営及び入館者数の増加に向けて努力すること。			

【「はばたけ群馬プラン」重点プロジェクト推進シート】 <PJ14>7

主な取組(B)	施策(C)	事業(D)	個別事業(E)										決算額	H25事業結果	事業の評価と改善の方向性(H27年度予算への対応)						
			個別事業名 (予算上の事業または事項)	新規/再掲	担当部局	担当課	個別事業概要	成果(結果)を示す項目	目標・指標						予算額		H25 決算 (千円)	部局評価	財政課評価		
									実績値 (過去4年間)		目標値				H25 当初 (千円)	H26 当初 (千円)		評価: 区分	評価の考え方	評価: 区分	評価の考え方
									H22 H23 H24 H25	H25 (前年度)	H26 (当年度)	H27 (総合計画 終期)									
			コンベンション施設整備推進	再掲	企画部	コンベンション推進課	H24年に公表した「競馬場跡地活用方針」、H24年度に策定した「コンベンション施設整備基本計画」に基づき、高崎競馬場跡地にコンベンション施設の整備を推進する。	コンベンション施設の整備	H24:基本計画を策定 H25:施設の概略設計及び事業手法に関する調査を実施	設計等の事業者募集の実施	施設内容等に関する合意形成を図る	コンベンション施設整備に向けた準備に着手	167,000	933,900	71,841	H24年度に策定した「コンベンション施設整備基本計画」に基づき、概略設計や事業手法に関する調査・検討を行った。また、事業用地の県有化に向けて測量や不動産鑑定、国有地買収を行った。	4	「コンベンション施設整備基本計画」に基づき、議会での議論を踏まえ、施設の整備や事業用地の整備を引き続き推進する。	4	気運の醸成も図りながら、事業を推進する必要があるため、継続。	
1 群馬の魅力再発見 小計 3,148,064																					
2 ぐんまブランドの創出																					
(1)地域ブランドの創出																					
■ 群馬の魅力県内外へ印象づけていくため、「ぐんまブランド」を創出・発信し、確立に取り組みます。																					
			群馬の魅力 みんなでPR	再掲	企画部	企画課	県民自らが群馬の魅力を認識し、PRする取組を進めるため、県民との協働で事業を推進する。「群馬の魅力」の発信方法を検討して、県民みんなで発信する。	イメージ調査等ランキングの向上	・ブランド総研調査(魅力度) H22: 41位 H23: 44位 H24: 47位 H25: 44位 ・日経リサーチ調査 H22: 47位 H25: 46位	ランキングの向上	ランキングの向上	ランキングの向上	16,651	4,603	14,152	県民に「群馬の魅力」を再認識してもらい、県民自らもPRする取組を進めるための事業を推進した。具体的には、外部委員と県職員による「群馬の逆襲」をテーマに、「温泉」「すき焼き」「おつきりこみ」の3素材を中心にPRしていくことを決定した。これを基にして、本県がメディアで継続的に話題になるよう、「群馬探検隊(隊長:藤岡弘、氏)」がこの3素材を探検・調査したという設定内容で、動画タッチのウェブコンテンツを制作・公開した。	4	県民が「群馬の魅力」に目を向けるための機運醸成に役立つ事業は、継続的に展開していく必要がある。	4	取組が単発とならぬよう、腰を据えて、本県の知名度向上、イメージアップを図っていく必要があるため、継続。	
			群馬県ふるさと伝統工芸品振興	再掲	産業経済部	工業振興課	伝統的かつ優れた技術・技法を持ち、知事の指定を受けた「群馬県ふるさと伝統工芸品」の普及・振興のため、展示会を開催する。	県ふるさと伝統工芸品展来場者数	H22: 3,432人 H23: 13,524人 H24: 4,644人 H25: 2,304人	4,000人	3,000人	26,000人 (5ヶ年合計)	819	681	799	○群馬県ふるさと伝統工芸品展 期日: H25.6.13~6.16 会場: 県庁県民ホール 来場者数: 2,304人	4	本県の文化と伝統の継承、魅力の向上の一環として、本県の風土の中で育まれた独自の伝統工芸品を振興支援していくことは、重要である。	4	伝統工芸品の振興支援の必要性は認められるが、振興支援策として展示会の開催が効果的かどうか、これまでの実施結果を検証し、より効果的な支援策となるように見直すべきと考えられる。	
			群馬の近代こけし普及PR		産業経済部	観光物産課	本県を代表する工芸品の一つである近代こけしをPRするため、近代こけし展を開催する。	こけし展への来場者数	H22: 700人(5日間開催) H23: 1,530人(4日間開催) H24: 2,366人(5日間開催) H25: 844人(5日間開催)	昨年並の来場者数	一昨年並の来場者数	未定	276	236	274	近代こけしPRのため、県庁において全群馬近代こけしコンクールを開催し、広く一般公開を行った。	4	近代こけしは、本県を代表する工芸品の一つであり、さらなる知名度や品質の向上を図っていくためにも、引き続きコンクール等を開催するなど普及に向けたPRを図っていくことが有効と考える。	4	近代こけし展は、本県を代表する工芸品の重要なPRの場となっているため、継続。	
			県産農畜産物ブランド力強化対策	再掲	農政部	蚕糸園芸課	県農畜産物販売戦略協議会を中心に、消費者・実需者の視点を重視した販売戦略を展開し、県産農畜産物のブランド力を高め、販売競争力の強化を目指す。	群馬県産農畜産物販売協力店	H22: 36店舗 H23: 36店舗 H24: 45店舗 H25: 66店舗	62店舗	80店舗	70店舗	26,535	24,396	24,987	情報の収集及び活用 3,359千円 ・県農畜産物販売戦略協議会運営、各種情報の収集・発信 戦略的な広報・PR 18,330千円 ・広報PR、グッドぐんまの農畜産物フェア、フードコミッション、トップセールス、風評被害対策 コーディネート 3,298千円 ・実需者意見交換会、産地交流会、販売協力店支援等	4	県内関係団体で構成する協議会を中心に各種事業展開することで、円滑な事業推進が図れた。 また、民間広告代理店のノウハウを活用することで、戦略的・効果的な広報PRが図れた。 県産農畜産物に対する実需者の多岐にわたる要望に対し、「ぐんまの食材お試し便」を創設するなど対応することで、小口ではあるが販路拡大が図れた。 これらブランド化のための取り組みは継続実施が必要である。	4	県産農畜産物の販売力強化を図るため継続。	
			農産物消費宣伝		農政部	蚕糸園芸課	農業団体の行うテレビCM等の県産青果物の消費宣伝事業に対して補助する。	野菜の農業産出額	H22: 904億円 H23: 848億円 H24: 850億円 H25: H26年10月頃把握予定	853億円	855億円	858億円	4,780	5,840	4,780	グッドぐんまの農産物PR ・15秒CM 191回 ・30秒インフォーマーショナルCM 10回	4	県産農畜産物ブランド力強化対策とともに、首都圏等における県産農畜産物の認知度向上、イメージアップにおいて効果が高いことから、継続し取り組む必要がある。	4	県産農畜産物の販売力強化を図るため継続。	
			ぐんまちよい得キッズパスポート	再掲	生活文化スポーツ部	少子化対策・青少年課	「ぐんまちよい得キッズパスポート」を子育て家庭に配布し、それを提示することにより、本事業に賛同する企業から割り引き等の様々な特典サービスを受ける。	協賛店舗数	H22 3,385店舗 H23 4,064店舗 H24 4,768店舗 H25 4,942店舗 (各年度末店舗数)	4,800店舗	5,000店舗	5,000店舗 (H26年度末)	2,844	2,773	1,080	各種情報紙等への情報掲載を積極的に行うことにより、協賛店申込数が増加した。	4	子育て家庭に対する経済的支援として、引き続き利用促進及び協賛店加入促進に向けた取組に力を入れていく。	4	協賛店は着実に増加しており、継続。	

【「はばたけ群馬プラン」重点プロジェクト推進シート】 <PJ14>8

主な取組(B)	施策(C)	事業(D)	個別事業(E)										決算額	事業の評価と改善の方向性(H27年度予算への対応)							
			個別事業名 (予算上の事業または事項)	新規/再掲	担当部局	担当課	個別事業概要	成果(結果)を示す項目	目標・指標					予算額		H25事業結果	部局評価		財政課評価		
									実績値 (過去4年間)		目標値			H25 当初 (千円)	H26 当初 (千円)		H25 決算 (千円)	評価 区分	評価の 考え方	評価 区分	評価の 考え方
									H22 H23 H24 H25	H25 (前年度)	H26 (当年度)	H27 (総合計画 終期)									
<p style="text-align: center;">※評価区分の凡例 1. 廃止・休止・終了 2. 縮小・一部廃止・統合 3. 拡充 4. 継続</p>																					
			家族形成支援	再掲	生活文化スポーツ部	少子化対策・青少年課	民間企業と連携した独身男女の交流の場の提供や、地域で活動する婦人団体と連携したお見合い型の出会いの機会の提供により結婚へのきっかけづくりを行うなど、若者の将来の家族形成に向けた支援を行う。 ぐんま縁結びネットワーク及びぐんま赤い糸プロジェクト等の事業を統合。	・ぐんま縁結びネットワーク情報交換会開催数 ・ぐんま赤い糸プロジェクトイベント開催数	H22 9月事業開始 H22 98回 H23 154回 H24 170回 H25 173回 ・ぐんま赤い糸プロジェクトイベント開催 H22 75回 H23 52回 (大震災のため2ヶ月間休止) H24 63回 H25 119回	・ぐんま縁結びネットワーク情報交換会年間177回 ・ぐんま赤い糸プロジェクトイベント開催年間65回	・ぐんま縁結びネットワーク情報交換会年間180回 ・ぐんま赤い糸プロジェクトイベント開催年間75回	・ぐんま縁結びネットワーク情報交換会年間192回 ・ぐんま赤い糸プロジェクトイベント開催年間90回	1,912	1,400	1,130	【ぐんま縁結びネットワーク】 縁結び世話人同士の情報交換の機会を増やすため、県内3地区で広域情報交換会を開催したほか、毎月第3土曜日を登録面談日とし、定期的に登録受付や情報交換の場を設け、活発な世話人活動を支援した。 【ぐんま赤い糸プロジェクト】 若者の結婚に対する社会的機運を醸成するため、各種イベントを実施し、会員団体へ情報提供した。 その結果、多くの独身者に出会いの機会を与えることができた。 また、民間企業や団体のほか自治体によるイベントが引き続き実施されるなど、若者の結婚支援に対する各地域での社会的機運の醸成に大きく貢献した。	4	【ぐんま縁結びネットワーク】 世話人同士の情報交換がより活発になり、活動の活性化が図られ、登録者が24年度末357人から25年度末440人と増加した。 【ぐんま赤い糸プロジェクト】 若者の未婚化・晩婚化により、県内では少子化傾向が続いている。それを少しでも緩和するために、さまざまな分野の企業・団体に働きかけるなど、県が結婚支援に取り組むことにより、社会的な婚活支援の機運を醸成する必要がある。	4	情報交換会やイベントの回数も増えており、活動の定着に向けて引き続き事業を実施する必要があり、継続。	
			群馬交響楽団支援	再掲	生活文化スポーツ部	文化振興課	「移動音楽教室」、「高校音楽教室」、「楽器セミナー」、「幼児移動音楽教室」、「県民の日コンサート」等を開催することにより、地域に根ざした楽団として子どもたちに音楽の素晴らしさや感動を伝えるほか、県外公演を実施して、本県のイメージアップを図る。	①定期演奏会平均入場者数 ②幼児対象移動音楽教室開催件数	H22 1,451人 H23 1,336人 H24 1,360人 H25 1,396人 ② H24 15回 H25 17回	①1,400人 ②17回	①1,400人 ②17回	①1,400人 ②20回	266,488	261,165	266,111	群馬交響楽団の運営及び事業を支援し、定期演奏会、小中学生及び高校生を対象とした音楽教室、夏休みコンサート、県民の日コンサートなどの公演で年間116日、145回の演奏会等を開催し、121,663人の入場者等があった。 また、幼児移動音楽教室(17回)などのアンサンブル活動や、小中学校の吹奏楽部員の技術的指導を行う楽器セミナー(10回)なども行い、地域に根ざした活動も積極的に実施した。	4	群馬交響楽団は、定期演奏会のほか、子どもたちを対象にした音楽教室など、幅広い層を対象にした演奏会を県内各地で開催し、県民の心の豊かさや感性を育む等、本県の音楽文化の向上と振興に貢献している。 楽団は、25年4月に公益財団法人へ移行したが、依然として厳しい経営状況にあることから、賞与削減などの積極的な経営改善策を継続するとともに、引き続き財務基盤強化のための支援を行う必要がある。 また、幼児移動音楽教室は実施要望が多いことから、目標値に向けて開催回数を増やすなど事業の充実を図る。	4	群馬交響楽団は本県の音楽文化の向上と振興に貢献しており、財政基盤安定のための支援が必要であることから、継続。 今後も県の支援のあり方、楽団の運営基盤強化策等について検討し、適切な運営に努める必要がある。	
			ぐんま総合芸術推進	新規/再掲	生活文化スポーツ部	文化振興課	総合芸術に県民参加で取り組み、地域から文化情報を発信することにより、本県の文化芸術振興と群馬のイメージアップを図る。	①地域発県民参加オペラ「蝶々夫人」入場者数(H27) ②夏休みコンサート入場者数(2回)	H24 1,605人 H25 1,459人	-	① - ②1,600人(800人×2回)	①1,700人 ②1,600人(800人×2回)		12,802		平成26年度新規事業のため、事業評価対象外					
			重粒子線治療施設設置・重粒子線治療推進	再掲	健康福祉部	医務課	ビームを病巣の形により近づける積層原体照射に係る機能の整備。 重粒子線治療費利子補給、重粒子線治療運営委員会等。	施設の設置	H22：らせんワブラー照射装置 H24：積層原体照射装置設置	-	-	-	1,941	2,193	355	群馬大学において重粒子線治療を受ける患者は年々増え続けており、それに伴い県民の患者数も増えている。重粒子線治療は先進医療に該当し、患者は高額な費用負担を求められており、県民の経済的負担を軽減するために、利子補給制度による支援に引き続き取り組む必要がある。	4	群馬大学において重粒子線治療を受ける患者は年々増え続けており、それに伴い県民の患者数も増えている。重粒子線治療は先進医療に該当し、患者は高額な費用負担を求められており、県民の経済的負担を軽減するために、利子補給制度による支援に引き続き取り組む必要がある。	4	重粒子線治療を受ける患者の経済的負担を軽減するための経費であり継続。	
			福祉医療費補助(子ども医療費)	再掲	健康福祉部	国保課	少子化対策や子育て環境の充実をはかるため、県内どこに住んでいても子どもの医療が無料で受けられるよう、対象範囲を中学校卒業までとする。所得制限なし、自己負担なしで、入院・通院とも中学校卒業まで対象とする都道府県の制度は、全国初。	中学校卒業までの医療費補助を、給付要件を設けずに継続実施(実績・目標値：県補助対象者数)	H22：267,852人 H23：264,444人 H24：259,870人 H25：255,297人	255,620人	251,033人	中学校卒業まで医療費無料化を継続	4,044,162	4,011,600	3,798,885	対象者 255,297人 受診件数 3,625,695件 補助金額 3,798,885,312円	4	市町村と協力しながら、子どもの健康増進と子育て世帯の経済的負担軽減を図っていく上で、本制度の安定的な維持、運営は必要不可欠である。 また、同時に効果の検証を行うとともに利用者に対し適正受診や他の公費負担医療との併給促進の働きかけを行うことも必要である。	4	子どもの健康増進と子育て世帯の経済的負担軽減を図るために必要な事業であり継続。	
2 ぐんまブランドの創出 小計												4,011,600									
3 東国文化の中心・群馬の再認識																					
(1)歴史文化遺産の再認識・環境整備																					
■ 子どもたちをはじめ、多くの県民が本県の貴重な歴史文化遺産を再認識できるよう促し、郷土への誇りと愛着を育みます。																					
			東国文化周知事業	再掲	生活文化スポーツ部	文化振興課	古代の東国文化の中心地であり、東日本最大の古墳大国である本県が誇る歴史文化遺産について再認識を促すとともに、全国への発信を推進する。	①副読本「群馬の歴史文化遺産(東国文化)体験学習教材」を活用した校外学習の実施件数 ②周知イベントの参加人数	① H24 東国文化副読本の作成、体験教材の作成 H25 副読本活用授業実施件数77件(校) ② H24 3,485人 H25 27,058人	①延べ200件 ②延べ5,000人	①延べ200件 ②延べ10,000人	①延べ200件 ②延べ10,000人	3,900	7,246	9,192	市町村と連携した「古代東国文化サミット」の開催、中学1年生向けの「東国文化副読本」の配布、周知イベント、モデルツアー等を開催した。 【第2回古代東国文化サミット】 来場者数約25,000人 【周知イベント(上野国分寺まつり)】 来場者数1,758人 【群馬の歴史文化遺産を巡るモデルツアー】 参加者数136人	3	古代東国文化サミットの開催、副読本の配布、周知イベントの開催等を通じて、本県が誇る歴史文化遺産の再認識を促すことができた。 今後、東国文化＝群馬というイメージを全国に発信・定着し、観光資源としてイメージアップにつなげていくため、事業の充実が必要である。	4	本県のイメージアップを図る上で柱となる事業であり、今後も事業を継続。	

【「はばたけ群馬プラン」重点プロジェクト推進シート】 <PJ14>9

主な取組(B)	施策(C)	事業(D)	個別事業(E)										決算額	事業の評価と改善の方向性(H27年度予算への対応)							
			個別事業名 (予算上の事業または事項)	新規/再掲	担当部局	担当課	個別事業概要	目標・指標				予算額		H25事業結果	部局評価	財政課評価					
								成果(結果)を示す項目	実績値 (過去4年間)		目標値				H25 当初 (千円)	H26 当初 (千円)	H25 決算 (千円)	評価 区分	評価の考え方	評価の考え方	
									H22 H23 H24 H25	H25 (前年度)	H26 (当年度)	H27 (総合計画 終期)									
			群馬学センター運営	再掲	総務部	女子大学	群馬についての「知」の結集拠点として、群馬学センターを運営。群馬の文化・風土等を、多角的・総合的に見つめ直す。 また、その成果を地域に還元することで地域文化振興に寄与し、国内外に発信していく。	群馬学シンポジウム来場者数累計	H22 10,085人 H23 10,665人 H24 10,952人 H25 11,323人	11,585人	11,800人	12,585人	366	1,098	366	4	群馬学シンポジウムでは、テーマとして「県令・構取素産」のように県民の関心が高まっているものを取り上げた一方で、「芝居の国ぐんまー掘り起こそう芝居の国の風土と気質」のように新たな視点で群馬の魅力を探るものも設定した。結果としては、来場者数累計目標値を達成することができなかった。	4	グローバル化とも表裏の地域文化の振興や、群馬のイメージアップ推進への寄与など、群馬学の意義が高まっている。シンポジウムはテーマにより来場者数が大きく変わるが、今後も富岡製糸場関連遺産、東国文化、温泉県の文化・文学など引き続き県民の関心事や本県の「隠れた資産」を掘り下げるシンポジウムの開催や、リサーチフェローによる研究活動の継続が望まれる。	4	群馬のイメージアップも踏まえた観点から、群馬を多角的総合的に見つめ直す必要があるため、継続。
			歴史博物館運営		生活文化スポーツ部	文化振興課	「政治・経済のあゆみ」「人々のくらし」「文化遺産」という3つのテーマのもとに、郷土の歴史・文化を系統的に展示し、郷土の歴史・文化に関する県民の理解を深め、郷土への誇りと愛着を育む。	年間入館者数	H22 82,512人 H23 76,554人 H24 70,852人 H25 78,385人	64,000人 ※展示は常設展のみ実施	39,000人 (上半期) ※下半期は工事休館予定	—	94,603	174,002	91,550	4	館所蔵資料のコレクション展示を行ったほか、ぐんまちゃん家や県庁観光物産展示室でも展示を行った。また、教育普及活動、調査研究活動を継続して実施した。 なお、企画展は開催できなかったが、入館者数は対前年比10.6%の増加となった。	4	26年度は、前期に館所蔵資料を活用したコレクション展示を行い、後期は、改修工事のため休館となるが、収蔵している博物館資料の移転作業を慎重に行うほか、出前授業を積極的にを行い、教育普及活動のサービス低下を最小限に留めるよう努める。	4	平成27年度は改修工事のため、休館となることから、出前授業を積極的に行う。
			歴史博物館の改修	再掲	生活文化スポーツ部	文化振興課	国重要文化財の展示ができるよう、国の「文化財公開施設の計画に関する指針」の基準を満たす改修を行うとともに、県内の約1/3の小学校が学習利用しているなど本県の歴史教育・歴史文化発信の拠点施設であるため、展示室の見直しを含めた改修内容やスケジュール、概算経費等、改修計画の検討を進め、県民が群馬の歴史文化に触れるための中核施設としての機能を向上させる。	改修工程	H23 改修工事調査業務委託 H24 基本設計委託 H25 実施設計委託	・建築改修工事実施設計 ・展示改修工事基本・実施設計	・博物館資料等移転 ・改修工事	・改修工事	100,000	318,000	99,824	4	24年度に実施した基本設計を踏まえ、改修工事の発注に必要となる実施設計を行った。	4	歴史博物館は、本県の歴史文化に係る研究・社会教育の中心施設として、多くの県民に利用されている。特に、歴史教育の場として、県内の小学校に利用されており、再び重要文化財の展示ができるようになるため、26年度に改修工事に着手し、27年度に工事完了を目指す。 施設の計画的な維持補修に取り組むことで、県民サービスの一層の充実に努める。	4	本施設は、本県歴史教育の重要な拠点であり、重要文化財の展示ができる施設として再承認されるよう、着実に工事を進める必要があり、継続。
<p>■ 上野国分寺跡などの全国レベルの価値を持つ史跡について、誰もが見に行きたくするような環境整備を進め、貴重な文化財の保護と活用を図ります。</p>																					
			文化財保存事業費補助特別枠 (「偲ぶ毛の国」群馬の魅力発掘・発信事業)	再掲	教育委員会	文化財保護課	「偲ぶ毛の国」群馬の魅力発掘・発信事業の主旨(群馬の歴史文化資産を発掘・発信・ネットワーク形成をする)に合った、文化財の保存・整備に係る事業費の一部を補助する。	補助事業件数	H24:6テーマ、8事業 H25:9テーマ、19事業	9テーマ 18事業	9テーマ 15事業	20事業	45,243	36,948	41,978	4	群馬の歴史、文化の特質を表し、「偲ぶ毛の国」群馬の魅力発掘・発信事業の趣旨に添った国指定文化財に対し、市町村が実施する保存・整備事業について国庫補助のほか群馬県文化財保存事業費補助を行い、指導助言を行った。その結果、重要文化財建造物の修復事業、史跡の整備事業等が進み、貫前神社は修復事業が完了し、荘厳な姿を見ることができるようになった。	4	群馬の文化財の価値を磨き上げ、群馬の魅力として発信していくために、全国にアピールできる指定文化財の保存・整備事業に対し、積極的に補助や支援、指導助言を行っていく必要がある。	4	本県が誇る歴史・文化文化財の適正な保存・整備を行い、群馬の魅力を全国に発信するため、継続。
			観音山古墳保護管理運営 (「偲ぶ毛の国」群馬の魅力発掘・発信事業)	再掲	教育委員会	文化財保護課	史跡観音山古墳を適切に保存・管理・活用する。また、管理や来訪者への対応を充実し、文化財としての価値とあわせて、観光資源としての価値も高める。	史跡観音山古墳見学者数	H22 : 15,910人 H23 : 17,074人 H24 : 14,987人 H25 : 16,147人	17,000人	17,000人	18,000人	4,129	4,180	4,114	4	・史跡地等の環境整備・維持管理等 ・史跡見学者対応(解説員2人に対応) ・史跡広報・普及活動 ・駐車場用地の借り上げ	4	本史跡はS48年に国指定となった群馬県を代表する史跡である。群馬県が直接管理し、所在する高崎市内の学校をはじめ、県外からの見学者も多い。学校や県民に対して広報に努め、県民の郷土学習の場としての利用を推進しているため、さらには児童生徒の郷土を愛する心の育成に資するため、今後も適切な保護管理をしていく必要がある。	4	国指定史跡である観音山古墳は、石室を有する大規模な前方後円墳として、貴重な文化財であることから、学習の場として積極的に活用するため、継続。
			上野国分寺跡保護管理運営 (「偲ぶ毛の国」群馬の魅力発掘・発信事業)	再掲	教育委員会	文化財保護課	史跡上野国分寺跡を適切に保存・管理・活用する。また、管理や来訪者への対応を充実し、文化財としての価値とあわせて、観光資源としての価値も高める。	史跡上野国分寺跡見学者数	H22 : 5,802人 H23 : 5,910人 H24 : 8,466人 H25 : 7,944人	7,000人	8,500人	10,000人	7,208	7,609	7,122	4	・史跡地等の環境整備・維持管理等 ・ガイダンス施設内外の環境整備・維持管理 ・史跡見学者対応(解説員3人に対応、年末年始を除き年中無休) ・史跡広報・普及活動 ・国分寺跡古代史講座の開催 ・地域行事と連携した史跡地の活用や発掘調査現地説明会の開催	4	本史跡はT15年に国指定となり、群馬県が直接管理している群馬県を代表する史跡である。史跡についての広報・普及を積極的に行い、郷土学習の場としての利用を推進しているため、さらには児童生徒の郷土を愛する心の育成に資するため、今後も適切な保護管理をしていく必要がある。	4	上野国分寺跡は国の史跡として本県を代表する重要な遺跡であり、適正管理のため、継続。
			上野国分寺跡整備 (「偲ぶ毛の国」群馬の魅力発掘・発信事業)	再掲	教育委員会	文化財保護課	史跡上野国分寺跡の整備について、発掘調査を実施し、その結果に基づき、南大門や築垣の復元等を行う。	基本設計に沿った史跡の整備・復元	H22 : — H23 : 遺物収蔵用仮設建物の撤去 H24 : 発掘調査着手 H25 : 発掘調査の継続	発掘調査の継続、整備基本設計着手	中門、回廊、旧推定中門等の発掘調査の実施	南大門・築垣・講堂等の復元	27,815	20,724	15,003	4	発掘調査を開始し、整備事業のための基礎情報の収集を行った。その結果、南大門の4基目、5基目の礎石の発見、中門の発見、大規模な回廊の確認など、従来考えられていた上野国分寺の姿を大きく変える成果を得ることができた。	4	整備事業のための発掘調査では、過去の基本設計をそのままでは運用できないまでに新しい発見が次々と得られている。国分寺造営当時の偉容を復元するために、今後も発掘調査を実施し、基礎情報を得る必要がある。	4	適確な調査を行ったうえで、計画的に整備を進める必要があるため、継続。

主な取組(B)	施策(C)	事業(D)	個別事業(E)										決算額	事業の評価と改善の方向性(H27年度予算への対応)								
			個別事業名 (予算上の事業または事項)	新規/再掲	担当部局	担当課	個別事業概要	成果(結果)を示す項目	目標・指標					予算額		H25事業結果	部局評価		財政課評価			
									実績値 (過去4年間)		目標値			H25 当初 (千円)	H26 当初 (千円)		H25 決算 (千円)	評価 区分	評価の考え方	評価 区分	評価の考え方	
									H22 H23 H24 H25	H25 (前年度)	H26 (当年度)	H27 (総計計画 終期)										
			古墳総合調査事業 (「偲ぶ毛の国」群馬の魅力発掘・発信事業)	再掲	教育委員会	文化財保護課	県内全ての古墳について総合的な調査を実施し、保存・活用の方針を検討。	調査の実施、報告書の刊行	H24:基礎調査実施 H25:基礎調査実施、データ入力実施、現地調査・遺物調査実施	現地調査・遺物調査の実施、古墳調査台帳の作成とデジタル化、関連資料のデジタル化	現地調査・遺物調査の実施、主要古墳の測量と写真撮影、古墳調査台帳と関連資料のデジタル化	調査成果の公開、刊行記念講演会開催	14,216	20,626	8,097	4	群馬県の代表的な文化財である古墳について、その価値と魅力を県民に再認識してもらうため、本県の古墳の現状を把握した基礎資料を作る必要がある。全県的な取り組みとするため、県民が参加する機会を設け、多数の参加を得ている。	4	群馬県内の古墳を総合的に調査して整理するため、古墳情報管理発信に必要であるため、継続。 H27年度調査成果公表に向けて計画的に実施すること。			
			文化財保護審議会運営		教育委員会	文化財保護課	県内の文化財の保存及び活用に関する重要事項について審議する。県にとって重要な文化財を指定し、保護を図っていく。	国及び県指定等の文化財件数(累計)	H21:862点 H22:865点 H23:878点 H24:871点 H25:873点	875点	874点	880点	1,410	1,410	849	4	県内の文化財に関する様々な内容を審議するため、各専門分野の学識経験者による協議が必要であり、審議会及び各専門部会による文化財調査は今後も必要不可欠である。	4	文化財の保存及び活用に関する重要事項について調査・審議する文化財保護法に基づいた機関であり、継続。			
			文化財保存事業費補助	再掲	教育委員会	文化財保護課	国・県指定文化財を良好な状態で保存し、活用を図るため、所有者(市町村、法人、個人)が実施する保存修理等の事業に対し補助する。	補助事業件数	H22:66事業 H23:58事業 H24:56事業 H25:45事業	45事業	33事業	45事業	70,050	68,994	64,260	4	文化財の適正な保存・整備・活用のために必要な事業であり、計画的に取り組んでいく必要があると考える。	4	適正な文化財の保存、活用のため、継続。			
			埋蔵文化財調査センター運営		教育委員会	文化財保護課	出土品を保存管理するとともに、体験学習・各種講座開催を通じて埋蔵文化財の発掘調査成果を発信する。	発掘情報館入館者数	H22:12,224人 H23:13,715人 H24:19,255人 H25:15,035人	15,000人	15,000人	16,000人	40,770	40,700	40,691	4	出土品等を良好な状態で管理し、県民の活用には供するほか、最新調査資料展示や親子宿題教室の開催等により、多くの県民が埋蔵文化財に親しむ機会を作っている。文化財保護思想の普及や群馬の魅力等の再認識には必要不可欠である。	4	出土品の保存管理、展示などの活用を図るセンター等の運営経費であることから、継続。			
			金井東裏遺跡出土 甲着装人骨等調査 (「偲ぶ毛の国」群馬の魅力発掘・発信事業)	再掲	教育委員会	文化財保護課	渋川市金井東裏遺跡で発見された甲を着装した成人男性人骨等について、取扱い方法の検討や専門家による詳細調査を行う。	資料の調査及び適切な保存処理	H24:調査検討委員会の開催・詳細調査の実施 H25:調査検討委員会の開催・詳細調査の実施	詳細調査の実施	公開活用方針の検討、報告書刊行、展示会・講演会・シンポジウム等の開催	3,500	34,390	20,929	3	学術的に非常に価値の高い資料であり、全国初の発見が相次いだ。たびたび各種メディアに取り上げられ、全国的にも注目を集めている。 調査成果を積極的に情報発信することによって、県民文化の向上に資するなどの成果があった。 調査にあたっては、専門研究者からなる調査検討委員会の指導を受けた	4	甲着装人骨について、これまでの調査結果を踏まえ、積極的にその価値を情報発信することで、本県のイメージアップにつなげていく必要があるため、継続。				
■ 岩宿遺跡など旧石器時代から始まる本県の歴史を、豊富な歴史文化遺産によって物語として構成し、新たなぐまブランドを創出します。																						
			東国文化周知事業	再掲	生活文化スポーツ部	文化振興課	古代の東国文化の中心地であり、東日本最大の古墳大国である本県が誇る歴史文化遺産について再認識を促すとともに、全国への発信を推進する。	①副読本・「群馬の歴史文化遺産(東国文化)体験学習教材」を活用した校外学習の実施件数 ②周知イベントの参加人数	①東国文化副読本の作成、体験教材の作成 H25副読本活用授業実施件数77件(校) ② H24 3,485人 H25 27,058人	①延べ200件 ②延べ5,000人	①延べ200件 ②延べ10,000人	①延べ200件 ②延べ10,000人	3,900	7,246	9,192	3	市町村と連携した「古代東国文化サミット」の開催、中学1年生向けの「東国文化副読本」の配布、周知イベント、モデルツアー等を開催した。 【第2回古代東国文化サミット】 来場者数25,000人 【周知イベント(上野国分寺まつり)】 来場者数1,758人 【群馬の歴史文化遺産を巡るモデルツアー】 参加者数136人	4	本県のイメージアップを図る上で柱となる事業であり、今後も事業を継続。			
			古墳情報発信事業 (「偲ぶ毛の国」群馬の魅力発掘・発信事業)	再掲	教育委員会	文化財保護課	県内の古墳からの出土品に関連した展示や講座、冊子の作成等を行う。	古代東国文化サミット・展示会・講座の参加者数	H24:古代東国文化サミット 8,000人 展示会 4,716人 講座 360人 H25:古代東国文化サミット 25,000人 展示会 1,552人	サミット8,000人 展示会2,500人(実績) サミット25,000人 展示会1,552人	展示会2,500人	展示会7,500人 冊子の刊行準備	6,300	3,046	5,926	4	群馬県の代表的な文化財である古墳について情報発信することによって、その価値と魅力を県民に再認識させる。「古墳大国群馬」の実像を明らかにすることで、県民文化の向上に資するとともに、県民が郷土に対する誇りや愛着を持つ契機となることを期待できる。また、県外への情報発信により、本県のイメージアップや観光振興にも繋げることができる。	4	古墳の価値を県民に再認識するとともに、県外への情報発信に必要であるため、継続。			
			世界遺産登録推進等	再掲	企画部	世界遺産推進課	世界遺産登録の審査を行うユネスコ世界遺産委員会への対応を行う。また、資産の保存管理に関する条件整備を進める。総合管理活用機構の組織等についての基本計画、設計等を行う。	①世界遺産登録 ②4資産の国文化財指定	①世界遺産登録 H21~H22:推薦書原案の作成 H23:推薦書の検討・修正 H24:推薦書の提出 H25:ユネスコ現地視察対応 ②4資産の国文化財指定 H22:3資産 H23:3資産 H24:4資産	①世界遺産登録 ユネスコ現地視察対応	①世界遺産登録 H26 世界遺産登録	①世界遺産登録 H26 世界遺産登録	72,100	105,461	64,770	1	ユネスコ及びイコモス(ユネスコ世界遺産委員会の諮問機関)による推薦書の審査・現地調査が行われた。	1	登録という目的が達成されたことから、事業としては廃止。 今後は、活用していく取組を強化していく必要がある。			

主な取組(B)	施策(C)	事業(D)	個別事業(E)										決算額	H25事業結果	事業の評価と改善の方向性(H27年度予算への対応)									
			個別事業名 (予算上の事業または事項)	新規/再掲	担当部局	担当課	個別事業概要	成果(結果)を示す項目	目標・指標						予算額		H25 当初 (千円)	H26 当初 (千円)	H25 決算 (千円)	部局評価	財政課評価			
									実績値 (過去4年間)		目標値				H25 当初 (千円)	H26 当初 (千円)				H25 決算 (千円)	評価 区分	評価の 考え方	評価 区分	評価の 考え方
									H22 H23 H24 H25	H25 (前年度)	H26 (当年度)	H27 (総計画 終期)												
			ぐんま絹遺産ネットワーク構築等	再掲	企画部	世界遺産推進課	群馬県内に残る絹遺産を再評価し、その保存活用を図る。	ぐんま絹遺産の登録件数	H23: 58件 H24: 20件 H25: 6件 累計84件	累計 90件	累計 100件	累計 100件	9,737	6,300	13,660	4	県内に残る絹遺産について再認識し、周知を図ることができた。今後も、各地域の絹遺産に光を当て、積極的な保存活用を図りたい。	世界遺産登録により高まった絹遺産に対する関心を、さらに高め、地域の活性化につなげていく必要があるため、継続。						
			世界遺産普及啓発等	再掲	企画部	世界遺産推進課	関係市町村、民間企業、民間団体との協働による啓発活動を実施する。	4資産への来場者数 (うち富岡製糸場来場者数)	H22: 20.8万人 H23: 23.5万人 H24: 30.0万人 H25: 34.0万人 (富岡製糸場来場者数) (H22: 20.6万人) (H23: 23.1万人) (H24: 28.7万人) (H25: 31.5万人)	・36.0万人 (富岡製糸場 35.0万人)	・42.0万人 (富岡製糸場 40.0万人)	・55.0万人 (富岡製糸場 50.0万人)	22,485	21,337	24,768	3	伝道師協会などの県民ボランティア団体と協働し、本県の絹遺産の普及・啓発活動を年間330回以上実施し、積極的な広報活動を展開した。全国巡回展を実施し、県外でのPRに努めた。全国から応援メッセージを募集し、機運醸成を図った。	登録による世界遺産や絹遺産への関心の高まりが一過性のものとならぬよう、引き続き、関係する方々と、積極的に、これを生かす取組を進めていく必要があるため、拡充。						
(2)歴史文化遺産による観光振興・イメージアップ																								
■ 本県が誇る歴史文化遺産を、群馬の観光資源として磨き上げ、誘客を推進するとともに、リピーターの増加を図ります。																								
			千客万来支援	再掲	産業経済部	観光物産課	市町村や民間団体が取り組む企画力の優れたワンランク上の観光振興事業に対して、実施事業費の1/2(ハード事業のみ財政力指数0.75以上の市町村は1/3)の範囲内で補助を行う。	宿泊客数 (国土交通省 宿泊旅行統計調査)	H22: 666万人 H23: 875万人 H24: 839万人 H25: 914万人 H23に集計方法が変更された。	-	-	-	100,000	100,000	96,690	4	国際観光推進 11件 ・ビザスタートイレ推進 7件 ・地域資源活用推進 13件 ・観光施設リニューアル 10件 ・歴史文化遺産活用推進 3件 ・観光客周遊化支援 3件	富岡製糸場と絹産業遺産群の世界遺産登録等に伴い増加する観光客に対応するため、受入体制整備等に継続して取り組む必要がある。	受入体制整備等の観光振興事業に対する支援は必要であるため、継続。					
■ 全国に向けた群馬の魅力的な歴史文化遺産のPRに力を注ぎ、イメージアップの推進を図ります。																								
			群馬の魅力 みんなでPR	再掲	企画部	企画課	県民自らが群馬の魅力を認識し、PRする取組を進めるため、県民との協働で事業を推進する。「群馬の魅力」の発信方法を検討して、県民みんなで発信する。	イメージ調査等ランキングの向上	・ブランド総研調査(魅力度) H22: 41位 H23: 44位 H24: 47位 H25: 44位 ・日経リサーチ調査 H22: 47位 H25: 46位	ランキングの向上	ランキングの向上	ランキングの向上	16,651	4,603	14,152	4	県民に「群馬の魅力」を再認識してもらい、県民自らもPRする取組を進めるための事業を推進した。具体的には、外部委員と職員による「群馬のプロモーション委員会」を開催し、「群馬の逆襲」をテーマに、「温泉」「すき焼き」「おつきこみ」の3素材を中心にPRしていくことを決定した。これを基にして、本県がメディアで継続的に話題になるよう、「群馬探検隊(隊長: 藤岡弘、氏)」がこの3素材を探索・調査したという設定内容で、劇画タッチのウェブコンテンツを制作・公開した。	県民が「群馬の魅力」に目を向けるための機運醸成に役立つ事業は、継続的に展開していく必要がある。今年度は、「富岡製糸場と絹産業遺産群」が世界文化遺産に登録されたことから、これをプロモーションの素材として活用し、「温泉」「すき焼き」「おつきこみ」と関連づけながら、「群馬の魅力」のプロモーションを効果的に展開していく予定である。	取組が単発とならぬよう、腰を据えて、本県の知名度向上、イメージアップを図っていく必要があるため、継続。					
			群馬県PRサイトの運営		企画部	企画課	ぐんまちゃんを活用し、群馬県魅力を発信するWebサイトを運営する。	アクセス件数	H22: 1,085,579件 H23: 1,114,575件 H24: 962,547件 H25: 1,440,228件	1,320,000件 (月110,000件)	1,500,000件 (月125,000件)	1,440,000件 (月120,000件)	1,192	1,603	1,191	4	「秘密のぐんま」と「ララぐんまちゃん」を統合してリニューアルし、「ぐんまちゃんナビ！」を開設した(年間1,440,228pv)	Webサイトは、即時に全国に向けて情報発信できる広報ツールとして有効であり、群馬のイメージアップを図るため、その魅力を継続的に発信する必要がある。	ぐんまちゃんを活用してのインターネットによる情報発信は有効であり、発信内容を常に工夫しつつ取り組む必要があるため、継続。					
			ググッとぐんま観光キャンペーン	再掲	産業経済部	観光物産課	観光キャンペーンを一過性のものとし、期間中、首都圏に向けた集中宣伝を実施するなど、継続的な取組を推進する。	期間中の入り込み客数	H22: - H23: - H24(7-9月): 18,995,608人 H25(10-12月): 15,192,248人	対前年5.0%増 1,537万人 (10-12月実施)	対前年5.0%増 1,595万人 (10-12月実施)	未定	21,000	16,000	21,000	4	期間中の観光客入込数は、15,192,248人で、目標であった1,537万人に及ばなかったものの、24年の実績に比べ約54万人の増、3.7%の増となった。また、経済波及効果の試算は、約31億円となった。	キャンペーンを一過性のものせず、継続して本県への誘客促進を「行ったことが実績に結びついている。25年は時期を変更し10-12月に実施しているが、7-9月の3年連続実施と同様、着実に成果を上げるには、26、27年も10-12月に実施し、3年連続とすることが必要。	目標には僅かに届かなかったが、前年を上回る入り込み客数となった。市町村と連携して培ってきた取り組みや機運等を、更なる観光客入込につなげることは必要であるため、継続。					
(3)推進体制の整備																								
■ 東国文化の発掘・活用・発信のための推進体制を整備し、市町村や県民と連携して推進していきます。																								
			群馬歴史文化遺産発掘・活用・発信実行委員会運営		生活文化スポーツ部	文化振興課	東国文化等をはじめとした本県の全国に誇る歴史文化遺産を発掘・活用・発信するために市町村や県民と連携して推進体制の整備を推進する。	ネットワークの充実	H24 委員会開催 H25 委員会運営	ネットワークの充実	ネットワークの充実	ネットワークの充実	部局予算対応	部局予算対応	-	4	県内市町村、歴史研究者、民間文化財保存・活用団体を構成員とする「群馬歴史文化遺産発掘・活用・発信実行委員会」を運営した。	今後、市町村や県民と連携して、東国文化＝群馬というイメージを全国に定着・発信していくため、ネットワークの充実を図る必要がある。	今後の東国文化発信について、引き続き市町村等の関係者と連携を深める必要があることから、継続。					
3 東国文化の中心・群馬の再認識 小計 1,029,725																								

主な取組(B)	施策(C)	事業(D)	個別事業(E)										決算額	H25事業結果	事業の評価と改善の方向性(H27年度予算への対応)						
			個別事業名 (予算上の事業または事項)	新規/再掲	担当部局	担当課	個別事業概要	成果(結果)を示す項目	目標・指標						予算額		H25 決算 (千円)	部局評価		財政課評価	
									実績値 (過去4年間)		目標値				H25 当初 (千円)	H26 当初 (千円)		評価: 区分	評価: 考え方	評価: 区分	評価: 考え方
									H22 H23 H24 H25	H25 (前年度)	H26 (当年度)	H27 (総合計画 終期)									
4 群馬の優れた資質を情報発信																					
(1)イメージアップ戦略のPR展開																					
■ 群馬デスティネーションキャンペーンを契機とした集中観光宣伝をはじめ、「ぐんまちゃん家」の活用や民間と連携したイメージアップ宣伝などを通じ、国内におけるイメージアップを図るためのPRを展開します。																					
			群馬のプロモーション事業	新規/再掲	企画部	企画課	「群馬の逆襲」のテーマのもと、「温泉」「すき焼き」「おつきこみ」の3素材と群馬県を結びつけ、積極的かつ集中的にプロモーション活動を行う。	イメージ調査等ランキングの向上	・ブランド総研調査(魅力度) H22:41位 H23:44位 H24:47位 H25:44位 ・日経リサーチ調査 H22:47位 H25:46位	ランキングの向上	ランキングの向上	ランキングの向上		7300		平成26年度新規事業のため、事業評価対象外					
			ぐんまちゃんによるイメージアップ		企画部	企画課	県のマスコット「ぐんまちゃん」を活用したPRを展開する。	ぐんまちゃんデザイン利用許諾件数	H22:281件 H23:374件 H24:792件 H25:2,700件	800件	1,600件	800件	14,278	17,300	13,629	4	ぐんまちゃんは全国的に人気が高まっており、本県の魅力を知ってもらいきっかけとして有効である。また、本県のイメージアップ施策として、マスコット「ぐんまちゃん」を活用したPR展開を行っており、全庁的に統一した取組を進めるため、継続する。なお、利用申請が高止まりしている許諾事務については、簡素化等、実施方法を検討する必要がある。	4	群馬県のPR及びイメージアップ関連施策の展開にあたって、「ぐんまちゃん」は本県の魅力を知ってもらうきっかけづくりとして有効であるため、継続。		
			東国文化周知事業	再掲	生活文化スポーツ部	文化振興課	古代の東国文化の中心地であり、東日本最大の古墳大国である本県が誇る歴史文化遺産について再認識を促すとともに、全国への発信を推進する。	①副読本・「群馬の歴史文化遺産(東国文化)体験学習教材」を活用した校外学習の実施件数 ②周知イベントの参加人数	① H24 東国文化副読本の作成、体験教材の作成 H25 副読本活用授業実施件数77件(校) ② H24 3,485人 H25 27,058人	①延べ200件 ②延べ5,000人	①延べ200件 ②延べ10,000人	①延べ200件 ②延べ10,000人	3,900	7,246	9,192	3	市町村と連携した「古代東国文化サミット」の開催、中学1年生向けの「東国文化副読本」の配布、周知イベント、モデルツアー等を開催した。【第2回古代東国文化サミット】来場者数約25,000人【周知イベント(上野国分寺まつり)】来場者数1,758人【群馬の歴史文化遺産を巡るモデルツアー】参加者数136人	4	本県のイメージアップを図る上で柱となる事業であり、今後も事業を継続。		
			県立美術館・博物館管理運営	再掲	生活文化スポーツ部	文化振興課	学校教育を補完し、子どもたちの感性を育むほか、一般県民に優れた芸術文化に触れる機会を提供し、芸術文化への関心を高める。	年間入館者数	H22 472,435人 H23 505,056人 H24 489,722人 H25 520,071人	400,000人	467,000人	500,000人	826,234	879,894	798,765	4	歴史博物館を除く各館において、メリハリのある企画展を開催した。教育普及活動や巡回展示の充実、自然史博物館の正月開館などさまざまな取組を行った。	4	入館者数は前年度を6%上回り、目標を超える約52万人を記録した。引き続き、メリハリのある企画展の開催や魅力ある教育普及事業の実施等により、入館者増に努める。		
			プレゼンテーションぐんま	再掲	産業経済部	産業政策課	知事自らプレゼンテーションを行う東京での企業立地セミナー等で、一層の企業誘致を促進する。	企業誘致説明会等参加企業数	H22:1,385社 H23:1,306社 H24:1,682社 H25:1,785社	1,300社	1,300社	1,300社 (H27単年度)	3,383	3,332	2,974	4	・「企業立地セミナーin東京」の開催参加企業 72社(団体)126名 ・企業展への出展(メッセナゴヤ2013)県ブース来場者 約1,000名 ・その他企業展への出展	4	知事のプレゼンテーションを主体としたトップセールスを通じ、大都市圏の優良企業に対して本県の立地優位性を周知することが、効果的な企業誘致活動につながっている。今後も市町村と連携し、より効果的、かつ、戦略的なトップセールス、誘致活動を実施する。		
			ものづくり情報発信	再掲	産業経済部	工業振興課	本県企業の技術力のPR、新たな取引先の開拓を支援するため、県外大手企業向け展示商談会、県内大手・中堅企業向け展示商談会を開催する。また、ものづくりの開発・設計段階への参入を支援する事業や、中京圏への継続的な販路開拓を支援する事業を実施する。	商談成約件数(有望案件含む)	H22:372件 H23:184件 H24:157件 H25:208件(H26年8月26日現在)	200件	200件	1,150件	5,600	4,900	3,227	4	県外大手企業向け商談会 トヨタ自動車、大和ハウス工業 市場ニーズ把握や提案力強化の支援付加価値あるデザインを実現する加工技術展 次世代産業分野販路開拓実践塾 県内大手・中堅企業向け展示商談会 ものづくり技術展示商談会inぐんま	4	将来性や市場性が期待される分野において、県内企業の優れた技術力や製品を広く県内外に情報発信し、受注機会の拡大や新規取引開拓の機会を積極的に創出している。県内企業の競争力強化のため「ものづくりの開発・設計段階への参入」を支援するとともに、県内企業のニーズや今後の市場動向を見据えて、これまで主力としてきた自動車産業以外の分野へも取組を拡大し、より効果の高い事業にしていく。		
			群馬の観光イメージアップ	再掲	産業経済部	観光物産課	群馬の観光イメージアップを図るために、ぐんま大使を活用した広報活動を展開する。	様々なメディアを活用した情報発信によるぐんまのイメージアップ。(テレビ・HP・ポスター等)	イメージアップポスター・映像の作成。専用HPでの情報発信等	-	-	未定	5,336	4,535	5,336	4	ぐんま大使を務める中山秀征氏、井森幸幸氏を起用したポスターを作成した(掲出はH26.4.1~)。二人の出演番組等で本県PRに努めていただき、イメージアップに貢献してくれた。	4	イメージアップの手法として、芸能人の起用はメディアの注目度、一般人の関心度が高くなるため有効と考える。継続した取り組みが必要である。		

【「はばたけ群馬プラン」重点プロジェクト推進シート】 <PJ14> 13

主な取組(B)	施策(C)	事業(D)	個別事業(E)										決算額	H25事業結果	事業の評価と改善の方向性(H27年度予算への対応)									
			個別事業名 (予算上の事業または事項)	新規/再掲	担当部局	担当課	個別事業概要	成果(結果)を示す項目	目標・指標						予算額		H25 当初 (千円)	H26 当初 (千円)	H25 決算 (千円)	部局評価	財政課評価			
									実績値 (過去4年間)		目標値				H25 当初 (千円)	H26 当初 (千円)				H25 決算 (千円)	評価 区分	評価の考え方	評価 区分	評価の考え方
									H22 H23 H24 H25	H25 (前年度)	H26 (当年度)	H27 (総合計画 終期)												
			ググッとぐんま観光キャンペーン	再掲	産業経済部	観光物産課	観光キャンペーンを一過性のものとし、首都圏に向けた集中宣伝を実施するなど、継続的な取組を推進する。	期間中の入り込み客数	H22: - H23: - H24(7-9月): 18,995,608人 H25(10-12月): 15,192,248人	対前年5.0%増 1,537万人 (10-12月実施)	対前年5.0%増 1,595万人 (10-12月実施)	未定	21,000	16,000	21,000	4	期間中の観光客入込数は、15,192,248人で、目標であった1,537万人に及ばなかったものの、24年の実績に比べ約54万人の増、3.7%の増となった。また、経済波及効果の試算は、約31億円となった。	4	キャンペーンを一過性のものせず、継続して本県への誘客促進を行ったことが実績に結びついている。25年は時期を変更し10~12月に実施しているが、7~9月の3年継続実施と同様、着実に成果を上げるには、26、27年も10~12月に実施し、3年継続とすることが必要。	4	目標には僅かに届かなかったが、前年を上回る入り込み客数となった。25年は時期を変更し10~12月に実施しているが、7~9月の3年継続実施と同様、着実に成果を上げるには、26、27年も10~12月に実施し、3年継続とすることが必要。			
			全日本実業団対抗駅伝競走大会 (ニューイヤースタートinぐんま)		生活文化スポーツ部	スポーツ振興課	競技コースの安全を確保し事故なく大会を実施する。テレビの生中継により全国に群馬県をPRする絶好のイベントとして、関係機関と連携し、大会を盛り上げるとともに開催地群馬県を全国にPRする。	①テレビ視聴率 ②沿道観客数 ③データ放送による県提供視聴者プレゼント応募者数 ※指標項目の追加 ③県PR事業の成果を実質的に示す指標を追加した。	H23 12.8% H24 13.2% H25 13.4% H23 61万人 H24 62万人 H25 61万人 ③データ放送による県提供視聴者プレゼント応募者数 H23 15,746人 H24 24,068人 H25 25,385人	①13.5% ②62万人 ③16,530人	①14.2% ②62万人 ③16,930人	①14.8% ②62万人 ③17,320人	8,247	8,317	8,062	4	大会関係者との連携を図り、事故なく大会を実施した。テレビ視聴率は前年を0.2%上回り、視聴者プレゼント応募者数も1,000人以上増加した。各種PR事業を通じて大会を盛り上げるとともに、積極的に群馬県開催をアピールした。	4	視聴率13.4%を基に計算すると関東地方だけで約242万世帯の方が番組を視聴しており、全国放送ということも考慮するとさらに多くの方々に本県の情報を発信でき、大きなPR効果が期待できる。また、選手・役員など大会関係者、応援に訪れる方々の交通費・宿泊費・食事代等の経済効果も期待できる。さらに、27年度は第60回を迎えるため、記念イベント等を実施し、当大会を盛り上げる必要がある。	4	本県を全国にアピールできる機会があることから、継続。			
■ 「ぐんまちゃん家」の機能を強化し、観光PRや物産販売などの充実を図ります。																								
			ぐんま総合情報センター運営	再掲	企画部	企画課	首都圏における群馬県の情報発信・収集拠点として、東京銀座のぐんま総合情報センター(ぐんまちゃん家)を運営する。平成23年3月から1階部分を拡張し、物産販売や観光案内の充実、情報発信の強化を図るほか、Uターン等情報提供を行い、効率的な運営を図る。	①来場者数 ②パブリシティ等による掲載・放送件数 ③物産販売額	H22: 291,769人 H23: 404,528人 H24: 402,799人 H25: 577,207人 H22: 2,675件 H23: 2,639件 H24: 3,374件 H25: 2,707件 H22: 3,293万円 H23: 8,270万円 H24: 9,187万円 H25: 15,722万円	①500,000人 ②3,430件 ③1億円	①500,000人 ②3,430件 ③1億円	①500,000人 ②2,700件 ③1億円	96,251	113,231	91,071	4	ぐんま総合情報センター設置運営・パブリシティ対策(記者会情報提供221件、新聞等記事掲載2,549件、サロンドG開催17回など)・イベント開催(延開催日数219日間、98件、イベントによる物産販売694万円)・観光案内(観光相談件数52,159件)・物産販売(物産品販売品数571品、総売上額1億5,722万円)・Uターン・ターン(相談件数132件)・ぐんまのファンづくり(メルマガ発行24回、延べ38,671件、ふるさと講座、企画ツアー18コース等)	4	26年4月の歌舞伎座リニューアルオープンに関連した事業や商品数の増加を図った結果、来場者数や物産販売額が増加したほか、広告換算料が大幅に増加し、パブリシティ活動による情報発信に成果が挙がった。情報発信は継続的に行うことが重要である。立地がわかりやすく、ぐんまちゃん家の認知度も上昇し、情報発信にも効果は上がっていることから首都圏における本県の総合情報発信拠点として今後も継続的に運営する必要があるが、一方で建物賃借料が上昇傾向にあることから、検討が必要。	4	センター開設以来、蓄積してきたノウハウをもとに、今後も、本県の情報発信にしっかりと取り組んでいく必要があるため、継続。			
			ぐんま総合情報センター推進		企画部	企画課	ぐんま総合情報センターの機能強化に向け、有識者懇談会での検討や、センターの運営、活動に関する支援等を行う。	①来場者数 ②パブリシティ等による掲載・放送件数 ③物産販売額	H22: 291,769人 H23: 404,528人 H24: 402,799人 H25: 577,207人 H22: 2,675件 H23: 2,639件 H24: 3,374件 H25: 2,707件 H22: 3,293万円 H23: 8,270万円 H24: 9,187万円 H25: 15,722万円	①500,000人 ②3,430件 ③1億円	①500,000人 ②3,430件 ③1億円	①500,000人 ②2,700件 ③1億円	1,335	733	897	4	歌舞伎座リニューアルオープン関連事業実施 「5周年記念物産市」等直営イベント開催 来場者200万人達成記念事業実施	4	歌舞伎座効果の持続や一層の認知度向上のため、引き続き、連携して事業展開を行う。	4	ぐんま総合情報センターの取組が効果的に実施されるよう、支援していく必要があるため、継続。			
■ 「ぐんまちゃん家」の持つ情報発信の機能を、県内市町村にある地域情報提供施設等に配置します。																								
			ぐんまちゃんによるイメージアップ		企画部	企画課	県のマスコット「ぐんまちゃん」を活用したPRを展開する。	ぐんまちゃんデザイン利用許諾件数	H22: 281件 H23: 374件 H24: 792件 H25: 2,700件	800件	1,600件	800件	14,278	17,300	13,629	4	ぐんまちゃんデザイン利用許諾2,700件 「ぐんまちゃん」イベントの実施 ぐんまちゃんショップ10月26、27日 お誕生日会・ショップ: 2月22、23日 CM、県内各地を撮影地とした写真集、グッズ専門SHOP開設等への協力	4	ぐんまちゃんは全国的に人気が高まっており、本県の魅力を知ってもらうきっかけとして有効である。また、本県のイメージアップ施策として、マスコット「ぐんまちゃん」を活用したPR展開を行っており、全庁的に統一した取組を進めるため、継続する。なお、利用申請が高止まりしている許諾事務については、簡素化等、実施方法を検討する必要がある。	4	群馬県のPR及びイメージアップ関連施策の展開にあたって、「ぐんまちゃん」は本県の魅力を知ってもらうきっかけづくりとして有効であるため、継続。			

主な取組(B)	施策(C)	事業(D)	個別事業(E)										決算額	事業の評価と改善の方向性(H27年度予算への対応)							
			個別事業名 (予算上の事業または事項)	新規/再掲	担当部局	担当課	個別事業概要	成果(結果)を示す項目	目標・指標					予算額		H25事業結果	部局評価		財政課評価		
									実績値 (過去4年間)		目標値			H25 当初 (千円)	H26 当初 (千円)		H25 決算 (千円)	評価 区分	評価の 考え方	評価 区分	評価の 考え方
									H22 H23 H24 H25	H25 (前年度)	H26 (当年度)	H27 (総計画 終期)									
<p>■ 海外メディア(雑誌・マスコミ等)を本県に招聘し、本県の優れた資質を海外にPRするとともに、海外での観光展等への出展を通じて、情報発信と情報収集を行い、海外に向けたイメージアップを図ります。</p>																					
			再掲	産業経済部	観光物産課	群馬県の知名度アップを図り、本県への外国人観光客を増大させるため、国・他県とも連携を図りながら、観光情報収集・発信等を実施する。	外国人宿泊者数	H22: 73,060人泊 H23: 39,580人泊 H24: 58,270人泊 H25: 96,950人泊	77,000人泊	90,000人泊	10万人泊	30,875	20,952	29,967	<ul style="list-style-type: none"> 現地プロモーション 6回(香港/台湾/韓国/上海) 旅行エージェンツ・メディア招聘 広域連携等 9回(台湾、韓国、香港、中国) 広告事業 2回(香港/台湾) 多言語観光情報サイト運営(英語・中文繁体字、中文简体字、韓国語版) 教育旅行 23ツアー(台湾) 	4	海外からの旅行者数及び県内の宿泊数は、ともに過去最多となり順調に推移している。しかし、県観光振興計画目標には至っておらず、目標達成のためには、海外旅行会社や教育旅行関係者の招聘、海外への情報発信を継続する必要がある。	4	現地プロモーションや本県招聘等により、順調に宿泊者数は増加してきている。海外からの旅行者向けの観光振興は必要であることから、継続。		
				総務部	女子大学	留学支援プログラムの支援を受けて海外留学を行う学生を、群馬県観光親善学生大使に委嘱し、留学先で県からの友好のメッセージを伝え、群馬県の魅力と観光地を紹介する。	①新規観光親善大使数 ②活動対象者数	H22 123名 H23 107名 H24 91名 H25 108名 H22 1,131名 H23 682名 H24 710名 H25 658名	①大使数 90名 ②活動対象数 900名	①大使数 100名 ②活動対象数 1,000名	①大使数 累計760名 ②活動対象数 累計7,000名	22,647	22,705	21,000	平成25年度は108名の学生を観光親善大使に委嘱し、研修・滞在先で658名の関係者に対しプレゼンテーションを行い、県からの友好のメッセージを伝え、親善、広報活動を実施した。	4	事前に観光親善大使としての研修を受けた学生が、留学先で草の根的な広報活動を展開することにより、観光客誘致や海外と群馬県との友好関係構築が期待できる。	4	国際社会で通用する人材の育成を図るとともに、海外での群馬県に対するイメージアップにもつなげるため、継続的な取り組みが必要。		
				企画部	国際戦略課	留学生や海外県人会・海外ぐんまサポーターズ等を活用して、本県の情報発信を行う。	留学生・県人会等によるブログ・イベント参加等情報発信回数	H24: 88回 H25: 327回	75回	80回	80回	2,493	1,816	1,683	外国人留学生等で結成した「ぐんまのいいとこ伝え隊」による県内観光地等の体験ツアーを行い、ブログ等に母国語で情報発信し、海外での本県のPRを図った。また、海外県人会等がイベントで本県PRを行うためのPR物品を送付し支援した。	4	外国人留学生を活用したクチコミによる海外への情報発信により、本県のイメージアップを効果的に行うことができた。H27も、より効果が高まるよう実施内容を工夫しながら、継続して実施していく。	4	外国人留学生の視点での母国語での情報発信は、現地の人が理解しやすいものとなることから期待されるため、継続。		
<p>■ 発信力のある全国規模のイベントを通して、開催地群馬県のイメージアップを図ります。</p>																					
			再掲	生活文化スポーツ部	スポーツ振興課	競技コースの安全を確保し事故なく大会を実施する。テレビの生中継により全国に群馬県をPRする絶好のイベントとして、関係機関と連携し、大会を盛り上げるとともに開催地群馬県を全国にPRする。	①テレビ視聴率 ②沿道観客数 ③データ放送による県提供視聴者プレゼント応募者数 ※指標項目の追加 ③県PR事業の成果を実質的に示す指標を追加した。	H23 12.8% H24 13.2% H25 13.4% H23 61万人 H24 62万人 H25 61万人 ③データ放送による県提供視聴者プレゼント応募者数 H23 15,746人 H24 24,068人 H25 25,385人	①13.5% ②62万人 ③16,530人	①14.2% ②62万人 ③16,930人	①14.8% ②62万人 ③17,320人	8,247	8,317	8,062	大会関係者との連携を図り、事故なく大会を実施した。テレビ視聴率は前年を0.2%上回り、視聴者プレゼント応募者数も1,000人以上増加した。各種PR事業を通じて大会を盛り上げるとともに、積極的に群馬県開催をアピールした。	4	視聴率13.4%を基に計算すると関東地方だけで約242万世帯の方々が登場を視聴しており、全国放送ということも考慮するとさらに多くの方々に本県の情報を発信でき、大きなPR効果が期待できる。また、選手・役員など大会関係者、応援に訪れる方々の交通費・宿泊費・食事代等の経済効果も期待できる。さらに、27年度は第60回を迎えるため、記念イベント等を実施し、当大会を盛り上げる必要がある。	4	本県を全国にアピールできる機会であることから、継続。		
<p>(2)情報発信の充実</p>																					
<p>■ イメージアップ戦略の推進、積極的な広報を行うため、県庁内の体制を整備します。</p>																					
			新規	企画部	企画課	イメージアッププロジェクト推進班員会議等を開催して、庁内連携を推進する。	イメージアッププロジェクト関連会議開催回数	H23: 2回 H24: 1回 H25: 6回(群馬のプロモーション委員会を含む)	2回	2回	2回				平成26年度新規事業のため、事業評価対象外						
<p>■ 「ぐんま大使」や県のマスコット「ぐんまちゃん」を活用した情報発信を推進します。また、国内外で活躍する本県に縁のある方々を「ぐんま観光特使」に委嘱し、本県の魅力を発信します。</p>																					
				生活文化スポーツ部	スポーツ振興課	ザスパ草津、群馬ダイヤモンドペガサス、群馬クレインサンダーズのアウェイゲームにおいて、群馬県の観光・物産等をPRする。	入場者数	<ul style="list-style-type: none"> ザスパ草津群馬 H22: 30,823人(5試合) H23: 44,414人(5試合) H24: 41,281人(5試合) H25: 31,374人(5試合) 群馬ダイヤモンドペガサス H22: 4,288人(5試合) H23: 3,839人(5試合) H24: 2,489人(5試合) H25: 9,614人(5試合) 群馬クレインサンダーズ H24: 8,396人(4試合) H25: 6,372人(5試合) ※括弧内は対象試合数	ザスパ草津群馬: 30,000人 群馬ダイヤモンドペガサス: 4,000人 群馬クレインサンダーズ: 5,000人	ザスパ草津群馬: 24,000人 群馬ダイヤモンドペガサス: 3,200人 群馬クレインサンダーズ: 5,000人	ザスパ草津群馬: 30,000人 群馬ダイヤモンドペガサス: 4,000人 群馬クレインサンダーズ: 5,000人	3,509	2,829	3,183	県外で多くの集客が見込める5試合を中心に試合を選定。アウェイ側のチームとの連絡調整を行い、観光マップ・世界遺産関連パンフ・ノベルティ等の配布などのPR活動を実施することで、群馬県のイメージアップを図ることができた。(ザスパ: 京都、富山、山形、千葉、横浜で各500部配布、ペガサス: 新潟、富山、福井、石川、長野で各300部配布、サンダーズ: 秋田(2試合)、埼玉、京都(2試合)で各300部配布)	4	チームの活動を通して本県の知名度の向上、イメージアップに取り組むため、本県の観光や物産等を直接来場者にPRすることで、本県の魅力を全国に向けて新鮮な感覚で効果的にPRできる貴重なツールであり継続して実施する。	4	全国に本県をPRする取組であり、継続。より効果的な事業となるよう、随時見直ししながら実施していく必要がある。		

