

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	H26事業結果	事業の評価と改善の方向性(H28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			H26 当初 (千円)	H27 当初 (千円)	H26 決算 (千円)	部局評価	財政課評価						
									実績値		目標値							H26 当初 (千円)	H27 当初 (千円)	H26 当初 (千円)	H27 当初 (千円)	H26 決算 (千円)	評価の考え方	評価の考え方	
									H22 H23 H24 H25 H26	H25 (前々年度)	H26 (前年度)	H27 (当年度)											※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		
1 群馬の魅力再発見																									
(1) 県民の群馬の魅力の再認識醸成																									
■ 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。																									
		群馬のプロモーション事業		総務部	広報課	「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 H26: 46位 ・日経リサーチ調査 H22: 47位 H25: 46位 H26: 調査未実施	ランキングの向上	ランキングの向上	ランキングの向上	4,603	1,524	7,080	群馬をPRする素材としてH25の「群馬のプロモーション委員会」で決定した「温泉」「すき焼き」「おつきりこみ」に加え、世界遺産に登録された「富岡製糸場と絹産業遺産群」及びゆるキャラグランプリで優勝した「ぐんまちゃん」を素材として、本県の魅力を紹介するプロモーション事業「ぐんまの挑戦状」を展開。 動画投稿サイトYouTubeでの動画配信や、Facebookへの関連情報掲載により、本県の魅力を全国に発信することができた。	4	本県のさらなるイメージアップを図るため、H25年度からの3年間の取組成果を踏まえ、関係部局との役割分担等の見直しを行った上で、プロモーション活動を推進。 今後は在京メディアへの情報発信を一層強化して取り組む。	4	本県のイメージアップを図る上で、テーマを絞った集中的なプロモーションは効果的であり、継続。						
		群馬の魅力 みんなでPR		総務部	広報課	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 H26: 46位 ・日経リサーチ調査 H22: 47位 H25: 46位 H26: 調査未実施	ランキングの向上	ランキングの向上	ランキングの向上	4,603	1,524	2,699	本県の魅力をPRする冊子「ぐんまがいちばん!」を改訂。小さいときから郷土の魅力を理解し誇りを持ってもらうため、県内の全小学4年生に配布した。	4	小学校での活用状況の踏まえ、必要に応じて増刷をする。 有償頒布やぐんまちゃん家での販売状況を踏まえ、書店での販売も検討する。	4	小学生の段階から、郷土の魅力に対する理解を深めることは重要であり、継続。 より多くの県民に冊子を手にとってもらえるよう、書店での販売も検討する必要がある。						
		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とぐんまちゃんTV(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	H22 7.6% H23 3.4% H24 3.3% (②は25%) H25 3.6% H26 4.0% (②は23%)	4%	①4% ②25%	5%	111,183	108,456	110,189	「ぐんま一番」46回/年(通常編35回、特別編4回、アンコール放送6回、新春知事特別番組1回)※群馬テレビで放送	4	各地域ごとに群馬の魅力・潜在力を紹介することにより、自らが生まれ育った地域に対する県民の愛着、群馬に生きることを誇りに思う気持ちを育むことができた。 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。本放送と再放送の合計視聴率は目標値を超えているが、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て本県の魅力を発信し、県民の郷土に対する愛着や誇りを醸成する取組は必要であり、継続。 視聴率等の目標値を継続的に達成するため、より多くの県民に見ていただける魅力的な番組内容を選定していく必要がある。						
		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 H26 15,800部/月 H27 15,800部/月	16,000部/月	15,800部/月	15,800部/月	35,279	36,883	34,360	毎月10日発行 15,800部×10回	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るため、引き続き活用する。	4	写真を中心に、県政や県内の話題を県民に幅広く知らせるために必要な媒体であり、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 H26 717,000部/月 H27 706,000部/月	732,000部/月	725,000部/月	725,000部/月	109,722	108,124	97,998	毎月第1日曜日発行 725,000部×1回、717,000部×6回 706,000部×5回	4	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	県の重要施策やイベント情報等を幅広く県民に周知するために必要な媒体であり、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 H26 352回/年 H27 354回/年	354回/年	353回/年	354回/年	12,690	12,690	12,555	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) 352回	4	新聞休刊日を除き、毎日情報を掲載しており、県の政策やイベント等の情報を県民にタイムリーに提供する媒体として、引き続き活用する。	4	新聞を活用して事業やイベント等の周知を行うものであり、インターネット等とともに、重要な広報媒体の1つであることから、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)										H26事業結果	事業の評価と改善の方向性(H28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		決算額	部局評価	財政課評価		
									実績値		目標値			H26当初(千円)	H27当初(千円)		H26決算(千円)	評価の考え方	評価の考え方	
									H22 H23 H24 H25 H26	H25 (前々年度)	H26 (前年度)	H27 (当年度)								H26 当初(千円)
			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% H26 3.2%	5%	5%	5%	30,114	30,157	30,084	朝ナビPREF 261回/年 情報トッピング 261回/年 スポットCM 456回/年 ※エフエム群馬で放送	4	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放送を活用して、県政情報等をタイムリーに提供するために必要であり、継続。 聴取率の目標値を継続的に達成できるよう、番組内容やPR手法等を適宜見直していく必要がある。
			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% H26 7.1%	6%	5%	5%	21,234	21,400	21,234	県政インフォメーション 256回/年 ※群馬テレビで放送	4	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て、県政情報等をタイムリーに提供するために必要であり、継続。
			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。	-	-	-	-	3,067	3,067	2,374	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26年5月28日～6月17日 調査項目:重点施策、選好度調査等 回収率:53.4%	4	県民の県政に対する意識等を把握し、県政運営に生かすため、継続。より有効な調査となるよう、調査項目等については適宜見直しを実施。	4	県政に対する県民の意識を把握し、施策等に反映するため、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 H26 18,187人	20,500人	20,850人	21,200人	212	212	157	薬物乱用防止、職場ストレス対処法など県民生活の問題に関する講座希望が多かった。	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、継続。	4	県民のニーズに応じて、直接対話により県政情報を発信し、県民の生の声を確認する取組は重要であり、継続。
			県外情報発信強化	新規	総務部	広報課	ぐんまのイメージアップのため、東京への情報発信を強化	「地域ブランド調査」順位				18位			1,800			平成27年度新規事業のため、事業評価対象外		
			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 H26 441,674人	400,000人	467,000人	500,000人	879,894	886,091	816,328	歴史博物館を除く各館において企画展を開催した。 また、学校教育と連携し、鑑賞授業や館で作成したアートカード等を使用した出張授業等、教育普及活動にも積極的に取り組んだ。 さらに、クーポン券制度の導入、自然史博物館の年始(1月2日)開館など様々な取組を行った。	4	改修工事に伴う休館中の歴史博物館を除く、H26年度の入館者数は前年度比較で9.6%減少した。 今後は、人気の高い巡回展を実施したり、時事的な話題とタイアップした展覧会を企画するなど、改めて入館者数の増加に向けた取組に努める。 また、教育普及事業も積極的に実施していく。	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、魅力的な展示内容となるよう工夫し、入館者数の増につながるよう努める必要がある。
			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	H23: 13,524人 H24: 4,644人 H25: 2,304人 H26: 2,212人	4,000人	3,000人	26,000人 (5ヶ年合計)	681	751	680	群馬県ふるさと伝統工芸品展 期日: H26.8.22～26 会場: 大和屋高崎本店 来場者数: 2,212人	4	県内各地の文化や伝統、生活の歴史を語る貴重な地域資源である伝統工芸品をその匠の技とともに、次世代に継承していくため、その周知と理解を促進する展示会の開催は、より多くの方に来場していただけるように会場選定や開催時期、展示内容等を検討する必要がある。	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 H26 11,938人	11,585人	11,800人	12,585人	1,098	925	735	群馬学シンポジウムでは、世界遺産登録を目指して県民の関心が高まっていた「富岡製糸場と絹産業遺産群」と鉄道の果たした役割との関連性に着目し、「日本のシルクロード・高崎線開業130年」をテーマとして開催した結果、多くの県民が参加され、来場者数累計目標値を達成することができた。	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」の意義が高まるなか、群馬学センターは、シンポジウム開催、公開授業、県民参加型研究活動、内外からの相談への対応など、文字通り中心的役割を果たしてきた。今後は絹産業遺産関連事物、東国文化、温泉の文化・文学などの県民の関心事や本県の「隠れた資産」を掘り下げ、発信する活動を継続することは重要である。	4	県民が群馬への愛着を深め、誇りを持つとともに、群馬のイメージアップも図るための事業であり、継続。 目標値を達成しており、引き続き、県民にとって魅力的な事業を実施すること。
			世界遺産・ぐんま絹遺産の継承		企画部	世界遺産課	世界遺産及び群馬県内に残る絹遺産を次世代に継承するため、絹遺産の保存活用や研究、価値の理解促進のための解説事業等を行う。	ぐんま絹遺産の登録件数	H23: 58件 H24: 20件 H25: 6件 H26: 7件 累計91件	累計90件	累計100件	累計100件	6,300	216,477	99,327	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、世界遺産をはじめとする絹産業遺産に関する関心が高まった。 また、世界遺産・ぐんま絹遺産の解説指導員配置し、その価値を伝えることで、継承への意識高揚を図った。	4	世界遺産のみならず、県内の身近な絹遺産の価値を再認識することが、県民が郷土の誇りと愛着を持つことにつながる。本県のイメージアップにつながることを考え、引き続き新たな絹遺産の登録と、その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。 また、全県を挙げて絹遺産への理解を深め、継承していくためにも、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>3

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(H28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		H26事業結果	部局評価	財政課評価		
									実績値		目標値			H26 当初 (千円)	H27 当初 (千円)		H26 決算 (千円)	評価の考え方	評価の考え方	
									H22 H23 H24 H25 H26	H25 (前々年度)	H26 (前年度)	H27 (当年度)								H26 当初 (千円)
			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(H24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 H26 文化振興基金運用及び基金活用事業	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	10,426	15,665	32,521	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。 H26年度の主な基金活用事業は、これまで行ってきた伝統文化継承事業などに加え、上毛かるた活用事業や美術品の購入などを行った。	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	文化振興指針に資する事業を推進するため、継続。今後も適切な管理・執行に努める必要がある。
			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	H22 19,589部 H23 4,539部 H24 2,451部 H25 1,296部 H26 2,286部	①2,500部 ②2,500部 ③-	①2,500部 ②15,500部 ③10,000部	①10,500部 ②15,500部 ③10,000部	5,532	8,419	6,022	「上毛かるた」、「上毛かるた」で見つける群馬のすがた(副読本)、「上毛かるた」ゆかりの地文化めぐり(ガイドマップ)の販売を通じて、かるたにまた、上毛かるた競技大会を県教育委員会及び(公財)子ども会育成連合会と共催した。 【副読本】 2,286部 【ガイドマップ】 2,281部 【上毛かるた】 19,068部	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 H26 43件	40件	40件	200件(40件×5カ年)	9,429	9,558	9,081	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、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 H26 30件	25件	25件	25件	28,450	28,203	28,353	【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。(15団体を派遣・30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が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へ繋げる。	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 H26 1件	2件	2件	8件(2件×4カ年)	506	506	461	NPO法人をはじめ県民と協働で事業を実施するため、H25年度に引き続き実行委員会形式で、以下の事業を行った。 ぐんま学生映像まつり2015 中高生のためのシナリオワークショップ	4	H24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H26 19件	34件	34件	100件(3カ年)	10,972	10,975	6,676	「群馬の文化」の形成につながる地域での多様で創造性豊かな文化活動を支援した。 支援件数19件	4	文化振興指針の重点施策である「文化力向上」「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で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	H23 10,680人 H24 11,224人 H25 11,561人 H26 11,449人	20,000人	20,000人	20,000人	85,000	105,000	77,833	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	「ぐんまの子どもたちを一度は尾瀬に」という当初の目標達成に向け、引き続き事業を実施するとともに、更なる内容の充実と安全の確保を図る施策を講じる。	4	実際に尾瀬を訪れ、体験学習ができる環境教育事業として一定の成果を上げている。児童生徒に尾瀬に触れてもらいながら学習できる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>4

主な取組(B)	施策(C)	事業(D)	個別事業(E)										決算額	H26事業結果	事業の評価と改善の方向性(H28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			評価区分	部局評価	財政課評価			
									実績値		目標値					H26当初(千円)	H27当初(千円)	H26決算(千円)	評価の考え方	評価の考え方
									H22 H23 H24 H25 H26	H25 (前々年度)	H26 (前年度)	H27 (当年度)								
<p>■ 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。</p>																				
				農政部	ぐんまブランド推進課	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 H26: 404件	345件	360件	370件			2,775	2,496	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	地産地消推進店の認定が、新規で33件増加し、累計404件となり、目標を達成できたが、消費者と生産者の相互理解を促進するため、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。
				農政部	ぐんまブランド推進課	県内の農産物や農産加工品等を知ってもらうとともに、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 H26: 50,000人	60,000人	60,000人	60,000人	5,000	5,000	5,000	豊かな実りへの感謝と生産者と消費者の交流の場として、また、農業や農村の果たす多様な役割について考えるイベントとして開催した。	4	目標は達成できなかったが、農協のみな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。	
				農政部	ぐんまブランド推進課	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% H26: 53.5%	48.0%	49.0%	50.0%			489	—	学校給食への地場産農産物の利用促進、家庭等における食農教育を推進するため、レシピ集の活用を促した。	4	学校給食への地元食材供給は、成果目標を達成しているが、地域の子どもが地域農業及び郷土料理とその食材への理解を深めるために重要であることから、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り、一定の成果もあがっているため継続。
<p>■ 群馬の食の魅力、食文化を理解し、食を大切にすることを育てる食育を推進します。</p>																				
				再掲	健康福祉部 保健予防課	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中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。社会資源としての食育応援企業と連携した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 H26: 累計74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 H26: 累計99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	1,775	3,105	1,442	○食育推進体制の整備 市町村計画の策定及び推進を支援、ブロック単位の地域食育推進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や高齢者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、新たな食育教材の普及と活用にも取り組んだ。 ○食育フェアin食育応援企業～LAB11高崎～の開催 食育応援企業と共催 来場者 1,500人	4	食育は、健康、食品安全、農業、教育、食文化など幅広い分野にわたっていることから、地域における食育推進体制の充実強化を図り、市町村や関係団体等と連携した事業に取り組む。 また、食育応援企業や食育推進リーダーを活用し、食に関する課題の多い若い世代や高齢者をターゲットとした食育の推進を強化する。	4	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>																				
				再掲	企画部	世界遺産課	世界遺産及び群馬県内に残る絹遺産を次世代に継承するため、絹遺産の保存活用や研究、価値の理解促進のための解説事業等を行う。	ぐんま絹遺産の登録件数	H23: 58件 H24: 20件 H25: 6件 H26: 7件 累計91件	累計90件	累計100件	累計100件	6,300	216,477	99,327	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、世界遺産をはじめとする絹産業遺産に関する関心が高まった。 また、世界遺産・ぐんま絹遺産の解説指導員配置し、その価値を伝えることで、継承への意識高揚を図った。	4	世界遺産のみならず、県内の身近な絹遺産の価値を再認識することが、県民が郷土の誇りと愛着を持つことにつながり、本県のイメージアップにつながる。引き続き新たな絹遺産の登録と、その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。また、全県を挙げて絹遺産への理解を深め、継承していくためにも、継続。
				企画部	世界遺産課	関係市町村、民間企業、民間団体と協働したイベント等の開催により、全県に広がる絹遺産への関心を高め、地域活性化を図る。	4資産への来場者数(うち富岡製糸場来場者数)	H23: 23.5万人 H24: 30.0万人 H25: 34.0万人 H26: 145.5万人 (富岡製糸場来場者数) (H23: 23.1万人) (H24: 28.7万人) (H25: 31.5万人) (H26: 133.8万人)	・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)	21,337	37,378	21,321	世界遺産登録に際し、各種登録記念事業を実施し、今後の保存管理への理解促進と、遺産継承への意識高揚を図ることができた。 また、伝道師協会などの県民ボランティア団体と協働し、世界遺産・ぐんま絹遺産の普及啓発活動を年間334回行い、積極的な広報活動を展開した。	4	世界遺産・ぐんま絹遺産を後世に継承していくために、今後も保存管理への理解促進を図るとともに、文化財を生かした地域活性化を推進する必要がある。引き続き、関係市町村や団体と協働して普及啓発を図りたい。	4	世界遺産に登録された4資産やぐんま絹遺産への関心の高まりが一過性のものとならぬよう、この機会を生かす取組を進めていく必要がある。また、4資産に集中しがちな関心をぐんま絹遺産にも波及させ、当県が日本の近代化に果たした役割に対する理解を深めてもらうためにも、引き続き、関係する方々と、積極的に、連携していく必要があるため、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>5

主な取組(B)	施策(C)	事業(D)	個別事業(E)										決算額	H26事業結果	事業の評価と改善の方向性(H28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		評価区分	部局評価		財政課評価		
								成果(結果)を示す項目	実績値		目標値				H26当初(千円)	H27当初(千円)		H26決算(千円)	評価の考え方	評価区分	評価の考え方	
									H22 H23 H24 H25 H26	H25 (前々年度)	H26 (前年度)	H27 (当年度)										
<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 H22:3回(終了) ②事業者交流会(講演会)の開催 H23:1回 H24:1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) ④赤城山広域振興協議会の運営 H25:運営(総会1回、担当者会議3回) H26:運営(総会1回、担当者会議4回) ⑤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) H26:運営(12ヶ月) ⑥周遊・集客イベントの開催 H23:25,098PV H24:64,815PV H25:84,945PV H26:81,317PV ⑦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) H26:開催(7/19~10/19)	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の運営	⑥赤城山ポータルサイトの運営	3,892	2,896	3,791	赤城山広域振興協議会担当者会議の開催(5月、7月、9月、11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~10月) 県外に向けた情報発信の実施(7月、9月、10月) 赤城山周遊イベント検討のための事業者向けアンケートの実施(7月~9月)	群馬DC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、赤城山周辺の総合的な振興策を検討・実施。 ポータルサイトによる情報発信や周遊イベントの実施など、広域連携による取組が必要であるため、今後も引き続き、取り組んでいく必要がある。	4	関係者と協力し合いながら、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)及び国立・国定公園等における県有施設の整備を行う。	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 H23:10,263千人 H24:10,369千人 H25:10,538千人 H26:H27年12月把握予定	11,600千人	11,600千人	12,000千人	63,752	66,021	87,152	国立・国定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、補修を実施した。 また、長距離自然歩道の標識等の整備を実施した。	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	県立公園の利用者の安全性確保等のために計画的な維持補修は必要であるため継続。					
		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(群馬県内)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 H23:10,263千人 H24:10,369千人 H25:10,538千人 H26:H27年12月把握予定	11,600千人	11,600千人	12,000千人	56,779	50,929	48,720	国立・国定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。	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、適正な管理を、継続して実施していく必要がある。	4	利用者の利便性・安全性のため、定期的な管理が必要であるため継続。					
		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 H23:600千人 H24:613千人 H25:562千人 H26:525千人	744千人	752千人	760千人	76,457	75,817	75,579	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、指定管理制度により経費の節減を図りながら運営管理を行った。また、老朽化した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。	老朽化施設の改修や遊歩道等の整備、危険箇所の転落防止柵の設置等を行った結果、公園内における滑落等の事故を未然に防ぎ、安全かつ魅力ある森林公園の運営管理が図れた。 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に適正な管理と計画的な維持改修は必要であり継続。					
		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 H23:10,680人 H24:11,224人 H25:11,561人 H26:11,449人	20,000人	20,000人	20,000人	85,000	105,000	77,833	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。	「ぐんまの子どもたちを一度は尾瀬に」という当初の目標達成に向け、引き続き事業を実施するとともに、更なる内容の充実と安全の確保を図る施策を講じる。	4	実際に尾瀬を訪れ、体験学習ができる環境教育事業として一定の成果を上げている。児童生徒に尾瀬に触れてもらいながら学習できる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	事業の評価と改善の方向性(H28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		H26事業結果	部局評価	財政課評価		
									実績値		目標値			H26 当初 (千円)	H27 当初 (千円)		H26 決算 (千円)	評価の考え方	評価の考え方	
									H22 H23 H24 H25 H26	H25 (前々年度)	H26 (前年度)	H27 (当年度)						評価区分	評価区分	
			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 H23 21校 H24 24校 H25 15校 H26 19校 ② H23 3回 H24 6回 H25 4回 H26 5回	① 25校 ② 10回	① 25校 ② 10回	① 25校 ② 10回	3,945	3,914	4,798	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の活用等、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	尾瀬について多くの県民や児童生徒が学習する場を提供するものであり継続。
			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 H26: 7,598鞍	9,200鞍	9,200鞍	9,200鞍	17,486	17,252	17,628	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 ・有料施設の利用料の收受等 馬事公苑第三者評価委員会 ・外部委員6名による委員会年度評価を行った。	4	H24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。 H27年度から新たな指定管理期間となり、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ことが必要。	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。
			鉄道整備促進	再掲	県土整備部	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)] H23: 1駅 5,000 H24: 1駅 4,200 H25: 8駅 11,837 H26: 2駅 29,000 [バリアフリー化] H23: 1駅 30,329 H24: 0 H25: 2駅 9,460 H26: 0 [北陸新幹線(負担金)] H23: 220 H24: 200 H25: 200 H26: 200 [調査検討] H24: 998 H25: 998 H26: 0	[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 [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	[ステーション整備(県補助額)] 3駅(高崎駅・川俣駅・館林駅)駅及び駅周辺整備 10,738 [バリアフリー化] 1駅(高崎駅ホーム) 6,400 [北陸新幹線(負担金)] 200	29,566	17,776	29,564	鉄道の利用促進に向けた利便性向上や地域の活性化を図るため、市町村や鉄道事業者が行う新駅設置や駅施設整備、駅周辺の交通関連施設整備などに対して支援を行った。	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重要である。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。	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。	
			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。	学校利用数(幼保含む)	H22: 413校 H23: 448校 H24: 465校 H25: 488校 H26: 487校	415校	415校	415校	108,760	118,381	107,900	①入園者数 99,838人(年間目標97,500人) ②企画展(1回)、季節展(4回)、特別展(2回)の開催。 ③学校利用説明会の開催(6回、参加人数 145名) ④自然学習教室(17市町村、161校、12,129人)	4	公共施設のあり方検討委員会の答申を踏まえ4カ年計画(H21~H24)を実施し、予算人員を大幅に削減した。職員全員が、本園の役割を認識し、ボランティアなどと協力して効率的な園運営、入園者の安全な活動や体験プログラムの充実などに努めた。 利用説明会の開催などにより学校の利用の充実を図り、旅行会社のモニターツアーを実施するなど団体利用の促進を図った。 この結果、昨年度の実績はやや下回るものの学校利用数の目標を達成するとともに、地域の観光資源及び教育補完施設としての役割を果たすことができた。	4	公共施設のあり方検討委員会の答申を踏まえ、効率的な運営に努めつつ、学校利用数の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。
			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、実感をともな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。	学校利用数(幼保含む)	H22: 94校 H23: 110校 H24: 101校 H25: 88校 H26: 119校 ※その他:H24日食観測ネットワークには120校が参加	90校	90校	90校	92,096	90,573	88,587	①入館者数 27,976人(年間目標35,000人) ②学校利用数(幼保含む) 119件 4,437人 ③学校に対する望遠鏡の状況診断、修理、操作指導等 26件 38人 ④学校に対する学習支援、学習プログラムの提案 63件 4,109人 ⑤その他②との重複を含む「学校における天体観測会」には、49校3,132人が参加	4	H26年度は、入館者数は8月の天候不順の影響により、目標に届かなかった。しかし、学校利用数では目標を達成することができた。 更に、各学校へ出向いて実施する望遠鏡の操作指導や学習支援等で、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、効率的な運営に努めつつ、学校利用数の目標を達成している。 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園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	事業の評価と改善の方向性(H28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		H26事業結果	部局評価	財政課評価		
									実績値		目標値			H26 当初 (千円)	H27 当初 (千円)		H26 決算 (千円)	評価の考え方	評価の考え方	
									H22 H23 H24 H25 H26	H25 (前々年度)	H26 (前年度)	H27 (当年度)								
<p>■ 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)</p>																				
			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「競馬場跡地利活用方針」、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 H26: コンベンション需要に関する調査結果を踏まえて施設の整備方針を決定	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	933,900	173,499	1,425,826	コンベンション需要に関する詳細な調査を実施し、施設の具体的な内容を検討し、整備に関する方針を決定した。また、民有地の県有地化や埋蔵文化財調査等の事業用地の整理を進めた。併せて経済界をはじめとする県民への説明や意見交換を実施した。	コンベンション施設に関する議論や施設内容の検討等を進めるために、改めて需要調査を行うとともに、経済界との意見交換を行う等、気運醸成に係る取組を進めた。 今後、議会の議論等を踏まえながら、施設の整備や事業用地の整理を進めるとともに、経済界をはじめとする県民との意見交換などの気運醸成や全県的なコンベンション誘致に取り組む。	H32年度の開所に向けて施設整備を着実に進めるとともに、市町村や関係団体と連携してコンベンション等の誘致やコンベンション関連産業の振興に県を挙げて取り組む必要があるため、継続。		
1 群馬の魅力再発見 小計												2,595,689								
<p>2 ぐんまブランドの創出</p> <p>(1)地域ブランドの創出</p> <p>■ 群馬の魅力を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。</p>																				
			群馬の魅力 みんなでPR	再掲	総務部	広報課	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 H26: 46位 ・日経リサーチ調査 H22: 47位 H25: 46位 H26: 調査未実施	ランキングの向上	ランキングの向上	ランキングの向上	4,603	1,524	2,699	本県の魅力をPRする冊子「ぐんまがいちばん!」を改訂。小さいときから郷土の魅力を理解し誇りを持ってもらうため、県内の全小学4年生に配布した。	小学校での活用の状況を踏まえ、必要に応じて増刷をする。 有償頒布やぐんまちゃん家での販売状況を踏まえ、書店での販売も検討する。	小学生の段階から、郷土の魅力に対する理解を深めることは重要であり、継続。 より多くの県民に冊子を手にとってもらえるよう、書店での販売も検討する必要がある。		
			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	H23: 13,524人 H24: 4,644人 H25: 2,304人 H26: 2,212人	4,000人	3,000人	26,000人 (5ヶ年合計)	681	751	680	群馬県ふるさと伝統工芸品展 期日: H26.8.22~26 会場: 大和屋高崎本店 来場者数: 2,212人	県内各地の文化や伝統、生活の歴史を語る貴重な地域資源である伝統工芸品をその匠の技とともに、次世代に継承していくため、その周知と理解増進を図る展示会の開催は、より多くの方に来場していただけるように会場選定や開催時期、展示内容等を検討する必要がある。	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	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) H26: 2,427人(5日間開催)	昨年並の来場者数	一昨年並の来場者数	昨年並の来場者数	236	236	235	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。	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られる。	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	ぐんまブランド推進課	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 H26: 66店舗	62店舗	80店舗	70店舗	24,396	25,598	23,961	情報の収集及び活用 3,422千円 ・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 16,070千円 ・広報PR、グッドぐんまの農畜産物フェア、フードミッション、トップセールス、風評被害対策 コーディネート 3,939千円 ・実需者意見交換会、産地交流会、販売協力店支援等 全国農林水産祭 530千円 ・全国農林水産祭への参加	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、「ぐんま・すき焼きアクション」を展開するなど、パブリシティ活動を中心に、メディアでの露出など、戦略的・効果的な広報PRが図れた。 消費者・実需者の多様なニーズに丁寧に対応することで、県産農畜産物の販路拡大、販売促進が図れた。 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。	県産農畜産物の販売力強化を図るため継続。 H27年度に「すき焼きの日」を制定したことも踏まえ、「ぐんま・すき焼きアクション」等の展開により、さらにブランド化の推進が必要である。		
			農産物消費宣伝		農政部	ぐんまブランド推進課	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: 936億円 H26: H28年4月頃把握予定	853億円	855億円	858億円	5,840	5,840	5,840	グッドぐんまの農産物PR ・15秒CM 411回ほか	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、継続して取り組む必要がある。	県産農畜産物の販売力強化を図るため継続。		

主な取組(B)	施策(C)	事業(D)	個別事業(E)										決算額	H26事業結果	事業の評価と改善の方向性(H28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		目標値				H26当初(千円)	H27当初(千円)	H26決算(千円)	評価の考え方	評価の考え方	
									H22 H23 H24 H25 H26	H25(前々年度)	H26(前年度)	H27(当年度)								
		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	H22 1,451人 H23 1,336人 H24 1,360人 H25 1,396人 H26 1,442人	①1,400人	①1,400人	①1,400人	261,165	263,940	265,976	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111日、151回の演奏会等を開催し、129,464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)などを行い、地域に根ざした活動も積極的に実施した。	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。今年度は、H25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。	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。			
		ぐんま総合芸術推進	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 H26 1,386人	-	① - ②1,600人(800人×2回)	①1,700人 ②1,600人(800人×2回)	12,802	91,118	6,500	オペラ『蝶々夫人』は、H27年度に本公演を終了するが、総合芸術は担い手育成の観点から裾野の広い文化振興を図ることができるため、今後も夏休みコンサートとして、子ども向けのアニメ音楽演奏を行った。	オペラ『蝶々夫人』は、H27年度に本公演を終了するが、総合芸術は担い手育成の観点から裾野の広い文化振興を図ることができるため、今後も夏休みコンサートとして、子ども向けのアニメ音楽演奏を行った。	県民の文化芸術活動への参加を促進し、文化芸術を振興するため継続。			
		ぐんまこども得キッズパスポート	再掲	健康福祉部	少子化対策・青少年課	「ぐんまこども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引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 H26 5,044店舗 (各年度末店舗数)	4,800店舗	5,000店舗	5,000店舗	2,773	3,916	2,035	○県内全市町村と協力し、担当課におけるパスポート配布の実施 ○近隣5県と連携し、担当課におけるパスポート配布の実施 ○県内企業及び業界団体に対する協賛加入の働きかけ ○NTT東日本及びゆうちょ銀行関東エリア本部と連携しキャンペーンを実施 ○協賛店登録推進物品として、ステッカー、のぼり旗及び三角ポップを作成 ○子育て情報紙等に事業情報を掲載 ○スマホ版ぐんまこども得キッズパスポートを新たに開設	子育て家庭を、地域、企業、行政が一体となり応援する機運を醸成するとともに、子育て家庭に対する経済的支援のため、引き続き利用促進及び協賛店加入促進に取り組む必要がある。	協賛店舗数は着実に増加しており、引き続き社会全体で子育て家庭を応援する機運醸成のため、継続。			
		家族形成支援	再掲	健康福祉部	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 H23 98回 H24 154回 H25 170回 H26 173回 H27 163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 H26 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	1,400	5,969補正(5,415)	1,044	○ぐんま縁結びネットワーク ・地域婦人団体連合会に委託 ・縁結び世話人研修会を、4回実施 ・登録者のプロフィール交換を行う世話人情報交換会を、163回実施 ・登録者同士の交流の場である縁結び交流会を、県内各地で13回実施 ・登録者同士のお見合いを、142回実施 ○ぐんま赤い糸プロジェクト ・会員団体及び協賛団体の募集 ・独身者交流イベントを119回実施	少子化の大きな要因である未婚化・晩婚化の進行に対する対策として、結婚は個人の選択であることを踏まえたうえで、希望を実現できるような適切な出会いの機会の提供や様々な側面からの後押しを引き続き実施していく必要がある。 特に出会いの機会の提供について、県内各地の関係団体等と連携し、さらに拡充を図る必要がある。	情報交換会やイベントの回数も安定し、活動が定着してきており、取り組みを継続。 県内の商工会や市町村では、自発的に結婚支援を行っている団体もあり、現在の団体の取り組み状況を踏まえて、役割分担や県としての支援のあり方について検討していく必要がある。			
		重粒子線治療推進事業	再掲	健康福祉部	医務課	重粒子線治療費利子補給の実施、重粒子線治療運営委員会の開催等を行う。	①施設の設置 ②利子補給制度利用者の累計	① H22 :らせんワブラー照射装置 H24 : 積層原体照射装置設置 ②H25: 6人 H26: 12人	②10人	②15人	②20人	1,192	1,324	897	群馬大学の重粒子線治療を受けるために、治療費を借り入れた患者9名(うち6名がH25年度新規)に対し、利子補給を行った。また、重粒子線施設の効果的な活用等について設置されている群馬重粒子線治療運営委員会を開催し、治療実績等について情報共有を行った。	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いることから、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。	患者の経済的負担を軽減する事業であるため継続。			
		福祉医療費補助(子ども医療費)	再掲	健康福祉部	国保保護課	少子化対策や子育て環境の充実を図るため、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)	H23 : 264,444人 H24 : 259,870人 H25 : 255,297人 H26 : 251,172人	255,620人	251,033人	中学校卒業まで医療費無料化を継続	4,011,600	3,958,935	3,811,300	子育て世帯の経済的負担の軽減を図るため、市町村とともに引き続き医療費の一部負担金の助成を行った。 対象者 251,172人 受診件数 3,614,744件 補助金額 3,811,299,934円	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、引き続き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っていく。	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。			

【「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(H28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		H26事業結果	部局評価	財政課評価				
									実績値		目標値				H26 当初 (千円)	H27 当初 (千円)	H26 決算 (千円)	評価の考え方	評価の考え方	
									H22 H23 H24 H25 H26	H25 (前々年度)	H26 (前年度)	H27 (当年度)								
<p>3 東国文化の中心・群馬の再認識</p> <p>(1)歴史文化遺産の再認識・環境整備</p> <p>■ 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。</p>																				
			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 H26 11,938人	11,585人	11,800人	12,585人	1,098	925	735	群馬学シンポジウムでは、世界遺産登録を目指して県民の関心が高まっていった『富岡製糸場と絹産業遺産群』と鉄道の果たした役割との関連性に着目し、「日本のシルクロード・高崎線開業130年」をテーマとして開催した結果、多くの県民が参加され、来場者数累計目標値を達成することができた。	4	4	県民が群馬への愛着を深め、誇りを持つとともに、群馬のイメージアップも図るための事業であり、継続。目標値を達成しており、引き続き、県民にとって魅力的な事業を実施すること。	
			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 実施件数77件(校) H26 実施件数144件(校) ② H24 3,485人 H25 27,058人 H26 20,243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	6,595	7,412	7,738	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3回古代東国文化サミット】来場者数約12,000人【周知イベント(上野国分寺まつり)】来場者数約8,000人【群馬の歴史文化遺産を巡るモニターツアー】参加者数243人	3	4	古墳総合調査や金井東裏遺跡調査の結果がまとまることから、更に情報発信を進めていく必要はあるが、具体的な手法については検討の必要があるため、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」「人々の暮らし」「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 H26 42,335人 (※H26.9.30以降休館)	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	—	※当年度は工事休館予定	68,994	65,986	58,194	前期に館所蔵資料を活用したコレクション展示を実施した。後期は、改修工事のため休館となるため、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た。	4	4	引き続き、休館中は、出前授業等を積極的に行うとともに、H28年度のプレオープンに向けて準備に取り組む必要があるため、継続。
			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 H26 改修工事	・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	318,000	2,368,817	104,904	H25年度に実施した実施設計に基づき、建築工事・電気設備工事・機械設備工事・展示物製作委託を開始した。	4	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認識されるよう、着実に改修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(群馬の歴史文化遺産を発掘・発信・ネットワーク形成をする)に沿った、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 H26: 9テーマ、14事業	9テーマ 18事業	9テーマ 15事業	20事業	36,948	42,998	36,948	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、重要文化財建造物等の修復事業、史跡の整備事業等が進み、桐生市に所在する彦部家住宅は修復事業が完了し、江戸時代そのままの建物の様子を見ることができるようになった。	4	4	本県の歴史や文化の特質を表す文化財の適正な保存・整備を行い、群馬の魅力全国に発信するとともに後世へ引き継いでいくため、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(H28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		H26事業結果	部局評価	財政課評価		
									実績値		目標値			H26当初(千円)	H27当初(千円)		H26決算(千円)	評価の考え方	評価の考え方	
									H22 H23 H24 H25 H26	H25 (前々年度)	H26 (前年度)	H27 (当年度)								
			観音山古墳保護管理運営 (「徳ふ毛の国」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 H26 : 13,709人	17,000人	17,000人	18,000人	4,180	4,215	4,163	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への誇りや愛着を持つ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。	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、県内外の子どもの学習の場として積極的に活用するため、継続。 H26年度実績では、目標値としている見学者数が前年を下回っている状況にあるため、さらに広報等を行う必要がある。		
			上野国分寺跡保護管理運営 (「徳ふ毛の国」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 H26 : 12,133人	7,000人	8,500人	10,000人	7,609	7,481	7,494	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。本史跡と活用した地域主催のイベントも盛大に実施され、見学者も増加した。史跡についての広報・普及を積極的にを行い、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への誇りや愛着を持つ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。	上野国分寺跡は国指定もされている本県を代表する重要な史跡であり、本県の魅力を全国に発信するとともに後世へ引き継いでいくため適正な管理・活用を図る必要があるため、継続。		
			上野国分寺跡整備 (「徳ふ毛の国」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。	整備の基礎データを収集するための発掘調査における伽藍配置の把握と各施設の様相の確認	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 H26 : 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	新金堂、推定講堂(僧坊?)、回廊等の発掘調査の実施、中間報告書の刊行	20,724	22,274	19,720	4	整備事業のための発掘調査により、新発見が相次いでおり、S62年度に策定した基本設計を再策定しなければならぬ。国分寺造営当時の偉容が発見など、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。調査成果を積極的に広報して県民に還元し、大きな関心を集めることができた。	整備事業のための発掘調査により、新発見が相次いでおり、S62年度に策定した基本設計を再策定しなければならぬ。国分寺造営当時の偉容が発見など、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。調査成果を積極的に広報して県民に還元し、大きな関心を集めることができた。		
			古墳総合調査事業 (「徳ふ毛の国」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4年計画(H24~H27)で総合的な調査を実施し、保存・活用方向性を検討。成果報告書をH28年度に刊行する。	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・遺物調査準備実施 H26 : 約6,000基の古墳の基礎資料を集めた調査台帳を作成。上毛古墳総覧資料のデジタルデータ化、群馬大学所蔵の写真資料調査、古墳の現地調査、出土遺物調査、主要古墳の航空写真撮影やレーザー測量等を実施	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	基礎的なデータを集約した台帳の作成、現地調査・遺物調査の実施、主要古墳のレーザー測量と写真撮影、関連資料のデジタル化	上半期までに現地調査と遺物調査終了。調査成果報告書刊行に向けた原稿執筆や編集作業を実施。調査終了報告会と記念講演会の開催	20,626	12,791	19,352	4	嘱託員4名を雇用して、約6,000基の古墳調査台帳を作成し、デジタルデータ化。調査指導委員会を2回開催。『上毛古墳総覧』作成時の資料や、群馬大学所蔵の古墳関連資料の整理作業を実施。 古墳の現地調査継続(約300基調査) 主要古墳のレーザー測量や航空写真撮影を実施 古墳台帳のデジタルデータ化や現地調査で、県民調査員の協力を得た	群馬県の代表的な文化財である古墳について、その現状を把握する基礎データが完成。調査成果を、本県古墳の価値や魅力を再認識し、100年先まで県民の誇りとして残るような報告書として刊行する必要がある。 また、調査成果を元に、今後の活用すべき古墳を抽出し、今後の国・県史跡へつなげていく。 調査成果を、県立博物館での展示・公開や、各種書籍やパンフレット等の作成に利用し、群馬県古墳文化をアピールする基礎資料とする。		
			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 H26 : 889点	875点	874点	889点	1,410	1,421	982	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、審議会審議及び6部門の専門部会による文化財調査は今後も必要不可欠である。	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 H26 : 37事業	45事業	33事業	45事業	68,994	62,734	35,416	4	県指定文化財保存事業への補助12件 国指定文化財保存事業への補助3件 埋蔵文化財発掘調査事業への補助16件 国指定重要文化財防災設備保守点検事業への補助7件	文化財の適正な保存・整備・活用のために不可欠な基礎的事業であり、計画的に取り組んでいく必要があると考える。	本県にある貴重な文化財の適切な保存・活用のため、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(H28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		H26事業結果	部局評価	財政課評価			
									実績値		目標値				H26当初(千円)	H27当初(千円)	H26決算(千円)	評価の考え方	評価の考え方
									H22 H23 H24 H25 H26	H25 (前々年度)	H26 (前年度)	H27 (当年度)						評価区分	評価区分
<p>■ 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、新たなぐんまブランドを創出します。</p>																			
			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 H26 : 13,564人	15,000人	15,000人	16,000人	40,700	42,650	40,700	<ul style="list-style-type: none"> 埋蔵文化財調査センター及び発掘情報館等の施設の維持管理 埋蔵文化財調査による出土品、調査研究資料の保存管理及び活用 発掘情報館の一般展示等及び特別企画展の開催 埋蔵文化財専門講座等普及研修事業の実施 	<ul style="list-style-type: none"> 出土品等を良好な状態で管理し、県民の活用に供するほか、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。 	<ul style="list-style-type: none"> 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 H26 : 調査検討委員会の開催・詳細調査の実施・甲着装人骨のレプリカ製作・国際シンポジウムの開催(前橋・東京)・韓国との研究交流	詳細調査の実施、レプリカ作成		34,390	52,689	27,029	<ul style="list-style-type: none"> 金井東裏遺跡出土甲着装人骨等の詳細調査を(公財)群馬県埋蔵文化財調査事業団に委託して実施した。 人骨の形質人類学的調査や各種分析により、1・3号人骨の顔立ちや生育環境等が明らかとなった。 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。 甲着装人骨の精密なレプリカを作成し、「古墳王国展」において展示・公開した。 同時に、調査成果の公表により、県民文化の向上に資するとともに、全国にアピールして、本県のイメージアップや観光振興につなげていくことが期待される。 	<ul style="list-style-type: none"> 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。群馬と東京で開催した国際シンポジウムでも、県外からも多くの参加者を集めた。 調査成果をまとめた報告書を刊行し、甲着装人骨の実像に迫ることで、群馬を代表する文化財としての価値を高める。 同時に、調査成果の公表により、県民文化の向上に資するとともに、全国にアピールして、本県のイメージアップや観光振興につなげていくことが期待される。 	<ul style="list-style-type: none"> 甲着装人骨について、これまでの調査結果を踏まえ引き続き調査を行うとともに、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。 		
			上野三碑世界記憶遺産登録推進		生活文化スポーツ部	文化振興課	官民一体による「上野三碑世界記憶遺産登録推進協議会」を設立し、国や関係機関との協力を得ながら、国からの推薦による最短での世界記憶遺産登録(H29年)を目指す。	H27にユネスコへ申請書提出					651	6,241	150	<ul style="list-style-type: none"> H29年の世界記憶遺産登録を目指す。官民一体の推進協議会を設立することができた。 今後、世界記憶遺産登録に向けて万全を期すため、地元高崎市等と連携して県民運動として盛り上げていくとともに、上野三碑の価値を広く県内外に発信し、PRに努めていく必要がある。 そのためには、上野三碑が世界的な記憶遺産であることを証明する取組や、多胡碑の「書」として価値を発信する取組などを拡充する必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> 世界記憶遺産本登録に向けて、上野三碑の価値を広く発信する等の取組を、積極的に進めていく必要があるため、拡充。 		
			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	①H24 東国文化副読本の作成、体験教材の作成 H25 実施件数77件(校) H26 実施件数144件(校)	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	6,595	7,412	7,738	<ul style="list-style-type: none"> 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3回古代東国文化サミット】来場者数約12,000人 【周知イベント(上野国分寺まつり)】来場者数約8,000人 【群馬の歴史文化遺産を巡るモニターツアー】参加者数243人 	<ul style="list-style-type: none"> 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、これまでの成果を活かして、「東国文化＝群馬」を全国に発信、定着していくため、古墳総合調査結果や金井東裏遺跡が持つ世界的な価値を発信する取組、他部局と連携した自転車で文化遺産を巡るモデルコースづくりなど、新たな事業展開を図る必要がある。 また、リニューアルオープンする歴史博物館(東国文化展示室)を東国文化の情報発信拠点として機能の充実を図る必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> 古墳総合調査や金井東裏遺跡調査の結果がまとまることから、更に情報発信等を進めていく必要があるが、具体的な手法については検討の必要があるため、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 H26 : 古代東国文化サミット 12,000人 展示会 : 5,022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1,500人 冊子の刊行準備	展示会2,500人	3,046	3,196	3,113	<ul style="list-style-type: none"> 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、その価値や魅力を県民に再認識させる。 特に、古墳総合調査や金井東裏遺跡甲着装人骨等調査の成果を盛り込んだ一般向けのムックを刊行することにより、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。 	<ul style="list-style-type: none"> 古墳総合調査や金井東裏遺跡調査の結果がまとまることから、更に情報発信等を進めていく必要があるが、具体的な手法については検討の必要があるため、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(H28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		H26事業結果	部局評価	財政課評価			
									実績値		目標値				H26当初(千円)	H27当初(千円)	H26決算(千円)	評価の考え方	評価の考え方
									H22 H23 H24 H25 H26	H25 (前々年度)	H26 (前年度)	H27 (当年度)							
			世界遺産・ぐんま絹遺産の継承	再掲	企画部	世界遺産課	世界遺産及び群馬県内に残る絹遺産を次世代に継承するため、絹遺産の保存活用や研究、価値の理解促進のための解説事業等を行う。	ぐんま絹遺産の登録件数	H23: 58件 H24: 20件 H25: 6件 H26: 7件 累計91件	累計 90件	累計 100件	累計 100件	6,300	216,477	99,327	4	世界遺産のみならず、県内の身近な絹遺産の価値を再認識することが、県民が郷土の誇りと愛着を持つことにつながる。本県のイメージアップにつながる。また、世界遺産・ぐんま絹遺産の解説指導員配置し、その価値を伝えることで、継承への意識高揚を図った。	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。また、全県を挙げて絹遺産への理解を深め、継承していくためにも、継続。
			世界遺産・ぐんま絹遺産の普及啓発等	再掲	企画部	世界遺産課	関係市町村、民間企業、民間団体と協働したイベント等の開催により、全県に広がる絹遺産への関心を高め、地域活性化を図る。	4資産への来場者数 (うち富岡製糸場来場者数)	H23: 23.5万人 H24: 30.0万人 H25: 34.0万人 H26: 145.5万人	・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)	21,337	37,378	21,321	4	世界遺産登録に際し、各種登録記念事業を実施し、今後の保存管理への理解促進と、遺産継承への意識高揚を図ることができた。また、伝道師協会などの県民ボランティア団体と協働し、世界遺産・ぐんま絹遺産の普及啓発活動を年間334回行い、積極的な広報活動を展開した。	4	世界遺産に登録された4資産やぐんま絹遺産への関心の高まりが一過性のものであれば、この機会を生かす取組を進めていく必要がある。また、4資産に集中しがちな関心を生かした地域活性化を推進する必要がある。引き続き、関係市町村や団体と協働して普及啓発を図りたい。
(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	市町村や民間団体を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)	H23: 875万人 H24: 839万人 H25: 914万人 H26: 859万人	-	-	928万人	100,000	120,000	96,480	4	「富岡製糸場と絹産業遺産群」の世界遺産登録や、圏央道の一部開通による関越道と東名高速の接続、北陸新幹線の金沢延伸など、観光を取り巻く環境が整ってきており、引き続き、受け入れ体制整備を推進していく必要がある。	4	交通網の整備等により、増加が見込まれる観光客の受入体制の整備など、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ある歴史文化遺産の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	総務部	広報課	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 H26: 46位 ・日経リサーチ調査 H22: 47位 H25: 46位 H26: 調査未実施	ランキングの向上	ランキングの向上	ランキングの向上	1,603	1,524	2,699	4	本県の魅力をPRする冊子「ぐんまがいちばん！」を改訂。小さいときから郷土の魅力を理解し誇りを持ってもらうため、県内の全小学4年生に配布した。	4	小学校での活用の状況を踏まえ、必要に応じて増刷をする。有償頒布やぐんまちゃん家での販売状況を踏まえ、書店での販売も検討する。
			群馬県PRサイトの運営		総務部	広報課	ぐんまちゃんを活用し、群馬県の魅力を発信する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 H26: 1,056,156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)	1,603	1,487	1,602	4	・サイトデザインのリニューアルを行った。(年間1,056,156pv)	4	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、群馬県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。
			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	H23: - H24(7-9月): 18,995,608人 H25(10-12月): 15,192,248人 H26(10-12月): 16,020,965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)	対前年5.0%増 1,682万人 (10-12月実施)	16,000	17,000	19,500	4	10月～12月までの3ヶ月間、キャンペーンを実施。首都圏を中心に、広報宣伝、誘客促進活動を実施した。期間中の観光客入込数は、16,020,965人で、目標であった1,595万人(対前年比率5.0%増)を達成することができ、H25年度に実施したキャンペーンの実績に比べて828,717人増(対前年比5.5%増)となった。また、経済波及効果の試算は、約43億円となった。	4	「オール群馬」での取り組み体制を強化し、キャンペーンを一過性のものにせず、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。H25・26年度は10～12月にキャンペーンを実施、H27年度も秋に実施する。H28年度もキャンペーンを継続実施し、観光誘客をさらに促進する必要がある。

主な取組 (B)	施策 (C)	事業 (D)	個別事業(E)										決算額	H26事業結果	事業の評価と改善の方向性(H28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		目標値				H26 当初 (千円)	H27 当初 (千円)	H26 決算 (千円)	評価の 考え方	評価の 考え方	
									H22 H23 H24 H25 H26	H25 (前々年度)	H26 (前年度)	H27 (当年度)								
(3)推進体制の整備																				
<p>■ 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。</p>																				
			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 H26 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				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。	4	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発信・定着していくため、ネットワークの充実を図る必要がある。	4	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 3,103,108																				
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																				
<p>■ 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。</p>																				
			群馬のプロモーション事業	再掲	総務部	広報課	「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 H26: 46位 ・日経リサーチ調査 H22: 47位 H25: 46位 H26: 調査未実施	ランキングの向上	ランキングの向上	ランキングの向上	7,300	8,800	7,080	群馬をPRする素材としてH25の「群馬のプロモーション委員会」で決定した「温泉」「すき焼き」「おつきりこみ」に加え、世界遺産に登録された「富岡製糸場と絹産業遺産群」及びゆるキャラグランプリで優勝した「ぐんまちゃん」を素材として、本県の魅力を紹介するプロモーション事業「ぐんまの挑戦状」を展開。 動画投稿サイトYouTubeでの動画配信や、Facebookへの関連情報掲載により、本県の魅力を全国に発信することができた。	4	本県のさらなるイメージアップを図るため、H25年度からの3年間の取組成果を踏まえ、関係部局との役割分担等の見直しを行った上で、プロモーション活動を推進。 今後は在京メディアへの情報発信を一層強化して取り組む。	4	本県のイメージアップを図る上で、テーマを絞った集中的なプロモーションは効果的であり、継続。
			ぐんまちゃんによるイメージアップ		総務部	広報課	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 H26: 2,697件	800件	1,600件	800件	17,300	17,164	16,494	・ぐんまちゃんデザインの利用許諾2,697件 ・「ぐんまちゃん」イベントの実施 お誕生日会・ショップ: 2月22日 ・CM、TV番組の撮影、ぐんまちゃんびあ等への撮影協力	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に、ぐんまちゃんを活用したPR展開を行っており、全庁的な取組を進めるため、継続していく必要がある。 なお、ぐんまちゃんのデザイン利用については、群馬県のイメージアップに繋がる利用を促進するとともに利用しやすい制度とするため、H27年7月から利用許諾事務の見直しを行った。	4	「ゆるキャラグランプリ」優勝により、全国的に認知度が向上しているぐんまちゃんを積極的に活用することで、効果的なPRと本県のイメージアップが期待できることから継続。
			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	H24 東国文化副読本の作成、体験教材の作成 H25 実施件数77件(校) H26 実施件数144件(校) ② H24 3,485人 H25 27,058人 H26 20,243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	6,595	7,412	7,738	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3回古代東国文化サミット】 来場者数約12,000人 【周知イベント(上野国分寺まつり)】 来場者数約8,000人 【群馬の歴史文化遺産を巡るモニターツアー】 参加者数243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、これまでの成果を活かして、「東国文化＝群馬」を全国に発信、定着していくため、古墳総合調査結果や金井東裏遺跡がもつ世界的な価値を発信する取組、他部局と連携した自転車文化遺産を巡るモデルコースづくりなど、新たな事業展開を図る必要がある。 また、リニューアルオープンする歴史博物館(東国文化展示室)を東国文化の情報発信拠点として機能の充実を図る必要がある。	4	古墳総合調査や金井東裏遺跡調査の結果がまとまることから、更に情報発信を進めていく必要はあるが、具体的な手法については検討の必要があるため、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 H26 441,674人	400,000人	467,000人	500,000人	879,894	886,091	816,328	歴史博物館を除く各館において企画展を開催した。 また、学校教育と連携し、鑑賞授業や館で作成したアートカード等を使用した出張授業等、教育普及活動にも積極的に取り組んだ。 さらに、クーポン券制度の導入、自然史博物館の年始(1月2日)開館など様々な取組を行った。	4	改修工事に伴う休館中の歴史博物館を除く、H26年度の入館者数は前年度と比較で9.6%減少した。 今後は、人気の高い巡回展を実施したり、時事的な話題とタイアップした展示会を企画するなど、改めて入館者数の増加に向けた取組に努める。 また、教育普及事業も積極的に実施していく。	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、魅力的な展示内容となるよう工夫し、入館者数の増につながるよう努める必要がある。

主な取組(B)	施策(C)	事業(D)	個別事業(E)										H26事業結果	事業の評価と改善の方向性(H28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		決算額	部局評価	財政課評価					
									実績値		目標値				H26当初(千円)	H27当初(千円)	H26決算(千円)	評価の考え方	評価の考え方		
									H22 H23 H24 H25 H26	H25 (前々年度)	H26 (前年度)	H27 (当年度)									
			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	H23:1,306社 H24:1,682社 H25:1,785社 H26:1,580社	1,300社	1,300社	1,300社	3,332	3,172	2,517	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及び企業展への出席により本県の立地優位性を県外優良企業に直接周知することが、好調な企業立地に結び付いている。引き続き、県外優良企業の立地に結び付くプレゼンテーションとなるよう、これまでの開催結果を検証しながら実施していく。	4	市町村等と連携した企業誘致の推進につながる取り組みであるため、継続。 知事自らによる本県のセールス活動が最大限の成果に結びつくよう、これまでの成果等の検証を行い、より効果的な事業実施を目指す必要がある。		
			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、中小企業が開発した優れた新商品の市場への普及を支援する事業を実施する。	商談成約件数(有望案件含む)	H23:184件 H24:157件 H25:192件 H26:73件(H27年5月18日現在)	200件	200件	1,150件 (5ヶ年合計)	4,900	5,469	4,017	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、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こう。商談成約件数は目標に近い数値を達成しており、成長分野への取組拡大により件数増加を目指していく。	4	中小企業の製品開発・研究支援策として必要であるため、必要。 引き続き目標値を達成できるよう、企業側のニーズ把握に努め、効果的な事業実施に努めること。		
			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	-	-	-	4,535	4,330	4,535	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られる。継続した取り組みが必要である。	4	大使2人は安定的にメディアへの露出があり、ポスター等のPRツールにも大使を活用することで、観光誘客に向け、有効なPRに繋がっているため、継続。		
			ググっ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	H23:- H24(7-9月):18,995,608人 H25(10-12月):15,192,248人 H26(10-12月):16,020,965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)	対前年5.0%増 1,682万人 (10-12月実施)	16,000	17,000	19,500	4	「オール群馬」での取り組み体制を強化し、キャンペーンを一過性のものにし、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。H25・26年度は10～12月にキャンペーンを実施、H27年度も秋に実施する。H28年度もキャンペーンを継続実施し、観光誘客をさらに促進する必要がある。	4	目標を上回る入り込み客数となり、年々実績を伸ばしている。 市町村と連携して培ってきた取組や機運等を、更なる観光誘客に繋げることが必要であるため、継続。		
			全日本実業団対抗駅伝競走大会(ニューイヤー駅伝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。	①テレビ視聴率 H23 12.8% H24 13.2% H25 13.4% H26 13.9% ②沿道観客数 H23 61万人 H24 62万人 H25 61万人 H26 62万人 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 H26 28,086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	8,317	9,539	8,226	4	テレビ視聴率は前年を0.7%上回り、視聴者プレゼント応募者数も4,000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13.9%を基に計算すると関東地方だけで約252万世帯の方々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、H28年度は群馬県開催第30回記念大会を迎えるため、記念イベント等を実施し、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。

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(H28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		H26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		目標値			H26 当初 (千円)	H27 当初 (千円)		H26 決算 (千円)	評価の考え方	評価の考え方	
									H22 H23 H24 H25 H26	H25 (前々年度)	H26 (前年度)	H27 (当年度)						※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	評価区分	評価の考え方
■ 「ぐんまちゃん家」の機能を強化し、観光PRや物品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	総務部	広報課	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。H23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	①来場者数 H22: 291,769人 H23: 404,528人 H24: 402,799人 H25: 577,207人 H26: 488,230人 ②パブリシティ等による掲載・放送件数 H22: 2,675件 H23: 2,639件 H24: 3,374件 H25: 2,707件 H26: 2,237件 ③物産販売額 H22: 3,293万円 H23: 8,270万円 H24: 9,187万円 H25: 15,722万円 H26: 14,959万円	①500,000人 ②2,700件 ③1億円	①500,000人 ②3,430件 ③1億円	①500,000人 ②2,700件 ③1億円	106,347	120,657	103,169	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170件、新聞等記事掲載 2,066件、サロンドG開催 15回など) ・イベント開催(延開催日数 316日間、132件)、イベントによる物産販売 805万円) ・観光案内(観光相談件数 74,986件) ・物産販売(物産品販売品数 906品、総売上額 1億4,959万円) ・Uターン・Iターン(相談件数 139件) ・ぐんまのファンづくり(メルマガ発行24回、延べ53,785件、ふるさと講座、企画ツアー18コース等)	H22年度の1階部分の拡張、H25年度の歌舞伎座リニューアルオープンやH26年度の「富岡製糸場と絹産業遺産群」の世界遺産登録、ぐんまちゃんのゆるキャラグランプリ優勝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あった。 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、情報発信の効果が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。	年度ごとの増減はあるものの、来場者数も増加傾向にあり、物産販売も目標を上回るなど、都内における群馬県の情報発信の拠点として定着してきていることから継続。		
■ 「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	再掲	総務部	広報課	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	H22: 281件 H23: 374件 H24: 792件 H25: 2,700件 H26: 2,697件	800件	1,600件	800件	17,300	17,164	16,494	・ぐんまちゃんデザインの利用許諾 2,697件 ・「ぐんまちゃん」イベントの実施(お誕生日会・ショップ: 2月22日) ・CM、TV番組の撮影、ぐんまちゃんびあ等への撮影協力	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に、ぐんまちゃんを活用したPR展開を行っており、全庁的な取組を進めるため、継続していく必要がある。 なお、ぐんまちゃんのデザイン利用については、群馬県のイメージアップに繋がる利用を促進するとともに利用しやすい制度とするため、H27年7月から利用許諾事務の見直しを行った。	「ゆるキャラグランプリ」優勝により、全国的に認知度が向上しているぐんまちゃんを積極的に活用することで、効果的なPRと本県のイメージアップが期待できることから継続。		
■ 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。																				
			国際観光県ぐんま	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	H23: 39,580人泊 H24: 58,270人泊 H25: 96,950人泊 H26: 101,630人泊	66,000人泊	80,000人泊	10万人泊	20,952	29,153	26,704	・現地プロモーション 5回(台湾/タイ/ロシア) ・旅行エージェント・メディア招聘 広域連携等 8回(台湾、マレーシア、香港、タイ、中国) ・広告事業 1回(台湾) ・多言語観光情報サイト運営(英語、中文繁体字、中文簡体字、韓国語、タイ語版) ・教育旅行 20ツアー(台湾)	海外からの旅行者及び県内宿泊者数は、ともに過去最多となり順調に推移している。県観光振興計画目標の10万人泊を、1年前倒して達成した。 更なる外国人観光客の増加による旅行消費需要を取り込み、県経済の活性化に繋げるため、海外旅行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。	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おり、1年前倒して目標値を達成している。 今後も、更なる外国人誘客に向けた取組は必要であることから、継続。		
			国際交流		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新規観光親善学生大使数 ②活動対象者数	①新規観光親善大使数 H22 123名 H23 107名 H24 91名 H25 108名 H26 78名 ②活動対象者数 H22 1,131名 H23 682名 H24 710名 H25 658名 H26 938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	22,705	22,705	19,227	H26年度は78名の学生に観光親善大使を委嘱し、学生は研修・滞在先で938名の関係者に対し、群馬県を紹介するプレゼンテーションを英語で行い、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。目標には及ばなかったものの、学生の努力により活動対象者数が大幅に増加した。	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、観光誘致や海外と群馬県との友好関係構築が大いに期待できる。	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、継続的な取組が必要。		
			群馬県海外イメージアップ		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 H26: 678回	75回	80回	80回	1,816	1,522	1,069	678回	目標以上の情報発信が行われ、海外に向けて群馬のPRが図られた。 今後も引き続き、海外に向けた情報発信を強化する必要がある。	外国人留学生の視点による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。 ブログ等の発信回数も着実に増やしており、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(H28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		H26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		目標値			H26当初(千円)	H27当初(千円)		H26決算(千円)	評価の考え方	評価の考え方	
									H22 H23 H24 H25 H26	H25 (前々年度)	H26 (前年度)	H27 (当年度)						※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	※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>■ 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>																				
			全日本実業団対抗駅伝競走大会 (ニューイヤー駅伝inぐんま)	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。	①テレビ視聴率 H23 12.8% H24 13.2% H25 13.4% H26 13.9% ②沿道観客数 H23 61万人 H24 62万人 H25 61万人 H26 62万人 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 H26 28,086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	8,317	9,539	8,226	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0.7%上回り、視聴者プレゼント応募者数も4,000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13.9%を基に計算すると関東地方だけで約252万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、H28年度は群馬県開催第30回記念大会を迎えるため、記念イベント等を実施し、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。
<p>(2)情報発信の充実</p> <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>																				
			プロスポーツ支援		生活文化スポーツ部	スポーツ振興課	ザスバ草津、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	・ザスバ草津群馬 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) H26: 32,808人(4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) H26: 4,569人(4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) H26: 4,642人(2試合) ※括弧内は対象試合数	ザスバ草津 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	・ザスバ草津 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: 4,000人	ザスバ草津 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: 4,000人	2,829	2,829	2,445	県外で多くの集客が見込める4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。 (ザスバ: 千葉、松本、水戸、山形で各500部配布、ペガサス: 新潟、松本、小諸、福井で各500部配布、サンダーズ: 秋田、仙台で各500部配布)	4	各球団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。
			ぐんまちゃんによるイメージアップ	再掲	総務部	広報課	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 H26: 2,697件	800件	1,600件	800件	17,300	17,164	16,494	・ぐんまちゃんデザインの利用許諾2,697件 ・「ぐんまちゃん」イベントの実施 お誕生日会・ショップ: 2月22日 ・CM、TV番組の撮影、ぐんまちゃんびあ等への撮影協力	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に、ぐんまちゃんを活用したPR展開を行っており、全庁的な取組を進めるため、継続していく必要がある。 なお、ぐんまちゃんのデザイン利用については、群馬県のイメージアップに繋がる利用を促進するとともに利用しやすい制度とするため、平成27年7月から利用許諾事務の見直しを行った。	4	「ゆるキャラグランプリ」優勝により、全国的に認知度が向上しているぐんまちゃんを積極的に活用することで、効果的なPRと本県のイメージアップが期待できることから継続。
			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	-	-	-	4,535	4,330	4,535	ぐんま大使を務める中山秀征氏、井森美幸氏を起用したポスターを作成した。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。	4	大使2人は安定的にメディアへの露出があり、ポスター等のPRツールにも大使を活用することで、観光誘客に向け、有効なPRに繋がっているため、継続。
			ぐんま観光特使		産業経済部	観光物産課	自身の活動を通じて群馬県を幅広くPRいただく観光特使の活動を支援する。	観光特使による観光PR	会報誌への記事掲載、社員旅行の実施や、居住エリア等での観光パンフレットの配布等	同左	同左	同左	572	600	385	大規模マンションの住民を対象にした本県PR、テレビやラジオ等での本県の観光の紹介など、特使の活動を通じて、本県観光地の魅力を全国に向けて発信できた。H27年6月23日現在、123名に委嘱している。	4	県外における観光ネットワークを構築し、本県の観光資源の魅力を発信することを主とした特使の活動を、引き続き支援したい。	4	県外におけるネットワークの構築や県のPRに貢献しており、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> 17

主な取組 (B)	施策 (C)	事業 (D)	個別事業(E)										H26事業結果	事業の評価と改善の方向性(H28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		決算額	部局評価	財政課評価				
									実績値		目標値				H26 当初 (千円)	H27 当初 (千円)	H26 決算 (千円)	評価の考え方	評価の考え方	
									H22 H23 H24 H25 H26	H25 (前々年度)	H26 (前年度)	H27 (当年度)						※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		
■ Webによる情報発信を推進します。																				
			群馬県PRサイトの運営	再掲	総務部	広報課	ぐんまちゃんを活用し、群馬県の魅力を発信する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 H26: 1,056,156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)	1,603	1,487	1,602	サイトデザインのリニューアルを行った。 (年間1,056,156pv)	4	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、群馬県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。	4	Webサイトを活用した情報発信は不可欠なものであり、継続。
			インターネット広報		総務部	広報課	インターネットを利用して、県政情報はじめさまざまな情報を県内外に発信する。	県ホームページビュー累計	H22 26,600千件 H23 30,041千件 H24 32,700千件 H25 35,697千件 H26 40,012千件	36,263千件	39,203千件	42,143千件	23,002	22,033	21,238	緊急時用の特殊なアカウントを適切に活用し、災害等緊急情報を迅速に提供するなど、情報発信力の強化に努めた。 ウェブアクセシビリティの向上を念頭に、誰もが等しくホームページにアクセスできるようページを作成した。	4	ホームページを利用した情報発信は、即時性、有効性、効率性が高く、県政情報を県内外に発信する上で、必要不可欠である。今後も公共サイトとして、アクセシビリティやユーザビリティ(使いやすさ)に配慮し、継続的に実施する必要がある。	4	インターネットによる情報発信は不可欠なものであり、継続。
			文化財情報システム整備		教育委員会	文化財保護課	県内の指定文化財及び埋蔵文化財包蔵地の位置や内容を掲載したシステムを整備し、インターネット上で最新の情報を提供していく。	①遺跡データの更新 ②情報システムアクセス数	①遺跡データの更新 H22 : 532件 H23 : 1,222件 H24 : 58件 H25 : 1,300件 H26 : 554件 ②情報システムアクセス数 H22 : 26,366件 H23 : 21,067件 H24 : 22,755件 H25 : 33,456件 H26 : 85,723件	①300件 ②25,000件	①1,500件 ②25,000件	①200件 ②25,000件	2,508	2,339	1,682	遺跡台帳と地図情報を一体化して管理し、これらの遺跡情報をインターネットを通じて提供した。 システムの保守管理・データ更新を委託した。	4	遺跡情報をインターネットで公開することにより、開発事業者や県・市町村教委において迅速な対応ができ、円滑に調整をすることができた。また、県内の遺跡地・指定文化財の情報を広く周知できた。	4	県内の遺跡地等の情報を周知するために必要な経費であり、継続。
4 群馬の優れた実質を情報発信 小計 1,211,232																				