

個別事業名	区分	主担当部局	主担当所属	事業概要	成果（結果）を示す指標	H27実績	H27目標	H31目標	H27当初 （千円）	H28当初 （千円）	H27決算 （千円）	H27 事業結果	部局評価	財政課評価
<b>政策12 豊かな文化・魅力を活かしたイメージアップ</b>														
〔目的〕群馬の魅力を見直し、県民の誇りを醸成するとともに、群馬のブランド力の強化・発信、歴史的文化遺産や文化・スポーツの活用により、群馬のイメージアップを進めます。														
<b>施策1 県民の誇り醸成</b>														
〔目的〕地域の魅力を再発見して磨き上げ、県民の郷土に対する誇りをはくむとともに、県への取組に対する理解を深め、群馬に対する県民の愛着を高めます。														
<b>(1) 群馬の魅力再認識</b>														
県民が郷土群馬の魅力を見直し、その成果を発信します。														
広報021			総務部	広報課	県民に群馬の魅力を見直し、その成果を発信する冊子を制作・配布する。	イメージアップサイトへのアクセス件数 (単位：万件)	124	150	1,524	1,798	1,523	Webサイトについては、群馬の情報データベースの内容の更新を行うとともに「くま検定」に2つの検定（中級編、こども編）を新設した。 「冊子「くまがいちばん！」を群馬県を紹介する資料として各課で活用してもらうとともに、県民センター、行政課税事務所、くまちゃん家、県内書店で販売。（H27 販売数1,018冊）・県内全小学校315校のうち269校（約85%）が本冊子を学習等に活用。	4継続	Webサイトの活用は、全国に向けた情報発信として有効であり、継続。「くまがいちばん！」の活用が、より多くの小学校で進むよう、教育委員会とも連携し、取組を継続。
都計008		再掲	県土整備部	都市計画課	市町村、住民および事業者の地域特性を活かした景観づくりを支援・援助することにより、地域に根ざした景観形成推進に寄与する。	景観行政団体系数 (単位：市町村)	17	35	1,906	6,738	1,619	景観行政団体系数移行して景観計画を策定する市町村に対し、上限200万円の補助を行っている。平成27年度は桐生市が同補助金を活用して景観計画を策定し、景観条例を制定した。 新たに景観行政団体系数移行した市町村はなかった。	4継続	各地域の景観のことをきめ細かく考えるためには、市町村単位で景観行政を進めたいのが望ましい。したがって、県内の全市町村が景観行政団体となるまで事業を継続する。
群馬の文化・風土等を多角的・総合的に見つめ直し、その成果を発信します。														
女大005			総務部	女子大学	群馬についての「知」の結集拠点として、群馬学連続シンポジウムの開催と書籍の刊行、公開授業の開催、県民参加型研究活動の実施、群馬研究に関する相談対応、群馬に関する情報提供、書籍・史料の閲覧供与を行う。	群馬学連続シンポジウム来場者数累計 (単位：人)	12,393	12,585	925	511	791	群馬学シンポジウムでは、家康400周年にあたって「例祭使道と毛馬線」をテーマとして開催した結果、目標値には僅かに及ばなかったが、前年度よりも参加者数を増やすことができた。	4継続	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を図るための事業であり、継続。より多くの県民が来場するよう魅力的な事業の実施や事業のPRを積極的に進めたい。
地域の郷土料理などの食文化を保護・継承し、県民の郷土愛をはくみます。														
保予030		再掲	健康福祉部	保健予防課	食に関する課題の多い若い世代の食育支援事業の他、地域食文化継承のための研修会や、人材育成のための研修会を開催する。また、食育応援企業や食育推進リーダーの活用を図るとともに、市町村の食育推進も支援する。	食育に関心を持っている県民の割合 (関心がある、どちらかというと関心がある) (単位：%)	80.7	90.0	3,105	2,792	2,047	食育推進体制の整備の他、地域の食育を担う食育推進リーダーの養成やその活用によるモデル地区事業を実施した。また、食育応援企業との連携による食育フェアを開催するとともに、高齢者の食育支援事業にも取り組んだ。第2次食育推進計画の課題を踏まえ、第3次食育推進計画を策定した。	4継続	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さらなる充実強化を図り、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の活用を図るとともに、地域で失われつつある食文化を継承するための事業にも取り組む。
プ推007			農政部	くまブランド推進課	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。	くま地産地消費優良店認定数 (単位：店)	20	20	6,924	6,195	6,611	地産地消費優良店を新たに7店舗認定し、当該年度の目標を達成することができた。農業団体との連携により収穫感謝祭を開催し、過去最も多い16万5千人の来場があったことから、県民に広く県産農畜産物の魅力を伝え、消費活動などの理解を促進することができた。	4継続	県産食材を積極的に取り扱う地産地消費優良店の認定・支援や、収穫感謝祭の開催を通じ、県民運動として地産地消費を推進することで、県産農畜産物の販売促進による農家所得の向上、経営安定が期待できることから、事業を継続して実施する必要がある。
<b>(2) 群馬の取組再認識</b>														
群馬県の誇るべき先進的な施策を県民に広く発信します。														
広報005			総務部	広報課	地域の魅力ある素材を、群馬県の魅力として、親しみやすく紹介する番組を制作することでイメージアップを図るとともに、県民生活に密接に関わる県政情報、県からのお知らせといった情報を分かりやすく提供する情報番組を制作し、県民に情報提供する。	番組視聴率 (単位：%)	8.5	4.3	129,856	129,265	127,689	「くま一番」44回/年（通常編35回、特別編1回、アンコール放送6回、新春知事特別番組1回、同アンコール放送1回）群馬テレビで放送 県政インフォメーションコーナー 258回/年 群馬テレビで放送	4継続	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。毎週一つの市町村を取り上げる番組ながら、県の取り組み・施策についても関連づけて無理なく盛り込み、県民の身近なところで県政が活かされている様子も紹介できたとと思われる。
広報006			総務部	広報課	「くま広報」は毎月第1日曜日に発行し、新聞折込による全戸配布している。「グラフくま」は毎月10日（6月と2月を除く、1月は15日）発行し、書店での販売とともに、県内の医療機関、金融機関、飲食店、理美容院等に無料配布している。	「くま広報」発行部数 「グラフくま」発行部数 (単位：部)	672,000 15,800	725,000 15,800	145,007	142,916	131,633	「くま広報」682,500部×2回、677,500部×6回、672,000部×4回発行 「グラフくま」15,800部×10回発行	4継続	県政の重要施策や話題、群馬の魅力や県民に幅広く知らせるために必要な媒体であるため、引き続き活用する。
広報008			総務部	広報課	県の政策や行事・イベント、制度改正などの県政情報を上毛新聞紙上に毎日掲載する。	年間掲載日数 (単位：日)	354	354	12,690	12,690	12,644	上毛新聞総合面に毎日（休刊日等を除く）掲載 354回	4継続	県の政策やイベント等の情報を新聞紙上に毎日掲載することで、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。
広報009			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。	ワイルドPREF 番組視聴率 (単位：%)	3.0	3.9	30,157	30,335	30,130	ワイルドPREF 260回/年、くま情報トッピング、262回/年、スポットCM 456回/年、新春知事挨拶 1回 エフエム群馬で放送	4継続	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、県政への理解促進を図られた。
広報011			総務部	広報課	県民意識の現状を把握するため、県民嗜好度調査及び特定課題調査を包含する内容として実施する。	アンケート回収率 (単位：%)	53.6	50.0	3,067	2,767	2,319	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27年5月27日～6月16日 調査項目：特定課題、嗜好度調査等 回収率：53.6%	4継続	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。
国保001		再掲	健康福祉部	国保課	子育て世帯の経済的負担の軽減を図るとともに子どもたちが安心して必要な医療が受けられるよう、市町村が実施する中学校卒業までの子どもを対象とした保険医療費の自己負担分の助成に係る経費を補助する。（補助率1/2）	中学校卒業までの子どもの医療費補助を継続実施	中学校卒業まで医療費補助を継続	中学校卒業まで医療費補助を継続	3,958,935	3,955,285	3,798,690	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247,124人、受診件数3,632,811件、補助金額3,798,690千円	4継続	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、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。

	個別事業名	区分	担当部署	担当所属	事業概要	成果（結果）を示す指標	H27実績	H27目標	H31目標	H27当初 （千円）	H28当初 （千円）	H27決算 （千円）	H27 事業結果	部局評価	財政課評価		
	都計008 景観行政の推進	再掲	県土整備部	都市計画課	市町村、住民および事業者の地域特性を活かした景観づくりを支援・援助することにより、地域に根ざした景観形成推進に寄与する。	景観行政団体数 （単位：市町村）	17	-	35	1,906	6,738	1,619	景観行政団体に移行して景観計画を策定する市町村に対し、上限200万円の補助を行っている。平成27年度は桐生市が同補助金を活用して景観計画を策定し、景観条例を制定した。 新たに景観行政団体に移行した市町村はなかった。	4継続	各地域の景観のことをきめ細かく考えるためには、市町村単位で景観行政を進めていくのが望ましい。したがって、県内の全市町村が景観行政団体となるまで事業を継続する。	4継続	観光振興や快適な県民生活の維持のため、良好な景観形成を図る必要があり継続。
<b>施策2 群馬のブランド力の強化・発信</b> 【目的】「くまブランド」を創出・確立し、群馬の魅力を国内外へ発信します。 (1)地域資源を活用したブランドの創出 群馬の魅力を国内外へ印象づけるため、「くまブランド」を創出・確立し、国内外へと発信します。																	
	広報003 群馬のプロモーション		総務部	広報課	「温泉」「すき焼き」「おっきりこみ」「くまちゃん」及び世界遺産「富岡製糸場と絹産業遺産群」の4素材と群馬県を結びつけ、集中的にプロモーション活動を行う。	おっきりこみプロジェクト参加店舗数 （単位：店）	170		190	8,800	4,568	7,908	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」「おっきりこみ」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「くまちゃん」、さらにH27に日本遺産に認定された「かかあ天下 - くまの絹物語 -」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「GNN GUNMA News Network」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、本県の魅力を国内外に発信することができた。	4継続	「おっきりこみプロジェクト」については、さまざまな広報媒体で発信していくほか、観光情報誌への掲載など観光での観点とともに、食育や伝統文化継承という視点も踏まえ、関係各課と連携を図りながら引き続き取り組んでいく。 在京メディアへの情報発信については、一層強化して取り組む。	4継続	テーマを絞ったプロモーションにより、本県のイメージアップを図ることは有効であり、継続。広報に対する反応を把握しつつ、今後のプロモーションに活かしていくことが必要。
	広報019 女性の視点を活かしたイメージアップ推進	新規	総務部	広報課	官民協働で、女性にターゲットを絞ったイメージアップ施策を検討・推進する。検討会議の開催、モニターや女性誌とのコラボ企画の実施などを通して、くまのイメージアップを図る。	テレビ、ラジオ、雑誌等でプロジェクトの取組が取り上げられた件数 （単位：件）		18			4,000		平成28年度新規事業のため、事業評価対象外				
	スポ011 アウトドアスポーツ推進	新規	生涯文化スポーツ部	スポーツ振興課	豊かな自然環境を活かした既存のアウトドアスポーツを磨き上げ、アウトドアスポーツ天国くまをブランド化し、国内外の観光客の増加等を図る。（県境の山々の稜線100kmを活用したロングトレイル整備の検討）	稜線トレイル関連イベント実施回数 （単位：回）		5			5,000		平成28年度新規事業のため、事業評価対象外				
	プ推004 県産農畜産物ブランド力強化対策		農政部	くまブランド推進課	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。	都中央における県産野菜重点8品目の取扱金額 （単位：億円）	167	149	161	25,598	33,000	33,693	くま・すき焼きの日を中心に、県民参加型の事業を実施することで、「くまのすき焼き」を県民へ周知するとともに、賛同企業の参加促進と各社の特等を活かした取組を支援することで、「オール群馬」による運動として展開するなど、県産農畜産物の販売力強化、ブランド化に努めた。	3拡充	「くまのすき焼き」の県民食としての定着に向け、「くま・すき焼きアクション」を推進するとともに、県産農畜産物の販売力強化、ブランド化に向け、新たなPRコンテンツを追加して事業に取り組むことが必要である。	3拡充	「くま・すき焼きアクション」をはじめとして、県産農畜産物のブランド力向上により、競争力を強化することは重要。これまでの事業効果を検証した上で、地方創生推進交付金も活用しながら、県産農畜産物の更なるブランド力強化に取り組むことが必要。
	工振007 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 （単位：人）	3,135	-	4,000	751	751	747	群馬県ふるさと伝統工芸品展・期間：H27.5.28～6.1・会場：県庁県民ホール・来場者数：3,135人	4継続	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紹介する展示会は、その匠の技とともに、次世代に継承し、その周知と理解増進を図るため、継続していく必要がある。また、伝統工芸品の販路を拡大として、一般消費者だけでなく、小売店や百貨店などのバイヤーなどへの周知など、周知方法なども検討していく必要がある。	4継続	伝統工芸品産業の振興を図るための取組であり、継続。H27年度は、展示会の会場変更により来場者数、売上額ともに増加しているが、引き続き、効果的な実施方法に努める必要がある。
	観物011 群馬の近代こけし普及PR	再掲	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 （単位：人）	2月に実施	(H26 / 2,427)	同左	236	236	236	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継続	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。	4継続	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。
「絹の国くま」ならではのブランド化を図り、養蚕、製糸、織物をはじめとしたシルク関連産業の創出・継承を推進します。																	
	蚕園008 蚕糸振興	再掲	農政部	蚕糸園芸課	県オリジナル蚕品種等の活用及び「群馬の絹」のブランド化を進め、付加価値の高い蚕糸業を展開するとともに、遺伝子組換えカイコの実用化を推進し、新産業創出による蚕糸業の維持・発展を図る。また、県産絹・生糸流通促進対策をはじめ、多様な養蚕担い手の育成、世界遺産登録を受けて観光蚕糸業を推進するなど、総合的な支援策を講じ、蚕糸業の継承を図る。	養蚕経営体における繭生産規模拡大 （単位：kg）	346	-	500	111,285	118,871	112,805	繭生産基盤である群馬オリジナル蚕品種の種殖及び人工飼料を安定的に製造・供給した。また、持続可能な蚕糸業の構築に向けて、将来にわたり繭生産を支える協議会が取り組む繭の増産活動などに対して支援するとともに、多様な養蚕担い手の育成、くまシルクの市場拡大を図った。	4継続	協議会における繭増産活動への県支援に加えて市町村の協賛支援もあり、養蚕農家の繭生産意欲が向上し、H27の繭生産量は32年ぶりに前年を上回った。また、企業の養蚕参入や若者が養蚕研修を開始するなど施策効果が現れている。今後も、この動きを確かなものとするため、引き続き蚕糸業継承対策やくまシルク市場拡大対策を講ずる。	4継続	各地域で設立された協議会を通じた蚕糸業継承や、県産シルクの価値向上・市場拡大、遺伝子組換えカイコの実用化等により、持続可能な蚕糸業の構築を図ることが必要であり、継続。
県内の物産等業者に対する販路拡大・商品開発を支援します。																	
	広報002 くま総合情報センター運営		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、東京銀座のくま総合情報センター（くまちゃん家）を運営する。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。	くまちゃん家が関与したメディア放送等実績 （単位：件）	232		190	120,657	127,465	116,708	パブリシティ対策（記者会資料提供294件、新聞等掲載1,743件、サロンFG開催17回）・イベント開催（延開催日数300日間、165件）・観光案内（観光相談件数70,502件）・物産販売（物産品販売品数893品、総売上額1億6,247万円（ふるさと割補填前））・Uターン・Iターン（相談件数207件）など	4継続	前年度に比べ来場者数は減少したものの、物産販売額が過去最高となる等、県産品の販売拡大効果があったほか、パブリシティ活動による情報発信に成果があった。わかりやすい立地であり、く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引き続き運営する必要がある。	4継続	本県のイメージアップを図り、観光誘客等を推進する拠点として定着してきたが、H20年度の開所以来の実績を検証しながら、引き続き取り組みを進める必要がある。
観光との連携による内水面漁業の推進を図ります。																	
	蚕園009 水産振興	再掲	農政部	蚕糸園芸課	河川湖沼における水産資源の保護増殖、養殖業者の育成強化と生産物の消費拡大を行うことにより、内水面漁業の振興を図る。また、河川における魚類等の生態系保全・水産資源の保護増殖のため漁場環境の保全を行い、漁業経営の安定を図る。	遊漁用ニジマス生産量 （単位：t）	-	30		27,348	27,157	21,855	カワウ、コクチバス等の駆除、県産稚アユの放流促進、魚病防疫などの河川湖沼漁業振興とギンヒカリなど県産養殖魚の生産振興を行った。また、河川を横断する農業用水堰に魚道を設置し、河川の連続性を確保した。	4継続	内水面漁業の振興上、カワウやコクチバス等の駆除、魚病対策による水産資源の保護や、養殖魚のPR、安全安心な養殖魚の提供は重要な取組である。また、魚道整備は魚類等の移動を促進し、効率的な水産資源の増殖を可能とすることから、継続し事業を実施する。	4継続	カワウ、コクチバスの駆除等は、内水面漁業振興に不可欠であり、ギンヒカリ、ハコチをはじめとした県産養殖魚の生産振興は、本県のブランド力強化にも繋がる。また、魚道整備など、漁場環境の保全・整備は、漁業経営の安定を図るものであり、継続。

個別事業名	区分	主担当部局	主担当所属	事業概要	成果(結果)を示す指標	H27実績	H27目標	H31目標	H27当初(千円)	H28当初(千円)	H27決算(千円)	H27事業結果	部局評価	財政課評価			
(2)県外に向けた戦略的な情報発信																	
在京メディアに向けた情報発信により、群馬のイメージアップを図ります。																	
広報003		再掲	総務部	広報課	「温泉」「すき焼き」「おっきりこみ」「くまちゃん」及び世界遺産「富岡製糸場と絹産業遺産群」の4素材と群馬県を結びつけ、集中的にプロモーション活動を行う。	おっきりこみプロジェクト参加店舗数(単位:店)	170	190	8,800	4,568	7,908	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」「おっきりこみ」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「くまちゃん」、さらにH27に日本遺産に認定された「かあ天下-くまの絹物語-」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「GNN GUNMA News Network」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、本県の魅力を国内外に発信することができた。	4継続	「おっきりこみプロジェクト」については、さまざまな広報媒体で発信していくほか、観光情報誌への掲載など観光での観点とともに、食育や伝統文化継承という視点も踏まえ、関係各課と連携を図りながら引き続き取り組んでいく。在京メディアへの情報発信については、一層強化して取り組む。	4継続	テーマを絞ったプロモーションにより、本県のイメージアップを図ることは有効であり、継続。広報に対する反応を把握しつつ、今後のプロモーションに活かしていくことが必要。	
広報018			総務部	広報課	インターネットを利用して、県政情報をはじめさまざまな情報を県内外に発信する。	県ホームページ累計アクセス数(トップページ)(単位:万件)	4,372	4,300	5,500	22,033	20,750	21,014	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、誰もが使いやすいホームページを作成した。	4継続	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継続	利用者にとって分かりやすく、安全な環境でインターネットによる情報発信を行っていくために必要であり、継続。
産政004		再掲	産業経済部	産業政策課	・知事のプレゼンテーションを主体とした企業立地セミナー等を大都市圏で開催する。 ・定期的な企業訪問を行うことにより、立地企業の操業上の課題を適宜把握する。	企業立地セミナー参加企業数(単位:社)	62	-	75	3,172	3,172	2,993	企業立地セミナー(東京)の開催 参加企業 62社(団体)、121名 県外企業立地件数 16件(工場立地動向調査)	4継続	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が効果的に作用し、好調な企業立地に結び付いている。今後は、県内産用の創出に結び付く(県外優良企業の立地や県内への本社機能・研究開発機能の移転に結び付く)トップセールスとなるよう、開催時期や開催場所を検証しながら実施していく。	4継続	市町村等と連携した企業誘致の推進につながる取組であるため、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。
「くまちゃん」の機能を一層強化するとともに、その活用を推進を図ります。																	
広報002		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、東京銀座のくま総合情報センター(くまちゃん家)を運営する。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。	くまちゃん家が開通したメディア放送等実績(単位:件)	232	190	120,657	127,465	116,708	パブリシティ対策(記者会資料提供294件、新聞等掲載1,743件、サロンドG開催17回)・イベント開催(延開催日数300日間、165件)・観光案内(観光相談件数70,502件)・物産販売(物産品販売品数893品、総売上額1億6,247万円(ふるさと割補填前))・Uターン・Iターン(相談件数207件)など	4継続	前年度に比べ来場者数は減少したものの、物産販売額が過去最高となる等、県産品の販売拡大効果があつたほか、パブリシティ活動による情報発信に成果があつた。わかりやすい立地であり、く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引き続き運営する必要がある。	4継続	本県のイメージアップを図り、観光誘客等を推進する拠点として定着してきたが、H20年度の開所以来の実績を検証しながら、引き続き取り組みを進める必要がある。	
全国区となった「くまちゃん」の人気を効果的に活用します。																	
広報015			総務部	広報課	くまちゃんデザインの利用許諾やくまちゃんのイベントへの出動等を通して群馬県のPRを行う。	くまちゃんのイベント等への出動回数(単位:回)	157	160	17,164	16,511	15,766	くまちゃんデザインの利用許諾 2,389件・「くまちゃん」イベントの実施 お誕生日会・ショップ:2月20日、TV番組の撮影等	4継続	くまちゃんは全国的に人気が高く、本県の魅力を知ってもらうきっかけとして有効であるため、引き続きくまちゃんを活用したPRを行うこととする。なお、民間におけるく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ようものとなるよう、商品の全国展開をしている企業に働きかけを行う等、内容の充実を図る必要がある。	4継続	「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く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。	
群馬交響楽団の演奏やスポーツイベント、県内プロスポーツ支援を通じてイメージアップを図ります。																	
スポ008			生涯文化スポーツ部	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。	テレビ視聴率(単位:%)	13	-	9,539	10,319	9,391	大会関係者との連携を図り、円滑な大会運営となった。沿道観戦者数は3万人増(約65万人)、視聴者プレゼント応募件数も4万件近(増加(66,404件)した。第60回開催記念事業や各種PR事業を通し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継続	視聴率12.9%を基に計算すると関東地方だけで約233万世帯の方々々が番組を視聴しており、全国放送ということ考慮するとさらに多くの方々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。	4継続	本県を全国にアピールできる機会であることから、継続。なお、より効果的な運営に努める必要がある。	
スポ009			生涯文化スポーツ部	スポーツ振興課	ザスバ準律、群馬ダイヤモンドベガス、群馬クレインサンダーズのフレイゲームにおいて、群馬県の観光・物産等をPRする。	各球団のホームゲーム入場者(単位:人)	143,972	149,800	2,829	2,793	2,738	県外で多くの集客が見込める各球団4試合を選定。フレ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レット等の配布(各試合500部)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:磐田、栃木、讃岐、大宮ベガス:新潟、石川、福井、富山 サンダーズ:福島、新潟、青森、秋田)	4継続	各球団の活動を通して本県の知名度の向上、イメージアップを効果的に図ることができ、また、各球団のホームゲーム入場者増加にも資することのできる貴重なツールであり継続して実施する。	4継続	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、随時見直しながら実施していく必要がある。	
文振004		再掲	生涯文化スポーツ部	文化振興課	子どもたちに音楽の素晴らしさや感動を伝えるため「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」等を開催する。また、本県のイメージアップを図るため、東京公演や県外公演を実施する。	定期演奏会の平均入場者数(単位:人)	1,474	1,450	1,500	263,940	273,497	264,999	年間公演回数 244回(年間鑑賞者数 127,779人)うち、定期演奏会 9回(入場者数 13,273人) 1回平均 1,474人	4継続	定期演奏会をはじめとする各種公演会、小・中学校等での移動音楽教室等を通じ、地域に根ざしたトップクラスの楽団として県民に愛され、本県の音楽文化の向上と振興に大きく貢献していることから、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、「群賢改革」の動きに合わせ、今後の県の支援のあり方について検討を進める。	4継続	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。定期演奏会の入場者数も増加しているが、今後も県の支援のあり方等について検討し、適切な運営に努めることが必要。
県産農畜産物に対する消費者・実需者の視点を重視し、多様なニーズに対応したブランド戦略を効果的に展開します。																	
プ推004		再掲	農政部	くまブランド推進課	県産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。	都中央における県産野菜重点8品目の取扱金額(単位:億円)	167	149	161	25,598	33,000	33,693	くま・すき焼きの日を中心に、県民参加型の事業を実施することで、「くまのすき焼き」を県民へ周知するとともに、賛同企業の参加促進と各社の特等を活かした取組を支援することで、「オール群馬」による運動として展開するなど、県産農畜産物の販売力強化、ブランド化に努めた。	3拡充	「くまのすき焼き」の県民食としての定着に向け、「くま・すき焼きアクション」を推進するとともに、県産農畜産物の販売力強化、ブランド化に向け、新たなPRコンテンツを追加して事業に取り組むことが必要である。	3拡充	「くま・すき焼きアクション」をはじめとして、県産農畜産物のブランド力向上により、競争力を強化することは重要。これまでの事業効果を検証した上で、地方創生推進交付金も活用しながら、県産農畜産物の更なるブランド力強化に取り組むことが必要。
畜産014			農政部	畜産課	県産食肉の消費拡大及びブランド化を推進するため、群馬県食肉品質向上対策協議会が実施する県産食肉の広告宣伝、イベント等での普及・啓発等の費用の一部を補助する。	県産食肉取扱推進店認定件数(単位:件)	319	302	382	6,372	6,097	5,940	枝肉共進会を通じて農家の飼養技術の向上、高品質食肉生産の推進、牛肉輸出に係るモニタリング検査支援、県産食肉の認知度向上、消費拡大のための販促資材の作成等の支援。	4継続	衛生的な施設で処理された高品質な県産食肉を、県内外及び海外に積極的にPRし、県産食肉の認知度向上、消費拡大を図る必要がある。衛生基準の厳しいEUへの出荷も拡大しており、モニタリング検査にかかる支援も継続して行う必要がある。	4継続	県産食肉のPRや輸出に係る衛生対策等により、消費拡大・ブランド化を推進するための取り組みであり、継続。効果の検証を行いながら、より効果的なPRを進めていくことが重要。
観光キャンペーンや民間との連携を活用して、積極的な誘客宣伝を展開するほか、海外メディアへのPRや、海外観光展等での情報発信を行います。																	
観物001		再掲	産業経済部	観光物産課	H23年度に実施した群馬デスティネーションキャンペーンを契機に継続実施している観光キャンペーンについて、これまでの成果を鑑み、引き続き実施し、本県への誘客促進を行う。	期間中の入込客数(単位:人)	16,555,050	16,820,000	17,000	18,000	21,000	10-12月までの3ヶ月間キャンペーンを実施。首都圏と北陸地域で、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、記録的な暖冬でスキー場と周辺宿泊施設の入込客が落ち、目標であった1,682万人には及ばなかったが、前年度のキャンペーン実績に比べ、534,085人増(対前年比3.3%増)の16,555,050人となった。	4継続	他県との誘客競争の中で、本県を旅行先として選定してもらうため、また、新規顧客の獲得とリピーターを確保し、本県で観光消費してもらうため、H29もキャンペーンを継続実施する必要がある。協議会総会により、次年度は夏にキャンペーンを行うこととなったが、夏休みに期間であり、近隣他県との「宿泊」観光客の獲得競争となる中、旅行雑誌等への広告掲載や旅番組の放送等、対メディア戦略を充実させることが重要である。	4継続	期間中の入込客数は前年比3.3%増となっており、年々実績を伸ばしている。市町村と連携し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。広告宣伝等の実施については、効果等を検証した上で、引き続き事業を実施していく必要がある。	

個別事業名	区分	主担当部局	主担当所属	事業概要	成果（結果）を示す指標	H27実績	H27目標	H31目標	H27当初 （千円）	H28当初 （千円）	H27決算 （千円）	H27 事業結果	部局評価	財政課評価		
観物008 国際観光県くま	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 （単位：万人泊）	15	10	20	29,153	41,594	28,209	・現地プロモーション 4回（シンガポール/タイ） ・旅行エージェント・メディア招聘 広域連携等 16回（台湾、マレーシア、香港、タイ、中国、シンガポール、欧米等） ・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 17ツアー（台湾）	4継続	外国人宿泊者数は順調に増加している。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、現地プロモーションや県内招聘事業、海外への情報発信を継続する必要がある。	4継続	現地プロモーションや本県招聘等により、外国人宿泊者数は順調に増加している。 今後は、東京オリンピック・パラリンピック等を見据えた観光誘客を実施していく必要があり、本県への外国人誘客に向けた取組は必要であることから、継続。
観物003 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、くま大使の活動を通じた広報宣伝を展開する。	宿泊客数 （国土交通省 宿泊旅行統計調査） （単位：万人）	883	928	950	4,330	4,394	4,330	く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継続	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継続	芸能人を起用した本県PRは、メディア等の注目や関心が高くなり、有効な取り組みであるため、継続。
観物004 観光宣伝	再掲	産業経済部	観光物産課	県内外への誘客を図るため、様々な手段を用いて県内観光に関する広報・宣伝活動を行う。	宿泊客数 （国土交通省 宿泊旅行統計調査） （単位：万人）	883	928	950	2,826	22,223	68,943	くま観光大使（H28年6月1日現在、120人組に委嘱）や、くま観光大使おもてなし隊による本県のPRを行ったほか、東アジア最大級の旅行博であるツリスムEXPOジャパンにブース出展し、観光誘客を図った。	4継続	さまざまな手段を活用し、県内外、国内外から観光誘客を図ることは、「魅力あふれる観光県くま」を創るために重要であり、さらに充実した取り組みが必要である。	4継続	県内外、国内外から観光誘客を図るためには、多様な手法での広報・宣伝等の活動が重要であるため継続。効果等の検証を行い、ターゲット毎に有効な手法で広報・宣伝等の活動が行えるよう、検討していくこと。

施策3 歴史文化遺産活用・発信

【目的】世界遺産や東国文化など、本県が誇る歴史文化遺産を活かして、県民の再認識を促すとともに、群馬のイメージアップにつなげます。

(1)世界遺産や絹文化の活用・発信

世界遺産の保存整備を進め、その価値を発信し、活用と継承への意識を醸成します。																
世遺001 世界遺産・くま絹遺産の継承		企画部	世界遺産課	世界遺産・くま絹遺産の保存整備、総合的な情報発信のための拠点施設整備、絹遺産に関する研究等を行う。	世界遺産構成資産を複数訪れたことのある県民の割合 （単位：％）	-	-	40	216,477	237,983	199,244	世界遺産を後世に引き継ぐため、構成資産で行われた保存修理に対し事業費を補助。富岡製糸場東置罫所で行っている拠点施設暫定展示に構造模型を新たに追加し、世界遺産の価値について理解促進を行った。（H27年度 成果（結果）を示す指標 くま絹遺産の登録件数(累計) 目標：100件 実績：94件）	4継続	世界遺産をはじめとする絹遺産は県民の誇りとなるものであり、後世に確実に引き継ぐ必要がある。そのため県民の絹遺産に対する関心をさらに高め、絹遺産の存在が地域の活性化に繋がるよう、引き続き絹遺産の保存活用を図りたい。	4継続	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。
道管008 幹線道路の無電柱化推進	再掲	県土整備部	道路管理課	幹線道路を無電柱化するために、電線共同溝を整備し、併せて歩道のバリアフリー化や歩行空間確保を進める。	市街地の幹線道路の無電柱化率 （単位：％）	13.6	-	18.0	580,000	685,000	830,501	災害時の通行や安全で快適な歩行空間を確保のため、（主）前橋館林線ほか計29箇所の電線共同溝を実施した。【道路20箇所、街路9箇所】	4継続	災害時における通行者の安全性や救助・救急ルートの確保。安全で快適な歩行空間の確保、町並みの景観整備のために、今後も継続して事業を実施する必要がある。	4継続	道路の無電柱化により、災害時の通行確保や景観の向上などが実現できることから、計画的に事業を進める必要があるため、継続。
道整006 7つの交通軸、の整備・強化	再掲	県土整備部	道路整備課	上信自動車道や西毛広域幹線道路などの主軸の整備とともに、主軸とインタ - チェンジや工業団地、観光地などを結ぶ交差道路の整備を計画的に推進する。	開通予定箇所数 （単位：箇所）			17	28,667,952	29,438,837	26,123,624	東毛広域幹線道路、西毛広域幹線道路、上信自動車道などの主軸となる道路を整備するとともに主軸と交差する交差軸の整備も推進した。	4継続	東毛広域幹線道路4車線化、西毛広域幹線道路、上信自動車道などを整備することにより、インターチェンジから15分以内でアクセスできる圏域が広がり、高速道路網の効果県内すべての地域や産業の発展に活かせるため、引き続き整備を推進する必要がある。	4継続	高速交通網を補完する7つの交通軸について、計画的な整備を推進し、県内各地域の活性化を図る必要があるため、継続。
道管016 世界遺産関連整備		県土整備部	道路管理課	富岡製糸場周辺の県道前橋安中富岡線の富岡交差点改良や県道富岡神流線の電線共同溝、県道下仁田浅科線の現道拡幅等を行い、来訪者のアクセス道路の改善を図るとともに、一級河川三名川において、護岸の修繕改良を行う。	交差点改良及び電線共同溝整備進捗率 （単位：％）	2	-	100	265,000	255,000	261,542	富岡交差点と仲町通り、高山社の電線共同溝は、測量、設計を実施し、一部用地買収に着手。（一）下日野神田線や（主）下仁田浅科線の現道拡幅を3箇所、待避所を16箇所実施。（二）三名川については、測量、設計を実施し、護岸修繕工をL=108m実施。	4継続	用地買収や工事を推進し、世界遺産へのアクセスルートの改良や周辺環境整備を進め、世界遺産を有効活用した地域の活性化に取り組む必要があり、今後も引き続き整備を実施する必要がある。	4継続	世界遺産を訪問する観光客等の利便性向上と安全確保のため、計画的に整備を進める必要があることから、継続。

日本遺産及びくま絹遺産を活用し、魅力あふれる「絹の国くま」を発信して本県のイメージアップを図ります。

蚕蚕010 日本絹の里運営		農政部	蚕糸園芸課	蚕糸絹業に係る歴史、技術等の展示及び、絹の染織や繭クラフトの体験等を通じて、本県の伝統ある蚕糸絹業の県民理解を深めるとともに、養蚕文化の継承と蚕糸絹業関係者の交流の拠点として日本絹の里を運営する。	企画展示の開催 （単位：回）	8	8	8	95,985	95,298	95,585	指定管理者（公財）群馬県蚕糸振興協会による効率的な管理・運営を実施し、企画展示の開催や体験教室の充実のほか、接客サービス向上により快適な施設環境を提供。第三者評価委員会（6名）を3回開催し、H27年度評価及び総括評価を実施	4継続	「富岡製糸場と絹産業遺産群」の世界遺産登録に伴い絹産業再生への機運が高まる中、目標値を上回る来館者実績となっている。今後も、蚕糸や絹文化に関する県民理解を深めるため、企画展示機能や染織などの体験学習機能を備えた施設として運営する必要がある。	4継続	本県の伝統ある蚕糸絹業について（県内外での理解を深め、養蚕文化を継承するための施設であり継続。
世遺002 世界遺産・くま絹遺産の普及啓発等	再掲	企画部	世界遺産課	世界遺産・日本遺産・くま絹遺産ネットワークの推進、民間企業・団体と連携した普及イベント開催、民間団体の活動支援等	くま絹遺産の認知度 （単位：％）	-	-	60	37,378	30,467	24,879	世界遺産登録1周年記念事業を実施し、世界遺産の価値の再認識や保存管理への理解促進、遺産継承への意識の高揚を図ることができた。また、平成27年度に制度が始まった日本遺産に「かか天下 - くまの絹物語 - 」が認定され、日本遺産やくま絹遺産に係る多くの事業を実施したことから、絹遺産に対する理解が広まった。（H27年度 成果（結果）を示す指標 4資産への来場者数 目標 55万人、実績 122万人(うち富岡製糸場来場者数 114万人))	4継続	世界遺産・日本遺産・くま絹遺産を連携して普及啓発を図ることで、県下全域で絹遺産に対する関心を高めることができ、その魅力を発信することで本県のイメージアップが図られることから、引き続き、関係市町村や県民団体と連携して普及啓発を図りたい。	4継続	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、これを生かす取組を進めていく必要があるため、継続。

(2)東国文化の活用・発信

群馬が古代東国文化の中心地であり、東日本最大の古墳県であるという「東国文化＝群馬」のイメージを発信。定着させ、本県のイメージアップにつなげます。

女大007 東国文化の発信 - 群馬学センター県民公開授業 -		総務部	女子大学	群馬についての「知」の結核拠点である群馬学センターが開講する授業を県民公開授業とし、学生と県民と一緒に学んでいただく。	県民の受講者数累計 （単位：人）			6,000				27年度の群馬学センター開講科目は「上野三碑を読む」、「群馬と地球環境」、「群馬の歴史と文化」、「群馬のこはたと文化」の4科目であり、1,505名の県民受講者を迎え好評であった。	4継続	群馬学センターでは、「群馬に即した地域問題の掘り下げを通して、他地域や世界に繋がる課題を考え合う講座」を用意している。平成27年度は、4科目の公開授業を開講し、15回の授業を通して、「東国文化」、「富岡製糸場」といった県民が興味の内容を提供し、1,505名の県民の方に受講していただけており、今後も継続的な取組を進め、浸透を図っていく必要がある。	4継続	授業の1科目として学ぶことにより学生が群馬への愛着を深めるとともに、県民に公開することで大学が地域貢献を果たすことができるため、継続。
文振002 東国文化周知	再掲	生涯文化スポーツ部	文化振興課	中学生向け「東国文化副読本」により本県が誇る歴史文化遺産を活用した学びを推進するとともに、「東国文化サミット」等のイベント開催により、「群馬＝東国文化」のイメージを全国に発信・定着させる。	中学校の歴史的分野の授業において、東国文化副読本を活用した学校の割合 （単位：％）	68	70	100	7,412	12,184	5,649	市町村と連携した「古代東国文化サミット」等イベントの開催、中学1年生向け「東国文化副読本」の配布、モデルツアー等を開催した。第4回古代東国文化サミット：約800人、上野国分寺まつり：約9,000人、群馬の歴史文化遺産を巡るモデルツアー：77人	4継続	事業の実施を通じて、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、古墳総合調査の結果等を生かし、事業を継続する必要がある。また、東国文化の発信拠点として位置づけた歴史博物館（東国古墳文化展示室）のグランドオープンに向け、東国文化の更なる周知を図っていく。	4継続	金井東裏遺跡、黒井峯遺跡といった歴史文化遺産を周知することは、郷土への愛着を醸成するとともに、観光においても効果が見込めるため、継続。なお、市町村と協力して東国文化全体の歴史遺産の磨き上げも図る必要がある。

		個別事業名	区分	主担当部局	主担当所属	事業概要	成果（結果）を示す指標	H27実績	H27目標	H31目標	H27当初 （千円）	H28当初 （千円）	H27決算 （千円）	H27 事業結果	部局評価	財政課評価
		文財006 古墳情報発信	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。	「古墳王国展」の見学者数 （単位：人）	195	1,500		3,196	7,147	3,204	・利根沼田文化会館で開催した古代東国文化サミットで、古代体験広場を運営（埋文事業団委託）。 ・サミットと連携して沼田市立図書館で「古墳王国展 - 北毛地域の古墳文化 -」を開催（埋文事業団委託）。	4継続	H28年度に古墳総合調査、金井東裏遺跡甲着装人骨等調査の報告書が刊行され、調査成果が公開される。調査成果を活用した一般向けの冊子の作成や、イベントの開催も予定している。H29年度以降は、古墳情報発信検討委員会での提言も参考にし、県内外へ向けた多様な情報発信を行って、「古墳大國群馬」をアピールしていく。
上野三碑の世界記憶遺産登録を推進します。																
		文振016 上野三碑世界記憶遺産登録推進		生涯文化スポーツ部	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」を中心に、地元高崎市をはじめ県内関係機関等の協力を得ながら、最短の世界記憶遺産登録（H29年）を目指す。	上野三碑の世界記憶遺産登録	国内候補選定	登録推進	-	6,241	8,640	8,306	「上野三碑世界記憶遺産登録推進協議会」を中心に官民一体となって県民運動を盛り上げた。平成27年5月に世界記憶遺産の国内公募に申請し、同年9月に世界記憶遺産の国内候補（2件）の一つに選定された。	4継続	ユネスコ「世界の記憶」（旧名称：ユネスコ記憶遺産）の国内候補の一つとして、平成28年5月にユネスコへ申請書を提出した。今後は、上野三碑の世界的な価値を県内外に発信し、理解を深める活動をより一層推進することにより、ユネスコ「世界の記憶」の登録に向けて万全を期したい。
文化財を磨き上げることにより、豊かな自然環境と優れた歴史・文化を合わせた新しい魅力を持った文化財ネットワークを創出します。																
		文財001 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 （単位：事業）	54	65	55	105,732	106,697	73,994	・県指定文化財保存事業への補助17件・国指定文化財保存事業への補助15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6件	4継続	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。
		文財002 観音山古墳保護管理運営	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 （単位：人）	8,006	18,000	15,000	4,215	4,379	4,172	・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（※県立歴史博物館が改修休館のため学校見学が大幅に減少した）。	4継続	本史跡はS48年に国指定となっており、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。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ため、今後も適切な保護管理をしていく必要がある。
		文財003 上野国分寺跡保護管理運営	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 （単位：人）	12,925	10,000	10,000	7,481	7,640	7,448	・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・国分寺跡史跡講座の開催・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継続	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・普及を積極的にを行い、郷土学習の場としての利用を推進している。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。
		文財004 上野国分寺跡整備	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、復元等の整備を行う。	事業内容	発掘調査・整理作業	発掘調査・整理作業	保存活用計画策定	22,274	18,850	19,059	発掘調査を行い整備のための基礎情報の収集を行った。その結果、金堂跡の規模確認、西面回廊の根石列や梵鐘跡造遺構の発見など、上野国分寺の内容を見直す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。	4継続	整備事業のための発掘調査により、新発見が相次いでいる。発掘調査を実施した成果を集約し、その情報を保存活用計画や基本計画に活かし、より良い整備事業にしていける必要がある。
		文財005 古墳総合調査	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・活用方向性を検討し、成果報告書をH28年度に刊行する。	成果報告書の刊行	デ・タ集成・原稿執筆	デ・タ集成・原稿執筆		12,791	4,905	10,661	県内古墳の基礎データの集約ができた。調査報告書及び記念講演会、パネル展示等を開催し、県内外に古墳大國群馬をアピールした。市町村教育委員会や県民調査員の協力を得て、効率的に調査を実施した。	2縮小・一部廃止・統合	実質的な調査はH27年度を持って終了、H28年度に調査報告書を刊行して、調査成果を公開。H29年度以降は、古墳総合データベースの作成・公開や、古墳情報発信事業との連携により、古墳大國群馬をアピールしていく素材として、調査成果の活用を図る。
		文財007 金井東裏遺跡出土 甲着装人骨等調査	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。	調査成果の公開			県博40周年記念展示での展示	52,689	43,347	40,936	調査の進展により、甲着装人骨や金井東裏遺跡の様相が明らかになってきた。鹿角製小札製品の詳細なシナリオを作成し、県埋蔵文化財調査センター発掘情報館において展示・公開した。	4継続	H28年度に報告書を刊行し、調査成果を公開するとともに、展示・公開に向けた保存処理を実施。H29年度以降は、県内外へ情報発信を行い、本県を代表する文化財としてアピールしていくとともに、長期的な保管管理の体制を整える。また、国の重要文化財指定へ向けた取組に着手する。
		文財011 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（累積） （単位：点）	888	889	898	1,421	1,510	1,052	年2回の文化財保護審議会を開催し、審議の結果、町場における伝承される馬追い行事を重要無形民俗文化財に指定し、保護の措置を執ることができた。その他にも6部門の専門部会ごとに計画的に文化財調査を行った。	4継続	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。
施策4 文化・スポーツの振興・活用																
〔目的〕群馬の誇りを再発見し、心豊かな文化にあふれた活力ある「文化県群馬」を実現するとともに、スポーツ振興条例に基づき、明るく豊かな活力ある「スポーツ県群馬」を実現します。																
(1)文化芸術の振興・活用																
群馬交響楽団によるトップレベルの演奏で文化の香り高い群馬づくりを進めます。																
		文振004 群馬交響楽団支援	再掲	生涯文化スポーツ部	文化振興課	子どもたちに音楽の素晴らしさや感動を伝えるため「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」等を開催する。また、本県のイメージアップを図るため、東京公演や県外公演を実施する。	定期演奏会の平均入場者数 （単位：人）	1,474	1,450	1,500	263,940	273,497	264,999	年間公演回数 244回（年間鑑賞者数 127,779人） うち、定期演奏会 9回（入場者数 13,273人） 1回平均 1,474人	4継続	定期演奏会をはじめとする各種公演会、小・中学校等での移動音楽教室等を通じ、地域に根ざしたトップクラスの楽団として県民に愛され、本県の音楽文化の向上と振興に大きく貢献していることから、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、「群響改革」の動きに合わせ、今後の県の支援のあり方について検討を進める。
県立美術館・博物館における鑑賞機会を充実し、県民に喜びや感動を与え、潤いのある暮らしに寄与します。																
		文振009 県立美術館・博物館管理運営		生涯文化スポーツ部	文化振興課	学校教育を補充し、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。	県立美術館・博物館の年間入館者数（全5施設） （単位：人）	459,392	418,000		886,091	1,037,828	785,653	改修による休館中の歴史博物館では企画展が開催できないため、歴史デリバリー教室など、学校教育と連携した教育普及事業を中心に実施した。その他の4館では、各館年間4回の企画展のほか、教育普及活動にも積極的に取り組んだ。自然史博物館では、子どもたちの夏休み期間に、富岡製糸場をはじめとする周辺観光施設と連携した誘客事業にも取り組んだ。	4継続	H27年度の入館者数は前年度比較で4.0%増加した。H28年度は歴史博物館がリニューアルオープン、自然史博物館と土屋文明記念文学館が20周年を迎える中、更なる入館者数の増加に向け取り組んでいく。また、学校と連携した教育普及事業の積極的な実施にも努める。



個別事業名		区分	主担当部局	主担当所	事業概要	成果（結果）を示す指標	H27実績	H27目標	H31目標	H27当初 （千円）	H28当初 （千円）	H27決算 （千円）	H27 事業結果	部局評価	財政課評価		
東京オリンピック・パラリンピック等の事前キャンプ地誘致や国体招致を推進します。																	
スポ004	キャンプ地誘致推進		生涯文化スポーツ部	スポーツ振興課	ラグビーワールドカップ2019や東京2020オリンピック・パラリンピックに向けた、大規模スポーツイベントの事前キャンプ地誘致を行う。	キャンプ地誘致実現	IF33団体配布	パンフレット配布 (IF33団体)		1,200	2,400	809	キャンプ地誘致に向けて、パンフレットを英語、フランス語と日本語で2,000部作成し、33のオリンピック競技種目の国際スポーツ競技団体を含む、国内外の関係者に配付して群馬県のピーアールを行った。	3拡充	キャンプ地誘致に向け関係団体等へ情報収集を行うとともに、群馬県のPRパンフレットを作成し、国内外の関係者に配付した。2020年に開催される東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会まで情報発信等を継続し、さらに、県と市町村が連名でホストタウンに登録し、連携・協力しながら交流事業を実施することにより、相手国との関係を強化していく。	4継続	キャンプ地を誘致し、国内外でのイメージアップを図るとともに、オリンピック・パラリンピック選手との交流の場を県民に提供するため、継続。交流事業の実施については、市町村と具体的な内容をよく検討した上で、H29当初予算に向けて検討。