

		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	H28実績	H28目標	H31目標	H28当初(千円)	H29当初(千円)	H28決算(千円)	H28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ぐくむとともに、県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>																			
①県民が郷土群馬の魅力を見直し、再発見できる取組を推進します。																			
	広報021	群馬の魅力みんなでPR		総務部	広報課	県民に群馬の魅力を見直し、再発見してもらうため、県のイメージアップサイトを運営するとともに、県の魅力を紹介する冊子を制作・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)	106	150	150	1,798	1,802	1,798	・Webサイトについては、「くまレポート」で群馬県に関する話題を提供するとともに、「遊ぶ」のコーナーにぬり絵のダウンロードを追加した。 ・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、行政県税事務所、くまちゃん家、県内書店で販売。(H28 販売数 475冊)・県内全小学校309校のうち240校(約78%)が本冊子を学習等に活用。	4継続	Webサイトは、全国に向けた情報発信ツールとして有効であるため、情報の拡充を図りながら運用を続けていく必要がある。「くまがいちばん!」については、教育現場や一般県民の更なる利活用を図るため、内容や配布方法、教育現場での活用方法などを検討する。	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、より多くの小学校に進むよう、教育委員会とも連携し、取組を継続。	
	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	21	35	6,738	7,803	1,659	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。H28年度はみなかみ町と玉村町に対して同補助金を交付した(両町ともH29年度も景観計画の策定作業を継続)。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。景観計画策定市町村数がH27年度と横ばいになっており、市町村への支援方法の工夫が必要。
②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	群馬学センター運営		総務部	女子大学	群馬学センターの「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)	12,929	12,950	14,000	511	511	488	群馬学連続シンポジウムでは、「温泉」、「道」をテーマとし開催した結果、目標値には僅かに及ばなかったが、単年度であれば前年度よりも参加者数を増やすことができた。	1廃止・休止・終了	グローバル化を進めるには、まず私たちが暮らす地域を理解しなければならない。そのためには地域文化の振興や、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。H30年度から公立大学法人へ移行することに伴い、県事業としては廃止。今後も絹産業遺産関連事例、東国文化、温泉の文化、文学、街道、鉄道などの県民の関心事や本県の「隠れた資産」を掘り下げ、発信する活動を検討する。	1廃止・休止・終了	県事業としては廃止。H30年度から公立大学法人へ移行することに伴い、大学独自の事業として実施するか否か、大学法人でよく検討。	
③地域の郷土料理などの食文化を保護・継承し、県民の郷土愛をはぐくみます。																			
	プ推007	地産地消・消費拡大推進		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。	ぐんま地産地消優良店認定数 (単位:店)	36	28	50	6,195	6,194	5,913	地産地消優良店の新規認定促進を図り、当該年度の目標を大幅に上回った。地産地消推進店の認定促進にも努め、県産農畜産物の販売促進を図った。農業団体との連携により収穫感謝祭を開催し、広く県民に県産農畜産物に対する理解促進を図った。	4継続	高い頻度で県産農畜産物を取り扱う地産地消優良店が当該年度の目標を大幅に上回るなど、県民運動として地産地消の取組が進みつつあることから、事業を継続して実施する必要がある。	4継続	地産地消優良店の認定数が目標を上回り、県内における地産地消・消費拡大が進んでいると認められることから、継続。	
<b>(2)群馬の取組再認識</b>																			
①群馬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	テレビ広報		総務部	広報課	地域の魅力ある素材を、群馬県民の魅力として、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、県民生活に密着した県政情報、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 (ぐんま一番) (単位:%)	6.50	5.56	7.39	129,265	123,661	129,142	・ぐんま一番 49回/年(通常編35回、総集編4回、アンコール放送8回、新春知事特別番組1回、同アングル放送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 256回/年 ※群馬テレビで放送	4継続	毎回一つの市町村を取り上げ、群馬の魅力であるその地域の魅力と、併せて県の取り組み・施策についても関連づけて紹介した。出演するタレントが「群馬県宣伝員」であるという設定など、タレントの魅力を最大限発揮して、だれもが楽しめる親しみやすい番組づくりを行った結果、視聴者から支持する声が多く寄せられるなど、県民の郷土に対する愛着や誇りを醸成することができた。	4継続	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。	
	広報006	ぐんま広報・グラフぐんま発行		総務部	広報課	「ぐんま広報」は毎月1日曜日に発行し、新聞折込により全戸配布している。「グラフぐんま」は毎月10日(6月と10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。	「ぐんま広報」発行部数 (単位:部)	683,000	701,000	701,000	142,916	134,875	130,572	「ぐんま広報」695,500部×1回、688,000部×6回、683,000部×5回発行 「グラフぐんま」15,300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。	4継続	県の重要施策等を幅広く県民に周知するために必要な媒体の一つであり、継続。	
	広報008	ぐんまちゃんの掲示板		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)	353	354	354	12,690	12,623	12,609	上毛新聞総合面に毎日(休刊日等を除く)掲載 353回(達成率100%)	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。	4継続	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。	
	広報009	ラジオ広報		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DPREF番組聴取率 (単位:%)	調査無し	4.54	5.27	30,335	28,995	30,030	ワイルDPREF 261回/年、ぐんま情報トピックス、260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	【見直しあり】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。また広報案件採用までの日程に柔軟性を持たせることにより、これまで採用が困難だった案件の新規開拓、他部署の広報マインドの向上に大きな効果が認められた。	4継続	【見直しあり】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。柔軟性を持たせた広報案件の採用日程については、さらに広げていくことを検討。	
	広報011	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、県民嗜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。	アンケート回収率 (単位:%)	50.4	50.0	50.0	2,767	2,767	2,761	対象者: 県内に在住する満20歳以上の男女3,300人 調査期間: 平成28年5月27日～6月17日 調査項目: 特定課題、嗜好度調査等 回収率: 50.4%	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。	4継続	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。	
	国保001	福祉医療費補助(子ども医療費)	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	中学校卒業まで医療費補助を継続	3,955,285	4,060,511	3,925,052	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 242,617人、受診件数3,733,360件、補助金額3,925,052千円	4継続	中学校卒業までの子どもの医療費を助成する本制度は、群馬県が進める子育て支援・少子化対策の一環として非常に大きな役割を果たしている。今後も、子どもの健康増進や子育て世帯の経済的負担軽減を図っていくために、本制度の安定的な運営が必要不可欠である。	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に必要な事業であり継続。	
<b>施策2 群馬のブランド力の強化・発信</b>																			
【目的】「ぐんまブランド」を創出・確立し、群馬の魅力を見直し、国内外へ発信します。																			
<b>(1)地域資源を活用したブランドの創出</b>																			
①群馬の魅力を見直し、再発見できる取組を推進します。																			

	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	H28実績	H28目標	H31目標	H28当初 (千円)	H29当初 (千円)	H28決算 (千円)	H28 事業結果	部局評価	財政課評価		
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」「おつきりこみ」「ぐんまちゃん」及び世界遺産「富岡製糸場と絹産業遺産群」など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。	おつきりこみプロジェクト参加店舗数 (単位：店)	173	175	190	4,568	4,024	4,058	「おつきりこみプロジェクト」を引き続き展開。「第2回わが家のおつきりこみコンテスト」を開催し、入賞5作品のレシピにプロのアレンジを加えた「おつきりこみ」をプロジェクト参加7店舗で提供し、スタンプラリーを開催。また、マップ「おつきりこみ大図鑑」を改訂。 その他、本県のPR素材である「すき焼き」「古墳」「やよいひめ」を雑誌やWebにより情報発信した。	4継続	「おつ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、関係各課や民間事業者と連携を回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、テーマを絞り戦略的に情報発信する。	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。事業効果をよく分析し、より効果的なプロモーションと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		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、モニターツアーや女性誌とのコラボ企画の実施などを通して、ぐん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)	23	12	18	4,000	8,126	3,853	首都圏在住の若い女性に向けた情報発信事業として、官民協働による検討会議を立ち上げ、そこで検討された意見を踏まえ雑誌とのコラボや、モニターツアー、ぐんまちゃん家での女子会を実施。また、公式フェイスブック「しあわせG子のぐんま通信」を開設し県内の情報を発信した。	4継続	検討会議の民間委員から提案や意見をもらうだけでなく、事業実施や情報発信について協力いただいた。また、モニターツアーや女子会の参加者が体感した群馬の魅力について参加者自身からSNSにより情報発信してもらったこと、ぐんまの魅力について意見を聴取できた。今後は、収集した魅力を県内外の女性に広くPRするとともに、具体的な事業展開を行う事業者の情報提供し、若年女性の県外への呼び込みの一助としてもらう。	4継続	女性へのイメージアップ施策を進めていくうえで、女性の視点を活かすことは効果的であり、継続。収集した女性の意見等を、タイムリーに事業者等と共有することが重要。
スポ011	アウトドアスポーツ推進		生活文化 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盛り上げ、アウトドアスポーツ天国ぐんまをブランド化し、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)	3	3	5	5,000	34,872	7,907	稜線トレイル検討委員会設立記念講演(6/22 講師：田中陽希氏)、モニターツアー(10/24～25 四阿山ほか)、稜線トレイル推進シンポジウム(3/18 講師：工藤夕貴氏)を開催した。	4継続	設立記念講演会約200人、シンポジウム約400人とほぼ満席であり、県民に広く周知ができた。また、モニターツアーでは、首都圏からマスコ関係者等を招待したところ大変好評であり、SNS等を活用したPRが効果的であった。今後もイベントを随時実施し、継続したPRが必要である。	4継続	アウトドアスポーツを通じて群馬の魅力を国内外に発信し、観光客の増加等を図るため、継続。なお、事業効果を高められるよう、関係部局、市町村、関係団体等と連携して、取組を進める必要がある。
プ推004	県産農畜産物ブランド力強化対策		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。	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)	180	152	161	33,000	43,124	55,345	新たに、すき焼き弁当コンテストの開催や応援サポーターの設置など、ぐんま・すき焼きの日を中心に、県民参加型事業を実施し、県民への「ぐんまのすき焼き」周知を図った。また、賛同企業各社の取組を支援するなど、「オール群馬」による運動となるよう、各種施策を実施した。	4継続	「ぐんま・すき焼きアクション」や野菜重点8品目の広報PR、統一ロゴマークを活用した認知度向上によるブランド力向上は、県産農畜産物の販売促進を図る上で喫緊の課題であり、県産農畜産物のブランド化、ブランド力強化による販売競争力の強化に向け、これまでの事業に加え、新たな視点も追加し事業に取り組むことが必要である。	4継続	県産農畜産物のブランド力を向上させ、競争力強化に取り組むことは重要であるため継続。「ぐんま・すき焼きアクション」や「統一ロゴマークの活用」等の取り組みについて検証した上で、ブランド力強化に向け効果的な事業内容の検討が必要。
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)	3,568	3,300	4,000	751	751	750	①群馬県ふるさと伝統工芸品展・期間：H28.6.2～6・会場：県庁県民ホール・来場者数：3,036人 ②群馬県ふるさと伝統工芸品展 in TOKYO・期間：H28.8.5～7・会場：ぐんま総合情報センター「ぐんまちゃん家」・来場者数：532人	4継続	群馬県ふるさと伝統工芸品の魅力を県内外に発信するため、新たな取り組みとしてぐんま総合情報センター「ぐんまちゃん家」で伝統工芸品展を開催(主催：群馬県ふるさと伝統工芸士会)。伝統工芸品の販路拡大等を目指して、引き続き認知度向上、バイヤーへの周知等に取り組んでいく必要がある。	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。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)	2,153	前年並	同左	236	236	225	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継続	近代こけしは、本県を代表する工芸品の一つであり、県産品としての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の場となっており、継続。
②「絹の国ぐんま」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飼生産規模 拡大 (単位：kg)	366	390	500	118,871	121,079	111,116	飼生産基盤である群馬オリジナル蚕品種の蚕種及び人工飼料を安定的に製造・供給した。また、蚕糸業を維持・継承するため、飼生産を支える協議会等が取り組む飼増産活動などに対して支援するとともに、「ぐんま養蚕学校」を開催し、多様な養蚕担い手の育成・確保、ぐんまシルクの市場拡大を図った。	4継続	9月の天候不順の影響により飼生産量は前年を下回ったが、協議会活動への県・市町村支援により、協議会全体の飼育量は増加し、養蚕農家の生産意欲は高まっている。また、「ぐんま養蚕学校」の開催等により企業や若者が養蚕参入の準備を始めるなど、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、蚕糸業継承対策事業交付要件を見直し、引き続き蚕糸業継承対策やぐんまシルク市場拡大対策を講ずる。	4継続	ぐんま養蚕学校による新規参入支援や各地域で設立された協議会を通じた蚕糸業継承、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。 確水製糸協同組合の株式会社化により、収益改善を図り、自立した経営の実現に向け取り組む必要がある。
③県内の物産等事業者に対する販路拡大・商品開発を支援します。																	
広報002	ぐん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、東京銀座のぐんま総合情報センター(ぐんまちゃん家)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。	ぐんまちゃん家が関与したメディア 放送等実績 (単位：件)	296	190	190	127,465	119,893	124,527	パブリシティ対策(記者会資料提供406件、新聞等掲載1,483件、サロンドG開催16回)・イベント開催(延開催日数356日間、200件)・観光案内(観光相談件数51,223件)・物産販売(物産品販売品数948品、総売上額1億6,140万円)・Uターン・Iターン(相談件数253件)など	4継続	前年度に比べ来場者数、物産販売額が減少したものの、パブリシティ活動による情報発信やツアー造成、移住・定住・就職相談に成果があった。ぐんまちゃん家の認知度も上昇して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、効果も上がっているが、総合情報発信拠点としての成果を最大にするため、これまで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。
④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)	1.6	4.0	30.0	27,157	28,542	17,017	カワウ、コクハスの駆除、県産稚アユの放流促進、魚類防疫などの河川湖沼漁業振興とロスチ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取水堰へ魚道を設置するため、関係者との調整や魚道の設計を行った。	4継続	内水面漁業の振興と、カワウやコクハス等の駆除、アユ冷水病を中心とした魚病対策による水産資源の保護や、安全安心な養殖魚の提供及び新たな養殖魚種の振興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、水産資源増殖が効率化することから、継続し事業を実施する。	4継続	カワウ、コクハスの駆除等は、内水面漁業振興に不可欠。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。遊漁用ニジマス(ハロスチ)については、需要に応じた供給が安定的にできるよう、飼育方法等について検討していく必要がある。
(2)県外に向けた戦略的な情報発信																	
①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	群馬のプロモーション	再掲	総務部	広報課	「温泉」「すき焼き」「おつきりこみ」「ぐんまちゃん」及び世界遺産「富岡製糸場と絹産業遺産群」など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。	おつきりこみプロジェクト参加店舗数 (単位：店)	173	175	190	4,568	4,024	4,058	「おつきりこみプロジェクト」を引き続き展開。「第2回わが家のおつきりこみコンテスト」を開催し、入賞5作品のレシピにプロのアレンジを加えた「おつきりこみ」をプロジェクト参加7店舗で提供し、スタンプラリーを開催。また、マップ「おつきりこみ大図鑑」を改訂。 その他、本県のPR素材である「すき焼き」「古墳」「やよいひめ」を雑誌やWebにより情報発信した。	4継続	「おつ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、関係各課や民間事業者と連携を回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、テーマを絞り戦略的に情報発信する。	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。事業効果をよく分析し、より効果的なプロモーションとしていくことが必要。

		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	H28実績	H28目標	H31目標	H28当初(千円)	H29当初(千円)	H28決算(千円)	H28事業結果	部局評価	財政課評価		
	広報018	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。	県ホームページアクセス数(トップページ)(単位:万件)	4,618	4,600	5,500	20,750	23,733	19,228	システムの更新に合わせ、ページデザインを分かりやすく、使いやすく、親しみやすくリニューアルした。また、特殊アカウントの活用により災害等緊急情報を迅速に提供するとともに、ウェブアクセシビリティに配慮したページを作成し情報発信を行った。	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、アクセシビリティに配慮したページを作成し情報発信を行った。	4継続	タイムリーに情報発信を行っていくために必要であり、継続。利用者にとって分かりやすく、使いやすいホームページとすることが重要。
	産政004	企業誘致推進	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)	71	75	75	3,172	3,763	1,896	企業立地セミナー(東京)の開催 参加企業 71社(団体)、121名 県外企業立地件数 14件(工場立地動向調査) フォローアップ企業訪問件数(県庁、東京、大阪、名古屋) 442件	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。引き続き、県内雇用の創出に結び付く県外優良企業や本社機能・研究開発機能の移転並びに機能拡充に結び付くよう、開催方法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。県外企業立地件数は全国上位であり、今後も好調な企業立地が継続するよう、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ことが必要である。
②「ぐんまちゃん家」の機能を一層強化するとともに、その活用の推進を図ります。																		
	広報002	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。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。	ぐんまちゃん家が関与したメディア放送等実績(単位:件)	296	190	190	127,465	119,893	124,527	パブリシティ対策(記者会資料提供406件、新聞等掲載1,483件、サロンドG開催16回)・イベント開催(延開催日数356日間、200件)・観光案内(観光相談件数51,223件)・物産販売(物産品販売品数948品、総売上額1億6,140万円)・Uターン・Iターン(相談件数253件)など	4継続	前年度に比べ来場者数、物産販売額が減少したものの、パブリシティ活動による情報発信やツアー造成、移住・定住・就職相談に成果があった。ぐんまちゃん家の認知度も上昇して情報発信の効果も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、効果も上がっているが、総合情報発信拠点としての成果を最大にするため、これまで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。
③全国区となった「ぐんまちゃん」の人気を効果的に活用します。																		
	広報015	ぐんまちゃんによるイメージアップ		総務部	広報課	ぐんまちゃんデザインの利用許諾やぐん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。	ぐんまちゃんのイベント等への出動回数(単位:回)	143	160	160	16,511	14,560	15,876	・ぐんまちゃんデザインの利用許諾 1,708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18日、TV番組の撮影等	4継続	ぐん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、引き続きぐんまちゃんを活用して話題性のある取組を行い、PR効果を高めようとする。なお、デザイン利用については、県のイメージアップ効果を高めるため、群馬県と縁があり、全国展開している企業に利用を働きかける等の取組を進める必要がある。	4継続	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。
④「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	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。	テレビ視聴率(単位:%)	12.7	14.0	14.0	10,319	8,966	10,057	大会関係者との連携を図り、円滑な大会運営となった。沿道観戦者数は昨年と同数(約65万人)、県開催30回記念事業として記念タスキやぐんまちゃん用ユニフォームの作成事業、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継続	視聴率12.7%を基に計算すると関東地方だけで約230万世帯の方々番組を視聴しており、全国放送という点を考慮するとさらに多くの方々から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、より効率的な運営に努める必要がある。
	スポ009	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(草津、群馬ダイヤモンドベガス、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。	各球団のホームゲーム入場者(単位:人)	158,970	145,400	149,800	2,793	2,789	2,685	県外で多くの集客が見込める各球団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・ホテル等の配布(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:松本、山形、清水、金沢 ベガス:新潟、富山、福島、福井 サンダーズ:山形、茨城、奈良、東京)	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	群馬交響楽団支援	再掲	生活文化スポーツ部	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)	1,529	1,460	1,500	273,497	279,997	273,196	年間公演回数 214回(年間鑑賞者数 114,314人)うち、定期演奏会 10回(入場者数 15,297人) ※1回平均 1,529人	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。高崎文化芸術センター(仮称)の開設に向けて、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必要がある。	4継続	定期演奏会の平均入場者数は増加しており、本県の音楽文化の向上と振興に貢献していることから、継続。引き続き、県の支援のあり方や楽団運営のあり方等について検討する必要がある。
⑤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	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)	180	152	161	33,000	43,124	55,345	新たに、すき焼き弁当コンテストの開催や応援サポーターの設置など、ぐんま・すき焼きの日を中心に、県民参加型の事業を実施し、県民への「ぐんまのすき焼き」周知を図った。また、賛同企業各社の取組を支援するなど、「オール群馬」による運動となるよう、各種施策を実施した。	4継続	「ぐんま・すき焼きアクション」や野菜重点8品目の広報PR、統一ロゴマークを活用した認知度向上によるブランド力向上は、県産農畜産物の販売促進を図る上で喫緊の課題であり、県産農畜産物のブランド化、ブランド力強化による販売競争力の強化に向け、これまでの事業に加え、新たな視点も追加し事業に取り組みることが必要である。	4継続	県産農畜産物のブランド力を向上させ、競争力強化に取り組みことは重要であるため継続。「ぐんま・すき焼きアクション」や「統一ロゴマークの活用」等の取り組みについて検証した上で、ブランド力強化に向け効果的な事業内容の検討が必要。
	畜産014	畜産物流通消費		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)	306	322	382	6,097	5,780	6,066	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組であり、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。
⑥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	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	H23年度に実施した群馬デザインエ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)	16,064,406	17,380,000	20,630,000(H29目標)	18,000	16,300	18,000	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、世界遺産効果の落ち着きやプレミアム宿泊券による宿泊需要押し上げの反動などにより、前年度のキャンペーン実績に比べ、490,644人減(対前年比3.0%減)の16,064,406人となった。	4継続	【見直しあり】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い、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、キャンペーンを継続実施する必要がある。H29から新たに7月~9月をキャンペーン期間とし、新たな魅力をアピールするとともに、夏休み期間であるため、旅行雑誌等への広告掲載や旅番組の放送等、メディアを活用したPRを充実させることが重要である。より活動を活発にするため、29年4月から事務局を県観光物産国際協会へ移管。	4継続	【見直しあり】世界遺産効果の落ち着きやプレミアム宿泊券による宿泊需要押し上げの反動などにより、期間中の入込客数は前年比3.0%減となっているが、市町村と連携し培ってきた取組や機運等を観光誘客に繋げることは必要である。事務局を県観光物産国際協会に移管することによる県との役割分担の明確化、効率的・効果的な業務執行や、キャンペーン期間の変更などの見直しに努めており、継続。
	観物008	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(単位:万人泊)	20	16	20	41,594	60,731	41,433	・現地プロモーション 8回(中国、香港、台湾、シンガポール、タイ) ・旅行エージェント・メディア招聘・取材対応等(広域連携含む 東アジア、東南アジア、欧米等) 31回 ・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	これまでの現地プロモーションや県内招聘事業、情報発信等により、外国人宿泊者数は順調に増加しているが、訪日客全体が伸び、東京オリンピック・パリンピックを控えたこの時期に更に事業を継続することで、効果的に旅行消費需要を取り込む、県経済の活性化に繋がれると考えられる。また外国人観光客増加に対応するため受入環境整備を推進する必要がある。	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・パリンピック等を見据えた観光誘客や受入環境整備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。

	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	H28実績	H28目標	H31目標	H28当初 (千円)	H29当初 (千円)	H28決算 (千円)	H28 事業結果	部局評価	財政課評価
	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）	865	923	950	4,394	4,394	4,394	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。出演番組等でそれぞれ本県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や一般の関心が高くなるため有効であり、認知度を向上させるためにも継続した取り組みが必要である。
	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）	865	923	950	22,223	27,479	17,754	くま観光特使（H29年4月1日現在、133人組に委嘱）や、くま観光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ーリズム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、観光消費額の拡大による観光の経済効果を地域に波及させ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。
<b>施策3 歴史文化遺産活用・発信</b>															
【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。															
<b>(1)世界遺産や絹文化の活用・発信</b>															
①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：％）	31.3	25.0	40.0	237,983	309,789	144,172	世界遺産を将来の世代に確実に引き継ぐため、構成資産で行われた保存修理に対し事業費を補助した。また、富岡製糸場東置前所で企画展を実施し、世界遺産構成4資産をはじめ、その価値の基礎となっている絹産業やくま絹遺産、日本遺産を総合的に紹介するとともに、ボランティア団体による解説等により理解促進を図った。	4継続	絹遺産を地域活性化につなげるためには、県民の絹遺産に対する誇りや関心が必要である。絹遺産の価値のさらなる理解促進をすすめると同時に、世界遺産をはじめとする県内の絹遺産の保存活用を図りたい。
	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、一級河川三三川において、護岸の修景改良を行う。	交差点改良及び電線共同溝整備進捗率 （単位：％）	33	22	100	255,000	328,000	430,672	富岡交差点と仲町通り、高山社の電線共同溝は、用地買収を実施し、一部工事にも着手。 （一）下田野神田線や（主）下仁田浅科線の現道拡幅を1箇所、待遊所を5箇所実施。 （二）三三川については、測量、設計を実施し、護岸修景工を実施。	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み必要がある。河川整備は完了したが、継続箇所は今後も引き続き整備を実施する必要がある。
②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。															
	蚕園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して、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	95,298	95,298	95,287	第3期指定管理の指定管理者（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2回開催し、H28年度評価を実施 企画展示・特別展示8回、施設利用者総数44,040人	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、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。
	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：％）	82.9	45.0	60.0	30,467	32,888	19,502	世界遺産・日本遺産・くま絹遺産関連事業の実施により、改めて本県の絹遺産の価値を広く周知することができた。解説ボランティア等による年間を通じた普及啓発活動により、今後の保存管理への理解促進や遺産継承への意識の高揚を図ることができた。	4継続	県政県民意識アンケートでは、「くま絹遺産」の認知度は目標値より高いことが分かった。しかし、内容を理解している方はまだ少ないと思われる。多の方の内容まで深く知ってもらうためには、世界遺産・日本遺産・くま絹遺産を連携させた普及啓発が必要である。引き続き、関係市町村や県民団体と協働して普及啓発・理解促進を図りたい。
<b>(2)東国文化の活用・発信</b>															
①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」の結集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）	1,928	1,500	6,000	0	-	-	H28年度の群馬学センター開講科目における公開授業は、センター教員2名で6科目を担当し、2,000名近くの県民受講者を迎え好評であった。	1廃止・休止・終了	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。H28年度は、6科目の公開授業を開講し、15回の授業を通して、「上野三碑」、「上毛かるた」といった県民が興味を持って内容を提供し、1,928名の県民の方に受講していただいた。H30年度から公立大学法人へ移行することに伴い、県事業としては廃止。今後も浸透を図っていく取組を検討する
	文振002 東国文化周知事業	再掲	生活文化スポーツ部	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：％）	72.6	80.0	100	12,184	21,886	25,500	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年生向けの「東国文化副読本」の配布、モデルツアー等を開催した。第5回古代東国文化サミット：約4,000人、第7回上野国分寺まつり：約13,000人、群馬の歴史文化遺産を巡るモデルツアー：78人	4継続	H28年度は古代東国文化サミットや上野国分寺まつり等の地域住民と作り上げるイベントに多くの来場者呼び込み、東国文化の効果的な発信ができた。H29年度は歴史博物館のグランドオープンがあり、県内外に群馬の歴史文化遺産を発信する好機となるため、東国文化発信事業を継続実施し、金井遺跡群、黒井峯遺跡などの歴史文化遺産を発信し、郷土への愛着を醸成するとともに、イメージアップ、観光振興につなげていく必要がある。
	文財006 古墳情報発信事業	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。	「古墳王国展」の見学者数 （単位：人）	3,069	2,000	-	7,147	7,776	7,075	・古墳情報発信イベント「古代東国の古墳文化－古墳総合調査の成果から－」を開催 ・教員向けのミニシンポジウム「未来へつなぐ東国文化－文化財の地域教材化研究－」を開催 ・展示会「古墳王国展－金井東裏遺跡4年間の軌跡－」を開催 ・一般向けの冊子『くま古墳探訪』を刊行	4継続	H29年度は、古墳総合調査や金井東裏遺跡の調査成果を広く公開し活用するため、古墳データベースとスマホ用のアプリ等を作成する。H30年度以降は、古墳情報発信検討委員会からの提言も参考に、これらのツールを活用した情報発信を行い、「古墳大図群馬」をアピールしていく。
②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」を中心に、地元高崎市をはじめ国や関係機関等の協力を得ながら、最短で世界記憶遺産登録（H29年）を目指す。	上野三碑の世界記憶遺産登録	申請書提出	登録推進	-	8,640	11,640	5,000	H27年9月に「世界の記憶」の国内候補（2件）の一つに選定され、H28年5月にユネスコ本部へ登録申請書を提出した。上野三碑の価値の発信や県民の機運醸成のための事業として、「日中韓の専門家による考える集い」や県内9カ所での「地域別講演会」などを実施した。	4継続	H29年度には、ユネスコ「世界の記憶」の登録の可否が決定する予定であるが、引き続き上野三碑のユネスコ「世界の記憶」の登録に向けて機運の醸成を図るとともに、登録後は、その価値や魅力を県内外に広く発信することで、群馬のイメージアップや観光振興につなげていく必要がある。
③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。															

	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	H28実績	H28目標	H31目標	H28当初(千円)	H29当初(千円)	H28決算(千円)	H28事業結果	部局評価	財政課評価
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)	49	55	55	106,697	103,964	79,616	・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14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	4継続	【見直しを検討】文化財の適正な保存・整備を行い、後世へ引き継いでいくため、継続。毎年多くの要望がある状況に踏まえ、効率的な実施を図るため、補助メニューの見直しを行う必要がある。
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)	8,521	7,000	15,000	4,379	4,379	4,293	・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人へ対応)・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7月まで改修休館のため学校見学者数は増加回復できなかった)。	4継続	後世に引き継いでいくため、適切に保存・管理・活用する必要がある。継続。歴史博物館の再開後も、以前の水準を達成できるよう見学者数の増に努める必要がある。
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)	19,708	10,000	10,000	7,640	7,141	7,415	・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人へ対応、年末年始を除き年中無休)・史跡広報・普及活動・国分寺跡歴史講座・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	後世に引き継いでいくため、適切に保存・管理・活用する必要がある。継続。見学者数は目標に達しているが、年1回のイベントの来場者が大半を占めており、1年を通しての見学者数の増加に取り組む必要がある。
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・中間報告書刊行等	保存活用計画策定	18,850	12,247	15,819	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、築垣の前身となる柱穴の存在が判明するなど、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	地域の貴重な文化財の保存・活用を検討することは重要であり、継続。保存活用計画や整備基本計画の策定に当たっては、関係者と調整を図りながら、事業費等も含め、よく検討した上で行う必要がある。
文財005	古墳総合調査事業	廃止再掲	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・活用の方向性を検討。成果報告書をH28年度に刊行する。	成果報告書の刊行	報告書編集	報告書編集・刊行	-	4,905	0	812	調査成果を集約し、報告書を編集した。県立歴史博物館のプレオープン展示や一般向け冊子『くま古墳探訪』の作成等に、調査成果を活用した。古墳情報発信検討委員会を開催し、様々な情報発信方法についての提言を得た。	1廃止・休止・終了	事業終了により廃止。調査結果を受けて作成した報告書等の成果物を、有効に活用して情報発信していく必要がある。
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	報告書刊行・会議出席	報告書刊行・会議出席	県立歴史博物館40周年記念展示での展示	43,347	10,311	30,119	調査報告書の編集を行い、年度末に刊行した。2号甲と鹿角製小札製品の出土状況を表す詳細なレプリカを作成。保存処理が終了した2号甲、骨とともに、県庁で開催した「古墳王国展」で展示・公開した。	2縮小・一部廃止・統合	発掘調査が完了し、出土品の安定した保管が可能となったため、今後は調査成果や展示物に係る情報発信を積極的に進めたい。古墳情報発信事業へ統合する。
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(単位:点)	915	892	898	1,510	1,472	889	年2回の文化財保護審議会を開催し、審議の結果、重要文化財建造物2件・同考古資料3件、重要無形民俗文化財1件を指定し、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	文化財保護法に基づいた機関の運営にかかる経費であり、継続。

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「スポーツ群馬」を実現します。

(1)文化芸術の振興・活用

①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	生活文化スポーツ部	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)	1,529	1,460	1,500	273,497	279,997	273,196	年間公演回数 214回(年間鑑賞者数 114,314人)うち、定期演奏会 10回(入場者数 15,297人) ※1回平均 1,529人	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。高崎文化芸術センター(仮称)の開館に向けて、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必要がある。
-------	----------	----	-----------	-------	---	--------------------	-------	-------	-------	---------	---------	---------	---	-----	--

②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。	県立美術館・博物館の年間入館者数(全5施設)(単位:人)	530,116	484,000	0	1,037,828	950,189	926,675	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は開館20周年を迎え、それぞれ記念の展示会を行ったほか、各館では積極的に教育普及活動に取り組んだことにより、5館の入館者数は、対前年度比較(昨年度は休館の歴博を除く)で1.7%増加した。	4継続	H29年度は歴史博物館がグランドオープン(重要文化財の再展示)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。
-------	---------------	--	-----------	-------	---	------------------------------	---------	---------	---	-----------	---------	---------	--	-----	---

③自主性、創造性及び多様性を尊重し、県民が等しく文化を鑑賞・創造等できる環境を整備します。

文振005	教育文化事業団運営(県民芸術祭委託)		生活文化スポーツ部	文化振興課	県展(美術、書道、写真、華道、大茶会)、県文学賞、マンガ・アニメフェスタ、演劇等の制作・公演、くま新人演奏会、県民音楽のひろば、能楽鑑賞会、小中学校伝統芸能教室等	県民芸術祭入場者数(単位:人)	246,125	188,000	200,000	46,502	46,442	45,280	県展(美術・書道・写真・華道・大茶会)、県文学賞、GUNMAマンガ・アニメフェスタ、グリーンコンサート、県民音楽のひろば、くま新人演奏会、小中学校伝統芸能教室等を開催した。また、県民芸術祭40周年を記念し、功労者表彰を行った。(入場者数246,125人)	4継続	伝統文化の保存・継承だけでなく、新しい文化芸術(メディア芸術)の振興につながる事業を、年間を通して県内各地で実施することで、本県文化の担い手育成と文化発展に大きく寄与しており、今後も継続して事業を行う必要がある。国(文化庁)等の各種助成を積極的に活用するなど経費削減に努めるとともに、内容については県民芸術祭運営委員会等で検討を重ねていきたい。
文振010	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する活動に対して経費の一部(3分の2)を補助する。	伝統文化継承事業市町村調査で、伝承状況が「盛ん・順調・復活」と回答された件数(単位:件)	-	-	-	9,636	10,136	8,650	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39件。	4継続	伝統文化の継承活動への支援を通じて、人と人との絆が結ばれた、安心安全な地域づくりを推進することができた。今後も市町村との連携による周知を図りながら、より利用しやすい制度の実現と、県内全域の伝統文化の継承状況の改善に向けて継続して取り組む。
文振011	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	文化を通じた人づくりや文化の力で地域を元気にする活動に対して経費の一部(2分の1)を補助する。	「群馬の文化」支援事業の支援件数(単位:件)	14	20	20	10,471	11,217	7,629	「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14件。	4継続	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。引き続き、補助の効果を検証しながら、適切な執行に努める必要がある。

④文化の継承及び発展を担う人材・団体を育成します。

		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	H28実績	H28目標	H31目標	H28当初(千円)	H29当初(千円)	H28決算(千円)	H28事業結果	部局評価	財政課評価
	文振010	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する活動に対して経費の一部(3分の2)を補助する。	伝統文化継承事業市町村調査で、伝承状況が「盛ん・順調・復活」と回答された件数(単位:件)	-	-	-	9,636	10,136	8,650	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39件。	4継続	伝統文化の継承活動への支援を通じて、人と人とが絆で結ばれた、安心安全な地域づくりを推進することができた。今後も市町村との連携による周知を図りながら、より利用しやすい制度の実現と、県内全域の伝統文化の継承状況の改善に向けて継続して取り組む。
	文振011	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	文化を通じた人づくりや文化の力で地域を元気にする活動に対して経費の一部(2分の1)を補助する。	「群馬の文化」支援事業の支援件数(単位:件)	14	20	20	10,471	11,217	7,629	「群馬の文化」の形成につながる地域で多様で創造性豊かな文化活動を支援した。支援件数14件。	4継続	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。引き続き、補助の効果を検証しながら、適切な執行に努める必要がある。

(2)スポーツの推進・活用

①地域スポーツの振興を図るため、県民がスポーツに親しむ場・環境を提供します。

	スポ001	生涯スポーツ振興	再掲	生活文化スポーツ部	スポーツ振興課	県民の身近な地域で継続的にスポーツに親しむことができるよう、市町村と連携して、総合型地域スポーツクラブ活動を支援するとともに、地道な活動を継続し生涯スポーツの健全な普及発展に貢献した関係者及び団体を表彰する。	総合型地域スポーツクラブの会員数(単位:人)	8,467	8,460	8,790	1,969	1,683	1,841	各地域で展開されている総合型地域スポーツクラブの創設及び育成や運営等の支援と生涯スポーツに関する情報を提供することにより、12市9町6村で44クラブが設立され、活動した。また、だれもが参加できるスポーツ大会を年間を通じて32大会開催し、16,283人の参加を得た。	4継続	県民が主体的にスポーツに親しめる環境の整備と県内生涯スポーツの振興を推進するため、総合型地域スポーツクラブの設立や安定したクラブ育成に対する支援と生涯スポーツに関する情報提供を継続して行う。	4継続	総合型地域スポーツクラブの会員数は増加しており、事業効果は認められる。今後も、身近な地域で継続的にスポーツに親しむことができるよう、市町村と連携して、生涯スポーツを振興するため、継続。
	スポ002	ぐんまマラソン		生活文化スポーツ部	スポーツ振興課	H27からぐんま県民マラソンにフルマラソンを導入し、フルマラソン大会開催を望む県民の要望に応えるとともに、県内外の参加者に本県の魅力をアピールする。	大会参加者数(エントリー数)(合計)(単位:人)	16,719	15,000	15,000	55,598	50,051	48,364	フルマラソンを導入し、県内外から多くの参加者を迎えることができた。本大会の実施により参加者の健康増進を図るとともに、群馬の魅力を発信する機会ともなった。また多くのボランティアに協力いただくなど、大きな盛り上がりが見られた。	4継続	ぐんまマラソンにおいてフルマラソンを併せて開催することにより、幅広い年代・レベルの方が参加できる機会を増やすとともに、県内外に本県の魅力をより効果的に発信することができるため継続する。	4継続	幅広い年代・レベルの方が参加できる大会を開催することにより、幅広い年代・レベルの方が参加できる機会を増やすとともに、県内外より多くの参加者や応援のための方が集まっており、本県の魅力をアピールする絶好の機会であるため、継続。
	スポ005	県有競技別拠点スポーツ施設整備		生活文化スポーツ部	スポーツ振興課	群馬県スポーツ施設の設置及び管理に関する基本計画において位置付けた県有競技別拠点スポーツ施設を計画的に整備する。	県総合スポーツセンター利用者数(単位:千人)	1,077	1,287	1,350	19,325	-	52,397	県有競技別拠点スポーツ施設である、総合スポーツセンターぐんまアリーナ及びサブアリーナについて、床改修工事を実施した。また、サブアリーナ内に設置するリード競技用クライミングウォールの実施設計を行うとともに、設置に係る工事請負契約を締結し、整備に着手した。	4継続	県有競技別拠点スポーツ施設について、二巡目の国体等の大規模大会の会場や、将来にわたる県民のスポーツ活動の受け皿として活用できるよう、引き続き計画的な整備を推進していく必要がある。	4継続	基本計画に位置付けた県有競技別拠点スポーツ施設について、利用者が安心・安全・快適に利用できるような必要な維持補修等を行うための経費であり、継続。
	スポ006	市町村有競技別拠点スポーツ施設整備		生活文化スポーツ部	スポーツ振興課	群馬県スポーツ施設の設置及び管理に関する基本計画において位置付けた市町村有競技別拠点スポーツ施設の整備に対する市町村への補助制度を創設する。	二巡目国体開催に向けた施設整備(単位:施設)	2	2	3	87,575	98,427	68,805	前橋市の下増田運動場(サッカー場)整備及び太田市市の運動公園野球場改修の2事業に対して補助を行った。	4継続	二巡目国体等の大規模大会の開催を見据えたスポーツ施設整備を市町村と連携して計画的に進めていくため、引き続き市町村に対する支援を行う必要がある。	4継続	大規模大会を本県で開催するために必要な市町村有競技別拠点スポーツ施設整備の補助であり、継続。
	都計007	県立都市公園管理	再掲	県土整備部	都市計画課	県立都市公園(敷島公園、群馬の森、観音山ファミリーパーク、金山総合公園、多々良沼公園)の管理を適正に実施し、県民に憩いと癒しの場を提供する	公園来場者数(単位:千人)	2,582	2,350	2,350	889,521	711,504	884,154	指定管理者制度等による公園の適正な管理 都市公園長寿命化計画に基づいた公園の適正な管理	4継続	県民の憩いの場である都市公園を利用する県民の安全を確保することで、安心して利用してもらうために必要な事業であり、継続する。	4継続	県が管理する都市公園を、県民が安全安心に利用するために必要な事業であり、継続。H29年度は新たに敷島公園サッカー・ラグビー場等でネーミングライツ導入を予定しており、引き続き財源確保や効率的な維持管理に努められたい。
	スポ011	アウトドアスポーツ推進	再掲	生活文化スポーツ部	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ぐんまをブランド化し、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)	3	3	5	5,000	34,872	7,907	稜線トレイル検討委員会設立記念講演(6/22 講師:田中陽希氏)、モニターツアー(10/24~25 四阿山ほか)、稜線トレイル推進シンポジウム(3/18 講師:工藤夕貴氏)を開催した。	4継続	設立記念講演会約200人、シンポジウム約400人とほぼ満席であり、県民に広く周知ができた。また、モニターツアーでは、首都圏からマスコ関係者等を招待したところ大変好評であり、SNS等を活用したPRが効果的であった。今後もイベントを随時実施し、継続したPRが必要である。	4継続	アウトドアスポーツを通じて群馬の魅力を国内外に発信し、観光客の増加等を図るため、継続。なお、事業効果を高められるよう、関係部局、市町村、関係団体等と連携して、取組を進める必要がある。

②本県選手が全国・世界の舞台で活躍するために競技力の向上を推進します。

	スポ003	競技力向上対策費(選手強化費)		生活文化スポーツ部	スポーツ振興課	(公財)群馬県スポーツ協会が実施する競技力向上対策事業及び同協会加盟の各競技団体・学校体育団体が実施する強化活動に対する経済的援助を行う。	国民体育大会総合順位(単位:位)	25位	15位以内	15位以内	200,000	200,000	198,334	本県競技者が国体等の全国大会で活躍するため、シニア育成や指導者養成などの競技力向上対策事業を実施したが、H28年度国体では、総合順位25位:934.0点(前年22位:997.5点)と奮わなかった。リハビリ強化には、ぐんまリハビリ強化プロジェクト事業(H27年度から実施開始)の認定選手4名が出場して活躍した。	4継続	2020年に開催される東京オリンピックと北関東インターハイ、平成40年本県開催予定の国体を見据え、本県の少年・成年世代の競技力を総合的、計画的に強化したい。このためには、ジュニア選手の発掘・育成・強化、指導者の養成・資質向上など、競技力向上対策事業を継続して実施する必要がある。	4継続	本県の競技者が国体等の全国大会で活躍するために必要な補助金であり、継続。なお、国体等の成績向上に資する事業内容を引き続き検討すること。
--	-------	-----------------	--	-----------	---------	---	------------------	-----	-------	-------	---------	---------	---------	--	-----	---	-----	---

③生涯スポーツに貢献した人・団体を表彰します。

	スポ001	生涯スポーツ振興	再掲	生活文化スポーツ部	スポーツ振興課	県民の身近な地域で継続的にスポーツに親しむことができるよう、市町村と連携して、総合型地域スポーツクラブ活動を支援するとともに、地道な活動を継続し生涯スポーツの健全な普及発展に貢献した関係者及び団体を表彰する。	総合型地域スポーツクラブの会員数(単位:人)	8,467	8,460	8,790	1,969	1,683	1,841	各地域で展開されている総合型地域スポーツクラブの創設及び育成や運営等の支援と生涯スポーツに関する情報を提供することにより、12市9町6村で44クラブが設立され、活動した。また、だれもが参加できるスポーツ大会を年間を通じて32大会開催し、16,283人の参加を得た。	4継続	県民が主体的にスポーツに親しめる環境の整備と県内生涯スポーツの振興を推進するため、総合型地域スポーツクラブの設立や安定したクラブ育成に対する支援と生涯スポーツに関する情報提供を継続して行う。	4継続	総合型地域スポーツクラブの会員数は増加しており、事業効果は認められる。今後も、身近な地域で継続的にスポーツに親しむことができるよう、市町村と連携して、生涯スポーツを振興するため、継続。
--	-------	----------	----	-----------	---------	--	------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	--	-----	---	-----	--

④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		生活文化スポーツ部	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				-	2,400	2,000	1,068	県内の競技施設等を掲載したパンフレットを作成し、国内外のスポーツ関係者に情報発信を行った。また、前橋市・高崎市・競技団体と連携して、モナコ公国における国際陸連特別行事GALA開催に合わせ現地へ赴き、フランスなど、複数国の競技関係者に対し、キャンプ地誘致に繋げるための県のPRを行った。	2縮小・一部廃止・統合	キャンプ地誘致に向けて活動している県内自治体及び誘致の相手国が絞られてきており、各市が独自に活動を進め、相手国との関係を深めている状況がある。状況の変化を受け、今後は、県が主導し県内各自治体へキャンプ地誘致を働きかける活動は縮小し、各市のニーズに応じて、誘致活動に協力を行う。	2縮小・一部廃止・統合	キャンプ地誘致の交渉の相手国が絞り込まれてきたことから、新たに誘致活動を行う市町村の掘り起こしは終了し、事業費は縮小とする。なお、今後、基本合意に達した相手国との交流活動等が想定されるが、市町村や競技団体と連携し、県民のスポーツ活動のより一層の発展に向けた取組を検討していく必要がある。
--	-------	-----------	--	-----------	---------	--	-----------	--	--	--	---	-------	-------	-------	--	-------------	--	-------------	---