

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 H24 決算 (千円)	H24事業結果	事業の評価と改善の方向性(H26年度予算への対応)					
			個別事業名 (予算上の事業または事項)	新規 /再掲	担当部局	担当課	個別事業概要	成果(結果)を示す項目	目標・指標						予算額		部局評価		財政課評価	
									実績値 (過去3年間)						H24 当初 (千円)	H25 当初 (千円)	評価 区分	評価の考え方	評価 区分	評価の考え方
									H22 H23 H24	H24 (前年度)	H25 (当年度)	H27 (総合計画 終期)								
<p>1 群馬の魅力再発見</p> <p>(1)県民の群馬の魅力の再認識醸成</p> <p>■ 県民が地域の魅力について理解を深めるためのイメージアップ・キャンペーンを展開します。</p>																				
			群馬の魅力 みんなでPR		企画部	企画課	県民自らが群馬の魅力を認識し、PRする取組を進めるため、県民との協働で事業を推進する。「群馬の魅力」の発信方法を検討して、県民みんなで発信する。	イメージ調査等ランキングの向上	・ブランド総研調査(魅力度) H22: 41位 H23: 44位 H24: 47位 ・日経リサーチ調査 H22: 47位	ランキングの向上	ランキングの向上	ランキングの向上	4,083	16,651	3,642	県民に群馬の魅力を再認識してもらい、県民自らもPRする取組を進めるための事業を推進した。具体的には、「群馬の魅力」発信委員会から意見をもらうとともに、群馬が「日本一」「オンリーワン」のもの(魅力)を紹介する冊子の作成「ぐんまがいちばん!」を5,000部作成した。	4	県民が「群馬の魅力」に目を向けるための機運醸成に役立つ事業を展開する必要があるため、昨年度までは素材収集や今後の展開に役立つ意見を収集するための委員会を立ち上げ、県民と連携しながらそれらを具体的に発信するための事業を展開した。今年度はこれらの取組を継続していくのと同時に、集約された「群馬の魅力」の具体的プロモーションを、PRするエリアの地域的特性をつかんだ上で効率的に行っていく予定である。	4	PR及びイメージアップ関連事業が、県庁の部局、市町村、民間が連携し、かつ一体的に取り組めるよう、継続。
			県広報番組「ぐんま一番」		総務部	広報課	本県出身タレントのエレファントジョンと群馬テレビアナウンサーが、群馬が全国に誇る魅力的な素材を「群馬の宝物」として紹介。番組はインターネット放送局に掲載し全国で視聴可能。	番組視聴率	H22 7.6% H23 3.4% H24 3.3%	5%	5%	5%	113,183	110,966	112,220	ぐんま一番 51回/年 (内訳: 通常編 33回、アンコール放送9回、特別編8回、新春知事特別番組1回)	4	群馬の魅力・潜在力をアピールし、県民の誇りを喚起するとともに県のイメージアップに貢献した。また、県の主要事業について視聴者に分かりやすく紹介し、県政への理解促進が図られた。	4	テレビ放送を活用した県政情報の提供に必要なため、継続。
			グラフぐんま		総務部	広報課	写真を中心に、県政の話題や地域の出来事を分かりやすく紹介。医療機関、金融機関、飲食店等に配布する。	発行部数	H22 17,000部/月 H23 16,600部/月 H24 16,200部/月	16,200部/月	16,000部/月	16,000部/月	42,132	34,849	37,671	毎月10日発行 16,200部×12回	4	写真を中心に県政や県内の話題を、より県民に分かりやすく伝える紙面づくりに努め、県政の記録という面からも活用する。	4	県政や県内の話題を県民に幅広くPRするため必要のため、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	735,000部/月	732,000部/月	732,000部/月	117,632	114,582	94,967	毎月第1日曜日発行 735,000部×11回、732,000部×1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	県政を県民に幅広くPRするため必要のため、継続。
			新聞掲載		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 355回/年 H24 354回/年	354回/年	354回/年	354回/年	12,702	12,702	12,560	ぐんまちゃんの掲示板(上毛新聞総合面)毎日(休刊日等を除く) 353回	4	事業やイベントの周知のほか、緊急事態へ迅速かつ継続的に対応するためにも、引き続き活用する。	4	新聞を活用した県政情報の提供に必要なため、継続。
			FM放送		総務部	広報課	県政の動きや話題などを分かりやすく紹介する番組やCMを、エフエム群馬で放送する。	番組聴取率	H22 2.9% H23 3.7% H24 4.1%	5%	5%	5%	30,699	30,645	30,580	FM群馬 朝ナビPREF 261回/年 情報トッピング 261回/年 スポットCM 504回/年	4	県の施策や話題などを分かりやすく紹介し、県政への理解促進が図られた。	4	FM放送を活用した県政情報の提供に必要な経費のため、継続。
			県政インフォメーションコーナー		総務部	広報課	県の行事・催し物案内を含め、県民生活に関連した情報を群馬テレビのニュース番組内で放送。	番組聴取率	H22 5.5% H23 4.9% H24 5.8%	5%	6%	5%	20,564	20,644	20,563	GTV 県政インフォメーション 255回/年	4	県の施策や話題などを分かりやすく紹介し、県政への理解促進が図られた。	4	テレビ放送を活用した県政情報の提供に必要な経費のため、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含む内容として実施する。	庁内各部署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、各部署での調査結果の活用を図る。	-	-	-	-	3,000	3,000	2,079	対象者 県内に在住する満20歳以上の2,000人 調査期間 平成24年6月4日～6月27日 調査項目 県の重要施策、選好度調査、広報媒体利用状況 回収率 51.6%	4	県民の県政に対する意識などを継続して把握し、それを県政運営に生かしていくことは大事なことである。特に県民選好度調査については、継続して実施し、県政全般に対する県民意識の変化を把握していきたい。また、アンケート結果は、次期総合計画の基礎資料として活用されることから、継続して実施していく必要がある。	4	県民の意識を把握し、県政に反映させるために、継続。
			出前なんでも講座		総務部	広報課	地域で活動する団体の集会などに職員が出向き、県政の課題や取組を直接説明し、県民参加による県政の推進を図る。	講座参加者数	H22 19,453人 H23 44,311人 H24 26,966人	20,000人	20,500人	21,200人	321	311	233	放射線や食品等県民生活に密着した講座への関心が高い。広報媒体を通じて周知した結果、受講者は目標値を上回ることができた。	4	出前講座は、職員が県民のもとに向いて県政の取組を説明し、県民の意見を伺う貴重な機会であるため、継続して実施していく必要性は高い。今後も、県民ニーズに応えられるメニューづくりに努めていきたい。	4	広聴活動の一環として、県民のニーズに応じた講座を開催するために継続。

※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

【「はばたけ群馬プラン」重点プロジェクト推進シート】 <PJ14>2

主な取組 (B)	施策 (C)	事業 (D)	個別事業(E)										決算額	事業の評価と改善の方向性(H26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		H24 決算 (千円)	H24事業結果	部局評価		財政課評価	
									実績値 (過去3年間)		目標値			H24 当初 (千円)	H25 当初 (千円)			評価 区分	評価の考え方	評価 区分	評価の考え方
									H22 H23 H24	H24 (前年度)	H25 (当年度)	H27 (総合計画 終期)									
			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	400,000人	400,000人	500,000人	833,296	826,234	781,072	4	歴史博物館を除く各館において、メリハリのある企画展を開催した。教育普及活動や巡回展示の充実、クーポン券制度の導入、自然史博物館の正月開館などさまざまな取り組みを行った。	4	入館者数は前年度を3%下回ったが、目標を超える約49万人を記録した。引き続き、メリハリのある企画展の開催や魅力ある教育普及事業の実施等により、入館者増に努める。	4	館運営のための予算であり、継続。今後も適切かつ効率的な館運営に努めるとともに、県民にとって魅力的な展示を行う施設となるよう努める。
			群馬県ふるさと伝統工芸品指定・振興	再掲	産業経済部	工業振興課	伝統的かつ優れた技術・技法を持ち、知事の指定を受けた「群馬県ふるさと伝統工芸品」の普及・振興のため、展示会を開催する。	県ふるさと伝統工芸品展来場者数	H22: 3,432人 H23:13,524人 H24: 4,644人	4,000人	4,000人	26,000人 (5ヶ年合計)	1,805	819	1,671	4	○群馬県ふるさと伝統工芸品展 期日: H24.5.30~6.3 会場: 県庁県民ホール 来場者数: 4,644人 ○工芸品・工芸士の新規指定・認定工芸品: 4品目を指定(累計53品目) 工芸士: 18人を指定(累計87人)	4	本県の文化と伝統の承継、魅力の向上の一環として、本県の風土の中で育まれた独自の伝統工芸品を振興支援していくことは、重要である。	4	伝統工芸品の振興支援の必要性は認められるが、振興支援策として展示会の開催が効果的かどうか、これまでの実施結果を検証し、より効果的な支援策となるように見直すべきと考える。
			群馬学センター運営		総務部	女子大学	群馬についての「知」の結集拠点として、群馬学センターを運営。群馬の文化・風土等を、多角的・総合的に見つけ直す。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	11,085人	11,585人	12,585人	272	366	263	4	群馬学シンポジウムの開催においては、来場者数累計の目標値は達成されなかったが、来場者アンケートでは好評をいただいております。継続が希望されている。	4	群馬を多角的総合的に見つけ直し、群馬のイメージアップも踏まえた観点から見直す必要があるため、継続。		
			世界遺産登録推進等		企画部	世界遺産推進課	世界遺産登録に向けて、ユネスコ現地視察への対応を行う。また、資産の保存管理に関する条件整備を進める。	①世界遺産登録 ②4資産の国文化財指定	①世界遺産登録 H21~H22: 推薦書原案の作成 H23: 推薦書の検討・修正 H24: 推薦書の提出 ②4資産の国文化財指定 H22: 3資産 H23: 3資産 H24: 4資産	①世界遺産登録 ・推薦書をユネスコに提出 ②4資産の国文化財指定 ・4資産	①世界遺産登録 ・ユネスコ現地視察対応	①世界遺産登録 ・H26 世界遺産登録	40,712	62,900	37,050	4	平成25年1月31日、ユネスコに対して日本国政府から「富岡製糸場と絹産業遺産群」の世界遺産登録推薦書を提出した。田島弥平旧宅を国指定史跡とすることができた。	4	平成26年度の登録実現のため、審査対応を行うとともに、今後は、世界遺産登録後を見据えて、総合的な4資産の保存管理や公開活用等を担う組織のあり方について、調査・検討を行いたい。	4	世界遺産登録に向け、引き続き着実に事業を継続実施する。
			上州富岡駅舎及び駅周辺整備		県土整備部	都市計画課	上州富岡駅及び駅周辺整備を行うことにより、富岡製糸場の玄関口としての拠点機能強化、景観整備、観光振興、地域活性化を図り、世界遺産登録に向けた環境整備を支援する。	上州富岡駅舎及び駅周辺整備進捗率	H21: 6% H22: 6% H23: 23% H24: 89%	100%	100%	-	330,000	50,000	204,221	1	上州富岡駅舎工事に着手、駅前広場工事を発注した。	1	・平成25年度予算で新駅舎及び駅前広場は完成する予定であり、富岡製糸場の玄関口としての拠点機能強化等の目的は達成する見込みである。	1	・計画どおり整備が完了する見込みであり、事業終了とする。
			ぐんま絹遺産ネットワーク構築等		企画部	世界遺産推進課	群馬県内に残る絹遺産を再評価し、その保存活用を図る。	ぐんま絹遺産の登録件数	H23: 58件 H24: 20件	累計80件	累計90件	累計100件	26,092	18,937	23,691	4	世界遺産候補の4資産を含む、養蚕、製糸、織物に関する県内の絹遺産を「ぐんま絹遺産」として登録することにより、広く周知をすることができた。	4	県内に残る絹遺産について再認識し、周知を図ることができた。今後も、積極的な保存活用を図りたい。	4	世界遺産候補と同様に、本県の絹遺産を保存活用することは、歴史・文化の再認識につながるから、継続。
			文化振興基金		生活文化スポーツ部	文化振興課	文化基本条例が制定され(24年4月1日)、既存の文化関連の3基金(国民文化祭記念・地域創造基金、芸術文化振興基金、美術品等取得基金)が新しい文化振興基金に一本化されたことにより、一体的・総合的に活用していく。	文化基本条例に沿った基金運用及び活用事業の充実	H24 文化振興基金創設	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	595,247	3,373	593,966	4	群馬県文化基本条例に基づき群馬県文化振興基金を造成した。また、基金活用事業として、条例を周知するためのシンポジウムや群響スペシャルコンサートを開催したほか、伝統文化継承事業や東国文化周知事業などを行った。	4	文化基本条例に基づき策定され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	本県文化振興施策の中心となる基金事業であり、適切な管理・執行に努める。
			上毛かるたの活用	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	H22 19,589部 H23 4,539部 H24 2,429部 H22 435部 H23 9,768部 H24 3,003部	①2,500部 ②2,500部	①2,000部 ②2,000部	①10,500部 ②15,500部	-	部局予算対応	-	4	副読本『上毛かるた』で見つける群馬のすがた』を学校現場で活用するとともに、副読本『上毛かるた』で見つける群馬のすがた』及びガイドマップ『上毛かるた』ゆかりの地文化めぐり』を販売した。 【副読本】 2,429冊 【ガイドマップ】 3,003冊	4	副読本の学校現場での活用を引き続き推進する。副読本や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の認識を新たにすることにより、郷土への愛着や誇りを醸成する。	4	副読本を用いて、郷土への愛着や誇りを醸成する事業であり、学校現場での活用を継続。学校現場での活用状況を把握し、特色ある取組を紹介するなど、効果的な活用方法について周知する。
			伝統文化継承事業		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	40件	40件	200件(40件×5力年)	11,700	10,100	10,394	4	県内各地域の伝統芸能や祭り等の継承活動を支援した。	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地域づくりを推進することができた。募集チラシを分かりやすく改訂したことにより、支援件数が43件に増加した。今後も、市町村との連携を強化するとともに、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、人と人の絆を深め、地域社会の再生を推進する事業であり、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>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(H26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		H24事業結果	部局評価		財政課評価											
									実績値 (過去3年間)					H24 当初 (千円)	H25 当初 (千円)		評価の考え方	評価区分	評価の考え方	評価区分										
									H22 H23 H24	H24 (前年度)	H25 (当年度)	H27 (総合計画 終期)																		
			文化団体等育成	再掲	生活文化スポーツ部	文化振興課	優れた文化活動を行っている県内のアマチュア団体を、幼稚園・小学校等に派遣し、子どもたちに文化・芸術に親しむ機会を提供するとともに(はじめての文化体験事業)、県民の豊かな情操の涵養、及び文化団体の育成と芸術文化の活性化を図るため、関係団体等に助成し、地域の芸術文化の振興と普及を図ります(教育・芸術文化団体助成)。	「はじめての文化体験事業」実施団体数(幼稚園、小学校等)	H22 16件 H23 20件 H24 20件	25件	25件	25件	31,800	28,875	31,486	4	【はじめての文化体験事業】実施団体や被派遣団体の子もたちにより好評であり、事業継続の要望もあるため、事業のマッチングを工夫するなど今後も事業を継続する。 【教育・芸術文化団体助成】支援の必要性及び支援額については、団体を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の予算であり、継続。 教育・芸術文化団体助成について、各団体の活動内容、財政状況を調査し、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	芸術性あるいはメッセージ性の高い映画を県内NPO団体等と連携して県内各地で上映する。	上映件数 ※H21～23は支援団体数	H22 8件 H23 1件 H24 2件	5回	5回	20回(5回×4力年)	535	535	363	4	NPO法人をはじめ県民と協働で事業を実施するため、実行委員会形式での事業実施方法とした。 ①ぐんま学生映像まつり2013 ②群馬ドキュメンタリー映画祭(共催事業)	4	23年度に目標値に対して応募件数が少なかったことを踏まえ、実施方法を見直し、県が共催者として事業実施団体に経費の一部を負担する方法から、県及びNPO法人等による実行委員会を組織し、事業を実施するなど、県内NPO団体等と連携することで多様な映画を鑑賞する機会をより一層提供する。	4	県内で映画作りに取り組み学生等に、作品の上映機会を提供するため、継続。 これまで実施してきた事業効果について検証の上、より効果的な事業方法について検討が必要。									
			文化づくり支援事業	新規/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	-	-	34件	100件(3力年)	11,200	-	-	平成25年度新規事業のため、事業評価対象外														
			尾瀬学校	再掲	環境森林部	自然環境課	群馬の子供たちが小中学校在学中に一度は尾瀬を訪れ、質の高い自然体験をすることにより自然保護の意識を醸成するとともに、郷土を愛する心を育むことを目的として、学校設置者に対し経費の一部を補助。	参加児童生徒数	H22 10,820人 H23 10,680人 H24 11,224人	20,000人	20,000人	20,000人	100,000	90,000	73,095	4	質の高い自然体験により県内小中学生の自然保護意識の醸成を図り、郷土を愛する心を育むため、尾瀬でガイドを伴った環境学習を実施した場合、学校の設置者に対してガイド料及びバス代等を補助した。	4	実施校及び参加者は着実に増加している。引き続き事業を実施するとともに、「ぐんまの子どもを一度は尾瀬に」という当初の目標達成に向け、更なる内容の充実と安全の確保を図る施策を講じる。	4	体験を通じた効果的な環境学習が可能な事業として、参加生徒数も着実に増えてきており、継続。 参加の少ない東毛地域等の学校の参加を促すため、より積極的なはたらきかけが必要。									
■ 群馬の良質な食材が地域に浸透し定着するため、地産地消の県民運動を推進します。																														
			地産地消推進		農政部	蚕糸園芸課	地域の良質な食材の利用を進め、伝統に根ざした豊かな食の実現を図るとともに、食と農の距離を縮めた「顔の見える関係」の構築により、消費者と生産者の相互理解を促進する。	地産地消推進店認定件数	H22:287件 H23:315件 H24:343件	315件	345件	355件	4,249	3,726	2,578	4	県産の良質な食材を使用した豊かな食生活を実現するとともに、「食」と「農」の距離を縮めるため、地産地消を県民運動として推進した。具体的には、県民運動推進会議、地産地消推進店の認定、地産地消協力企業の登録、農産物直売所実態調査、食と農のフォーラム開催等。	4	県産農産物や加工品を扱う店舗を地産地消推進店に認定が、新規で39件増加し、累計342件となるなど、一定の成果が上がっており、今後も継続する必要がある。	4	地産地消推進店が着実に増加しており継続。									
			収穫感謝祭		農政部	蚕糸園芸課	県内の農産物や農産加工品等を知ってもらうとともに、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	60,000人	60,000人	60,000人	5,000	5,000	5,000	4	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	運営する収穫感謝祭実行委員会は、群馬県を始め県内農業関係団体26団体で構成され、農協のみならず県特産協会や漁協等、各分野の団体も参加・出展する県内最大の農業イベントとして県民にも定着している。	4	県内の農業関係団体が一堂に会する唯一のイベントであり、また、県民への県内農産物の周知効果もあることから継続。 県産農産物の県外へのPRにもつながるような開催方法の工夫が必要。									
			学校給食地産農産物等利用促進		農政部	蚕糸園芸課	学校給食における地域農産物の利用を促進する。	学校給食における県産食材利用割合(野菜類・重量ベース)	H22:36.6% H23:42.2% H24:40.9%	47.0%	48.0%	50.0%	1,015	11	964	4	県内市町村等に学校給食への地産農産物利用促進のための事業を委託し、学校給食における地産農産物の利用拡大を図った。また、学校給食への地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、レシピ集の作成を行った。	4	学校給食への地元食材供給は、地産地消の原点として、また、地域の子どもが地域農業の理解を深めながら郷土料理とその食材への理解を深めるため、重要な地域振興策の一つとして今後も継続する必要がある。	4	学校給食への地産品利用促進は郷土の食材への理解を深める観点から重要であることから継続。									
■ 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。																														
			食育推進	再掲	健康福祉部	食品安全課	県民が主体的に食育に取り組むための意識啓発を図るとともに、地域における食育を担う人材の育成や環境の整備など、地域力を生かした食育を推進する。 地域機関や食育関連団体等と連携・協働した食育を推進するためのネットワーク体制の整備を図る。 ライフステージに応じた間断のない食育を推進するため、市町村食育推進計画の策定を支援する。 市町村と共催で食育イベントを開催する。	①食育推進リーダー養成者数(人) ②食育応援企業登録数(企業・団体)	①食育推進リーダー養成者 H22:- H23:15人 H24:累計37人 ②食育応援企業登録数 H22:- H23:27企業 H24:累計44企業	①累計40人 ②累計40企業	①累計60人 ②累計60企業	①累計100人 ②累計100企業	3,899	3,373	3,206	4	食育推進体制の整備 市町村計画の策定及び推進の支援、地域食育推進ネットワーク会議を県民局単位で開催し、連携体制を推進 つつまじい！食育推進事業の実施 第2次食育推進計画に基づき、若い世代の食育推進体制の整備や社会資源の活用(食育応援企業登録制度)、人材の育成(食育推進リーダー養成)等を継続的に充実を図った。また、大学生の食行動に関する実態調査の実施や食育推進リーダーを活用したモデル地区事業を2地区で実施 ぐんま食育フェスタin前橋の開催 前橋市と共催、来場者8,400人	4	県民へ食育の意義や多様な効果を生かす、「周知から実践」への転換を図り、「生涯食育社会の実現」に向け、第2次計画を推進している。 H23に立ち上げた新規事業「つつまじい！食育推進」をより充実させ、様々な団体、年齢層を巻き込み、定着させていく必要がある。 そのため、県民に身近な地域での食育推進のためのネットワークを県民局単位で構築し、市町村との役割分担を見直すとともに地域機関、関係団体等との連携を強化し、人材の育成、環境の整備を図っていく。	4	市町村が実施する地域の特性を活かした食育推進と連携し、県として取り組むべき総合的な食育を推進するため、継続。 食育イベントについては所期の目的が達成されたことと見受けられるため見直しを行う。									

【「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 H24 決算 (千円)	事業の評価と改善の方向性(H26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		H24事業結果	部局評価		財政課評価	
									実績値 (過去3年間)		目標値			H24 当初 (千円)	H25 当初 (千円)		評価 区分	評価の考え方	評価 区分	評価の考え方
									H22 H23 H24	H24 (前年度)	H25 (当年度)	H27 (総合計画 終期)								
(2)地域資源の掘り起こし・磨き上げ、利活用																				
■ 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。																				
			世界遺産登録推進等	再掲	企画部	世界遺産推進課	世界遺産登録に向けて、ユネスコ現地視察への対応を行う。また、資産の保存管理に関する条件整備を進める。	①世界遺産登録 ②4資産の国文化財指定	①世界遺産登録 H21~H22:推薦書原案の作成 H23:推薦書の検討・修正 H24:推薦書の提出 ②4資産の国文化財指定 H22:3資産 H23:3資産	①世界遺産登録 ・推薦書をユネスコに提出 ②4資産の国文化財指定 ・4資産	①世界遺産登録 ・ユネスコ現地視察対応	①世界遺産登録 ・H26世界遺産登録	40,712	62,900	37,050	平成25年1月31日、ユネスコに対して日本政府から「富岡製糸場と絹産業遺産群」の世界遺産登録推薦書を提出した。田島弥平旧宅を国指定史跡とすることができた。	4	平成26年度の登録実現のため、審査対応を行うとともに、今後は、世界遺産登録後を見据えて、総合的な4資産の保存管理や公開活用等を担う組織のあり方について、調査・検討を行いたい。	4	世界遺産登録に向け、引き続き着実に事業を継続実施する。
			ぐんま絹遺産ネットワーク構築等	再掲	企画部	世界遺産推進課	群馬県内に残る絹遺産を再評価し、その保存活用を図る。	ぐんま絹遺産の登録件数	H23:58件 H24:20件	累計 80件	累計 90件	累計 100件	26,092	18,937	23,691	世界遺産候補の4資産を含む、養蚕、製糸、織物に関する県内の絹遺産を「ぐんま絹遺産」として登録することにより、広く周知をすることができた。	4	県内に残る絹遺産について再認識し、周知を図ることができた。今後も、積極的な保存活用を図りたい。	4	世界遺産候補と同様に、本県の絹遺産を保存活用することは、歴史・文化の再認識につながることから、継続。
			世界遺産普及啓発等		企画部	世界遺産推進課	関係市町村、民間企業、民間団体との協働による啓発活動を実施する。	4資産への来場者数 (うち富岡製糸場来場者数)	H22:20.8万人 H23:23.5万人 H24:30.0万人 (富岡製糸場来場者数) (H22:20.6万人) (H23:23.1万人) (H24:28.7万人)	・30.3万人 (富岡製糸場 30.0万人)	・36.0万人 (富岡製糸場 35.0万人)	・55.0万人 (富岡製糸場 50.0万人)	15,196	22,485	13,655	伝道師協会などの県民ボランティア団体と協働し、本県の絹遺産の普及・啓発活動を年間311回、実施し、積極的な広報活動を展開した。講演会やバスツアーを実施し、4資産に多くの来場者を迎えることができた。	4	県民ボランティアとの協働により、県民に対して積極的な広報活動を実施できた。今後も「富岡製糸場と絹産業遺産群」の世界に誇るべき価値について、国内外の理解度を深めるとともに、群馬のイメージアップや地域振興に貢献できるよう努めたい。	4	世界遺産候補の価値について、国内外の理解度を深めるよう取り組むとともに、本県のPR・イメージアップの好機であることから、継続。
			県立図書館 世界遺産関連資料デジタル化事業	新規	教育委員会	生涯学習課	県立図書館が所蔵する世界遺産関連資料をデジタル化し、活用することにより、「富岡製糸場と絹産業遺産群」の世界遺産登録推進を図るとともに、郷土の歴史・産業・文化の再認識と地域活性化に資する。	デジタルライブラリーアクセス数(ページビュー数累計)	-	-	-	15,000件	-	部局予算対応	-	平成25年度新規事業のため、事業評価対象外				
■ 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。																				
			赤城山振興	再掲	企画部	地域政策課	群馬DCの成果を踏まえ、イメージアップのために「赤城山広域振興協議会」を中心に、関係市町村、地域団体、事業者等と連携しながら、赤城山周辺の振興策を推進する。	①有識者懇談会の開催 ②事業者交流会の開催 ③赤城山広域振興協議会の設置・運営 ④赤城山ポータルサイトの開設・運営 ⑤赤城山ポータルサイト月間平均PV ⑥周遊・集客イベントの開催	①有識者懇談会の開催 H22:3回(終了) ②事業者交流会の開催 H22:1回 H23:1回 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1回) ④赤城山ポータルサイトの開設・運営 H23:開設(7月)・運営(9ヶ月) H24:運営(12ヶ月) ⑤赤城山ポータルサイト月間平均PV H23:25,098PV H24:64,815PV ⑥周遊・集客イベントの開催 H23:開催(7/1~9/30) H24:開催(7/20~9/30)	②事業者交流会の開催 ③赤城山広域振興協議会の運営 ④赤城山ポータルサイトの運営 ⑤赤城山ポータルサイト月間平均2.5万PV ⑥周遊・集客イベントの開催	②事業者交流会の開催 ③赤城山広域振興協議会の運営 ④赤城山ポータルサイトの運営 ⑤赤城山ポータルサイト月間平均3万PV ⑥周遊・集客イベントの開催	②事業者交流会の開催 ③赤城山ポータルサイトの運営 ④赤城山ポータルサイト月間平均2.5万PV ⑥周遊・集客イベントの開催	4,500	3,892	4,500	・赤城山広域振興協議会担当者会議の開催(5月、11月) ・講演会の開催(3月) ・赤城山ポータルサイトの運営及びスマートフォン向けサイトの構築(12ヶ月) ・周遊・集客イベントの開催(7月~9月) ・県外に向けた情報発信の実施(ぐんまちゃん家における物産観光展及びサロンドGの開催)(6月)	4	ググッとぐんま観光キャンペーンの成果を踏まえ、「赤城山広域振興協議会」を中心に、関係自治体、地域団体、事業者等と連携を図りながら、引き続き赤城山周辺の総合的な振興を検討・実施する。	4	「赤城山振興」は県央地域の観光振興上の大きな課題の一つである。地元前橋市による「まえばし赤城山ヒルクライム(自転車による登山競技)大会」などの盛り上がりも出てきており、中長期的な取組が少しずつ成果を見せている。継続した取組が成果に結びつき始めたところであるため、当面継続。
			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、榛名山、妙義)等における施設整備を行う。	県立公園(赤城、榛名山、妙義)、国立・国定公園(群馬県内)における年間利用者数	H22:11,015千人 H23:10,263千人 H24:H25年12月把握予定	11,400千人	11,600千人	12,000千人	60,989	55,147	51,141	国立・国定公園及び県立公園(赤城、榛名山、妙義)における登山道や公衆トイレ、駐車場、ビジターセンター、休憩舎等の県有施設の整備を実施した。長距離自然歩道の標識等整備を実施した。	4	観光資源でもある豊かな自然環境を保全し、利用者の安全性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	県立公園等利用者の利便性及び安全確保のために、危険箇所や老朽施設の改修は重要であり、継続。
			県立赤城公園施設整備	再掲	環境森林部	自然環境課	県立赤城公園の施設整備を行う。	県立公園(赤城、榛名山、妙義)、国立・国定公園(群馬県内)における年間利用者数	H22:11,015千人 H23:10,263千人 H24:H25年12月把握予定	11,400千人	11,600千人	12,000千人	9,000	48,000	8,424	赤城大沼周遊歩道の補修や大沼東岸歩道新設の設計等を実施した。	4	周遊歩道設置や湖畔園地の整備を継続し、赤城山振興を推進する必要がある。	4	県立公園利用者の利便性及び安全確保のため、老朽施設の補修等は必要であり、継続。
			自然公園等管理	再掲	環境森林部	自然環境課	県立公園(赤城、榛名山、妙義)県有施設等の管理を行う。国立・国定公園における県有施設等の管理を行う。長距離自然歩道の管理を行う。	県立公園(赤城、榛名山、妙義)、国立・国定公園(群馬県内)における年間利用者数	H22:11,015千人 H23:10,263千人 H24:H25年12月把握予定	11,400千人	11,600千人	12,000千人	49,292	50,750	46,848	国立・国定公園及び県立公園(赤城、榛名山、妙義)における登山道や公衆トイレ、駐車場、ビジターセンター、休憩舎等の県有施設を地域と連携し適正な管理を実施した。長距離自然歩道の適正な管理を実施した。	4	観光資源でもある豊かな自然環境を保全し、利用者が安全・快適に自然とふれあうことが出来るように、必要最小限の管理を継続して実施していくことが必要である。	4	県立公園等利用者の利便性及び安全確保のため、施設の清掃や軽微な補修等は必要であり、継続。

【「はばたけ群馬プラン」重点プロジェクト推進シート】 <PJ14>5

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(H26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		H24 決算 (千円)	H24事業結果	部局評価		財政課評価	
									実績値 (過去3年間)		目標値			H24 当初 (千円)	H25 当初 (千円)			評価 区分	評価の考え方	評価 区分	評価の考え方
									H22 H23 H24	H24 (前年度)	H25 (当年度)	H27 (総合計画 終期)									
<p>※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>																					
			森林公園整備	再掲	環境森林部	緑化推進課	県立森林公園の管理運営及び施設の整備を行う。	森林公園利用者数	H22 726千人 H23 600千人 H24 613千人	736千人	744千人	760千人	76,185	59,719	74,798	4	引き続き、安全で魅力ある森林公園の管理運営を行い、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、学習の場として広く県民の利用に供することで森林環境保全の啓発を図る必要がある。	4	利用者が安全に森林公園を利用できるよう、適切な維持管理は不可欠であり、継続。		
			尾瀬学校	再掲	環境森林部	自然環境課	群馬の子供たちが小中学校在学中に一度は尾瀬を訪れ、質の高い自然体験をすることにより自然保護の意識を醸成するとともに、郷土を愛する心を育むことを目的として、学校設置者に対し経費の一部を補助。	参加児童生徒数	H22 10,820人 H23 10,680人 H24 11,224人	20,000人	20,000人	20,000人	100,000	90,000	73,095	4	質の高い自然体験により県内小中学生の自然保護意識の醸成を図り、郷土を愛する心を育むため、尾瀬でガイドを伴った環境学習を実施した場合、学校の設置者に対してガイド料及びバス代等を補助した。	4	実施校及び参加者は着実に増加している。引き続き事業を実施するとともに、「ぐんまの子どもを一度は尾瀬に」という当初の目標達成に向け、更なる内容の充実と安全の確保を図る施策を講じる。		
			尾瀬環境学習推進	再掲	環境森林部	自然環境課	尾瀬を通じて環境学習を推進するため、県内の小中学校に講師を派遣して、尾瀬の自然や保護活動を学ぶ移動尾瀬自然教室や尾瀬に親しむ県民講座を実施。	①移動尾瀬自然教室実施校 ②尾瀬に親しむ県民講座実施回数	① H22 16校 H23 21校 H24 24校 ② H22 6回 H23 3回 H24 6回	① 25校 ② 10回	① 25校 ② 10回	① 25校 ② 10回	3,819	3840	4,558	4	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において、展示や環境学習ミニガイドツアー及び尾瀬学校の受け入れ協力を実施するとともに、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た。	4	尾瀬の中での環境学習により、日頃から自然に親しむ機会の少ない人に対して、自然の紹介や触れ合いのきっかけづくりを行うとともに、尾瀬を体験できない人や、今後尾瀬への入山を考慮し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。		
			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	9,200鞍	9,200鞍	9,200鞍	17,372	17,232	17,131	4	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、前年並みの乗馬鞍数を確保した。 ・施設等の維持管理 ・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名による委員会で年度評価を行った。	4	平成24年度から指定管理業務を大幅に見直し、乗馬技術指導、乗馬教室等は指定管理者の自主事業として、指定管理業務は馬の飼養管理を含めた施設の維持管理のみとして実施した。 馬事公苑の管理運営を適切かつ効果的にしながら、魅力ある施設運営を引き続き行っていく必要がある。		
			鉄道整備促進	再掲	県土整備部	交通政策課	<p>【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。</p> <p>【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、高齢者用トイレの設置等</p> <p>【北陸新幹線建設促進期成同盟会】 関係都府県による北陸新幹線の長野以北延伸を促進する活動支援(負担金)</p>	<p>◆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たした検討を行う。</p> <p>◆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日当たりの利用者数が3,000人以上である鉄道駅のバリアフリー化」を促進する。</p>	<p>【ステーション整備(県補助額)】 H22: 3駅 8,572 H23: 1駅 5,000 H24: 1駅 4,200</p> <p>【バリアフリー化】 H22: 1駅 73,166 H23: 1駅 30,329 H24: 0</p> <p>【北陸新幹線(負担金)】 H22: 220 H23: 220 H24: 200</p> <p>【調査検討】 H24: 998</p>	<p>【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</p> <p>【バリアフリー化】 (24年度)なし</p> <p>【北陸新幹線(負担金)】 (24年度) 200</p> <p>【調査検討】 (24年度) 998</p>	<p>【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</p> <p>【バリアフリー化】 本県では、対象/18駅完了/12駅残る利用者3,000人以上駅=6駅を中心にJRと優先順位等を協議し進めることとしている。</p> <p>【北陸新幹線(負担金)】 (24年度) 200</p> <p>【調査検討】 (24年度) 1,300</p>	7,277	27,372	5,712	4	(ステーション整備)(バリアフリー化) 駅や駅前広場が鉄道事業者の資産であることから、これら整備に対する国庫補助メニューがかなり限定されているため、県・市町村単独で「ステーション整備事業」を設置し整備を進めている。 (24年度末で38駅に対し補助) 24年度実施事業までは、市町村の整備要望に対し、鉄道事業者を含めた調整を経て事業決定していたが、県としても鉄道利用者確保に不可欠と考え、24年度に県内市町村と鉄道事業者を交えた「群馬県鉄道活性化連絡協議会」を設置し検討に着手したところである。 25年度事業以降は、当該協議会でオーソライズされた事業について、優先順位を設け予算化に努めていく。 (調査検討) 県内では、具体的な設置に向けた動きのない「新交通システム(LRT)」について、全国的な話題性を考慮し、導入・検討事例等情報収集を実施した。	4	(ステーション整備)(バリアフリー化) 乗り入れや運行頻度の向上等、鉄道の基本的サービス向上には、鉄道事業者のビジネスチャンスとして、鉄道利用が増えいく実績や裏付けを示していくことが重要と考え、県内市町村と鉄道事業者を交えた「群馬県鉄道活性化連絡協議会」を設置し、改めて、鉄道利用者確保に向けた効果的な取り組み検討に着手したところである。 具体的には、駅前広場整備やバリアフリー化等の駅の魅力を向上させる取り組み、駅へのアクセス道整備や幹線道路と連携したパーク&ライド駐車場等の整備、駅を中心とした地域の活性化など、「駅」をキーワードに幅広く有効な具体策を検討・実施していく必要がある。 (調査検討) 「県鉄道活性化協議会」や「社会基盤づくり特別委員会」等で組上に乗った喫緊の課題調査を中心に考えたい。 ※H24年度実施した「LRT」導入事例を掘り下げ、導入による環境変化等の分析も一考の価値あり。			
<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>																					
			高崎競馬場跡地利活用検討		企画部	地域政策課	<p>・高崎競馬場跡地の利活用について、高崎市との連携を図りながら、継続して検討を実施する。</p> <p>・これまでの調査・検討結果を踏まえ、利活用方針を決定する。</p> <p>・県民に跡地を周知し、利活用への関心を喚起するため、H22年度に引き続き、イベントを高崎市と共同で開催する。</p>	高崎競馬場跡地利活用構想の策定	H21 有識者懇談会 6回開催 H22 機能導入可能性調査の実施 競馬場跡地周知イベント実施 H23 利活用方針の策定 競馬場跡地周知イベント実施	-	-	11,800	-	-	10,928	1	これまでの調査や検討結果を踏まえ、高崎競馬場跡地に複合型コンベンション施設を整備するとする「競馬場跡地利活用基本方針」を策定。 (H24.5.17) 基本方針に基づき、コンベンション施設の内容等を定める「群馬県コンベンション施設整備基本計画」を策定。 競馬場跡地の利活用に係る方針等を定めたことから、高崎競馬場跡地利活用検討としては終了し、今後は、新規にコンベンション施設整備に向けた取り組みを実施。	1	競馬場跡地の利活用に係る方針等を定めたことから、高崎競馬場跡地利活用検討としては終了し、今後は、コンベンション施設整備に向けた取り組みを実施。		
			昆虫の森運営 (昆虫の森運営) (昆虫展示) (教育普及活動) (調査研究)	再掲	教育委員会	生涯学習課	身近な昆虫とのふれあいを通じて、生き物相互の関わり合いや生命の大切さ、自然環境に関する県民の理解を深める。	年間入園者数	H22 109,578人 H23 110,923人 H24 105,713人	97,500人	97,500人	97,500人	105,797	105,788	106,543	4	公共施設のあり方検討委員会の答申を踏まえて、経費削減と入園者増加を両立させた4か年計画(H21~H24)を着実に実行してきた。行政改革評価・推進委員会から、管理運営費を大幅削減させつつ、入園者数を増加させ大変評価できるとの答申を受けた。 今後も県民サービスの向上を図りつつ、費用対効果を高めながら魅力ある施設かつ自然教育に必要な施設として運営する。	4	公共施設のあり方検討委員会の答申を踏まえ設定した目標を達成している。 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。		

【「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 H24 決算 (千円)	事業の評価と改善の方向性(H26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		H24 事業結果	部局評価		財政課評価	
									実績値 (過去3年間)		目標値			H24 当初 (千円)	H25 当初 (千円)		評価の考え方	評価 区分	評価の考え方	
									H22 H23 H24	H24 (前年度)	H25 (当年度)	H27 (総合計画 終期)								
			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。	年間入館者数	H22 33,673人 H23 34,069人 H24 34,274人	35,000人	35,000人	35,000人	90,184	90,013	80,468	①学校利用数(幼保含む) 101件 3,981人 ②学校に対する望遠鏡の状況診断、 修理、操作指導等 16件 52人 ③学校に対する学習支援、学習プロ グラムの提案 59件 5,470人 ④地域団体との連携による天体観 察会や天文講座等の開催 14件 2,845人 ⑤関係機関等との連携による天体観 察会や天文講座等の開催 26件 10,622人 その他②との重複を含む「学校におけ る天体観測会」には、51件5,306人が 参加 日食観測ネットワークには29,300人が 参加	4	公共施設のあり方検討委員会の 答申を踏まえて、経費削減と入館者増 加を両立させた4カ年計画(H21~H24) を着実に実行してきた。行政改革評 価・推進委員会から、管理運営費を大 幅削減させつつ、入館者数を増加させ 大変評価できるとの答申を受けた。 今後も県民サービスの向上を図りつ つ、費用対効果を高めながら魅力ある 施設かつ自然教育に必要な施設とし て運営する。	4	公共施設のあり方検討委員会の答 申を踏まえ設定した目標を達成してい る。 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館者数 の増加に向けて努力すること。
			コンベンション施設整備推進	新規/ 再掲	企画部	地域政策課	H24年に公表した「競馬場跡地活用 方針」、H24年度に策定した「コンベンシ ョン施設整備基本計画」に基づき、高崎競 馬場跡地にコンベンション施設の整備を 推進する。	コンベンション施設の整備	H24:基本計画を策定	基本計画の策 定	設計等の事業 者募集の実施	コンベンション 施設着工	-	167,000	-	平成25年度新規事業のため、事業評価対象外				
2 ぐんまブランドの創出																				
(1)地域ブランドの創出																				
■ 群馬の魅力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。																				
			群馬の魅力 みんなでPR	再掲	企画部	企画課	県民自らが群馬の魅力を認識し、PR する取組を進めるため、県民との協働で 事業を推進する。 「群馬の魅力」の発信方法を検討して、 県民みんなで発信する。	イメージ調査等ランキングの 向上	・ブランド総研調査(魅力度) H21: 45位 H22: 41位 H23: 44位 H24: 47位 ・日経リサーチ調査 H22: 47位 H25: 46位	ランキングの 向上	ランキングの 向上	ランキングの 向上	4,083	16,651	3,642	県民に群馬の魅力を再認識してもら い、県民自らもPRする取組を進める ための事業を推進した。具体的には、 「群馬の魅力」発信委員会から意見を もらうとともに、群馬が「日本一」「オン リーワン」のもの(魅力)を紹介する冊 子の作成「ぐんまがいちばん!」を 5,000部作成した。	4	県民が「群馬の魅力」に目を向ける ための機運醸成に役立つ事業を展開 する必要があるため、昨年度までは素 材収集や今後の展開に役立つ意見を 収集するための委員会を立ち上げ、 県民と連携しながらそれらを具体的に 発信するための事業を展開した。今年 度はこれらの取組を継続していくのと 同時に、集約された「群馬の魅力」の 具体的プロモーションを、PRするエリ アの地域的特性をつかんだ上で効率 的に行っていく予定である。	4	PR及びイメージアップ関連事業が、 県庁の部局、市町村、民間が連携し、 かつ一体的に取り組めるよう、継続。
			群馬県ふるさと伝統工芸品指定・ 振興	再掲	産業経済部	工業振興課	伝統的かつ優れた技術・技法を持ち、 知事の指定を受けた「群馬県ふるさと伝 統工芸品」の普及・振興のため、展示会 を開催する。	県ふるさと伝統工芸品展 来場者数	H22: 3,432人 H23: 13,524人 H24: 4,644人	4,000人	4,000人	26,000人 (5ヶ年合計)	1,805	819	1,671	○群馬県ふるさと伝統工芸品展 期日: H24.5.30~6.3 会場: 県庁県民ホール 来場者数: 4,644人 ○工芸品・工芸士の新規指定・認定 工芸品: 4品目を指定(累計53品目) 工芸士: 18人を指定(累計87人)	4	本県の文化と伝統の承継、魅力の 向上の一環として、本県の風土の中 で育まれた独自の伝統工芸品を振興支 援していくことは、重要である。	4	伝統工芸品の振興支援の必要性は 認められるが、振興支援策として展 示会の開催が効果的かどうか、これま での実施結果を検証し、より効果的な 支援策となるように見直すべきと考 える。
			群馬の近代こけし普及PR		産業経済部	観光物産課	本県を代表する工芸品の一つである近 代こけしをPRするため、近代こけし展を 開催する。	こけし展への来場者数	H22: 700人(5日間開催) H23: 1,530人(4日間開催) H24: 2,366人(5日間開催) H25: 下期開催予定	昨年並の来場 者数	昨年並の来場 者数	未定	300	276	284	近代こけしPRのため、県庁において 全群馬近代こけしコンクールを開催 し、広く一般公開を行った。	4	近代こけしは、本県を代表する工芸 品の一つであり、さらなる知名度や品 質の向上を図っていくためにも、引き 続きコンクール等を開催するなど普及 に向けたPRを図っていくことが有効と 考える。	4	こけし来場者数は増加しており、 重要なPRの場となっているため、継 続。 より効率的、効果的な実施方法につ いて検討が必要。
			県産農畜産物ブランド力強化対策	再掲	農政部	蚕糸園芸課	県農畜産物販売戦略協議会を中心に、 消費者・実需者の視点を重視した販売戦 略を展開し、県産農畜産物のブランド力 を高め、販売競争力の強化を目指す。	群馬県産農畜産物販売協力 店	H22: 36店舗 H23: 36店舗 H24: 45店舗	61店舗	62店舗	70店舗	30,751	26,535	28,737	情報の収集及び活用 3,405千円 ・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 20,453千円 ・広報PR、グッドぐんまの農畜産物 フェア、フードコミッション、トップセラー ズ、風評被害対策 コーディネート 4,879千円 ・実需者意見交換会、産地交流会、 販売協力店支援等	4	県内関係団体で構成する協議会を 中心に各種事業展開することで、円滑 な事業推進が図れた。また、民間広告 代理店のノウハウを活用することで、 戦略的・効果的な広報PRが図れた。 県産農畜産物に対する実需者の多 岐にわたる要望に丁寧に対応するこ とで、SNSによる情報拡散(口コミ)、販 路拡大が図れた。 これらブランド化のための取り組み は継続実施が必要である。	4	県産農畜産物の販売力強化を図る ため継続。
			農産物消費宣伝		農政部	蚕糸園芸課	農業団体の行うテレビCM等の県産青 果物の消費宣伝事業に対して補助する。	野菜の農業産出額	H22: 904億円 H23: 848億円 H24: 集計中 ※H25年12月把 握予定	850億円	853億円	858億円	5,900	4,780	5,900	グッドぐんまの農産物PR ・15秒CM 177回 ・30秒インフォーマルCM 10回	4	県産農畜産物ブランド力強化対策と ともに、首都圏等における県産農畜 産物の認知度向上、イメージアップに おいて効果が高いことから、継続し取 組む必要がある。	4	県産農畜産物の販売力強化を図る ため継続。

【「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(H26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		H24 決算 (千円)	H24事業結果	部局評価		財政課評価	
									実績値 (過去3年間)					H24 当初 (千円)	H25 当初 (千円)			評価 区分	評価の考え方	評価 区分	評価の考え方
									H22 H23 H24	H24 (前年度)	H25 (当年度)	H27 (総合計画 終期)									
			ぐんまちよい得キッズパスポート	再掲	生活文化スポーツ部	少子化対策・青少年課	「ぐんまちよい得キッズパスポート」を子育て家庭に配布し、それを提示することにより、本事業に賛同する企業から割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 (各年度末店舗数)	4,500店舗	4,800店舗	5,000店舗 (H26年度末)	4,493	2844	4,856	第3期パスポートの発行に伴い、県内全市町村と協力してパスポートを配布した。 また、協賛店拡大の取り組みとして、情報通信会社とタイアップした各種キャンペーンを実施した。	4	子育て家庭を社会全体で支える機運をさらに醸成させ、また、さまざまな働きかけにより協賛企業を増加させることが必要。	4	協賛店舗数は着実に増加しており、県内にもその名は浸透したことから、継続。	
			ぐんま赤い糸プロジェクト	再掲	生活文化スポーツ部	少子化対策・青少年課	県と民間企業が連携して、民間企業内の独身従業員に出会いの場を提供し、結婚を考えながらも出会いの機会が減少している独身男女の交流を促進する。	イベント開催数	H22 75回 H23 52回 (大震災のため2ヶ月間休止) H24 63回	年間60回	年間65回	年間90回	100	184	93	若者の結婚に対する社会的機運を醸成するため、各種イベントを実施し、会員団体へ情報提供した。 その結果、多くの独身者に出会いの機会を与えることができた。 また、民間企業や団体のほか自治体によるイベントが引き続き実施されるなど、若者の結婚支援に対する各地域での社会的機運の醸成に大きく貢献した。 また、女性従業員の多い、医療・福祉分野の事業所など、的を絞った会員団体加入の働きかけを行った。	4	若者の未婚化・晩婚化により、県内では少子化傾向が続いている。それを少しでも緩和するため、さまざまな分野の企業・団体に働きかけるなど、県が結婚支援に取り組むことにより、社会的な婚活支援の機運を醸成する必要がある。	2	イベント開催数も安定しており、事業には一定の効果があった。 街コンなど、民間における婚活支援も活発化していることから、県の役割の縮小について検討する。	
			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」(新規)、「夏休みコンサート」「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ります。	①定期演奏会平均入場者数 ②幼児対象移動音楽教室開催件数	H22 1,451人 H23 1,336人 H24 1,360人	①1,400人 ②15回	①1,400人 ②17回	①1,400人 ②20回	266,488	266,488	265,606	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などで年間137日、174回の演奏会等を開催し、127,749人の入場者等があった。 また、24年度新規事業「幼児移動音楽教室」は15回開催した。	4	群馬交響楽団は、定期演奏会のほか、子供たちを対象にした音楽教室など、幅広い層を対象にした演奏会を県内各地で開催し、県民の心の豊かさや感性を育む等、本県の音楽文化の向上と振興に貢献している。 楽団は、25年4月に公益財団法人へ移行したが、依然として厳しい経営状況にあることから、賞与削減などの積極的な経営改善策を継続するとともに、引き続き財務基盤強化のための支援を行う必要がある。 また、幼児移動音楽教室は実施要望が多いことから、目標値に向けて開催回数を増やすなど事業の充実を図る。	4	群馬交響楽団を支援するための予算であり、継続。 群響が県民のオーケストラとして本県の文化振興に資するためには運営基盤の安定化が不可欠である。 今後も県支援のあり方、楽団の運営基盤強化策等について検討し、適切な運営に努めることが必要。	
			重粒子線治療施設設置・重粒子線治療推進	再掲	健康福祉部	医務課	ビームを病巣の形により近づける積層原体照射に係る機能の整備。重粒子線治療費利子補給、重粒子線治療運営委員会等。	施設の設置	H22 : らせんワブラー照射装置 H24 : 積層原体照射装置設置	積層原体照射装置設置	-	-	2,387	1,941	46,899	積層原体照射装置は、平成24年9月に業事法にて承認され、引き渡しが完了した。 治療運営委員会は、2回開催した。 近隣県へのPR活動は、新潟県で実施した。 治療施設見学会を行い、873人の見学者を受け入れた。 利子補給制度は、2人に交付を実施した。	2	平成24年度に積層原体照射装置の設置事業を実施し、装置の整備が完了した。 平成24年度の治療患者数は、315人となり、順調に推移している。 患者の経済的負担を軽減するため、利子補給制度の周知に引き続き取り組む必要がある。	2	平成24年度に装置の整備が終了したため、縮小。 運営委員会や患者への利子補給制度については、重粒子線施設の適正利用や利用促進を図るため継続。	
			小児救急医療電話相談		健康福祉部	医務課	群馬こども救急相談を午後6時から翌朝8時(土・日・祝日は午前9時から翌朝8時)まで実施し、子育て中の保護者の不安解消を図る。	相談件数	H22 : 13,412件 H23 : 19,219件 H24 : 21,570件	23,000件	25,000件	29,000件	20,747	18,301	18,514	小児救急医療電話相談事業を実施し、夜間、早朝、休日等の電話相談に対応することにより、子どもの救急に関する親の不安軽減や適正受診を推進した。	4	子どもの救急に関する親の不安感の軽減、適正受診の推進、小児科医師の負担軽減のためにも、継続する必要がある。	4	子どもを持つ親の不安軽減を図るために運営している小児救急医療電話相談(※8000)にかかる経費であり継続。	
			福祉医療費補助(子ども医療費)	再掲	健康福祉部	国保護課	少子化対策や子育て環境の充実をはかるため、県内どこに住んでいても子どもの医療が無料で受けられるよう、対象範囲を中学校卒業までとする。所得制限なし、自己負担なしで、入院・通院とも中学校卒業まで対象とする都道府県の制度は、全国初。	中学校卒業までの医療費補助を、給付要件を設けずに継続実施(実績・目標値:県補助対象者数)	H22 : 267,852人 H23 : 264,444人 H24 : 259,870人	260,041人	255,620人	中学校卒業まで医療費無料化を継続	3,966,484	4,044,162	3,991,189	対象者 259,870人 受診件数 3,766,260件 補助金額3,991,188,841円	4	市町村と協力しながら、子どもの健康増進と子育て世帯の経済的負担軽減を図っていく上で、本制度の安定的な維持、運営は必要不可欠である。 また、同時に効果の検証と利用者に対する適正受診の働きかけを行うことも必要である。	4	子どもの健康増進と子育て世帯の経済的負担軽減を図るために必要な事業であり継続。	
2 ぐんまブランドの創出 小計 4,382,981																					
3 東国文化の中心・群馬の再認識																					
(1)歴史文化遺産の再認識・環境整備																					
<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>																					
			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 ②H24 3,485人	①副読本・教材の作成 ②1,000人	①50件 ②1,000人	①延べ200件 ②延べ5,000人	7,000	3,900	6,546	中学1年生向けの東国文化副読本の制作や東国文化シンポジウム、周知イベント、モデルツアーを開催した。 【周知イベント「東国文化シンポジウム」】参加者250人 【周知イベント「岩宿ムラ収穫まつり」】参加者3,235人 【群馬の歴史文化遺産を巡るモデルツアー】参加者134人	3	副読本の制作や周知イベントの開催等を通じて、本県が誇る歴史文化遺産の再認識を促すことができた。 今後、東国文化＝群馬というイメージを全国に定着・発信し、観光資源としてイメージアップにつなげていくため、周知イベントやモデルツアー、情報発信ツールの開発など、事業の充実が必要である。	4	本県のイメージアップを図る上で柱となる事業であり、今後も事業を継続。 今後のPRにあたり、連携する市町村を増やすとともに、真に効果的か否かよく検討したうえで事業を実施していく。	

【「はばたけ群馬プラン」重点プロジェクト推進シート】 <PJ14>8

主な取組 (B)	施策 (C)	事業 (D)	個別事業(E)										決算額		事業の評価と改善の方向性(H26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		H24 決算 (千円)	H24事業結果		部局評価	財政課評価
									実績値 (過去3年間)		目標値		H24 当初 (千円)	H25 当初 (千円)		評価 区分	評価の考え方	評価 区分	評価の考え方
									H22 H23 H24	H24 (前年度)	H25 (当年度)	H27 (総合計画 終期)							
			群馬学センター運営	再掲	総務部	女子大学	群馬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	11,085人	11,585人	12,585人	272	366	263	4	群馬学シンポジウムの開催においては、来場者数累計の目標値は達成されなかったが、来場者アンケートでは好評をいただいております。シンポジウムの開催に向けては、関係機関と連携するなど広報を強化してまいります。	4	群馬を多角的総合的に見直し、群馬のイメージアップも踏まえた観点から見直す必要があるため、継続。	
			歴史博物館運営		生活文化スポーツ部	文化振興課	年間入館者数	H22 82,512人 H23 76,554人 H24 70,852人	32000人 ※展示は常設展のみ実施	64,000人 ※展示は常設展のみ実施	— ※当年度は工事休館予定	89,007	94,603	86,433	4	館所蔵資料のコレクション展示を行ったほか、ぐんまちゃん家や県庁観光物産展示室でも展示を行った。また、教育普及活動、調査研究活動を継続して実施した。なお、企画展が開催できなかったため、入館者数は対前年比7.4%の減少となった。	4	25年度は、コレクション展示など館所蔵資料を中心に展示活動を行うほか、群馬県の歴史を広く県民に周知するため、市町村等と連携した「巡回展」や「出張授業」を拡充して実施する。	
			歴史博物館改修	再掲	生活文化スポーツ部	文化振興課	改修工程	H23 改修工事調査業務委託 H24 基本設計委託	建築改修工事基本設計	・建築改修工事実施設計 ・展示改修工事基本・実施設計	・改修工事		100,000	19,950	4	23年度に実施した建物調査で文化庁指針に則った改修が必要との調査結果を受けたことから、同指針に対応するための具体的な改修内容を検討するため、改修工事の基本設計を行った。	4	歴史博物館は、本県の歴史文化に係る研究・社会教育の中心施設として、多くの県民に利用されている。特に、歴史教育の場として、県内の小学校に利用されており、再び重要文化財の展示ができるようになるため、26年度に改修工事に着手する必要がある。歴史博物館で公開承認施設基準を満たす改修工事の着手に向けた設計を行うなど、施設の計画的な維持補修に取り組むことで、県民サービスの一層の充実にも努める。	
■ 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。																			
			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	補助事業件数	H24: 6テーマ、8事業	6テーマ 8事業	9テーマ 18事業	20事業	49,828	45,243	42,395	4	群馬の歴史、文化の特質を表し、「偲ぶ毛の国」群馬の魅力発掘・発信事業の趣旨に添った国指定文化財に対し、市町村が実施する保存・整備事業について国庫補助のほか群馬県文化財保存事業費補助を行い、指導助言を行った。	4	群馬の魅力を引き出し、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。	
			観音山古墳保護管理運営 (「偲ぶ毛の国」群馬の魅力発掘・発信事業)	再掲	教育委員会	文化財保護課	史跡観音山古墳見学者数	H22 : 15,910人 H23 : 17,074人 H24 : 14,987人	16,000人	17,000人	18,000人	4,624	4,129	4,472	4	・史跡地等の環境整備・維持管理等 ・史跡見学者対応(解説員2人に増員) ・史跡広報・普及活動 ・駐車場用地の借り上げ	4	本史跡はS48年に国指定となった群馬県を代表する史跡である。群馬県が直接管理し、所在する高崎市内の学校をはじめ、県外からの見学者も多い。学校や県民に対して広報に努め、県民の郷土学習の場としての利用を推進しているため、今後も適切な保護管理をしていく必要がある。	
			上野国分寺跡保護管理運営 (「偲ぶ毛の国」群馬の魅力発掘・発信事業)	再掲	教育委員会	文化財保護課	史跡上野国分寺跡見学者数	H22 : 5,802人 H23 : 5,910人 H24 : 8,466人	6,000人	7,000人	10,000人	8,165	7,208	7,911	4	・史跡地等の環境整備・維持管理等 ・ガイド施設内外の環境整備・維持管理 ・史跡見学者対応(解説員3人に増員、年末年始を除き年中無休に変更) ・史跡広報・普及活動 ・国分寺跡古代史講座の開催	4	本史跡はT15年に国指定となり、群馬県が直接管理している群馬県を代表する史跡である。史跡についての広報・普及を積極的に行い、郷土学習の場としての利用を推進しているため、今後も適切な保護管理をしていく必要がある。	
			上野国分寺跡整備 (「偲ぶ毛の国」群馬の魅力発掘・発信事業)	再掲	教育委員会	文化財保護課	基本設計に沿った史跡の整備・復元	H22 : - H23 : 遺物収蔵用仮設建物の撤去 H24 : 発掘調査着手	史跡整備着手	発掘調査の継続、整備基本設計着手	南大門・塼垣・講堂等の復元	56,753	27,815	15,904	4	発掘調査を開始し、整備事業のための基礎情報の収集を行った。また、見学者の安全確保と史跡の保全を図るために開渠水路を工事により暗渠化した。	4	整備事業のための発掘調査では、過去の基本設計をそのままでは運用できないまでに新しい発見が次々と得られている。国分寺遺構当時の情景を復元するために、今後も発掘調査を実施し、基礎情報を得る必要がある。	
			古墳総合調査事業 (「偲ぶ毛の国」群馬の魅力発掘・発信事業)	再掲	教育委員会	文化財保護課	調査の実施、報告書の刊行	H24 : 基礎調査実施	調査方針決定 体制整備 調査開始	現地調査・遺物調査の実施	調査成果の公開	5,000	14,216	2,355	4	・県民調査員を募集し、養成研修を実施した。総数211名の応募があり、161名に修了証を交付した。 ・学術的な立場から指導・助言を行う調査指導委員会を設置、開催した。 ・嘱託員3名を4ヶ月間雇用し、古墳調査台帳等を作成した。	4	群馬県の代表的な歴史文化遺産である古墳の価値を県民に再認識してもらうことによって、県民文化の向上に資するための基礎を形成する必要がある。全県的な取組として、県民が参加する機会を設け、多数の参加を得ている。	
			文化財保護審議会運営		教育委員会	文化財保護課	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	870点	875点	880点	1,078	1,410	1,002	4	年2回の文化財保護審議会を開催し、各回ごとに審議結果を教育委員会へ答申した。審議に当たっては当該専門部会が調査を行い、文化財保護審議会へ報告した。その他にも各専門部会ごとに計画的に文化財調査を行った。	4	県内の文化財に関する様々な内容を審議するため、各専門分野の学識経験者による協議が必要であり、審議会及び各専門部会による文化財調査は今後も必要不可欠である。	
			文化財保存事業費補助	再掲	教育委員会	文化財保護課	補助事業件数	H22 : 66事業 H23 : 58事業 H24 : 56事業	45事業	45事業	45事業	84,837	70,050	75,749	4	・県指定文化財保存事業への補助28件 ・国指定文化財保存事業への補助16件 ・埋蔵文化財発掘調査事業への補助15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	文化財の適正な保存・整備・活用のために必要な事業であり、計画的に取り組んでいく必要があると考える。	

【「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(H26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		H24 決算 (千円)	H24事業結果		部局評価	財政課評価
									実績値 (過去3年間)		目標値			H24 当初 (千円)	H25 当初 (千円)		評価 区分	評価の 考え方	評価 区分	評価の 考え方
									H22 H23 H24	H24 (前年度)	H25 (当年度)	H27 (総合計画 終期)		H24 当初 (千円)	H25 当初 (千円)					
			埋蔵文化財調査センター運営	再掲	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	16,000人	15,000人	16,000人	41,000	40,770	40,131	4	出土品等を良好な状態で管理し、県民の活用にも供するほか、最新調査資料展示や親子宿題教室の開催等により、多くの県民が埋蔵文化財に親しむ機会を作っている。文化財保護思想の普及や群馬の魅力等の再認識には必要不可欠である。	4	埋蔵文化財調査センターの運営に必要な経費であるため、継続。増加する出土品の保管について、効率的な保管方法を検討していく必要がある。	
			金井東裏遺跡出土 甲着装人骨等調査 (「恩ぶ毛の国」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	-	詳細調査の実施	公開活用方針の検討、報告書刊行	-	3,500	-	平成25年度新規事業のため、事業評価対象外				
■ 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。																				
			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副読本・東国文化副読本の作成、体験教材の作成 H24 3,485人	①副読本・教材の作成 ②1,000人	①50件 ②1,000人	①延べ200件 ②延べ5,000人	7,000	3,900	6,546	3	中学1年生向けの東国文化副読本の制作や東国文化シンポジウム、周知イベント、モデルツアーを開催した。【周知イベント「東国文化シンポジウム」】参加者250人【周知イベント「岩宿ムラ収穫まつり」】参加者3,235人【群馬の歴史文化遺産を巡るモデルツアー】参加者134人	4	副読本の制作や周知イベントの開催等を通じて、本県が誇る歴史文化遺産の再認識を促すことができた。今後、東国文化＝群馬というイメージを全国に定着・発信し、観光資源としてイメージアップにつなげていくため、周知イベントやモデルツアー、情報発信ツールの開発など、事業の充実が必要である。	
			古墳情報発信事業 (「恩ぶ毛の国」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	サミット2,000人 展示会7,500人 講座120人	サミット8,000人 展示会2,500人	展示会7,500人 冊子の刊行	5,630	6,300	8,170	4	「古代東国文化サミット」の開催「東国古墳文化の世界展」開催・連続講座「毛の国古墳講座」開催・古墳紹介ムックの制作に着手・上記事業を(公財)群馬県埋蔵文化財調査事業団に委託し、担当職員を配置・古墳をテーマにした絵画を募集し、優秀作品をサミット会場で表彰した	4	群馬県の代表的な歴史文化遺産である古墳の価値を県民に再認識してもらうことによって、県民文化の向上に資すると考える。また、本県が東日本最大の古墳大国であり、古代東国の文化的中心であったことを県内外に情報発信することによって、本県のイメージアップや観光振興にもつながると考える。	
			世界遺産登録推進等	再掲	企画部	世界遺産推進課	世界遺産登録に向けて、ユネスコ現地視察への対応を行う。 また、資産の保存管理に関する条件整備を進める。	①世界遺産登録 ②4資産の国文化財指定	①世界遺産登録 H21~H22:推薦書原案の作成 H23:推薦書の検討・修正 H24:推薦書の提出 ②4資産の国文化財指定 H21:3資産 H22:3資産 H23:3資産 H24:4資産	①世界遺産登録・ユネスコに提出 ②4資産の国文化財指定 ・4資産	①世界遺産登録 ・ユネスコ現地視察対応	①世界遺産登録 ・H26世界遺産登録	40,712	62,900	37,050	4	平成25年1月31日、ユネスコに対して日本政府から「富岡製糸場と絹産業遺産群」の世界遺産登録推薦書を提出した。 田島弥平自宅を国指定史跡とすることができた。	4	平成26年度の登録実現のため、審査対応を行うとともに、今後は、世界遺産登録後を見据えて、総合的な4資産の保存管理や公開活用等を担う組織のあり方について、調査・検討を行いたい。	
			ぐんま絹遺産ネットワーク構築等	再掲	企画部	世界遺産推進課	群馬県内に残る絹遺産を再評価し、その保存活用を図る。	ぐんま絹遺産の登録件数	H23:58件 H24:20件	累計80件	累計90件	累計100件	26,092	18,937	23,691	4	世界遺産候補の4資産を含む、養蚕・製糸、織物に関する県内の絹遺産を「ぐんま絹遺産」として登録することにより、広く周知をすることができた。	4	県内に残る絹遺産について再認識し、周知を図ることができた。今後も、積極的な保存活用を図りたい。	
			世界遺産普及啓発等	再掲	企画部	世界遺産推進課	関係市町村、民間企業、民間団体との協働による啓発活動を実施する。	4資産への来場者数 (うち富岡製糸場来場者数)	H21:22.4万人 H22:20.8万人 H23:23.5万人 H24:30.0万人 (富岡製糸場来場者数) (H21:22.3万人) (H22:20.6万人) (H23:23.1万人) (H24:28.7万人)	・30.3万人 (富岡製糸場30.0万人)	・36.0万人 (富岡製糸場35.0万人)	・55.0万人 (富岡製糸場50.0万人)	15,196	22,485	13,655	4	伝道師協会などの県民ボランティア団体と協働し、本県の絹遺産の普及・啓発活動を年間311回、実施し、積極的な広報活動を展開した。 講演会やバスツアーを実施し、4資産に多くの来場者を迎えることができた。	4	県民ボランティアとの協働により、県民に対して積極的な広報活動を実施できた。 今後は「富岡製糸場と絹産業遺産群」の世界に誇るべき価値について、国内外の理解度を深めるよう取り組むとともに、本県のPR・イメージアップの好機であることから、継続。	
(2)歴史文化遺産による観光振興・イメージアップ																				
■ 本県が誇る歴史文化遺産を、群馬の観光資源として磨き上げ、誘客を推進するとともに、リピーターの増加を図ります。																				
			千客万来支援	再掲	産業経済部	観光物産課	市町村や民間団体が取り組む企画力の優れたファンランク上の観光振興事業に対して、実施事業費の1/2(ハード事業のみ財政力指数0.75以上の市町村は1/3)の範囲内で補助を行う。	宿泊客数 (国土交通省 宿泊旅行統計調査)	H22:604万人 H23:579万人 H24:未公表	-	-	928万人 ※集計方法の変更により修正。はばたけプラン数字も変更予定	100,000	100,000	84,950	4	国際観光推進 18件 ・ビズターイイ推進 5件 ・地域資源活用推進 17件 ・観光施設リニューアル 11件 ・観光客周遊化支援 3件	4	受入体制整備のため、継続して取り組む必要がある。	
■ 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	企画部	企画課	県民自らが群馬の魅力を認識し、PRする取組を進めるため、県民との協働で事業を推進する。 「群馬の魅力」の発信方法を検討して、県民みんなで発信する。	イメージ調査等ランキングの向上	・ブランド総研調査(魅力度) H21:45位 H22:41位 H23:44位 H24:47位 ・日経リサーチ調査 H22:47位 H25:46位	ランキングの向上	ランキングの向上	ランキングの向上	4,083	16,651	3,642	4	県民に群馬の魅力を再認識してもらい、県民自らPRする取組を進めるための事業を推進した。具体的には、「群馬の魅力」発信委員会から意見をもらうとともに、群馬が「日本一」「オンリーワン」のもの(魅力)を紹介する冊子の作成「ぐんまがいちばん！」を5,000部作成した。	4	県民が「群馬の魅力」に目を向けるための機運醸成に役立つ事業を展開する必要があるため、昨年度までは素材収集や今後の展開に役立つ意見を収集するための委員会を立ち上げ、県民と連携しながらそれらを具体的に発信するための事業を展開した。今年度はこれらの取組を継続していくと同時に、集約された「群馬の魅力」の具体的なプロモーションを、PRするエリアの地域的特性をつかんだ上で効率的に行っていく予定である。	

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(H26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			H24事業結果	部局評価		財政課評価				
								成果(結果)を示す項目	実績値 (過去3年間)			目標値				H24当初 (千円)	H25当初 (千円)	評価区分	評価の考え方	評価区分	評価の考え方	
									H22 H23 H24	H24 (前年度)	H25 (当年度)	H27 (総合計画 終期)	※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									
			ぐんま総合情報センター運営(事業費のみ)	再掲	企画部	企画課	首都圏における群馬県の情報発信・収集拠点として、東京銀座のぐんま総合情報センター(ぐんまちゃん家)を運営する。平成23年3月から1階部分を拡張し、物産販売や観光案内の充実、情報発信の強化を図るほか、企業誘致、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 H22: 291,769人 H23: 404,528人 H24: 402,799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 ③物産販売額 H22: 3,293万円 H23: 8,270万円 H24: 9,187万円	①433,000人 ②2,690件 ③8,500万円	①500,000人 ②3,430件 ③1億円	①500,000人 ②2,700件 ③1億円	32,255	28,606	27,810	4	4	4	4				
			群馬県PRサイトの運営		企画部	企画課	ぐんまちゃんを活用し、群馬県の魅力を発信する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	H22: 1,085,579件 H23: 1,114,575件 H24: 962,547件	1,200,000件 (月100,000件)	1,320,000件 (月110,000件)	1,440,000件 (月120,000件)	1,435	1,192	1,379	4	4	4	4			
			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なため、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	-	1,900万人 (7-9月実施)	対前年5.0%増 1,537万人 (10-12月実施)	未定	30,000	21,000	30,000	4	4	4	4			
(3)推進体制の整備																						
■ 東国文化の発掘・活用・発信のための推進体制を整備し、市町村や県民と連携して推進していきます。																						
			群馬歴史文化遺産発掘・活用・発信実行委員会運営		生活文化スポーツ部	文化振興課	東国文化等をはじめとした本県の全国に誇る歴史文化遺産を発掘・活用・発信するために市町村や県民と連携して推進体制の整備を推進する。	ネットワークの充実	H24 委員会開催	ネットワークの充実	ネットワークの充実	ネットワークの充実	-	部局予算対応	-	3	4	4	4			
3 東国文化の中心・群馬の再認識 小計 695,181																						
4 群馬の優れた資質を情報発信																						
(1)イメージアップ戦略のPR展開																						
■ 群馬デスティネーションキャンペーンを契機とした集中観光宣伝をはじめ、「ぐんまちゃん家」の利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。																						
			ぐんまちゃんによるイメージアップ		企画部	企画課	県のマスコット「ぐんまちゃん」を活用したPRを展開する。	ぐんまちゃんデザイン利用許諾件数	H22: 281件 H23: 374件 H24: 792件	500件	800件	800件	2,738	14,278	2,438	4	4	4	4			
			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副読本・教材の作成 ②1,000人	①50件 ②1,000人	①延べ200件 ②延べ5,000人	7,000	3,900	6,546	3	4	4	4				
			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	400,000人	400,000人	500,000人	833,296	826,234	781,072	4	4	4	4			

【「はばたけ群馬プラン」重点プロジェクト推進シート】 <PJ14>11

主な取組 (B)	施策 (C)	事業 (D)	個別事業(E)										決算額 H24 決算 (千円)	事業の評価と改善の方向性(H26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		H24 事業結果	部局評価		財政課評価	
									実績値 (過去3年間)					H24 当初 (千円)	H25 当初 (千円)		評価 区分	評価の考え方	評価 区分	評価の考え方
									H22 H23 H24	H24 (前年度)	H25 (当年度)	H27 (総合計画 終期)								
<p>※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>																				
			プレゼンテーションぐんま	再掲	産業経済部	産業政策課	知事自らプレゼンテーションを行う東京での企業立地セミナー等で、一層の企業誘致を促進する。	企業誘致説明会等参加企業数	H22:1,385社 H23:1,306社 H24:1,682社	1,300社	1,300社	1,300社 (H27単年度)	4,000	3,383	3,307	・知事のトップセールス「企業立地セミナーin東京」の開催 参加企業 86社(団体)132名 ・企業展への出展(メッセナゴヤ2012)県ブース来場者 約800名 ・その他、工業振興課と連携した企業展等への出展	4	市町村と連携し、知事のトップセールスにより本県の優位性を多くの企業へ周知することが、「オール群馬」での企業誘致活動につながっている。今後も工夫を凝らし、効果的なトップセールス、誘致活動を実施する。	4	知事自らによる本県のセールス活動は県の姿勢を示す上で重要であるから継続。 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、市場ニーズにあった自社技術力・提案能力を高めるための戦略的・モデル的な事業を実施する。	商談成約件数(有望案件含む)	H22:372件 H23:184件 H24:275件	350件	200件	1,150件	9,422	5,600	7,843	・県外大手企業向け展示商談会 テンソー、マツダ ・商談型国際見本市への出展 機械要素技術展 ・県内大手・中堅企業向けものづくり技術展示商談会inぐんま2013	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。 「自社保有技術の提案方法や売り込み方法の改善・向上」や「より付加価値の高いものづくり」を支援する取組を併せて行うことで、より効果の高い事業にしていきたい。	4	展示商談会等の取組は、取引拡大のために一定の効果があると考えられるが、限られた予算の中でより効果的に県内企業をPRしていくために、しっかりと効果の検証を行い、随時見直しを行っていく必要がある。
			群馬の観光イメージアップ	再掲	産業経済部	観光物産課	群馬の観光イメージアップを図るために、ぐんま大使を活用した広報活動を展開する。	様々なメディアを活用した情報発信によるぐんまのイメージアップ。(テレビ・HP・ポスター等)	イメージアップポスター・映像の作成。専用HPでの情報発信等	-	-	未定	6,280	5,336	22	ぐんま大使を務める中山秀征氏、井森美幸氏の出演番組で本県が紹介され、イメージアップに役立った。	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、有効なPRにつながっているため、継続。
			ググッとぐんま観光キャンペーン	再掲	産業経済部	観光物産課	観光キャンペーンを一過性のものとし、ため、首都圏に向けた集中宣伝を実施するなど、継続的な取組を推進する。	期間中の入り込み客数	H22:- H23:- H24:18,995,608人	1,900万人 (7-9月実施)	対前年5.0%増 1,537万人 (10-12月実施)	未定	30,000	21,000	30,000	期間中の観光客入込数は、18,995,608人で、目標であった1,900万人に僅かに及ばなかったものの、23年の同時期に実施した群馬デスティネーションキャンペーンの実績に比べ約45万人の増、2.4%の増となった。また、経済波及効果の試算は、約26億円となった。	4	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。夏の観光素材についてはH22~24の3年間で「掘り起こし」「磨き上げ」「定着」が一定の成果を得た。25年は時期を変え10~12月に実施するため、26年も継続して同時期に実施することが必要。	4	目標には僅かに届かなかったが、DC開催年を上回る入り込み客数となった。 25年度より秋季に時季を変えるが、掘り起こした観光資源をより魅力的なものとするため、市町村と連携した取組が必要であるから、継続。
			全日本実業団対抗駅伝競走大会(ニューイヤースタートinぐんま)		生活文化スポーツ部	スポーツ振興課	競技コースの安全を確保し事故なく大会を実施する。テレビの生中継により全国に群馬県をPRする絶好のイベントとして、関係機関と連携し、大会を盛り上げるとともに開催地群馬県を全国にPRする。	①テレビ視聴率 H22:12.3% H23:12.8% H24:13.2% ②沿道観客数 H22:61万人 H23:61万人 H24:62万人 ③データ放送による県提供視聴者プレゼント応募者数 ※指標項目の追加 ③県PR事業の成果を具体的に示す指標を追加した。	①12.9% ②61万人	①13.5% ②62万人 ③16,530人	①14.8% ②62万人 ③17,320人	8,746	8,247	8,520	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0.4%上回り、沿道観客数も1万人増加した。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13.2%を基に計算すると関東地方だけで約238万世帯の方が番組を視聴しており、全国放送ということ考えると更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。	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>■ 「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。</p>																				
			ぐんま総合情報センター運営	再掲	企画部	企画課	首都圏における群馬県の情報発信・収集拠点として、東京銀座のぐんま総合情報センター(ぐんまちゃん家)を運営する。平成23年3月から1階部分を拡張し、物産販売や観光案内の充実、情報発信の強化を図るほか、企業誘致、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 H22:291,769人 H23:404,528人 H24:402,799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 ③物産販売額 H22:3,293万円 H23:8,270万円 H24:9,187万円	①433,000人 ②2,690件 ③8,500万円	①500,000人 ②3,430件 ③1億円	①500,000人 ②2,700件 ③1億円	99,743	96,251	95,260	・パブリシティ対策(記者会情報提供319件、新聞等記事掲載3,176件、サロンドG開催17回など) ・イベント開催(延開催日数226日間、89件、イベントによる物産販売580万円) ・観光案内(観光相談件数48,798件) ・物産販売(物産品販売品数405品、総売上額9,187万円) ・企業誘致(企業訪問件数374件、相談継続企業数50社) ・Uターン・Iターン(相談件数126件、就職内定者数27件) ・ぐんまのファンづくり(メルマガ発行24回、延べ20,260件、ふるさと講座、企画ツアー31コース等)	4	物産販売品数の増加やぐんまちゃん人気による関連商品の好調な売上に伴い、物産販売、パブリシティによる情報発信に成果が挙げられた。 情報発信は継続的に行うことが重要であり、首都圏における本県の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。	4	センター開設以来、蓄積してきたノウハウをもとに、情報発信の方法を工夫したり、情報発信先を重点化するなど、より戦略的かつ効果的な活動を展開していく必要がある。	
			ぐんま総合情報センター推進		企画部	企画課	ぐんま総合情報センターの機能強化に向け、有識者懇談会での検討や、センターの運営、活動に関する支援を行う。	①来場者数 H22:291,769人 H23:404,528人 H24:402,799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 ③物産販売額 H22:3,293万円 H23:8,270万円 H24:9,187万円	①433,000人 ②2,690件 ③8,500万円	①500,000人 ②3,430件 ③1億円	①500,000人 ②2,700件 ③1億円	1,510	1,335	698	・開設4周年記念事業実施 ・来場者150万人達成記念事業実施	4	ぐんま総合情報センターの運営がスムーズに展開できるよう、今後の方向性等について外部から意見を聴く機会等を設けるなど、継続した支援体制を整えていく必要がある。	4	ぐんま総合情報センターの取組が効果的に実施されるよう、支援体制を整える必要があるため、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>12

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(H26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		H24 決算 (千円)	H24事業結果	部局評価		財政課評価	
									実績値 (過去3年間)		目標値			H24 当初 (千円)	H25 当初 (千円)			評価の考え方	評価区分	評価の考え方	評価区分
									H22 H23 H24	H24 (前年度)	H25 (当年度)	H27 (総合計画 終期)									
<p>■ 「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。</p>																					
				企画部	企画課	道の駅や観光施設など県内全域に「ぐんまちゃん」を掲出することにより、県内外の者に「ぐんまちゃん＝群馬県」を印象づける。	道の駅でのぐんまちゃん掲出件数	なし	・施設数の5割以上	・施設数の5割以上	・施設数の8割以上	-	部局予算対応		24年度は具体的な実施方法の検討に至らなかった。	4	「ぐんまちゃん」を県内各地に掲出し、来県者に群馬をアピールするためには、予算化も視野に継続的に取り組む必要がある。	4	行政主導だけの取組ではなく、官と民が連携して取り組む必要がある。		
<p>■ 海外メディア(雑誌・マスコミ等)を本県に招聘し、本県の優れた資質を海外にPRするとともに、海外での観光展等への出展を通じて、情報発信と情報収集を行い、海外に向けたイメージアップを図ります。</p>																					
			再掲	産業経済部	観光物産課	群馬県の知名度アップを図り、本県への外国人観光客を増大させるため、国・他県とも連携を図りながら、観光情報収集・発信等を実施する。	外国人宿泊者数	H22:73,060人泊 H23:39,580人泊 H24:58,270人泊	40,000人泊	66,000人泊	10万人泊	31,124	30,875	28,663	・現地プロモーション 3回(韓国・香港/台湾) ・旅行エージェンツ・メディア招聘 広域連携等 11回(韓国、台湾、香港) ・広告事業 3回(台湾、香港) ・外国語観光情報サイトリニューアル(英語・中文繁体字、中文简体字、韓国語版) ・教育旅行 16ツアー(台湾)	4	海外からの旅行者数は、回復基調にあるものの、原発事故以前の状況には至っておらず、目標達成のためには、海外旅行会社や教育旅行関係者の招聘、海外への情報発信を継続する必要がある。	4	海外旅行者向けの観光振興は必要なことであるから、継続。		
				総務部	女子大学	留学支援プログラムの支援を受けて海外留学を行う学生を、群馬県観光親善学生大使に委嘱し、留学先で県からの友好のメッセージを伝え、群馬県の魅力と観光地を紹介する。	①新規観光親善大使数 H22 123名 H23 107名 H24 91名 ②活動対象者数 H22 1,131名 H23 682名 H24 710名	①新規観光親善学生大使数 ②活動対象者数	①大使数 110名 ②活動対象数 1,000名	①大使数 90名 ②活動対象数 900名	①大使数 累計760名 ②活動対象数 累計7,000名	22,709	22,647	22,706	平成24年度は91名の学生を観光親善大使に委嘱し、研修・滞在先で710名の関係者に対しプレゼンテーションを行い、県からの友好のメッセージを伝え、親善、広報活動を実施した。	4	事前に観光親善大使としての研修を受けた学生が、留学先で草の根的な広報活動を展開することにより、観光客誘致や海外と群馬県との友好関係構築が期待できる。	4	国際社会で通用する人材の育成を図るとともに、海外での群馬県に対するイメージアップにもつなげるため、継続的な取り組みが必要。		
				企画部	国際戦略課	留学生や海外県人会・海外ぐんまサポーターズ等を活用して、本県の情報発信を行う。	留学生・県人会等によるブログ・イベント参加等情報発信回数	H24:88回	70回	75回	80回	3,076	2,493	2,090	外国人留学生等で結成した「ぐんまのいいとこ伝え隊」による県内観光地等の体験ツアーを行い、ブログ等に母国語で情報発信し、海外での本県のPRを図った。また、海外県人会等がイベントで本県PRを行うためのPR物品を送付し支援した。	4	外国人留学生を活用したクチコミによる海外への情報発信により、本県のイメージアップを効果的に行うことができた。H26も、より成果が高まるよう実施内容を工夫しながら、継続して実施していく。	4	外国人留学生の視点での母国語での情報発信は、現地の人が理解しやすいものとなること期待されるため、継続。		
<p>■ 発信力のある全国規模のイベントを通して、開催地群馬県のイメージアップを図ります。</p>																					
			再掲	生活文化スポーツ部	スポーツ振興課	競技コースの安全を確保し事故なく大会を実施する。テレビの生中継により全国に群馬県をPRする絶好のイベントとして、関係機関と連携し、大会を盛り上げるとともに開催地群馬県を全国にPRする。	①テレビ視聴率 H22:12.3% H23:12.8% H24:13.2% ②沿道観客数 H22:61万人 H23:61万人 H24:62万人 ③データ放送による県提供視聴者プレゼント応募者数 ※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 H22:12.3% H23:12.8% H24:13.2% ②沿道観客数 H22:61万人 H23:61万人 H24:62万人 ③データ放送による県提供視聴者プレゼント応募者数 H22:7,917人 H23:15,746人 H24:12,618人	①12.9% ②61万人	①13.5% ②62万人 ③16,530人	①14.8% ②62万人 ③17,320人	8,746	8,247	8,520	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0.4%上回り、沿道観客数も1万人増加した。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13.2%を基に計算すると関東地方だけで約238万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えると更に多くの方々へ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	本県を全国にアピールできる機会であることから、継続。		
<p>(2)情報発信の充実</p>																					
<p>■ イメージアップ戦略の推進、積極的な広報を行うため、県庁内の体制を整備します。</p>																					
			新規	企画部	企画課	イメージアッププロジェクト推進班員会議等を開催して、庁内連携を推進する。	イメージアッププロジェクト関連会議開催回数	H23:2回 H24:1回	2回	2回	2回	-	部局予算対応	-	平成25年度新規事業のため、事業評価対象外						
<p>■ 「ぐんま大使」や県のマスコット「ぐんまちゃん」を活用した情報発信を推進します。また、国内外で活躍する本県に縁のある方々を「ぐんま観光特使」に委嘱し、本県の魅力を発信します。</p>																					
				生活文化スポーツ部	スポーツ振興課	ザスパ草津、群馬ダイヤモンドペガサス、群馬クレインサンダーズのアウトエイゲームにおいて、群馬県の観光・物産等をPRする。	入場者数	ザスパ草津群馬 H22:30,823人(5試合) H23:44,414人(5試合) H24:41,281人(5試合) 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) 群馬クレインサンダーズ H24:8,396人(4試合) ※括弧内は対象試合数	ザスパ草津群馬:30,000人 群馬ダイヤモンドペガサス:4,000人 群馬クレインサンダーズ:2,000人	ザスパ草津群馬:30,000人 群馬ダイヤモンドペガサス:4,000人 群馬クレインサンダーズ:5,000人	ザスパ草津群馬:30,000人 群馬ダイヤモンドペガサス:4,000人 群馬クレインサンダーズ:5,000人	4,000	3,509	3,383	プロスポーツを通じた地域づくりを推進するため、プロスポーツによる群馬のイメージアップ事業「スポーツ応援団ぐんまちゃん」として、各チームが県外で行うアウェイゲームにおいて、群馬県の観光・物産、世界遺産登録推進等の県施策をPRした。 【スポーツ応援団ぐんまちゃん委託事業での入場者数】 ・ザスパ草津群馬41,281人(5試合) ・群馬ダイヤモンドペガサス2,489人(5試合) ・群馬クレインサンダーズ8,396人(4試合)	4	1チームだけ目標の観客数を下回ったが、全体では目標値を上回る観客数があった。県外で行うアウェイゲームでのPRは、群馬県の観光・物産、世界遺産登録推進など、本県をPRをする場所として効果的であるので、今後も継続して実施する必要がある。	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。		

【「はばたけ群馬プラン」重点プロジェクト推進シート】 <PJ14>13

主な取組 (B)	施策 (C)	事業 (D)	個別事業(E)										決算額	事業の評価と改善の方向性(H26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		H24 決算 (千円)	H24事業結果	部局評価		財政課評価	
									実績値 (過去3年間)					H24 当初 (千円)	H25 当初 (千円)			評価 区分	評価の考え方	評価 区分	評価の考え方
									H22 H23 H24	H24 (前年度)	H25 (当年度)	H27 (総合計画 終期)									
			ぐんまちゃんによるイメージアップ	企画部	企画課	「ぐんまちゃん」を活用し、各種イベントへの参加やマスコミへのPR事業等を実施するほか、民間にもぐんまちゃんのデザインを広く活用してもらう。また、「ぐんまちゃん」を隊長とするイメージアップキャラバン隊が全国各地で実施されるイベント等で群馬県のPRを行う。	PR活動実施回数 キャラバン実施回数	H22:20回 H23:26回 H24:32回 H22:105回 H23:142回 H24:136回	25回 50回	28回 50回	30回 50回	11,834 14,278	10,506	群馬イメージアップキャラバン事業 136回(県外:48回、県内:88回) アンケート調査 10回(661件) ぐんまちゃんブログ配信 178回	4	23年度までは基金事業を活用して実施してきたが、24年度からは規模を縮小して委託により実施している。ぐんまちゃん人気が高まる中でイメージアップへの効果が期待できることから、今後も県外を中心にぐんまちゃんを隊長としたキャラバン事業を継続する必要がある。	4	群馬県のPR及びイメージアップ関連施策の展開にあたって、「ぐんまちゃん」は本県の魅力を知ってもらうきっかけづくりとして有効であるため、群馬県全体のイメージアップにつながるような取組となるよう、事業内容を見直しつつ、継続。			
			「ぐんまちゃん」による群馬のプロモーション	新規	企画部	企画課	「ぐんまちゃん」により群馬県を想起させることを目標に、「ぐんまちゃん」をさらに強力にアピールすることにより、群馬の認知度向上を図る。	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) H21:45位 H22:41位 H23:44位 H24:47位 日経リサーチ調査 H22:47位 H25:46位	ランキングの向上	ランキングの向上	ランキングの向上	-	16,651	-	平成25年度新規事業のため、事業評価対象外					
			群馬の観光イメージアップ	再掲	産業経済部	観光物産課	群馬の観光イメージアップを図るために、ぐんま大使を活用した広報活動を展開する。	様々なメディアを活用した情報発信によるぐんまのイメージアップ。(テレビ・HP・ポスター等)	イメージアップポスター・映像の作成。専用HPでの情報発信等	-	-	未定	6,280	5,336	22	ぐんま大使を務める中山秀征氏、井森美幸氏の出演番組で本県が紹介され、イメージアップに役立った。	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、有効なPRにつながっているため、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	-	649	610	551	大規模マンションの住民を対象にした本県PR、本県への社員旅行の実施等など、ぐんま観光特使による活動を通じて、本県観光地の魅力を全国に向けて発信できた。平成25年3月31日現在、120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観光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。	
■ 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	企画部	企画課	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	1,200,000件 (月100,000件)	1,320,000件 (月110,000件)	1,440,000件 (月120,000件)	1,435	1,192	1,379	「秘密のぐんま」と「ララぐんまちゃん」を統合してリニューアルし、「ぐんまちゃんナビ！」を開発した(年間962,547pv)	4	Webサイトは、即時に幅広く情報発信できる広報ツールとして有効であり、群馬のイメージアップを図るため、その魅力を継続的に発信する必要がある。	4	群馬県のPR及びイメージアップ関連施策の展開にあたって、「ぐんまちゃん」は本県の魅力を知ってもらうきっかけづくりとして有効であるため、効果的な取組となるよう、発信内容を見直しつつ、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。	県ホームページトップページビュー累計	H22 26,600千件 H23 30,041千件 H24 32,700千件	33,323千件	36,263千件	42,143千件	26,790	24,707	21,153	トップページの情報発信力の強化と、情報の探しやすさ・見やすさの向上を図るため、平成24年12月、トップページのリニューアルを実施した。また、アクセシビリティに配慮したホームページの実現に向けて、県の方針を策定した。	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、情報が探しやすく、見やすいページづくりに配慮して、ホームページの利便性向上に努めていきたい。	4	インターネットによる情報発信の重要性はより一層増大しているため、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 ②情報システムアクセス数 H22: 26,366件 H23: 21,067件 H24: 22,755件	①255件 ②25,000件	①300件 ②25,000件	①200件 ②25,000件	3,058	2,659	2,744	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。また、システムの保守管理・データ更新を委託した。	2	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。H25年7月から統合型GISに移行し、利用者の利便性が向上した。	2	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る。統合型GISに移行したことにより、システム経費を削減(縮小)。	
													4 群馬の優れた資質を情報発信 小計 1,118,768								