

個別事業名	区分	主担当部署	主担当所属	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				
政策3 交流・移住・定着促進																		
【目的】本県の持つ立地条件などの高い優位性や優れた資質を活かして、人の対流を巻き起こし、人を呼び込み、定着を図ります。																		
施策1 交流促進																		
【目的】本県の多彩な魅力や優れた特性を活かして、新しい人の流れを生み出し、県内へ呼び込むことで交流人口を増やします。																		
(1)地域間・全世代交流の促進																		
①豊かな地域資源を活かした都市と農村の交流を促進し、活力と魅力に満ちた地域づくりを進めます。																		
農村033	ふるさと保全対策		農政部	農村整備課	中山間地域ふるさと活性化基金の運用益等を活用する事業で、中山間地域の農地や土地改良施設の有する多面的機能を評価し、これらを保全していくため、地域住民活動の活性化や地域リーダーの育成、県民への普及啓発等を支援する。	棚田保全活動住民協定数 (単位：件)	6	6	8	6,986	7,169	6,088	4継続	中山間地域の多面的機能の価値を見直し、県民の理解を深めるための普及啓発や保全活動への支援を行うため、今後も継続的に実施していく必要がある。	4継続	中山間地域の農地や農業用施設の役割について県民の理解を深めるための普及啓発や保全活動への支援については、必要性を精査の上段階的に見直し、地域主体の取組への移行を目指す必要がある。		
農村034	グリーン・ツーリズム推進		農政部	農村整備課	都市農村交流を促進させるための広報宣伝活動や農村の受入体制づくりのための支援を行う。	公設体験交流施設利用者数 (単位：人)	339,692	335,000	353,000	6,090	5,531	3,370	4継続	グリーン・ツーリズムを推進するため、協議会の開催や地域の受入体制整備を図るとともに、様々な広報宣伝活動を実施して誘客に努めた。また、各分野の専門家である地域興しマイスターを派遣し、中山間地域農業農村の活性化を図った。	4継続	本県中山間地域の多彩な魅力や優れた特性を活かしたグリーン・ツーリズムを推進することにより、都市から農村に人を呼び込んで交流人口を増やし、農村の活性化を図ることは今後も必要である。農村活性化のための専門家の派遣についても継続していく必要がある。	4継続	都市住民の農林漁業に対する理解促進や都市との交流により、農村地域を活性化させるための取り組みであり、継続。県として実施する事業や支援については、必要性を精査の上段階的に見直し、地域主体の取組への移行を目指す必要がある。
②県内自治体と東京23区をはじめとする都市との連携・交流の促進に向けた取組を実施します。																		
地域005	山村と都市との連携・協定支援		企画部	地域政策課	山村と都市との連携・交流を促進するため、東京23区を中心とした都市への広報（営業）活動、出会いの場設定などを実施する。	都市との交流機会の創出（出会いの場設定等） (単位：回)	3	3	3 (H30目標)	656	574	168	4継続	東京都の特別区協議会のバックアップの元、東京区政会館にて9月に「群馬の山村と23区の交流企画展」を実施し、10月には「第5回ぐんまの山村フェアin東京」を開催した。また、特別区側が、今後の連携事業について特別区全国連携プロジェクトでの連携協定締結先を優先する方針を打ち出してきたため、相手先となる県市長会・町村会との橋渡しを行った。	4継続	今後の特別区との連携については、各特別区と市町村が個別に協定を締結するのではなく、特別区全体と各道府県の市長会・町村会が包括的に協定を結び「特別区全国連携プロジェクト」の枠組みによるべきことが強く求められており、山村フェア等の開催についても協定締結が条件となってくる可能性が高い。引き続き特別区協議会と市長会・町村会の橋渡しに努めるべきものとする。	4継続	都市との交流は、本県の地域活性化に有効な取組である。安定した関係が築けるよう、内容を工夫しながら今後も取組む必要があるため、継続。
(2)観光やMICEを通じた交流の促進																		
①キャンペーンでの集中宣伝や民間とのタイアップ等、積極的なPRを展開します。																		
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)	16,064,406	17,380,000	20,630,000 (H29目標)	18,000	16,300	18,000	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つ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が必要である。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004	観光宣伝		産業経済部	観光物産課	県内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	4継続	ぐんま観光大使（H29年4月1日現在、133人組に委嘱）や、ぐん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。	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り、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、検討する必要がある。
②インバウンドを推進し、国外からの交流人口の増加を図ります。																		
観物008	国際観光県ぐんま		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)	19.7	16.2	20.0	41,594	60,731	41,433	4継続	・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、欧米系） 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・パラ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み、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・パラ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。
③MICEを通じた人の交流を生み出します。																		
C V 001	コンベンション施設整備推進		企画部	コンベンション推進課	H24年に公表した「競馬場跡地活用方針」、H24年度に策定した「コンベンション施設整備基本計画」に基づき、高崎競馬場跡地にコンベンション施設の整備を推進する。	コンベンション施設の整備	基本設計・実施設計	基本設計・実施設計	施設完成	1,862,576	1,779,122	1,736,691	4継続	基本設計を完了し、実施設計に着手するとともに、既存施設の解体を実施した。また、埋蔵文化財調査等の事業用地の整理を進めた。併せて群馬県全域を誘致対象とする「群馬県コンベンションビューロー」を設置し、コンベンション開催の気運を高めた。	4継続	コンベンション施設の本体工事に向けた基本設計の完了、実施設計の着手、事業用地の整理等の取組を進めた。今後も、H32年度の開所に向けて施設の整備を進めるとともに、経済界をはじめとする県民との意見交換などによる気運醸成や、民間からの外部人材も活用して、積極的なコンベンション誘致・開催支援に取り組む。	4継続	H32年度の開所に向け、着実に取組む必要があるため、継続。
施策2 若い世代等の就労支援																		
【目的】県内外の県内就職希望者の希望を実現し、本県への定着を促進します。																		
(1)若者の就職支援の充実																		

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				
①ワフストップで一貫した就職支援を行い、正社員として県内企業に就職し、定着することを支援します。																		
労政001			産業経済部	労働政策課	若者の就職及びフリーターの正社員化のため、カウンセリングから職業紹介・定着までをワフストップで支援。(設置箇所:高崎、桐生(東毛)、沼田(北毛))	群馬県若者就職支援センター(ジョブカフェぐんま)利用者数(単位:人)	17,249	18,250	19,000	80,412	85,097	79,463	4継続	併設していた労働局の「わかものハローワーク」の撤退の影響もあり、利用者数は減少となったが、平成29年4月からは、「県シニア就業支援センター」を併設し、幅広い世代への支援を行うことで利用者の増加を図る。また、今後も継続して3センターによる各種支援を実施する。	4継続	利用者数は目標に達していないが、就職決定者数は前年度を上回っており(+18人)、事業効果は認められる。若者に対してカウンセリング等の就職支援を行うことで、雇用のミスマッチを解消する取組が必要であるため、継続。		
②大学等と連携し、地域が求める人材の育成や若者の地元定着を推進します。																		
企画007		再掲	企画部	企画課	大学等の専門的知識の活用を図るため、協議会の設置等により、地域と大学等との連携を推進する	前年度事業を継続した調査研究課題数(単位:件)	3	3	-	1,795	796	666	4継続	【見直しあり】協議会の運営を始め、地域(市町村)の課題に対し、大学等の知を生かす体制を整えている。連携モデル事業では、これをきっかけとした各地域での取組も行われているが、28年度をもって廃止されたため、新たな連携手法について協議会等で検討する必要がある。	4継続	【見直しあり】大学等が有する資源を行政課題解決に活かすことは有効な取組であるため、継続。モデル事業終了後も、引き続き大学等と連携して取組む課題は、より効果的な取組を進める必要がある。		
(2)Gターンの促進																		
①群馬で働く意欲を持っている県内外の大学生等が県内で就職できるよう、ぐんまちゃん家などの県外施設も活用しながら、強力に支援します。																		
企画010			企画部	企画課	高校生とその保護者に対する県内大学・企業情報及びワーク・ライフ・バランス情報の提供や大学生と有識者・県内就職者との意見交換等のキャリア教育を実施する。	県内出身大学生等のUターン就職率(単位:%)	H29.11月末判明予定	38.0	50.0	5,000	部局予算外	4,182	4継続	若者の県内定着を促進するため、「群馬県若年層の県内就職促進事業実行委員会」を組織し、大学生と企業担当者との交流会「ぐんま若者シゴト」の開催や県内就職を考えるきっかけとするためのブックレット作成を行った。	4継続	事業を実施したことによって、県内の高校生や大学生にとって県内就職を考えるきっかけとなった。引き続き、東京一極集中に歯止めをかけるため、労働政策課等関係所属と連携し、若者の県内定着の機運醸成を図っていく。	4継続	県内出身大学生等のUターン就職率は、低い状況にあり、引き続き若者の県内定着の機運醸成を図る必要があるため、継続。事業実施に当たっては、労働政策課等関係所属と連携・協力してより効果的に取組む必要がある。
労政009			産業経済部	労働政策課	「即効性のある人口減少対策」「県内企業の人材確保対策」として、Gターン倶楽部を活用しつつ、合同企業説明会や企業訪問バスツアー、女子学生向けの就活イベント等を実施する。	県内出身大学生等のUターン就職率(単位:%)	H29.11月末判明予定	38.0	50.0	81,381	58,018	77,001	4継続	①合同企業説明会を県内1回、都内2回開催、合計で企業185社、学生等523人参加 ②インターシップを実施し、受入登録企業数500社、学生の申込数206人、実施数168人(のべ) ③首都圏や関西での学生向けセミナー・企業との交流会等を43回開催、合計で学生等470人参加 ④企業訪問バスツアーを4回実施、合計で10社訪問、学生68人参加 ⑤U・Iターン就職相談をぐんまちゃん家で52回実施、就職相談213件、就職決定者28人	4継続	今後も「人口減少対策」及び「県内企業の人材確保対策」としてGターンを促進する必要がある。実施内容については見直しをしながら、より効果的な施策やイベントの実施を継続していく。	4継続	人口減少対策と人材確保対策のためには、東京圏に進学した県内出身学生のUターン就職促進に取り組む必要があるため、継続。事業の効果を検証し、より効果的・効果的な取組を進める必要がある。
②地域の人材ニーズに対応した、若者、女性、シニア等の多様な人材の地域への還流を促進します。																		
地域007			企画部	地域政策課	都内に移住の専門相談窓口を設置し、移住希望者に対して一元的な情報提供を行うとともに、市町村と情報や取組の方向性を共有しながら、都内で移住相談会を開催するほか、群馬の魅力ある暮らしを情報発信することにより、本県への移住を促進する。	移住相談件数(単位:件)	1,036	500	-	30,340	41,395	28,586	4継続	ぐんま暮らし支援センターなど都内3カ所で移住・就職のワフストップ相談ができる体制を整えた。また、都内で年6回の移住相談会を開催し、市町村とも連携してぐんま暮らしの魅力PRした。さらにぐんま暮らし推進連絡会議の開催により、市町村、県関係所属、関連団体等の連携を図った。	4継続	移住相談件数は順調に伸びているが、就職とワフストップで考える人が多いため、移住相談、就職相談の連携をより緊密にする必要がある。また、ふるさと帰郷のブームに乗って各自自治体が熱心に移住推進に取り組む結果、イメージ戦略の部分も大きくなってきていることから、動画やポスターなど「ぐんま暮らし」のイメージ喚起につながるツールを活用していくことが求められている。	4継続	移住相談件数は伸びており、事業の効果が認められるものの、上位県と比べると少ない状況にある。ぐんま暮らし支援センターの認知度を高め、引き続き、センターや関係課等が一体となって移住促進に取り組む必要があるため、継続。
労政009		再掲	産業経済部	労働政策課	「即効性のある人口減少対策」「県内企業の人材確保対策」として、Gターン倶楽部を活用しつつ、合同企業説明会や企業訪問バスツアー、女子学生向けの就活イベント等を実施する。	県内出身大学生等のUターン就職率(単位:%)	H29.11月末判明予定	38.0	50.0	81,381	58,018	77,001	4継続	①合同企業説明会を県内1回、都内2回開催、合計で企業185社、学生等523人参加 ②インターシップを実施し、受入登録企業数500社、学生の申込数206人、実施数168人(のべ) ③首都圏や関西での学生向けセミナー・企業との交流会等を43回開催、合計で学生等470人参加 ④企業訪問バスツアーを4回実施、合計で10社訪問、学生68人参加 ⑤U・Iターン就職相談をぐんまちゃん家で52回実施、就職相談213件、就職決定者28人	4継続	今後も「人口減少対策」及び「県内企業の人材確保対策」としてGターンを促進する必要がある。実施内容については見直しをしながら、より効果的な施策やイベントの実施を継続していく。	4継続	人口減少対策と人材確保対策のためには、東京圏に進学した県内出身学生のUターン就職促進に取り組む必要があるため、継続。事業の効果を検証し、より効果的・効果的な取組を進める必要がある。
商政011			産業経済部	商政課	群馬県プロフェッショナル人材戦略拠点設置・企業の人材ニーズを具体化。各種関係機関等と連携してプロフェッショナル人材のマッチングをサポートする。	年間相談件数(単位:件)	339	180	-	47,741	29,002	30,859	4継続	相談件数 339件 人材紹介会社取次件数 141件 マッチング成約件数 30件	4継続	地域の中堅・中小企業は、優れた技術やノウハウがあるにも関わらず守りの経営となっている場合が少なくない。新たな事業展開を行うためには、その分野に精通した人材が必要となる。とりわけ中小企業等にはこうした人材が不足しており、今後の県内経済発展のためにも本事業を継続し、人材の環流に取り組む必要がある。	4継続	中小企業に不足している専門人材のマッチングをサポートし、中小企業が抱える課題を解決するための取組である。マッチングによる成約件数も順調に実績を上げており、継続。
施策3 移住促進																		
【目的】地域の持続性を高めるため、本県への移住に対する関心を高め、オール群馬で移住を促進します。																		
(1)移住相談体制の充実																		
①本県専任の相談員を設置し、移住情報を一元的に提供します。																		

	個別事業名	区分	主担当部署	主担当所属	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		
地域007	ぐんま暮らし支援	再掲	企画部	地域政策課	都内に移住の専門相談窓口を設置し、移住希望者に対して一元的な情報提供を行うとともに、市町村と情報や取組の方向性を共有しながら、都内で移住相談会を開催するほか、群馬の魅力ある暮らしを情報発信することにより、本県への移住を促進する。	移住相談件数 (単位：件)	1,036	500	-	30,340	41,395	28,586	ぐんま暮らし支援センターなど都内3カ所で移住・就職のワンストップ相談ができる体制を整えた。また、都内で年6回の移住相談会を開催し、市町村とも連携してぐんま暮らしの魅力でPRした。さらにぐんま暮らし推進連絡会議の開催により、市町村、県関係所属、関連団体等の連携を図った。	4継続	移住相談件数は順調に伸びているが、就職とワンセットで考える人が多いため、移住相談、就職相談の連携をより緊密にする必要がある。また、ふるさと帰郷のブームに乗って各自体が熱心に移住推進に取り組む結果、イメージ戦略の部分も大きくなっていることから、動画やポスターなど「ぐんま暮らし」のイメージ喚起につながるツールを活用していくことが求められている。	4継続	移住相談件数は伸びており、事業の効果が認められるものの、上位県と比べると少ない状況にある。ぐんま暮らし支援センターの認知度を高め、引き続き、センターや関係課等が一体となって移住促進に取り組む必要があるため、継続。
②就業や生活などに関する相談会や定期的な移住相談セミナーを開催します。																	
地域007	ぐんま暮らし支援	再掲	企画部	地域政策課	都内に移住の専門相談窓口を設置し、移住希望者に対して一元的な情報提供を行うとともに、市町村と情報や取組の方向性を共有しながら、都内で移住相談会を開催するほか、群馬の魅力ある暮らしを情報発信することにより、本県への移住を促進する。	移住相談件数 (単位：件)	1,036	500	-	30,340	41,395	28,586	ぐんま暮らし支援センターなど都内3カ所で移住・就職のワンストップ相談ができる体制を整えた。また、都内で年6回の移住相談会を開催し、市町村とも連携してぐんま暮らしの魅力でPRした。さらにぐんま暮らし推進連絡会議の開催により、市町村、県関係所属、関連団体等の連携を図った。	4継続	移住相談件数は順調に伸びているが、就職とワンセットで考える人が多いため、移住相談、就職相談の連携をより緊密にする必要がある。また、ふるさと帰郷のブームに乗って各自体が熱心に移住推進に取り組む結果、イメージ戦略の部分も大きくなっていることから、動画やポスターなど「ぐんま暮らし」のイメージ喚起につながるツールを活用していくことが求められている。	4継続	移住相談件数は伸びており、事業の効果が認められるものの、上位県と比べると少ない状況にある。ぐんま暮らし支援センターの認知度を高め、引き続き、センターや関係課等が一体となって移住促進に取り組む必要があるため、継続。
(2)魅力的なライフスタイルの提案																	
①ゆとりある地方暮らしや二地域居住などさまざまなライフスタイルを提案し、「ぐんま暮らし」の魅力を発信します。																	
地域007	ぐんま暮らし支援	再掲	企画部	地域政策課	都内に移住の専門相談窓口を設置し、移住希望者に対して一元的な情報提供を行うとともに、市町村と情報や取組の方向性を共有しながら、都内で移住相談会を開催するほか、群馬の魅力ある暮らしを情報発信することにより、本県への移住を促進する。	移住相談件数 (単位：件)	1,036	500	-	30,340	41,395	28,586	ぐんま暮らし支援センターなど都内3カ所で移住・就職のワンストップ相談ができる体制を整えた。また、都内で年6回の移住相談会を開催し、市町村とも連携してぐんま暮らしの魅力でPRした。さらにぐんま暮らし推進連絡会議の開催により、市町村、県関係所属、関連団体等の連携を図った。	4継続	移住相談件数は順調に伸びているが、就職とワンセットで考える人が多いため、移住相談、就職相談の連携をより緊密にする必要がある。また、ふるさと帰郷のブームに乗って各自体が熱心に移住推進に取り組む結果、イメージ戦略の部分も大きくなっていることから、動画やポスターなど「ぐんま暮らし」のイメージ喚起につながるツールを活用していくことが求められている。	4継続	移住相談件数は伸びており、事業の効果が認められるものの、上位県と比べると少ない状況にある。ぐんま暮らし支援センターの認知度を高め、引き続き、センターや関係課等が一体となって移住促進に取り組む必要があるため、継続。
(3)移住者の受入環境の整備																	
①市町村と連携して地域の移住者への理解を促進します。																	
地域007	ぐんま暮らし支援	再掲	企画部	地域政策課	都内に移住の専門相談窓口を設置し、移住希望者に対して一元的な情報提供を行うとともに、市町村と情報や取組の方向性を共有しながら、都内で移住相談会を開催するほか、群馬の魅力ある暮らしを情報発信することにより、本県への移住を促進する。	移住相談件数 (単位：件)	1,036	500	-	30,340	41,395	28,586	ぐんま暮らし支援センターなど都内3カ所で移住・就職のワンストップ相談ができる体制を整えた。また、都内で年6回の移住相談会を開催し、市町村とも連携してぐんま暮らしの魅力でPRした。さらにぐんま暮らし推進連絡会議の開催により、市町村、県関係所属、関連団体等の連携を図った。	4継続	移住相談件数は順調に伸びているが、就職とワンセットで考える人が多いため、移住相談、就職相談の連携をより緊密にする必要がある。また、ふるさと帰郷のブームに乗って各自体が熱心に移住推進に取り組む結果、イメージ戦略の部分も大きくなっていることから、動画やポスターなど「ぐんま暮らし」のイメージ喚起につながるツールを活用していくことが求められている。	4継続	移住相談件数は伸びており、事業の効果が認められるものの、上位県と比べると少ない状況にある。ぐんま暮らし支援センターの認知度を高め、引き続き、センターや関係課等が一体となって移住促進に取り組む必要があるため、継続。
②新たな生活や活動拠点として空き家の活用を促進します。																	
地域007	ぐんま暮らし支援	再掲	企画部	地域政策課	都内に移住の専門相談窓口を設置し、移住希望者に対して一元的な情報提供を行うとともに、市町村と情報や取組の方向性を共有しながら、都内で移住相談会を開催するほか、群馬の魅力ある暮らしを情報発信することにより、本県への移住を促進する。	移住相談件数 (単位：件)	1,036	500	-	30,340	41,395	28,586	ぐんま暮らし支援センターなど都内3カ所で移住・就職のワンストップ相談ができる体制を整えた。また、都内で年6回の移住相談会を開催し、市町村とも連携してぐんま暮らしの魅力でPRした。さらにぐんま暮らし推進連絡会議の開催により、市町村、県関係所属、関連団体等の連携を図った。	4継続	移住相談件数は順調に伸びているが、就職とワンセットで考える人が多いため、移住相談、就職相談の連携をより緊密にする必要がある。また、ふるさと帰郷のブームに乗って各自体が熱心に移住推進に取り組む結果、イメージ戦略の部分も大きくなっていることから、動画やポスターなど「ぐんま暮らし」のイメージ喚起につながるツールを活用していくことが求められている。	4継続	移住相談件数は伸びており、事業の効果が認められるものの、上位県と比べると少ない状況にある。ぐんま暮らし支援センターの認知度を高め、引き続き、センターや関係課等が一体となって移住促進に取り組む必要があるため、継続。
住政004	住情報の提供		県土整備部	住宅政策課	県民に対し、住宅、住生活に関する様々な情報を提供する。	住宅相談件数 (単位：件)	923	1,550	1,888	19,775	19,472	19,494	住宅に関する情報提供及び住宅相談に応じる業務を住宅供給公社に委託し、相談者にリフォーム業者選定や新築建替えに関連した各種制度の情報などを提供した。また一般県民向けのセミナーを開催して住まいに関する情報を提供した。	4継続	「ぐんま住まいの相談センター」は県内唯一の総合的な住宅関連情報提供機関であり、今後も必要である。なお、H28の相談者に対して実施した満足度調査【5段階評価】では、平均値が4.25と高評価を得ている。	4継続	住宅に関する総合的な情報提供を継続して行う必要があるため継続。空き家対策など課題に対応するために、市町村、民間とも連携し、より効果的な情報提供等となるよう工夫が必要。