

(知事公室)

(単位：千円)

主要な施策	予算額	決算額	施策の成果	目名
2 未来へつなぐ資産の創造 【施策4】災害に負けない基盤づくり 施策4 - 防災体制の充実・強化	149,160	120,768	1 地域防災力強化事業 熊本地震の災害対応等の検証を踏まえ、地域防災力強化の取組を実施した。 (1) 自主防災組織の活動活性化への支援 自主防災組織の訓練実施や活動に必要な資機材の整備に対する支援を行った。 (2) 「火の国ぼうさい塾」の開催 防災士などの地域防災リーダーを養成するため、「火の国ぼうさい塾」を県下2地域で開催し、約180人が受講した。 (3) 自主防災組織連携体制強化事業 県内自主防災組織のノウハウや経験を他の組織と共有するため、講演やワークショップを県下3地域で開催し、約100人の自主防災組織の代表等が参加した。 2 九州広域防災拠点強化整備事業 本県が九州の広域防災拠点としての役割を担うとともに、県内の被災者を迅速に救助・支援するため、物資集積拠点の複数確保に向け、候補施設の調査を行った。 3 災害対策体制強化事業 災害対応業務をタイムライン化し、インターネット上で確認できる「災害対応工程管理システム」(BOSS)を開発した。平成30年4月に熊本県、嘉島町、西原村で運用開始。 4 市町村防災体制強化支援事業 市町村担当者向けのBCP・受援計画策定支援研修会(2回)の開催や、市町村長を対象としたBCP・受援計画に関するトップセミナーの開催など、技術的な支援を実施した。 (重要6要素全てを規定したBCP策定市町村数 H30.3月末 10市 H31.3月末 38市町村) 5 防災情報共有基盤整備事業 熊本地震の経験を踏まえ、防災センターと地域振興局等との情報共有体制の強化のため、電子卓・電子黒板を導入した。また、国・市町村等との連携による効率的・効果的な災害対応を実現する防災情報共有システムの整備に向けて必要な機能の検討を行った。 6 防災センター整備事業 熊本地震の経験を踏まえ、十分な耐震性や活動スペースを備えた新たな防災センターの設計に着手した。	防災総務費のうち P148 ~ P150 防災総務費のうち P148 ~ P150 防災総務費のうち P148 ~ P150 防災総務費のうち P148 ~ P150 防災総務費のうち P148 ~ P150 防災総務費のうち P148 ~ P150

(知事公室)

(単位：千円)

主要な施策	予算額	決算額	施策の成果	目名
<p>施策4 - 防災の「知」の集積と「記憶・記録」の継承・発信</p>	<p>516,027</p>	<p>183,692</p>	<p>1 熊本地震デジタルアーカイブ事業 平成28年熊本地震の教訓等を後世に伝えるため、引き続き資料収集を行うとともに、「熊本地震デジタルアーカイブ」サイトを充実した。また、熊本地震からの復旧などに関わった方々の体験談を映像化したほか、熊本地震を踏まえた啓発映像を作成した。 (資料収集件数 H30.3月末 6万件 H31.3月末 19万件)</p> <p>2 熊本地震検証事業 平成29年度に取りまとめた発災4カ月以降の復旧・復興の取組に係る検証報告書を書籍化するとともに、検証概要をリーフレット化し、熊本地震の検証結果を県内外に広く発信した。</p> <p>3 熊本地震震災ミュージアム具体化推進事業(地方創生推進交付金活用) 回廊型の震災ミュージアムの具体化を図るため、県や市町村が熊本地震の情報を発信するために整備する拠点の各々の具体的な仕様や共通仕様の検討、県が保存する震災遺構の保存方法の検討及び震災遺構の保存工事に係る設計業務を実施した。 また、熊本地震の記憶や教訓等の風化を防止するため、モニターツアーや県庁内外での情報発信を実施した。</p> <p>(1) 拠点の具体的な仕様の検討 震災ミュージアムを構成する拠点のテーマや展示内容について検討を行うとともに、震災ミュージアムの実現に向けた回廊ルートやアクセス手段について検討を進めた。</p> <p>(2) 震災遺構の保存方法の検討及び保存工事の設計 県が整備する中核拠点(東海大学阿蘇キャンパス)の震災遺構の保存のため、地表地震断層の保存方法の検討や保存工事に係る設計業務を実施した。また、1号館建物の被災度調査を実施し、保存方法の検討及び保存工事に係る設計業務を実施した。</p> <p>(3) モニターツアーの実施 平成30年8月～12月にかけて、県内の震災遺構や観光施設等を巡るツアーを計3回(6日間)実施し、県内外の会社員、大学生、教職員など延べ223名が参加した。</p> <p>(4) 県庁内外での情報発信 県庁行政棟本館1階ロビーで熊本地震の被害状況や復旧・復興の状況がわかる写真パネルの展示や映像の放映を行った。また、東京都の衆議院第一議員会館で行われた「アジア地方議員フォーラム」にあわせて、写真パネル等を展示した。</p>	<p>防災総務費のうち P148 ~ P150</p> <p>防災総務費のうち P148 ~ P150</p> <p>防災総務費のうち P148 ~ P150</p>

(知事公室)

(単位：千円)

主要な施策	予算額	決算額	施策の成果	目名
<p>4 世界とつながる新たな熊本の創造 【施策13】世界と熊本をつなぐヒト・モノの流れの創出 施策13 - 「KUMAMOTOブランド」の世界展開</p>	363,919	352,971	<p>1 くまモン使用許可等管理事業 民間事業者が販売を目的に制作する商品等へのキャラクターの利用許諾を行った。 ・許可件数：30,308件（平成22年12月～平成31年3月末） ・利用許諾商品の売上高 売上高：約1,505億円(平成30年1～12月)(3,400業者回答/対象4,185業者)回答率81%</p> <p>2 くまモン活用熊本PR事業 くまモンの活動拠点である熊本でのくまモンをフックとしたイベントの実施や、効果的なSNSでの情報発信により、国内外に「くまもと」のPRを行った。 (1) くまモン誕生祭2019の実施 平成31年3月9日、10日の2日間、熊本市中心市街地を会場として誕生祭を行い、期間中県内外から約7万人を超える来場者を集めた。 (2) SNS等での情報発信の実施 ツイッター、インスタグラム、フェイスブック等のSNSを活用し、情報発信に努めた。 ツイッターのフォロワー数は約80万人。</p> <p>3 くまもとプロモーション推進事業 県外においてくまモンを活用したプロモーションを一元的に展開することで、交流人口の増大や県産品の販路拡大等に繋がる「くまもと」ブランドの向上を図った。 (1) 営業部長活動の強化 発信力のある企業等との連携（コラボレーション商品の開発等）により熊本県の情報発信を行うとともに、くまモンのブランド価値向上を図る「営業部長活動」を重点的に実施した。平成30年度も、フランス企業ロクシタンとのコラボや小学館偉人伝シリーズ、日本郵便株式会社の切手への採用など、大きな話題を集めることができた。 (2) 「くまもとから未来をプロジェクト！」の実施 2019年開催の国際スポーツ大会及び2020年開催の東京オリンピック、パラリンピックを踏まえ関心が高まっているスポーツイベントを活用し、国際大会のPRとあわせて熊本県及びくまモンのPRを実施した。平成30年度は13都府県を訪問した。</p>	<p>計画調査費のうち P136～P137</p> <p>計画調査費のうち P136～P137</p> <p>商業総務費のうち P294～P295</p>

(知事公室)

(単位：千円)

主要な施策	予算額	決算額	施策の成果	目名
<p>(施策13 - 「KUMAMOTOブランド」の世界展開)</p>			<p>(3) 地域の特性に応じたPR展開の実施 首都圏・関西地域等において、くまモンを活用した「くまもとプロモーション」を一体的に展開し、各地域における「くまもと」の存在感を高めることで、県等が実施する様々な取り組みの訴求力を高めた。 ・くまモンファン感謝祭2019 in TOKYO (丸の内ビルディング) の開催 ・くまモンファン感謝祭 2019 in OSAKA (万博記念公園) の開催</p> <p>4 くまモン隊管理運営事業 くまモンをフックとした“草の根活動”により話題を集め、本県への興味を誘発し、くまもとの魅力発信を行った。また、熊本地震後は、復興のシンボルとしての活動を行った。 ・平成30年度出動回数実績 九州・海外他：1,716回、関西：257回、首都圏：403回 合計：2,376回</p> <p>5 くまモンスクエア管理運営事業 本県の観光・物産情報を広く周知するため、指定管理者制度により、くまモンを活用した観光物産交流施設「くまモンスクエア」の管理・運営を実施した。 ・累計来館者数は約246万人(H25.7.24の開館からH31.3.31まで)</p> <p>6 くまモン共有空間拡大推進事業 くまモンの共有空間を拡大させるため、民間企業の自由な発想と活力を取り入れた検討、研究を行う「くまラボ」を設置。平成30年度は新規フェロー11名を加えた21名をフェローに任命し、VR技術を活用した「くまモンVR Walker」をくまモン誕生祭で披露するなど、新たなチャレンジを展開した。</p> <p>7 くまモン海外プロモーション推進事業 (1) ヨーロッパプロモーションの実施 欧米でのくまモンと「くまもと」の知名度向上を図るため、フランス観光開発機構の全面バックアップのもと、平成30年7月にフランスでのプロモーションを実施した。フランスでの活躍の様子が国内外のメディアで多く取り上げられ、世界的キャラクターとしてのくまモンをアピールすることができた。 (2) くまモンTVの配信 平成30年9月からYouTubeチャンネル「くまモンTV」を開局し、世界中に多言語でくまモン及び熊本県の魅力を発信した。</p>	<p>商業総務費のうち P294 ~ P295</p> <p>商業総務費のうち P294 ~ P295</p> <p>商業総務費のうち P294 ~ P295</p> <p>商業総務費のうち P294 ~ P295</p>

(知事公室)

(単位：千円)

主要な施策	予算額	決算額	施策の成果	目名
6 その他 (1) 重要政策調整事業	16,000	9,321	1 重要政策調整事業 知事からの指示事項や年度途中に発生した重要案件等について、必要な事業を実施した(事業実施所属へ令達)。 (1) 熊本地震により被災された方々の一日も早い「すまいの再建」を後押しするため、リバースモーゲージ型融資への利子助成を含む県独自の4つの支援策のほか、平成30年8月に新たに創設した「保証人入居支援制度」について、新聞広告を掲載し、広く県民に周知を図った。 (2) 外国人労働者の拡大に向けて検討を進める中、モンゴル政府との友好関係構築に向け、モンゴルを訪問し、介護分野での交流を皮切りに、農業などのその他の分野での交流可能性を調査した。	計画調査費のうち P136 ~ P137
(2) 広聴広報の推進	209,352	203,690	1 広聴事業 県政についての県民の意見や要望を幅広く聴き、県の施策に反映させた。 (1) 知事への直行便(郵送・メール): 県内約620か所に設置(544件処理) (2) 県民対話事業: 創造的復興、地方創生、創意工夫をテーマに、知事が直接、県民と意見交換を行った。西原村、天草市、玉名市で開催 2 広報事業 県の施策・事業について様々な広報媒体を活用しながら、県民への説明責任を意識した情報提供を行うとともに、県外に向けて本県の認知度向上を目指し、熊本の個性や魅力について広く情報発信を行った。 (1) 新聞紙面広報 新聞5紙に22回掲載 (2) ラジオ広報 ・RKK「ふれあいくまもと」: 3分番組(毎週月~金曜日・年260回放送) ・FMK「県庁ダイアリー」: 3分番組(毎週月~金曜日・年260回放送)	広報費のうち P125 ~ P126 広報費のうち P125 ~ P126

(知事公室)

(単位：千円)

主要な施策	予算額	決算額	施策の成果	目名
<p>(2) 広聴広報の推進</p>			<p>(3) テレビ広報 ・ R K K 「くまモン しあわせ 彩熊記」：5分番組（毎週水曜日・年45回放送、特番54分1回放送）お知らせコーナー：30秒×4本（平日19:00～21:00）毎週 年94テーマ放送</p> <p>(4) 熊本県広報誌発行事業（「県からのたより」） ・規格：タブロイド判4ページ 発行回数：年6回(偶数月) 発行部数：56万部/回</p> <p>(5) ウェブ活用広報事業 ・メール広報誌「気になる！くまもと」配信 配信頻度：週1回（毎週木曜日） 登録者数（配信数）：33,395人（平成31年3月20日現在） ・県ホームページ運営管理 タイムリーな情報発信に努め、年間約160万件のアクセスがあった。</p> <p>(6) 復旧・復興首都圏等広報強化事業 熊本地震からの力強い復旧・復興をテーマとしながら、震災の記憶の風化防止、風評被害の払拭等を図るため、熊本の積極的なイメージ発信・認知度向上に取り組んだ。 具体的には、国民的キャラクター「ガチャピン」を熊本県スポーツ応援特命大使として任命し、県内の様々なスポーツイベントに参加。関東圏等において放送するなどのプロモーションを行った。 また、「ONE PIECE熊本復興プロジェクト」による広報などを積極的に展開した。</p> <p>(7) 復旧・復興広報強化事業 熊本震災から2年を迎えた4月14日に、支援への感謝や風化防止等を目的として全国に向け新聞広報を実施した。</p>	