

(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>1 令和2年7月豪雨からの創造的復興 【施策1】被災者・被災地域の1日も早い復旧・復興に向けた取組み 施策1-④地域の魅力の向上と誇りの回復</p>	5,000	4,977	<p>1 令和2年7月豪雨犠牲者追悼式事業 令和2年7月豪雨災害で犠牲となられた方々に哀悼の意を表するため、追悼式を被災市町村(八代市、人吉市、津奈木町、芦北町、球磨村)と県の共催で実施した。(御遺族、来賓等の参列者：210名)</p>	<p>一般管理費のうち P123</p>
<p>【施策2】県内全域で取り組む災害に強い郷土づくり 施策2-①国土強靱化に向けた取組み</p>	611,771	320,335	<p>1 令和2年7月豪雨における災害対応の振り返り 令和2年7月豪雨の記憶や教訓を広く発信するため、初動・応急期の県の対応をまとめた「令和2年7月豪雨における災害対応の振り返り」を書籍化し、国や都道府県等へ配布した。</p> <p>2 防災・震度情報システム管理費 「防災情報くまもと」を核に、登録制のメール、Lアラート、エリアメールにより県民に災害関連情報を発信するとともに、「Yahoo 防災アプリ」や「Twitter」を活用して、伝達手段の多重化を推進した。</p> <p>3 防災情報通信基盤整備事業 既存の防災通信インフラの現状調査や強靱化対策の検討を行い、災害発生時においても被災自治体等との確実な連絡及び情報共有が可能な通信体制を構築するため、自治体衛星通信機構第3世代通信網を整備することとし、設計、工事等に着手した。</p> <p>4 九州広域防災拠点強化整備事業 九州における広域防災拠点機能を強化するため、「九州広域防災拠点構想」の見直しに向け、専門家の助言を得ながら、現時点でのリソース、課題、今後取り組むべき方向性について整理した。</p> <p>5 地域防災力強化事業 自主防災組織に対する訓練や活動への助言指導及び資機材の整備に対する支援を行うとともに、地域防災リーダーを養成するために、令和3年10月及び11月に「火の国ぼうさい塾」を開催し、合計161名が受講した。</p>	<p>計画調査費のうち P138</p> <p>防災総務費のうち P150～P151</p> <p>防災総務費のうち P150～P151</p> <p>防災総務費のうち P150～P151</p> <p>防災総務費のうち P150～P151</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
(施策2-①国土強靱化に向けた取組み)			<p>6 市町村防災体制・災害対応力強化支援事業</p> <p>(1) 「逃げ遅れゼロ」の実現に向け、住民避難の在り方を検討するため、浸水想定区域等の住民避難の必要性が高い地域における居住者の状況や当該地域における指定避難所の状況等の調査を行った。</p> <p>(2) 市町村における災害対応の課題解決を支援するために、市町村に対して、大学・研究所等の有識者を防災アドバイザーとして派遣し、自主避難所の運営の在り方や自主防災組織の活性化などに関する提案・助言等を行った。</p> <p>7 自助力強化推進事業</p> <p>「自分の命は自分で守る」(自助)意識を醸成し、県民自ら早めの避難を実践できるよう、マイタイムライン作成ガイドブック(要約版)の全世帯配布のほか、簡単にマイタイムラインを作成できる専用ホームページの開設、ガイドブックの全中学生への配布等により、幅広い年代に対する普及を進めた。</p> <p>8 防災対策費</p> <p>令和2年7月豪雨の経験を踏まえ、県及び県内市町村の防災担当職員の災害対応能力向上及び連携強化を目的として、令和4年2月から全7回にわたる豪雨対応能力向上訓練を全市町村で実施し、このうち令和3年度は3回実施した。訓練内容は、豪雨時における市町村の初動体制確保や、市町村・県・消防・警察が連携した情報の収集・伝達を中心とし、事前に訓練シナリオを周知しないブラインド式での実践的な訓練として実施した。</p> <p>9 7月豪雨デジタルアーカイブ事業</p> <p>令和2年7月豪雨の教訓等を後世に伝えるため、被害の状況や災害対応などの資料収集を行い、令和3年度の目標である4万件の資料公開を達成した。また、被災地の復旧・復興の様子を定点撮影し、記録を遺すとともに、防災関連イベント等で教訓やノウハウを発信した。(資料収集 R4.3月末 4.9万件)</p> <p>10 防災センター防災情報通信設備整備事業</p> <p>平成28年熊本地震の経験を踏まえ整備する新防災センターの防災通信設備工事を行った。(令和4年度末まで)</p>	<p>計画調査費のうち P138</p> <p>防災総務費のうち P150～P151</p> <p>防災総務費のうち P151</p> <p>防災総務費のうち P150～P151</p> <p>防災総務費のうち P150～P151</p> <p>防災総務費のうち P150～P151</p>
<p>2 新型コロナウイルス感染症を踏まえた対応</p> <p>【施策3】持続可能な経済活動の実現</p> <p>施策3-④新たな観光スタイルの確立</p>	144,200	113,440	<p>1 くまモン使用許可等管理事業</p> <p>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。</p>	<p>計画調査費のうち P138</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
(施策3-④新たな観光スタイルの確立)			<ul style="list-style-type: none"> ・許可件数：38,010件（平成22年12月～令和4年3月末） ・利用許諾商品の売上高 <ul style="list-style-type: none"> 売上高：約1,546億円（令和3年1月～令和3年12月）（2,728業者回答／対象2,777業者） 回答率：98.2% 2 くまもとプロモーション推進事業 <ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> 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。令和3年度も、ロクシタン・キリンビバレッジ・敷島製パン・湖池屋等とのコラボ商品発売により、大きな話題を集めることができた。 (2) 地域の特性に応じたPR展開の実施 <ul style="list-style-type: none"> 首都圏及び大阪地域において、「くまもとプロモーション」を展開した。 ・「くまモンファン感謝祭2022 in TOKYO」、「くまモンまつり2022 in OSAKA」の実施 (3) 「くまモンランド」化構想の推進 <ul style="list-style-type: none"> 令和4年度からの本格的な始動に向け、くまモンスクエアのリニューアルや会える施設の充実など「くまモンランド」化構想のイメージを発表した。 3 くまモンスクエア管理運営事業 <ul style="list-style-type: none"> 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・運営を行った。 ・累計来館者数：約314万人（H25.7.24の開館からR4.3.31まで） 4 くまモン共有空間拡大推進事業 <ul style="list-style-type: none"> 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。令和3年度は20名をフェローに任命し、VR技術研究や阿蘇くまもと空港「新ターミナルビル」との連携を進めた。 5 くまモン海外プロモーション推進事業 <ul style="list-style-type: none"> (1) コロナ禍におけるプロモーションの実施 <ul style="list-style-type: none"> コロナ禍のため海外渡航はできなかったが、動画配信等による国内外向けメディア・ウェブ・SNS等を活用したプロモーションを行った。 	<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
(施策3-④新たな観光スタイルの確立)			(2) くまモンTVの配信 YouTubeチャンネル「くまモンTV」(平成30年9月開局)により、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。	
3 熊本地震からの創造的復興 【施策2】創造的復興の推進 施策2-②くまもとの誇りの回復と宝の継承	24,770	21,506	1 熊本地震犠牲者追悼式事業 熊本地震において犠牲となられた方々に哀悼の意を表するため、県庁において追悼式を実施した。(御遺族、来賓等の参列者：34名) 2 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、復旧・復興に関する資料収集を行い、専用サイトへの掲載件数も20万件を超えた。また、熊本城や阿蘇大橋などの復旧・復興の様子を定点撮影し、記録を遺すとともに、防災関連イベント等で教訓やノウハウを発信した。(資料収集件数 R3.3月末 25万件→R4.3月末 26万件) 3 震災等ミュージアム整備 「熊本地震震災ミュージアム基本計画」に基づき、展示構成、内容などをまとめた基本展示コンセプトの策定を行った。(令和5年4月オープン予定)	一般管理費のうち P123 防災総務費のうち P150～P151
6 その他 (1) 重要政策調整事業	16,000	12,460	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) 令和2年7月豪雨における災害対応の振り返り 令和2年7月豪雨の記憶や教訓を広く発信するため、初動・応急期の県の対応をまとめた「令和2年7月豪雨における災害対応の振り返り」を書籍化し、国や都道府県へ配布した。(再掲)(P1に記載) (2) 市町村防災体制・災害対応力強化支援事業 「逃げ遅れゼロ」の実現に向け、住民避難の在り方を検討するため、浸水想定区域等の住民避難の必要性が高い地域における居住者の状況や当該地域における指定避難所の状況等の調査を行った。(再掲)(P1に記載)	計画調査費のうち P138
(2) 広聴広報の推進	162,254	155,879	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。 知事への直行便：郵送(県内約620か所に様式を設置)・メール等(1,341件処理)	広報費のうち 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
(2) 広聴広報の推進			<p>2 広報事業</p> <p>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。</p> <p>(1) 新聞紙面広報 新聞5紙に50回掲載</p> <p>(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261回放送） ・FMK「県庁ダイアリー」：3分番組（毎週月～金曜日・年261回放送）</p> <p>(3) テレビ広報 ・RKK「くまモン スマイル ジャンプ！」：5分番組（毎週水曜日・年43回放送、特番30分2回放送） お知らせコーナー：30秒×6本（平日）毎週 年90テーマ放送</p> <p>(4) 熊本県広報紙（「県からのたより」）発行事業 ・規格：タブロイド判4頁 回数：年5回（6月・8月・10月・12月・3月） 部数：52万部/回</p> <p>(5) ウェブ活用広報事業 ・メール広報紙「気になる！くまもと」配信 配信頻度：月2回（隔週木曜日・年23回配信） 登録者数（配信数）：31,487人（令和4年3月末）</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、地震の記憶の風化防止、風評被害の払拭等を図るため、熊本の積極的な魅力発信に取り組んだ。 具体的には、本県出身の著名なアーティスト（Instagramフォロワー350万人超）と連携し、ミニチュアのくまモンが熊本を旅するミニチュアアートを12作品制作し、SNS上で公開した。</p> <p>(7) 若年層向け広報 SNS広告を用いて、新型コロナウイルス関連や移住定住関連などの県の取組みを全20回、県内外の若年層等に向けて戦略的に発信した。 県公式YouTubeチャンネル「くまもとのちゃんねる」を新たに開設。21本の動画を配信し、総再生回数は12万回。YouTubeチャンネル登録者数は、1,400人（令和4年3月末現在）</p>	