

(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	620,480	552,802	1 地域防災力強化事業 熊本地震の対応に関する検証を踏まえ、地域防災力強化の取組みを実施した。 (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資機材整備に対する助成を行い、活動活性化の取組みを支援した。 (2) 「火の国ぼうさい塾」の開催 防災士等の地域の防災リーダーを養成するため、「火の国ぼうさい塾」の開催を年2回に増やすとともに、定員を100名から200名に倍増し、人材育成の取組みを強化した。 2 九州広域防災拠点強化整備事業 「九州を支える広域防災拠点構想」に基づく広域防災活動拠点の機能強化のため、防災消防航空隊及び県警航空隊の活動拠点となる総合防災航空センターの整備を行い、平成29年11月から運用を開始した。 3 災害対策体制強化事業 熊本地震の対応に関する検証を踏まえ、県の防災体制強化の取組みを実施した。 (1) 「災害対応工程管理システム」(BOSS)の開発 災害対応を迅速かつ的確に行うため、災害対応業務の流れをタイムライン化し、各業務に関連する県地域防災計画の規定や各種マニュアル等を、災害対応員が使用するネットワーク上で確認できる「災害対応工程管理システム」を東京大学と連携して開発した。 (2) 防災センターの配置検討 熊本地震の検証で明らかとなった高層階配置の防災センターの課題(エレベーター停止による参集苦慮、活動スペースや耐震性の不足等)を踏まえ、配置等の検討を実施した。 4 市町村防災体制強化支援事業 熊本地震の経験を踏まえ、市町村における防災体制強化の取組みを支援した。 (1) 「地域防災活動支援プログラム」等の作成 「地域防災活動支援プログラム」等を作成して全ての市町村及び自主防災組織に配布し、市町村と自主防災組織が平時から連携し訓練等に取り組むための活動ノウハウを提供することにより、市町村の防災体制強化の取組みを支援した。 (2) 市町村BCP策定支援 市町村担当者向け研修会を消防庁と連携して2回開催するとともに、市町村長を対象とし	防災総務費のうち P149 ~ P152 防災総務費のうち P149 ~ P152 防災総務費のうち P149 ~ P152 防災総務費のうち P149 ~ P152

(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4 - 防災体制の充実・強化)			たセミナーを開催するなど、市町村のBCP策定について技術的支援を実施した。 (BCP重要6要素全てを規定した市町村数 H28.3月末 1市 H30.3月末 10市町村)	
施策4 - 防災の「知」の集積と「記憶・記録」の継承・発信	72,535	70,150	<p>1 熊本地震デジタルアーカイブ事業 平成28年熊本地震の被害の実情や復旧・復興の中で得られたノウハウ・教訓、被災地の写真・映像等を後世に伝えていくため、市町村や大学等と連携して、資料収集を行うとともに、「熊本地震デジタルアーカイブ」サイトの運用を開始し、全国に発信した。</p> <p>2 熊本地震検証事業 平成28年熊本地震の経験を本県のみならず我が国における災害対策に生かすため、発災から4か月以降の復旧・復興の取組に関する検証を行い、報告書を取りまとめた。また、平成28年度に取りまとめた発災から概ね3か月間の初動・応急対応に係る検証報告書を書籍化し、全国に発信した。</p> <p>3 震災ミュージアムのあり方検討事業 平成29年6月から「熊本地震震災ミュージアムのあり方検討有識者会議」を計5回開催し、9月に有識者会議から知事に提出された報告書を踏まえ、平成30年3月に「熊本地震震災ミュージアムの実現に向けた基本方針」を策定した。</p>	<p>防災総務費のうち P149 ~ P152</p> <p>防災総務費のうち P149 ~ P152</p> <p>防災総務費のうち P149 ~ P152</p>
<p>4 世界とつながる新たな熊本の創造</p> <p>【施策13】世界と熊本をつなぐヒト・モノの流れの創出</p> <p>施策13 - 「KUMAMOTOブランド」の世界展開</p>	304,655	297,892	<p>1 くまもとプロモーション推進事業 県外・海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。</p> <p>(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(旧フランス政府観光局)の全面バックアップのもと、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。</p> <p>(2) 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29年度も、平成28年度(46件)と同様、例年の約2倍となる45件の成果をあげることができた。</p>	<p>商業総務費のうち P295 ~ P297</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13 - 「KUMAMOTOブランド」の世界展開)			<p>(3) 「くまもとから感謝をプロジェクト!」の実施 くまモンが全国各地を訪問し、熊本地震に対して様々な形で応援していただいた方々へ感謝を伝えるとともに、震災からの復興に向けて頑張る「元気な熊本」をPRする「くまもとから感謝をプロジェクト!」を実施した。平成29年度は26府県を訪問し、すべての都道府県の訪問を完了した。</p> <p>(4) 地域の特性に応じたPR展開の実施 首都圏・関西・福岡地域及び海外において、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組みの訴求力を高めた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・くまモンファン感謝祭2018 in YOKOHAMA (横浜ランドマーク)の開催 ・くまモンファン感謝祭 2018 in OSAKA (大阪城公園太陽の広場)の開催 ・くまもと&くまモンフェスタinだざいふ遊園地(だざいふ遊園地)の開催等 <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、くまモンをフックとしたイベント等を実施し、県外・海外に「くまもと」のPRを行った。</p> <p>(1) くまモン誕生祭2018の実施 平成30年3月10日、11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。</p> <p>(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80万人となった。</p> <p>3 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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・許可件数：27,735件(平成22年12月～平成30年3月末) ・利用許諾商品の売上高 売上高：約1,409億円(平成29年1～12月)(3,413業者回答/対象4,555業者)回答率75% <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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成29年度出動回数実績 熊本・福岡：1,865回、関西：282回、首都圏：412回 合計：2,559回 	<p>計画調査費のうち P138～P140</p> <p>計画調査費のうち P138～P140</p> <p>商業総務費のうち P295～P297</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13 - 「KUMAMOTOブランド」の世界展開)			5 観光物産交流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190万人(H25.7.24の開館からH30.3.31まで) 6 くまモン共有空間拡大推進事業(くまラボ) 民間企業の自由な発想と活力を取り入れ、くまモンの共有空間を拡大させるため、昨年9月に「くまラボ」をスタート。40者の応募の中から12者のフェローを採択し、くまモンイラストの海外解禁など、くまモンが世界に羽ばたく新たなチャレンジをスタートさせた。	商業総務費のうち P295 ~ P297 商業総務費のうち P295 ~ P297
6 その他 (1) 重要政策調整事業	16,000	14,432	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) 熊本地震からの復興支援としてモナコで開催された「熊本地震復興支援マッチ」において、復旧・復興の状況等を発信するとともに、2019年の国際スポーツ大会のPRを行った。 (2) インドネシア・バリ州とのMOU締結を受け、農畜産業分野における交流を具体化していくため、モデル農園構想づくりとそれに必要な技術支援の提案を目的にバリ州を訪問した。 (3) 平成30年3月をもって熊本県立大学理事長を退任された五百旗頭真氏について、理事長としての功績だけでなく、「くまもと復旧・復興有識者会議」の座長として、熊本地震からの復旧・復興の方向性を示された功績を称え、「熊本県特別功労賞」を授与した。	計画調査費のうち P138 ~ P140
(2) 広聴広報の推進	189,352	184,414	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(441件処理) (2) 県民対話事業: すまいの再建や地震からの創造的復興をテーマに、知事が直接、県民と意見交換を行った。益城町、西原村、南阿蘇村の仮設団地及び熊本県立大学で開催 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に努めるとともに、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20回掲載	広報費のうち P127 ~ P128 広報費のうち P127 ~ P128

(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) ラジオ広報</p> <ul style="list-style-type: none">・ R K K 「ふれあいくまもと」: 3分番組 (毎週月～金曜日・年260回放送)・ F M K 「県庁ダイアリー」: 3分番組 (毎週月～金曜日・年260回放送) <p>(3) テレビ広報</p> <ul style="list-style-type: none">・ R K K 「くまモン しあわせ 彩熊記」: 5分番組 (毎週水曜日・年34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90テーマ放送 <p>(4) 熊本県広報誌発行事業 (「県からのたより」)</p> <ul style="list-style-type: none">・ 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: 58万5千部/回 <p>(5) ウェブ活用広報事業</p> <ul style="list-style-type: none">・ 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): 35,980人 (平成30年3月15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190万件のアクセスがあった。 <p>(6) 復旧・復興首都圏等広報強化事業</p> <p>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。</p> <p>具体的には、復興の歩みを進めてきた県民の実話を基に描く、笑いや感動を交えて描いた復興ドラマ「ともにすすむ サロン屋台村」を制作し、県内・首都圏等で上映するとともに、ウェブ等で配信した。</p> <p>この他、共通の歴史・文化を背景とした東京都新宿区・文京区及び熊本市と連携した広報、首都圏での話題性のあるイベントや企業等とのタイアップ、パブリシティを活用した広報などを積極的に展開した。</p>	