

(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	866,362	296,290	1 地域防災力強化事業 自主防災組織の活動率100%（平成31年度末）を達成するため、自主防災組織の訓練実施や資機材整備に対する助成により、市町村及び地域の取組みを支援した。 併せて、地域防災リーダーを育成する「火の国ぼうさい塾」の開催により、自主防災組織の活動の促進を図った。 （活動率 H28.4.1 40.3% H32.3.31 100%目標） 2 「危険地区からの予防的避難の促進」に係る総合支援事業 「予防的避難」をより実効性のあるものとするため、避難情報発令体制の強化や避難所の環境改善、避難誘導の担い手となる自主防災組織の育成に取り組んだ2市村に対し、助成を実施した。 併せて、熊本大学と連携し、市町村に対して自主防災組織育成等の取組みへの助言を行った。 3 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、平成29年10月の竣工に向けて、平成28年度から、防災消防航空隊と県警航空隊の活動拠点となる総合防災航空センター（仮称）の整備を行っている。	防災総務費のうち P 150～P 153 防災総務費のうち P 150～P 153 防災総務費のうち P 150～P 153
施策4 - 防災の「知」の集積と「記憶・記録」の継承・発信	40,610	34,298	1 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、発災後概ね3カ月間の応急対応に関する検証を行い、報告書を取りまとめるとともに、全国へ情報発信を行った。 2 熊本地震デジタルアーカイブ事業 平成28年熊本地震の被害の実情、復旧・復興の中で得られたノウハウや教訓、被災地の写真・映像などを記録として整理・蓄積していくため、「熊本地震デジタルアーカイブ」サイトを構築し、全国へ発信するとともに、防災・減災の研究や対策が推進されるよう市町村や大学と連携して、資料の収集を行った。	防災総務費のうち P 150～P 153 防災総務費のうち P 150～P 153

(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>	<p>277,746</p>	<p>265,516</p>	<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月と11月の2回、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。特に平成28年度は、熊本地震後の熊本支援の機運の高まりにより企業側から多大なご協力をいただき、例年の約2倍となる46件の成果をあげることができた。</p> <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28年度の訪問数20都道府県)</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 2017 in OSAKA (西梅田スクエア)の開催 ・くまモンファン感謝祭 2017 in YOKOHAMA (横浜ランドマークタワー)の開催 ・くまモンファン感謝祭 2017 in FUKUOKA (福岡市役所前広場)の開催 ・くまモンファン感謝祭 2017 in VANGKOK (バンコク・サイアムパラゴン)等 	<p>商業総務費のうち P297～P299</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>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 2017 の実施 くまモンの誕生日を含む平成 28 年 3 月 11 日、12 日の 2 日間、熊本市中心市街地を会場として、平成 28 年熊本地震からの復興を願うセレモニーのほか、東北各県と連携した復興支援のための物産展等も行い、期間中県内外から 6 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、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 60 万人、フェイスブックの「いいね!」数は約 18 万人となった。</p>	<p>計画調査費のうち P138 ~ P139</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：24,434 件 (平成 22 年 12 月 ~ 平成 29 年 3 月末) ・利用許諾商品の売上高 売上高：1,280 億円(平成 28 年 1 ~ 12 月)(4,013 業者回答 / 対象 5,252 業者) 回答率 76% 	<p>計画調査費のうち P138 ~ P139</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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成 28 年度出動回数実績 熊本・福岡：1,749 回、関西：302 回、首都圏：447 回 合計：2,498 回 	<p>商業総務費のうち P297 ~ P299</p>
			<p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・累計来館者数は約 140 万人 (H25.7.24 の開館から H29.3.31 まで) 	<p>商業総務費のうち P297 ~ P299</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	20,000	15,804	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) 熊本地震により被害を受けている県産品販売事業者の販路拡大のため、東京事務所等に必要人員を配置し、全国から寄せられる県産品購入に係る復興支援の申し出に対応した。 (2) 「国立公園満喫プロジェクト」に選定された阿蘇くじゅう国立公園の訪日外国人誘客のための取組みを計画的、集中的に実施するために必要な「国立公園ステップアッププログラム2020」を策定するための情報収集、分析、素案作成を行った。 (3) 4月に発生した熊本地震に際し、支援、協力をいただいた企業等に対して、感謝の意を表するために知事から感謝状を贈呈した(感謝状贈呈式の実施)	計画調査費のうち P138～P139
(2) 広聴広報の推進	210,491	196,726	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・メール): 県内約620か所に設置(585件処理) 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18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296回放送) ・FMK「県庁ダイアリー」: 3分番組(毎週月～金曜日・年271回放送) (3) テレビ広報 ・RKK「夢くまモン応援隊!」: 5分番組(毎週水曜日・年45回放送、特番5分7回、30分2回放送) お知らせコーナー: 30秒×4本(平日19:00～21:00)年88回放送 (4) くまもとの魅力発信事業 ・県外の人々に熊本への興味・関心を持ってもらうため、くまモンを活用した効果的なイメージアップ広報を展開した。 ・“こんぷおーとくまもと”プロモ事業では、震災後も変わらない熊本の魅力をショートムービーで発信し、移住ニーズの掘り起こし等を行った。	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>(5) 熊本県広報誌発行业務(「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：58万5千部/回</p> <p>(6) 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)：35,708人(平成29年4月1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360万件のアクセスがあった。</p> <p>(7) 首都圏広報強化事業 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を行った。 具体的には、水前寺清子さんをはじめ熊本の著名人や県民とともに「三百六十五歩のマーチ」にのせて、歌いつなぐ動画を制作・配信した。 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>	