

(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
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	4,081	3,982	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、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140名)	一般管理費のうち P125
【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	2,257,258	1,472,654	1 危機管理対策事業 武力攻撃に対応した「緊急一時避難施設」の指定拡大のため、指定候補施設の洗い出しを行い、120施設を新たに指定。県内990施設となった。また、各市町村の危機管理監や担当課長を対象とする国民保護研修会や、担当者を対象とした住民避難に関する研修会を開催した。 2 防災対策事業 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関係機関との連携強化を図るため、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た。また、県総合防災訓練では、阿蘇山で噴火警戒レベル4相当の噴火発生を想定し、関係市町村や自衛隊等関係機関と訓練を実施し、火山災害対応力の向上を図った。 3 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、市町村における住民参加型避難訓練の実施や地区防災計画の策定を支援。対象3,700地区のうち30市町村619地区で計画策定に着手。また、市町村における広域避難計画の策定を支援するため、国や市町村との協働により「広域避難モデル計画」を作成した。 4 地域防災力強化事業 自主防災組織の住民避難訓練の実施等に対する助言指導を行った。また、地域防災リーダーを養成するために、「火の国ぼうさい塾」を県下6会場で開催し、合計423人が受講。地域防災リーダーのスキルアップ研修は、211人が受講した。	一般管理費のうち P123 ~ P125 防災総務費のうち P153 ~ P155 防災総務費のうち P153 ~ P155 防災総務費のうち P153 ~ P155

(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2-①国土強靱化に向けた取組み)</p>			<p>5 自助力強化推進事業</p>	<p>防災総務費のうち</p>
			<p>「自分の命は自分で守る」意識を醸成し、逃げ遅れゼロを実現するため、県政テレビやラジオ等でのマイタイムライン作成の呼びかけや、県内全中学1年生へのガイドブックを配布（令和3年度中学生全学年に配布済）。また、マイタイムライン作成動画を制作しYoutubeで配信する等、幅広い年代に対する普及を進めた。また、マイタイムラインを活用した防災教育モデル授業等を20校で行った。</p>	<p>P153～P155</p>
			<p>6 九州広域防災拠点強化整備事業</p>	<p>防災総務費のうち</p>
			<p>国や南海トラフ地震の重点受援県等と意見交換しながら、「九州を支える広域防災拠点構想」の見直しを行い、本県が広域防災拠点として担う機能に「避難者受入れ機能」、「災害対応ノウハウ等の提供・発信機能」を追加するとともに、広域避難者受入れ、支援物資輸送に関するシミュレーションを実施する等、九州における広域防災拠点としての機能強化を図った。</p>	<p>P153～P155</p>
			<p>7 防災情報通信基盤整備事業</p>	<p>防災総務費のうち</p>
			<p>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確保するため、地域衛星通信ネットワーク第3世代設備について、防災センター庁舎建築に併せて県庁局を整備し、市町村や消防本部への整備に係る実施設計を実施した。また、防災拠点施設2か所（球磨及び芦北地域振興局）の浸水対策工事を実施した。</p>	<p>P153～P155</p>
			<p>8 防災・震度情報システム管理事業</p>	<p>防災総務費のうち</p>
			<p>「防災情報くまもと」を核に、登録制の防災情報メール、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」も活用し、伝達手段の多重化を推進した。</p>	<p>P153～P155</p>
			<p>9 防災センター整備事業</p>	<p>防災総務費のうち</p>
			<p>新防災センター庁舎の防災情報通信設備を整備し、防災体制の充実強化を行った。</p>	<p>P153～P155</p>
<p>10 7月豪雨デジタルアーカイブ事業</p>	<p>防災総務費のうち</p>			
<p>令和2年7月豪雨の教訓等を後世に伝えるため、引き続き、被害の状況や災害対応などの資料収集を行い、令和4年度は約3万件の資料を公開した（資料公開 令和5年3月末7万件）。</p>	<p>P153～P155</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
2 新型コロナウイルス感染症を踏まえた対応 【施策3】持続可能な経済活動の実現 施策3-④新たな観光スタイルの確立	460,855	334,397	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い、利用許諾商品の売上は、過去2番目の売上高となった。 ・許可件数：1,834件（令和4年度） ・利用許諾商品の売上高：約1,590億円 （令和4年1月～令和4年12月）（回答2,475業者／対象2,568業者） 2 くまモン隊管理運営事業 県内をはじめ、全国、海外で行われる熊本関連イベントや、各部局におけるくまモンを活用した事業等にくまモン隊を出動させ、熊本の魅力を発信した。 ・出動件数：2,863件（令和4年度） 3 くまもとプロモーション推進事業 県内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「営業部長活動」を重点的に実施した。令和4年度は、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が実現した。 ・コラボ件数：53件（令和4年度） (2) 地域の特性に応じたPR展開の実施 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。また、熊本において、くまモンの誕生日に合わせた集客イベントを実施した。 ・くまモン誕生祭2023来場者数：約91,000人 (3) くまモン活用熊本PR事業 くまモンの人気を活かし、県内でのイベント開催やSNS等の情報発信ツールを活用し、熊本の魅力を発信した。 ・フォロワー数（令和5年3月末） ツイッター：約81万人、フェイスブック：約17万人、インスタグラム：約10万人	計画調査費のうち P140 ～ P141 商業総務費のうち P300 ～ P301 計画調査費のうち P140 ～ P141 商業総務費のうち P300 ～ P301

(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)			4 「くまモンランド」化構想の推進 くまモンに会えるスポットの充実や、DX技術を活用した周遊ツアーなど、くまモンランド化構想の具現化に向けた取組みを推進した。 ・JR熊本駅(アミュプラザ熊本)、阿蘇くまもと空港での定期ステージ開始 ・くまモンランド阿蘇DX周遊ツアー実証事業参加者数 10,537人(令和5年3月末)	商業総務費のうち P300 ~ P301
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	83,049	81,469	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：30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うとともに、熊本城や阿蘇大橋などの復旧・復興の様子を定点撮影し、令和4年度は約2千件の資料を公開した(令和5年3月末公開累計 20.9万件)。 3 新防災センター展示・学習室整備事業 新防災センター内に、地域防災の担い手育成や児童・生徒の防災学習の拠点となる「展示・学習室」を整備。本県の過去の災害の記録や災害発生メカニズム、防災の取組等に関する展示パネルやプロジェクションマッピング、VRを設置した(令和5年5月一般公開開始)。	一般管理費のうち P123 ~ P125 防災総務費のうち P153 ~ P155 防災総務費のうち P153 ~ P155
6 その他 (1) 重要政策調整事業	16,000	13,173	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) 県立図書館南側敷地測量業務委託 安藤忠雄氏の寄附による「こども図書館」の建設実現のために必要な用地測量を実施した。 (2) 新聞紙面広報事業 全国有数の農業県である本県の取組み(地産地消、県南フードバレー、あさり流通の熊本モデル)について、新聞広告を掲載し、広く県民に周知を図った。	計画調査費のうち P140 ~ P141

(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	182,854	145,613	<p>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（841件処理）</p> <p>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。</p> <p>(1) 新聞紙面広報 新聞5紙に34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）</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（毎週6本 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：51万部/回</p> <p>(5) 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、3Dスキャンやモーションキャプチャ等のCG技術を駆使し、本物と見間違えうほど精巧に再現されたCGのくまモンが大活躍する復興PR動画「くまモン、帰省中。」を7話制作。YouTubeおよびTikTokで配信し、総再生回数は約498万回。</p> <p>(6) 若年層向け広報 SNS広告を用いて、新型コロナウイルス感染症関連や移住定住関連などの県の取組みを全32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」において、90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、3,335人（令和5年4月末現在）</p>	<p>広報費のうち P127～P128</p> <p>広報費のうち P127～P128</p>