

主要な施策	予算額	決算額	施策の成果	目名
2 世界に開かれた活力あふれる熊本 (施策2) 世界に伍する産業拠点熊本の創出 施策2-⑤ビジネスの国際化・国際交流の促進	101,243	89,076	1 熊本県多文化共生支援事業 (1) 令和6年9月に、外国人から「選ばれる熊本」や多様性に富んだ「開かれた熊本」を目指す「熊本県外国人材との共生推進本部」を新たに設置し、部局横断的に課題を共有するとともに、優良事例の掘り起こしとその横展開を図った。 (2) 多言語に対応した「熊本県外国人サポートセンター」を運営し、417件の相談に対応するとともに、同センター内に開設した台湾相談ホットラインに、令和6年4月からは、熊本在住歴の長い台湾出身スタッフを配置し、146件の相談に対応した。 2 姉妹友好交流事業 (1) 知事が、令和6年12月に韓国・忠清南道知事を、令和7年2月に台湾・高雄市長を、令和7年3月に中国・広西壮族自治区幹部を訪問し、本県との友好の絆を再確認するとともに、今後の交流について前向きかつ率直な意見交換を行った。 (2) 令和6年10月に米国・モンタナ州商務部長をトップとする訪問団を受け入れ、表敬対応のほか、県内大学、草地畜産研究所の視察を支援した。 令和6年11月に仏・ディジョンメトロポールの訪問団を受け入れ、表敬対応のほか、庁内関係課との意見交換を行うとともに、今後の交流を見据えた日仏交流団体等との面会の機会を設定した。 3 若者の国際交流推進事業 学生へのパスポート新規取得助成や海外への修学旅行に対する助成を実施し、コロナ禍で落ち込んだ若者の海外渡航者数の回復に寄与した。 ・令和6年度実績：181件（パスポート取得助成）、1件（修学旅行事前視察助成） 4 くまモン海外プロモーション推進事業 (1) くまモン海外ファン感謝祭の開催 海外で開催されるイベント等への参加に加え、海外においてくまモンファン感謝祭を開催し、くまモンによる熊本ファンの増加と熊本の認知度向上を図った。 ① くまモン海外ファン感謝祭in台湾 来場者数 16,870人（令和7年1月18日、19日） ② くまモン海外ファン感謝祭inタイ 来場者数 44,000人（令和7年2月1日、2日） (2) くまモン活用熊本PR事業 くまモンの人気を生かし、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。	諸費のうち P136 ～ P139  諸費のうち P136 ～ P139  諸費のうち P136 ～ P139  計画調査費のうち P140 ～ P141 商業総務費のうち P306

(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2-⑤)ビジネスの国際化・国際交流の促進			<ul style="list-style-type: none"> <li>・フォロワー数：155.1万人（令和7年4月現在。前年同月比6.8万人増）</li> <li>（内訳）X：約83.8万人、Facebook：約23.1万人、Instagram：約11.7万人等</li> </ul>	
3 いつまでも続く豊かな熊本 (施策2) 移住定住、関係人口創出 施策2-②魅力の発信、関係人口創出	337,778	330,716	<ol style="list-style-type: none"> <li>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に係るキャラクターの利用許諾を実施した。利用許諾商品の売上高は、過去2番目となった。               <ul style="list-style-type: none"> <li>・利用許諾件数：2,282件（令和6年度）</li> <li>・利用許諾商品の売上高：約1,627億円（令和6年1月～令和6年12月）</li> </ul> </li> <li>2 くまモン隊管理運営事業                熊本のPR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动させ、熊本の魅力を発信した。               <ul style="list-style-type: none"> <li>・出動件数：3,211件（令和6年度）</li> </ul> </li> <li>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し、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。               <ol style="list-style-type: none"> <li>(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6年度は、シュタイフ、UNIQLO、キリンビバレッジ、湖池屋、UHA味覚糖、赤城乳業等とのコラボ商品発売を実現した。                   <ul style="list-style-type: none"> <li>・コラボ件数：45件（令和6年度）</li> </ul> </li> <li>(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「くまモン誕生祭2025」を実施した。                   <ul style="list-style-type: none"> <li>・くまモン誕生祭2025来場者数：59,000人（令和7年3月15日、16日）</li> </ul> </li> </ol> </li> <li>4 「くまモンランド」化構想の推進                県南地域にあるくまモンコンテンツを巡るツアーや先端技術を活用したプロモーションなど、くまモンランド化構想の発展・定着に向けた取組みを推進した。               <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) くまモンツアー展開事業（デジタル田園都市国家構想交付金活用）                    県南地域にあるくまモンコンテンツを巡るツアーの企画・造成により、県内への誘客促進を図るとともに、ファンクラブ会員向けにオンラインイベント（「食」をテーマとしたイベン</li> </ol> </li> </ol>	計画調査費のうち P141  商業総務費のうち P306  計画調査費のうち P140～P141 商業総務費のうち P306～P307  商業総務費のうち P306～P307

(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2-②魅力の発信、関係人口創出)			<p>ト)を開催し、関係人口の拡大を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ツアーの送客総数 382人</li> <li>・オンラインイベント参加者 1,280人</li> </ul> <p>(2) 先端技術を活用した情報発信事業(デジタル田園都市国家構想交付金活用)くまモン誕生祭2025の開催に合わせ、先端技術を活用した「くまモンAR」と「デジタルスタンプラリー」を実施した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ARコンテンツ利用者 5,193人</li> <li>・デジタルスタンプラリー参加者 1,000人</li> </ul>	
<p>4 県民の命、健康、安全・安心を守る (施策2) 災害に強い県土づくり 施策2-①防災力の強化</p>	255,132	241,874	<p>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：28名)。</p> <p>2 危機管理対策事業 有事の際の沖縄県先島諸島の住民の受入れについて、国が示した一定の前提のもと、避難当初の約1か月間において必要となる要領や手続き等をまとめた初期的な計画を、国、沖縄県、九州・山口各県、関係市町、関係機関と連携し作成した。</p> <p>3 防災対策事業 令和2年7月豪雨の経験を踏まえ、県及び市町村職員の対応力及び関係機関との連携強化に向けた豪雨対応訓練を全45市町村で実施した。また、県総合防災訓練では、日奈久断層帯を震源とする震度7の地震を想定した図上・実動訓練を実施し、能登半島地震でも課題となった孤立対策の強化を図った。</p> <p>4 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(6市町)や地区防災計画の作成(40市町村1,619地区で着手)を支援した。</p> <p>5 地域防災力強化事業 地域防災リーダーとなる防災士を養成するために、「火の国ぼうさい塾」を県内2会場で開催し、182人を養成した。また、地域防災リーダーのスキルアップ研修を行い、88人が受講した。</p> <p>6 自助力強化推進事業 「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、県政広報媒体や</p>	<p>一般管理費のうち P125</p> <p>一般管理費のうち P123～P125</p> <p>防災総務費のうち P153～P155</p> <p>防災総務費のうち P153～P155</p> <p>防災総務費のうち P153～P155</p> <p>防災総務費のうち 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
(施策2-①防災力の強化)			<p>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6年度には約2千件の資料を公開した(令和7年3月末時点の公開累計21万件)。</p> <p>14 防災センター展示・学習室運営事業            防災センター展示・学習室で展示しているパネルの多言語化を行った(令和7年3月末時点の累計入館者数21,190人)。</p>	<p>防災総務費のうち            P153 ~ P155</p>
<p>5 その他            (1) 重要政策調整事業</p>	16,000	7,629	<p>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)。</p> <p>(1) 津波到達時間調査検討業務            過去の調査で未実施であった津波到達時間について、避難困難地域の解消、住民の早期の避難行動に繋げるため、調査検討業務委託を実施し、ハード・ソフト両面への対策における活用資料とした。</p> <p>(2) 県民対話事業「お出かけ知事室～ともに未来を語る会～」            知事が県内25市町村に出向いて、県民から直接意見を聴き、地域における現状や課題を把握するなど、県施策の参考とした。            ・会場での質問・提案者 392人、傍聴者 約2,300人</p>	<p>計画調査費のうち            P140 ~ P142</p>
(2) 広聴広報の推進	125,297	120,394	<p>1 広聴事業            県政について県民の意見や要望を幅広く聴き、県政運営に活用した。</p> <p>(1) 県への提案            県民からの450件(メール・郵送等)の提案に対応した。</p> <p>(2) 県民対話事業「お出かけ知事室～ともに未来を語る会～」(再掲)(P5に記載)</p> <p>2 広報事業            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21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261回放送)</p>	<p>広報費のうち            P127 ~ P128</p> <p>広報費のうち            P127 ~ P128</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>(2) 広聴広報の推進</p>			<ul style="list-style-type: none"> <li>・ FMK「県庁ダイアリー」：3分番組（毎週月～金曜日・年 261 回放送）</li> <li>(3) テレビ広報               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ TKU「GO!くまモン☆ナビ」：4分半番組（毎週金曜日・年 45 回放送）</li> <li>お知らせコーナー：30秒（毎週6本 年90テーマ放送）</li> </ul> </li> <li>(4) 熊本県広報紙（「県からのたより」）発行事業               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 規格：タブロイド判4頁 回数：年4回（6月・9月・12月・3月） 部数：51万部/回</li> </ul> </li> <li>(5) くまもと魅力発信事業               <ul style="list-style-type: none"> <li>① くまモンを活用した首都圏プロモーション                   <ul style="list-style-type: none"> <li>イベントや各種メディア、SNS等により、首都圏でくまモンを活用した「食のみやこ熊本」プロモーションを展開し、熊本の食に関する魅力を発信。PR動画の総再生回数は100万回となった。</li> </ul> </li> <li>② SNS広告を活用した戦略的広報                   <ul style="list-style-type: none"> <li>SNS利用者の登録情報（属性）を活用し、ターゲットを絞った効率的なSNS広告配信を25テーマ分実施。延べ2,020万人にリーチ（情報伝達）した。</li> </ul> </li> <li>③ 県公式SNSによる動画等配信                   <ul style="list-style-type: none"> <li>県政情報や県の魅力をSNS（フェイスブック、インスタグラム、TikTok等）により発信し、総再生回数は1千万回となった。</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>(6) くまもと魅力発信事業（デジタル田園都市国家構想交付金活用）               <ul style="list-style-type: none"> <li>県が実施する大阪万博関連事業をより効果的に発信するため、デジタルプロモーションアドバイザーを起用し、関連事業のデジタルプロモーションを支援した。</li> </ul> </li> </ul>	