

(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 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	96,249	91,348	1 熊本県多文化共生支援事業 (1) 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」を実現するため、令和6年9月に「熊本県外国人材との共生推進本部」を設置した。令和7年度は6月と10月に計2回、推進本部会議を開催し、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横展開を図った。さらに、令和8年3月に「外国人材との共生推進アクションプラン」を策定し、県民に外国人材との共生に関する県の施策をわかりやすく発信した。 (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、520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、89件の相談に対応した。 2 姉妹友好交流事業 (1) 令和7年4月に台湾・高雄市副市長の副知事表敬、令和7年6月、7月に中国・広西壮族自治区、令和7年10月に韓国・忠清南道幹部の知事表敬があり、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7年10月に米国・モンタナ州知事をトップとする訪問団の受入れ、表敬対応のほか、熊本市内（水前寺成趣園、熊本城）の視察を支援した。 同月、仏国・ディジョンメトロポールからの訪問団受入れ、表敬対応のほか、「ディジョン・ブルゴーニュウィーク」を開催し、熊本市内の百貨店、イベント広場等でPRイベントやセレモニーを実施した。 (3) 令和8年3月に台湾・高雄市、米国・アリゾナ州と三者で経済交流を進めるための新たな覚書(MOU)の締結をした。 3 くまモン世界展開推進事業 海外で開催されるイベント等への参加に加え、海外において大規模イベント等に主体的に関わるくまモンワールドツアーを開催し、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) くまモンワールドツアー i n 中国 ① LICENSING EXPO CHINA 2025 来場者数：約7万人（令和7年7月16日、17日） ② Firefly ACG Festival 2025 来場者数：約29万人（令和7年7月18日～20日） (2) くまモンワールドツアー i n タイ ① バンコク日本博 2025 来場者数：約15万人（令和7年8月29日～31日）	諸費のうち P137～ P138 諸費のうち P138 商業総務費のうち P304

(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
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	290,180	281,865	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、くまモン関連商品の売り上げは、8年連続で1,500億円以上を記録した。 ・利用許諾件数：2,234件（令和7年度） ・利用許諾商品の売上高：約1,503億円（令和7年1月～令和7年12月） 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。 ・SNS総フォロワー数：156.9万人（令和8年4月現在。前年同月比約1万人増） （内訳）X（旧Twitter）：約78.8万人、Facebook：約23.3万人、Instagram：約13.2万人 等 3 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。 ・出动件数：2,966件（令和7年度） 4 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。 （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7年度は、赤城乳業、カゴメ、山崎製パン、双葉社等とのコラボ商品発売を実現した。 ・コラボ件数：55件（令和7年度） （2）地域の特性に応じたPR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2026」を実施した。 ・くまモン誕生祭2026来場者数：約7万人（令和8年3月14日、15日） 5 「くまモンランド」化構想の推進 くまモンをフックに熊本県の魅力を発信し、「熊本県＝くまモンランド」としての認知度を高めることで、国内外での熊本ファンの拡大及び県内への誘客を図った。	計画調査費のうち P141 計画調査費のうち P140 ～ P141 商業総務費のうち P304 商業総務費のうち P304 ～ P305 商業総務費のうち P304 ～ P305

(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)			・阿蘇くまモン空港キャンペーン 実施期間：令和7年10月15日～令和8年6月30日 (当初、期間を令和8年3月15日までとしていたが、好評であったため6月30日まで延長) ・くまモンランド全国キャラバン 香川県高松市マリタイムプラザ高松 来場者数 3,234人 (令和7年12月12日～14日) 岐阜県岐阜市ぎふしんフォーラム 来場者数 3,030人 (令和8年1月10日～12日) 福島県福島市コラッセふくしま 来場者数 2,506人 (令和8年1月24日～26日) ・くまモンランド公式バスツアー 全12ツアー催行、参加人数 321人	
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	2,096,545	1,869,470	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：20名)。 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、「初期的な計画」の更なる具体化を図るとともに、中長期の避難を想定するなど新たな検討を行い、「受入れ基本要領」の中間整理として取りまとめた。 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。 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、地区防災計画の作成を支援した(40市町村 1,824地区で作成または着手済)。 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、190人を養成した。	防災総務費のうち P153 ～ P154 一般管理費のうち P123 ～ P125 防災総務費のうち P152 ～ P154 防災総務費のうち P153 ～ P154 防災総務費のうち P152 ～ P154

(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)			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、県政広報媒体やイベント等でのマイタイムライン作成の呼びかけ等を行った。また、増加する外国人に対応するため、防災ハンドブックの多言語化（英語、中国語（簡体字・繁体字））を実施した。 7 九州広域防災拠点強化整備事業 令和7年5月の九州地方知事会において、南海トラフ地震発生時に九州地方知事会会長県を代行することが決定したため、行動マニュアルを策定するとともに、宮崎県や大分県を支援するため、関係機関と連携した広域応援訓練を実施した。 8 防災・震度情報システム管理事業 防災総合サイト「防災情報くまもと」を核に、防災情報メールサービス、Lアラート、緊急速報メール、統合型防災情報システムにより、県民に防災・災害関連情報を発信するとともに、「Yahoo!防災アプリ」や「X（旧Twitter）」も活用し、伝達手段の多重化を推進した。 9 防災DX推進事業 気象庁が令和8年5月29日から運用を開始した新たな防災気象情報による災害対応を可能とするため、県防災情報共有システムなどの防災関係の伝達システムの改修を実施した。また、災害時の情報収集・共有を強化するため、広域本部・振興局にアクションカメラを配備した。 10 熊本災害デジタルアーカイブ事業 平成28年熊本地震や令和2年7月豪雨の教訓等を後世に伝えるため、熊本城や球磨川流域などの復旧・復興の様子を定点撮影し、令和7年度には約3千件の資料を公開した（令和8年3月末時点の公開累計31.2万件）。 11 防災消防ヘリコプター管理運営 厳しい条件下で活動を行う防災消防ヘリコプター「ひばり」の安全運航を確保するため、必要な運航体制の確保及び機体の維持管理を行った。 12 消防学校教育訓練機能強化事業 消防職員、消防団員の教育訓練環境の充実及び大規模災害等への対応強化を図るため、消防学校の本館及び寄宿舍の整備工事等を行った。	防災総務費のうち P152 ～ P154 防災総務費のうち P153 ～ P154 防災総務費のうち P153 ～ P154 防災総務費のうち P153 ～ P154 防災総務費のうち P153 ～ P154 防災総務費のうち P152 ～ P154 消防指導費のうち P154 ～ P156

(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
5 その他 (1) 重要政策調整事業	13,000	9,800	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) 仏・ディジョンメトロポール訪問団との国際交流、経済交流に関する意見交換会の開催及び県産品PR事業（国際課） 仏・ディジョンメトロポール訪問団と交流に関する活発な意見交換を行い、次年度の訪問、MOU の継続・発展など、今後の交流促進に寄与する取組みとするとともに、訪問団の方々に熊本の食の魅力のPRを行った。 (2) 「第77回日米学生会議 in 熊本」における熊本地震震災ミュージアムK I O K Uおよび阿蘇地域視察ツアー実施のためのバス借り上げ事業（国際課） 参加学生が視察を通じて熊本の多様な地域資源に触れることで、自然災害の脅威や復興の取組み、産業振興など多角的な視点から学びを深めるとともに、地域住民や地元学生との交流を行うことでグローバル人材の育成にも繋がった。	計画調査費のうち P139 ～ P141
(2) 広聴広報の推進	122,319	113,442	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。 (1) 県への提案 メール・郵送等 828 件 (2) お出かけ知事室 ・知事が県内 24 市区町村を訪問し、県民と直接意見交換を実施 ・会場での質問・提案者 307 人、傍聴者 1,451 人 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。 (1) 新聞紙面広報 新聞 5 紙に 19 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） ・FMK「県庁ダイアリー」：3分番組（毎週月～金曜日・年 261 回放送） (3) テレビ広報 ・TKU「GO！くまモン☆ナビ」：4分半番組（毎週金曜日・年 45 回放送） お知らせコーナー：30 秒（毎週 2 テーマ 6 本、年間 90 テーマ放送）	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)			(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4回（6月・9月・12月・3月） 部数：51万部/回 (5) くまもと魅力発信事業 ① 首都圏等広報強化事業 ・夏目漱石等の文化・歴史資産を共有する熊本市・新宿区・文京区との連携に関する覚書締結10周年を記念し、東京都内でシンポジウムを開催。4自治体の首長によるパネルディスカッションなどを通して、熊本の文化・歴史等の魅力を首都圏で発信。 ② SNS 広告を活用した戦略的広報 ・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26テーマ実施。延べ2,149万人のリーチ（情報伝達）を達成。 ③ 県公式 SNS による動画等配信 ・県政情報や県の魅力を SNS（Facebook、Instagram、TikTok）により発信し、総再生回数5千万回を達成。	