

# 令和5年度 デジタル田園都市国家構想交付金等の達成状況

## 目次

### <デジタル田園都市国家構想交付金交付対象事業の重要業績評価指標（KPI）達成状況>

1	地方創生推進タイプ(先駆型・横展開型・Society5.0型)＜R2年度事業開始分＞	1
2	地方創生推進タイプ(先駆型・横展開型・Society5.0型)＜R3年度事業開始分＞	3
3	地方創生推進タイプ(先駆型・横展開型・Society5.0型)＜R4年度事業開始分＞	7
4	地方創生推進タイプ(先駆型・横展開型・Society5.0型)＜R5年度事業開始分＞	11
5	地方創生推進タイプ(移住・起業・就業型)＜R元年度事業開始分＞	15
6	地方創生拠点整備タイプ＜H30年度採択、R元年度繰越事業＞	19
7	地方創生拠点整備タイプ＜R元年度採択、R2年度繰越事業＞	21
8	地方創生拠点整備タイプ＜R3年度採択、R4年度繰越事業＞	23
9	デジタル実装タイプ＜R4年度事業開始分＞	25

### <デジタル田園都市国家構想交付金等交付対象事業の主な取組内容>

10	デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ)	29
11	デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生拠点整備タイプ)	37
12	デジタル田園都市国家構想交付金(デジタル実装タイプ)	39

令和6年10月  
京 都 府

①地方創生推進タイプ(先駆型・横展開型・Society5.0型)＜R2年度事業開始分＞

KPI(重要業績評価指標)の項目	単位	基準値	実施計画上の各年度の目標数値				
			R2	R3	R4	R5	R6
18 本事業(※)における作家、職人、アート&クラフトプロデューサーなどの育成数 ※アート&クラフト市場の活性化と文化観光のコラボによる文化芸術産業創生事業	人	0	180	205	235	255	285
19 アートフェア等でのアート&クラフト商品の売上高	千円	0	400,000	500,000	600,000	750,000	950,000
20 本事業(※)におけるアート&クラフトを軸としたイベント等の参加者数 ※アート&クラフト市場の活性化と文化観光のコラボによる文化芸術産業創生事業	人	0	43,000	45,500	48,000	50,500	53,500

目標に対する達成状況・取組状況等

上段 = 実績数値 (下段 = 単年度の達成率)					達成率の説明・取組状況等
R2	R3	R4	R5	R6	
103 (57.2%)	129 (62.9%)	162 (68.9%)	162 (63.5%)		全ての事業を実施することができたが、これまでの新型コロナウイルス感染症の影響が大きく、目標達成には至らなかった。今後は、作家等のキャリアに応じた支援策を展開するとともに、若手批評家育成プロジェクトとしてシンポジウムを開催するなど人材育成に努める。
37,458 (9.4%)	314,850 (63.0%)	467,332 (77.9%)	497,304 (66.3%)		全ての事業を実施することができたが、これまでの新型コロナウイルス感染症の影響が大きく、目標達成には至らなかった。今後は、アートフェア等の開催において、会場としてユニークベニユーを積極的に活用し、富裕層の誘致等を図り売上増加に努める。
20,764 (48.3%)	41,939 (92.2%)	45,883 (95.6%)	56,383 (111.6%)		令和5年度は事業規模をコロナ禍前に戻し、アートフェア等の開催において、連携プログラムや一般府民向けプログラムの充実等に取り組んだことで、目標達成につながった。引き続き、事業を実施するとともに、更なる内容の充実や広報強化を図り、参加者数の増加に努める。

②地方創生推進タイプ(先駆型・横展開型・Society5.0型) < R3年度事業開始分 >

KPI(重要業績評価指標)の項目	単位	基準値	実施計画上の各年度の目標数値				
			R3	R4	R5	R6	R7
28 モデル地域市町村における人口の社会減 解消	人	-926	-826	-626	-426	-226	0
29 市町村による重点取組エリアの設定	箇所	4	9	14	19	24	29
30 エリア内の起業数、雇用数等(関係人口 の創出)	件	0	60	145	235	325	580
31 地域への移住者、地域活動にかかわった 地域外の人の延べ人数	人	704	754	814	924	1,034	1,144
32 地域での新規就職者数	人	1,053	1,153	1,253	1,373	1,498	1,623
33 本事業(※)により空き家等を活用して 交流を行う拠点数 ※あなたとともに「心やすらぐ地域の暮 らし」を～みんなが主役の地域振興事 業～	箇所	0	0	3	7	11	15
34 地域の一人当たり所得向上額	千円	3.6	53.6	113.6	183.6	263.6	363.6
35 サンガスタジアム by KYOCERAで開催さ れるeスポーツ及びプログラミングイベ ントの参加人数(オンライン参加を含 む)	人	0	4,000	10,000	20,000	30,000	40,000

目標に対する達成状況・取組状況等

上段 = 実績数値 (下段 = 単年度の達成率)					達成率の説明・取組状況等
R3	R4	R5	R6	R7	
-363 (563.0%)	-117 (269.7%)	-1,134 (-41.6%)			まちの特性を活かした若者が住みたくなるまちの形成支援等の取組により、子育てにやさしいまち（誰もが住みやすいまち）の核づくりを地域一体で実施したが、前年と比較して他の都道府県への転出超過数が増加し、目標達成には至らなかった。今後は、保護者の子育てに係る負担軽減や若者・子育て世代を中心とした仕事づくりをバックアップするなど、さらなる子育て環境の充実に努め、目標達成を目指す。
12 (133.3%)	19 (135.7%)	25 (131.6%)			子育て環境日本一の実現に向けて、積極的に市町村と協議し、支援した結果、目標を大きく上回るエリア設定ができた。今後は、市町村の「子育てにやさしいまちづくり推進計画」の策定を支援し、「まち全体で子どもを見守り支える」まちづくりを進める。
未発表 —	未発表 —	未発表 —			<令和7年12月頃判明予定>
758 (100.5%)	1,119 (137.5%)	2,386 (258.2%)			昨年度に引き続き、移住に関する魅力の発信や地域との交流を行うイベントを中心に取り組んだことにより目標を達成することができた。今後も「京都府移住の促進及び移住者等の活躍の推進に関する条例」に基づく各種施策を実施することにより、更なる移住促進や関係人口の増加に取り組む。
924 (80.1%)	874 (69.8%)	835 (60.8%)			北部地域企業が一堂に会する合同説明会や、就職相談がセットになった移住相談会の開催など、目標達成に向けて取り組んできたが、大企業への就職志向が依然として高く、目標達成には至らなかった。引き続き、こうした取組を継続するとともに、DMOや市町村等と一層連携しながら、ECサイトの拡充による特産品販売力の強化や国内外富裕層向けの商品開発等に取り組む、さらに地域の魅力ある仕事づくりや暮らしやすさの向上に努めることで、地域人材の定着に取り組んでいく。
2 —	4 (133.3%)	9 (128.6%)			古民家等の歴史的資源や遊休施設等を活用する地域の取組を支援し、持続的な地域づくりを推進することを目的に設立した「地域づくり京ファンド」を活用し、地域の交流拠点や、新たな観光・体験拠点の整備を行うとともに、地域の伝統的建造物や古民家等を活用した新たな交流施設を創出した。引き続き、DMOや市町村等と連携し、新たな拠点整備を進めていく。
74 (138.1%)	128 (112.7%)	165 (89.9%)			新型コロナウイルス感染症の5類移行により、インバウンドに向けたサービスの高付加価値化等新たな観光需要の創出を進めることができたが、わずかに目標達成には至らなかった。引き続き、DMOや市町村等と連携して、観光資源の発掘や観光需要の創出に取り組んでいく。
4,231 (105.8%)	19,435 (194.4%)	110,911 (554.6%)			複数のeスポーツイベントを一体的に行うeスポーツフェスティバル等を実施したことにより、目標を大きく上回った。引き続き、事業者等と協力してeスポーツ等の裾野を広げ、地域の活性化を図るため、大規模大会や各イベントの支援や周知に努める。

②地方創生推進タイプ(先駆型・横展開型・Society5.0型)＜R3年度事業開始分＞

KPI(重要業績評価指標)の項目	単位	基準値	実施計画上の各年度の目標数値				
			R3	R4	R5	R6	R7
36 プログラミング・サイバーセキュリティ等の高度デジタル人材の育成人数(講座受講者数を含む)	人	0	100	500	800	1,100	1,400
37 小中学生向けプログラミングイベント参加者数	人	0	100	150	200	250	300

目標に対する達成状況・取組状況等

上段 = 実績数値 (下段 = 単年度の達成率)					達成率の説明・取組状況等
R3	R4	R5	R6	R7	
108 (108.0%)	231 (46.2%)	270 (33.8%)			人材育成事業はスタジアムでの実地参加が基本であり、オンライン等で参加が可能なイベントが少なかったため、目標達成には至らなかった。 今後は、オンライン参加が可能なイベントを増加させる等の検討を行い、さらなる利用者の増加を図る。
126 (126.0%)	213 (142.0%)	210 (105.0%)			亀岡市内の小中学校等への無料体験のチラシ配布やSNS・HP等による周知を行ったことにより、目標を達成することができた。 引き続き、学校等に広報し、参加者の誘致に努め、さらなる利用者の増加を図る。

③地方創生推進タイプ(先駆型・横展開型・Society5.0型) < R 4年度事業開始分 >

KPI(重要業績評価指標)の項目	単位	基準値	実施計画上の各年度の目標数値				
			R4	R5	R6	R7	R8
46 京都府条例に基づく「移住促進特別区域」へ移住した人数(年間)	人	0	200	500	810	1,120	1,430
47 京都府条例に基づく「移住促進特別区域」のうち、「移住者受入・活躍応援計画」を策定し地域の特性に応じた移住者や関係人口と協働で地域作りに取り組む地域数(新規取り組み地域)	地域	0	2	7	13	19	22
48 当該年度の移住者の定住率(令和元年度実績の維持)	%	91.40	91.4	91.4	88.4	89.4	91.4
49 プロジェクト(※)参加者の府内就職数 ※「人づくり」から「しごとの場づくり」まで一体で創造する京都・キャンパス創生事業	人	0	0	10	20	—	—
50 D X研修受講等により創出された雇用者数	人	0	8	26	68	—	—
51 ICT技術を活用したプロジェクト参加建設事業者数	社	60	70	90	110	—	—
52 本事業(※)において支援した伝統産業分野における販売額の増加 ※京都文化を背景として世界市場で存在感を放つ、京都の伝統産業の「生活文化提案型産業」への変革促進事業	億円	0.0	1.1	3.3	6.6	—	—
53 本事業(※)を通じた伝統工芸品の商談成立数 ※京都文化を背景として世界市場で存在感を放つ、京都の伝統産業の「生活文化提案型産業」への変革促進事業	件	0	105	265	485	—	—
54 本事業(※)における各種施策を活用して新たな市場に参入する事業者数 ※京都文化を背景として世界市場で存在感を放つ、京都の伝統産業の「生活文化提案型産業」への変革促進事業	事業者	0.0	110	330	660	—	—



目標に対する達成状況・取組状況等					
上段 = 実績数値 (下段 = 単年度の達成率)					達成率の説明・取組状況等
R4	R5	R6	R7	R8	
333 (166.5%)	693 (138.6%)				移住促進特別区域の拡大及び受入体制の強化に取り組むとともに、京都府外の潜在的移住者に対する広報・プロモーションを強化したことにより、目標を達成することができた。 引き続き、移住促進条例に基づく各種施策を展開する中で、魅力ある移住先である京都のPRに積極的に取り組んでいく。
3 (150.0%)	23 (328.6%)				市町村や関係機関等との連携により、令和5年度に南丹市や福知山市、舞鶴市等で「移住者受入・活躍応援計画」を策定し、目標を達成することができた。 引き続き、市町村が移住者を受け入れることで取り組みたい地域づくりを支援していく。
90.10 (98.6%)	未発表 —				<令和6年12月頃判明予定>
21 —	14 (140.0%)		— —	— —	学生の府内定着に向け、子育てや観光などの学生の活躍が見込まれる府政分野において府と大学等で共同事業を実施し、大学の「知」の活用や学生の活躍による京都の未来の活力づくりの推進に寄与することで、目標を達成することができた。 引き続き、学生、教員、研究者の知と力を活かし、府が大学・学生と協働して府政課題の解決に取り組むプロジェクトを実施していく。
0 (0.0%)	78 (300.0%)		— —	— —	研修開催に向け、観光関連事業所の課題・ニーズの把握からセミナーのテーマ選定、講師の調整までをきめ細やかに対応した結果、受講者のニーズを満たす研修実施に繋がり目標を達成することができた。 引き続き、変化する観光関連事業者のニーズを的確に捉えながら企画・検討を重ね、雇用創出を図りたい。
100 (142.9%)	143 (158.9%)		— —	— —	令和5年度はICT活用工事の体験会（9回）を開催するとともに、産学官連携の建設DX推進プラットフォーム（3回）を開催し、DX取組好事例の紹介やDX普及の障壁となる課題等について議論を行うなどの取組により、目標を達成することができた。 引き続き、ICT活用工事の体験会や建設DX推進プラットフォームを複数回開催し、更なる目標達成に努める。
1.0 (90.9%)	3.2 (97.0%)		— —	— —	国内外の新たなマーケットの開拓や消費者のニーズに対応した新たな商品の開発に向けて、専門家等によるきめ細やかな伴走支援を実施したが、わずかに目標達成には至らなかった。 引き続き、伝統産業の素材や技術を活かしつつ、海外をはじめとする市場のニーズにマッチした商品開発を支援することで、伝統産業事業者の売上向上に寄与し、業界全体の再生、再構築を図りたい。
164 (156.2%)	448 (169.1%)		— —	— —	国内外の新たなマーケットの開拓や消費者のニーズに対応した新たな商品の開発に向けて、専門家等によるきめ細やかな伴走支援を実施した結果、目標を達成することができた。 引き続き、支援を継続することで、京都の伝統産業業界全体の再生、再構築を図りたい。
120 (109.1%)	470 (142.4%)		— —	— —	国内外の新たなマーケットの開拓や消費者のニーズに対応した新たな商品の開発に向けて、専門家等によるきめ細やかな伴走支援を実施した結果、目標を達成することができた。 引き続き、支援を継続することで、京都の伝統産業業界全体の再生、再構築を図りたい。

③地方創生推進タイプ(先駆型・横展開型・Society5.0型)＜R4年度事業開始分＞

KPI(重要業績評価指標)の項目	単位	基準値	実施計画上の各年度の目標数値				
			R4	R5	R6	R7	R8
55 京ものサプライチェーンモデルで生み出された商品・サービスの販売額	億円	0	0	3.15	8.65	16.70	—
56 京のブランド産品（（公社）京のふるさと産品協会が認証する府内産農林水産物等）販売額	億円	0	0	1.00	3.00	6.00	—
57 京都プレミアム中食の開発数	件	40	0	40	90	170	—

目標に対する達成状況・取組状況等

上段 = 実績数値 (下段 = 単年度の達成率)					達成率の説明・取組状況等
R4	R5	R6	R7	R8	
0	0.35				3か年計画の初年度であり、計画段階の商品・サービスが多く、販売実績につながっていないため、目標達成には至らなかった。 今後は、各事業の収益化が進んでいくことが見込まれるほか、新規のプロジェクトを獲得することで目標達成を図っていく。
—	(11.1%)				
16	-1				夏期の異常な高温による収穫量の大幅減少や、貝毒発生による出荷停止等により、出荷数量が減少したため販売額が前年と比較して減少（R4：15.7億円→R5：14.2億円）し、目標達成には至らなかった。 今後は、夏期の高温に対応した栽培技術の普及や遮光資材の導入支援等を通じて出荷数量の確保を図るとともに、関係団体と連携して販売力強化に取り組むことで目標達成を図っていく。
—	-(143.0%)				
219	67				京都食ビジネスプラットフォームによる機運醸成によりプロジェクト数が大幅に増加（前年比約3倍）したことで、目標を達成できた。 引き続き、既存プロジェクトの伴走支援を行うとともに、一層の異業種交流促進により新規プロジェクト創出を図っていく。
—	(167.5%)				

④地方創生推進タイプ(先駆型・横展開型・Society5.0型)＜R5年度事業開始分＞

KPI(重要業績評価指標)の項目	単位	基準値	実施計画上の各年度の目標数値				
			R5	R6	R7	R8	R9
58 30代までの府民で芸能や祭りへ参加している人の割合(年間)	%	3.90	5.90	7.90	10.00	—	—
59 文化・芸術に関わりを持つ(鑑賞・体験含む)人の割合(年間)	%	62.00	69.00	76.00	83.00	—	—
60 府域の観光消費額単価(年間)	円	4,160	4,600	4,900	5,200	—	—
61 万博関連での京都府への訪問者数	万人	0	200	500	3,320	—	—
62 ビジネスイノベーション創出数(MICE誘致件数)	件	0	2	5	30	—	—
63 ビジネスイノベーション創出数(ビジネスツアー開催件数)	件	0	2	5	20	—	—
64 万博関連での取組に参画する学生等、若手世代の数	人	0.0	1,000	3,000	6,000	—	—
65 相談件数(年間) ※中小企業事業強化・継続支援事業	件	226	230	260	280	300	320

目標に対する達成状況・取組状況等					
上段 = 実績数値 (下段 = 単年度の達成率)					達成率の説明・取組状況等
R5	R6	R7	R8	R9	
6.73 (114.1%)			— —	— —	府内各地の食や伝統芸能に係るイベントの開催、地元の中学生・高校生によるパフォーマンスステージなど、京都の文化を感じられる文化発信の取組を行ったことにより、地域の伝統芸能や祭りの認知度向上に繋がり、目標を達成することができた。 引き続き、地域の伝統芸能や祭り等の発表の場や交流機会の創出を行う。
63.80 (92.5%)			— —	— —	音楽による府民参加型の発表ステージ等、文化体験機会の創出等を行ったが、わずかに目標達成には至らなかった。 今後は、より多くの府民等が気軽に文化を鑑賞・体験できる機会の創出を目指し、裾野拡大に繋げる。
4,286 (93.2%)			— —	— —	府内各地で、伝統文化、生活文化等を一体的に発信する取組等を実施し、府域への誘客を図ったが、わずかに目標達成には至らなかった。 今後は、より一層文化振興を起点とした観光誘客や観光消費の拡大に繋がる取組を実施し、目標達成を目指す。
0.7 (0.4%)			— —	— —	地域資源の磨き上げなどは進んでいるものの、万博が開催される令和7年度までまだ少し期間があり、具体的な誘客までは至らなかった。 令和6年度は、プレ万博イベントなどが府内各地で開催されることから、多くの誘客を見込んでいる。
1 (50.0%)			— —	— —	けいはんな万博関係では、5月のコロナ5類移行後の国際会議誘致に努め、50名以上3ヵ国以上が参加した国際会議が1件開催されたが、その他の「大阪・関西万博きょうとアクションプラン」掲載事業は、令和7年度実施のものがほとんどであるため、目標達成には至らなかった。 けいはんな万博関係については、けいはんな万博運営協議会の中で国際会議部会を立ち上げ、次年度以降の誘致を進めることとしており、またその他のアクションプラン掲載事業についても令和6年度から7年度にかけて実施する事業が増えていくため、件数が増加する見込みである。
0 (0.0%)			— —	— —	「大阪・関西万博きょうとアクションプラン」掲載事業は、令和7年度実施のものがほとんどであるため、目標達成には至らなかった。 令和6年度から7年度にかけて、実施する事業が増えていくため、件数が増加する見込みである。
382.0 (38.2%)			— —	— —	機運醸成イベントや認証制度に大学生が参加することで、万博に向けたオール京都の輪が着実に広がっていると認識しているが、まだ万博に向けた機運が十分に盛り上がりおらず、目標には至らなかった。 令和6年度では、万博をテーマにした特別講義の開催や、学生を巻き込んだ新たな取組を行うなど、令和6年度の目標達成に向けて、引き続き様々な主体との連携を強めていきたい。
254.0 (110.4%)			— —	— —	中小企業における人材確保や事業承継のニーズの高まりとともに、関係機関との連携強化や各支援機関のセミナー・相談会への参加等に取り組んだ結果、目標を達成できた。 引き続き、上記の取組の推進による新規案件の掘り起こしを強化することで、目標達成を目指す。

④地方創生推進タイプ(先駆型・横展開型・Society5.0型)＜R5年度事業開始分＞

KPI(重要業績評価指標)の項目	単位	基準値	実施計画上の各年度の目標数値				
			R5	R6	R7	R8	R9
66 取次件数(年間) ※中小企業事業強化・継続支援事業	件	151	160	500	500	500	500
67 デジタル人材に係る取次件数(年間) ※中小企業事業強化・継続支援事業	件	16	20	25	30	35	40
68 成約件数(年間) ※中小企業事業強化・継続支援事業	件	74	80	90	100	105	110
69 事業を通じた学生の府内就職者数	件	982	1,032	1,082	1,132	—	—
70 外国人起業家によるスタートアップ企業 設立数	件	33	43	63	93	—	—
71 新事業開発に取り組む中小企業等数	件	128	248	368	488	—	—
72 時価総額100億円超スタートアップ企業 輩出数	人	7	9	11	13	—	—

地方創生推進タイプ (先駆型・横展開型・Society5.0型)	28年度	29年度	30年度
単年度達成率(%)	128.8%	171.4%	107.7%
最終目標達成率(%)	78.5%	76.3%	79.8%

目標に対する達成状況・取組状況等					
上段 = 実績数値 (下段 = 単年度の達成率)					達成率の説明・取組状況等
R5	R6	R7	R8	R9	
503.0 (314.4%)			— —	— —	中小企業における人材確保や事業承継のニーズの高まりとともに、人材紹介会社との連携強化や各支援機関のセミナー・相談会等に参加するなどして新規ニーズの掘り起こしに注力した結果、目標を達成できた。 引き続き、人材紹介会社との連携強化やニーズの掘り起こしに取り組むことにより、目標達成を目指す。
32.0 (160.0%)			— —	— —	中小企業におけるデジタル人材確保のニーズの高まりとともに、人材紹介会社との連携強化や各支援機関のDXセミナー等に参加するなどして新規ニーズの掘り起こしに注力した結果、目標を達成できた。 引き続き、人材紹介会社との連携強化や、これまでの支援企業に対するDX人材活用の提案等によるニーズの掘り起こしに取り組むことにより、目標達成を目指す。
101.0 (126.3%)			— —	— —	中小企業における人材確保や事業承継のニーズの高まりとともに、関係機関との連携強化や各支援機関のセミナー・相談会等に参加するなどして新規ニーズの掘り起こしに注力した結果、取次件数が増加し、目標を達成できた。 引き続き、ニーズの掘り起こしや事業継続・事業承継に対する全段階での伴走支援の実施により、目標達成を目指す。
1,025 (99.3%)			— —	— —	学生生活の早い時期から「働くこと」や「京都企業」への理解を促進するため、子育てにやさしい職場づくり実践企業での職場体験やリクルートフェアの開催等により、学生の京都企業への就職と職場定着を支援したが、わずかに目標達成には至らなかった。 引き続き、就職支援協定締結大学との連携を強化することにより、目標達成を目指す。
36 (83.7%)			— —	— —	海外人材の生活から起業・ビジネス展開まで一貫した支援を行うため、クロスボーダー・コンシェルジュ（生活支援）及びビジネスマッチング・コーディネーター（ビジネス展開支援）を設置し、外国人による起業環境を整備したが、目標達成には至らなかった。 今後も長期滞在型外国人起業家等誘致プログラムを実施するなど、外国人起業家の掘り起こしに取り組んでいく。
296 (119.4%)			— —	— —	産学公連携による社会課題解決に向けた新事業開発や、中小企業における新事業開発等に対する伴走支援を行うことで目標を達成できた。 今後も採択事業者に対する伴走支援に力を入れるとともに、新規事業に取り組む中小企業等数増加に向けた対象者の掘り起こしに取り組んでいく。
12 (133.3%)			— —	— —	大規模国際スタートアップ・カンファレンスを京都で開催するなど、成長後期のスタートアップ企業が求める海外進出支援環境を充実させることで、目標を達成できた。 引き続き、スタートアップの海外展開支援を充実させていく。

元年度	2年度	3年度	4年度	5年度
83.8%	68.4%	89.2%	118.1%	122.4%
78.0%	57.7%	52.1%	65.9%	68.0%

⑤地方創生推進タイプ(移住・起業・就業型) < R元年度事業開始分 >

KPI(重要業績評価指標)の項目	単位	基準値	実施計画上の各年度の目標数値					
			R1	R2	R3	R4	R5	R6
38 本移住支援事業(※)に基づく移住就業者数 ※首都圏人材京都還流促進事業	人	0  (H30)	59	117	144	585	603	623
39 本移住支援事業(※)に基づく移住起業家数 ※首都圏人材京都還流促進事業	人	0  (H30)	1	3	5	7	9	11
40 本起業支援事業(※)に基づく起業家数 ※次世代人材育成・産業創造事業	人	0  (H30)	10	25	40	55	70	85
41 マッチングサイトに新たに掲載された求人数	件	0  (H30)	400	800	1,200	1,600	2,010	4,510
42 本移住支援事業に基づく18歳未満の世帯員を帯同して移住した世帯数	世帯	0  (H30)	—	—	—	2	4	8
43 本事業(※)により新規就業が実現した者の数(新規就業者数) ※京都版女性等の就業加速化総合支援・退職人材活躍支援プロジェクト事業	人	0  (H30)	1,450	2,970	4,560	6,220	7,950	9,750
44 本事業(※)により新たに求職登録に至った者の数(新規求職者数) ※京都版女性等の就業加速化総合支援・退職人材活躍支援プロジェクト事業	人	0  (H30)	2,250	4,500	6,800	9,100	11,450	13,800



目標に対する達成状況・取組状況等					
上段 = 実績数値 (下段 = 単年度の達成率)					達成率の説明・取組状況等
R1	R2	R3	R4	R5	
1 (1.7%)	2 (1.7%)	3 (2.1%)	6 (1.0%)	11 (1.8%)	対象地域が限定されていることや、対象求人の少なさにより、目標達成には至らなかった。 今後は、対象地域拡大に向けた市町村への働きかけや、首都圏人材のニーズに対応した求人を増やすことにより、移住者の増加を目指していく。
0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	起業支援金の採択者に移住起業者がいなかったため、実績はあがらなかった。 今後は、本事業説明の際に、対象市町を広報するなどにより、件数増加へつなげていく。
9 (90.0%)	20 (80.0%)	33 (82.5%)	50 (90.9%)	64 (91.4%)	応募が43件あり、14件を採択したものの、わずかに目標達成には至らなかった。 今後も採択事業者に対する伴走支援に力を入れるとともに、起業者数増加に向けた対象者の掘り起こしに取り組んでいく。
306 (76.5%)	722 (90.3%)	1,129 (94.1%)	3,527 (220.4%)	5,773 (287.2%)	令和3年度までは「京都府UIJターンナビ」でマッチングを行っていたが、令和4年度以降、京都府内の事業所で働きたい方と京都企業とのマッチングや、適職診断や企業研究・就活イベントへの参加受付等、様々な機能が活用できる「ジョブこねっと」に移管したことにより、掲載求人数の増加につながり、目標を達成できた。
— —	— —	— —	1 (50.0%)	2 (50.0%)	対象地域が限定されていることや、対象求人の少なさにより、目標達成には至らなかった。 今後は、対象市町の子育て支援情報等、子育て世帯のニーズに合った情報を併せて発信するなど、子育て世帯の移住者増加へつなげていく。
1,525 (105.2%)	2,953 (99.4%)	4,494 (98.6%)	6,027 (96.9%)	7,570 (95.2%)	働きながら子育てしたい女性やひとり親家庭の方、さらに子育てを終えた方など、それぞれの働き方のニーズに応じた就業支援を実施した。生活困難な方からの相談や、扶養内で働くためにはどうしたらよいかといった年収の壁にまつわる相談など、すぐには就職に結びつかない相談も多く、目標達成には至らなかった。 今後は、オンライン・電話相談など、より求職者が相談しやすい体制を整えていく。
2,551 (113.4%)	4,626 (102.8%)	6,848 (100.7%)	9,481 (104.2%)	11,927 (104.2%)	企業説明会における仕事と子育ての両立が可能な企業の出展や府内6地域（峰山地域、宮津地域、舞鶴地域、綾部地域、南丹地域、山城地域）での就職に関する巡回相談の実施など、多様な形態で支援を行った結果、目標達成につながった。 引き続き、求職者の様々なニーズに対応した企業説明会やセミナー等を実施していく。

⑤地方創生推進タイプ(移住・起業・就業型) < R元年度事業開始分 >

KPI(重要業績評価指標)の項目	単位	基準値	実施計画上の各年度の目標数値					
			R1	R2	R3	R4	R5	R6
45 「本事業(※)により新規就業が実現した者の数(新規就業者数)」のうち、高齢者の新規就業者数 ※京都版女性等の就業加速化総合支援・退職人材活躍支援プロジェクト事業	人	0 (H30)	200	420	660	920	1,200	1,500
46 「本事業(※)により新たに求職登録に至った者の数(新規求職者数)」のうち、高齢者の新規求職者数 ※京都版女性等の就業加速化総合支援・退職人材活躍支援プロジェクト事業	人	0 (H30)	250	525	825	1,150	1,500	1,875

地方創生推進タイプ (移住・起業・就業型)
単年度達成率 (%)
最終目標達成率 (%)

目標に対する達成状況・取組状況等						
上段 = 実績数値 (下段 = 単年度の達成率)					R6	達成率の説明・取組状況等
R1	R2	R3	R4	R5		
57 (28.5%)	95 (22.6%)	140 (21.2%)	210 (22.8%)	277 (23.1%)		企業・高齢者向けのセミナーや高齢者向けの企業説明会を実施したが、就業者数の増加率は令和4年度を上回ることにはできず、目標達成には至らなかった。 令和6年度は、ジョブパーク利用者や関係機関等を対象とした広報を積極的に行うなど、本事業の活用につなげていく。
243 (97.2%)	534 (101.7%)	868 (105.2%)	1,165 (101.3%)	1,692 (112.8%)		企業・高齢者向けのセミナーや高齢者向けの企業説明会を予定どおり実施し、目標達成につながった。 令和6年度は、ジョブパーク利用者や関係機関等を対象とした広報を積極的に行うなど、本事業の活用につなげていく。

元年度	2年度	3年度	4年度	5年度
64.1%	62.3%	51.6%	76.4%	85.1%
8.6%	17.3%	21.3%	39.7%	55.9%

⑥地方創生拠点整備タイプ  
 ※H30年度→R元年度繰越事業

KPI(重要業績評価指標)の項目		単位	基準値	実施計画上の各年度の目標数値				
				R1	R2	R3	R4	R5
54	VR・eスポーツ交流施設の利用者数	人	0	0	20,000	40,000	45,000	50,000
55	亀岡市観光消費額	百万円	7,469	7,469	7,621	7,776	7,935	8,097
56	体験・歴史展示施設利用者数	人	0	0	43,800	58,400	73,000	80,300
57	亀岡市観光消費額(再掲)	百万円	7,469	7,469	7,621	7,776	7,935	8,097

目標に対する達成状況・取組状況等					
上段 = 実績数値 (下段 = 単年度の達成率)					達成率の説明・取組状況等
R1	R2	R3	R4	R5	
—	112	2,362	5,448	5,001	依然としてコロナ禍の影響が尾を引いていることに加え、比較的大きな規模での新規事業の開催に至らなかったこと等から利用者数が伸び悩み、目標達成には至らなかった。 引き続き、大規模eスポーツ大会の開催やIT人材育成セミナーの実施等への補助を継続し実施するのに加え、令和6年度6月より就労継続支援B型事業所として活用が開始されることから、このような事業での活用を通じ利用者の確保に努める。
—	(0.6%)	(5.9%)	(12.1%)	(10.0%)	
8,620	4,845	4,275	6,380	7,036	徐々に増加傾向にはあるものの、依然としてコロナ禍の影響が尾を引く中、観光客数が伸び悩み、目標達成には至らなかった。 引き続き、亀岡市と連携し、旅行者向けの広報等を強化するとともに、スタジアムやマルシェ等のイベント情報を広く府民に発信することにより、目標達成を目指す。
(115.4%)	(63.6%)	(55.0%)	(80.4%)	(86.9%)	
—	120	570	3,936	5,432	徐々に増加傾向にはあるものの、依然としてコロナ禍の影響が尾を引く中、利用者数が伸び悩み、目標達成には至らなかった。 施設を活用した各種イベントや川下り等の河川を利用したアクティビティ体験教室や環境学習等新たな集客事業を実施するよう、運営を行う亀岡市に働きかけながら利用者の確保に努める。
—	(0.3%)	(1.0%)	(5.4%)	(6.8%)	
8,620	4,845	4,275	6,380	7,036	徐々に増加傾向にはあるものの、依然としてコロナ禍の影響が尾を引く中、観光客数が伸び悩み、目標達成には至らなかった。 引き続き、亀岡市と連携し、旅行者向けの広報等を強化するとともに、スタジアムやマルシェ等のイベント情報を広く府民に発信することにより、目標達成を目指す。
(115.4%)	(63.6%)	(55.0%)	(80.4%)	(86.9%)	

⑦地方創生拠点整備タイプ  
 ※R元年度→R2年度繰越事業

KPI(重要業績評価指標)の項目	単位	基準値	実施計画上の各年度の目標数値				
			R2	R3	R4	R5	R6
58 本事業(※)におけるスタートアップ等の新規入居者数(累計) ※スタートアップエコシステム けいはんな学研都市拠点整備事業	件	0	0	1	3	5	7
59 けいはんなプラザラボ棟・スーパーラボ棟の入居率	%	76.2	76.2	79.2	82.2	85.2	88.2
60 けいはんなプラザにおけるピッチ会の開催数(累計)	回	0	0	1	2	3	4

目標に対する達成状況・取組状況等					
上段 = 実績数値 (下段 = 単年度の達成率)					達成率の説明・取組状況等
R2	R3	R4	R5	R6	
0	13	20	32		<p>京都産業21やアンカー神戸など関西の支援機関のみならず、日本サイエンスパーク協会加盟の産業支援機関との情報交換を密に行い、起業検討者へ積極的にアプローチしたことにより、目標を大幅に上回ることができた。</p> <p>引き続き、関係機関の連携に加えて、けいはんな地域の研究成果や最新技術を活かし、域内におけるピッチ会開催や研究者間の交流促進、オンラインでの情報発信等を図っていくことで起業検討者へのアプローチを行い、新規入居者数の増加を目指す。</p>
—	(1300.0%)	(666.7%)	(640.0%)		
76	87	85	87		<p>2023年夏頃からゼロゼロ融資の返済が始まった影響で退去企業が続出したが（計8.5室・5.1%）、既存入居者の増室（2室）、上記スタートアップ以外の新規入居（3.5室）等によりリカバーしたことで、目標を達成できた。</p> <p>大企業退去後の12階全12室は未だ空室であり、4室をスタートアップルームに改造した。京都や東大阪の商工会議所冊子への広報も開始し、引き続き目標の達成を目指す。</p>
(99.7%)	(109.8%)	(103.4%)	(102.1%)		
2	3	3	4		<p>9月17日にラボ棟30周年交流会を開催し、企業10社によるピッチ会を1回実施した。</p>
—	(300.0%)	(150.0%)	(133.3%)		

**⑧地方創生拠点整備タイプ**  
**※R3年度→R4年度繰越事業**

KPI(重要業績評価指標)の項目	単位	基準値	実施計画上の各年度の目標数値				
			R4	R5	R6	R7	R8
61 アート&テクノロジー・ヴィレッジで異業種・異分野・異目的の企業・人材が実施したプロジェクトから生まれた新たな商品・サービス・技術数	件	0	0	0	1	4	9
62 府内のアートフェア等に参加する若手アーティスト(40歳以下の数)	人	0	5	15	35	65	115
63 京都府内での開業率	%	0.00	0.00	0.10	0.40	0.90	1.90

地方創生拠点整備タイプ	28年度	29年度	30年度
単年度達成率(%)	92.0%	90.1%	90.7%
最終目標達成率(%)	72.6%	69.9%	71.1%



目標に対する達成状況・取組状況等					
上段 = 実績数値 (下段 = 単年度の達成率)					達成率の説明・取組状況等
R4	R5	R6	R7	R8	
0	0				<p>アート&amp;テクノロジー・ヴィレッジ京都を令和5年10月31日にオープン。新たな商品・サービス・技術の創出を目指し、産学公連携によるテーマ別部会（フェムテック、ロボティクス、こども能力開発）を立ち上げた。</p> <p>今後は、部会を核に、伴走支援事業創出するとともに異業種・異分野の企業・大学等の交流会を実施し、オープンイノベーションの活動を支援することにより、目標達成を目指す。</p>
—	—	(0.0%)	0	0	
33	0				<p>アートフェア等の開催内容変更による参加者数の変動等により、目標数値は達成できなかったものの、コロナ過前の水準に戻った。</p> <p>引き続き、「ARTIST'S FAIR KYOTO」をはじめとする若手作家の育成支援を目的としたアートフェア等を開催するとともに、アート&amp;テクノロジー・ヴィレッジ京都における、異業種・異分野の人材との交流を進めることにより、目標達成を目指す。</p>
(660.0%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	
未発表	未発表				<p>&lt;令和10年6月頃判明予定&gt;</p>
—	—	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	

元年度	2年度	3年度	4年度	5年度
119.1%	86.1%	159.9%	177.4%	133.3%
97.3%	82.1%	65.0%	85.8%	105.8%

⑨デジタル実装タイプ<R4年度事業開始分>

KPI(重要業績評価指標)の項目	単位	基準値	実施計画上の各年度の目標数値				
			R4	R5	R6	R7	R8
64 データカタログサイト (HP) のページビュー数 (年間) ※ビッグデータを活用した健康サービス・アプリ導入支援事業 (TYPE1)	件	0	40,000	45,000	50,000	—	—
65 課題別ワーキンググループ開催実績 (年間) ※ビッグデータを活用した健康サービス・アプリ導入支援事業 (TYPE1)	件	0	12	18	24	—	—
66 データ市場を活用した健康分野のデジタル技術活用に取り組んだ企業数 (年間) ※ビッグデータを活用した健康サービス・アプリ導入支援事業 (TYPE1)	社	0	5	10	15	—	—
67 デジタル技術を活用した健康づくりに参画した住民数 (年間) ※ビッグデータを活用した健康サービス・アプリ導入支援事業 (TYPE1)	人	0	300	500	700	—	—
68 データ利活用により住民の健康増進に効果があったとする自治体数 (年間) ※ビッグデータを活用した健康サービス・アプリ導入支援事業 (TYPE1)	団体	0	1	2	4	—	—
69 スマートウォッチ利用率・健康ポイント利用率 ※けいはんなサステナブルスマートシティ (TYPE2)	%	0	10	20	40	—	—
70 ポイントプログラム参加店舗におけるポイント利用率 (前年度比) ※けいはんなサステナブルスマートシティ (TYPE2)	%	0	20	20	20	—	—
71 外出増加 (徒歩等) の伸び率 (前年度比) ※けいはんなサステナブルスマートシティ (TYPE2)	%	0	30	30	30	—	—

目標に対する達成状況・取組状況等					
上段 = 実績数値 (下段 = 単年度の達成率)					達成率の説明・取組状況等
R4	R5	R6	R7	R8	
1,496 (3.7%)	8,140 (18.1%)	(0.0%)	—	—	セミナーやイベントで周知を促したが、即アクセスにつながるオンライン上での広報不足により、閲覧数が伸び悩み、目標達成には至らなかった。 自治体が運営するデータカタログサイトとしては最大級の1,013件のデータを掲載(R6.6時点)しており、今後はセミナーやイベントのみならず、オンライン上での広報も行うことで、目標達成を目指す。
15 (125.0%)	11 (61.1%)	(0.0%)	—	—	各ワーキンググループからの提案方式であるが、会員において取り組みたいテーマや課題が具体化しなかったことにより、提案数が伸び悩み、目標達成には至らなかった。 今後は、提案数が増加するよう、省庁の交付金の獲得を目指すとともに、自治体の具体的な課題解決を目指すといったテーマを事務局から投げかけるといった働きかけを行っていきたい。
3 (60.0%)	6 (60.0%)	(0.0%)	—	—	データ取引市場の認知がまだ低く、参加企業数が伸び悩んだことにより、目標達成には至らなかった。 今後は、データ活用方法のセミナー等によりデータ取引市場の認知度を高め、参画企業等を増やす。
155 (51.7%)	282 (56.4%)	(0.0%)	—	—	個人情報と紐づくデータについては承諾可否の関係で収集できないデータがあったため、住民に紐づいたデータの総数が把握できず、実数が過小になり、目標達成には至らなかった。 今後は、承諾手順を踏まえ、個人情報による制限があったとしても、人数把握だけでもできるように工夫し、目標達成を目指す。
5 (500.0%)	3 (150.0%)	(0.0%)	—	—	サービスを展開するエリアの自治体に対し、住民の健康データ活用と連動させた域内の商業施設との連携事例を通じて、継続してサービス拡大に取り組んだことにより、目標を達成できた。 引き続き、サービス拡大に取り組み、目標達成を図る。
5 (52.0%)	24 (120.0%)	(0.0%)	—	—	継続した健康増進PRや朝活キャンペーンの実施、アプリと連動した域内商業施設でのポイント活用事業の実施等により、取組意義を感じていただくことで、目標を達成できた。 引き続き、利用者数が増えるようなイベントや施策を実施することで目標達成を図る。
20 (100.0%)	24 (120.0%)	(0.0%)	—	—	ポイント利用することで安く買い物をすることができ、頻繁に参画店舗を利用することにつながっているため、目標を達成できた。 引き続き、参画店舗の増加等を検討することで目標達成を図る。
1 (3.7%)	2 (5.6%)	(0.0%)	—	—	積極的な参加者とそうでない参加者に格差がでている状況で実績が伸び悩んだと考えている。(一部ユーザは19万歩/月) 今後は、本事業の取組趣旨を再度PRするとともに、気軽に楽しみながら参加できるイベントを開催し、積極的な参加者の増加と外出のきっかけづくりを実施することにより、目標達成を目指す。

⑨デジタル実装タイプ<R4年度事業開始分>

KPI(重要業績評価指標)の項目	単位	基準値	実施計画上の各年度の目標数値				
			R4	R5	R6	R7	R8
72 健康意識・生活満足度が高まったと感じる方の割合(前年度比) ※けいはんなサステナブルスマートシティ(TYPE2)	%	0	30	30	30	—	—
73 サイネージ面の視聴数(年間) ※けいはんなサステナブルスマートシティ(TYPE2)	件	0	10,000	12,000	15,000	—	—
74 特定情報掲示による行動変容□ ※けいはんなサステナブルスマートシティ(TYPE2)	%	0	110.00	115.00	120.00	—	—

デジタル実装タイプ
単年度達成率(%)
最終目標達成率(%)

目標に対する達成状況・取組状況等					
上段 = 実績数値 (下段 = 単年度の達成率)					達成率の説明・取組状況等
R4	R5	R6	R7	R8	
6 (18.3%)	1 (5.0%)	(0.0%)	—	—	積極的な参加者とそうでない参加者とでアンケートの回答に大きく差があり、参加者の意識の差で実績が伸び悩んだと考えている。(積極的な参加者からは健康意識が向上した等の回答あり) 今後は、本事業の取組趣旨を再度PRするとともに、気軽に楽しみながら参加できるイベントを開催し、積極的な参加者の増加を図っていくことにより、目標達成を目指す。
0 (0.0%)	7,044 (58.7%)	(0.0%)	—	—	バス停留所等を府民・市民とのデジタル接点としてサイネージを設置したが、目標の視聴数を得ることができなかった。 今後は、配信するコンテンツを充実させ、視聴数増加を目指す。
0 (0.0%)	100 (87.0%)	(0.0%)	—	—	行動変容を促す情報として5種類の月次コンテンツを配信したが、各地点間の移動において、配信前後で期待の行動変容を示すデータは確認できなかった。 視聴数は確保できているため、動画・静止画コンテンツの内容について、行動変容を促す内容となるよう再検討の上、配信を実施することで、目標達成を目指す。

4年度	5年度
83.1%	67.4%
33.5%	48.9%

＜デジタル田園都市国家構想交付金等交付対象事業の主な取組内容＞

⑩地方創生推進タイプ 事業名	事業概要
<p>(22) &lt;移住支援・マッチング支援&gt;首都圏人材京都還流促進事業 &lt;起業支援&gt;次世代人材育成・産業創造事業</p> <p>【該当KPI：38、39、40、41】</p>	<p>府内市町村と連携して就業のマッチング支援と一体となった移住支援を行い、首都圏から京都府への人材還流を図るとともに、人口減少地域の活性化や若者等の地域定着に向けた事業や高齢者・子育て世帯への支援などの社会的事業に対する起業支援を行い、事業所数増加を図る</p>
<p>(23) 京都版女性等の就業加速化総合支援・退職人材活躍支援プロジェクト事業</p> <p>【該当KPI：42、43、44、45】</p>	<p>女性の多様な就業ニーズに合った就職支援を行うとともに、女性の進出が遅れている業種や人材不足業種の魅力発信による就業希望者の増加を図り、京都企業の人材不足解消と女性の更なる活躍促進による地域経済の底上げを図る。また、高齢者が働きやすい環境への改善を企業に働きかけるとともに、多様な働き方を推進する企業と高齢者のマッチングの機会をつくり、高齢者の就労促進と人手不足企業の課題解決を図る</p>
<p>(24) アート&amp;クラフト市場の活性化と文化観光のコラボによる文化芸術産業創生事業</p> <p>【該当KPI：18、19、20】</p>	<p>文化芸術と工芸を融合させた「京都国際アートフェア」の開催を核として芸術人材の育成・キャリアアップや活躍できる場の創出により、アート&amp;クラフトに関するヒト・モノ・カネが動く拠点都市「アート&amp;クラフトのまち・きょうと」を形成するとともに、周遊観光の活性化等により京都府を中心に文化を「来て・見て・楽しむ」文化体験観光圏を作り出す。 これらの取組を通じて府域全体にアート&amp;クラフトの拠点や市場を形成し、アート&amp;クラフトを核とした文化芸術産業の府域全体での創生を図る</p>
<p>(27) 「子育て、子育てにやさしい」京都創生プロジェクト事業</p> <p>【該当KPI：28、29、30】</p>	<p>京都府の各地域が連携しつつ、「子育てにやさしいまち（誰もが住みやすいまち）の核づくり」や「地域での仕事づくり」、「関係人口の創出、若者定着促進」に取り組みながら、若者・子育て世代がそれぞれのニーズに応じた自身の考えるベストな居住地を京都府内で選択できる環境を創出し、府外への転出を抑制するとともに、京都の魅力（文化、自然、食など）に関心を持って移住を希望する者が自身の生活環境のニーズが叶えられる地域を選択できる状態を整えることで、府外からの移住促進を図る。</p>

## 主な取組内容

- ・マッチングサイトにおける求人掲載（R5年度：2,246件）
- ・移住支援金の支給（R5年度：5件・380万円）
- ・起業支援金の支給（R5年度：14件・2,273万円）
- ・投資家へのピッチや先輩起業家との交流による支援プログラムの実施（R5年度：49件）

### <女性>

- ・スキルアップやマッチングを支援する人材バンクの設置（H31年4月開設、R5年度登録者数：2,450人）
- ・女性が働きやすい環境整備に向けたアドバイザー派遣（R5年度：57社）
- ・離職防止・定着支援に向けた相談等の実施（R5年度：114件）

### <高齢者>

- ・高齢者向けに、中小企業への就業意欲を醸成するセミナーを開催（R5年度：9回）
- ・企業向けに、高齢者雇用を促進させるセミナーを開催（R5年度：3回）
- ・高齢者に特化した企業説明会の開催（R5年度：7回）

- ・府内各地で開催されるイベントへの照明器具の貸出等を実施（（R5年度）行灯貸出：20件、風鈴灯貸出：4件）
- ・学校交流（R5年度：22件）
- ・海外からの教育旅行誘致のための市場調査及びコンサルティング（豪州市場）
- ・海外旅行会社・教育関連団体向け京都府教育旅行オンライン商談会（台湾市場・豪州市場・北米市場）
- ・英字系フリーペーパーに「もうひとつの京都」の観光情報の記事を掲載（R6.3）
- ・新鋭選抜展の開催（R6.1.20～2.4）
- ・京都アトラウンジの開催（交流会：R6.3.1、オープンスタジオ：R6.3.1～3.3）
- ・ARTISTS' FAIR KYOTO2024の開催（R6.3.1～3.3）
- ・ARTISTS' FAIR KYOTO：SATELLITE2024の開催（R6.2.29～5.6）
- ・Art Collaboration Kyoto（R5.10.28～10.30）
- ・KYOTO KOUGEI kyoto Crafts Exhibition DIALOGUEの開催（R6.3.6～3.9）
- ・KYOTO KOUGEI WEEKの開催（R5年度通年）

- ・地域全体で子育てしやすいまちづくりを進めるための市町村の取組をハード・ソフトの両面から包括的に支援（R5年度：7市町・85,176千円）
- ・「京都府子育て環境日本一推進会議」を設置し、地域や企業を含めた社会全体で子どもや子育て世代をあたたく見守り支え合う様々な取組をオール京都体制で推進
- ・インターンシップの推進等により学生の就職を支援（R5年度：相談件数（延べ）1,921件・インターンシップ実施人数（延べ）1,715人・就職内定者数1,848人）

<b>⑩地方創生推進タイプ 事業名</b>	<b>事業概要</b>
<p>(28) あなたとともに「心やすらぐ地域の暮らし」を～みんなが主役の地域振興事業～</p> <p>【該当KPI：31、32、33、34】</p>	<p>DMOを地域づくり支援法人へと進化させ、観光地域づくりの今までの成果を活かしつつ、「人口減少時代においても活力あふれる地域コミュニティづくり」や「若者等の地元回帰に向けた、地域の魅力ある仕事づくり」、「暮らしやすさ向上による移住定住の促進」、「外部から稼ぐ地域内経済循環の実現」に取り組み、観光を入口とした産業振興、雇用創出なども含めた地域振興に繋げる。</p>
<p>(29) スタジアム発！eスポーツ産業創造・育成事業</p> <p>【該当KPI：35、36、37】</p>	<p>サンガスタジアム by KYOCERA（京都府立京都スタジアム）の次世代Wi-Fi通信設備や映像配信設備等を活用し、全国規模のeスポーツ大会等を誘致・開催する。</p> <p>また、eスポーツの選手育成や大会運営を支えるイベンター人材の育成を行うとともに、eスポーツ関連領域であるプログラマーやハッカーなどサイバーセキュリティ人材の育成講座を実施する。</p>
<p>(30) 移住促進により地域を元気にするプロジェクト「移住するなら京都」</p> <p>【該当KPI：46、47、48】</p>	<p>(1) オール京都体制（関係者の連携）の構築と施策間連携  (2) 移住を受入れられる地域や対応の拡大（区域の数とタイプの拡充）  (3) 周知度アップによる移住検討者数の増加  (4) 移住者へのフォローアップ、交流人口や関係人口との循環拡大</p> <p>これにより、多くの移住検討者に選ばれる「移住するなら京都」への取り組みが地域の活性化に繋がるという好循環を目指す。</p>
<p>(31) 「人づくり」から「しごとの場づくり」まで一体で創造する京都・キャンパス創生事業</p> <p>【該当KPI：49、50、51】</p>	<p>京都府では大学・短期大学が集積し、大学入学期には転入超過となる一方、就職期に転出超過となる状況を踏まえ若者の府内定着を図るため、地域で活躍できる人材を育成するとともに、府内企業においてデジタルネイティブ世代である学生が活躍できる雇用環境を創出し、学生の府内就職の促進を図る。</p>



## 主な取組内容

- ・農山漁村が有する地域資源を活用した魅力ある観光コンテンツを磨き上げ、地域をまるごと滞在施設化する取組を支援（R5年度：2地区）
- ・京都舞鶴港へのクルーズ船寄港に際し、安全・安心な受入体制を構築した上で、寄港地観光PRや歓迎イベントを実施（R5年度：寄港回数10回）
- ・モデル等を活用し、京都の食を中心とした観光体験を紹介する動画を製作しWebで配信（R5年度：動画数4本）
- ・メディアツアーの開催（R5年度：2回）
- ・旅と食をテーマとした「もうひとつの京都」エリアの情報発信（R5年度：記事数2本）
- ・京都府観光連盟運営Webサイト「食らし旅」での情報発信（R5年度：記事数12本）
- ・京都府域へ「食」をテーマにした観光誘客を促すためパンフレットを作成し、府内市町村観光案内所等へ配架
- ・「食の京都」に関する推進体制の構築
- ・海外の料理人が日本料理の技法や考え方を学ぶコンテンツをデジタル化
- ・海外の料理人が日本料理等について学び体験する動画を作成し情報発信
- ・海外から若手料理人を招聘し日本料理の研修、ワークショップを実施

- ・京都eスポーツ文化祭（eスポーツ大規模大会及びeスポーツ人材育成セミナー）の開催（R3～5年度）
- ・パルクール鬼ごっこ日本選手権の開催（R4～5年度）
- ・SAMURAI ENERGY 武天祭の開催（R5年度）

- ・京都府の移住関連情報を一元的に管理するポータルサイトを構築
- ・「京都移住センター」の設置により複合的な課題にも対応したワンストップ体制を構築
- ・JR大阪駅で「観光×移住×関係人口」のイベントを開催（R5年度：来場者数1,237人）
- ・JR京都駅・大阪駅及び福知山エリアJR特急電車における関係人口創出・拡大のための広告を掲出
- ・関係人口創出のための企業研修誘致（R5年度：3団体）
- ・移住者受入地域の情報発信や空家の実態調査等の活動を支援（R5年度：8件）
- ・移住後の生活体験が可能なインターンシップや地域企業との交流等を実施（R5年度：受入企業数5社、参加者数延べ21人）
- ・移住促進特別区域内において移住者が登録空家に居住するための改修を支援（R5年度：93件）
- ・地域協議会等と連携する企業等の移住者の確保を目的とした住まいの設置を支援（R5年度：4件）

- ・京都府地域共創大学連携会議の開催（R5年度：2回）
- ・京都府、市町村、地域企業が抱えている課題に対し、大学の知と学生の力を活用して解決する取組に対し支援（R5年度）大学との共同事業：31プロジェクト、大学横断学生チーム：2チーム）
- ・府と大学が連携開発したリカレント研修プログラムの実施（R5年度：7コース・127人）
- ・新たにリカレント教育を実施する大学等や経済団体等への補助（R5年度：2件）
- ・産官学労等の連携によりリカレント教育の推進を図る「京都府リカレント教育推進機構」の運営（R5年度：参画団体数69団体）
- ・ICT活用工事の体験会（9回）を開催
- ・産学官連携の「建設DX推進プラットフォーム」を開催し、DX取組好事例の紹介やDX普及の障壁となる課題等について議論（全3回開催）
- ・3次元点群生成ソフトを導入し、3次元データを作成
- ・観光産業向けのセミナーを開催（11件）
- ・京都府全域を対象とした人流分析や京都府観光連盟が所有するWEBサイトを対象としたアクセス分析環境を整備するとともに、これらの分析結果を共有する京都観光データプラットフォームを構築し、運用を開始

<b>⑩地方創生推進タイプ 事業名</b>	<b>事業概要</b>
<p>(32) 京都文化を背景として世界市場で存在感を放つ、京都の伝統産業の「生活文化提案型産業」への変革促進事業</p> <p>【該当KPI：52、53、54】</p>	<p>高度経済成長期以降、京都の伝統産業は長期的な売上の減少、生産量の低下傾向が続いていたが、この度のコロナ禍を契機として、文化的価値の重視など、新しい価値観が形成されつつある。</p> <p>本事業を通じて、長年の歴史の中で培った京都の文化力を重要な資源として、次世代のライフスタイルや世界市場で存在感を放つ産業を目指し、業界の構造改革を図る。</p>
<p>(33) 京ものブランド総合戦略事業</p> <p>【該当KPI：55、56、57】</p>	<p>京都の農林水産物や加工品のブランド力向上を目的に、新たな価値の創造、高機能性品種の開発等、新品種、有機農業等の産地化の推進、京都らしさを兼ね備えた新たな商品の開発と需要拡大、京ものブランドの流通・販売の推進、京ものブランドサプライチェーンの構築を実施する。</p>
<p>(34) 文化庁京都移転を契機とした京都からの文化創造・発信事業</p> <p>【該当KPI：58、59、60】</p>	<p>文化庁京都移転を新たな契機とし、「音楽」と「伝統芸能・舞台芸術」の分野を中心として、京都から全国へ文化芸術活動を強く発信する事業を実施することで、地域経済の活性化と観光誘客、府民が京都文化を身近に感じる環境の構築、京都の伝統文化・生活文化等の次世代への継承を図る。</p>
<p>(35) 大阪・関西万博きょうとの力創出・発信事業</p> <p>【該当KPI：61、62、63、64】</p>	<p>会期前の府域の機運醸成、会期中に府域へのゲートウェイとなる万博会場や主要駅等を活用した誘客、京都の強みである「文化・環境」「産業」「観光」の分野に係るイベントや国際会議の開催、会期後にも万博会場での取組を引き継ぎ、「京都から世界へ」メッセージを発信するための議論の場の創設など、継続的に人や投資を府内各地へ呼び込むための仕掛けをオール京都で展開し、京都の文化、産業の活性化と人材の育成につなげる。</p>
<p>(36) 中小企業事業強化・継続支援事業</p> <p>【該当KPI：65、66、67、68】</p>	<p>プロフェッショナル人材のマッチングにより、企業が持つ様々な課題を解決するとともに、企業内のスキルの向上等の相乗効果を生み出す。副業・兼業をきっかけとした地方への移住促進により、デジタル人材をはじめとした高度人材の地域への環流促進につなげる。急成長が期待されるスタートアップ企業へのプロフェッショナル人材のマッチングにより、企業の成長・発展を促進し、地域経済の維持・活性化につなげる。プロフェッショナル人材マッチングと事業承継支援を連動した取組により、京都の中小企業の事業継続につなげるとともに、長年培ってきた技術やノウハウの継承を図る。</p>

## 主な取組内容

- ・ KYOTO KOUGEI WEEKの開催 (R5年度通年)
- ・ KYOTO KOUGEI kyoto Crafts Exhibition DIALOGUEの開催 (R6. 3. 6～3. 9)
- ・ 「Made in Kyoto」の世界ブランド化をめざし、伝統産品やインテリア向け素材等を販売する高付加価値型常設店舗「Kyoto Concept Store」を、令和5年3月30日にベルギー・ブリュッセルに設置。2店舗目を令和6年2月1日にアメリカ・ボストンに設置。
- ・ NHK大河ドラマパブリックビューイング&トークショーの実施
- ・ メディアとの連携による情報発信 (R5年度：記事数2本)
- ・ 府域内の広域デジタルスタンプラリーの実施 (R5年度：2回)
- ・ 大河ドラマゆかりの地のパンフレットの作成
- ・ Web記事を作成し京都府観光連盟ホームページに掲載 (R5年度：3本)

- ・ 京都府内の料亭が京のブランド産品を使用した特別メニューを提供するプレミアムレストランフェアを実施 (4店舗参加)
- ・ 小売店での京野菜コーナー設置や消費者向けプレゼントキャンペーンを実施する「京野菜マルシェ」(府内78店舗)、Zoomによるオンライン産地見学会 (2地区2回) や京野菜の料理教室 (対面2回、オンライン2回・計77人参加) 等を実施
- ・ 消費者の食行動の変化に対応した、京ものを用いた新たな付加価値をもつ中食商品及び販売手法の開発を支援 (67件)
- ・ 「生産」「加工」「流通・販売」の異業種の連携体に対し、京ものを用いた新たな付加価値をもつ商品・サービスの開発を支援 (5事業者)

- ・ 文化庁京都移転記念事業 Opening Celebration 「きょう ハレの日、」を開催し、太刀振りなどの民俗芸能や府内各地の食文化の紹介など、京都文化の魅力を発信 (R5. 9. 8～9. 9)
- ・ 京都音楽祭を開催し、音楽による参加型の取組を実施 (R6. 3. 3)

- ・ 経済界、行政、有識者等で構成されるオール京都の推進体制、「大阪・関西万博きょうと推進委員会」を開催 (2回開催)
- ・ 大阪・関西万博500日前機運醸成イベント「MEETS #EXPO KYOTO」を開催 (令和5年12月1日開催、800名動員)
- ・ 推進委員会公式サイト「EXPO KYOTO Official Site」及び公式SNSを作成

- ・ プロフェッショナル人材等の相談支援 (R5年度：514件)
- ・ プロフェッショナル人材等の人材紹介会社等への取次 (R5年度：503件)
- ・ プロフェッショナル人材の成約件数 (R5年度：60件)
- ・ 副業・兼業人材の成約件数 (R5年度：41件)
- ・ 後継希望者向けの登録サイト「後継者マッチングプール」の開設 (R5年度：延べ登録者数 77人)
- ・ 後継者不在企業への人材マッチング成約件数 (R5年度：3件)
- ・ 「中小企業×大企業 交流会」の開催 (R5年度：参加企業数 25社)

⑩地方創生推進タイプ 事業名	事業概要
<p>(37) 若者の活躍・夢実現と活力ある京都経済づくり事業</p> <p>【該当KPI : 69、70、71、72】</p>	<p>在学中から京都企業への理解やマッチング機会の創出により、府内企業への就職を促進することで中小企業の維持存続と活性化を図るとともに、海外人材も含めたスタートアップ支援の強化により、世界に伍するグローバル・スタートアップ・エコシステムを構築し、新卒学生や留学生の受け皿となる成長スタートアップ企業を輩出することで、京都に来た人材が府域に定着し、府内企業の次世代への継承とスタートアップ企業による新たな産業創造を通じ、若者の活躍・夢実現と活力ある京都経済づくりの好循環を生み出す。</p>

## 主な取組内容

- ・京都企業と学生の大規模リクルートフェア（ジョブ博）の開催（R5年度：出展企業数100社・参加者数199人）
- ・国を越えた生活・ビジネスを伴走支援する相談窓口を設置（R5年度：相談件数176件）
- ・脱炭素エコシステム都市としての国際的ブランディングのための交流イベントの実施（R5年度：参加者数約3,000人）
- ・海外人材のビジネス基盤構築支援プログラムの実施（R5年度：参加人数6人）
- ・海外販路開拓に向けた展示会の開催（R5年度：出展支援社数20社、ピッチ会参加支援社数10社）
- ・投資家からのシードマネーや大型資金獲得等のプログラムの実施（R5年度：開催回数4回、登壇社数25社）
- ・海外投資家等からの大型資金及びグローバル市場に係る人脈獲得に向けたマッチング支援（R5年度：登壇社数16社、参加者数263人）
- ・外資誘致推進員を配置（R5年度：ピッチ会参加者数25社）
- ・国際スタートアップイベント開催（R5年度：参加者数約10,500人）

⑪地方創生拠点整備タイプ 事業名	事業概要
<p>(13) 共生型次世代技術実証拠点整備計画</p> <p>【該当KPI：52、53】</p>	<p>京都府のインキュベーション施設である「けいはんなオープンイノベーションセンター（KICK）」内に、全国初となるセンサーシェアリングによる自律ロボットの開発実証拠点（けいはんなロボット技術センター）を整備し、優れた技術を持つ中小・ベンチャー企業の市場参入を促進し、産業全体の生産性革命を図る。</p>
<p>(14) 京都スタジアムVR・eスポーツ交流施設整備計画</p> <p>【該当KPI：54、55】</p>	<p>亀岡駅に近接する京都スタジアム内に、eスポーツ及びその産業の核となる「VR・eスポーツ交流施設」を整備するとともに、亀岡駅と京都スタジアムとの駅前広場にVR・AR展示場を整備し、亀岡駅南側に存在する旧城下町等の自然・歴史・文化とのコラボや対比を楽しめる新しいゾーンを形成し、異ジャンルのコラボによる集客効果を図る。</p>
<p>(15) 「角倉了以の水運」体験施設整備</p> <p>【該当KPI：56、57】</p>	<p>森の京都エリアの中心となるビジターセンター機能を担い、周遊観光等の核となる拠点として亀岡市西部観光の拠点を整備するとともに、外国人が求める「一時間程度で楽しめる川下り」として、亀岡市の中心地域であるJR亀岡駅周辺への川下りルートを設定し、他圏域からの観光客の周遊観光による人の流れを生み出す。</p>
<p>(16) スタートアップエコシステム けいはんな学研都市拠点整備計画</p> <p>【該当KPI：58、59、60】</p>	<p>スタートアップ企業等のニーズに応えるオフィス環境を整備するなど、大学・企業・行政・住民が自由に交流できる「場」をつくることで、関西ひいては日本のSociety5.0を実現させるオープンイノベーションの核の形成を図り、新産業の創出や企業の自転する仕組みを創るとともに、国内外からの人の流れを創り出す。</p>
<p>(17) アート&amp;テクノロジー・ヴィレッジ整備事業</p> <p>【該当KPI：61、62、63】</p>	<p>文化庁の京都移転（2022）や大阪・関西万博（2025）の開催で見込まれる世界の英知の結集、豊かな日本文化の発信、国内外からの投資の拡大などを取り込むため、先端技術と文化・芸術といった異分野が連携することにより、アート思考の価値創造産業を創出するとともに、文化・芸術分野においても新たな展開が起こり、地域外からもそういった取組に価値を見出す企業や人材を呼び込み続ける好循環を生み出す。</p>

## 主な取組内容

・本格化する自動運転車、自律移動ロボットなど次世代スマート技術の開発実証に必要なセンサープラットフォームの整備  
・DXによる映画・映像制作の生産性向上や高度化を推進するため、次世代の映像制作技術開発に必要な環境・機材の整備  
(実証拠点の利用件数：R元年度144件、R2年度127件、R3年度202件、R4年度203件、R5年度182件)

・京都スタジアム内に、VRを活用したスポーツ施設及びeスポーツ大会会場を整備  
・スタジアムの1階から4階へ誘客できるようVR・eスポーツ交流施設の様子を展示する施設を設置  
・VR・eスポーツ交流施設の利用促進のため、VRソフトを開発

・桂川の舟運文化の発信拠点及び周辺エリアの川下りを含むスポーツアクティビティの拠点を整備  
・スタジアム上流の千代川から出発し、スタジアムへ到着する川下りルートを開発するため、新たな船着場を設置

・けいはんなプラザ入居者と近隣大学・研究所の研究員、住民とが交流できるイベントや、商談、面談、休憩など様々な人が多目的に活用ができるスペース等、入居者のニーズを取り入れた利用ができる施設になるよう令和3年度に改修し、スタートアップ企業が抱える法務、税務、労務、融資、知財、人材採用等の課題に対処するためのミニセミナー・相談会を開催

・京都の文化・芸術の力を生かし、アートとテクノロジーを融合させた新たな産業を創造し、起業を促すとともに、次世代を担う起業家や企業の中核を担う人材育成を行う、オープンイノベーション拠点を整備

⑫デジタル実装タイプ 事業名	事業概要
<p>(1) ビッグデータを活用した健康サービス・アプリ導入支援事業</p> <p>【該当KPI：64～68】</p>	<p>京都ビッグデータ活用プラットフォームによる産学公連携スキームをベースに、官民のデータ流通を加速させるため、データ流通取引市場を整備するとともに、けいはんな学研都市を中心に、それらデータやデジタル技術を活用した優良事例を創発するため、個々人に応じた健康サービスや健康アプリ等の導入を支援する。</p>
<p>(2) けいはんなサステナブルスマートシティ</p> <p>【該当KPI：69～74】</p>	<p>住民の移動や消費実態等を把握・分析し、都市サービスの改善につなげるため、健康×交通を軸としたスマートライフサービスによる持続可能なデータ駆動型の都市経営エコシステムを構築する。</p>



## 主な取組内容

- ・産官学の多様なビッグデータを柔軟かつ幅広く収集し、京都ビッグデータ活用プラットフォームに流通させるとともに、それらデータの活用を加速させるため、「京都府データ流通取引市場（KYOTO DATA MARKETPLACE）」を構築
- ・データ取引市場を活用してデータやデジタル技術を活用した個々人に応じた健康サービスや健康アプリ等の導入事業を支援

- ・ウェアラブルデバイス及びIoTセンシング機能付きデジタルサイネージを連動させ、行動変容促進型サービスを官民一体で提供し、スマートライフを実現