

令和6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(先駆型・横展開型・Society5.0型)＜R6年度事業開始分＞	15
6	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＞	17
7	地方創生推進タイプ(移住・起業・就業型)＜R6年度事業開始分＞	21
8	地方創生拠点整備タイプ＜R元年度採択、R2年度繰越事業＞	23
9	地方創生拠点整備タイプ＜R3年度採択、R4年度繰越事業＞	25
10	デジタル実装タイプ＜R4年度事業開始分＞	27

<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>

11	デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ)	31
12	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)	41
13	デジタル田園都市国家構想交付金(デジタル実装タイプ)	43

令和7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
1	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
2	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
3	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%)	147 (51.6%)	新規人材の獲得が難しく、目標達成には至らなかった。 今後は、アート系学部を持つ大学等に、アートフェアを活用するカリキュラムを検討してもらうなど、教育機関との連携を一層高め、アート人材の育成に努める。
37,458 (9.4%)	314,850 (63.0%)	467,332 (77.9%)	497,304 (66.3%)	451,762 (47.6%)	アートフェアの集客拡大のため、会場に寺社等のユニークベニューを積極的に活用したが、会場の都合上、大型作品の出品が少ない上、価格帯が安価であったため、目標達成には至らなかった。 来場者数は増加していることから、引き続き魅力的な会場を選定するなど、売上増加につながる取組を進める。
20,764 (48.3%)	41,939 (92.2%)	45,883 (95.6%)	56,383 (111.6%)	61,611 (115.2%)	継続的な事業実施によるイベントの質、あらゆる媒体を活用した周知によるイベントの認知度向上により、国内外のアート関係者に加えて、多くの府民が参加したため、目標を達成することができた。

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
4	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
5	市町村による重点取組エリアの設定	箇所	4	9	14	19	24	29
6	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
7	地域への移住者、地域活動にかかわった 地域外の人々の延べ人数	人	704	754	814	924	1,034	1,144
8	地域での新規就職者数	人	1,053	1,153	1,253	1,373	1,498	1,623
9	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
10	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
11	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	-117	-1,134	-2,156		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を図り、目標達成を目指す。
(563.0%)	(269.7%)	-(41.6%)	-(175.7%)		
12	19	25	28		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。引き続き、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。
(133.3%)	(135.7%)	(131.6%)	(116.7%)		
未発表	未発表	未発表	未発表		<令和7年12月頃判明予定>
—	—	—	—		
758	1,119	2,386	3,227		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。今後とも「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。
(100.5%)	(137.5%)	(258.2%)	(312.1%)		
924	874	835	799		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、DMO主催のインターンシップによる移住希望者と地元企業のマッチングなど、目標達成に向けて取り組んできたが、都市部の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み、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。
(80.1%)	(69.8%)	(60.8%)	(53.3%)		
2	4	9	11		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」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、目標を達成することができた。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。
—	(133.3%)	(128.6%)	(100.0%)		
74	128	165	381		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、目標を達成することができた。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。
(138.1%)	(112.7%)	(89.9%)	(144.5%)		
4,231	19,435	110,911	22,569		昨年度に比べ、開催時期等で折り合いがつかず、eスポーツイベントの規模が縮小したため、目標達成には至らなかった。引き続き、大規模なeスポーツ等のイベントが開催できるよう、事業者等と協力しつつ、地域の活性化を図るため、各イベントの支援や周知に努める。
(105.8%)	(194.4%)	(554.6%)	(75.2%)		

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
12	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
13	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	231	270	153		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、イベントを積極的に周知することに加え、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。
(108.0%)	(46.2%)	(33.8%)	(13.9%)		
126	213	210	105		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ものの、昨年度に比べ集まりが悪く、目標を達成することができなかった。 引き続き、学校への広報や、SNS等を活用しながら周知に努め、さらなる利用者の増加を図る。
(126.0%)	(142.0%)	(105.0%)	(42.0%)		

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
14	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
15	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
16	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
17	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	—	—
18	D X研修受講等により創出された雇用者数	人	0	8	26	68	—	—
19	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	—	—
20	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	—	—
21	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	—	—
22	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%)	354 (70.8%)	359 (44.3%)			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が、目標達成には至らなかった。 今後は、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%)	8 (114.3%)	21 (161.5%)			「移住者受入・活躍応援計画」の策定が進み、各地域で移住者等が活躍できる地域づくりが展開されており、目標を達成することはできた。 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%)	88.90 (97.3%)	未発表 —			<令和7年12月頃判明予定>
21 —	14 (140.0%)	50 (250.0%)	— —	— —	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。 今後は、大学生が府内の地域や企業と交流する機会の拡大を図り、更なる目標達成に努める。
0 (0.0%)	78 (300.0%)	158 (232.4%)	— —	— —	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。
100 (142.9%)	143 (158.9%)	102 (92.7%)	— —	— —	令和6年度は、産学官連携の建設DX推進プラットフォーム（3回）の開催や、建設事業者向けのICT活用工事の体験会（10回）を開催したが、時期が事業者の繁忙期と重複したことや、ICT活用に積極的な事業者の参加が令和4年度及び令和5年度の受講により一巡した等の理由により、目標達成には至らなかった。 今後は、開催時期を工夫する等し、参加事業者数の増加に努める。
1.0 (90.9%)	3.2 (97.0%)	4.5 (68.2%)	— —	— —	国内外の新たなマーケットの開拓や現代の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、販売額は増加したが、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%)	757 (156.1%)	— —	— —	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%)	797 (120.8%)	— —	— —	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
23	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	—
24	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	—
25	京都プレミアム中食の開発数	件	0	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	1.72			各事業の進展に伴い、販売実績は増加したものの、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%)	(19.9%)			
0	-1.43	-0.61			夏期の異常な高温による収穫量の大幅減少により出荷数量が減少し、販売単価が上昇したことで、販売額は前年と比較して増加したが、目標達成には至らなかった。（R4：15.7億円→R5：14.2億円→R6：15.1億円） 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%)	-(20.3%)			
21	45	94			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、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。
—	(112.5%)	(104.4%)			

④地方創生推進タイプ(先駆型・横展開型・Society5.0型)＜R 5 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
26	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	—	—
27	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	—	—
28	府域の観光消費額単価（年間）	円	4,160	4,600	4,900	5,200	—	—
29	万博関連での京都府への訪問者数	万人	0	200	500	3,320	—	—
30	ビジネスイノベーション創出数（MICE誘致件数）	件	0	2	5	30	—	—
31	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	—	—
32	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	—	—
33	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
34	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

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%)	4.74 (60.0%)		— —	— —	府内各地の伝統文化、伝統工芸等に係るイベントを開催し京都の文化を感じられる文化発信の取組を行った。特に小学生とその保護者をターゲットに伝統文化等に関わる機会の創出等を行ったが、目標達成には至らなかった。 今後は、より一層地域の伝統文化等の体験機会の創出等を行い、目標達成を目指す。
63.80 (92.5%)	61.80 (81.3%)		— —	— —	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、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、裾野拡大につなげる。
4,864 (105.7%)	5,345 (109.1%)		— —	— —	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たことで、府域への誘客に繋がり、目標を達成することができた。 引き続き、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する。
0.7 (0.4%)	1.85 (0.4%)		— —	— —	令和6年度は半年前機運醸成イベントをはじめとして、各地でプレ万博イベントを実施したが、万博に向けた機運が十分に盛り上がりならず、目標達成には至らなかった。 令和7年度は、万博開催の年となるため、多くの訪問者を見込んでいる。
1 (50.0%)	1 (20.0%)		— —	— —	けいはんな万博関係では、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、令和6年度以降に、参加者が50名以上かつ参加国が3ヵ国以上の国際会議を誘致することとしており、令和6年度は1件誘致することができたが、目標達成には至らなかった。 その他の「大阪・関西万博きょうとアクションプラン」に掲載されている事業は、令和7年度に実施するものが大多数を占めており、件数が増加する見込みである。
0 (0.0%)	10 (200.0%)		— —	— —	「大阪・関西万博きょうとアクションプラン」に掲載した令和7年度実施事業に向けたプレ実施として、10件のビジネスツアーを実施し、目標を達成することができた。 令和7年度はさらに件数が増加する見込みである。
382 (38.2%)	511 (17.0%)		— —	— —	機運醸成イベントにおいて、スタッフにボーイスカウトの子どもの参加や、オープンラボ・テックツアー、ガールスカウトフェスタやユースサミットなど、子どもが参画できるイベントを認証事業とするなど、万博に向けたオール京都の輪を若い世代に着実に広げているが、万博に向けた機運が十分に盛り上がりならず、目標には至らなかった。 令和7年度は万博会場における会場催事「EXPO KYOTO MEETING」への参画、京都ゾーンやEKISpot KYOTO魅力発信ブースへの出展などにより、目標達成を目指す。
254 (110.4%)	365 (140.4%)				大企業と中小企業の交流会や副業・兼業セミナー等を開催したほか、京都産業21による企業訪問を強化し、相談ニーズを掘り起した結果、相談件数が増加し、目標を達成できた。 引き続き、上記取組を強化し、新規案件の掘り起こしに努めることで、目標達成を目指す。
503 (314.4%)	626 (125.2%)				副業・兼業ニーズの高い府中北部における企業訪問を強化したほか、京都産業21内に個別企業の経営課題等を共有・解決するための研究会を立ち上げ、研究会で得た情報を基に、コーディネーターが人手不足に悩む中小企業への支援を実施することができたため、人材派遣会社への取次件数が増加し、目標を達成できた。 引き続き、人材派遣会社との連携を強化し、コーディネーターの丁寧な聞き取りに取り組むことで、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)＜R 5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
35	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
36	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
37	事業を通じた学生の府内就職者数	件	982	1,032	1,082	1,132	—	—
38	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	—	—
39	新事業開発に取り組む中小企業等数	件	128	248	368	488	—	—
40	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	—	—

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	
32 (160.0%)	47 (188.0%)				ITやデジタルのニーズが高いスタートアップ企業への企業訪問を強化した結果、デジタル人材に係る取次件数が増加し、目標を達成できた。 引き続き、人材派遣会社との連携を強化し、コーディネーターの丁寧な聞き取りに取り組むことで、目標達成を目指す。
101 (126.3%)	178 (197.8%)				人材ニーズのミスマッチを解消するため、人材派遣会社と定期情報交換会を開催するほか、京都産業21のコーディネーターと人材派遣会社担当者が中小企業に対する同行訪問を行ったことで、成約件数が増加し、目標を達成できた。 引き続き、上記の取組を強化することで、目標達成を目指す。
1,025 (99.3%)	870 (80.4%)		— —	— —	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、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%)	36 (57.1%)		— —	— —	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。 引き続き、長期滞在型外国人起業家等誘致プログラムの実施や、ノウハウの横展開等により、外国人起業家の誘致に取り組んでいく。
296 (119.4%)	429 (116.6%)		— —	— —	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%)	15 (136.4%)		— —	— —	大規模国際カンファレンスの京都開催を契機に、首都圏の投資機関が支援拠点を開設するなど、人や資金を呼び込む好循環が生まれたことで目標を達成できた。 今後は、海外展開支援などにより、好循環を海外にも拡大、充実させていく。

⑤地方創生推進タイプ(先駆型・横展開型・Society5.0型)＜R 6 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				
				R6	R7	R8	R9	R10
41	北部地域就職 UIJターン就職内定者数	人	107	150	150	150	—	—
42	本事業（※）に係る北部地域における新規就職内定者数（女性・高齢者） ※人口減少が進む京都北部エリアの人材確保対策 企業の人材不足対策の支援と若者等の移住・Uターン促進事業	人	1,046	1,150	1,150	1,150	—	—
43	本事業（※）に係る北部企業における人材確保数 ※人口減少が進む京都北部エリアの人材確保対策 企業の人材不足対策の支援と若者等の移住・Uターン促進事業	人	400	500	500	500	—	—
44	事業（※）を通じた新規就業者数 ※深化型オープンイノベーションネットワーク構築事業	人	0	0	7	10	—	—
45	オープンイノベーションエコシステム形成を通じたスタートアップ企業設立数及び大企業等とスタートアップのマッチング件数	団体・件	0	20	20	20	—	—
46	国内外の企業大学等の参画団体数	団体	0	50	100	150	—	—

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	元年度	2 年度	3 年度
単年度達成率（％）	128.8%	171.4%	107.7%	83.8%	68.4%	89.2%
最終目標達成率（％）	78.5%	76.3%	79.8%	78.0%	57.7%	52.1%

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
R6	R7	R8	R9	R10	
86 (57.3%)			—	—	UIJターンによる北部への就職希望者が少なく、目標達成には至らなかった。 今後は、北部企業の魅力を発信するとともに、地域の魅力発信を強化し、北部企業への就職希望者を増加させ、就職内定につなげていく。
811 (70.5%)			—	—	女性・高齢者が求める業種・職種、勤務条件と、企業側が求めるものとの間にミスマッチが生じていることなどから、目標達成には至らなかった。 今後は、女性・高齢者のニーズに即した求人を開拓するとともに、勤務条件や就労環境の整備など企業側の支援を強化し、人材不足の解消につなげていく。
745 (149.0%)			—	—	企業支援体制の強化により、企業訪問、相談対応等の機会が増えたことで、企業の人材確保につながり目標を達成できた。 引き続き、積極的な企業訪問や相談対応等により、人材確保につなげていく。
0 —			—	—	1年目は、主に新産業のテーマ検討や産業化に向けた勉強会、現地視察会や調査等に取り組むこととしているため、目標を掲げていなかった。 今後は、経済波及効果を高め府内産業の活性化につなげていくため、事業を通じた新規就業者数の増加に取り組んでいく。
27 (135.0%)			—	—	スタートアップエコシステム形成への社会課題の解決に向けた実証実験やビジネスモデルの創出に向けた新産業創出交流会の実施に取り組んだことにより、目標を達成することができた。 引き続き、スタートアップ企業の創出や大企業等との協業による事業拡大に取り組んでいく。
116 (232.0%)			—	—	リーディングゾーンの形成に向けて、具体的なテーマを設定するため、企業や大学等を巻き込んだ勉強会、現地視察会や調査等の実施により、目標を達成することができた。 引き続き、イノベーションに取り組む多様な企業や大学とのつながりの拡大に取り組んでいく。

4年度	5年度	6年度
118.1%	114.5%	102.5%
65.9%	66.0%	75.5%

⑥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
47	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
48	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
49	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
50	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
51	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
52	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
53	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	R6	
1 (1.7%)	2 (1.7%)	3 (2.1%)	6 (1.0%)	11 (1.8%)	15 (2.4%)	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%)	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%)	76 (89.4%)	応募が64件あり、16件を採択（うち12件が起業）し たものの、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%)	7,223 (160.2%)	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%)	4 (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。 令和7年度からは7市町が子育て世帯加算（18歳未 満の世帯員1名につき100万円支給）を実施するこ とが予定されており、制度の周知を図ることで、目標 達成を目指す。
1,525 (105.2%)	2,953 (99.4%)	4,494 (98.6%)	6,027 (96.9%)	7,570 (95.2%)	7,604 (78.0%)	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%)	12,376 (89.7%)	企業説明会における仕事と子育ての両立が可能な 企業の出展など、多様な形態で支援を行ったが、 目標達成には至らなかった。 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。

⑥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
54	「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
55	「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

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	R6	
57	95	140	210	277	311	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5年度を上回ることとはできず、目標達成には至らなかった。 今後は、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。
(28.5%)	(22.6%)	(21.2%)	(22.8%)	(23.1%)	(20.7%)	
243	534	868	1,165	1,692	2,141	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。 今後は、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。
(97.2%)	(101.7%)	(105.2%)	(101.3%)	(112.8%)	(114.2%)	

⑦地方創生推進タイプ(移住・起業・就業型)＜R 6 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				
				R6	R7	R8	R9	R10
56	本事業（※）により新規就業が実現した者の数（新規就業者数） ※京都産業を支えるDX人材等育成・就業一貫支援事業	人	0	2,500	2,700	2,900	3,100	—
57	デジタル技術の習得や仕事への活用促進の支援に関する取組により、デジタル技術を仕事に活用している者の数（デジタル活用者数）	人	0	500	600	700	800	—
58	本移住支援事業に基づく移住者数	人	0	2	24	24	24	—
59	本起業支援事業に基づく起業者数	人	0	0	15	15	15	—
60	マッチングサイトに新たに掲載された求人数	件	0	0	2,550	2,550	2,550	—
61	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	0	5	6	7	—

地方創生推進タイプ (移住・起業・就業型)	元年度
単年度達成率（％）	64.1%
最終目標達成率（％）	8.6%

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
R6	R7	R8	R9	R10	
2,518 (100.7%)				—	「就業・育成一貫支援プログラム」としてセミナー、カウンセリング、専門訓練等を実施し、求職者と企業のマッチングに取り組んだ結果、目標の達成につながった。 — 今後も積極的な広報を行うなど本事業の活用へつなげ、求職者の就業促進を図っていく。
228 (45.6%)				—	マーケティングなど企業活動で役立つデータ分析、SNSの活用やAIの導入による生産性の向上など、業務推進に資するデジタル技術の習得セミナーや専門訓練などを実施したが、参加者が当初の想定を下回ったことなどにより、目標達成には至らなかった。 — 今後はセミナーや専門訓練等について、企業や求職者のニーズに即した内容に見直すなど、デジタル技術の活用促進につなげていく。
4 (200.0%)				—	対象地域が限定されていることや対象求人の少なさを踏まえ、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即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。
12 —				—	応募が64件あり、16件を採択（うち12件が起業）した。 — 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、起業家数の増加に向けた対象者の掘り起こしに取り組んでいく。
1,450 —				—	令和3年度までマッチングを行っていた「京都府UIJターンナビ」から令和4年度に「ジョブこねっと」に移管したことで、京都府内で働きたい方と京都企業とのマッチングのほか、企業研究、就活イベントへの参加受付、適職診断等、多くの機能が追加され、掲載求人数の増加につながった。
2 —				—	令和7年度からは7市町が子育て世帯加算（18歳未満の世帯員1名につき100万円支給）を実施することが予定されており、制度の周知を図っていく。

2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
62.3%	51.6%	76.4%	85.1%	86.4%
17.3%	21.3%	39.7%	55.9%	63.5%

⑧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
62	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
63	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
64	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	42	スタートアップルームを4室増室したことに加え、けいはんプラザの指定管理者である(株)けいはんなが、J-Startup KANSAIのサポーター企業として加盟し、入居対象企業に対する支援体制(万博プレイベントGlobal Startup EXPO 2024への参加支援等)や、支援拠点としての情報収集・発信を強化したことで、目標を大幅に上回ることができた。 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、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。
—	(1300.0%)	(666.7%)	(640.0%)	(600.0%)	
76	87	85	87	88.4	2023年度と同程度の退去(計5室・3%)があったが、既存の好業績企業の増室や、スタートアップの入居(11.5室)等により、年平均入居率が1%増加し目標を達成できた。 引き続き、様々な機関との連携した広報を展開し、目標の達成を目指す。
(99.7%)	(109.8%)	(103.4%)	(102.1%)	(100.2%)	
2	3	3	4	5	1月31日に国内外のスタートアップによるけいはんなエリアで実施しているPoCの成果を発表するピッチ会を1回開催し、目標を達成できた。
—	(300.0%)	(150.0%)	(133.3%)	(125.0%)	

⑨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
65	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
66	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
67	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	元年度	2年度	3年度
単年度達成率（%）	92.0%	90.1%	90.7%	119.1%	86.1%	159.9%
最終目標達成率（%）	72.6%	69.9%	71.1%	97.3%	82.1%	65.0%

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	4			「子どもの能力開発」「ロボティクス」「フェムテック」「アート」をテーマにした部会活動を通じて、国内外の企業・大学とのオープンイノベーションを推進した結果、部会を起点としたグループが複数組成され、「学生×伝統文化×国際交流」、「フェムテック×テクノロジー×伝統文化」、「脳科学×アート」、「ロボット×商業施設×子ども能力開発」の4つのプロダクトを創出することができ、目標達成につながった。
—	—	(400.0%)			
33	0	-15			新規人材の獲得が難しく、目標達成には至らなかった。今後は、アート系学部を持つ大学等のカリキュラムでアートフェアを活用してもらえようようなスキームを検討するなど、教育機関との連携度を高め、アート人材の育成に努める。また、「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&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。
(660.0%)	(0.0%)	-(42.9%)			
未発表	未発表	未発表			<令和7年12月頃判明予定>
—	—	—			

4年度	5年度	6年度
177.4%	133.3%	236.5%
85.8%	105.8%	171.3%

⑩デジタル実装タイプ＜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
68	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	—	—
69	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	—	—
70	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	—	—
71	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	—	—
72	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	—	—
73	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	—	—
74	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	—	—
75	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%)	6,040 (12.1%)	— —	— —	データの利活用を推進するにあたり、京都データ取引市場（データカタログサイト）のPRを行ったが、認知されていないことや世間一般的にデータの利活用が進んでいないことから、目標達成には至らなかった。 今後は、データ利活用の推進に向け、ワークショップ、SNSやビジネスイベントなどを通じてデータカタログサイトのPRを行っていく。
15 (125.0%)	11 (61.1%)	37 (154.2%)	— —	— —	地域課題や社会課題の解決、さらには新たなビジネスの創出に向けて、活発な議論・活動を展開することで、目標を達成できた。 引き続き、セミナーやワークショップ、マッチングイベントなどの機会を通じて、具体的な成功事例を広く周知するとともに、ワーキンググループの活動を一層充実し、官民連携モデルの構築に取り組む。
3 (60.0%)	6 (60.0%)	6 (40.0%)	— —	— —	データの利活用を推進するにあたり、データカタログサイトのPRを行ったが、認知されていないことや世間一般的にデータの利活用が進んでいないことから、目標達成には至らなかった。 今後は、ワークショップや、データ取引市場の活性化に向けたアイデアソン、ハッカソンを通じ、健康分野を含め様々な分野においてデジタル技術を活用する企業を増やす。
155 (51.7%)	282 (56.4%)	407 (58.1%)	— —	— —	ホームページやイベントを通じて、住民へのPRに取り組んだが、目標達成には至らなかった。 引き続き、より多くの方にサービスを活用いただけるよう住民へのPRを企業と連携しながら取り組んでいく。
5 (500.0%)	3 (150.0%)	7 (175.0%)	— —	— —	住民によるサービス利用が進んだことにより、継続的なサービス拡大につながり、多くの自治体に関心をもったため、目標を達成できた。 今後、未参加自治体にもPRを進め、府内全域に展開するとともに全国展開に向けてサービスを展開していく。
5.2 (52.0%)	24 (120.0%)	25 (62.5%)	— —	— —	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等を実施したが、認知度や理解度が十分でなかったことにより目標達成には至らなかった。 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利用率増加を図る。
20 (100.0%)	24 (120.0%)	-18 -(90.0%)	— —	— —	ポイントの一部を地元の教育機関に寄附する新たなサービスを導入したことに伴い、ポイントプログラム参加店舗でのクーポン利用が低調となり目標達成には至らなかった。 今後は、プログラムの特徴をアピールし、サービス利用者を増やすとともに、参画店舗の増加等を検討することでポイント利用率増加を図る。
1.1 (3.7%)	1.68 (5.6%)	3 (10.0%)	— —	— —	ポイントアップイベントなどを開催したが、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。 今後は、プログラムの特徴をアピールし、サービス利用者を増やすとともに、地域イベントと連携するなど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。

⑩デジタル実装タイプ＜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
76	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	—	—
77	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	—	—
78	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	
5.5 (18.3%)	1.49 (5.0%)	3 (10.0%)	— —	— —	スマートライフサービス利用者に対するアンケートの結果、「健康意識・生活満足度が高まった」と回答した方の割合は昨年度より増えたものの、健康増進の取組に積極的でない参加者が多いことから実績が伸び悩んだと考えている。 今後は、プログラムの特徴をアピールし、サービス利用者を増やすとともに、地域イベントと連携するなど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。
0 (0.0%)	77,561 (646.3%)	384,501 (2563.3%)	— —	— —	バス停留所等にサイネージを設置したことが府民・市民とのデジタル接点として有効であり、目標を大幅に上回る視聴数を得ることができた。 引き続き、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%)	316 (263.3%)	— —	— —	行動変容を促す情報として5種類の月次コンテンツや地域イベントの情報などを配信したが、視聴数の増加に伴い、各地点間の移動において、配信前後での行動変容を示すデータを獲得することができた。 引き続き、コンテンツに工夫を凝らし、データ分析を行うことで行動変容の促進を図る。

4年度	5年度	6年度
83.1%	120.9%	296.2%
33.4%	91.7%	296.2%

＜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＞

⑪地方創生推進タイプ 事業名	事業概要
(22) ＜移住支援・マッチング支援＞首都圏人材京都還流促進事業 ＜起業支援＞次世代人材育成・産業創造事業 【該当KPI：47、48、49、50、51】	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
(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 【該当KPI：52、53、54、55】	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
(24) 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 【該当KPI：1、2、3】	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&クラフトに関するヒト・モノ・カネが動く拠点都市「アート&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&クラフトの拠点や市場を形成し、アート&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
(27) 「子育て、子育てにやさしい」京都創生プロジェクト事業 【該当KPI：4、5、6】	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。

主な取組内容

- ・マッチングサイトにおける求人掲載(R6年度：1,450件)
- ・移住支援金の支給(R6年度：4件・320万円)
- ・起業支援金の支給(R6年度：12件・2,056.5万円)
- ・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(R6年度：73件)

- ・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(R6年度：8回)
- ・高齢者に特化した企業説明会の開催(R6年度：7回 ※うち1回は大規模合説)

- ・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((R6年度)行灯貸出：23件、風鈴灯貸出：4件)
- ・学校交流(R6年度：47件)
- ・海外からの教育旅行誘致のための旅行会社向けファムトリップ
- ・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(R7.3)
- ・新鋭選抜展の開催(R6.12.21～R7.1.13)
- ・京都アトラウンジの開催(京都アート戦略ラウンジ：R7.2.27、オープンスタジオ：R7.3.1～2)
- ・ARTISTS' FAIR KYOTO2025の開催(R7.2.28～3.2)
- ・ARTISTS' FAIR KYOTO：SATELLITE2025の開催(R7.2.12～3.30)
- ・Art Collaboration Kyoto(R6.11.1～3)
- ・KYOTO KOUGEI kyoto Crafts Exhibition DIALOGUEの開催(R7.3.12～3.15)
- ・KYOTO KOUGEI WEEKの開催(R6年度通年)

- ・「まち全体で子どもを見守り支える」まちづくりを進めるため、市町村がエリア内で策定する「子育てにやさしいまちづくり推進計画」をハード・ソフト一体で支援
(R6年度：計画認定3市町・3,642千円)
- ・「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(R6年度：相談件数(延べ)2,769件・インターンシップ実施人数(延べ)1,491人・就職内定者数1,836人)

⑪地方創生推進タイプ 事業名	事業概要
(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～ 【該当KPI：7、8、9、10】	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。
(29) スタジアム発！eスポーツ産業創造・育成事業 【該当KPI：11、12、13】	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。 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。
(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」 【該当KPI：14、15、16】	(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 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。
(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 【該当KPI：17、18、19】	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。

主な取組内容

- ・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（R6年度：寄港回数11回）
- ・メディアツアーの開催（R6年度：1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（R6年度：記事数1本）
- ・京都府観光連盟運営Webサイト「食らし旅」での情報発信（R6年度：記事数14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
- ・地域の観光・物流拠点として機能を強化するため、「食の京都TABLE」等の施設における食材加工・販売設備等の整備に係る取組を支援（採択件数 3件）
- ・京都市中央卸売市場第一市場新水産棟内に府市協調で「食の京都」のPR拠点を設置し、府内産食材の物販イベントとしてフェアを開催するなど（全3回）、地域の「食」の魅力について情報発信の取組を実施
- ・インフルエンサーを活用し、周遊観光の魅力を発信
- ・モニターツアーの開催（R6年度：1回）
- ・日本料理大賞の京都決勝大会の開催を支援

- ・京都eスポーツ振興事業（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（R3～6年度）
- ・ワールドチェイススタグアカデミー日本選手権等の開催（R4～6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（R6年度：来場者数1,581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等誘致（R6年度：3団体）
- ・関係人口創出のための地域外住民の誘致イベントを開催（R6年度：19件）
- ・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（R6年度：3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（R6年度：受入企業数4社・参加者数延べ24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（R6年度：100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（R6年度：3件）

- ・学生、教員、研究者の知と力を活かし、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支援（（R6年度）大学との共同事業：52プロジェクト）
- ・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（R6年度：10コース・213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（R6年度：5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（R6年度：参画団体数69団体）
- ・ICT活用工事の体験会（10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）
- ・建設に関するデータや画像等を受発注者間で一元的に管理し効率化するシステムを導入
- ・観光産業向けのセミナーを開催（12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

⑪地方創生推進タイプ 事業名	事業概要
(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 【該当KPI：20、21、22】	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。 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。
(33) 京ものブランド総合戦略事業 【該当KPI：23、24、25】	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。
(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 【該当KPI：26、27、28】	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。
(35) 大阪・関西万博きょうとの力創出・発信事業 【該当KPI：29、30、31、32】	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。
(36) 中小企業事業強化・継続支援事業 【該当KPI：33、34、35、36】	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。

主な取組内容

- ・KYOTO KOUGEI WEEKの開催（R6年度通年）
- ・KYOTO KOUGEI kyoto Crafts Exhibition DIALOGUEの開催（R7.3.12～3.15）
- ・「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。3店舗目を令和7年1月30日にスイス・チューリッヒ郊外に設置。
- ・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
- ・寛永文化の魅力発掘に係るファムツアーの実施
- ・府域内の広域デジタルスタンプラリーの実施
- ・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（R6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109店舗）、実需者向け産地見学会（1地区1回）や京野菜の料理教室（対面2回、オンライン2回・計92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（49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）

- ・大阪・関西万博開催を契機とした音楽祭の開催に向けたプレコンサート等を実施（R6.10.12～19）

- ・大阪・関西万博半年前イベント「京都イロドリEXPO こといろ」（令和6年10月12日開催、約3,500名動員）
- ・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（R6年度：3回開催）
- ・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（R6年度：668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（R6年度：626件）
- ・プロフェッショナル人材の成約件数（R6年度：91件）
- ・副業・兼業人材の成約件数（R6年度：87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」の運営（R6年度：延べ登録者数 94人）
- ・後継者不在企業への人材マッチング成約件数（R6年度：9件）
- ・「中小企業×大企業 交流会」の開催（R6年度：参加企業数 26社）

⑪地方創生推進タイプ 事業名	事業概要
(37) 若者の活躍・夢実現と活力ある京都経済づくり事業 【該当KPI：37、38、39、40】	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、京都にき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。
(38) 人口減少が進む京都北部エリアの人材確保対策 企業の人材不足対策の支援と若者等の移住・Uターン促進事業 【該当KPI：41、42、43】	労働需給バランスを改善し、企業の事業拡大に繋げていくためには、流出した若者に戻ってきてもらうことや、地方への移住や就業に関心のある層を確実に取り込むことにより、北部地域での就職者を増やすとともに、あわせて観光業等、急激に増加する労働需要に対する更なる担い手確保のため、子育て中の女性や、高齢者など、担い手の掘り起こしが重要であり、人口減少や生産年齢人口の減少、若者の流出などにより域内の企業の人材不足が顕著になっており、京都府のエリアでも南部や中部と比較しても、特に北部エリアがこの状況が顕著であり、京都府としても北部地域の積極的に人材確保を進めていく。
(39) 深化型オープンイノベーション構築事業 【該当KPI：44、45、46】	府の各地域が持つ資源等、そこにしかない強みを生かしながら、ゾーンごとに国内外から注目されるテーマを掲げ、イノベーションに取り組む企業の集積を図ることに加え、テーマ外の人材が加わったオープンイノベーションが持続的に起こるエコシステムの構築による複層的な産業創造ができる京都を目指す。
(40) 京都産業を支えるDX人材等育成・就業一貫支援事業 【該当KPI：56、57】	求職者に対してDX等の専門知識を付与し、且つ求職者が挑戦・就職しやすい支援プログラムが必要であり、労働力人口が減少する中、育児や介護による働き方の時間的制約、育児や介護後の長期間のブランクなど、自らが望む働き方ができない女性や定年退職を迎えた高齢者などに対して、潜在的な就労支援ニーズを掘り起こす活動やダイバーシティ化が進む企業とのマッチングにより、京都産業を支える多様な人材が活躍の場を拡げていく。

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（R6年度：出展企業数150社・参加者数1,174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（R6年度：相談件数222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（R6年度：参加者数2,561人）
- ・海外人材のビジネス基盤構築支援プログラムの実施（R6年度：参加人数5人）
- ・中東を拠点としたアジアや欧州、アフリカ等への販路拡大を目指したビジネスマッチング支援（R6年度：支援企業数49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（R6年度：開催回数6回、登壇社数65社）
- ・国際スタートアップイベント開催（R6年度：参加者数約12,000人）
- ・海外での国際スタートアップイベント出展（R6年度：出展企業数8社・現地参加者数約31万人）

- ・カウンセラーによる求職者への相談、就職後の定着フォロー（出張・オンラインを含む）（R6年度：延べ相談数12,921人、うち出張相談154回・594人）
- ・J P カレッジ等による求職者向けセミナーの実施（オンラインを含む）（R6年度：開催回数223回、延べ参加者1,822人）
- ・京都北部市町、ハローワークと連携した求職者と求人募集中企業とのマッチングイベント（合同企業説明会、ミニ・個別企業説明会）の開催（R6年度：＜合同企業説明会＞開催回数18回・参加者数870人、＜ミニ企業説明会＞開催回数19回・参加者数261人、＜個別企業説明会＞開催回数72回・参加者数220人）
- ・企業に対する労働条件、労働環境改善のためのアドバイス等の支援（R6年度：延べ訪問企業数1,585社）

- ・物流に関連した幅広い意見交換を行う場として、「物流に関するミニ勉強会」を開催し、多様な主体との関係性づくりを実施（R6年度：開催数3回、参加企業・団体数47社・団体）
- ・「物流の2024年問題」への対応など企業等の物流に対するニーズを把握するために、北部工業団地関係企業等へのアンケート及びヒアリングを実施（R6年度：アンケート実施数52社、ヒアリング実施数25社・団体）
- ・サステナブルな産業分野における先進的な企業との意見交換等を行う勉強会（現地視察含む）を開催（R6年度：開催数2回、参加企業数10社）
- ・南丹地域におけるスポーツ・ウェルネスに関する社会課題の解決に向けた実証実験やビジネスモデルの創出に向けた「スポーツ&ウェルネス新産業創出交流会」を実施（R6年度：開催数2回、参加企業・団体数54社・団体）
- ・南丹地域のスポーツイベントと連携し、スタートアップ企業の技術を活用した実証事業を実施
- ・城陽市東部丘陵地における次世代基幹物流施設やアウトレットモールの整備、中間エリアのまちづくりの具体的な検討に向け、城陽市や民間企業などと意見交換等を実施

＜女性＞

- ・潜在的求職ニーズのある女性の掘り起こし（R6年度新規登録者数：2,319名）
- ・離職防止・定着支援に関する相談の実施（R6年度：145件）

＜若年求職者・高齢者＞

- ・若年求職者向けに、正社員就職への意欲を喚起するセミナーを開催（R6年度：5回）
- ・正社員就職を希望する若年求職者向けに、企業とのマッチングフェアを開催（R6年度：5回）
- ・正社員就職後の若年就業者に対しスキルアップ支援を実施（R6年度：5コース（専門人材入門訓練））
- ・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（R6年度：8回）
- ・高齢者に特化した企業説明会の開催（R6年度：7回 ※うち1回は大規模合説）
- ・市町村へのお出張相談（R6年度：9市町村）

⑪地方創生推進タイプ 事業名	事業概要
(41) <移住支援・マッチング支援・窓口機能強化・地方就職学生支援>首都圏人材京都還流促進事業 <起業支援>次世代人材育成・産業創造事業 【該当KPI : 58、59、60、61】	移住支援による人材還流の取組と並行して、地域活性化関連では、人口減少地域の活性化や若者等の地域定着に向けて、農林水産物や優れた自然環境・景勝、文化財などの地域資源を活用した観光旅行者向け特産品開発・販売や地元食材を活用した飲食・サービス等の魅力ある仕事づくりを行う事業等を、社会福祉・社会教育・子育て支援関連では、少子高齢化や核家族化の進展により需要が高まっている高齢者や子育て世帯向けの福祉・教育等の生活支援サービス供給及びそれに付随する事業等を、Society5.0関連では、未来技術を活用した新たな社会システムづくり等に関連するSociety5.0関連業種等の付加価値の高い産業分野で地域課題の解決に資する事業を事業承継、又は第二創業により実施する事業等を支援対象となる社会的事業と定め、支援金の給付を伴う起業支援の取組を実施し、事業所数の増加に向けた取組を強力に進め、目指す将来像の実現を図る。

主な取組内容

- ・マッチングサイトにおける求人掲載(R6年度・1450件) 【(22)再掲】
- ・移住支援金の支給(R6年度 4件・320万円) 【(22)再掲】
- ・地方就職学生支援金(R6年度 0件)

⑫地方創生拠点整備タイプ 事業名	事業概要
(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 【該当KPI：62、63、64】	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。
(17) アート&テクノロジー・ヴィ レッジ整備事業 【該当KPI：65、66、67】	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。

主な取組内容

・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

⑬デジタル実装タイプ 事業名	事業概要
(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 【該当KPI：68～72】	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。
(2) けいはんなサステナブルスマートシティ 【該当KPI：73～78】	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。

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