

(令和7年度予算分) 地域少子化対策重点推進交付金 実施計画書 (都道府県分) 個票

自治体名 京都府
本事業の担当部局名 健康福祉部こども・子育て総合支援室

事業メニュー		結婚_妊娠_出産_子育てに温かい社会づくり・気運醸成事業						
区分		重点メニュー						
関連事業メニュー		3.2.2 地域全体で結婚・子育て、子育てと仕事の両立と多様な働き方を応援する気運醸成						
個別事業名		子育ての楽しさ広げる事業費「WEラブ赤ちゃんプロジェクト」こども“ええ顔”発信事業				新規／継続 (一般財源での実施も含む)	継続	
実施期間		交付決定日		～	令和9年3月31日		事業開始年度	令和3年度
総事業費(A)(円)		15,000,000		寄付金その他の収入予定額(B)(円)	0		差引額(A-B)(円)	15,000,000
対象経費支出予定額(円) ※補助率を乗じる前の額		15,000,000						
費用内訳(円)	区分	諸謝金	賃金	報償費	旅費	需用費	役務費	
	総事業費	0	0	0	0	0	100,000	
	対象経費支出予定額	0	0	0	0	0	100,000	
	対象外経費支出予定額	0	0	0	0	0	0	
	区分	委託料	使用料及び賃借料	負担金	補助金		計	
	総事業費	0	0	0	14,900,000		15,000,000	
	対象経費支出予定額	0	0	0	14,900,000		15,000,000	
	対象外経費支出予定額	0	0	0	0		0	
○	※上記対象経費支出予定額に本交付金の対象外となる経費は含まれていない。							
自治体における少子化対策の全体像及びその中での本個別事業の位置付け		<自治体における少子化対策の全体像>※全事業共通 「京都府子育て環境日本一推進戦略」(令和元年9月策定・令和5年12月改定)において、重点的に取り組む4つの重点戦略と20の重点プロジェクトをとりまとめた。 また、4つの重点戦略とともに「5. 重点戦略と併せて着実に推進する政策群」を実施し、全ての人にとって暮らしやすい「子育て環境日本一」の京都を実現していく。 重点戦略1. 子育てが楽しい風土づくり 重点戦略2. 子どもと育つ地域・まちづくり 重点戦略3. 若者の希望が叶う環境づくり 重点戦略4. すべての子どもの幸せづくり <本個別事業の位置付け> 「京都府子育て環境日本一戦略」 3. 京都府が新たに取り組む4つの重点戦略 重点戦略1. 子育てが楽しい風土づくり ②「WEラブ赤ちゃんプロジェクト」の府内全域への展開 5. 重点戦略と併せて着実に推進する政策群 ⑤子育て環境の充実に向けた基盤づくり 京都府子育て環境日本一推進会議に関する事業については、実質的に委託事業であるが、本府を含めた複数の団体が構成される組織であるため、形式的に補助とする。						

個別事業の内容

番号	項目	内容
1	京都サンガF.C.と連携したWEラブ赤ちゃんプロジェクトの浸透	地域に根差した社会貢献活動に取り組んでおり、令和7年度に「WEラブ赤ちゃんアンバサダー」に任命したプロサッカーチームの京都サンガF.C.と引き続き連携して、WEラブ赤ちゃんプロジェクトの積極的な広報、及び子育てに対するポジティブなイメージを広げる取組を実施する。 ホーム試合において、子ども連れでも安心して試合を観戦できる保育ルーム付き観戦シートの設置や子育て世帯が楽しめるイベント「“ええ顔”キャラバン」の実施、WEラブ赤ちゃんプロジェクトの普及啓発動画の放映等を行うほか、府が実施するイベント等でのサンガと連携した普及啓発活動の実施などにより、サンガサポーターを含む幅広い層に対する子どもや子育てに対する理解促進、意識改革を図る。(変更箇所)スタジアムでのバックスタンド広告の掲出を追加。 “ええ顔”キャラバン:ホームゲーム(1～2万人規模)にあわせて、2回実施予定
2	京都ハンナリーズと連携したWEラブ赤ちゃんプロジェクトの浸透	京都サンガF.C.に加え、同じく地域に根差した社会貢献活動に取り組むプロバスケットボールチームである京都ハンナリーズを「WEラブ赤ちゃんアンバサダー」に任命し、WEラブ赤ちゃんプロジェクト及び子育てに対するポジティブなイメージを広げるための更なる取組を実施する。 ハンナリーズ選手が出演するWEラブ赤ちゃんプロジェクトの趣旨を伝える動画を制作し、試合会場や府内の駅等で放映するほか、ホーム試合における保育ルーム付き観戦シートの設置や「“ええ顔”キャラバン」の実施、府が実施するイベント等でのハンナリーズと連携した普及啓発活動の実施などにより、ハンナリーズファンを含む幅広い層に対する子どもや子育てに対する理解促進、意識改革を図る。 当初想定回数 1回→変更交付申請時想定回数 16回
3	日常生活の中へのWEラブ赤ちゃんプロジェクトの定着	多様な世代の府民が利用する公共交通機関や公共・民間施設等においてWEラブ赤ちゃんプロジェクトの広報を実施し、日頃、子どもや子育てに接する機会のない層を含め、幅広い世代に対し、社会みんなで子どもを育てる風土作りを推進する。 ・通勤時に目に入る駅や公共交通機関の車内等におけるポスターや車内広告の掲出 ・京都市バスの車体でのWEラブ赤ちゃんプロジェクトのラッピング広告 ・大型商業施設等でのサイネージ広告、ラジオCMの放送 等
4	映画館と連携したWEラブ赤ちゃんプロジェクトの浸透	府内の映画館と連携した子どもと楽しめる映画鑑賞イベントを実施し、社会で子育てをあたたく見守る気運を醸成するとともに、来場者に向けた子育ての楽しさを伝える動画の上映、子育て世帯が楽しめるイベント「“ええ顔”キャラバン」でのWEラブ赤ちゃんプロジェクトの普及啓発により、子育てのポジティブなイメージを広げ、社会みんなで子どもを育てる風土作りを推進する。 “ええ顔”キャラバン:600名規模、1回実施予定(※映画の鑑賞に係る料金は個人負担)
＜過年度の本個別事業で浮かび上がった課題の分析及びそれに対する取組(ステップアップ)＞ ■課題 ・実際に子育てしている世代は、子育てに楽しさを感じている人が多いにも関わらず、京都府が実施したアンケートでは、若い世代は子育てにネガティブなイメージを持っている割合が高い。 ・子どもや子育て家庭をあたたく見守る「WEラブ赤ちゃんプロジェクト」の認知度は約47%と上昇してきたが、若い世代の意識が変わるまでには至っていない。 ■課題に対する取組 ・こどもまんなか月間(5月)における府内商店街での「WEラブ赤ちゃんプロジェクト」一斉啓発 ・京都サンガF.C.を「WEラブ赤ちゃんアンバサダー」に任命、ホーム試合会場における保育ルーム付き観戦シートの設置やサンガ選手が出演する動画によるWEラブ赤ちゃんプロジェクトの普及啓発等を実施。 ・子育て世帯が楽しめるイベント「“ええ顔”キャラバン」を府内各地の幅広い世代が集まる場で開催。日頃子どもと触れ合う機会の少ない層が子どもの“ええ顔”に触れる機会を創出した。 ・推進会議構成団体や民間企業と引き続き意見交換を行い、企業や団体等を巻き込んだ、より効果的な事業展開の検討を実施。		

少子化対策全体の重要業績評価指標(KPI)及び定量的成果目標 ※全事業共通	KPI項目		単位	目標値(時点)	現状値(時点)
	合計特殊出生率		%	全国平均並み (2040年)	1.05 (R6)
参考指標 ※全事業共通	項目		単位	直近の実績値(時点)	
	合計特殊出生率			1.05 (R6)	
	婚姻件数		件	9,037 (R6)	
	婚姻率			3.7 (R6)	
個別事業の重要業績評価指標(KPI)及び定量的成果目標	KPI項目		単位	目標値(時点)	現状値(時点)
	番号	項目			
	(アウトプット)				
	①	イベント参加人数	人	800 (R8)	-
	②				
	③				
	④				
	⑤				
	(アウトカム)				
	①	交付金事業に対する事業対象者(住民等)の満足度(該当事業に限る。)	%		
	②	希望どおりの結婚に向けて後押ししてくれたと感じた人の割合(該当事業に限る。)	%		
	③	結婚、妊娠・出産、子育てに前向きになったと感じた人の割合(該当事業に限る。)	%	75 (R8)	88 (R6年度)
	④	イベント参加者の満足度	%	80 (R8)	—
	⑤	結婚や子育てを応援する行動の実現(対象:企業)	%	30 (R8)	20 (R6年度)
	⑥	結婚や子育てを応援する行動の実現(対象:府民)	%	75 (R8)	61 (R6年度)
	⑦	「WEラブ赤ちゃんプロジェクト」の認知度	%	60 (R8)	47 (R6年度)
	⑧				