

地下鉄 5 万人増客アクションプログラム (一覧)

(平成 29 年 3 月末現在)

【凡例】

「取組状況」欄

- : 継続して取り組んでいるもの
- △: 実施に向けて検討しているもの
- : 事業を完了したもの

「グループ」「取組の評価」欄

- ・グループA…増客に直接的な効果があると考えられる事業
 - A: 期待以上の人の動きがあった
 - B: 期待通りの人の動きがあった
 - C: 想定よりも人の動きがなかった
 - D: 人の動きが把握できていない

- ・グループB…増客に間接的な効果があると考えられる事業
 - A: 地下鉄増客に大きな効果がある取組となった
 - B: 地下鉄増客に効果がある取組となった
 - C: 地下鉄増客にあまり効果はなかった
 - D: 効果の判断ができなかった

下半期分（平成26年度～平成28年度）

【環境政策局】

局・区総括

<各局・区の実績の総括>

駅周辺のイベントや駅構内へのイベント周知ポスター等の掲載により、イベント参加における地下鉄の利用促進を積極的に図るとともに、地球温暖化対策条例及び地球温暖化対策計画の推進や「DO YOU KYOTO?デー」等による「ノーマイカーデー」の周知により、市民の方々に対し、積極的に公共交通機関の利用を促進することができたと考えている。今後も、更なる取組の促進を図りたい。

<京都市地下鉄5万人増客推進本部の総括>

それぞれの立場・役割を超えて課題を共有し、全庁横断的に取り組むことは非常に効果的だと考える。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
1	地球温暖化対策条例及び地球温暖化対策計画の推進	平成22年10月に全部改正した「京都市地球温暖化対策条例」及び平成23年3月に策定した「京都市地球温暖化対策計画<2011~2020>」を推進し、計画において提示する6つの低炭素社会像の1つに「人と公共交通優先の歩いて楽しいまち」を掲げ、「既存公共交通の利便性向上策」の推進により、自動車から公共交通機関への利用の転換を図る。	・条例及び計画の推進	・条例及び計画の推進 ・条例見直しに向けた検討	・条例及び計画の推進 ・計画改定	まちづくり計画等策定	○	B	B	・計画に掲げる取組を推進するとともに、計画を改定し、取組の強化を図った。 ・市民しんぶんへの読み込みにより、市民に対し公共交通の優先利用について啓発することができた。
2	「DO YOU KYOTO?デー」等による「ノーマイカーデー」の周知	京都市「DO YOU KYOTO?」大使等の協力のもと、「DO YOU KYOTO?」を合言葉とする環境にやさしい取組の普及啓発を行うとともに、企業・学校・団体等に対して、毎月16日の「DO YOU KYOTO?デー」等の機会を通じて、「ノーマイカーデー(通勤などでマイカーを使わない日)」の取組を呼び掛け、公共交通機関の利用を促進する。	ノーマイカーデーの取組の推進	ノーマイカーデーの取組の推進	ノーマイカーデーの取組の推進	公共交通機関への転換、職員等利用、広報・PR	○	B	B	毎月16日の「DO YOU KYOTO?デー」等の機会を通じて、「ノーマイカーデー」の取組を呼び掛け、公共交通機関の利用を促進することで、市民・事業者に対して、公共交通優先について意識付けができた。
3	友・遊・美化バスポート事業	市内の観光地や繁華街を散策しながら清掃活動を実施する。集合場所を地下鉄駅、バス停に設定し、月2~3回(年間約25回)実施予定。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	イベント	○	A	B	開催日の一部において、集合場所を地下鉄沿線に設定することで、増客に貢献できた。
4	世界の京都・まちの美化市民総行動	市民、事業者及び行政の協働により、門掃き、ごみのポイ捨て禁止、ごみの持帰り等の呼び掛け、不法投棄、放置自転車、違法広告物等のまちの美観を損なうものの一掃に向けた美化活動を実施する。	「京都・まち美化大作戦」の実施(6月1日、京都駅烏丸口周辺、11月2日、京都市役所前広場)	取組の推進(5月31日、京都駅烏丸口周辺及び八条口周辺、11月1日、京都市役所前広場)	取組の推進(6月4日、京都駅烏丸口周辺及び八条口周辺、11月6日、京都市役所前広場)	イベント	○	A	B	会場を地下鉄沿線に設定することで、増客に貢献できた。

【環境政策局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
5	KYOTO地球環境の殿堂・京都環境文化学術フォーラムの開催	「京都議定書」誕生の地・国立京都国際会館において、地球環境の保全に著しく貢献した方を顕彰し、その功績を永く後世にたたえる「KYOTO地球環境の殿堂」を運営するとともに、殿堂入り者表彰式と併せて自然との共生や持続可能な社会を形成するための、新たな価値観や経済・社会の仕組みを国内外に向けて発信する「京都環境文化学術フォーラム」を開催する。	KYOTO地球環境の殿堂・京都環境文化学術フォーラムの開催(12月及び2月)	KYOTO地球環境の殿堂・京都環境文化学術フォーラムの開催(12月及び2月)	KYOTO地球環境の殿堂・京都環境文化学術フォーラムの開催(2月)	イベント	○	A	B	公共交通での来場を呼びかけたことで、増容に貢献できた。
			実績							
			・フォーラム参加者数1,130人(12月130人、2月1,000人) ・チラシ1万枚及びポスター200枚作成	・フォーラム参加者数1,112人(12月112人、2月1,000人) ・チラシ1万枚及びポスター200枚作成	・フォーラム参加者数1200人 ・チラシ1万枚及びポスター200枚作成					
6	環境に関する国際会議等の開催	環境先進都市・京都を積極的に発信するとともに、先進的な地球温暖化対策事例を収集するため、環境に関する国際会議等を開催。参加者の市バス・地下鉄の利用促進を図る。	イクレイ東アジア地域理事会京都及び国際環境シンポジウムの開催(11月)	日独温暖化防止シンポジウムの開催(11月)	予定なし	イベント	○	A	B	公共交通での来場を呼びかけたことで、増容に貢献できた。
			実績							
			・シンポジウム参加者数986人 ・チラシ2万枚及びポスター300枚作成	・シンポジウム参加者数300人 ・チラシ2000枚及びポスター200枚作成	—					
7	祇園祭ごみゼロ大作戦	祇園祭ごみゼロ大作戦は、繰り返し何度も洗って使用できる「リユース食器」を露店へ導入し、四条通や烏丸通等にリユース食器回収拠点及びごみの分別回収拠点として「エコステーション」を設営し、リユース食器の回収、ごみの分別回収、散乱ごみの清掃活動を実施する取組である。ボランティアや祭り関係者、祇園祭来場者の市バス・地下鉄の利用促進を図る。	祇園祭ごみゼロ大作戦の開催(7月)	祇園祭ごみゼロ大作戦の開催(7月)	祇園祭ごみゼロ大作戦の開催(7月)	イベント	○	A	A	ボランティア参加人数が増えたことに伴い、市バスや地下鉄の利用人数も増加したと考えられる。
			実績							
			・ボランティア延べ2,000人参加 ・ポスター約2万2千枚作成	・ボランティア延べ1,800人参加 ・ポスター約2万2千枚作成 ・しおり約1万5千枚作成 ・地下鉄京都駅デジタルサイネージ ・地下鉄京都駅コトチカ広場でPRイベントを実施	・ボランティア延べ約2,300人参加 ・ポスター約2万2千枚作成 ・チラシ約1千枚作成 ・しおり約1万5千枚作成 ・地下鉄京都駅デジタルサイネージ					

【行財政局】

局・区総括

・公共交通機関の使用を周知するだけでなく、実際の利用者数を把握できるよう見直していく必要がある。
 ・とりわけNo. 2の京都市職員共済組合「歩こう会」のスタート地点およびゴール地点を地下鉄沿線に近い距離に設定したことは増客効果があったと考える。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
1	市庁舎前広場等の活用	市庁舎前広場においてイベントを行う場合に、資材の貸出し等の協力やパネル展示による広報・PR用の場所として本庁舎正面玄関内の一部を使用承認することで、より一層の地下鉄・市バス利用者の増加を図る。 また、市庁舎前広場の使用承認を行う際に、主催者に対して、イベント参加者等に公共交通機関を使用するよう周知することを依頼する。	イベント開催等	イベント開催等	イベント開催等	広報・PR イベント	○	A	A	市役所前広場は地下鉄沿線であり、年間で多くの利用者があったことから、増客効果は高かったと考える。
			実績							
			年間利用者数 約200,000人	年間利用者数 約200,000人	年間利用者数 約200,000人					
2	京都市職員共済組合「歩こう会」のスタート地点又はゴール地点	年2回(4月、10月)実施している京都市職員共済組合「歩こう会」のスタート地点、ゴール地点について、可能な限り地下鉄駅付近に設定する。 なお、平成29年度からは年2回の開催から年1回の開催に変更(平成29年度は5月に実施)	会の運営、イベントの開催等	会の運営、イベントの開催等	会の運営、イベントの開催等	職員等利用	○	A	B	スタート地点やゴール地点を地下鉄沿線に設定することで、地下鉄の増客に貢献できたと考えられる。
			実績							
			参加者数 4/20 471人 10/19 487人	参加者数 4/19 雨天中止 10/18 418人	参加者数 5/22 399人 10/23 422人					
3	記念品等としてのトラフィカ京カード等の利用	職員提案制度表彰、事務事業評価サポーターの交通費及びふるさと納税寄付特典については、特段の事情がない限り、トラフィカ京カードなど交通局が発行するものを交付する。	取組の推進 ・事務事業評価サポーター ・ふるさと納税寄付特典 ・職員提案制度表彰 25枚(予定)	取組の推進 ・事務事業評価サポーター(枚数未定) ・ふるさと納税寄付特典	取組の推進 ・事務事業評価サポーター(枚数未定) ・ふるさと納税寄付特典	乗車券販売・広告収入等	○	A	B	事務事業評価サポーター制度に参加の学生に対し、参加に係る交通費相当に対するトラフィカ京カードの交付を行ったため。 1日乗車券をふるさと納税寄付特典にすることにより、乗客インセンティブを高めることができ、増客に貢献できたと考えられる。
			実績							
			・事務事業評価サポーター120枚 ・ふるさと納税寄付特典142人 ・職員提案制度表彰24枚	・事務事業評価サポーター193枚 ・ふるさと納税寄付特典201枚	・事務事業評価サポーター83枚 ・ふるさと納税寄付特典202枚					
4	市バス・地下鉄の利用促進の局内周知	局課長会等の定期的開催される局内会議で、適宜、総務課から職員に対して、市バス・地下鉄を利用するよう協力を依頼する。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	職員等利用	○	A	B	公共交通の利用を呼びかけたことで、増客に貢献できた。
			実績							
			行財政局職員 数717人(再任用、非常勤嘱託含む。)	行財政局職員 1,021人(再任用、非常勤嘱託含む。)	行財政局職員 997人(再任用、非常勤嘱託含む。)					

局・区総括

各種イベントの開催に当たり、市政広報媒体において地下鉄の利用を呼び掛けた結果、一定の増客効果があったものと考えられる。また、本市の働き掛けによる大学施設の誘致、新設の実現に伴い、地下鉄を通学の際に利用する学生数が増加したことについては、地下鉄5万人増客に大きく貢献したものと考えられる。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
			取組の推進	取組の推進	取組の推進					
1	各種イベントにおける地下鉄・市バス利用の促進	各種イベントの開催に当たり、会場をできる限り地下鉄・市バス沿線に設定するとともに、広報資料やチラシ等で地下鉄・市バスでの来場を呼び掛けるなど、参加者の地下鉄・市バス利用を促進する。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	イベント 広報・PR	○	A	B	期待通りのイベントの動員数があったため。
			実績							
			・京都市大学のまち交流センター来館者数：399,146人(平成27年3月末) ・西安の夕べの開催 開催日：平成26年5月10日(土) 場所：京都駅ビル室町小路広場 イベント参加者数：約1200名 ・「ニュー・プランシュ KYOTO」の開催 開催日：平成26年10月4日(土) 場所：京都国際マンガミュージアム、アンスティチュ・フランセ関西、京都芸術センター、京都市立芸術大学ギャラリー@KCUA他、市内38箇所 参加者数：約11,000人 ・「フィレンツェの夕べ」の開催 開催日：平成27年10月24日(土) 場所：京都駅ビル室町小路広場 参加者数：800人 ・「オープンデイ2014・京都市平和祈念事業」の開催 開催日：平成26年11月3日(月・祝) 場所：京都市国際交流会館 イベント参加者数：約13,000人	・京都市大学のまち交流センター来館者数：412,542人(平成28年3月末) ・「ニュー・プランシュ KYOTO」の開催 開催日：平成27年10月3日(土) 場所：京都国際マンガミュージアム、アンスティチュ・フランセ関西、京都芸術センター、京都市立芸術大学ギャラリー@KCUA他、市内38箇所 参加者数：約11,000人 ・「フィレンツェの夕べ」の開催 開催日：平成27年10月24日(土) 場所：京都駅ビル室町小路広場 参加者数：800人 ・「京都メルカート」の開催 開催日：平成27年10月24日・25日 場所：京都市役所前広場 参加者数：20,000人 ・「オープンデイ2015・京都市平和祈念事業」の開催 開催日：平成27年11月3日(火・祝) 場所：京都市国際交流会館 参加者数：12,000人	・京都市大学のまち交流センター来館者数：392,457人(平成29年3月末) ・「東九条春まつり」の開催 開催日：平成28年4月16日(土) 場所：京都市地域・多文化ネットワークセンター 参加人数約2000人 ・「プラハの夕べ」の開催 開催日：平成28年7月30日(土) 場所：京都駅ビル室町小路広場 参加人数約900人 ・「京都メルカート」の開催 開催日：平成28年10月1日(土)・2日(日) 場所：京都市役所前広場 参加者数：約20,000人 ・「ニュー・プランシュKYOTO」の開催 開催日：平成28年10月1日(土) 場所：京都国際マンガミュージアム、アンスティチュ・フランセ関西他、市内28箇所 参加者数：10,100人 ・「オープンデイ2016・京都市平和祈念事業」の開催 開催日：平成28年11月3日(木・祝) 場所：京都市国際交流会館 参加者数：12,000人					
2	所管施設におけるPR	局が所管する施設(大学のまち交流センター、国際交流会館)の周知・広報に当たり、地下鉄・市バスでのアクセスが便利であることをPRし、来館者の地下鉄・市バス利用を促進する。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	A	B	<大学> 大学のまち交流センターのHPやリーフレット、講座のチラシ等に地下鉄・市バスのアクセスが便利であることをPRし、毎年約40万人ほどの来館者数を維持している。 <国際> 平成26年度以降、参加者数は減少したものの、上半期平均(12,750人)とほぼ同数の参加者数を維持している。
			実績							
			・京都市大学のまち交流センター来館者数：399,146人(平成27年3月末) ・「オープンデイ2014・京都市平和祈念事業」の開催 開催日：平成26年11月3日(月・祝) 場所：京都市国際交流会館 イベント参加者数：約13,000人	・京都市大学のまち交流センター来館者数：412,542人(平成28年3月末) ・「オープンデイ2015・京都市平和祈念事業」の開催 開催日：平成27年11月3日(火・祝) 場所：京都市国際交流会館 参加人数：12,000人	・京都市大学のまち交流センター来館者数：392,457人(平成29年3月末) ・「オープンデイ2016・京都市平和祈念事業」の開催 開催日：平成28年11月3日(木・祝) 場所：京都市国際交流会館 参加者数：12,000人					
3	外郭団体への働き掛け	所管する外郭団体に対して、事業実施に当たっては地下鉄・市バス利用を促進するよう働き掛ける。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	職員等利用	○	A	B	公共交通の利用を呼びかけることで、増客に貢献できた。
			実績							
			外郭団体(京都市国際交流協会)職員数19人	外郭団体(京都市国際交流協会)職員数19人						
4	職員の利用促進	職員に対し地下鉄・市バスの利用を働き掛けるなど、利用促進に努める。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	職員等利用	○	A	B	職員に対して、勤務時間中だけでなく、休日等においても地下鉄・市バスの利用促進を働き掛け、意識改革を行った。
			実績							
			局職員数 180人(嘱託等除く)	局職員数 195人(嘱託等除く)	局職員数 202人(嘱託等除く)					

【総合企画局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
5	山ノ内浄水場の跡地利用の推進	山ノ内浄水場跡地について「京都市山ノ内浄水場跡地活用方針」に基づき大学を中核に複合的な用途の施設を誘導し、本市西部地域はもとより市全体の活性化や地下鉄増容に資する活用を図るための取組を推進する。	取組の推進 (南側) ・事業者が建築工事を実施 ・京都学園大学京都太秦キャンパス第1期(平成30年度)に利用者数約2,000人の開設に向け施設整備を支援 (北側) ・優先交渉事業者の選定 ・学校法人大和学園及び社会医療法人太秦病院を跡地活用事業者に選定し、基本協定を締結	取組の推進 (南側) ・京都学園大学京都太秦キャンパスの開設(第1期) ・京都学園大学京都太秦キャンパス第2期(平成34年度)に利用者数約3,000人の整備等について協議・調整 (北側) ・契約締結・用地の引渡し ・調理・製菓の専門学校及び病院の第1期(平成30年度)に利用者数約1,400人の整備等について協議・調整	取組の推進 (南側) ・京都学園大学京都太秦キャンパス第2期(平成34年度)に利用者数約3,000人の整備等について協議・調整 (北側) ・事業者が建築工事に着工 ・調理・製菓の専門学校及び病院の第1期(平成30年度)に利用者数約1,400人の開設に向け施設整備を支援	施設の整備・誘致	○	A	A	南側の京都太秦キャンパスでは、平成30年度に利用者数約2,000人を見込んでいるが、平成29年度に入学する新1年生(およそ500~600名程度)を考慮すると、平成29年度時点で、想定以上の利用者数となることが確実であるため。
6	大学の学びの環境向上に向けた施設整備の支援と誘導	学びと学術研究の環境の充実に向け、大学が行うキャンパスや研究施設等の拡充の支援策として、新たに用地を求め大学に対し、市有地活用や民有地情報の提供により、大学施設の開設を誘導する。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	施設の整備・誘致	○	A	B	新たな大学施設が新設され、利用者の増加につながったと考えられる。
7	市民しんぶん等による情報発信	市民しんぶんをはじめとする各種市政広報媒体において、適宜、地下鉄・市バスの情報を発信する。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	地下鉄・市バスの情報発信や公共交通利用を呼びかけることで、増容に貢献できた。
8	戦略的広域シティPR事業	全国・海外に対して発信力のある首都圏等のマスメディアに対し、京都の魅力や市政に関する先進的な取組をダイレクトに情報発信する。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	インターネットTV局AbemaTVが放送する番組「AbemaPrime」で、「地下鉄に乗るっ!」シリーズを活用した取組を、15分に及ぶ特集企画で紹介することで、地下鉄利用の啓発を実施した。
9	地下鉄北山駅周辺地域の活性化	植物園や府立大学、総合資料館等さまざまな文化施設が集積する北山地域(北山文化環境ゾーン)の整備を行う京都府と協議し、京都コンサートホールや商店街、地元の関係団体等とも連携した地下鉄北山駅周辺地域の活性化に取り組むことで、更なる地下鉄・市バスの増容を図っていく。	府市協調による取組の推進 ・「北山文化環境ゾーン交流連携会議」への参画 ・「北山文化環境ゾーン交流連携会議」において、統一ロゴマーク及びキャッチコピーを制作(1月)、北山イラストマップ、公式フェイスブックページを作成(3月) ・北山あおいフェスティバルの開催を支援(3月)	府市協調による取組の推進 ・「北山文化環境ゾーン交流連携会議」への参画 ・「北山文化環境ゾーン交流連携会議」において、「北山月間~10月は北山がおもしろい!」イベントスタンプラリーを開催(9月27日~10月25日) ・北山あおいフェスティバルの開催を支援(3月)	府市協調による取組の推進 ・「北山文化環境ゾーン交流連携会議」への参画 ・「北山文化環境ゾーン交流連携会議」において、「北山月間」イベントスタンプラリー(10月29日~11月27日)、北山イラストマップの改訂(3月) ・北山あおいフェスティバルの開催支援(3月)	まちづくり・計画策定等、イベント、広報・PR	○	A	B	一定の参加者があったため。
10	東部クリーンセンターの跡地活用の検討	地下鉄駅に近接している東部クリーンセンターの跡地について、市民の皆様からの御意見や地下鉄の増容の視点も踏まえ、京都の活性化のために活用するよう検討を進める。	跡地の活用方法の検討	当該跡地に関する基礎調査等の委託実施など、跡地活用について検討	跡地の活用方法の検討	施設の整備・誘致	○	A	D	当該跡地活用の検討中であるため。

【総合企画局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
			実績							
11	岡崎地域活性化ビジョンの推進	平成22年度に策定した「岡崎地域活性化ビジョン」に掲げる将来像の1つである「歩いて楽しい祝祭と賑わいの空間」づくりに向け、官民地域連携のエリアマネジメント組織「京都岡崎魅力づくり推進協議会」を中心に、地域を挙げての催しや魅力づくり、エリア全体での情報発信など、地下鉄・市バスの利用促進につながる賑わい創出に取り組む。	<ul style="list-style-type: none"> ・岡崎地域活性化ビジョンの推進 ・地域連携型魅力創出事業の実施 ・岡崎エリアの案内、情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ・地域連携型魅力創出事業の実施 ・岡崎の地域ガイド拠点「岡崎・市電コンシェルジュ」の活用等による岡崎エリアの総合的な案内・情報発信の強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・地域連携型魅力創出事業の実施（新規事業「京の七夕 岡崎フロムナード」星の響宴含む） ・岡崎の地域ガイド拠点「岡崎・市電コンシェルジュ」の活用等による岡崎エリアの総合的な案内・情報発信 	まちづくり・計画策定等、イベント、広報・PR	○	A	A	多くの市民・観光客が訪れ、昼の賑わいが定着しており、世界の人々が集う賑わいと創造のまちづくりが進展しているため。
12	京都駅西部エリアの活性化	平成26年度策定の「京都駅西部エリア活性化将来構想」に基づき、梅小路公園をはじめ、多彩な地域資源が集積する京都駅西部エリアの活性化を推進する。エリア内の施設・団体、事業者等、多様な地域主体との連携のもと、様々な媒体による地域の魅力情報の発信や回遊性向上に資する取組、新たな集客につながるイベント等を実施し、市バス・地下鉄の利用促進を図る。	<ul style="list-style-type: none"> ・「京都駅西部エリア活性化将来構想」の策定 ・地域連携事業の実施（京都駅西部エリアの魅力情報の発信等） 	<ul style="list-style-type: none"> ・京都駅西部エリア活性化将来構想の推進 ・エリアマネジメント組織の設立 ・エリアの魅力情報の発信、イベント開催等 	<ul style="list-style-type: none"> ・京都駅西部エリア活性化将来構想の推進 ・エリアマネジメント組織「京都駅西部エリアまちづくり協議会」の運営 ・エリアの魅力情報の発信、イベント開催等 	まちづくり・計画策定等、イベント、広報・PR	○	A	A	27・28年度実績の「太陽と星空のサーカス」において、28年度は前年を大幅に上回る来場数があったため。
13	記念品等としての一日乗車券等の利用	各種事業において交付する記念品等については、可能な限り、一日乗車券やトラフィカ京カードなど、交通局が発行するものを利用する。（市民しんぶん読者プレゼントの景品、市民憲章式典演奏者の謝礼（トラフィカ京カード））	取組の推進	取組の推進	取組の推進	乗車券販売・広告収入等	○(広報) □(情報統計)	B	B	一日乗車券等を謝礼として活用したことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考えられる。
14	国立京都国際会館多目的ホールへの京都市らしい設置実施と拡充整備の促進	国において整備が進められている多目的ホール（2,500人規模）の30年度の供用開始を踏まえ、5,000人規模への更なる拡充整備を早期に実現するため、国に対し積極的に要望する。また、多目的ホールの顔ともいえるロビー、控室等の内装、調度品等に京都市らしい設置を施すことにより、日本文化を発信する。	取組の推進 (国) 多目的ホール(2,500人規模)の設計着手【設計：26～27年度】	取組の推進 (国) 多目的ホールの工事着手【工事：27～30年度】	取組の推進	施設の整備・誘致	○	A	D	多目的ホールが供用開始前であるため。
			<ul style="list-style-type: none"> ・市民しんぶん読者プレゼントの景品(トラフィカ京カード：60枚)(広報担当) ・市民憲章式典演奏者謝礼(トラフィカ京カード：4枚)(広報担当) ・市政協協力委員連絡協議会会長等への謝礼(トラフィカ京カード：248枚)(情報統計担当) 	<ul style="list-style-type: none"> ・梅小路公園周辺に新たな賑わいを創出する野外イベント「太陽と星空のサーカス」を共催：約5万1千人来場 ・マップ型情報冊子「京都えきにし通めぐり」の発行(日本語・英語)：3万部 	<ul style="list-style-type: none"> ・梅小路公園周辺に賑わいを創出するイベントを、本市が事務局を務める「京都駅西部エリアまちづくり協議会」が共催 ①「太陽と星空のサーカス」(約7万4千人来場) ②「京都・冬の光宴2017～共生と共鳴～」(約1万3千人来場) ・マップ型情報冊子「京都えきにし通めぐり」の発行(日本語・英語)：15万7千部 					
			国家予算等に関する要望・提案の実施(6月、11月)	国家予算等に関する要望・提案の実施(6月、11月)	<ul style="list-style-type: none"> ・国家予算等に関する要望・提案の実施(5月、11月) ・京都市らしい設置(調度・備品)に係る有識者懇談会の開催(8月、10月、12月、2月) 					
			(国) 多目的ホールの設計着手(9月)	(国) 多目的ホールの工事契約締結(3月)	(国) 多目的ホールの工事					

【文化市民局】

局・区総括

文市の各事業所やイベントにおいて、利用者の多くが地下鉄を利用したことで、増客につながったと考えられる。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
1	男女共同参画センター(ウイングス京都)における各種イベントの開催	イベント周知用のチラシ等において、市バス・地下鉄等を利用した来場方法を分かりやすく周知し、その利用促進を図る。	・イベントの開催 ・ウイングスフォーラム2014(12月6日(土)) ・その他講座等随時開催	・イベントの開催 ・ウイングスフォーラム2015(12月5日(土)) ・その他講座等随時開催	・イベントの開催 ・ウイングスフォーラム2016(12月3日(土)) ・その他講座等随時開催	広報・PR イベント	○	A	B	参加者数が定員に達したため。
			実績							
			ウイングスフォーラム参加者数240人	ウイングスフォーラム参加者数240人	ウイングスフォーラム参加者数240人					
2	男女共同参画事業啓発広告(トラフィカ京カード)	男女共同参画施策の推進に向けた啓発広告のトラフィカ京カードを発売する。	男女共同参画週間(6月)等における企画乗車券の販売	男女共同参画週間(6月)等における企画乗車券の販売	女性に対する暴力をなくす運動期間(11月)における企画乗車券の販売	乗車券販売・広告収入等	○	A	B	トラフィカ京カードを販売したことにより、公共交通の利用促進に貢献できたと考えられる。
			実績							
			約32,000枚販売	30,000枚販売	10,000枚販売					
3	京都労働学校	申込み案内のポスター及びパンフレットにおいて、市バス・地下鉄を利用した来校方法を分かりやすく周知し、その利用促進を図る。	事業の実施 春期:4~9月 秋期:10~3月	事業の実施 春期:4~9月 秋期:10~3月	事業の実施 春期:4~9月 秋期:10~3月	広報・PR	○	A	C	入学者数が想定より少なかったため。
			実績							
			入学者数約1,600人	入学者数約1,600人	入学者数約1,470人					
4	LIVE KIDSの開催	イベント周知用のポスター及びチラシにおいて、市バス・地下鉄を利用した来場方法を分かりやすく周知し、その利用促進を図る。	イベントの開催(27年3月8日)	イベントの開催(27年12月12日)	イベントの開催(28年8月21日)	広報・PR	○	A	B	公共交通の利用を呼びかけたことで、増客に貢献できた。
			実績							
			約500人	約750人	約1,500人					
5	地域コミュニティ活性化等に関するイベントの開催	地域コミュニティ活性化及びNPO・市民活動支援に向けたイベント等を開催するに当たり、地下鉄駅周辺の会場での開催に努める。	地下鉄駅周辺(ゼスト御池地下街)でのイベントの開催(27年1月24日開催)	地下鉄駅周辺(ゼスト御池地下街)でのイベントの開催(27年11月15日開催)	地下鉄駅周辺(ゼスト御池地下街)でのイベントの開催(29年3月12日開催)	イベント	○	A	B	地下鉄駅に直結した地下街で実施したことにより、地下鉄の乗降客がイベントに興味を示して参加する場面もあり、イベントの集客と地下鉄の増客が連動していた。
			実績							
			イベント来場者数約3,500人	イベント来場者数約3,500人	イベント来場者数約3,500人					

【文化市民局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
6	安心安全まちづくり京都大会	地下鉄駅周辺でのイベントを開催するとともに、イベント周知用のポスター、チラシ等において、市バス・地下鉄を利用した来場方法を分かりやすく周知し、その利用促進を図る。	10月10日(金)に開催	10月9日(金)に開催	10月12日(水)に開催	イベント	○	A	B	想定していた定員と同規模程度の参加があったため。
			実績							
			約400人	約400人	約380人					
7	「京都市犯罪被害者等支援条例」に基づく広報啓発	地下鉄駅周辺でのイベントを開催するとともに、イベント周知用のポスター、チラシ等において、市バス・地下鉄を利用した来場方法を分かりやすく周知し、その利用促進を図る。	「犯罪被害者週間」(11月25日～12月1日)における啓発事業(啓発イベント及び啓発パネル展)を開催 ・生命のメッセージ展in京都及び映画上映・講演(11月3日) ・第15回犯罪被害者支援京都フォーラム(2月7日)	「犯罪被害者週間」(11月25日～12月1日)における啓発事業(啓発イベント及び啓発パネル展)を開催 ・生命のメッセージ展in京都及び映画上映・講演(12月6日) ・第16回犯罪被害者支援京都フォーラム(2月6日)	「犯罪被害者週間」(11月25日～12月1日)における啓発事業(街頭啓発活動及び啓発パネル展)を開催 ・生命のメッセージ展in京都及び映画上映・講演(11月13日) ・第17回犯罪被害者支援京都フォーラム(2月4日)	イベント	○	A	B	イベント周知チラシに公共交通利用促進の文言を記載することで、増客に貢献できた。
			実績							
			啓発イベント100人 メッセージ展・映画・講演750人 フォーラム260人	啓発イベント60人 メッセージ展・映画・講演800人 フォーラム180人	メッセージ展・映画・講演850人 フォーラム130人					
8	ヒューマンステージイン・キョウト	幅広い市民、特に若年層に対して、人と人の交流の大切さや人権について考える機会を提供するため、コンサート、トーク、パネル展等を実施する。	イベントの開催	イベントの開催	イベントの開催	イベント	○	A	A	定員の9割に達する来場者数を得た。会場が地下鉄沿線であり、ポスター等で公共交通機関による来場を促したことから、地下鉄の増客に効果があったものと考えられる。
			実績							
			1月31日(土)、京都コンサートホールアンサンブルホールムラタで開催。参加者417人。チラシ8,000枚、ポスター12,000を配布。	1月30日(土)、京都コンサートホールアンサンブルホールムラタで開催。参加者472人。チラシ8,000枚、ポスター12,000を配布。	1月28日(土)、ロームシアター京都サウスホールで開催。参加者634人。チラシ7,000枚、ポスター13,000を配布。					
9	ツラッティ千本特別展・企画展	千本地区の歴史や生活、まちづくりの取組等に関する資料の展示を行う常設展とともに、特別展及び企画展を通じて市民に対し幅広い人権課題に対する啓発を行う。	特別展・企画展の開催	特別展・企画展の開催	特別展・企画展の開催	イベント	○	B	B	会場が地下鉄沿線であり、ポスター等で公共交通機関による来場を促したことから、地下鉄の増客に効果があったものと考えられる。
			実績							
			・柳原銀行記念資料館との共同特別展(11月4日～29日)を開催し、両館合わせてチラシ6,900枚、ポスター1,150枚を配布。 ・企画展(3月3日)を開催し、チラシ6,250枚、ポスター1,100枚を配布。	・特別展(10月1日～31日)を開催。チラシ5,773枚、ポスター721枚を配布。 ・企画展(3月1日～26日)を開催。チラシ5,806枚、ポスター721枚を配布。	・特別展(10月1日～29日)を開催。チラシ5,790枚、ポスター716枚を配布。 ・企画展(3月1日～25日)を開催。チラシ5,790枚、ポスター716枚を配布。					

【文化市民局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
10	柳原銀行記念資料館特別展・企画展	崇仁地区の歴史や生活、まちづくりの取組等に関する資料の展示を行う常設展とともに、特別展及び企画展を通じて市民に対し幅広い人権課題に対する啓発を行う。	特別展・企画展の開催	特別展・企画展の開催	特別展・企画展の開催	イベント	○	B	B	会場が地下鉄沿線であり、ポスター等で公共交通機関による来場を促したことから、地下鉄の増客に効果があったものと考えられる。
			実績							
			・ツラッティ千本との共同特別展を開催。両館合わせてチラシ6,900枚、ポスター1,150枚を配布。 ・企画展を開催。チラシ5,020枚、ポスター1,100枚を配布。	・特別展(8月28日～9月27日)を開催。チラシ5,050枚、ポスター1,090枚を配布。 ・企画展(3月1日～31日)を開催。チラシ4,370枚、ポスター690枚を配布。	・特別展(9月2日～10月16日)を開催。チラシ4,390枚、ポスター688枚を配布。 ・企画展(3月1日～31日)を開催。チラシ4,370枚、ポスター676枚を配布。					
11	消費生活フェスタの開催	幼児から高齢者まで消費生活について楽しみながら学べるステージや体験ブースなどを展開する参加型イベントを開催する。(平成26年度は「コンシューマーフェスティバル」の名称で開催)	イベントの開催(11月30日)	イベントの開催(11月28日開催)(環境政策局及び保健福祉局のイベントと同時開催)	イベントの開催(11月26日開催)(環境政策局及び保健福祉局のイベントと同時開催)	イベント	○	A	B	消費生活フェスタのみの参加者は不明であるが、5課合同開催としており、参加者数を単純に按分した場合、昨年度並みであるため
			実績							
			参加者数 713人	参加者数 2,751人	参加者数 16,000名(上記合同開催分含む)					
12	落語を採り入れた消費生活イベントの開催	高齢者やその家族等に対し、消費生活に関する話題を分かりやすく伝えることにより、消費者問題への関心を高めてもらうことを目的として、落語を採り入れた啓発事業を実施する。	イベントの開催(12月7日)	イベントの開催(12月13日)	イベントの開催(11月13日)	イベント	○	A	B	昨年度並みの参加者であるため
			実績							
			参加者数 587人	参加者数 690人	参加者数 638人					
13	京都会館再整備事業	ロームシアター京都(京都会館)は、文化芸術活動の拠点となるとともに岡崎地域の活性化にも寄与するよう、再整備を行い、平成28年1月にリニューアルオープンした。ホールの舞台機能が大幅に向上した他、新しい憩いの場となるカフェなど、賑わいスペースを設置した。平成28年度は、12月まで多彩なオープニング事業を実施する。	・再整備工事 ・オープニング・プレ事業第一弾の実施 9月11日:オープニング事業の発表 3月26日:プレ事業として、小澤征爾音楽塾オペラ・プロジェクトを開催	・竣工 ・オープニング・プレ事業の実施 ・開館(1月10日)、オープニング事業の実施(1月～) 9月12日:プレ事業として、小澤征爾音楽塾二条城特別演奏会を開催	オープニング事業の実施(～12月)	施設の整備・誘致・イベント	○	A	B	オープニング・プレ事業、オープニング事業について多くの方に来場いただき、地下鉄の利用促進に貢献できたと考えられる。
			実績							
			小澤征爾音楽塾オペラ・プロジェクト 市バス・地下鉄利用者872人	小澤征爾音楽塾二条城特別演奏会 参加者数約400人	入場者数 240万人					
14	市民ふれあいステージ	イベント周知用のポスター、チラシ等において、市バス・地下鉄を利用した来場方法を分かりやすく周知し、その利用促進を図る。また、当日の会場内においてPRブースを設け、来場者に対して啓発を行う。	事業の実施	事業の実施	事業の実施	イベント 広報・PR	○	A	B	ほぼ想定どおりの集客であったため。
			実績							
			10月4, 5日 梅小路公園 来場者数 56,000人	10月3, 4日 梅小路公園 来場者数 68,000人	10月1, 2日 梅小路公園 来場者数 53,000人					

【文化市民局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
15	PARASOPHIA:京都国際現代芸術祭2015の開催	京都市美術館を主会場とし、世界の現代美術と先鋭的な文化活動の現状を紹介する大規模な国際芸術祭として、「PARASOPHIA:京都国際現代芸術祭2015」を開催する。	事業の実施 ・プレイベントの実施 ・芸術祭(3/7~5/10)	事業の実施 ・芸術祭(3/7~5/10)		イベント	□	A	A	多くの方に来場いただいたため。
			実績							
				参加人数 264,218人						
16	琳派400年記念事業	平成27年(2015年)は、本阿弥光悦が徳川家康から鷹峯の土地を拝領した元和元年(1615年)から400年目に当たり、いわば「琳派400年」といふべき記念すべき年になる。この記念すべき年に、京都を挙げて、文化芸術と産業等のエネルギーを結集することにより、京都のまち全体の活性化を目指す。	・琳派400年記念祭公式ポスター、ロゴ・イメージキャラクターの創作、ホームページの立ち上げ(6月) ・オープニングイベントとして「琳派400年記念祭「開幕記念フォーラム」」を平成27年1月31日に開催	・琳派400年記念祭の実施 ・大交流祝典の実施(11月) ・大琳派祭スタンプラリー(10~11月) ・京都市美術館展覧会(1~2月)		イベント	□	A	A	オール京都で取り組んだ結果、多彩な事業が展開され、当初予想を上回る大きな盛り上がりを見せた事業であったため。
			実績							
			記念フォーラム参加者数 約900人	大交流祝典参加者数 約3,000人						
17	京都芸術センター事業	当センターにおけるイベントの開催に当たり、イベント周知用のポスター、チラシ等において、市バス・地下鉄を利用した来場方法を分かりやすく周知し、その利用促進を図る。	事業の実施	事業の実施	事業の実施	広報・PR	○	A	D	イベント周知用のポスター、チラシ等において、市バス・地下鉄を利用した来場方法を分かりやすく周知し、その利用促進を図っているとあるが、全ての事業で全件アンケートを実施しているわけではないので、どの程度公共交通利用の意識づけ等に繋がったかまでは判断ができなかった。
			実績							
			81,103人	74,858人	約72,000人 (速報暫定値)					
18	市営地下鉄構内における文化市民局所管施設の紹介	・動物園月間イベント案内ポスター掲示(13駅) ・イベントポスターの掲示(全駅) ・チラシの配布(全駅) ・蹴上駅での京都市動物園PRパネルの展示等	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	ポスターやチラシの掲示により、イベントの周知が図られ、増客に貢献できたと考えられる。
			実績							
			蹴上駅でのタイルアート(ゾウ)制作							
19	文化施設へのアクセス紹介	各文化施設へのアクセス方法として、市バス・地下鉄を利用した来場方法を分かりやすく周知し、その利用促進を図る。(ポスター、チラシ、ホームページへの掲載のほか、問合せがあった場合においても、同様の来場方法を案内する。)	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	公共交通の利用を呼びかけたことで、増客に貢献できた。
			実績							
20	文化施設入場料減免	「市営地下鉄1dayフリーチケット」提示による入場料減額(動物園:団体入園料の適用。)	取組の推進	取組の推進	取組の推進	特典付与	○	B	B	地下鉄1dayフリーチケットの購入を促す効果があったと考えられるため。
			実績							

【文化市民局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
21	トラフィカ京カード(美術館シリーズ、動物園シリーズ)の販売	「美術館シリーズ」として、所蔵品をデザインしたカード2種類を販売する。そのほか、期間限定で海外展等とタイアップしカードを販売する。 また、「動物園シリーズ」として、動物の画像を提供し、カードを販売する。	取組の推進 ・7月:バルテュス展 ・9月:動物園と太秦萌コロボ地下鉄1dayフリーチケット ・9月:ポストン美術館展	取組の推進	取組の推進	乗車券販売・広告収入等	○	B	B	美術館シリーズのほか、海外展等とタイアップしたトラフィカ京カード等を作成することで、美術館と地下鉄の両方をPRすることができ、地下鉄の利用促進に貢献できたと考えられる。
			実績							
			バルテュス展・ポストン美術館展のトラフィカ京カードを作成	ルーヴル美術館展のトラフィカ京カードを作成						
22	京都ミュージアムズ・フォー(京都市内4館連携協力協議会)	展覧会スケジュール等の印刷物において、市バス・地下鉄を利用した交通案内を実施し、その利用促進に努めている。 ※4館とは、京都市市美術館のほか、国立博物館、国立近代美術館、文化博物館のことをいう。	事業の実施	事業の実施	事業の実施	広報・PR	○	B	B	印刷物において公共交通の利用を呼びかけたことで、増客に貢献できたと考えられる。
			実績							
			パンフレットを作成し配布	パンフレットを作成し配布	パンフレットを作成し配布					
23	東アジア文化都市2017の開催	「東アジア文化都市」は、日・中・韓の3箇国において、文化芸術による発展を目指す都市を選定し、様々な文化の国際発信力を高めるとともに、観光や国際交流などの振興・発展を目的として開催している。京都市は平成29年(2017年)の開催候補都市に決定している。		・開催準備 ・準備委員会設立	・実行委員会設立 ・プレ事業 ・オープニング事業	広報・PRイベント	○	A	B	いずれの事業も多数の集客ができたため。
			実績							
					・オープニングプレ事業 参加者552人 ・開幕式典 参加者1,500人					
24	大政奉還150周年記念プロジェクト	平成29年は、二条城を舞台にした大政奉還から150周年にあたり、本市を中心に関係各都市とも連携して、広く全国に向けてアピールするための記念事業を実施する。		開催準備	・イベント ・オープニング事業(記念シンポジウム) ・関係都市との連携事業(ミュージアム・スタンプラリー等)	広報・PRイベント	○	A	A	イベントでは多くの人が集まった。
			実績							
25	伊藤若冲生誕300年記念事業	平成28年は、江戸時代に京都・錦市場に生まれ活躍した絵師・伊藤若冲の生誕300年を迎えることから、美術館、寺院、商店街等と連携し、多彩な取組を展開する。			・記念展覧会(10月4日～) ・シンポジウム(7月、10月) ・ワークショップ(8月)	広報・PRイベント	○	A	A	全国的な若冲ブームの広がりもあり、各事業に当初想定以上の応募があったため。
			実績							
				・若冲の魅力を語る懇話会	・記念展覧会(10月4日～12月4日)224,821人 ・シンポジウム(7月)参加者1,650人 (10月)参加者650人 ・ワークショップ(8月)参加者39人					

【文化市民局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
26	世界考古学会議第8回京都大会(WAC8)	世界最大の考古学の学会が東アジアで初めて開催される。本市は市民を対象とした講座の共催をするともに世界各地から研究会が来訪する。			・事業の実施 ・市バス・地下鉄利用促進	広報・PRイベント	□	A	B	会場が地下鉄沿線のため、広報関係の資料に公共交通利用を促す文言を記載し、増客に繋がったと考えられる。
			実績							
27	スポーツ・文化・ワールド・フォーラム	ラグビーワールドカップ2019、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会、関西ワールドマスタースゲームズ2021等に向け、スポーツや文化による国際貢献等について議論・情報発信するフォーラムが国主催で開催される。平成28年10月19日に、ロームシアター京都をメイン会場としたオープニング、全体会及び二条城における文化イベント等を行うことにより、文化芸術都市・京都の魅力を世界に向けて発信・アピールする。			・オープニングイベント、全体会(ロームシアター京都) ・文化イベント(二条城)	広報・PRイベント	○	A	B	当日のイベントは成功裏に終わった。
			実績							
28	美術館における展覧会の開催	美術館主催・共催の魅力ある展覧会を開催するとともに、市バス・地下鉄を利用した交通案内を実施し、その利用促進を図る。(広報用チラシ及び案内人による案内の両面にて努める。)	事業の実施 ・バルテュス展(7/5～9/7) ・ポストン美術館展(9/30～11/30)	事業の実施 ・ルーヴル美術館展(6/16～9/27) ・マグリット展(7/11～10/12) ・フェルメールとレンブラント展(10/24～1/5) ・モネ展(3/1～5/8) ・ルノワール展(3/19～6/5)	事業の実施 ・モネ展(～5/8) ・ルノワール展(～6/5) ・ダリ展(7/1～9/4) ・若冲の真実展(10/4～12/4)	広報・PR	○	A	A	海外の作品展や若冲展等大規模展覧会の開催により観覧者数が増えたため。
			実績							
29	美術館再整備事業	京都市美術館は、開館以来、日本の美術・文化振興に大きな役割を果たしてきた。しかしながら、美術館を取り巻く状況は時代とともに、変化しており、ソフト・ハード両面からの検討が必要である。こうした現状を踏まえ、京都市美術館が今後とも、国内外を問わず多くの人々を魅了し、世界に誇れる美術館となるよう、求められる役割や目指すべき美術館像を明らかにするとともに、時代の変化に適應した機能・施設の充実等について検討を行っていく。	・北西角の建物(美術教室及び旧喫茶店)の解体工事(10月完了) ・同地の埋蔵文化財調査の実施(8月～) ・再整備基本計画の策定	・本館及び新館の基本設計 ・同地の埋蔵文化財調査の実施	・本館及び新館の実施設計 ・同地の埋蔵文化財調査の実施	施設の整備・誘致	○	A	D	構想、設計段階であり、具体的な人の流れ等が把握できないため。
			実績							
30	動物園デジタルサイネージ(ディスプレイに映像や情報を表示するシステム)の整備・活用	平成21年度に総務省から「ユビキタスタウン構想推進事業(地域ICT活用推進交付金)」の交付金を受け、その一部を活用して地下鉄京都駅にデジタルサイネージを設置し、動物園や京都市交通局のPRにも活用する。	再設置の検討	実施検討		広報・PR	□	B	B	デジタルサイネージにおいて各種PRを行うことで、地下鉄の利用促進につながったと考える。
			実績							

【文化市民局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
31	新京都市動物園構想の推進	平成21年11月に策定した新「京都市動物園構想」に基づき、「心の教育」と「環境学習」を柱に生涯学習施設として、子どもから高齢者まですべての世代に「喜び・安らぎ・癒し」を与え、「感動・交流・学習」する施設として27年度末まで再整備、動物舎、利便施設等の新設、園路整備等を行う。動物園整備の進捗に応じて集客増が図れるとともに、その効果として地下鉄蹴上駅、東山駅の利用者増も見込める。	・「京都の森」, 「ゾウの森」, 「学習・利便施設」他整備	・「京都の森」(9月公開),「ゾウの森」(7月公開),「学習・利便施設」(7月公開)		施設の整備	□	A	A	施設整備により多くの方に来園いただいたことから、地下鉄の増客に貢献できたと考える。
			実績							
32	4園館交流連携事業	京都市動物園・京都府立植物園・京都水族館・京都市青少年科学センターの4園館が、「いのちがやく」を共通のコンセプトに連携、次世代に向けた自然環境の継承及び体験・啓発等を実施し、4園館を結ぶ交通手段として、市バス・地下鉄の利用者増を図る。	包括交流連携協定の締結(3月20日)	・連携事業の開催 ・連携事業の検討 ・科学センターの参画(3月20日)	連携事業の開催	広報・PRイベント	○	B	B	連携事業において、市バス・地下鉄を交通手段としたことで、地下鉄の利用促進に貢献できたと考える。
			実績							
33	元離宮二条城におけるイベントの開催及びアクセス紹介	元離宮二条城において、魅力あるイベントを開催するとともに、市民しんぶん等において、市バス・地下鉄を利用した来城方法を分かりやすく周知し、その利用促進を図る。また、元離宮二条城出口に市営地下鉄二条城前駅への進路案内板を常時設置しており、引き続き地下鉄の利用促進に努める。	取組の推進イベントの開催 ○「築城400年記念 展示・収蔵館」展(年間4回) ○二条城まつり<10月18日~3月1日> ○アートアクアリウム城<10月24日~12月14日> ○ライトアップ2014 <開催日> 3月21日【金】 ~4月13日【日】 ~平成25年度~>	取組の推進イベントの開催 ○「築城400年記念 展示・収蔵館」展(年間4回) ○二条城まつり<10月17日~12月14日> ○アートアクアリウム城<10月23日~12月14日> ○ライトアップ2015 <開催日> 3月20日【金】 ~4月12日【日】 ~平成26年度~>	取組の推進イベントの開催 ○「築城400年記念 展示・収蔵館」展(年間4回) ○二条城まつり<10月23日~12月11日> ○ライトアップ2016 3月25日【金】 ~4月17日【日】 ~平成27年度~> ○京の七夕 二条城 二の丸 庭園ライトアップ 8月3日【水】 ~8月15日【月】 ○秋の特別企画(二条城・醍醐寺連携企画) 10月15日【土】 ~11月20日【日】 ○二条城桜まつり2017 3月24日【金】 ~4月16日【日】 ~平成29年度	広報・PRイベント	○	A	A	魅力あるイベント開催に際し、チラシやポスターには公共交通機関利用促進の文言を記載することで、増客に貢献できた。
			実績							
34	世界遺産・二条城本格修理事業	二条城の文化財としての価値を守り、京都を代表する文化観光施設として観覧者の安心安全を確保するため、構造補強を含む本格的な保存修理工事を行う。	・東大手門修理	・東大手門修理 ・番所修理	・東大手門修理 ・番所修理	施設の整備	○	A	A	修復後の完成披露式典や、内部公開をすることで、増客に貢献できた。
			実績							

【文化市民局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
35	歴史資料館事業	歴史資料館主催・共催の展示会等のイベントを開催するに当たって、ポスター・チラシ等において、地下鉄・市バスを利用した来館方法をわかりやすく周知し、地下鉄・市バスの利用促進を図る。	事業の実施	事業の実施	事業の実施	広報・PR	○	A	B	ポスター・チラシ等において来館方法を周知したことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考える。
			実績							
			入館者数 15,711人	入館者数 17,398人	入館者数 21,957人					
36	西京極総合運動公園の集客事業による市バス・地下鉄増客対策(京都サンガF.C.及び京都ハンナリーズのホームゲーム、並びに日本女子プロ野球リーグの他、プロスポーツゲームの誘致等)	・臨時バスの運行(サンガ:ホームゲーム終了時間帯に「西京極運動公園前」停留所と①東西線「太秦天神川駅」間②烏丸線「京都駅」に臨時バスの運行、ハンナリーズ:試合開始時刻に合わせ烏丸線「京都」と「西京極運動公園前」停留所に臨時バスの運行) ・トラフィカカード販売(サンガ、ハンナリーズ、女子プロ野球リーグについて、それぞれチーム仕様のカードを発行。このカードを利用して、試合当日に市バス・地下鉄に乗車することで、優待価格で観戦できる。) ・地下鉄・市バスの利用促進を記載したポスター等の作成 ・市広報誌や公益財団法人京都市体育協会広報誌「ダッシュ」での集客呼びかけ	・臨時バスの運行 ・トラフィカカードの販売 ・市バス・地下鉄利用促進を記載したポスター等の作成 ・市広報誌等での集客呼びかけ	・臨時バスの運行 ・トラフィカカードの販売 ・市バス・地下鉄利用促進を記載したポスター等の作成 ・市広報誌等での集客呼びかけ	・臨時バスの運行 ・トラフィカカードの販売 ・市バス・地下鉄利用促進を記載したポスター等の作成 ・市広報誌等での集客呼びかけ	イベント	○	A	D	京都サンガF.C.仕様のトラフィカカードは完売したものの、広報誌「ダッシュ」での効果が不明
			実績							
			京都サンガF.C.仕様のトラフィカカードを発行	京都サンガF.C.仕様のトラフィカカードを発行 ・広報誌「ダッシュ」で公共交通機関の利用呼びかけ	京都サンガF.C.仕様のトラフィカカードを発行(1,000枚) ・広報誌「ダッシュ」で公共交通機関の利用呼びかけ					
37	京都ソーデーウオーク	全国各地からウオーカーの参加を募り、ウオーキングを通じて心と身体の健康づくりのきっかけを提供するとともに、魅力と活力あふれるまち・京都を広く発信していくことを目的として、都大路を歩くウオーカーの祭典を2日間にわたり開催する。	京都府ウオーキング協会が主体となって実施(平成27年3月7～8日に開催)	京都府ウオーキング協会が主体となって実施(平成28年3月5～6日に開催)	京都府ウオーキング協会が主体となって実施(平成29年3月4～5日に開催)	広報・PR イベント	○	A	B	例年、一定のイベント参加者があり、参加者募集に当たっても、ポスター等で地下鉄の利用を呼び掛けていることから、一定数の増客に寄与しているものと考えられる。
			実績							
			参加者数5,225人(2日間の延べ人数)	参加者数5,097人(2日間の延べ人数)	参加者数5,392人(2日間の延べ人数)					
38	京都マラソンの開催	市民スポーツの振興のみならず、高い経済波及効果や都市ブランドの更なる向上が見込める京都マラソンを開催する。	事業の実施(平成27年2月15日開催)	事業の実施(平成28年2月21日開催)	事業の実施(平成29年2月19日開催)	公共交通への転換 広報・PR イベント 臨時バスの運行 特典付乗車券販売 広告収入 職員等利用 その他	○	A	A	京都マラソンに携わった人数(ランナー、スタッフ、応援者の人数の合計)が年々増加しているため
			実績							
			出走者数: 16,236人 携わった人数: 53万1千人	出走者数: 16,000人 携わった人数: 53万4千人	出走者数: 17,252人 携わった人数: 55万1千人					
39	府市協調で進めるスポーツ施設整備(西京極総合運動公園)	府内随一の広域的・基幹的施設として、陸上競技をはじめ各種大規模大会にふさわしい機能・水準の維持、向上を図るため、府市協調により、陸上競技場兼球技場の計画的改修を行う。	設計	整備工事	・設計 ・整備工事	施設の整備	○	A	D	利用人数、観客数については把握しておらず、客観的な比較ができないため
			実績							
			基本設計実施	・陸上競技場兼球技場の大型映像装置更新、新メインゲートの設置	陸上競技場兼球技場の諸室等改修 ・設計実施 ・一部工事実施					
40	宝が池公園体育館(仮称)整備	宝が池球技場南側を候補地として、新たな体育館の整備を行う。	設計	設計	設計	施設の整備	○	A	D	28年度末時点で設計段階であり、完成していないため
			実績							
				設計を実施	水路移設測量・詳細設計業務実施					

【文化市民局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
41	宝が池公園球技場 夜間照明設備の整備	宝が池公園球技場に夜間照明設備を整備し、市民が身近にスポーツを親しむ環境整備を図る。	・設計 ・整備工事	供用開始		施設の整備	□	A	D	利用人数、観客数については把握しておらず、客観的な比較ができないため
			実績							
			設計及び整備工事実施	-	-					

【産業観光局】

局・区総括

イベント等の来場者へ公共交通機関の利用していただくよう、広報活動に努めたことにより、地下鉄の利用者数増に繋げることが出来たと考えている。特に集客力の大きい、京の七夕、嵐山花灯路、東山花灯路においては、地下鉄の利用者数増に貢献できたものといえる。
 また、交通局と連携した、各種の乗車券販売については、販売促進PRの継続実施により、その販売数を増やすことができ、地下鉄の利用者数増に繋がったと考える。
 引き続き、イベント開催による公共交通機関の利用促進と、乗車券販売増に努めることで、地下鉄の利用者増に繋げていきたい。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
1	京都館での市バス・地下鉄乗車券の販売	首都圏における京都情報の発信拠点である京都館において、市バス・地下鉄の乗車券を販売し、観光客の市バス・地下鉄の利用を促進する。 ・京都観光一日乗車券 ・京都観光二日乗車券 ・市バス専用一日乗車券カード ・市営地下鉄1dayフリーチケット	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR 乗車券販売・広告 収入等	○	A	A	旅行会社からの大口の購入が増え、年々販売実績が伸びたため。
			実績							
			左記4種類カード販売枚数: 2,584枚	左記4種類カード販売枚数: 2,968枚	左記4種類カード販売枚数: 3,618枚					
2	京都ものづくりフェアにおける公共交通機関の利用促進	伝統産業から先端産業まで、京都の優れた技術・技能を紹介し、実演や体験等を通じて「ものづくり」の大切さをアピールすることにより、京都産業の振興と技能尊重気運の醸成を図る。約2,500枚のリフレット及び約350枚のポスターを発行のうえ関係機関に配布し、フェアの案内とともに、公共交通機関の利用を呼び掛けている。	京都ものづくりフェアの開催	京都ものづくりフェアの開催	京都ものづくりフェアの開催	イベント、 広報・PR	○	A	B	各年度とも、本イベントにおいて期待される3万人程度の人の動きがあったため。
			実績							
			11月開催 参加者数 約2.5万人	11月開催 参加者数 約3.1万人	11月開催 参加者数 約3.1万人					
3	合同企業説明会における公共交通機関の利用促進	京都労働局、京都ジョブパーク等が主催し、京都市が共催する合同企業説明会の周知に際し、説明会の案内ポスター及びチラシに、公共交通機関の利用を呼び掛ける旨を記載している。	「京のまち企業訪問」合同企業説明会の開催	「京のまち企業訪問」合同企業説明会の開催(10月、1月)	合同就職フェアの開催(7月)	広報・PR、 その他	○	A	B	各年度とも、本イベントにおいて期待される程度の人の動きがあったため
			実績							
			1月開催 参加者数 約1,500人	10月、1月開催 参加者数 約1,800人	7月-12月開催 参加者数 約1250人					
4	きものでおでかけ乗車無料(「伝統産業の日」事業として実施)	「伝統産業の日」事業の一環として、きもの着用者を対象に、市バスと地下鉄の運賃を無料にする。	取組の推進	平成28年3月19日～21日の3日間実施	事業終了 市内約40箇所の施設を対象としたきものでおでかけ入場無料のみ、引き続き実施	特典付与	□	A	C	事業終了につき前年度を下回る集客実績となったため。
			実績							
			22,176人	8,843人	2,001人					
5	「計量の図画・作文展」	青少年期における計量への関心を深めるために、市内小・中学校の児童・生徒を対象とした図画及び作文の募集を実施。審査会により、選出された入選以上の優秀作品を展示することで、広く一般市民にも計量に対する意識高揚を図る。	「計量の図画・作文展」の作品展を元有隣小学校で開催	「計量の図画・作文展」を元山王小学校で開催(10月31日、11月1日)	「計量の図画・作文展」をゼスト御池地下鉄寺町広場で開催(11月5日、11月6日)	イベント	○	A	B	各年度とも本イベントにおいて期待される程度の人の動きがあったため。
			実績							
			来場者数 1,937人	来場者数 1,790人	来場者数 3,000人					

【産業観光局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
6	KYOTO CMEX (KYOTO Cross Media Experience)	京都が持つ、マンガ・アニメ、映画・映像、ゲーム等のコンテンツのポテンシャルと魅力を国内外に発信するとともに、これらのコンテンツ産業を支える人材育成・人材交流を図ることを目的としたイベントを実施する。	「京都国際マンガ・アニメフェア」などの開催	「京都国際マンガ・アニメフェア」などの開催	「京都国際マンガ・アニメフェア」などの開催	イベント、広報・PR	○	A	A	来場者規模の大きいマンガ・アニメフェアの広報・内容を充実したことなどによって来場者数が一層増加したため。
			実績							
			・京都国際マンガ・アニメフェア 来場者:40,576人 ※CMEX(オフィシャルイベント) 全体の来場者:64,215人 ・アニメ列車運行(烏丸線:26年3月～5月,7月～10月,東西線:26年9月～10月)	・京都国際マンガ・アニメフェア 来場者:36,951人 ※CMEX(オフィシャルイベント) 全体の来場者:91,367人 ・アニメ列車運行(烏丸線:27年7月～10月,東西線:27年9月～11月)	・京都国際マンガ・アニメフェア 来場者:43,936人 ※CMEX(オフィシャルイベント) 全体の来場者:102,248人 ・アニメ列車運行(烏丸線:28年8月～9月,東西線:28年9月～10月)					
7	寺院の写真や書をデザインしたトラフィカカードの発行	京都仏教会の協力の下、寺院の写真や書をデザインしたトラフィカカードをシリーズで発行する。	・トラフィカカードの発行	・トラフィカカードの発行	・トラフィカカードの発行に向けた調整	乗車券販売広告収入等	○	A	D	寺院の写真や書をデザインしたカードの発行により、観光客の公共交通の利用促進を図れたと考えるが、平成28年度は、発行に向けた調整ができなかったため。
			実績							
			発行枚数約10万枚	発行枚数10万枚	発行枚数0枚					
8	「修学旅行1dayチケット」のPRと発売	修学旅行生の誘致と市バス・地下鉄の新規旅客獲得を一体的に行うために、優待施設で特典を受けられる「修学旅行バスポート」と同様の機能を持つ「修学旅行1dayチケット」の販売促進に向けたPRを行う。	販売促進のPR	販売促進のPR	販売促進のPR	乗車券販売・広告収入等	○	A	B	販売部数は減少しているものの、一定数、販売を維持しているため。
			実績							
			販売部数91,487枚	販売部数89,861枚	販売部数86,437枚					
9	京都コンベンションバス利用の推進	京都で開催されるコンベンション参加者を対象に、地下鉄・市バスが乗り放題となる格安一日乗車券を発行、斡旋。(最低購入枚数100枚)	販売促進のPR・第55回日本肺癌学会学術集会(11月14～16日)	販売促進のPR	販売促進のPR	イベント、乗車券販売広告収入等	○	A	A	国際会議主催者等に対し、効果的に販売促進PRができたことと考えるため。
			実績							
			1,818枚	2,108枚	5,649枚					
10	「歩いて楽しいまち・京都」観光案内標識アップグレードプロジェクト	観光客の視点に立った分かりやすい観光案内標識の在り方について、関係局からなるプロジェクトチームを設置するとともに、学識者や交通事業者等からなる「観光案内標識アップグレード検討委員会」を設置し、「京都市観光案内標識アップグレード指針」を策定。また平成23年度から平成27年度までの5箇年計画で指針に基づいた観光案内標識の整備を行う。	・岩倉・八瀬、上賀茂、修学院、山科、醍醐、大原、中心市街地エリアにおける整備	・鞍馬・貴船、京北、高雄、西山・大原野、淀、苔寺・桂離宮、中心市街地エリアにおける整備	事業の終了	施設の整備・誘致	□	A	B	駅や観光地への方向や距離を示した案内標識の整備を進めて、観光客の公共交通拠点への円滑な誘導を図れたことと考えるため。
			実績							
			整備数505箇所	整備数629箇所	—					
11	宇多野ユースホテルとの連携による市バス・地下鉄増客	年間3万人以上が利用する宇多野ユースホテルにおいて、公共交通を利用した観光コースの提案や乗車券等の販売強化等により、宿泊者や集会所等利用者に市バス・地下鉄の利用を呼びかける。	・トラフィカカード等の販売・公共交通を利用した観光コースの提案	・トラフィカカード等の販売・公共交通を利用した観光コースの提案	・トラフィカカード等の販売・公共交通を利用した観光コースの提案	広報・PR	○	A	B	トラフィカカードの販売数やツアー別の参加者数を把握していないが、市バス・地下鉄の利用を呼びかけたことで、増客効果があったと考える。
			実績							
			年間利用者数38,874人	年間利用者数41,140人	年間利用者数41,507人					

【産業観光局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
12	観光客を対象とした公共交通機関の利用促進	16団体が構成する「公共交通機関でおこしやす・京都市協議会」で春秋の観光シーズン前に、近畿、山陽及び中部地方等の主要駅等において、公共交通機関を利用した観光客誘致のためのキャンペーン活動を展開。	・秋・春の観光シーズン前にキャンペーン活動を展開 ・期間限定での文化財、庭園等の特別公開など、各種イベントの開催	・秋・春の観光シーズン前にキャンペーン活動を展開 ・期間限定での文化財、庭園等の特別公開など、各種イベントの開催	・秋・春の観光シーズン前にキャンペーン活動を展開 ・期間限定での文化財、庭園等の特別公開など、各種イベントの開催	公共交通への転換	○	B	B	春の観光シーズン前には公共交通マップを発行し、秋の観光シーズン前にはHPを更新して、観光客に公共交通の有用性の浸透を図れたと考えるため。
			実績							
			-	-	-					
13	京の七夕	「一年に一度、願いごとをする」という七夕にちなんで「願い」をテーマに旧暦の七夕に開催する。 堀川、鴨川を竹や光で幻想的に演出し、京都ならではの七夕を表現する。	開催期間 平成26年8月2日～11日 ※8月9日、10日は台風で中止 ※点灯時間 19時～21時30分	開催期間 平成27年8月1日～10日	開催期間 平成28年8月1日～15日 ※点灯時間 19時～21時30分 ※堀川・鴨川会場をはじめ市内に広く会場を拡充して実施	イベント	○	A	B	会場の拡充により来場者が増加し、来場者の会場間の総移動が増えたため。
			実績							
			総来場者数 65万1千人 ※堀川会場のみ 27万8千人	総来場者数 76万2千人 ※堀川会場のみ 32万1千人	総来場者数 85万3千人 ※堀川会場のみ 17万6千人					
14	東山花灯路	東山地域の寺院・神社をはじめとする歴史的文化遺産、白壁や石畳、門前町などのまちなみを生かし、日本情緒豊かな露地行灯の「灯り」といけばな作品の「花」による演出により、春の訪れを魅力的に表現する。	開催期間 平成27年3月6日～15日 ※点灯時間 18時～21時30分	開催期間 平成28年3月12日～21日 ※点灯時間 18時～21時30分	開催期間 平成29年3月3日～12日 ※点灯時間 18時～21時30分	イベント	○	A	B	例年どおり100万人を超える来場があったため。
			実績							
			総来場者数 112万8千人	総来場者数 116万5千人	総来場者数 111万人					
15	嵐山花灯路	嵯峨・嵐山地域の自然、水辺空間、竹林や歴史的文化遺産、景観など地理的諸条件を生かし、日本情緒豊かな露地行灯の「灯り」といけばな作品の「花」による演出により、初冬の季節感を魅力的に表現する。	開催期間 平成26年12月12日～21日 ※点灯時間 17時～20時30分	開催期間 平成27年12月11日～20日 ※点灯時間 17時～20時30分	開催期間 平成28年12月9日～18日(予定) ※点灯時間 17時～20時30分	イベント	○	A	B	例年どおり100万人を超える来場があったため。
			実績							
			総来場者数 92万9千人	総来場者数 139万3千人	総来場者数 119万3千人					
16	岡崎桜・わかば回廊 十石舟めぐり	春爛漫の岡崎・琵琶湖疏水において、遊覧船を運航。 ポスター・チラシを作成し、公共交通機関の利用を呼び掛けているほか、実施期間の一部において交通局発行カードの提示で乗船料の割引を実施。	取組の推進 割引実施期間 4月18日～5月6日	取組の継続 割引実施期間 4月18日～5月6日	取組の継続 割引実施期間 4月16日～5月8日	イベント・ 広報・ PR・特典 付与	○	A	B	昨年度比較で利用者減であったものの、見込んでいた数の利用者があったため。
			実績							
			割引利用者 141人	割引利用者 260人	割引利用者 164名					

【産業観光局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
17	京の旬野菜普及啓発事業	認定農家が生産した地場の旬野菜や加工品等を即売しながら、旬の時期を待って食する京都の伝統的でエコな食生活を推進する京の旬野菜普及啓発事業を地下鉄駅構内で実施する。 実施駅：東野駅、二条城前駅、太秦天神川駅	地下鉄駅構内での野菜直売及び啓発活動の実施(26年8月で閉店終了)	事業の終了		イベント	□	A	B	各店舗において、一定の利用者があったため。
			実績							
			6店舗(終了時)	-						
18	日本酒条例サミットin京都の開催	全国に広がった日本酒条例の施行自治体に参画・協力を求め、日本酒条例サミットin京都を開催する。	事業の実施 日本酒条例サミット開催(11月)	事業の実施 日本酒条例サミット開催(9月22日)	事業の実施 日本酒条例サミット開催(11月19日)	イベント	○	A	A	前年度を上回る来場者があったため。
			実績							
			・4,381人集客 ・チラシ6万枚配布	・3,655人集客 ・チラシ6万枚配布	・10,000人集客 ・チラシ5万枚配布					
19	世界遺産スタンプラリー	世界遺産登録20周年を記念して、市内の世界遺産の寺社を巡るスタンプラリーを実施する。	事業の実施 11月15日～12月7日実施 醍醐寺、東寺、西本願寺、二条城	事業の終了		イベント	□	A	B	多くの参加者に参加いただくことができ、効果があったと判断した。
			実績							
			参加者数 768人	-	-					
20	「京都肉祭」の開催	京都肉牛流通推進協議会において、京の自然と食文化が育んだ極上の最高級和牛ブランド肉「京都肉」を市民の皆さんに周知するため実施(京都市共催)	事業の実施 9月27日(土) 京都市役所前広場において実施	事業の実施 10月3日(土) 京都市役所前広場において実施	事業の実施 10月30日(日) 京都市役所前広場において実施	イベント	○	A	B	会場を市役所前広場とすることで、増客効果があったと考える。
			実績							
			来場者数 15,000人	来場者数 20,000人	来場者数 20,000人					
21	「京都市MICE戦略2020」の推進	「京都観光振興計画2020」(平成16年10月～平成32年度末)の中にMICE戦略を一つの柱と位置付け、「世界があこがれる観光MICE都市」へと更なる飛躍することを目標に、グローバルMICE戦略都市として、京都の強みを生かした京都にふさわしいMICEの誘致を図る。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	イベント、 広報・PR	○	B	B	MICEの主催者等に対し、公共交通機関の利用についてWEBやパンフレットなどのツールを用いて案内ができたことと考えるため。
			実績							
			-	-	-					
22	鉄道事業者との連携による「京の冬の旅」50周年、「京の夏の旅」40周年を契機とした魅力的な観光素材の創出	「京の冬の旅」50周年、「京の夏の旅」40周年に合わせた観光PR事業の実施	事業の準備 夏の旅(7月～9月) 冬の旅(1月～3月)	事業の終了		イベント、 広報・PR	□	A	B	メイン事業である文化財特別公開において、過去5年間の実施の中で、京の夏の旅は1番目、京の冬の旅は2番目の来場者数であったため。
			実績							
			-	夏の旅 151,555人 冬の旅 348,705人	-					

【産業観光局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
23	「京都伝統産業ふれあい館」の運営	「京都伝統産業ふれあい館」の充実・活性化を図り、来場者増、公共交通機関の利用者増につなげる。	ふれあい館の運営	ふれあい館の運営 ・運営体制の確立 ・見学ツアー等の設定	取組の推進	施設の整備・誘致、イベント、広報・PR。	○	A	A	来館者が増加しているため
			実績							
24	京の食文化を学び、味わう 冬の京野菜まつり	京野菜が培ってきた「京の食文化」を学び、味わう多様なイベントを通じて、その素晴らしさを未来に繋ぎ広く発信するとともに、京野菜をはじめとする市内農林業の地産地消を推進し、環境にやさしく健康的・文化的な市民生活の実現を図る。	市内産農林水産物加工品の販売 啓発・PRブース設置	市内産農林水産物加工品の販売 啓発・PRブース設置	市内産農林水産物加工品の販売 啓発・PRブース設置 平成29年1月28日実施	イベント	○	A	B	前年度と同様の来客数であったため
			実績							
25	「京の花」物語～母の日フェア～	京都の伝統文化や慣習行事に欠かせない、花と緑の継承と、現代様式に合わせた新たな花文化の啓発により、花と緑の溢れる美しいまちづくりと、明るく豊かな心と潤いのある市民生活を、業界あげて提案する。			モデル事業 ・花のコンクール ・花の大装飾 開催期間 平成28年5月6日～7日ゼスト御池(河原町広場、市役所前広場)	イベント	○	A	B	他のイベントとの連携により来場者数の確保が図れた。
			実績							
26	「京の伝統と食のイベント2016」	京都産食材や京都の伝統産業、伝統文化、花文化等をPRするため、イベントサントリー酒類㈱と連携し、ゴールデンウィーク期間の多くの人が集まる時期を狙い、市役所前広場において飲食ブースの設置や伝統産業の実演・製品販売等のイベントを実施する。			事業の実施 5月3日(火・祝)～8日(日) 京都市役所前広場において実施	イベント	○	A	A	主催者であるサントリーのビールの売上げが予想の1.5倍以上であったため。
			実績							

【保健福祉局】

局・区総括

保健福祉局関連のイベント・行事において、案内のポスターやチラシに交通手段として、市営地下鉄や市バスの利用を記載することにより、増客に貢献できていると考えます。また、地下鉄沿線をイベント会場として設定することにより、地下鉄増客に効果があったと思います。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
1	全国車いす駅伝競走大会	障害のある人々の社会参加の促進と障害者スポーツの振興を図るとともに、障害のある人々に関する理解と認識を深めることを目的として、全国規模の車いす駅伝競走大会を開催している。 地下鉄駅にスタート地点を設けるとともに、地下鉄駅を通るコースとしている。	大会の開催 (3月7・8日)	大会の開催 (3月12・13日)	大会の開催 (3月11・12日)	イベント	○	A	B	大会参加者だけでなく、沿道の応援等を含めると一定の効果があった。
実績			24チーム、216人参加(選手、監督、コーチ)	23チーム、193人参加(選手、監督、コーチ)	18チーム、164人参加(選手、監督、コーチ)					
2	ほほえみ広場	・障害のある市民もない市民も互いに交流できる催しを実施することにより、障害のある市民への理解を促進するとともに、障害のある市民の社会参加を推進することを目的としている。 ・チラシ、ポスターに地下鉄最寄駅名を記載 ・交通局のブースを設け、公共交通利用の啓発を行うことを予定している。 ・都くんの着ぐるみにボランティアが入り会場内を回る。	イベント開催 (10月18日)	イベント開催 (10月17日)	イベント開催 (10月15日)	イベント	○	A	B	会場を梅小路公園とし、チラシやポスターには公共交通利用促進の文言を記載することで、増客に貢献できた。
実績			参加者数 約7,800人	参加者数 約7,600人	参加者数 約7,800人					
3	みやこユニバーサルデザイン賞 表彰式	市民からユニバーサルデザインに関するアイデア等を募集し表彰する「みやこユニバーサルデザイン賞」の表彰式を行う。	みやこユニバーサルデザイン賞の募集及び表彰	ほほえみ広場にて表彰 ※27年度から、ほほえみ広場の式典でユニバーサルデザイン賞の表彰もすることとなった。	ほほえみ広場にて表彰	イベント	○	B	B	地下鉄駅最寄りの会場を利用し一定の参加実績があったため。
実績			参加者数 約160人	参加者数 約7,600名	参加者数 約7,800名					
4	ユニバーサルデザインフォーラム京都	ユニバーサルデザインについて市民に対する普及・啓発活動の一環として講座・講演等を行う。	ユニバーサルデザインの普及・啓発活動	ユニバーサルデザインの普及・啓発活動	ユニバーサルデザインの普及・啓発活動	イベント	○	B	B	地下鉄駅最寄りの会場を利用し一定の参加実績があったため。
実績			参加者数 約180人	参加者数 約150人	参加者数 約130人					
5	若杉祭	地域とともに歩み地域に根ざした若杉学園を目指して、学園内において学園紹介・遊びコーナー等を「親の会」と共催で実施し、若杉学園周辺の地域住民と交流を図ることにより、障害のある方の理解を深めるという行事であり、毎年1回開催している。	取組の推進 (11月8日開催)	取組の推進 (11月7日開催)		その他	□	A	B	会場は地下鉄沿線であり、イベントの開催により地下鉄の利用促進に一定の効果があったと考えられる。
実績			参加者数 200人	参加者数 200人						

【保健福祉局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
6	世界自閉症啓発デーに係る啓発イベント	4月2日の「世界自閉症啓発デー」に合わせ、発達障害への理解促進のための啓発事業として、京都タワーや市役所塔屋のブルーライトアップ、京都駅前での啓発イベントを実施する。	イベントの開催等 (26年4月2日開催) (後援)	イベントの開催等 (27年4月2日開催) H27より主催	イベントの開催等 (28年4月2日開催)	イベント	○	B	B	会場を地下鉄沿線に設定することで、増客に貢献できた。
			実績							
			参加者数: 流動的なため不明	参加者数: 流動的なため不明	参加者数: 流動的なため不明					
7	福祉ボランティア・社協フェスタ	京都市では、福祉をはじめとする様々な分野におけるボランティア活動など、市民の皆様の自主的な活動を支援している。また、各社会福祉協議会においては、地域を基盤とした住民主体の地域福祉活動の推進に取り組まれている。このような地域福祉活動団体及びボランティアグループの取組の紹介や交流によって、団体相互のネットワークづくりや協働を進めるとともに、ボランティア活動や地域福祉活動について広く市民の皆様を知っていただくため、イベントを開催する。	イベントの開催 (10月19日)	イベントの開催 (10月18日)	イベントの開催 (10月16日)	イベント	○	A	A	チラシ・ポスターには、イベント会場へのアクセスについて、市バス・地下鉄を案内してあり、また、来場者についても年々増加していることから、増客に貢献できているものと考えられる。
			実績							
			参加者数 約2,000人	参加者数 約2,500人	参加者数 約2,700人					
8	子どもを共に育む京都市民憲章実践推進者表彰式	「子どもを共に育む京都市民憲章」の普及啓発と実践活動を推進するため、モデルになる活動等に取り組む個人や団体への表彰式典を実施する。また、実践推進者表彰の受賞者には、副賞としてトラフィカ京カード等を贈呈。	実践推進者表彰式、講演会、普及啓発イベントの実施	実践推進者表彰式、講演会、普及啓発イベントの実施	実践推進者表彰式、講演会、普及啓発イベントの実施	イベント、乗車券販売、広告収入等	○	A	A	会場へのアクセスについて、市バス・地下鉄の利用を案内し、また副賞としてトラフィカ京カードを贈呈することで増客に貢献できた。なお、参加者数の減は、会場の規模によるものであり、28年度においても、定員400名の会場に対し、400名以上の参加申し込みがあった。
			実績							
			参加者数650人 受賞10団体	参加者数600人 受賞8団体	参加者数400人 受賞6団体					
9	児童虐待防止啓発事業(京都タワー(株)等との共同による街頭啓発)	「児童虐待防止推進月間」(11月)や子どもの虐待をなくすための市民運動「オレンジリボン運動」を周知するため、京都タワー株式会社等と共同で、京都タワー付近(地下鉄京都駅近辺)において、グッズの配布等の街頭啓発を実施する(平成24年度から毎年11月上旬に実施。平成25年度は京都府警察及び児童館学童連盟とも共同実施)。	街頭啓発の実施 (11月7日)	街頭啓発の実施 (11月6日)	街頭啓発の実施 (11月1日)	イベント、乗車券販売、広告収入等	○	A	B	該当啓発の会場を地下鉄沿線に設定したほか、トラフィカ京カードの販売を行うことで、増客に貢献できた。
			実績							
			・啓発物品(リーフレット、ウェットティッシュ、クリアファイル)の2,000部配布 ・トラフィカ京カード10,000枚販売	・啓発物品(リーフレット、ウェットティッシュ、クリアファイル)の2,000部配布 ・トラフィカ京カード10,000枚販売	・啓発物品(リーフレット、ウェットティッシュ、クリアファイル)の2,000部配布 ・トラフィカ京カード10,000枚販売					
10	「京の七夕列車」及び絵画列車「子どもたちの願いを乗せて」の運行(主催 公益社団法人京都市児童館学童連盟・京都市日本保育協会)	「京の七夕」関連事業として、児童館、学童保育所、保育園の子どもたちの願いのこもった短冊を掲出した地下鉄「京の七夕列車」等の運行のほか、時期を別にして、子どもたちが描く絵画を掲出した地下鉄「絵画列車」の運行により、地下鉄の利用促進を図る。	【七夕列車】 7/31～8/11実施 【絵画列車】 10/16～10/27、 12/9～12/20実施	【七夕列車】 7/31～8/10実施 【絵画列車】 10/12～10/24、 11/18～11/28実施	【七夕列車】 8/1～8/15実施 【絵画列車】 11/15～11/26実施	イベント	○	A	B	例年どおり、時期をずらして地下鉄車内で開催し、チラシやポスターには公共交通利用促進の文言を記載することで、地下鉄乗客増に貢献することができた。
			実績							
			・七夕列車: 短冊約2,200枚 ・絵画列車: 絵画約200枚	・七夕列車: 短冊約2,200枚 ・絵画列車: 絵画約220枚	・七夕列車: 短冊約2,200枚 ・絵画列車: 絵画約220枚					

【保健福祉局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
11	京都やんちゃフェスタ(第1部, 第2部)	子ども、子育て中の家庭、子育て支援者ほか全ての市民を対象に、児童の健全育成と子育て支援を推進する総合的な次世代育成イベントを開催。イベントでは、親子で楽しめるステージ、各種遊び・工作・体験のコーナー、各種展示コーナー等を展開する。 イベントのポスターやチラシに地下鉄の最寄駅からのアクセスを地図で表示している。	イベントの開催 第1部10月25日、 第2部12月20日	イベントの開催 第1部10月24日、 第2部11月28日	イベントの開催 第1部10月29日、 第2部11月26日	イベント	○	A	B	会場を地下鉄沿線に設定し、チラシやポスターには公共交通利用促進の文言を記載することで、増客に貢献できた。
			実績							
			1部: 47,000人 2部: 9,000人	1部: 43,500人 2部: 9,500人	1部: 44,000人 2部: 10,500人					
12	右京ブロック児童館・学童保育所まつり (主催 公益社団法人京都市児童館学童連盟・京都市)	児童館、学童保育所が、ステージ発表、各種コーナーなど、子ども向けの工夫を凝らした出し物を実施し、その中で交通局のブースを設け地下鉄利用をアピールする。	5月18日開催	5月16日開催	5月21日開催	イベント	○	A	B	会場を地下鉄沿線に設定することで、増客に貢献できた。
			実績							
			参加者数 約2,700人	参加者数 約2,100人	参加者数 約2,100人					
13	保育フェスタ	京都市(保育課・市営保育所)、公益社団法人京都市保育園連盟等の代表で組織される「笑顔いっぱい元気いっぱい保育フェスタ実行委員会」での協議をもとに、乳幼児及びその保護者をはじめとする一般市民を対象とした子育て講演会、絵画展、イベントを開催する。事業を通じて、「子育て支援都市・京都」の実現に向け、乳幼児健全育成に対する市民の理解と認識を深め、職員の資質向上を図るとともに、本市の保育所(園)及び昼間里親の保育実践を広く市民に周知する。	イベントの開催等 (27年2月4,7,8,9日開催)	イベントの開催等 (28年2月13~15日開催)	イベントの開催等 (29年2月11~13日開催予定)	イベント	○	A	A	多くの方に参加いただいたため。
			実績							
			参加者数 19,574人	参加者数 17,711人	参加者数 20,159人					
14	京都幼児音楽フェスティバル	市内約27箇園の保育所が、こどもの豊かな心の育成を促進するために、日頃積み重ねてきた音楽リズム保育の成果を市民に広く発表する。	イベントの開催等 (27年2月7,8日開催)	イベントの開催等 (28年1月23, 24日開催)	イベントの開催等 (29年2月11,12日開催)	イベント	○	A	B	見込んでいた参加人数だったため。
			実績							
			・出演者数 1,440人 ・観客数 約9,000人	・出演者数 1,440人 ・観客数 約9,000人	・出演者数 1,200人 ・観客数 約4,400人					
15	こどもSLフェスタ	こどもの豊かな心の育成を促進するために、日頃の保育では体験できない感動や普段とは違う人々との触れ合いを体験することのできる機関車体験乗車・コンサート及びパフォーマンスを通じて、児童に社会見学及びレクリエーションの場を提供する。	イベントの開催等 (26年5月19日開催)	イベントの開催等 (27年5月19日開催)	(※鉄道博物館開館に伴い、当該イベントは終了)	イベント	□	A	B	見込んでいた参加人数だったため。
			実績							
			参加者数 1,738人	参加者数 968人						
16	敬老乗車証制度の普及・啓発	70歳以上の市民を対象に市バス・地下鉄に乘車できる敬老乗車証を交付。交付率の向上のため、制度見直しの検討を進めるとともに、積極的な普及啓発に努める。	制度見直しの検討及び積極的な普及啓発の実施	継続的な制度見直しの検討及び普及啓発の実施	継続的な制度見直しの検討及び普及啓発の実施	その他	○	B	B	普及啓発に努めることにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考ええる。
			実績							
17	市民すこやかフェア	高齢者をはじめとするすべての市民が、世代を越えスポーツや文化活動を通じて交流し、「明るく豊かな長寿社会」について考えるひとつの契機となるような総合福祉イベントとして位置付け、各種の催しを展開する。	市民すこやかフェアの開催 (12月20, 21日開催)	市民すこやかフェアの開催 (11月28, 29日開催)	市民すこやかフェアの開催 (11月26日開催予定)	イベント	○	A	B	チラシやポスターに公共交通利用促進の文言を記載することで、増客に貢献できた。
			実績							
			参加者数 20,000人	参加者数 23,000人	参加者数 約16,000人					

【保健福祉局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
18	看護の日イベント	5月12日のナイチンゲール誕生日に合わせて、看護の心を普及するイベントを開催する。	イベントの開催等 (26年5月10日開催)	イベントの開催等 (27年5月9日開催)	イベントの開催等 (28年5月8日開催)	イベント	○	A	B	会場を地下鉄沿線に設定し、チラシやポスターには公共交通利用促進の文言を記載することで、増客に貢献できた。
			実績							
			参加者数 1,420人	参加者数 1,209人	参加者数 782人					
19	京都市骨髄バンク推進キャンペーン	10月の骨髄バンク推進月間の取組として、わかりやすく骨髄バンクを紹介するイベントを開催する。	イベントの開催等 (26年10月25日開催)	イベントの開催等 (27年10月18日開催)	イベントの開催等 (28年10月23日開催)	イベント	○	A	B	会場を地下鉄沿線に設定し、チラシやポスターには公共交通利用促進の文言を記載することで、増客に貢献できた。
			実績							
			啓発物品配布 約2,000部	啓発物品配布 約3,000部	啓発物品配布 約3,000部					
20	世界エイズデー街頭啓発キャンペーン	12月1日の「世界エイズデー」に合わせて、市民一人ひとりにエイズについて理解を深めていただくためのイベントを実施する。	イベントの開催等 (26年12月6日開催)	イベントの開催等 (27年12月5日開催)	イベントの開催等 (28年11月23日開催)	イベント	○	A	B	見込んでいた数程度の参加者数だったため。
			実績							
			・ワークショップ参加者数100人 ・啓発グッズ配布約1,000人	・ワークショップ参加者数100人 ・啓発グッズ配布約1,000人	・ワークショップ参加者数180人 ・啓発グッズ配布約500人					
21	健康長寿のまち・京都いきいきフェスタ	市民全体で健康づくりの機運を高めていくため、「健康長寿のまち・京都市民会議」との共催により、「健康長寿のまち・京都」の実現に向けた取組のイベントを開催する。 なお、子どもからお年寄りまで世代を超えて交流していただけるよう、「エコまちフェスタ」、「消費生活フェスタ」、「京都やんちゃフェスタ(第2部)」、「市民すこやかフェア」と同日、同会場で、多世代交流・学習型イベントとして開催する。	健康長寿のまち・京都キックオフイベントの開催 (27年11月29日開催)	健康長寿のまち・京都いきいきフェスタの開催等 (28年11月26日開催)		イベント	○	A	B	チラシやポスターには公共交通利用促進の文言を記載することで、増客に貢献できた。
			実績							
				参加者数 約10,000人	参加者数 約16,000人					
22	「健康長寿のまち・京都市民会議」正式発足記念イベント	「健康長寿のまち・京都推進プロジェクト」の取組を広く市民に周知し、また取組を盛り上げていく機運を醸成することを目的に、「健康長寿のまち・京都市民会議」の正式発足を記念したイベントを開催する。			イベントの開催等 (28年6月4日開催)	イベント	□	A	B	チラシやポスターには公共交通利用促進の文言を記載することで、増客に貢献できた。
			実績							
					参加者 約700人					
23	京都市特定給食施設等講習会	京都市内の特定給食施設等に対して、栄養・給食管理に必要な情報を提供するために、年に一回講習会を開催する。 (平成28年度から、一般参加者を公募。)	講習会の開催 (平成26年10月29日)	講習会の開催 (平成27年5月22日)	講習会の開催 (平成28年8月30日)	イベント	○	A	C	会場を地下鉄沿線に設定し、公共交通利用促進の文言を記載したが、参加者数が例年より少なかったため。
			実績							
			参加者数 258人	参加者数 322人	参加者数 116人					

【保健福祉局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
24	目の愛護デー	「目の愛護デー」と定められた10月10日に近い日曜日に、京都府眼科医会との共催で、目の無料健康診断や啓発等の催しを毎年開催している。	イベントの開催 (26年10月5日開催)	イベントの開催 (27年10月4日開催)	イベントの開催 (28年10月2日開催)	イベント	○	A	B	例年どおり、是スト御池で開催することにより、地下鉄での来場を促すことができた。
			実績							
25	Kyoto-ani-love festival	動物の愛護と適正な飼養に関する普及啓発をはかるため、毎年9月20日から同月26日までの動物愛護週間に1日、地下鉄沿線の会場を借りて開催している。	フェスティバルの開催	フェスティバルの開催	フェスティバルの開催	イベント	○	A	A	近隣に駐車場が少ないことから、来場者数6000人のうち、多くの方が公共交通機関を利用したと考えられる。
			実績							
26	犬のしつけ方教室 (ガイダンスセミナー講座)	人と動物が共存できる生活環境を確保するための啓発事業として、犬の飼い主に対し、犬の習性・生理などの理解を深めるとともに、飼犬の適正な飼養方法、しつけ方を取得してもらうことを、また、これから犬を飼われる方に対し、犬を迎え入れるための準備及び心構えをしていただくために、開催している。	講座の開催 (10月18日, 24日, 31日, 11月14日開催 ※10月24日～計3回は実技講習)	講座の開催 (2月27日, 3月12日)	講座の開催 (11月17日)	イベント	○	A	C	参加者が少なかったことから、地下鉄乗客増員の効果は限定的と考える。
			実績							
27	京都市動物取扱責任者研修会	動物の愛護及び管理に関する法律に規定する動物取扱業を営む業者の動物取扱責任者を対象に、動物取扱責任者の業務に必要な知識及び能力の向上を図るため、毎年1～2月に5～6回に分けて、地下鉄沿線の会場を借りて開催している。	研修会の開催	研修会の開催	研修会の開催	イベント	○	A	B	京都動物愛護センターで開催。公共交通機関の使用を呼び掛けていたため、地下鉄を利用された方もいた。
			実績							

【都市計画局】

局・区総括

・都市計画局においては、歩くまち京都推進室が中心となり、交通事業者、京都府警察、経済界、商店街、各種団体等と連携し、オール京都で、ひとと公共交通優先の「歩くまち・京都」の実現に向けた取組を行っている。
 四条通歩道拡幅事業など、公共交通優先の取組が既存公共交通である地下鉄の増客に寄与したものと考えている。

・なお、イベントを実施する際には、公共交通の利用促進の観点から、広報発表資料に、会場までの公共交通機関を利用したアクセスを記載するよう、局内に周知しており、統一した取組を行っている。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
1	パークアンドライド駐車券の販売	京都市醍醐駐車場の収益増加を図る取組の一環として、同駐車場の利用当日に地下鉄東西線醍醐駅で地下鉄に乗降された方に対して、パークアンドライド駐車券として、1,200円相当の駐車券を960円で販売する。 (パークアンドライド駐車券の販売場所：パセオ・ダイゴロー西館インフォメーション、販売時間：午前10時から午後8時まで)	取組の推進	取組の推進	取組の推進	公共交通への転換特典付与	○	A	C	定期券発券時の案内、周知ポスターの掲示、案内ビラの集中配布等、利用促進に努めたが、パーク&ライド駐車券の販売は各年百数十件程度にとどまった。
			実績							
2	バス停・地下鉄駅近隣の公共施設等におけるイベントの開催	市バスのバス停や地下鉄駅に近い公共施設等において積極的にイベントを開催し、施設等の利用者を増やすことにより、市バス・地下鉄の利用促進に寄与する。 <関連施設> ア 御池公共地下広場 イ パセオ・ダイゴロー西館アトリウム(公共空間) ウ 京都市景観・まちづくりセンター エ 京(みやこ)安心すまいセンター オ 平成の京町家モデル住宅展示場	イベント、事業の開催	イベント、事業の開催	イベント、事業の開催	イベント	○	A	B	イベント会場を地下鉄沿線等に設定したことにより、増客に効果がある取組となった。
			実績							

【都市計画局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
			実績							
3	空き家対策推進事業	「地域の空き家相談員」等による総合的なコンサルティングを行うほか、地域連携型空き家流通促進事業や支援制度の創設等により、空き家所有者の活用意向を引き出すとともに、空き家の発生の予防や適正管理の推進等、空き家対策を総合的に推進する。	<ul style="list-style-type: none"> ・リーフレット等による啓発の実施 ・総合的なコンサルティング体制の充実 ・地域連携型空き家流通促進事業の拡充・実施 ・活用促進制度の創設 ・適正管理の推進による活用への誘導 	<ul style="list-style-type: none"> ・リーフレット等による啓発の実施 ・総合的なコンサルティング体制の充実 ・地域連携型空き家流通促進事業の拡充・実施 ・活用促進制度の実施 ・適正管理の推進による活用への誘導 	<ul style="list-style-type: none"> ・リーフレット等による啓発の実施 ・総合的なコンサルティング体制の充実 ・地域連携型空き家流通促進事業の拡充・実施 ・活用促進制度の実施 ・適正管理の推進による活用への誘導 ・空き家等対策計画の策定 	まちづくり計画策定等	O	B	D	空き家の活用により、地下鉄の増容に一定の効果はあると考えられるが、空き家の利用者等の地下鉄利用の有無まではわからないため
			<ul style="list-style-type: none"> ・空き家条例に関する啓発リーフレット及び情報冊子の作成 ・「地域の空き家相談員」の登録(201人) ・専門家派遣制度の実施(平成26年度:30件) ・地域連携型空き家流通促進事業→今年度新規認定 17地域(12団体) ・空き家活用・流通支援等補助金制度の創設(6月)(平成26年度:46件) ・「空き家活用×まちづくり」モデル・プロジェクト制度創設(平成26年度:4件) ・「京都市空き家の活用、適正管理等に関する条例」平成26年4月施行 	<ul style="list-style-type: none"> ・空き家条例に関する啓発リーフレット及び情報冊子等を活用した普及啓発 ・「地域の空き家相談員」の登録(304人) ・専門家派遣制度の実施(平成27年度:63件) ・地域連携型空き家流通促進事業→今年度新規認定 5地域(3団体) ・空き家活用・流通支援等補助金制度の実施(平成27年度:91件) ・「空き家活用×まちづくり」モデル・プロジェクトの実施(平成27年度:3件) ・「京都市空き家の活用、適正管理等に関する条例」の一部改正(平成27年12月施行) 	<ul style="list-style-type: none"> ・空き家条例に関する啓発リーフレット及び情報冊子等を活用した普及啓発 ・「地域の空き家相談員」の登録(273人) ・専門家派遣制度の実施(平成28年度:57件) ・地域連携型空き家流通促進事業→今年度新規認定 8地域(8団体) ・空き家活用・流通支援等補助金制度の実施(平成28年度:78件) ・「空き家活用×まちづくり」モデル・プロジェクトの実施(平成28年度:2件) ・「京都市空き家等対策協議会」の開催(第1回:7月8日、第2回:8月19日、第3回:11月15日、第4回:3月1日) ・「京都市空き家等対策計画」の策定(平成29年3月) 					
4	地域住民・事業者の主体的な都心のにぎわい創出支援(烏丸通沿道のまちづくり)	烏丸通のにぎわい創出に向け、平成18年度から烏丸通沿道(三条～高辻間)の地権者等からなる烏丸通沿道懇談会が立ち上がり、地区計画策定や街路樹のイルミネーション等のイベント事業に取り組みされており、京都市は、これらの取組支援を行ってきた。また、平成24年には「烏丸通まちづくり協議会」に組織が移行し、烏丸通の将来像策定や賑わい創出等に取り組んでいる。中長期的には、これら様々な取組を通じて、ビジネス機能・商業サービス機能の集積を図っていくことで、結果として通勤客・買い物客の増加が期待できる。※イベントについては、烏丸通の一般通行客との区別ができないため、参加者数を定めていない。	烏丸通まちづくり協議会の運営、イベント等の開催の支援	烏丸通まちづくり協議会の運営、イベント等の開催の支援	烏丸通まちづくり協議会の運営、イベント等の開催の支援	まちづくり計画策定等	O	B	D	平成26年度以降イベント等を実施しておらず、地下鉄増容に対して効果の判断は出来ない。
			—	—	—					

【都市計画局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
5	らくなん進都公共交通マップの発行	らくなん進都における公共交通の更なる利便性向上のため、市バス、地下鉄等の各交通事業者の時刻表や路線図などの情報をまとめた「らくなん進都公共交通マップ らくらくMAP」を発行。	・マップの活用促進 ・ダイヤ改正等を踏まえた改訂版の発行	・マップの活用促進 ・ダイヤ改正等を踏まえた改訂版の発行	・マップの活用促進 ・ダイヤ改正等を踏まえた改訂版の発行	公共交通への転換・利便性向上・広報・PR	○	B	B	マップを受け取った人の活用動向は把握できないが、発行部数は増加しており、公共交通の利用促進に貢献できたと考えられる。
			実績							
			2,000部(マップの発行部数)	3,000部(マップの発行部数)	5,000部(マップの発行部数)					
6	らくなん進都におけるウォーキング等のイベントの開催	ウォーキングイベントを実施し、らくなん進都に多くの来訪者を呼び込み、地区の魅力を発信するとともに、鉄道事業者と連携することにより、公共交通の利用促進を図る。また、京都の次代を担う子ども達に、地区の魅力の一つであるものづくりの面白さを体験してもらうため、ものづくり見学会を実施。	・ウォーキング・企業探訪等のイベントの実施 ・大学生対象の企業見学会の開催(11月)	・ウォーキング・企業探訪等のイベントの実施 ・大学生対象の企業見学会の開催(11月)	ウォーキング・企業探訪等のイベントの実施	イベント	○	A	B	27年度のウォーキングイベントでは竹田駅集合で1120人が集まったため、直接的な効果があったと考えられる。
			実績							
			大学生対象の企業見学会 参加者数8人	・ウォーキングイベント 参加者数1120人 ・大学生対象の企業見学会 参加者数6人	・会員企業の大学訪問(意見交換会) 参加者数 37人					
7	公共交通利用促進策に対する付置義務引下げ(京都市駐車場条例)	自家用車から公共交通機関への利用転換の促進及び地球環境への負荷が少ないエコ・コンパクトな都市構造を目指すことを目的に、地下鉄等の公共交通機関を利用し、来店される方に対する割引サービスなどを実施する特定用途の建築物に対して、公共交通への利用転換に応じた付置義務台数の引き下げを行う。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	公共交通への転換	○	B	B	事業者において、公共交通利用促進策を継続されていることで、増客に寄与することができた。
			実績							
			9件(引下げ件数)	12件(引下げ件数)	24件(引下げ件数)					
8	エコ・コンパクトな都市に向けた土地利用の促進	本市の都市計画の基本的な方針となる都市計画マスタープランに示されている土地利用の方針に基づき、エコ・コンパクトな都市を実現するために、地下鉄をはじめとする公共交通拠点周辺における都市機能の集積や充実を目的として、「地域地区の見直しに関する方針」を検討したうえで用途地域等の見直しを行う。	・都市計画マスタープランの推進 ・エコ・コンパクトな都市構造の実現に向け、用途地域等の都市計画の見直しを行う			公共交通への転換	○	B	D	都市計画変更はその地域にふさわしい都市機能の集積を促すためのものであり、変更後の土地利用まで把握していないため
			実績							
			・京都市駅周辺等にふさわしい都市機能検討委員会の開催(9, 10, 11, 3月) ・駅周辺における地域地区の見直し(案)に対する市民意見募集の実施(意見数:73通)	・公聴会の開催(6月) ・都市計画案の縦覧及び意見書の受付(8月) ・都市計画審議会への付議(10月) ・都市計画決定・告示(12月)	京都駅西部エリア ・説明会の開催(9月) ・都市計画案の縦覧及び意見書の受付(9月) ・都市計画審議会への付議(11月) ・都市計画決定・告示(12月)					
9	「歩くまち・京都」総合交通戦略の推進	平成22年1月に策定した「歩くまち・京都」総合交通戦略について、総合的な推進及び点検を図る全庁挙げて「歩くまち・京都」推進本部を設置するとともに、実施プロジェクトの進捗を点検し、社会情勢の変化も踏まえた戦略の充実や見直しを検討するため、関係団体、学識経験者、関係行政機関で構成した「歩くまち・京都」推進会議を設置し、推進を図る。	・「歩くまち・京都」推進本部会議、「歩くまち・京都」推進会議の開催 ・効果検証のための調査・分析	・「歩くまち・京都」推進本部会議、「歩くまち・京都」推進会議の開催 ・効果検証のための調査・分析	・「歩くまち・京都」推進本部会議、「歩くまち・京都」推進会議の開催 ・効果検証のための調査・分析	まちづくり計画策定等	○	B	B	人と公共交通を優先する「歩くまち・京都」の取組を推進し、地下鉄増客に貢献した。
			実績							
			・推進本部会議(1回) ・推進会議(1回)	・推進本部会議(1回) ・推進会議(1回)	・推進本部会議(1回) ・推進会議(1回)					

【都市計画局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
10	「スローライフ京都」大作戦	市民のライフスタイルの中で交通行動の変革を意識付けるため、全国で初めて、全市民、観光客等に向けた大規模なモビリティ・マネジメント(MM)を体系的に実施する。市内を運行する電車やバスの便利な情報等を、あらゆる機会を捉えて重層的、複合的に市民に提供し、環境や健康、経済面での公共交通利用の優位性に気付いていただき、自発的な意識改革による交通行動の変化を図り、自動車利用の抑制と公共交通の利用促進を図る。	<ul style="list-style-type: none"> 「歩くまち・京都」憲章の普及・啓発 市民とともに環境に優しいライフスタイルを目指すMMの実施 未来の公共交通利用者を確保するため学校でのMMの実施 企業や職場における交通マネジメントを見直すMMの実施 出発から公共交通利用を考える観光来訪者へのMMの実施 タクシー-MMの実施 	<ul style="list-style-type: none"> 「歩くまち・京都」憲章の普及・啓発 市民とともに環境に優しいライフスタイルを目指すMMの実施 未来の公共交通利用者を確保するため学校でのMMの実施 企業や職場における交通マネジメントを見直すMMの実施 出発から公共交通利用を考える観光来訪者へのMMの実施 タクシー-MMの実施 	<ul style="list-style-type: none"> 「歩くまち・京都」憲章の普及・啓発 市民とともに環境に優しいライフスタイルを目指すMMの実施 未来の公共交通利用者を確保するため学校でのMMの実施 企業や職場における交通マネジメントを見直すMMの実施 出発から公共交通利用を考える観光来訪者へのMMの実施 タクシー-MMの実施 	公共交通への転換	○	B	B	「歩くまち・京都」憲章の理念のもと、あらゆる手法を用いて公共交通の利用促進に取り組んだため。
			実績							
			<ul style="list-style-type: none"> 高齢者への運転免許返納を促すMMの実施(チラシ40,000部) 学校MM検討会の実施(2回) 転入者を対象としたMMの実施 自動車教習所MMの実施(チラシ40,000部) 	<ul style="list-style-type: none"> 高齢者への運転免許返納を促すMMの実施(チラシ40,000部) 学校MM検討会の実施(3回) 転入者を対象としたMMの実施 自動車教習所MMの実施(チラシ40,000部) 	<ul style="list-style-type: none"> 高齢者への運転免許返納を促すMMの実施(チラシ40,000部) 学校MM検討会の実施(3回) 転入者を対象としたMMの実施 自動車教習所MMの実施(チラシ40,000部) 					
11	「歩くまち・京都」公共交通ネットワークの連携強化	「歩くまち・京都」総合交通戦略の先行実施プロジェクトとして交通事業者、関係機関と協議を行ってきた、市内で運行する鉄道、バス事業者間の連携による公共交通ネットワーク強化のための施策について具体的な実現を図り、公共交通の更なる利便性の向上を図る。また、歩くまち京都アプリ「バス・鉄道の達人」の運用など、NPO法人「歩くまち・京都」フォーラムと連携した利便性向上についても推進する。	<ul style="list-style-type: none"> 京都市域におけるバス・鉄道の情報提供充実による利便性向上 京都フリーパスの利用促進 公共交通不便地域等の対応策に関する検討 	<ul style="list-style-type: none"> 京都市域におけるバス・鉄道の情報提供充実による利便性向上 公共交通不便地域等の対応策に関する検討 	<ul style="list-style-type: none"> 京都市域におけるバス・鉄道の情報提供充実による利便性向上 公共交通不便地域等の対応策に関する検討 	利便性向上	○	B	B	京都市域の各所において、地下鉄をはじめとする公共交通機関の情報提供を充実することにより、増容に貢献することができた。
			実績							
			—	—	—					
12	歩いて楽しいまちなか戦略	京都の活力と魅力が凝縮した歴史的都心地区(四条通、河原町通、御池通、烏丸通)に囲まれた地区を中心とした「まちなか」において、四条通の歩道拡幅や公共交通優先化をはじめとする、安心・安全で快適な歩行空間の確保と賑わいの創出など、人と公共交通優先の「歩いて楽しいまちなか」を推進する。	<ul style="list-style-type: none"> 四条通歩道拡幅事業の工事着工(11月17日) 	<ul style="list-style-type: none"> 四条通歩道拡幅事業完成(10月末) 	<ul style="list-style-type: none"> 四条通歩道拡幅事業に伴う効果検証・影響検証のための自動車交通量等の調査の実施及び結果の取りまとめ 	公共交通への転換	○	B	B	「歩くまち・京都」のシンボルプロジェクトである四条通歩道拡幅事業の完成により、地下鉄増容に貢献した。
			実績							
			<ul style="list-style-type: none"> 四条通歩道拡幅事業の工事着工(11月17日) 	<ul style="list-style-type: none"> 四条通歩道拡幅事業完成(10月末) 四条通歩道拡幅事業に伴う効果検証・影響検証のための自動車交通量等の調査の実施 	<ul style="list-style-type: none"> 四条通歩道拡幅事業に伴う効果検証・影響検証のための自動車交通量等の調査の実施及び結果の取りまとめ 					

【都市計画局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
13	「歩いて楽しいまちなかゾーン」の推進	歩行者の安全な歩行空間を確保するための道路幅や歩道の築造が困難な都心の細街路において、幹線道路に囲まれた地域を「歩いて楽しいまちなかゾーン」と指定し、ゾーンを明示するとともに、ゾーン内を走行する自動車の速度抑制対策や路側帯の拡幅等を行う。	・歴史的都心地区の西側エリア(一部済)及び南側エリアに拡大	・歴史的都心地区の南側エリアに拡大	取組の推進	公共交通への転換	○	B	B	取組により、地域の自動車の速度抑制や自動車交通量の減少など、まちなかの面的な歩行空間の改善を図ったことから、公共交通の利用促進に貢献してきたと考える。
			実績							
			・歴史的都心地区の西側エリア(一部済)及び南側エリアに拡大	・歴史的都心地区の南側エリアに拡大	・歴史的都心地区の南側エリアの完成					
14	安心・安全な東大路歩行空間創出事業	多くの市民・来訪者が訪れる東大路通及びその周辺において、「環境」、「景観」、「地域コミュニティ」、「観光振興」等の観点から歩行環境の改善等を行うことにより、安心・安全で快適な歩行空間を創出する。	・取組の推進(交通解析、予備設計)	・取組の推進(関係者等との情報共有)	・交通への影響を考慮した歩行環境改善等の検討実施	まちづくり計画策定等	○	B	D	歩行環境改善等の検討が主な取組であったため
			実績							
			・「東大路通歩行空間創出推進会議」の開催(2回) ・予備設計の実施 ・交通解析の実施	・交通解析の実施 ・「東大路通歩行空間創出推進会議」の開催(1回)	・歩行環境改善等の検討実施 ・「東大路通歩行空間創出推進会議」の開催(2回)					
15	観光地交通対策	人と公共交通優先の「歩いて楽しいまち」の実現を図るため、秋の観光ピーク期に、我が国を代表する観光地である嵐山地区と東山地区において、京都府警察等関係機関と連携の下、臨時交通規制やシャトルバスの運行等、交通の円滑化と安全快適な歩行者空間を創出する交通対策を実施する。	・観光地交通対策の実施	・観光地交通対策の実施	・観光地交通対策の実施	公共交通への転換	○	B	B	秋の観光ピーク期に、地下鉄をはじめとする公共交通の利用促進の事前周知を積極的に展開することにより、増客に貢献することができた。
			実績							
			-	-	-					
16	パークアンドライドの実施	市内への自動車流入抑制と公共交通の利用促進を図るため、近隣自治体や駐車場事業者等からなる「京都市圏パークアンドライド連絡協議会」との連携の下、実施箇所及び実施期間の拡大など、広域的なパークアンドライドを展開する。	・パークアンドライド実施箇所の拡充及び利用促進	・パークアンドライド実施箇所の拡充及び利用促進	・パークアンドライド実施箇所の拡充及び利用促進	公共交通への転換	○	B	B	京都市内に流入してくるマイカーに対して、地下鉄をはじめとする公共交通機関への乗り換えを促すことにより、増客に貢献することができた。
			実績							
			駐車可能台数 6,394台 (25年度:5,939台)	駐車可能台数 7,434台	駐車可能台数 8,258台					
17	交通施設バリアフリー化の推進	平成23年度に策定した「歩くまち・京都」交通バリアフリー全体構想において選定した10地区の「重点整備地区」を対象に、旅客施設及び周辺道路等の重点的・一体的なバリアフリー化を推進する。	・基本構想の策定 ・駅の整備に対する補助金の交付	・基本構想の策定 ・駅の整備に対する補助金の交付	・基本構想の策定 ・駅の整備に対する補助金の交付	利便性向上	○	B	B	公共交通の利便性向上により市民・観光客の公共交通利用促進につながったと考えられる。
			実績							
			・阪急嵐山・松尾大社地区、上桂地区及び桃山地区においてそれぞれ「バリアフリー移動等円滑化基本構想」を策定	・太秦駅、JR藤森駅(以上、JR西日本)及び深草駅(京阪)のバリアフリー化設備の供用開始	・「西大路地区バリアフリー移動等円滑化基本構想」を策定 ・嵐山駅、松尾大社駅、上桂駅(以上、阪急)及び西院駅(阪急・京福)のバリアフリー化設備の供用開始					

【都市計画局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
18	崇仁地域のまちづくり	「京都市崇仁地区将来ビジョン検討委員会」からの報告書を踏まえ、住宅地区改良事業を早期完了させるため、土地区画整理事業との合併施行を推進するとともに、「創造・交流・賑わいのまち」の実現に向けた、市民、民間事業者、NPO、京都市立芸術大学などの多様な主体の参画によるまちづくりを推進する。	【土地区画整理事業】 ・導入区域拡大 ・事業計画策定 【住宅地区改良事業】 ・改良住宅新棟建設 ・事業計画変更	【土地区画整理事業】 ・取組の推進 【住宅地区改良事業】 ・改良住宅新棟(53棟)建設 ・崇仁市営住宅(21~27棟)基本設計	【土地区画整理事業】 ・取組の推進 【住宅地区改良事業】 ・崇仁市営住宅(21~27棟)建替実施設計 ・団地再生計画及び土地利用計画策定に向けた基礎調査(崇仁南部)	まちづくり計画の策定等	○	B	D	評価指標がないため。
			実績							
			【土地区画整理事業】 ・都市計画変更 ・施行規程の一部改正 ・北部第二地区事業計画決定 【住宅地区改良事業】 ・崇仁市営住宅53棟建設工事着工	【住宅地区改良事業】 ・崇仁市営住宅53棟しゅん工 ・崇仁市営住宅(第21~27号棟)建替基本計画策定	【住宅地区改良事業】 ・崇仁市営住宅(21~27棟)建替基本設計完了 ・団地再生計画及び土地利用計画策定に向けた基礎調査完了(崇仁南部)					
19	東九条地区のまちづくり	住宅市街地総合事業の完了に向けて取り組むとともに、京都駅、地下鉄九条駅から近いという立地特性を活かし、区内内の市有地の有効活用を進め、地区の活性化や交流促進につなげる。	公園・緑地整備に係る埋蔵文化財調査	土壌汚染対策工事	道路整備工事	まちづくり計画の策定等	○	B	D	評価指標がないため。
			実績							
			・市用地活用に係る土壌調査の実施 ・公園・緑地整備に係る埋蔵文化財調査の実施	・土壌汚染対策工事の実施	・道路整備工事の完了					
20	三条京阪駅周辺地域のまちづくり	都市計画マスタープランにおいて、商業・業務機能の立地誘導、多様な都市機能の集積を図る地域として位置付けている三条京阪駅周辺について、地下鉄をはじめ交通至便な立地環境にある地域のポテンシャルを最大限に生かした土地利用となるよう、三条鶴東地区の改良事業計画の見直しも含め、魅力あるまちづくりを進める。	住宅地区改良事業計画変更	住宅地区改良事業計画に基づき、買収交渉・将来的な土地利用の方向性についても検討を進める。	住宅地区改良事業計画に基づき、買収交渉・将来的な土地利用の方向性についても検討を進める。	まちづくり計画の策定等	○	B	D	評価指標がないため。
			実績							
			・住宅地区改良事業計画変更を実施。事業完了年度を平成31年度末に延長。	・買収物件の除却工事実施 ・住宅地区改良事業に基づく買収交渉等	・買収物件の除却工事実施 ・住宅地区改良事業に基づく買収交渉等継続					
21	楽只・鷹峯市営住宅団地再生プロジェクト	楽只・鷹峯市営住宅については、「京都市市営住宅ストック総合活用計画」に基づき、広域的な視野で地域力を高めるまちづくりに向けて、住棟や敷地の有効活用等の団地再生事業に取り組んでいくこととしている。そのため、楽只・鷹峯地区にとどまらず、広く地区外からも多様な人材の参画を得て、民間活力を導入した魅力あるまちづくりを進める。	・土地利用計画の策定に向けた基礎調査業務 ・賑わい創出事業 ・高齡化対策に係る学生シェアハウス事業	・土地利用計画の策定 ・賑わい創出事業 ・高齡化対策に係る学生シェアハウス事業	・土地利用計画の策定 ・賑わい創出事業 ・高齡化対策に係る学生シェアハウス事業	まちづくり計画の策定等	○	B	D	評価指標がないため。
			実績							
			・土地利用計画の策定に向けた基礎調査業務の実施 ・賑わい創出事業の推進 ・高齡化対策に係る学生シェアハウス事業	・土地利用計画(案)の策定 ・賑わい創出事業 ・高齡化対策に係る学生シェアハウス事業	・賑わい創出事業によるイベントの開催(第1回6月、11月、3月の計3回) ・高齡化対策に係る学生シェアハウス事業					

【建設局】

局・区総括

地下鉄駅周辺でのイベントを開催し、ビラを配布することや、建設局の事業として魅力あるまちづくりを着実に進めることで、地下鉄5万人増客へ寄与することができた。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
1	広告付きバス停上屋の設置に向けた関係機関の調整	広告付きバス停上屋の設置によるバス待ち環境の向上により増客を図るため、関係機関による協議会を設置し、必要な免許等を円滑に行うための調整を行う。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	利便性向上	○	B	B	バス待ち環境の向上に寄与したため、公共交通利用の促進に貢献できたと考えられる。
			実績							
2	自動販売機等駅利便施設の設置に係る道路占用許可申請手続の簡素化	地下鉄利用者の利便性向上による増客を図るため、地下鉄施設内における自動販売機等利便施設の道路占用について、歩行者の通行に支障のない範囲で地下鉄事業者の自主管理に委ねる取扱いを平成20年10月1日から実施している。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	利便性向上	○	B	B	地下鉄利用者の利便性向上に寄与したため、利用促進に貢献できたと考えられる。
			実績							
3	駐輪場の整備	地下鉄駅及び市バス停留所周辺で駐輪場を整備し、市バス・地下鉄の利用促進を図る。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	施設の整備・誘致	○	B	B	駐輪場利用者が地下鉄を利用しているかどうか把握していないが、整備により公共交通の利用促進に貢献できたと考えられる。
			実績							
			駐輪場整備 1,619台	駐輪場整備 1,103台	駐輪場整備 1,017台					
4	京都駅八条口駅前広場の整備	本市最大のターミナル駅である京都駅の八条口駅前広場について、年間5,000万人を超える観光客が訪れる国際文化観光都市・京都の玄関口にふさわしい交通結節機能の向上や、安全で快適な歩行者空間の創出など、利用者の視点に立った広場の整備を行う。	6月：機械式地下駐輪場工事着手 11月：駅前広場整備工事着手	3月：駅正面の拠点広場デッキ完成（プレオープン）	駅前広場整備工事完成予定	利便性向上	○	B	A	整備が完了し、サインの充実や乗継利便性の向上を図ることができたため。
			実績							
			6月：機械式地下駐輪場工事着手 11月：駅前広場整備工事着手 1月：機械式地下駐輪場工事完成 2月：機械式地下駐輪場供用開始	4月：拠点広場（デッキ）送迎ゾーン及びタクシープール整備工事着手 6月：道路整備工事の着手 3月：駅正面の拠点広場デッキ（みやこ夢テラス）完成（プレオープン）	4月～：道路整備工事サンクンガーデン整備工事貸切バス乗降場整備工事等実施中					
5	梅小路公園グリーンフェア等の開催	市民の皆様が京都市を代表する都市公園「梅小路公園」の広大な緑や、季節の花々に親しんでいただくために年2回、春と秋にグリーンフェアを開催、公共交通機関の利用促進を図る。	取組の推進 ・梅小路グリーンフェア2014春の開催 (5/3～5/4) ・梅小路グリーンフェア2014秋の開催 (10/4～10/5)	取組の推進 ・梅小路グリーンフェア2015春の開催 (5/3～5/4) ・梅小路グリーンフェア2015秋の開催 (10/3～10/4)	取組の推進 ・梅小路グリーンフェア2016春の開催 (5/3～5/4) ・梅小路グリーンフェア2016秋の開催 (10/1～10/2)	イベント	○	A	A	多くの方が来場し、地下鉄増客に寄与した。
			実績							
			来場者数 春・秋/90,000	来場者数 春・秋/88,000	来場者数 春/秋150,000					

【建設局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
6	春のこどもまつり	大宮交通公園にて年1回春に開催している。子供に楽しみながら交通に関する知識や、正しい交通ルールを身につけてもらうことを目的につくられた本公園の取組を広く理解してもらうために開催している。	・春のこどもまつりの開催(3/27)	・春のこどもまつりの開催(3/25)	取組の推進	イベント	○	A	A	多くの方が来場し、地下鉄増客に寄与した。
			実績							
7	京都市記念植樹奨励事業	「花の名所」づくりを目指して、結婚、誕生等の慶事を迎えた市民の皆様や発展祈念等をされる企業・団体みなさんに費用の一部を負担していただき、公園等において花木を記念植樹する。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	施設の整備・誘致	○	A	D	平成29年3月16日に開催した完成式典には、数十名参加されたが、地下鉄の乗客数の増加につながる人の動きは把握できていない。
			実績							
8	宝が池公園新景観創造事業	本市北部の主要公園の一つである宝が池公園内に、まとまった本数のサクラ等のエリアを整備し、公園の魅力向上を図るとともに、新たな花の名所となるよう、サクラ等による新景観の創造を目指す。	・シンポジウムの開催 ・実施設計	・実施設計	・園路整備 ・植樹	施設の整備・誘致	○	A	D	植樹事業等まだ完了していないため。
			実績							
9	パークアンドライド駐車場の設置	阪神高速8号京都線(鴨川西出入口～上鳥羽口駅付近)高架下等を利用し、パークアンドライド駐車場を設置することで、地下鉄の利用促進を図る。 ※鴨川西ランプ駐車場において、PiTaPa、ICOCAで地下鉄十条駅を降車すると、駐車料金300円割引。上鳥羽ランプ駐車場において、PiTaPa、ICOCAで地下鉄くいな橋駅を降車すると、駐車料金300円割引	駐車場設置、PR	駐車場設置、PR	駐車場設置、PR	施設の整備・誘致、公共交通への転換、特典付与、広報・PR	○	A	B	PRIにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと感々。
			実績							
10	左京岡崎における神宮道と公園の再整備	神宮道(冷泉通～二条通)を歩行者のための空間とし、隣接する公園と一体的に再整備するとともに、ロームシアター京都と一体性をもたせることにより、創造的で豊かなオープンスペースや優れた景観の形成、安全性と回遊性の向上を図る。	実施設計、工事	・工事 ・9月に供用開始		施設の整備・誘致	□	A	B	まちの賑わい創出に一定の効果があったことから、公共交通の利用促進に寄与できたと考える。
			実績							
11	名勝円山公園の再整備(修復)	本市の貴重な文化遺産である「名勝円山公園」の歴史的環境を保存するとともに、さらに多くの市民や観光客に親しんでいただくため、「名勝円山公園保存管理計画」を策定し、再整備(修復)及び適切な維持管理を実施していく。 再整備(修復)については、東京オリンピックが開催される平成32年の夏に向け、平成28年度(開園130周年)からの着手を目指す。	計画の策定の検討	計画の策定	再整備(修復)	施設の整備・誘致	○	A	D	来園者数及びうち地下鉄利用者が把握できないため
			実績							

【建設局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
12	高瀬川周辺一帯の魅力ある水辺づくり	高瀬川は、石積護岸の老朽化が著しく、水枯れがたびたび発生し、良好な水辺環境の保全が困難な状況になったため、護岸の補修工事を実施する。実施に際しては、高瀬川の景観に重要な役割を果たしている街路樹のサクラやヤナギ等に配慮した整備を行うとともに、沿川における他事業や地域との連携も含め、周辺一帯の魅力ある水辺づくりを目指す。	・改修工事実施中 (三条通～車屋橋) ・高瀬川開削400周年の地元イベント開催	改修工事 (車屋橋～備前島橋)	改修工事 (備前島橋～四条通)	施設の整備・誘致	○	A	D	改修工事実施中であり、増客効果を具体的に表す実績数値がないため
			実績							
			改修工事完成 地元イベントで 事業PR	改修工事実施中 ※27年度完了	改修工事実施中 ※29年度完了					
13	自転車のルール・マナーの周知徹底	地下鉄駅周辺でのイベントを開催するとともに、イベント周知用のポスター、チラシ等において、市バス・地下鉄を利用した来場方法を分かりやすく周知し、その利用促進を図る。	イベントの開催	イベントの開催	イベントの開催	イベント	○	A	A	前年度以上の来場者数であったため。
			実績							
			6月1日(日)に市役所前広場において「自転車マナーアップフェスタin京都」を開催。来場者数約9,800人。	5月17日(日)に市役所前広場において「自転車マナーアップフェスタin京都」を開催。来場者数約23,000人。	5月15日(日)に市役所前広場において「自転車マナーアップフェスタin京都」を開催。来場者数約28,850人。					

【北区】

局・区総括

・「柘野地域における公共交通利用促進会議」を発足させ、地域の方が主体的に地域の公共交通のあり方を検討し、その利用促進を図る取組を進めた結果、北大路駅と柘野地域を結ぶ市バス特37号系統の利用増につながり、本格運行が決定したことが大きな成果だと考える。
 ・この他にも、イベント等の際には公共交通機関での来場を呼びかけたり、庁舎内の掲示を工夫して来庁者が公共交通機関を利用することを促すなど、市バス・地下鉄の利用につながる取組を実施することができた。
 ・推進本部会議の資料については、副区長、総務・防災課長、まちづくり推進課長等にも写しを配布しており、情報の共有を図ることができた。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
1	北区民ふれあい事業(公共交通機関の利用促進)	ふれあいまつり等の北区民ふれあい事業、人権啓発事業等の実施にあたり、参加者に公共交通機関の利用を積極的に呼び掛ける。	ふれあい事業のポスター・チラシ等において公共交通機関の利用案内を掲載	ふれあい事業のポスター・チラシ等において公共交通機関の利用案内を掲載	ふれあい事業のポスター・チラシ等において公共交通機関の利用案内を掲載	広報・PR	○	A	B	公共交通の利用を働き掛けることで、増客に貢献できたと考えらえる。
			実績							
			参加者数 約17,000人	参加者数 約16,500人	参加者数 約7,000人					
2	北区民ふれあいまつりにおける交通局コーナーの設置	市バス・地下鉄の利用を呼びかけるとともに、市バス1日乗車券等や交通局オリジナルグッズの販売を行う。	取組の推進 交通局ブースの設置 (6月1日)	取組の推進 交通局ブース設置 (6月6日)	取組の推進 交通局ブース設置 (6月5日)	イベント 乗車券販売・広告収入等	○	A	B	公共交通の利用を働き掛けることで、増客に貢献できたと考えらえる。また、1日乗車券等の販売も増客に寄与できたと考えられる。
			実績							
			参加者数 約15,000人	参加者数 約15,000人	参加者数 約5,200人					
3	柘野学区におけるモビリティ・マネジメントの推進	地域と地元京都産業大学との連携のもと、北区役所・交通局も協働して、「柘野地域における公共交通利用促進会議」を発足させ、地域の方が主体的に地域の公共交通のあり方を検討し、その利用促進を図る取組を進める。	取組の推進 ・柘野地域・バス利用促進ワークショップの開催 ・柘野地域・市バス特37号沿線おでかけマップの作成・配布 ・ニュースレターの作成・配布	取組の推進 ・柘野地域における公共交通利用促進会議の開催 ・地域イベントにおける啓発活動 ・ニュースレターの作成・配布 ・市バス特37号沿線おでかけマップの増刷 ・お試し乗車券(アンケート)の配布	取組の推進 ・柘野地域における公共交通利用促進会議の実施 ・特37号系統利用状況調査の実施 ・地域イベントにおける啓発活動 ・ニュースレターの作成・配布 ・市バス車内への児童画の展示、車外広告の掲出	公共交通への転換	○	B	B	北大路駅と柘野地域を結ぶ市バス特37号系統の1日当たりの利用者数(利用目標110人)が、60人(平成26年4月)から104人(平成29年1月)に増加し、平成29年3月からの本格運行化が決定した。
			実績							
			・おでかけマップ ・ニュースレターの作成・配布(11月発行4,000部)	・おでかけマップ(500枚) ・ニュースレターの作成・配布(10月・3月発行3,000部) ・お試し乗車券配布(427枚)	・ニュースレターの作成・配布(10月・3月2000部発行)					
4	雲ヶ畑松上げ鑑賞ツアー	雲ヶ畑で行われる松上げ行事鑑賞のための交通手段として、地元自治会がバスをチャーターし、バスの出発点を北大路とすることで、地下鉄・市バスの利用を促進する。	事業の実施なし	事業の実施なし	事業の実施なし	イベント	□	B	D	(事業の実施なし)
			実績							

【北区】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
5	大学生向けチラシへの市バス・地下鉄情報の掲載	大学生向けに配布するチラシ「大学生の“これ知ってる！？”」に、市バス・地下鉄の情報を掲載し、公共交通機関の積極的な利用を促進する。	チラシ作製・配布	チラシ作製・配布	チラシ作製・配布	広報・PR	○	B	B	公共交通の利用を呼びかけたことで、増客に貢献できたと考える。
			実績							
6	職員の利用促進	北区厚生会事業など、職員が企画するイベント等について、参加者に集合場所までの交通手段として、公共交通機関を積極的に利用するよう呼び掛ける。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	イベント	○	A	B	公共交通の利用を呼びかけたことで、増客に貢献できたと考える。
			実績							
7	市バス利用の啓発	庁舎1階に市バスの時刻表を掲示し来庁者の利用を促進している。	取組の推進	取組の推進	取組の推進 ・取組の推進 ・庁舎内にバスの接近情報が表示される液晶モニターを設置	広報・PR	○	B	B	公共交通の利用を呼びかけたことで、利用促進に一定の効果があったと考える。
			実績							
8	広告付き周辺案内図における市バス・地下鉄の利用案内	庁舎内に設置している広告付き周辺案内図に、庁舎周辺のバス乗り場及び地下鉄乗り場の案内を掲載している。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	市バス・地下鉄乗り場の案内を掲載することにより、公共交通の利用を呼びかけたことで、増客に貢献できたと考える。
			実績							
9	行政情報案内テレビモニター広告による公共交通機関の利用促進	庁舎内設置のテレビモニター広告により、公共交通機関の利用促進、啓発を行っている。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	公共交通の利用を呼びかけたことで、増客に貢献できたと考える。
			実績							
10	記念品等としてのトラフィカ京カード等の利用	各種事業の記念品等に一日乗車券やトラフィカ京カードなどを利用する。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	乗車券販売・広告収入等	○	A	B	記念品に乗車券等を利用したことにより、増客に貢献できたと考える。
			実績							
11	北区制60周年記念事業	平成27年度に北区制60周年を迎えるのを記念して、集客が見込めるような事業を実施し、公共交通機関利用促進につなげる。		・記念式典・区民交流事業の開催(9月) ・ワークショップの開催(7・8・11・2月) ・ショートムービーコンテストの実施(7~1月)		イベント	□	A	B	公共交通の利用を呼びかけたことで、増客に貢献できたと考える。
			実績							

【上京区】

局・区総括

職員内で企画する催しの際に、京都市地下鉄を職員が率先して利用し、増客に貢献できた点は評価できる。また、ポスターやチラシに市バス・地下鉄の案内を表示し、地下鉄主要駅で周知した事業では、想定どおりの貢献ができたことから、ポスターなどにイベントの情報と併せて、市バス・地下鉄の案内をすることが効果的とみられる。人数を計測できない事業が、下半期全9件の事業のうち4件であった。これに関しては、5万人増客に間接的な効果であり、直接的な効果のある事業の方が少なかったことを反省点とする。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
			実績							
1	ホームページコンテンツ(撮っておき上京!)における市バス・地下鉄情報の掲載	観光の際の公共交通機関の利用を促進するため、上京区ホームページコンテンツ「撮っておき上京!」において、現地への市バス・地下鉄での行き方を交通局に依頼し明記。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	地下鉄でのアクセスを明記したことにより、増客に貢献できたと考ええる。
2	上京ふれあいネット・カミングにおける市バス・地下鉄利用の呼びかけ	来庁時や観光の際の公共交通機関の利用を促進するため、上京ふれあいネット・カミングにおいて、市バス・地下鉄利用を呼びかける書き込みを断続的に掲載。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	公共交通の利用を呼びかけたことで、増客に貢献できたと考ええる。
3	上京まち歩きツアー「京・上京探訪」のマップにおける市バス・地下鉄情報の掲載	まち歩きツアーの行き帰りの際の公共交通機関の利用を促進するため、参加者に配布するマップに、ツアーの始点と終点の市バス・地下鉄の最寄り駅を記載し、利用を促す。 また、同内容のデータを区にホームページにもアップロードしている。	11月24日開催	11月21日開催	5月21日開催	広報・PR	○	A	B	最寄り駅を記載することにより、公共交通の利用を促すことができ、増客に貢献できたと考ええる。
4	まち歩きツアー開催案内への地下鉄・市バス情報の掲載	実行委員として上京区役所が参加している「まいまい京都」実行委員会が主催するまち歩きツアーにおいて、各コースの集合場所を電車・バスの駅前等に設定し、公共交通機関の利用を促している。	11月24日開催	11月21日開催		広報・PR	□	A	B	集合場所を地下鉄・バスの駅等に設定したことにより、公共交通の利用を促すことができ、増客に貢献できたと考ええる。
5	「上京区民ふれあいまつり」における市バス等のPR	交通局にPRブースの出店を依頼し、トラフィカカードや交通局オリジナルグッズの販売や“地下鉄に乗って「上・中・右京」ふれあいまつりリレー!”スタンプラリー”を実施するなど市バス・地下鉄の利用を呼び掛ける(28年度はスタンプラリー実施なし)。	10月26日開催	10月26日開催	10月30日開催	イベント 乗車券販売・広告 収入等	○	A	B	会場によっては地下鉄の駅から遠い場所もあったが、地下鉄の利用を促したことで増客に貢献できたと考ええる。
6	上京区憲法月間「映画のつどい」・上京区人権月間「講演のつどい」における公共交通機関の利用促進	同志社大学寒梅館ほか、上京区内の施設を利用して開催する事業において、ポスター・チラシに市バス・地下鉄の案内を表示するとともに、地下鉄主要駅へポスターの掲示・チラシの配架を行う。	取組の推進(映画のつどい:5月22日開催、講演のつどい:12月6日開催)	取組の推進(映画のつどい:5月28日開催、講演のつどい:12月19日開催)	取組の推進(映画のつどい:5月26日開催、講演のつどい:12月17日開催)	広報・PR	○	A	B	一定数の方が会場まで公共交通機関で来られ、増客に貢献できた。
			実績							
			5月分:842人 12月分:206人	5月分:1,045人 12月分:170人	5月分:1,059人 12月分:152人					

【上京区】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
7	職員の利用促進	職員内で企画する催しの際に、会場までの移動手段として、利用可能な場合は、臨時バスを手配。または、市バスの利用を勧奨。(開催時期未定)	7月29日、9月12日開催	8月7日開催	7月29日開催	職員等利用・臨時バスの運行	○	A	B	催しに参加する職員はバスを利用し、増客へつながった。
			実績							
8	来庁者に向けた公共交通機関の情報提供	庁舎内に公共交通機関の時刻表を設置し、情報提供することで、来庁者の利用促進を図る。	取組の推進(庁舎のバスロケ付近に時刻表を設置)	取組の推進(庁舎のバスロケ付近に時刻表を設置)	取組の推進(庁舎のバスロケ付近に時刻表を設置)	広報・PR	○	B	B	公共交通の利用を呼びかけたことで、増客に貢献できたと考える。
			実績							
9	行政情報案内テレビモニター広告による公共交通機関の利用促進	庁舎内設置のテレビモニター広告により、公共交通機関の利用促進、啓発を行っている。	新庁舎にてテレビモニター広告の設置を検討	27年度中に設置	取組の推進	広報・PR	○	B	B	公共交通の利用を呼びかけたことで、増客に貢献できたと考える。
			実績							

【左京区】

局・区総括

・イベントを実施する際には、ポスターに最寄り駅を掲載するなど、会場が地下鉄沿線であることを周知し、増客につながるよう取り組んだ。
 ・庁舎や刊行物での広報・PRについては、具体的な数値・効果が図りにくかった。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
1	ふれあい事業等区主催事業での公共交通機関利用促進	ふれあい事業等区主催事業を市バス・地下鉄沿線で開催する際には、パンフレットに最寄り駅やバス停、系統を記載。また、関係団体、参加者に市バス・地下鉄利用を呼び掛ける。啓発ブースを設ける場合は、交通局も開設できるよう配慮する。	取組の推進 7月27日(日)みやこめっせにて実施	取組の推進 7月26日(日)みやこめっせにて実施	取組の推進 7月31日(日)みやこめっせにて実施	イベント 広報・PR	○	A	A	ポスターに最寄り駅を掲載し、左京区内の地下鉄駅に周知ポスターを掲示する等、集客を図ったため。
			実績							
			参加者数 6,500人	参加者数 6,000人 ※交通局の啓発ブースを開設	参加者数 5,500人 ※交通局の啓発ブースを開設					
2	来庁者に向けた公共交通機関の情報提供	庁舎内に公共交通機関の時刻表を設置し、情報提供することで、来庁者の利用促進を図る。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	公共交通の利用を呼びかけることで、増客に貢献できたと考える。
			実績							
3	行政情報案内テレビモニター広告による公共交通機関の利用促進	庁舎内設置のテレビモニター広告により、公共交通機関の利用促進、啓発を行っている。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	公共交通の利用を呼びかけることで、増客に貢献できたと考える。
			実績							
				地下鉄に乗るっDVDの放映						
4	広告付き周辺案内図による公共交通機関の利用促進	広告付き周辺案内図において、庁舎周辺のバス停留所等の案内を掲載している。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	公共交通の利用を呼びかけることで、増客に貢献できたと考える。
			実績							
5	「歩くまち松ヶ崎マップ」の配布	「左京区総合庁舎前」バス停の時刻表とともに、同バス停からの散策モデルコースを掲載したポケット時刻表「歩くまち松ヶ崎マップ」を作成・配布している。	26年度は発行なし	27年度以降の新規作成は予定なし		広報・PR	□	B	D	発行・配布を行っていないので、効果の判断ができなかったため。
			実績							
6	来庁者向け市バス・地下鉄情報のホームページへの掲載	左京区役所ホームページにおいて、左京区役所への市バス・地下鉄によるアクセスマップを掲載している。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	アクセスマップを掲載することにより、公共交通の利用を呼びかけることができ、増客に貢献できたと考える。
			実績							

【左京区】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
7	市民しんぶん左京区版の川柳掲載者への(H27～読者プレゼントとして)謝礼に「トトラフィカ京カード」を利用	市民しんぶん左京区版の川柳掲載者への(H27～読者プレゼントとして)謝礼に「トトラフィカ京カード」を利用する。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	乗車券販売・広告収入等	○	A	B	トトラフィカ京カードを謝礼として送付したことで、増客に貢献できたと考ええる。
			実績							
8	「左京旬の朝市」の開催	「左京はあとふるプラン」(左京区基本計画(第2期))に基づき、農林業の振興やエコライフの実践を目指し、地元の旬の農作物を地元で消費することで、農業を守り、地域活性化や二酸化炭素の抑制を図る「地産地消」に向けた「左京旬の朝市」を開催する。	取組の推進	取組の推進		イベント	□	B	B	公共交通の利用を呼びかけることで、増客に貢献できたと考ええる。
			実績							
9	「伝統行事ぐるり旅」の発行	左京区内の国指定・市登録無形民俗文化財をはじめとした地域の伝統行事の解説・実施日時・アクセス等を掲載した冊子を発行する。	取組の推進	27年度以降の新規作成は予定なし		広報・PR	□	B	B	アクセス等を掲載することで公共交通機関の利用を呼びかけることができ、増客に貢献できたと考ええる。なお、27年度以降、掲載内容を再編し、「おつぎのまつり 左京伝統行事ガイド」とタイトルを変えて配布している。
			実績							
10	「おつぎのまつり 左京伝統行事ガイド」の発行	左京区内の国指定・市登録無形民俗文化財をはじめとした地域の伝統行事の解説・実施日時・アクセス等を掲載した冊子を発行する。	取組の推進	28年度以降の新規作成は予定なし		広報・PR	□	B	B	アクセス等を掲載することで公共交通機関の利用を呼びかけることができ、増客に貢献できたと考ええる。
			実績							

【中京区】

局・区総括

- ・各種イベントの実施の際に、地下鉄の利用を積極的に呼びかけることで増客に貢献することができた。
- ・トラフィカ京カード及び地下鉄1DAYチケットの配布を通じ、地下鉄の利用促進を図ることができた。
- ・区役所庁舎内で地下鉄の利用を促進する広報を実施するなど、増客につなげることができるよう取り組んだ。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
1	テレビモニター広報による市バス・地下鉄利用の呼びかけ	区役所設置のテレビモニターを利用し、市バス・地下鉄の利用を呼び掛ける。	区役所庁舎内のテレビモニターによる広報の実施	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	来庁者の多くが利用する庁舎内の2機のエレベータ間に同モニターを設置しているため、区役所の利用者の多くの方に広報・PRすることができたため。
			実績							
			—	地下鉄に乗るつDVDの放映	地下鉄に乗るつDVDの放映					
2	「はんなり中京マップ」拡大版の掲示	地下鉄等の駅やバス停などを掲載している同マップの拡大版を庁内等に掲示することで来庁者や観光客等の公共交通機関利用を促進。	区役所庁舎内等への掲示	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	A	二条城周辺の観光地や歴史、その他地域情報を掲載した同マップを掲示、配布したことにより、地下鉄の利用を促進することができたため。
			実績							
			—	庁舎内での掲示・配布	庁舎内での掲示・配布					
3	中京しんぶんの読者プレゼントとして「トラフィカ京カード」利用	中京しんぶん(市民しんぶん中京区版)の読者プレゼントとして同カードを利用し、地下鉄(市バス)の利用を促進	22年7月15日号以降、同カードを利用(毎号3枚)	引き続きクイズの景品として「トラフィカ京カード」を使用	引き続きクイズの景品として「トラフィカ京カード」を使用	乗車券販売・広告収入等	○	B	B	トラフィカ京カードをプレゼントしたことにより、地下鉄の利用を促進することができたため。
			実績							
			中京区民世帯数 58,251世帯 (26.4.1現在)	中京区民世帯数 58,927世帯 (27.4.1現在)	中京区民世帯数 59,582世帯 (28.4.1現在)					
4	「中京区民ふれあいまつり」における地下鉄利用の促進	ふれあいまつり開催の広報活動を通じて、地下鉄(市バス)利用を呼び掛けるとともに、当日は交通局ブースを出店しトラフィカ京カードの販売等を行う。(平成25年度～27年度は、“地下鉄に乗って「上・中・右京」ふれあいまつりリレー！”スタンプラリー)を実施。)	10月26日(日)実施	10月25日(日)実施	10月30日(日)実施	イベント	○	A	B	会場が地下鉄沿線に隣接していたことから、チラシやポスターに公共交通利用促進の文言を記載することで、増客に貢献できたため。
			実績							
			来場者数 23,000人	来場者数 23,000人	来場者数 約25,000人					
5	広告付き周辺案内図における公共交通機関利用促進	庁舎内広告付き周辺案内図において、庁舎周辺バス停留所及び地下鉄時刻表を掲載。	周辺地図を利用した公共交通機関の利用促進の呼び掛け	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	区役所の利用者の多くの方に広報・PRすることができたため。
			実績							
			—	バス・地下鉄の時刻表と乗り場マップを掲示	バス・地下鉄の時刻表と乗り場マップを掲示					
6	高瀬川開削400周年記念事業の推進	高瀬川開削400周年を記念に、地元団体等と連携した事業を開催する。	地元中心に開削400周年記念事業を実施(8月～H27.1月)			イベント、広報・PR	□	A	B	会場が地下鉄沿線に隣接していたことから、チラシやポスターに公共交通利用促進の文言を記載することで、増客に貢献できたため。
			実績							
			関連イベント数 15件							

【中京区】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
7	職員の利用促進	職員が企画するイベント等について、参加者に集合場所までの交通手段として、公共交通機関を積極的に利用するよう呼び掛ける。	利用促進の呼びかけ	取組の推進	取組の推進	イベント、広報・PR	○	B	B	イベント等を実施する際には、会場や集合場所を地下鉄沿線とすることで増客に貢献できたため。
			実績							
8	各種イベントへの公共交通機関利用促進	中京区が実施する各種イベント参加者に公共交通機関の利用を積極的に呼び掛ける。	利用促進の呼びかけ	取組の推進	取組の推進	イベント、広報・PR	○	B	B	各種イベントでは、その広報のチラシ等に公共交通機関を利用するよう周知したことにより、地下鉄の利用を促進することができたため。
			実績							
9	中京ベビーズサポートマーケット「抱っこで楽々！なかまち歩き」	中京ベビーズサポートマーケット事業のイベントとして、親子で地下鉄に乗って外出する手助けをするとともに、地下鉄乗換方法の説明や、運転手さんの帽子を被って記念撮影等、地下鉄に親しんでもらう。また、地下鉄1DAYチケットをプレゼントし、公共交通機関の利用促進を図る。	—	10月30日開催		イベント、広報・PR	□	A	B	トラフィカ京カードをプレゼントしたことにより、地下鉄の利用を促進することができたため。
			実績							

【東山区】

局・区総括

当区には観光地が多いため、人の流れを活性化すれば、必然的に地下鉄の増客が達成できる。そのためのサポートとしてイベントの盛り上げや、カード等利用ツールの配布を行うことによって、総合的には増客計画に貢献できていると考える。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
1	東山区来訪者向けホームページへの市バス・地下鉄情報の掲載	公共交通機関の利用を促進するため、東山区各名所へのアクセス情報を公共交通機関の情報に限定し、また、区内各観光名所やイベント情報の掲載には、市バス・地下鉄の最寄り駅などを紹介するほか、交通局や便利な乗車券を紹介するページにもリンクさせる。 (URL: http://higashiyama-kanko.jp/access/index.html)	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	東山区各名所へのアクセス情報を公共交通機関の情報に限定することで、増客に貢献できたと考えられる。
			実績							
			当HPに市バス・地下鉄情報を掲載	当HPに市バス・地下鉄情報を掲載	当HPに市バス・地下鉄情報を掲載					
2	東山「観光・交通・環境」協力会議との協働による取組の推進	市バス・地下鉄などの公共交通機関利用を促す観光散策マップの発行など、歩いて楽しむ観光を推進する。 また、連休や秋の観光シーズンなど、入出の混雑が予想される際には交通誘導員を配置し、安全に散策できるような環境づくりに取り組む。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	・散策マップの配布により、公共交通機関全般の利用の促進を行うことができた。 ・交通誘導員については公共交通機関への誘導を行ったが、地下鉄沿線からは距離があるため効果は不明。
			実績							
			・観光散策マップの発行 ・交通誘導員の配置等	・観光散策マップの発行 ・交通誘導員の配置等	・観光散策マップの発行 ・交通誘導員の配置等					
3	東山区民ふれあいひろばにおける参加者の市バス・地下鉄の利用促進	広報時に、会場までの交通手段として公共交通機関の利用を促す文言を掲載する。 また、当日は交通局ブースを出店しトラフィカカードの販売等を行う。	取組の推進 5月25日(日)開催	取組の推進 5月24日(日)開催	取組の推進 5月22日(日)開催	イベント 乗車券販売・広告 収入等	○	A	B	イベント会場が地下鉄沿線でないが、交通局ブースにてトラフィカカードを販売したことにより、地下鉄の利用を促進できたと考えられる。
			実績							
			来場者数 14,000人	来場者数 14,000人	来場者数 14,000人					
4	職員の利用促進	職員向けに企画する催しにおいて、トラフィカカードの利用を促進する。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	職員等利用 乗車券販売・広告 収入等	○	A	B	トラフィカカードを賞品とすることにより、地下鉄の利用を促進することができたため。
			実績							
			区厚生会事業における賞品として千円×20枚購入	区厚生会事業における賞品として千円×45枚購入	区厚生会事業における賞品として千円×45枚購入					
5	各種ふれあい事業における景品等でのトラフィカカードの活用	ふれあいひろばにおける景品にトラフィカカードを選定する。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	乗車券販売・広告 収入等	○	B	B	トラフィカカードを謝礼とすることにより、地下鉄の利用を促進することができたため。
			実績							
			各事業の運営ボランティアへの謝礼としてトラフィカカードを配付	各事業の運営ボランティアへの謝礼としてトラフィカカードを配布	ふれあいひろばの景品としてトラフィカカードを配布					

【東山区】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
6	ふれあい文化財鑑賞会における公共交通機関の利用促進	東山区内の社寺等をスタンプラリー方式で巡るふれあい文化財鑑賞会事業において、パンフレットに最寄のバス停を記載するなどし、公共交通機関の利用促進を図る。	取組の推進 10月11日(土)開催	取組の推進 10月17日(土)開催	取組の推進 10月22日(土)開催	イベント	○	A	C	鑑賞先が地下鉄沿線でなかったため効果については弱かった。
			実績							
			参加者数232人	参加者数208人	参加者数84人					
7	こちら東山(市民しんぶん東山区版)の読者プレゼントとして「トフィカ京カード」利用	こちら東山(市民しんぶん東山区版)の読者クイズの景品として同カードを利用し、地下鉄(市バス)の利用を促進	26年4月15日号以降、読者クイズの連載を開始(隔月連載)その景品として同カードを利用(千円分を3枚)	引き続きクイズの景品として「トフィカ京カード」を使用	同左	乗車券販売・広告収入等	○	A	B	トフィカ京カードをプレゼントすることで、公共交通機関の利用を促すことができた。
			実績							
			4月15号から隔月で実施。計18人にトフィカ京カードをプレゼント	4月15号から隔月で実施。計15人にトフィカ京カードをプレゼント	4月15号から隔月で実施。計18人にトフィカ京カードをプレゼント					
8	「未来への光～東山 天空のライトアップ～」の実施	東山「観光・交通・環境」協会議創設10周年記念事業として、清水寺、高台寺、建仁寺、六波羅蜜寺及び東山区役所の5箇所から、西の夜空に向けて期間中五色の光を照射した他、地域の方々が案内する東山の「まち歩き」や清水焼窯元による「こども陶芸くらぶ」などのイベントを実施		9月19日～23日開催		イベント	□	A	B	期間中は多数の観光客が訪れるなど、反響が大きく、東山に来訪する観光客の増加とそれに伴う地下鉄の利用客の増加に貢献できたと考えられる。
			実績							
				「未来への光～東山 天空のライトアップ」臨時バスの運行・地下鉄、市バス車内でのポスター広報の実施						

【山科区】

局・区総括

平成28年度は山科区制40周年にあたることから、地元住民との協働のもと、区内各所でそれを祝した記念事業を実施した。
 各種広報媒体を用い、各事業を宣伝するとともに、イベントを充実させるため区民の皆様と一体となって取り組んだ。イベントへの参加者も見込みを上回り、地下鉄増客に寄与することができた。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
1	京都・やましな観光ウィークの実施	10月から12月までの区内でイベントが集中する期間を「観光ウィーク」として設定し、この期間内のイベントを区内外に広く周知した。 また、「琵琶湖疏水通航復活」試行事業にあわせて、山科で乗下船される方をはじめ山科を訪れる方に、疏水近辺を歩いて楽しんでいただけるよう「山科散歩 疏水編」を発行した。 ※27年度から、山科・感動ツーリズム推進事業に統合し実施。	区内開催イベントの周知	27年度より、No.4の「山科・感動ツーリズム推進事業」に統合	—	広報・PR	□	B	B	参加者・見学者には地下鉄利用者が含まれているため、増客に寄与した。
			実績							
			観光ウィークチラシ配布枚数：約15,000部 「山科散歩 疏水編」発行部数：3,000部	—	—					
2	「おこしやす“やましな”協議会」による市バス・地下鉄の利用促進の取組	以下の取組を実施。 ①京都観光一日乗車券(山科・醍醐拡大版)の販売促進(乗車券利用当日、提示した方に山科区の4寺院の拝観料割引を実施。乗車券販売期間中) ②協議会HPによる広報・PR(地下鉄を利用した山科区へのアクセス方法などを掲載)	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	乗車券の販売促進や協議会HPにおけるアクセス方法の掲載などにより、地下鉄の利用を促進することができたため。
			実績							
			観光マップ等を、草津駅前(滋賀県)等で配布。配布枚数：年間約10,000部	観光マップ等を配布。配布枚数：年間約10,000部	観光マップ等を配布。配布枚数：年間約10,000部					
3	京都観光一日乗車券(山科・醍醐拡大版)の販売促進	販売促進策として、市民しんぶん山科区版でのPR、区内イベントのPRに合わせたPR等を実施。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	乗車券のPRを行ったことにより、地下鉄の利用を促進することができたと考える。
			実績							
			京都サンガF.C.山科区民デー(平成26年9月28日開催)でチラシを配布。チラシ配布枚数：約500部	京都サンガF.C.山科区民デー(平成27年9月23日開催)でチラシを配布。同日、同乗車券がもらえるキャンペーンを実施。チラシ配布枚数：約500部	京都サンガF.C.山科区民デー(平成28年9月25日開催)でチラシを配布。チラシ配布枚数：約500部					

【山科区】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
4	京都・やましな観光ウィーク事業	地下鉄東西線の乗客増と山科地域の観光活性化を図るため、地元住民と行政、交通事業者等との協働の下、山科地域の潜在的な観光資源の掘り起し、磨き上げを実施。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PRイベント	○	B	B	参加者・見学者には地下鉄利用者が含まれているため、増客に寄与している。
			実績							
5	アートロードなぎつじ	柳辻駅の地下通路壁面に設置した芸術作品を展示できるスペースを活用し、山科区民に作品発表の機会を提供することにより、創作活動を支援するとともに、駅の賑わいを創出した。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	駅の賑わいを創出したことにより、地下鉄の利用を促進することができたと考える。
			実績							
6	「山科区エコアクションNo.1宣言」参加者の地下鉄利用促進	山科区役所(柳辻駅)で開催予定のイベントの実施に当たり、案内チラシ等で地下鉄利用を呼び掛ける。また、地球温暖化防止の取組を推進することで、地下鉄等の公共交通機関の利用促進を図る。	取組の推進	取組の推進		広報・PRイベント	□	B	B	地域住民に対するイベントであったが、チラシ等に地下鉄を利用するように周知するとともに、トラフィカ京カードを賞品とすることにより、地下鉄の利用を促進することができたと考える。
			実績							
7	「ふれあい“やましな”区民ふれあい文化祭」参加者の地下鉄利用促進	開催場所を東部文化会館(柳辻駅付近)とし、案内チラシ等で地下鉄利用を呼び掛ける。また、「区民ギャラリー」の賞品等に、できる限りトラフィカ京カードを利用する。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PRイベント、乗車券販売・広告収入等	○	B	B	地域住民に対するイベントであったが、チラシ等に地下鉄を利用するように周知するとともに、トラフィカ京カードを賞品とすることにより、地下鉄の利用を促進することができたと考える。
			実績							

【山科区】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
8	山科区公共交通利用促進協議会の取組の推進	平成22年度の「山科区交通問題研究会報告書」において、既存の交通システムの改善方策として、平成23年度に設立することとした「山科区公共交通利用促進協議会」を立ち上げた。協議会では、山科区の公共交通ネットワークの充実に向けて、公共交通の利用促進と利便性向上を図るため、公共交通事業者と関係行政機関が情報共有と意見交換を行う。	山科区の交通問題の改善に向けた取組の推進	山科区の交通問題の改善に向けた取組の推進	山科区の交通問題の改善に向けた取組の推進	その他	○	B	D	地下鉄東西線開業により区内では地下鉄沿線と離れた地域との公共交通の利便性に格差が生じた。それら課題を解決するため当該協議会で議論を行い対策を実施したが、増客を数値的には把握できないため。
			実績							
9	市民啓発事業における公共交通機関の利用促進	人権月間の啓発イベント実施にあたり、案内チラシ等で地下鉄利用を呼びかける。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	地域住民に対するイベントであったが、チラシ等に地下鉄を利用するように周知することにより、地下鉄の利用を促進することができたと考える。
			実績							
10	山科区役所職員に対する市バスの利用喚起	山科区役所全職員に対して、市バスの現状を周知し、通勤利用及び私的利用を促進。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	職員等利用	○	A	B	職員への公共交通利用の意識付けをすることができた。
			実績							
11	山科区「区民歩こう会」参加者の地下鉄利用促進	毎年12月に開催している山科区「区民歩こう会」では事前にコースを設定し、集合場所まで及び解散場所から地下鉄を利用することを促進している。	取組の推進	取組の推進	取組の推進 (12月実施予定)	広報・PR	○	A	B	事業の集合場所と解散場所を地下鉄駅近くにする事で参加者が地下鉄を利用したため。
			実績							

【山科区】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
12	山科区制40周年記念事業の実施	平成28年は山科区制40周年を迎えることから、区内各所でそれを祝した記念事業を実施する。			【山科疏水花見大会】 日程:4月3日(日)実施 場所:一燈園付近 参加者:約3,000名 【子ども文化芸術体験(仮称)】 日程:8月11日(木・祝)他 場所:東部文化会館他 【山科区制40周年記念切手】 発売日:8月22日(月) 場所:山科区役所 販売部数:1000シート 【光のアートフェスタin山科】 日程:10月29日 場所:新十条通【YAMASHINA ART FESTA 神尾真由子&ミロスラフ・クルティシェフ・デュオリサイタル】 日程:11月2日(水) 場所:東部文化会館 【山科赤ちゃんフェア】 日程:11月5日(土) 場所:東部文化会館 【山科検定】 日程:12月18日(日) 場所:山科区役所	広報・PRイベント	○	A	A	様々な広報媒体(新聞、ラジオ、ポスター、チラシ、回覧板、市民しんぶん区版等)を用いて、各事業を宣伝するとともに、イベントを充実させるため区民の皆様と一体となって取り組んだ。イベントへの参加者も見込を上回っており、増客に大きく寄与した。
			実績					【山科疏水花見大会】 参加者:約3,000名 【やましな古代体験教室】 参加者:57名 【やましなサマーコンサート】 参加者: (1部)30名 (2部)230名 【山科区制40周年記念切手】 販売実績:791シート(10月25日現在) 【光のアートフェスタin山科】 参加者:約30,000名 【YAMASHINA ART FESTA 神尾真由子&ミロスラフ・クルティシェフデュオリサイタル】 参加者:488名 【やましな赤ちゃんフェア】 参加者:約1,000名 【山科検定】 参加者:437名		

【下京区】

局・区総括

・イベントや施設紹介についての広報物への公共交通利用促進の文言の記載の徹底や、庁舎内での広報(モニターでの放映、公共交通情報チラシの配架等)等を通じ、増客に貢献することができた。
 ・とりわけ、No8のフォトロゲイニングでは、公共交通機関(市バス・地下鉄など)の利用を認めることで、公共交通利用を促進し、当日の乗車券販売にもつなげる取組とすることができた。下京区で実施するフォトロゲイニングは、他区にまでエリアを拡大して実施しているが、今後、更なる増客を目指した取組へと発展させるには、全市的な視点を持って運営する必要があると考える。
 ・推進本部については、他局・区等との意見交換を通じ、さらに効果的な取組を実施していきたいため、より意見のしやすい雰囲気の醸成を希望する。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
1	下京区総合庁舎来庁者への駐輪場等利用促進	身体障害者用3台を除き、駐車を廃止し、駐輪場を拡充を図った。引き続き自動車中心社会から公共交通機関と徒歩、自転車の利用への転換を促す。	22年10月15日 供用開始	継続推進	継続推進	広報・PR	○	B	B	公共交通機関を利用するよう周知したことにより、地下鉄の利用を促進することができたと考えられる。
			実績							
			-	-	-					
2	「下京区ふれ愛ひろば」参加者の市バス・地下鉄の利用促進	梅小路公園でイベントを開催。参加者に公共交通機関の利用を呼びかける。	参加者に公共交通機関の利用を呼び掛け。(11月9日(日))	参加者に公共交通機関の利用を呼び掛け。(11月8日(日))	参加者に公共交通機関の利用を呼び掛け。(11月13日(日))	イベント	○	A	B	京都駅近くの会場で行った本イベントのチラシやポスターに公共交通利用促進の文言を記載することで、増客に貢献できた。
			実績							
			参加者数 約7,000人	参加者数 約5,000人	参加者数 約21,300人					
3	モニター広告による市バス・地下鉄の利用案内の放映	モニター広告を利用し、市バス・地下鉄の利用を呼び掛ける。	来庁時の公共交通機関利用を呼び掛け	継続推進	継続推進	広報・PR	○	B	B	市バス・地下鉄の利用を呼びかけたことにより、地下鉄の利用を促進することができたと考えられる。
			実績							
			来庁時の公共交通機関利用を呼び掛け	・来庁時の公共交通機関利用を呼び掛け ・地下鉄に乗るっDVDの放映	・来庁時の公共交通機関利用を呼び掛け ・地下鉄に乗るっDVDの放映					
4	市バス利用の啓発	庁舎入口に市バスの時刻表を掲示し来庁者の利用を促進している。	庁舎入口に市バスの時刻表を掲示	継続推進	継続推進	広報・PR	○	B	B	市バスの利用を促進することで、公共交通の利用促進に寄与できたと考える。
			実績							
			-	-	-					
5	広告付き周辺案内図における市バス利用の利用案内	庁舎入口に設置している広告付き周辺案内図に、庁舎周辺及び京都駅にバス乗り場の案内を掲載している。	庁舎1階に周辺案内図を設置	継続推進	継続推進	広報・PR	○	B	B	利用案内をすることにより、公共交通の利用促進に寄与できたと考える。
			実績							
			-	-	-					
6	公共交通情報チラシの配布	下京区内の公共交通マップを配架し、公共交通の利用を促進している。	公共交通マップを配架	継続推進	継続推進	広報・PR	○	B	B	チラシの配布により、地下鉄の利用を促進することができたと考える。
			実績							
			-	-	-					

【下京区】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
7	しもぎょう、歴史、文化、まち探訪スタンプラリーへの参加記念品として市バス1日乗車券を配付(3月22日利用拡大のPRをかねて)	区内にある魅力ある施設を、徒歩や市バス等の公共交通機関を使って個々に巡るスタンプラリー等を開催。また、参加の際は、公共交通機関の利用を呼び掛ける。	参加者に公共交通機関の利用を呼び掛け。(3月14日(土))			イベント	□	A	B	京都駅近くの会場で行った本イベントのチラシやポスターに公共交通機関利用促進の文言を記載することで、増客に貢献できた。
			実績							
			参加者数 349人							
8	フォトゲーニングにおける参加者への公共交通機関利用促進及び会場での1日乗車券の販売	市内の史跡や文化施設をチームごとに巡るフォトゲーニングを開催。特別ルールとして市バス・地下鉄など公共交通機関の利用を可能とするなど公共交通の利用促進を図る。また、大会当日、1日乗車券を会場で販売する。		・参加者に公共交通機関の利用を呼び掛け。(3月19日(土)) ・参加者への1日乗車券の購入案内	・参加者に公共交通機関の利用を呼び掛け。(3月18日(土)) ・参加者への1日乗車券の購入案内	イベント	○	A	A	京都駅近くの会場で行った本イベントのチラシやポスターに公共交通機関利用促進の文言を記載するとともに、移動手段として公共交通を認め、乗車券の販売案内をすることで、増客に貢献できた。また、28年度には、対象エリアを拡大するとともに、地下鉄1日乗車券の販売も行った。
			実績							
				参加者数209人 市バス1日乗車券販売数(大人73枚、子ども9枚)	参加者数289人 市バス及び地下鉄1日乗車券販売数(大人128枚、子ども7枚)					
9	市民しんぶん下京区版「下京のひびき」の読者プレゼントとして「トラフィカ京カード」利用	市民しんぶん下京区版「下京のひびき」の読者プレゼントとして「トラフィカ京カード」を利用し、地下鉄(市バス)の利用を促進	偶数月に掲載のクイズの景品として「トラフィカ京カード」を利用(毎号2枚)	継続推進		乗車券販売・広告収入等	□	A	B	読者プレゼントに乗車券を選定することで、乗車券の販売数に貢献できた。
			実績							
			2枚 (大人500円)	5枚 (大人500円)						
10	職員の利用促進	定例所属長会等を通じ、下京区役所職員に対し、市バス、地下鉄の利用促進を図る。	公共交通機関利用の協力依頼	継続推進	継続推進	職員等利用	○	B	B	職員への公共交通機関利用の意識付けをすることができたと考える。
			実績							
			下京区役所職員206人	下京区役所職員217人	下京区役所職員194人					
11	「区歩こう会」参加者への利用啓発	下京区厚生会事業「歩こう会」を実施するにあたり、公共交通機関の利用促進を図る場所の設定や、参加者に公共交通機関の積極的な利用を促す。	公共交通機関利用を呼び掛け。(3月21日(土・祝))	公共交通機関利用を呼び掛け。(3月21日(月・祝))	継続推進 (11月5日(土))	イベント	○	A	B	歩こう会の集合場所を地下鉄や公共交通機関沿線に設定し、案内に電車情報を記載することで、増客に貢献できた。
			実績							
			参加者数 約50人	参加者数 約40人	参加者数 約30人					
12	下京区「サマーフェスタ」参加時における市バス等の利用促進	事業の周知を行う際には、チラシ、ポスター、市民しんぶん区版に、地下鉄・市バス等公共交通機関の利用を呼び掛ける。	イベントへの公共交通機関利用を呼び掛け。(8月2日(土))	イベントへの公共交通機関利用を呼び掛け。(8月1日(土))	イベントへの公共交通機関利用を呼び掛け。(8月20日(土))	広報・PR	○	A	B	京都駅近くの会場で行った本イベントのチラシやポスターに公共交通機関利用促進の文言を記載することで、増客に貢献できた。
			実績							
			約17,500人	約18,000人	約27,000人					

【下京区】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
13	憲法月間、人権月間の参加における市バス・地下鉄の利用促進	事業の周知を行う際には、チラシ、ポスター、市民しんぶん区版に、地下鉄・市バス等公共交通機関の利用を呼び掛ける。	イベントへの公共交通機関利用を呼び掛け	イベントへの公共交通機関利用を呼び掛け	イベントへの公共交通機関利用を呼び掛け	広報・PR	○	A	B	京都駅近くの会場で行った本イベントのチラシやポスターに公共交通機関利用促進の文言を記載することで、増客に貢献できた。
			実績							
			憲法月間:192人 人権月間:161人	憲法月間:84人 人権月間:196人	憲法月間:232人 人権月間:137人					
14	下京歩歩(ぼっぼ)塾歩こう会参加者の市バス・地下鉄利用促進	ウォーキングによる地域ぐるみの健康づくり活動を行っている下京歩歩(ぼっぼ)塾による「歩こう会」を開催する際、参加者に公共交通機関の利用を呼び掛ける。	・第2回歩こう会の実施(6月14日) ・第3回歩こう会実施(11月29日)	・第4回歩こう会の実施(12月5日)	自主運営に移行	イベント	□	A	B	歩こう会の経路を地下鉄沿線に設定し、チラシやポスターには公共交通機関利用促進の文言を記載することで、増客に貢献できた。
			実績							
			第2回参加者数91人 第3回参加者数66人	参加者数65人	—					
15	区役所主催・関連事業における市バス等のPR・公共交通機関の利用促進	事業の周知を行う際には、チラシ、ポスター、市民しんぶん区版に、地下鉄・市バス等公共交通機関の利用を呼び掛ける。	イベントへの公共交通機関利用を呼び掛け	継続推進	継続推進	広報・PR	○	A	B	イベントのチラシやポスターに公共交通機関利用促進の文言を記載することで、増客に貢献できた。
			実績							
			—	—	—					
16	観光施設等のパンフレット等において市バス等のPR・公共交通機関の利用促進の掲載依頼	観光施設等のパンフレット、ポスター等に、地下鉄・市バス等公共交通機関を利用した経路や、利用促進の協力についての掲載を依頼する。	公共交通機関利用を呼び掛け	継続推進	継続推進	広報・PR	○	B	B	公共交通機関を利用するよう記載したことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考ええる。
			実績							
			—	—	—					
17	「下京区シニアお出かけマップ」において地下鉄・市バス等の利用啓発	地域や高齢サポート(地域包括支援センター)等の関係機関に平成26年度に作成した「下京区シニアお出かけマップ」を配布し、区内の身近な場所にあるお薦めスポット等を紹介することにより地下鉄・市バス等の利用促進を図る。	マップを配布	継続推進	継続推進	広報・PR	○	B	B	28年度には公共交通の情報をより盛り込んだ改訂版を作成したことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考ええる。
			実績							
			24種類 各1,000部発行	・5月15日号市民しんぶん区版に掲載 ・ケーブルTV「京都みやびじょん」で放映(6/16~6/30) ・下京区ホームページに掲載(7/17) ・「下京区高齢者の便利帳・シニアお出かけマップ」(地域包括支援センターが発行)に移行・継承した。	公共交通の情報をより盛り込んだ改訂版を継承先に作成。(1,500部)					
18	「下京親子Deおさんぼ公園Map」において地下鉄・市バス等の利用促進	市民しんぶん下京区版平成27年3月15日号の挟み込み誌面に掲載した「下京親子Deおさんぼ公園Map」において、各公園の紹介欄に最寄駅やバス停を併記することにより、公共交通機関の利用促進を図る。	しんぶん挟み込みMapを配布			広報・PR	□	B	B	公園の紹介欄に最寄駅やバス停を併記することで、公共交通利用にあたっての利便性を向上することができたと考える。
			実績							
			約42,000部発行							

【南区】

局・区総括

- ・イベント開催時には、公共交通機関の利用をよびかけるなど、増客につながるよう取り組んだ。
- ・その他、様々な機会をとらえて、公共交通機関の利用をPRし、増客につながるよう取り組んだ。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
			実績							
1	投票所における市バス時刻表の掲示	各種選挙の期日前投票所に最寄のバス停の時刻表を掲示。	期日前投票所に市バス時刻表を掲示。	取組推進	取組推進	広報・PR	○	B	B	市バスの利用を促進することによって、公共交通の利用促進に寄与できたと考える。
			実績							
			府知事選挙及び衆議院選挙の際に掲示。	京都市長選挙の際に掲示。	参議院選挙の際に掲示。					
2	南区役所が主催する屋外イベント等における参加者に対する公共交通機関の利用促進	参加者に対して、パンフレットや区民しんぶん等による広報の際に、市バス・地下鉄の利用促進を呼び掛ける。	南区民ふれあいまつり(11月)、みなみちびっこエコひろば(2月)の際に実施。	南区民ふれあいまつり(11月)、みなみちびっこエコひろば(2月)の際に実施。	南区民ふれあいまつり(11月)、みなみちびっこエコひろば(2月)の際に実施。	広報・PR	○	A	B	広報において市バス・地下鉄を利用するよう記載したことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考える。
			実績							
			・南区民ふれあいまつり(11月9日) 来場者約20,000人 ・みなみちびっこエコひろば(2月28日) 来場者約700人	・南区民ふれあいまつり(11月8日) 来場者約20,000人 ・ちびっこエコひろば(2月20日) 来場者約850人	・南区民ふれあいまつり(11月13日) 来場者約20,000人 ・ちびっこエコひろば(2月4日) 来場者約900人					
3	南区が主催する講演会やシンポジウムにおける公共交通機関の利用促進	参加者へ来場の際に市バス・地下鉄を利用するよう啓発活動を行う。	人権映画鑑賞会(8月)や人権講演会(12月)文化芸能フェスティバル(2月)の際に実施。	人権映画鑑賞会(8月)や人権講演会(12月)文化芸能フェスティバル(2月)の際に実施。	人権映画鑑賞会(8月)や人権講演会(12月)文化芸能フェスティバル(2月)の際に実施。	イベント	○	A	B	公共交通機関を利用するよう啓発を行ったことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考える。
			実績							
			・人権映画鑑賞会(8月5日) 来場者約350人 ・人権講演会(12月12日) 来場者約340人 ・文化フェスティバル(2月22日) 来場者約300人	・人権映画鑑賞会(8月7日) 来場者約250人 ・人権講演会(12月18日) 来場者約230人 ・文化フェスティバル(2月28日) 来場者約300人	・人権映画鑑賞会(8月5日) 来場者約350人 ・人権講演会(12月16日) 来場者約200人 ・文化フェスティバル(2月26日) 来場者約300人					
4	南区と区内の企業で共催する見学会における公共交通機関の利用促進	見学会のしおりや市民しんぶん南区版の案内記事において、公共交通機関の利用促進を記載している。	南区企業の“知”活用促進事業の際に実施	取組推進	取組推進	イベント	○	A	B	広報において、公共交通機関を利用するよう記載したことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考える。
			実績							
			3企業で実施(参加者数74人)	3企業で実施(参加者数66人)	3企業で実施(参加者数72人)					

【南区】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
5	職員の利用促進	南区役所職員厚生会事業等において、トラフィカ京カード等の交通局乗車券も活用し、交通局の臨時バスの利用を検討する。	職員厚生会事業等の景品としてトラフィカ京カード等を利用	取組推進	取組推進	臨時バスの運行乗車券販売・広告収入等	○	B	B	トラフィカ京カード等を景品として活用したことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考えられる。
			実績							
			ポウリング大会の景品として活用。	ポウリング大会及び、かるためぐり大会の景品として活用。	ポウリング大会の景品として活用。					
6	南区が発行・更新する市民しんぶんやHPなどの広報媒体を利用した公共交通機関の利用促進	南区が発行・更新する市民しんぶんやHPなどの広報媒体を利用し、公共交通機関の利用促進についても情報発信を積極的に行っていく。	市民しんぶん発行時やHP更新時に適宜実施	取組推進	取組推進	広報・PR	○	B	B	公共交通機関を利用するよう啓発を行ったことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考えられる。
			実績							
			・市民新聞発行：4万7千部(毎月) ・HP閲覧：9千人(毎月)	・市民新聞発行：4万7千部(毎月) ・HP閲覧：1万人(毎月)	・市民新聞発行：4万7千部(毎月) ・HP閲覧：8千人(毎月)					
7	南区役所関連事業の参加者等への記念品としてトラフィカ京カード等の交通局乗車券の活用	南区役所が実施する事業等に参加していただいた市民等に記念品としてトラフィカ京カード等の交通局乗車券を提供することで、公共交通機関の利用促進を図る。	南区企業の“知”活用促進事業の参加者や市民しんぶん南区版のクイズコーナー「ぶらり散策」の当選者等にトラフィカ京カードを贈呈	取組推進	取組推進	乗車券販売・広告収入等	○	A	B	トラフィカ京カード等を景品として活用したことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考えられる。
			実績							
			3企業で実施(参加者数74人)	3企業で実施(参加者数66人)	3企業で実施(参加者数72人)					
8	来庁者に向けた公共交通機関の情報提供	庁舎内で公共交通機関の時刻表を設置し、情報提供をすることで、来庁者の利用促進を図る。	庁舎内に市バスの時刻表を掲示	取組推進	取組推進	広報・PR	○	B	B	公共交通機関の利用促進に寄与できたと考えられる。
			実績							
			-	-	-					
9	南区の行政機関における公共交通機関利用促進の連携	区内の行政機関で構成される南区行政推進会議において、公共交通機関の利用促進について議題に取り上げ、促進に向けた連携について考える。	公共交通機関の利用促進、連携について検討	取組推進	取組推進	広報・PR	○	B	B	公共交通機関の利用促進について議題に取り上げたことにより、地下鉄の利用促進に間接的に貢献できたと考えられる。
			実績							
			-	-	-					
10	広告付き周辺案内図における公共交通機関利用促進	庁舎内広告付き周辺案内図において、庁舎周辺バス停留所及び経路案内を掲載している。	周辺地図を利用した公共交通機関の利用促進の呼び掛け	取組推進	取組推進	広報・PR	○	B	B	バス停留所等の情報を掲載することで、公共交通機関の利用促進につながったと考えられる。
			実績							
			-	-	-					

【南区】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
11	広告モニターを利用した公共交通機関利用促進及び交通局関連情報の放映	庁舎内広告モニターにおいて、公共交通機関の利用促進、啓発を行っている。	モニターを利用した公共交通機関の利用促進の呼び掛け及び交通局関連情報放映	取組推進	取組推進	広報・PR	○	B	B	公共交通機関を利用するよう啓発を行ったことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考える。
			実績							
			—	地下鉄に乗るDVDの放映	—					
12	区制60周年記念「だいきっ! 南区。マンガ記念誌」の発行・配布	平成27年度に迎える南区制60周年記念事業の第一弾として、区民参加のもと、漫画による記念誌を制作し、南区の観光資源や魅力を発信することによって、観光客を誘致し、公共交通機関利用促進につなげる。	記念誌の発行	記念誌の配布・配架	記念誌の配布・配架	広報・PR	○	B	B	観光客の誘致に取り組んだことにより、地下鉄をはじめとした公共交通機関の利用促進に貢献できたと考える。
			実績							
			4つのテーマで各1万部発行	4つのテーマで計2万9千部配布又は配架	区役所の窓口で配布					
13	南区制60周年記念事業	平成27年度が南区制60周年を迎えるのを記念して、区内・区外からも集客が見込めるような事業を実施し、公共交通機関利用促進につなげる。		・区民交流事業 ・羅城門、西寺のARによる再現 ・ウォーキングイベント等を検討		イベント 公共交通 への転換	□	B	B	イベントにより集客ができたことと、トラフィカ京カード等を記念品として活用したことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考える。
			実績							
			—	・区役所ロビー及び南区民ふれあいまつりで開催した「南区なつかしの写真展」で路面電車と市バスを紹介。 ・写真提供者10人に記念品としてトラフィカ京カードを進呈。						
14	AR「羅城門」、AR「西寺」	花園大学と連携して、「羅城門」等をコンピューターグラフィックスで復元し、スマートフォンやタブレットなどで見ることが出来るAR(拡張現実)を作成する。これにより、南区の新たな観光資源の創出と地域の活性化を図るとともに、国内外から訪れる観光客に広く発信する。	羅城門等のARによる再現	AR「羅城門」の配信、西寺等のARによる再現		イベント 公共交通 への転換	○	B	B	事業を国内外から訪れる観光客に広く発信したことで集客が見込まれ、地下鉄の利用促進に間接的に貢献できたと考える。
			実績							
			—	・AR「羅城門」アプリダウンロード数:470 ・AR「羅城門」広報チラシを日英計1千400部配布又は配架						

【右京区】

局・区総括

・サンサ右京が地下鉄太秦天神川駅のすぐそばであるため、イベントを開催すると多くの方が地下鉄を会場までの交通機関としていたのではないかと考えられる。
 ・右京区役所として、今後も区民ロビーの積極的な活用等で、地下鉄の増客にも寄与していきたいと考えている。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
1	サンサ右京の施設設備を活用した地域振興事業等の実施	自治会連合会をはじめとする区民団体等とのきょうかんにより、サンサ右京「区民ロビー」をはじめとする施設設備を、福祉屋台（福祉施設の手づくり製品の展示販売）など、柔軟な発想で幅広く活用し、地下鉄の利用促進につながる事業を展開。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	イベント	○	B	A	サンサ右京は地下鉄太秦天神川駅から徒歩1分の立地であり、イベントの際には地下鉄を利用する人も多いと考えられるため。
			実績							
2	区役所主催・関連事業における市バス等のPR・公共交通機関の利用促進	事業の周知を行う際には、市民しんぶん区版やポスターに、市バス等公共交通機関の利用を呼び掛ける。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	広報において、公共交通機関を利用するよう記載したことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考えられる。
			実績							
3	ふれあい事業等での公共交通機関利用促進	右京区民ふれあいフェスティバルにて、「地下鉄に乗って「上・中・右京」ふれあいまつりリレー！」スタンプラリーを実施。	10月25日開催	10月24日開催	11月12日開催	イベント、公共交通への転換、広報・PR	○	A	B	平成28年度はスタンプラリーの実施ができなかった。平成29年度は実施に向けて検討を続けていく。
			実績							
4	テレビモニター広告による市バス・地下鉄の利用案内の放映	区役所に設置している5台の広告用テレビモニターを利用して、市バス・地下鉄の利用を呼び掛ける。22年6月から実施中。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	モニターを活用して公共交通機関の利用を呼びかけたことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考えられる。
			実績							
5	来庁者に向けた地下鉄・市バスの情報提供	区役所内に市バス・地下鉄時刻表を貼り出し、来庁者の利便性向上とともに利用促進を図る。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	来庁者に対して市バス・地下鉄の利用促進を図ったことにより、増客に間接的に貢献できたと考えられる。
			実績							
6	南太秦学区におけるモビリティ・マネジメントの取組	地下鉄東西線の延伸に合わせて市バス70号系統が新設されたことを契機に、ワークショップの開催、啓発冊子やポケット時刻表の制作など、モビリティ・マネジメント（一人ひとりが歩く暮らしを大切にすることによって、クルマを重視したまちと暮らしから、歩くことを中心としたまちと暮らしに転換するための施策）の取組を展開。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	公共交通への転換	○	A	A	利用者が年々増加し、28年度には利用者が運行開始当初の約3倍となったため
			実績							

【右京区】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
7	サンサ木づかい大作戦「ベレットストップ展示会」	サンサ木づかい大作戦「ベレットストップ展示会」をサンサ右京で開催するにあたり、交通局・嵐電と連携し、イベントを同日開催することで集客の相乗効果を生みだす。	12月20日開催	26年度で展示会終了		イベント、広報・PR	□	A	B	交通局・嵐電と連携してイベントを同日開催したことにより、単独開催よりも参加者が多かったと考えられるため。
			実績							
			イベント参加者 300人							
8	住民と利用者にやさしいまち・西院プロジェクト	地域の協議体を立ち上げ、放置自転車問題解決と公共交通利用促進を目指した啓発を行うと同時に、西院地域が抱える安心・安全に関する様々なテーマについて、住民や警察等とのワークショップを実施。	・ワークショップの開催 ・公共交通利用促進のための施策実施	刑犯罪防止を目的とする活動となるため終了扱いとする。		公共交通への転換、その他	□	B	B	公共交通利用促進の啓発を行ったことにより、増客に間接的に効果があったと考える。
			実績							
			安心安全の協定締結(7月)							

【西京区】

局・区総括

西京区には地下鉄が通っていないため市バスを中心とした増客への取り組みになるが、市バスの停留所を終起点とするウォーキングコースを提案したり、イベントの参加者に市バスの利用を呼び掛けたりするなど、積極的に利用客増客に向けて取り組んだ。また、イベント自体の増客に向けて工夫するなど前年度よりも取組を強化できている。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
1	市バスの利用促進に向けたPR	イベント等の参加者や区役所への来庁者に対して、できるだけ多くの方に市バスを御利用いただけるようPRに努める。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	イベント開催のチラシ等に市バスでのアクセス方法を掲載し広報を行い、利用促進を図っている。
			実績							
2	来庁者向け市バス情報のホームページへの掲載による市バスの利用促進	西京区役所へのアクセスに関する市バスの情報をホームページに掲載し、来庁者に活用してもらうことを通じ、市バスの利用促進を図る。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	多くの方に情報を提供でき、利用促進につながっている。
			実績							
3	「西京ウォーキングマップ～地域の魅力再発見～」の配付やホームページへの掲載を通じた市バス等公共交通の利用促進	市バスの停留所等を起終点とする8つのコースを設定した「西京ウォーキングマップ～地域の魅力再発見～」を西京区役所等で配布するとともに、コースごとに主要駅と起終点を結ぶ市バス等の系統番号など、より詳細な情報も加えホームページに掲載することを通じ、区民はもとより、市民や観光客にも幅広く活用してもらい、市バス等公共交通の利用促進を図る。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	以前から西京区在住の方はもとより、転入者や観光客にも喜んで受け取ってもらえることができ、公共交通の利用促進に貢献できた。
			実績							
4	西京塾との連携により作成した「市バス29号系統で巡る西京区の自然環境」の配布を通じた市バスの利用促進	自主的なまちづくり活動を行う「西京塾」のメンバーと協働し、西京区内を走る市バス沿線の見所を紹介する「市バス29号系統で巡る西京区の自然環境」を作成し、広く配布することにより、市バスの利用促進を図る。	マップの配布	マップの配布	マップの配布	広報・PR	□	B	D	(事業の実施なし)
			実績							
5	西京区魅力再発見ふれあいウォーキングを通じた市バス等公共交通の利用促進	「西京ウォーキングマップ」を活用して、区民との協働により実施する「ふれあいウォーキング」について、市バスの停留所が起点や終点となることを考慮しながらコースを設定する等、市バス等公共交通の利用促進を図る。	取組の推進 (6月8日に実施)	取組の推進 (6月7日に実施)	別事業で実施(区制40周年事業として「歩こう会」を実施するため、ふれあいウォーキングは実施せず)	イベント	○	A	B	区の内外から多くの方に参加してもらい、公共交通の利用促進に貢献できた。
			実績							
6	職員の利用促進	職員間において企画する催し等の交通手段として、できるだけ市バス、地下鉄を利用するよう周知する。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	職員等利用	○	A	B	周知を行った結果、職員の意識向上につながっている。
			実績							

【西京区】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
7	「DO YOU KYOTO? 西京デー」を通じた公共交通機関の利用促進	(平成26・27年度) 「DO YOU KYOTO? 西京デー」の取組として、希望者を対象にした、無料のゆかた着付けの実施及び着付け教室を開催し、自分でゆかたを着られるようにしてもらい、夏祭りなどのイベントに市バス・地下鉄などの公共交通機関を利用して、ゆかた姿で積極的に外出してもらうようにする。 (平成28年度) 「DO YOU KYOTO? 西京デー」の取組として、子どもを対象とした環境教室を開催し、環境に関する興味・関心を高め、環境にやさしいライフスタイルの普及等を図る。	取組の推進 (平成26年9月6日に実施)	取組の推進 (平成27年7月4日・5日に実施)	事業内容の見直しを行い、子どもを対象とした「環境にやさしい取組」をテーマにした環境教室として実施。(アクションプランとしては実施せず。)	イベント	□	A	B	26・27年度は参加者数があまり伸びなかったが、28年度は内容の見直しを行い、イベント対象の小中学生に加え、見学希望の保護者も多数来場し、公共交通の利用促進に貢献できた。
			実績							
8	人権月間「西京区民映画のつどい」における市バス等公共交通の利用促進	西文化会館ウエスティで開催する人権月間「西京区民映画のつどい」の取組において、公共交通機関を活用して来場するよう入場はがきに記載すること等を通じ、市バス等公共交通の利用促進を図る。	取組の推進 (12月13日に実施)	取組の推進 (12月12日に実施)	取組の推進 (12月10日に実施)	イベント	○	A	B	区内外から多くの方に来場していただき、公共協交通の利用促進に貢献できた。
			実績							
9	松陽学区におけるモビリティ・マネジメントの推進	25年度から松陽学区で実施しているモビリティ・マネジメントを他の学区においても実施できるよう働きかけ、市バス・地下鉄の増容を図る。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	A	地元との協働の取組により公共交通利用への理解及び意識向上が進み、利用促進へとつながった。
			実績							

【洛西支所】

局・区総括

・洛西支所管内には地下鉄の駅がなく、管内を移動する公共交通機関は市バスの利用が大半となるため、各種イベントにおいて、市バス利用促進のPRに取り組んでおり、一定の効果があった。
 ・洛西ニュータウンの活性化においても、公共交通の充実が課題であるため、今後とも増客に向けて取り組んでいきたい。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
1	市バスの利用促進に向けたPR	イベント(西京区民ふれあいまつり、「風土・food大原野」事業等)の参加者や区役所への来庁者に対して、できるだけ多くの方に市バスをご利用いただけるようPRに努める。	11月15日(ふれあいまつり)、11月29日(風土・food大原野)に実施	9月19日(え!?今頃ひまわり大原野)、10月23日~27日(フジバカマ祭り)に実施 11月21日(ふれあいまつり)、11月28日(風土・food大原野)に実施	11月19日(西京区民ふれあいまつり)、11月26日(風土・food大原野)に実施予定	広報・PR	○	A	A	各種イベント前において、公共交通機関利用促進のPRに努め、来場者数増加に貢献した。
			実績							
			来場者数 ・14,800人(ふれあいまつり) ・7,000人(風土・food大原野)	来場者数 ・4,000人(え!?今頃ひまわり大原野) ・3,500人(フジバカマ祭り)	来場者数 ・18,000人(ふれあいまつり) ・8,500人(風土・food大原野)					
2	来庁者の市バス利用促進に向けた取組	洛西支所の最寄りのバス停(洛西バスターミナル及び境谷大橋)に停車する市バスの発着時刻表を配布し、市バスの利用促進を図る。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	公共交通利用の意識付けをすることができたと考ええる。
			実績							
3	西京区民ふれあいまつりにおける洛西地域公共利便性向上検討ワーキンググループの出展による公共交通機関利用のPR	4バス事業者・2鉄道事業者及び京都市で構成する洛西地域公共利便性向上検討ワーキンググループが、西京区民ふれあいまつりにおいて、バス4台の展示等を行うとともにブースを出展し、公共交通機関利用促進の啓発を行う。	取組の推進 (11月15日実施)	開催場所が隔年で変更されるため、27年度は開催なし	取組の推進 (11月19日実施)	イベント	○	A	A	イベント当日に、来場者に対して、バスの利用促進の啓発を行い、来場者に対して、公共交通の優先利用について意識付けすることができた。
			実績							
			来場者数 ・14,800人(ふれあいまつり)		来場者数 ・18,000人(ふれあいまつり)					
4	らくさいさくら祭における洛西地域公共交通利便性向上検討ワーキンググループの出展による公共交通機関利用のPR	4バス事業者・2鉄道事業者及び京都市で構成する洛西地域公共利便性向上検討ワーキンググループが、毎年4月に開催されるらくさいさくら祭において、バスの展示等を行うとともにブースを出展し、公共交通機関利用促進の啓発を行う。	4月5日に実施	4月4日、5日に実施	4月2日、3日に実施	イベント	○	A	A	イベント当日に、来場者に対して、バスの利用促進の啓発を行い、来場者に対して、公共交通の優先利用について意識付けすることができた。
			実績							
			来場者数 20,000人	来場者数 22,000人	来場者数 33,000人					
5	洛西の魅力発見・発信事業を通じた市バスの利用促進	洛西地域の魅力を発見・発信する事業を実施する際に、市バスの利用を呼びかけるとともに、洛西ニュータウンポータルサイト「まちボタン」を通して広く内外へ情報発信することにより、市バスの利用促進を図る。	取組の推進	取組の推進		イベント 広報・PR	□	B	B	公共交通利用の意識付けをすることができたと考ええる。
			実績							

【洛西支所】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
6	洛西ニュータウン創生推進委員会における交通局との連携	洛西ニュータウンの住民や事業者等で構成される洛西ニュータウン創生推進委員会が主催する各種事業において、市バス利用のPRを行うなど、交通局との連携を行い、市バスの利用促進を行う。	取組の推進	取組の推進		イベント 広報・PR	□	A	B	各種事業において市バスの利用促進を図り、市バス乗車数の増加に貢献できた。
			実績							
7	「歩くまち洛西ウォーキング」の実施	洛西ニュータウンの住民や事業者等で構成される洛西ニュータウン創生推進委員会が「歩くまち洛西ウォーキング」を開催し、地域住民と協働で洛西地域の魅力を発信するとともに、環境にやさしいライフスタイルを提案する。	取組の推進 (4月5日に実施)	取組の推進 (開催せず)		イベント	□	A	C	イベントの事前告知不足により、参加者が少なく、効果的なPRを行うことができなかった。
			実績							
8	洛西ニュータウン創生推進委員会の各種事業における協力者謝礼にトラフィカ京カードを利用	洛西ニュータウン創生推進委員会の主催する各種事業において、協力者への謝礼として、トラフィカ京カードを配布する。	取組の推進	取組の推進		乗車券販売・広告収入	□	A	B	配布枚数は少ないが、トラフィカ京カードを謝礼に活用したことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考える。
			実績							
9	大原野地域における観光交通対策	住民、交通事業者、関係行政機関等で構成する「大原野地域観光交通対策協議会」において、春秋の観光シーズンの交通渋滞対策を協議し、連携して対策に取り組むとともに、寺院のホームページにおいて公共交通機関の利用を呼び掛けることにより、住民の生活路線を確保し、観光客の利便性の向上を図る。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	寺院のホームページ閲覧者数の把握はできないが、公共交通機関を利用するよう啓発を行ったことで、公共交通の利用促進に貢献できたと考える。
			実績							
10	健康ウォーキングマップ(四季の洛西路)を活用した取組	西京区洛西エリアの魅力あるウォーキングコース(6コース)を掲載した健康ウォーキングマップを活用し、健康づくりのためのウォーキングを行うとともに公共交通機関の利用促進を図る。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	イベント	○	A	B	参加者に公共交通利用の意識付けをすることができたと考える。
			実績							
11	職員の利用促進	職員間において企画する催し等の交通手段として、できるだけ市バスを利用するよう周知する。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	職員等利用	○	A	B	職員への公共交通利用の意識付けをすることができたと考える。
			実績							
12	福西地域におけるモビリティ・マネジメントの推進	福西自治連合会が中心となり、市バス利用促進や乗車啓発を行い、住民の公共交通利用促進を図るモビリティ・マネジメントを行う。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	公共交通への転換	○	B	C	地域住民が主体となり、公共交通の利用促進に係るアンケートや勉強会の実施を行うとともに、チラシ配りなど街頭啓発等、積極的な取組を行っているが、乗車数はほぼ横ばいでの状況である。
			実績							

【伏見区】

局・区総括

イベント時の地下鉄をはじめとする公共交通機関による誘客及び地下鉄駅付近での事業実施など、直接的に地下鉄の増客に貢献できる事業の実施だけでなく、モビリティマネジメントの取組によるバスの駅の設置及びあらゆる機会を通じて実施した公共交通機関利用促進の啓発、乗車券の交付など、間接的に地下鉄の増客に貢献できる事業の実施も、充実させることができた。

これらの様々な事業を実施することによって、伏見区役所を挙げて地下鉄5万人増客に貢献することができた。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
			実績							
1	各種イベントチラシにおける市バス・地下鉄でのアクセスルート掲載	区役所が主催・共催等する各種イベントの周知チラシにおいて、市バス・地下鉄でのアクセスルートを掲載し、公共交通機関の利用を呼びかける。	イベント毎に市バス・地下鉄でのアクセスルートを掲載	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	A	A	伏見ふれあいプラザ2016自体の来場者が例年より多かったため。
			実績							
			・伏見ふれあいプラザ2014 チラシ 4,900枚 ポスター1,240枚	・伏見ふれあいプラザ2015 チラシ 5,000枚 ポスター1,400枚	・伏見ふれあいプラザ2016 チラシ 5,000枚 ポスター1,400枚					
			・第20回ふしみ人権の集い チラシ 3,500枚 ポスター2,600枚	・第21回ふしみ人権の集い チラシ 3,500枚 ポスター2,500枚						
2	市バス・地下鉄利用の啓発	庁舎1階の玄関や各課の窓口において、区役所来庁時には、市バス・地下鉄を利用してもらうよう啓発。また、各種送付文書や行事等の案内文で公共交通機関利用促進を啓発。	庁舎1階入口に市バスの時刻表を掲示、市民窓口課ロビーに市バス・地下鉄路線図を配架	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	窓口や各種案内文等において、公共交通機関を利用するよう啓発したことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと思われる。
			実績							
			-	-	-					
3	広告モニターを使った公共交通機関の利用促進	庁舎内設置の広告モニターを活用し、来庁される方や職員に市バス・地下鉄を中心とする公共交通機関利用について啓発。	広告モニターで地下鉄・市バスの利用を啓発	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	公共交通機関の利用を啓発したことにより、地下鉄の利用促進に間接的に貢献できたと思われる。
			実績							
			・テレビモニタ広告の掲載	・テレビモニタ広告の掲載 ・地下鉄に乗るDVDの放映	・テレビモニタ広告の掲載 ・地下鉄に乗るアニメCMの放映					
4	職員の利用促進	定例課長会や所属掲示板等あらゆる機会をとらえ、職員に対して、市バス・地下鉄を利用するよう協力を依頼。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	職員等利用	○	B	B	職員による公共交通機関の利用を促進できたため。
			実績							
			職員数341人 (再任用、嘱託含む)	職員数293人 (再任用、嘱託含む)	職員数296人 (再任用、嘱託含む)					
5	広報・PR(情報提供)	近隣の市バス停留所を示した簡素な案内地図をA4サイズ程度で作成し、総合案内等で配布。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	市バス利用を促進できたことにより、一定数を竹田駅へ運送できたと思われるため。
			実績							
			-	-	-					

【伏見区】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
6	地下鉄駅周辺を拠点とした事業の実施	地下鉄駅、もしくは駅に近い場所を拠点とした事業を実施し、区民や関係者の利用を促進する。	取組の推進(12月の人権月間に竹田駅にて人権絵画ポスター展を開催)	取組の推進(12月の人権月間に竹田駅にて人権絵画ポスター展を開催)	取組の推進(12月の人権月間に竹田駅にて人権絵画ポスター展を開催)	イベント	○	B	B	近隣の小学校の作品を優先して展示することによって、一定の増客を図ることができたため。
			実績							
7	敬老乗車証の利用促進	生活保護受給世帯のうち、敬老乗車証の交付を受けていない70歳以上の方を対象に、制度の周知を図り増客につなげる。	6月以降、家庭訪問の際に個別に働きかけた。	取組の推進	取組の推進	その他	○	B	B	周知を行うことで交付を促し、地下鉄の利用促進につながったと考える。
			実績							
8	市民しんぶん伏見区版「きらり伏見」の読者プレゼントとして「トラフィカ京カード」利用	市民しんぶん伏見区版「きらり伏見」の読者プレゼントとして同カードを利用し、公共交通機関の利用を促進する。	3箇月に1回、1名の方へ送付	取組の推進	取組の推進	乗車券販売・広告収入等	○	B	B	トラフィカ京カードを読者プレゼントに活用することで、地下鉄の利用促進につながったと考える。
			実績							
9	市民しんぶん伏見区版「きらり伏見」や区ホームページなどの広報媒体を利用し、公共交通機関の利用促進	市民しんぶん伏見区版「きらり伏見」や区ホームページなどの広報媒体を利用し、公共交通機関の利用促進について情報発信を積極的に行っていく。	市民しんぶん発行時やHP更新時に適宜実施(しんぶん発行部数約12万部)	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	広報媒体において情報発信したことにより、公共交通機関の利用促進につながったと考える。
			実績							
10	久我・久我の社・羽東師地域におけるモビリティ・マネジメントの推進	地域住民の意識と行動に直接働きかけ、過度なクルマ利用を控え、歩くこと、公共交通等を利用することへの転換を促す取組であるコミュニケーション施策(モビリティ・マネジメント)を、久我・久我の社・羽東師地域において実施する。	取組の推進 ・啓発ちらしの配架(伏見、神川出張所) ・神川出張所において時刻表の作成	取組の推進	取組の推進	公共交通への転換	○	B	B	南2号系統の増便により、竹田駅へのアクセスが向上したため。
			実績							

【伏見区】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
11	伏見南部の観光振興における観光モビリティマネジメントの推進	伏見南部地域(旧伏見市)まで観光客を呼び込むため、関係団体などが協働し、観光客に日本酒や風情ある街並などの観光スポットなどの魅力を発信し、地元の活性化につながる観光モビリティマネジメントの取組も実施する。			観光マップの配布及び配架	公共交通への転換	○	B	B	増容目標としていた既存イベントへの来場者が増加傾向のため。
			実績							

【深草支所】

局・区総括

深草管内は地下鉄の駅が無く、京阪本線及びJR奈良線が主要路線であるため、取組による地下鉄増客効果については課題が残ったが、引き続き増客に繋がる取組の推進を図る。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
1	テレビモニタ広告を 使った公共交通機 関利用促進	22年度から導入したテレビモニタ広告に おいて、公共交通機関による来庁及び市 バス・地下鉄利用の促進を図っている。	テレビモニタ広 告の掲載	テレビモニタ広 告の掲載の継 続	テレビモニタ広 告の掲載の継 続	広報・PR	○	B	B	公共交通機関 の利用を啓発 したことによ り、地下鉄の利 用促進に間接 的に貢献でき たと考える。
			実績							
			・テレビモニタ 広告の掲載	・テレビモニタ 広告の掲載 ・地下鉄に乗 るDVDの放映	・テレビモニタ 広告の掲載 ・地下鉄に乗 るDVDの放映					
2	深草トレイル	深草地域は、伏見稲荷大社や藤森神社 などに代表される多くの名所・旧跡や広大 な竹林を有し、各所を結ぶ散策路(トレイ ル)を平成20年度に整備した。22年度に は大岩山周辺の里山づくりを進め、大岩 山展望所コースとして拡充整備し、深草ト レイルの魅力を上させた。コースは京阪伏見稲荷駅、藤森駅、墨染駅 をスタートとするため、竹田駅や、地下鉄 三条京阪駅等での乗り継ぎを通して地下 鉄利用者の増加が見込まれる。	トレイルの維持 整備・魅力向上 深草トレイル マップの配布	トレイルの維持 整備・魅力向上 深草トレイル マップの配布	トレイルの維持 整備・魅力向上 深草トレイル マップの配布	施設の整備 ・誘致	○	A	C	深草管内は京 阪本線及びJR 奈良線が主要 路線であるた め。
			実績							
			・深草トレイル の維持管理作 業の実施(随 時) ・深草トレイル マップ約3,500 部配布	・深草トレイル の維持管理作 業の実施(随 時) ・深草トレイル マップ約3,000 部配布	・深草トレイル の維持管理作 業の実施(随 時) ・深草トレイル マップの英語版 を3,000部作成					
3	深草ふれあいプラザ	深草の良さを再発見し、地元への愛着を 更に深めることを目的として、幅広い世 代の住民相互の交流を促す各種事業を展 開する。 事業の実施において、公共交通機関の利 用を呼びかける。	第24回深草ふ れあいプラザ 10月19日(日) 実施	第25回深草ふ れあいプラザ 10月18日(日) 実施	第26回深草ふ れあいプラザ 10月16日(日) 実施	イベント	○	A	B	会場(藤森神 社)が京阪及び JR沿線である が、チャリン・ ボスターに駐車 場が無いこと、 公共交通機関 の利用を記載 したことによ り、公共交通の 利用促進に貢 献できたと考 える。
			実績							
			参加者数 15,000人	参加者数 15,000人	参加者数 15,000人					
4	琵琶湖疏水(鴨川運 河)の魅力発信	琵琶湖疏水(鴨川運河)は、四季折々の 自然景観や歴史的・文化的価値を有する 魅力的な空間である。この運河の価値を 多くの人に認識していただき、地域の活 性化や観光振興に生かすことを目的に、地 域で活動する学生や有識者を中心とした 取組を支援する。 琵琶湖疏水(鴨川運河)の魅力発信し、 関心を高めることで、竹田駅や、地下鉄三 条京阪駅等での乗り継ぎを通して地下鉄 利用者の増加が見込まれる。	・鴨川運河会 議の開催 ・魅力発信のた めの冊子作成 ・まち歩きツ アーの開催 ・活用策等の検 討	鴨川運河の魅 力を活かしたイ ベントの実施や 魅力発信のた めの冊子配布 等		その他	□	A	C	近隣に居住す る参加者が多 かったため。
			実績							
			・冊子の完成 ・まち歩きツ アーの開催(2 回) 延べ20人参加 ・鴨川運河会 議の開催(4回) 延べ72人参加	・活動周知の冊 子配布 ・鴨川運河会 議の開催(4回) 延べ約100人参 加						
5	市民しんぶん伏見 区版「きらり伏見」の 読者プレゼントとし て「トラフィカ京カ ード」利用	市民しんぶん伏見区版「きらり伏見」の読 者プレゼントとして同カードを利用し、公 共交通機関の利用を促進する。	3箇月に1回、 1人の方へ送付	3箇月に1回、 1人の方へ送付	3箇月に1回、 1人の方へ送付	乗車券販 売・広告 収入等	○	A	B	トラフィカ京 カードをプレ ゼントに活用 したことによ り、地下鉄の 利用促進に 貢献できたと 考える。
			実績							
			3箇月に1回、 1人の方へ送付	3箇月に1回、 1名の方へ送付	3箇月に1回、 1名の方へ送付					

【深草支所】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
6	市民しんぶん伏見区版「きらり伏見」や区ホームページなどの広報媒体を利用した公共交通機関の利用促進	市民しんぶん伏見区版「きらり伏見」や区ホームページなどの広報媒体を利用し、公共交通機関の利用促進についても情報発信を積極的に行っていく。	市民しんぶん発行時やHP更新時に適宜実施	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	広報において、公共交通利用の啓発を行ったことにより、公共交通機関の利用促進に貢献できたと考えられる。
			実績							
7	職員の利用促進	支所全職員に対し、地下鉄5万人増客アクションプログラムの要旨を周知するとともに、交通手段として、出来る限り公共交通機関を利用するよう呼びかける。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	職員等利用	○	B	B	職員への公共交通利用の意識付けをすることができたと考えられる。
			実績							
8	来庁者に向けた公共交通機関の情報提供	庁舎内で公共交通機関の時刻表を設置し、情報提供をすることで、来庁者の利用促進を図る。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	来庁者に対して公共交通利用の意識付けをすることができたと考えられる。
			実績							
9	深草文化交流	豊かな自然と歴史が息づく深草地域において、地域における文化活動をより一層推進するとともに、地域に愛着を持ち、住民相互の交流とふれあいを深めることを促す。事業の実施において、公共交通機関の利用を呼びかける。	第12回深草文化交流 1月10日実施	第13回深草文化交流 1月9日実施	第14回深草文化交流 1月14日実施	イベント	○	A	B	会場(支所)は京阪及びJR沿線であるが、チラシ・ポスターに駐車場が無いこと、公共交通機関の利用を記載したことにより、公共交通の利用促進に貢献できたと考えられる。
			実績							
10	「伏見人権の集い」学習会	「伏見人権の集い」学習会の実施にあたり、公共交通機関の利用を呼びかける。	12月13日実施	11月28日実施	12月3日実施	イベント	○	A	C	会場(支所)は京阪及びJR沿線であるが、チラシ・ポスターに駐車場が無いこと、公共交通機関の利用を記載したことにより、公共交通の利用促進に貢献できたと考えられる。
			実績							
11	深草まるごとつながりネットワーク	深草地域に「住みたい、住み続けたい」と思えるまちづくりの実現を目指すための「出会いと学びの場」を立ち上げ、活動していく。その取組の中で、地域資源の活用について考え、その魅力を発信し、深草地域への関心を高めることで、竹田駅や、地下鉄三条京阪駅等での乗り継ぎを通して地下鉄利用者の増加が見込まれる。		深草地域にある地域資源を洗い出し、その魅せ方を考える。	深草トレイル大岩山展望所コースに在る大岩神社周辺の整備の活動を通じて人の輪(ネットワーク)を広げる。	その他	○	A	C	近隣に居住する参加者が多かったため。
			実績							

【醍醐支所】

局・区総括

醍醐管内には地下鉄の駅があるため、来庁者へ地下鉄・バスの利用を呼び掛け等を積極的に行い、更なる地下鉄や醍醐コミュニティバスなどの公共交通機関の利用促進に繋がる取組の推進を図っていく。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
1	「京の醍醐めぐり-観る・味るの魅どころ満載！おさんぽまっぶ-」及びPRポスターを活用した地下鉄・バスの利用促進	平成22年度に作成した、「京の醍醐めぐり-観る・味るの魅どころ満載！おさんぽまっぶ-」及びPRポスターを活用し、地下鉄や醍醐コミュニティバスなどの公共交通機関の利用促進につなげる。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	たくさんの方に公共交通機関利用促進の呼び掛けができた。
			実績							
			-	-	-					
2	「醍醐ふれあいプラザ」における交通局ブースの出店	ふれあいプラザにおいて交通局にブース出店を依頼し、地下鉄・バスの利用を呼び掛ける。	9月14日開催	9月20日開催	9月18日、19日(予備日)	広報・PRイベント	○	B	B	たくさんの方に公共交通機関利用促進の呼び掛けができた。
			実績							
			来場者延べ2万人	来場者延べ2万人	両日：雨天中止					
3	刊行物等への交通アクセスの記載の働き掛け	寺社・各種団体等が作成する行事のパンフレット等に、交通アクセスとして地下鉄東西線の記載を働き掛ける。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	たくさんの方に公共交通機関利用促進の呼び掛けができた。
			実績							
			-	-	-					
4	広告用TVモニターによる地下鉄・バスの利用促進の周知	22年4月から支所に設置している広告用TVモニターを利用して、来庁者へ地下鉄・バスの利用を呼び掛ける。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	たくさんの方に公共交通機関利用促進の呼び掛けができた。
			実績							
			・テレビモニター広告の掲載	・テレビモニター広告の掲載 ・地下鉄に乗るDVDの放映	・テレビモニター広告の掲載					
5	市民しんぶん伏見区版「きらり伏見」の読者プレゼントとして「トラフィカカード」利用	市民しんぶん伏見区版「きらり伏見」の読者プレゼントとして同カードを利用し、公共交通機関の利用を促進する。	3箇月に1回、1名の方へ送付	3箇月に1回、1名の方へ送付	3箇月に1回、1名の方へ送付	乗車券販売・広告収入等	○	B	B	たくさんの方に公共交通機関利用促進の呼び掛けができた。
			実績							
			3箇月に1回、1名の方へ送付	取組の継続	取組の継続					
6	市民しんぶん伏見区版「きらり伏見」や区ホームページなどの広報媒体を利用した公共交通機関の利用促進	市民しんぶん伏見区版「きらり伏見」や区ホームページなどの広報媒体を利用し、公共交通機関の利用促進についても情報発信を積極的に行っていく。	市民しんぶん発行時やHP更新時に適宜実施	市民しんぶん発行時やHP更新時に適宜実施	市民しんぶん発行時やHP更新時に適宜実施	広報・PR	○	B	B	たくさんの方に公共交通機関利用促進の呼び掛けができた。
			実績							
			取組の継続	取組の継続	取組の継続					

【醍醐支所】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
7	「醍醐ふれあいプラザ」への公共交通機関利用促進の呼びかけ	地域の特性を活かした個性あふれるまちづくりを推進し、住民相互のふれあいと交流を一層深めることを目的とする「醍醐ふれあいプラザ」の実施にあたり、開催場所を折戸公園(醍醐駅付近)とし、案内チラシ等で地下鉄利用を呼び掛けている。	26年9月実施	27年9月実施	28年9月実施	広報・PRイベント	○	A	B	会場が地下鉄沿線であることと、「かわら版」に公共交通機関利用促進の文言を記載することで、増客に貢献できた。
			実績							
			ふれあいかわら版に交通局、京阪バス、醍醐コミバスと連携をした公共交通機関利用促進の記事を掲載	ふれあいかわら版に交通局、京阪バス、醍醐コミバスと連携をした公共交通機関利用促進の記事を掲載	ふれあいかわら版に交通局、京阪バス、醍醐コミバスと連携をした公共交通機関利用促進の記事を掲載					
8	「人権を考える講演会」の実施	「人権を考える講演会」の実施にあたり、開催場所を地下鉄醍醐駅にある、醍醐交流会館とし、地下鉄等の公共交通機関の利用促進を図る。	26年12月実施	27年12月実施	28年12月実施	広報・PRイベント	○	A	B	会場が地下鉄沿線であることと、チラシやポスターには公共交通機関利用促進の文言を記載することで、増客に貢献できた。
			実績							
			来場者数183人	来場者数170人	来場者数138人					
9	「福祉のまち・醍醐交流大会」の実施	醍醐地域の福祉施設や保育園等が連携して日頃の活動成果を発表する「福祉のまち・醍醐交流大会」の実施にあたり、開催場所を地下鉄醍醐駅にある、醍醐交流会館とし、地下鉄等の公共交通機関の利用促進を図る。	27年1月実施	28年1月実施	29年1月実施	広報・PRイベント	○	A	B	会場が地下鉄沿線であることと、増客に貢献できた。
			実績							
			来場者数2,300人	来場者数2,300人	来場者数2,300人					
10	「醍醐もちもちいんウォーク」の実施による公共交通機関の利用促進の呼びかけ	史跡等が点在する醍醐の魅力を新たに発見し、より深く醍醐を知ってもらうため、「醍醐もちもちいんウォーク」を実施。事業の実施において、公共交通機関の利用を呼び掛ける。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PRイベント	○	A	B	スタート及びゴールが地下鉄沿線であることと、増客に貢献できた。
			実績							
			実施概要に、醍醐駅からの案内図と石田駅の時刻表を添付	実施概要に、石田駅からの案内図を添付	スタート及びゴールを、地下鉄醍醐駅直結のバセオダイゴローに設定					
11	職員の利用促進	支所全職員に対し、地下鉄5万人増客アクションプログラムの要旨を配布するとともに、職員間において企画する催し等の交通手段として、出来る限り公共交通機関を利用するよう周知する。	アクションプログラム配布	アクションプログラム配布	アクションプログラム配布	職員等利用	○	B	B	醍醐支所職員に公共交通機関利用促進の呼び掛けができた。
			実績							
			支所職員数181人(嘱託等含む)	支所職員数175人(嘱託等含む)	支所職員数175人(嘱託等含む)					
12	「醍醐支所地下鉄利用促進会議」の設置	支所課長会を中心に、醍醐支所地下鉄利用促進会議を設置し、地下鉄利用促進に関する意見交換を定期的に行う。	取組の推進 12月に会議開催	取組の推進	取組の推進	その他	○	B	B	課長級職員からの発信で、醍醐支所職員に公共交通機関利用促進の呼び掛けができた。
			実績							
			-	-	-					
13	来庁者に向けた公共交通機関の情報提供	庁舎内で公共交通機関の時刻表を設置し、情報提供をすることで、来庁者の利用促進を図る。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	たくさんの方に公共交通機関利用促進の呼び掛けができた。
			実績							
			-	-	-					
14	敬老乗車証の利用促進	生活保護受給世帯のうち、敬老乗車証の交付を受けていない70歳以上の方を対象に、制度の周知を図り増客につなげる。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	その他	○	B	B	70歳以上の方に公共交通機関利用促進の呼び掛けができた。
			実績							
			-	-	-					

【消防局】

局・区総括

各事業において、市バス・地下鉄の利用動員を行い一定の利用があったことから取組の成果があったと評価できる。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
1	京都市消防団定例表彰式	市民の生命と財産を守るため、業務に精励する消防団及び消防団員に対する表彰式を立命館大学朱雀キャンパスで開催する際に、市バス・地下鉄での来場を勧奨する。	26年11月1日(土)開催	27年11月1日(日)開催	28年11月6日(日)開催	イベント	○	A	B	来場者について、市バス・地下鉄で来場したため。
			実績							
			参加者数約400人	参加者数約300人	参加者数約300人					
2	京都市消防出初式	訓練や行進等を通じ、力強い姿を披露するとともに、「安心・安全のまち京都」の推進に努めていく決意を新たにすることを目的として京都市勤業館前付近(予定)で開催する「京都市消防出初式」を案内する際に、市バス・地下鉄での来場を勧奨する。	27年1月11日(日)開催	28年1月10日(日)開催	29年1月8日(日)開催	イベント	○	A	B	案内時に公共交通機関での来場を勧奨している中、例年規模の来場者数があったため。
			実績							
			来場者数約4,500人	来場者数約4,500人	来場者数約4,500人					
3	消防記念日表彰式・講演会	防火防災活動に尽力されている自主防災組織等を表彰することで、市民の防火防災意識の高揚を図るとともに、消防行政の推進を図るため立命館大学朱雀キャンパスホールで開催する際に、市バス・地下鉄での来場を勧奨する。	27年3月8日(日)開催	28年3月6日(日)開催	29年3月12日(日)開催	イベント	○	A	B	会場には、駐車場を設けず、受賞者への案内時に公共交通機関での来場を勧奨している中、例年規模の来場者数があったため。
			実績							
			来場者数約400人	来場者数約400人	来場者数約400人					
4	消防救助技術東近畿地区指導会	7府県の救助隊員が一堂に会し、様々な救助事故現場を想定した訓練において、日頃鍛え抜いた高度な消防救助技術を披露する「消防救助技術東近畿地区指導会」を開催する際に、市バス・地下鉄での来場を勧奨する。	26年8月1日(金)開催	27年7月31日(金)開催	28年7月29日(金)開催	イベント	○	A	B	一般来場者向けに竹田駅と会場間で臨時バスを運用し、ホームページ等に公共交通機関利用促進の文言を記載したことで、増客に貢献できた。
			実績							
			参加者数約500名	来場者数約700名	来場者数約1,200人					
5	防火ふれあいコンサート	多くの市民に音楽を通じて防火・防災の啓発を行うため、消防音楽隊による「防火ふれあいコンサート」を毎月各1回、市内5箇所(キタオオジタウン、ゼスト御池、ポルトプラザ、パセオダイゴロー、イオンモール京都桂川)の地下鉄沿線で開催する。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	イベント	○	A	A	パンフレットの配布数の増加からも分かるように、各会場への来場者数は増加傾向にあり、来場者が地下鉄を活用した。
			実績							
			来場者に対し、6,896部のパンフレットを配布	来場者に対し、9,141部のパンフレットを配布	来場者に対し、9,217部のパンフレットを配布					
6	京都市市民防災センターの利用動員	京都市市民防災センター(南区西九条菅田町7)における災害の疑似体験、イベント等へ参加する際、市バス・地下鉄の利用を勧奨する(通年)。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	イベント	○	A	B	来館者に市バス・地下鉄の利用をホームページ等で勧奨した結果、市バス・地下鉄の利用促進に効果があったと思われるため。
			実績							
			来館者数104,892人	来館者数101,331人	来館者数93,724人					

【消防局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
7	消防図画・ポスター・作文表彰式	各消防署において、園児や小・中学生から応募があった消防図画、ポスター、作文の優秀作品を表彰する「消防図画・ポスター・作文表彰式」を開催する際に、市バス・地下鉄での来場を勧奨する。	取組の推進	平成27年11月から平成28年2月まで開催	平成28年11月から平成29年2月まで開催	イベント	○	B	B	来館者に市バス・地下鉄の利用をホームページ等で勧奨した結果、市バス・地下鉄の利用促進に効果があったと思われるため。
			実績							
			来場者数 約3,800人	来場者数 約3,700人	来場者数 約10,226人					
8	市民消防表彰式	各消防署において、地域の防火・防災の充実・強化に尽力した区内の自主防災組織等を表彰する「市民消防表彰式」を開催する際に、市バス・地下鉄での来場を勧奨する。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	イベント	○	A	B	市バス・地下鉄での来場を勧奨したことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考ええる。
			実績							
			来場者数 約900人	来場者数 約900人	来場者数 約900人					
9	少年消防クラブ修了式・入会式	各消防署において、少年少女に防火防災に関する知識及び技術を普及し、防火防災マナーを身につけた社会人を育成する「少年消防クラブ」の修了式・入会式を開催する際に、市バス・地下鉄での来場を勧奨する。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	イベント	○	A	B	「少年消防クラブ」の修了式・入会式を市内各消防署で開催することで、クラブ員の父兄及び関係者等が市バス・地下鉄を活用した。
			実績							
			来場者数 約800人	来場者数 約500名	来場者数 約900名					
10	京都市内で実施する各種会議、研修会等	京都市内で実施する各種会議、研修会等を実施する際に、市バス・地下鉄でのアクセス方法を紹介する。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	イベント	○	B	B	市バス・地下鉄でのアクセス方法を紹介したことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考ええる。
			実績							
			-	-	-					
11	京都市消防団フェスタ	梅小路公園で実施するため、市バス、地下鉄等でのアクセス方法を勧奨する。	26年11月30日(土)開催	27年11月29日(日)開催	28年11月27日(日)開催	イベント	○	A	C	屋外イベントであり、雨のため来場者が見込みよりも少なかった。
			実績							
			参加者数 約3,000人	参加者数 約3,500人	参加者数 約2,000人					
12	京都市消防団協力事業所表示証交付式	市民の生命と財産を守るため、業務に精励する消防団及び消防団員に対する表彰式をウェスティン都ホテルで開催する際に、市バス・地下鉄での来場を勧奨した。平成27年度以降は、各消防署において引き続き実施する。	26年11月1日(日)開催	取組の推進(各消防署にて随時実施)	取組の推進(各消防署にて随時実施)	イベント	○	A	B	市バス・地下鉄での来場を勧奨したことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考ええる。
			実績							
			参加者数 約50人	参加者数 約10名	参加者数 約10名					
13	京都市防火基準適合表示制度に係る表示マーク交付式	開催場所を地下鉄で来場できる、池坊会館に設定し、勧奨した。平成27年度以降は、各消防署において引き続き実施する。	26年9月20日(土)開催	27年10月1日(木)各消防署で開催	28年10月1日(土)各消防署で開催	イベント	○	A	B	予定通りの人数の参加が認められたため。
			実績							
			参加者数 約100名	参加者数 137名	参加者数 139名					

【交通局】

局・区総括

コトキン・ライナーをはじめとする夜間ダイヤの充実や、駅ナカビジネスの展開による地下鉄の魅力向上、大学や集客施設・沿線イベントとの連携など、増客に向けて積極的に取組を展開した。

周年イベントや地下鉄の日イベント等については、多くの集客があり、増客に直接的な効果があった。

また、サブウェイ・パフォーマー事業や駅ナカアートなど、駅の賑わいを創出する取組の展開や、案内サインの充実・通信環境の整備等、お客様の利便性向上につながる取組を行うことで、地下鉄の利用促進に努めた。太秦萌など「地下鉄に乗るっ！」シリーズのキャラクターの活用など、地下鉄に親しみを感じていただけるような効果的なPRも積極的に実施できた。

さらに、市バスの系統・ダイヤ編成やバス待ち環境の改善等、市バスの取組とも連携することによって、地下鉄・市バスの両方に効果があった。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
			実績							
1	市バス・地下鉄友の会	市民の皆様やお客様を対象とした会員制の市バス・地下鉄のファンクラブとして、会報誌の発行や交通局のイベントへの参加などを通じて、局事業のPRを行い、市バス・地下鉄事業への理解を深めていただく。	会員募集、会の運営、会報誌等を通じたイベント・事業等の紹介	会員募集、会の運営、会報誌等を通じたイベント・事業等の紹介	活動休止	広報・PR	□	B	B	市バス・地下鉄事業の理解を深めることにつながったと考えられる。
			会員数188人 (27年3月末現在)	会員数190人 (28年3月末現在)	—					
2	職員の福利厚生事業における地下鉄・市バスの活用	職員の福利厚生事業の開催場所について、可能な限り地下鉄駅及び市バス停留所付近に設定する。また、移動にあたり、交通機関を利用する場合は、可能な限り地下鉄・市バスを利用する。	福利厚生事業の実施	福利厚生事業の実施	福利厚生事業の実施	職員等利用	○	A	A	昨年の実績を上回る参加者数(前年比約1.3倍増)となったため。
			・京都水族館&梅小路蒸気機関車館見学 参加者数約250人 ・非公開文化財めぐり 参加者数43人	・東映太秦映画村 参加者数約340人 ・友禅染体験&京都国際マンガミュージアム 参加者数129人	・東映太秦映画村 参加者数286人 ・東寺&京都鉄道博物館 参加者数327人					
3	「全国一お客様サービス実践プロジェクトチーム」による取組の推進	「交通事業者全国一のお客様接遇」を実践するため、「全国一お客様サービス実践プロジェクトチーム」を設置し、お客様に心から満足いただける、より質の高いサービスの提供に局が一体となった取組を推進する。	「全国一お客様サービス実践PT」の設置、取組の推進	取組の推進、総括		利便性向上	□	B	B	ソフト面からのサービス向上を目指した取り組みであり、利用促進に間接的に効果があったと考える。
			市バス・地下鉄お客様サービス向上サポート会議による外部評価・提言	提言を踏まえた取組の推進						
4	交通局マスコットキャラクターの着ぐるみの製作・活用	未来のお客様であるお子様に、市バス・地下鉄に親しみを持ってもらうため、交通局のマスコットキャラクターの着ぐるみを製作し、様々なイベントで活用する。	・イベント等での着ぐるみの活用 ・着ぐるみ(京ちゃん・都くん)各1体の追加製作(9月初旬)	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	愛されるマスコットキャラクターとして徐々に定着しており、出演したイベントにおいて、子どもたちをはじめ、人気を集めている。
			90件のイベント出演	63件のイベント出演	51件のイベント出演					

【交通局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
5	企画乗車券等の販売促進	他社局と連携して発売している企画乗車券等について、PRを積極的に行うなど、販売促進に努める。	企画乗車券の販売 ・新たな企画乗車券として、「ひらパーGo!Go!チケット(京都市交通局版)」を発売(9月13日～)	企画乗車券の販売 ・「歩くまち・京都レールきっぷ」を発売(12月11日～3月21日)	企画乗車券の販売 ・「KANSAI ONE PASS」を発売(4月8日) ・新たな企画乗車券として「バス&いいでん鞍馬・貴船日帰りきっぷ」を発売(4月29日～) ・「歩くまち・京都レールきっぷ」を発売(7月1日～9月30日、12月9日～3月20日)	乗車券販売・広告収入等	○	A	B	新たな企画乗車券を発売しPRに努めたため。
			実績							
6	民間交通事業者と連携した取組の推進	関西の公共交通各社と連携し、神戸や大阪の他社駅等で観光リーフレットの配布会やPRポスターの掲示を行うことで、相互に観光客の獲得を図る。	取組の推進(他社局と連携した事業の実施)	取組の推進(他社局と連携した事業の実施)	取組の推進(他社局と連携した事業の実施)	広報・PR	○	B	B	神戸や大阪の他社駅等で観光リーフレットの配布会やPRポスターの掲示を行ったことで入浴を促す効果があった。
			実績							
7	市バス・地下鉄愛好会事業の推進	大学などが自主的に企画・運営する、市バス・地下鉄の増客につながるイベント等について、交通局がPRなどの協力を行う。	平女祭(10月26日)のPR(駅へのポスター掲出、ちらし配布)	平成27年度より、「沿線大学との連携による地下鉄利用促進策の推進」に一本化		イベント	□	B	B	ポスター掲出によりイベントが周知され、増客に貢献できたと考えられる。
			実績							
8	地下鉄北山駅における京都市立芸術大学生の作品展示	交通局、市立芸術大学、(公財)京都市音楽芸術文化振興財団が協働し、京都コンサートホールの最寄駅である地下鉄北山駅で、市立芸術大学生が制作した音楽をテーマとした作品の発表を通じて、地下鉄駅の賑わいを創出する。	作品のリニューアル(9月4日～)及び、京都北山街協同組合との協働によるPRの実施	作品のリニューアル(9月3日～)及び、京都北山街協同組合との協働によるPRの実施	作品のリニューアル(9月13日～)及び、京都北山街協同組合との協働によるPRの実施	広報・PR	○	B	B	アンケートの回答数が年々増加しており、駅の賑わい創出に貢献したと考えられるため。
			実績							

【交通局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
9	通勤・通学定期券のPR強化	定期券の利用促進を図るため、通勤定期券PRチラシのバス車内への吊下げ広告や、大学入学時のオリエンテーションでの通学定期券PRリーフレットの配布など、様々な機会を通じてPRを徹底して行う。	積極的なPRの実施（PRリーフレットの作成、配架）	積極的なPRの実施（PRリーフレットの作成、配架）	積極的なPRの実施（PRリーフレット・チラシ等の作成、配架）	広報・PR	○	B	B	定期券の利用促進を図るため、チラシ、ポスター等でPRに努めたため。
			実績							
			・定期券の買い替え時期に約30大学にてPRリーフレットを配布（3月）	・通勤定期券PRチラシ・ポスターを地下鉄・バス車内へ掲出（3～4月） ・通学定期券PRリーフレットを約30大学にて配布（3～4月）	・通勤定期券PRチラシをバス車内へ掲出（4月～5月中旬） ・通学定期券PRリーフレットを約30大学にて配布（3～4月）					
10	地下鉄・市バスグッズの発売	子どもから大人まで幅広い層のお客様が市バス・地下鉄に親しみを持ってもらえるよう、市バス・地下鉄関連のグッズを発売する。	グッズの製作・販売 ・ブック型附箋（太秦萌、松賀咲、小野ミサ） ・スルッとKANSAI関連グッズ（ぶくぶくシー、ペンポーチ、カレンダー） ・市バス「チョロQ」	グッズの製作・販売 ・方向幕タオル（実寸大） ・ハローキティ根付（地下鉄烏丸線） ・ハローキティバタバタメモ（交通局版） ・スルッとKANSAI関連グッズ（タンブラー、パスケース、カレンダー） ・「太秦萌」ジグソーパズル	グッズの製作・販売 ・“地下鉄に乗るっ”シリーズグッズ（うちわ、Tシャツ、リングノート、クリアファイル、ジグソーパズル） ・方向幕タオル（実寸大） ・市バス「チョロQ」 ・スルッとKANSAI関連グッズ（ペーパークラフトブロック、カレンダー） ・とことこ京ちゃん・都くん ・テクテク電車（交通局版）	広報・PR	○	B	B	直接的な効果はないもののファンづくりを進めることができたため。
			実績							
			5種類制作・販売	7種類制作・販売	12種類制作・販売					
11	駅ナカビジネスの積極的な展開	駅構内の配置を見直すことにより、活用可能な公共空間を最大限創出するとともに、民間のノウハウも活用して積極的に取組を展開する。	・コトチカ御池の拡充、今出川駅構内店舗の出店者募集受付（7月） ・コトチカ山科のオープン（10月） ・丸太町駅構内店舗のオープン（12月）	・コトチカ京都の拡充、コトチカ四條再公募の出店者募集受付（8月） ・今出川駅構内店舗の開業（11月） ・コトチカ御池の拡充（4店舗の新規開業）（1月）	・コトチカ北大路及びコトチカ御池にける出店者募集受付（8月） ・コトチカ京都の拡充（5店舗の新規開業）（3月）	利便性向上	○	B	B	京都駅の南側に新たな店舗ができたことにより、賑わいを生み出した。
			実績							
12	バスICカードの取組	市バスへICカードサービスを導入することにより、お客様サービスの向上を図る。	市バスICカードサービスの開始	26年度に導入済のため、ICカードの普及促進の取組に一本化		利便性向上	□	B	B	・1枚のICカードで市バス・地下鉄がスムーズに利用できるため。 ・PiTaPaでは、市バス・地下鉄の利用額合計で運賃が割引になる制度を導入したため。
			実績							
			12月24日開始							

【交通局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
13	ICカードの普及促進の取組	市バスへのICカードサービスの導入を契機として、ICカードの普及促進を図るとともに、更なる利便性の向上に向け、IC定期券の導入などの検討を進める。	ICカードの普及促進	ICカードの普及促進	ICカードの普及促進(IC定期券導入のPRを重点)	利便性向上	○	B	B	・京都府OSAKA PiTaPaの入会者が増加しているため。 ・車内吊り広告、車内でのステッカー掲出、デジタルサイネージへの掲出など、積極的にPRを実施したため。
			実績							
			・交通局ニュース、デジタルサイネージ、主要停留所でのPOP掲出 ・地下鉄窓ステッカーや各種広告媒体によるPR実施 ・京都府OSAKA PiTaPaキャンペーンの実施(11月～1月末) ・上記キャンペーンのPRイベントの開催(11月9日間) ・市バスIC導入PR(ポスター、映画CM等) ・地下鉄窓ステッカー、シティリビング掲載	・バス車内へのPRシート掲出(5月) ・烏丸御池駅可動柵へのPR広告掲出(7月) ・京都府OSAKA PiTaPaキャンペーンの実施(8月～12月、3～5月) ・大学での定期出張販売と合わせたPR ・シティリビングへのPR記事掲載 ・新ガイドブックを各駅、案内所等に設置 ・ベーシックカード入会申込書を各駅に設置	・京都府OSAKA PiTaPaキャンペーンの実施(8月～12月) ・新ガイドブックを各駅、案内所等に設置 ・ベーシックカード入会申込書を各駅に設置 ・平成29年4月からのICカードに関する新サービス(IC定期券、乗継割引、PiTaPa定期相当サービス)に向けて、バス車載器、駅務機器等の改修、PR(ポスター等)を実施。					
14	大学での通学定期券出張販売	定期券発売所では販売していない通学定期券を大学で出張販売することにより、地下鉄・市バスの増客を図る。	4月、10月に同志社大学、仏教大学での出張販売の実施	4月、10月に各大学での出張販売の実施	4月、9月に各大学での出張販売の実施	乗車券販売・広告収入等	○	B	B	購入の動機付けをすることにより、誘客へつながった。
			実績							
			4月(同志社:183件、佛大:368件) 10月(同志社:68件、佛大:117件)	4月(同志社:135件、佛大:416件、学園大:72件) 9月(佛大:148件) 10月(同志社:31件)	4月(佛大:373件、洛星中:133件) 9月(佛大:151件)					
15	区役所・支所等と連携した取組の推進	地下鉄5万人の増客目標の達成に向け、区役所・支所と連携して、区からの情報発信により、区外から集客できるような取組を展開する。また、各局区等のイベントにブース出展することにより、地下鉄の利用を促進する。	・各区役所訪問(6月) ・高瀬川開削400周年記念事業との連携(8月～11月、中京区、下京区) ・京都・やまの観光ウィークとの協同PR(11月、山科区) ・区役所ふれあいまつり等イベントへの出展(16件) ・地下鉄駅発! 京都エリア ウォーク 京都あるく第一弾「くいな橋から歩く」との連携(3月、伏見区)	・各区役所訪問の実施(6月) ・区役所ふれあいまつり等イベントへの出展(18件) ・地下鉄駅発! 京都エリア ウォーク 京都あるく第二弾「ぐるっと北山」との連携(10月24日実施、北区・左京区)	・各区役所訪問の実施(6～8月) ・区役所ふれあいまつり等イベントへの出展 ・「地下鉄開業35周年・国立京都国際会館開館50周年記念イベント」との連携(7月30日実施、左京区) ・地下鉄駅発! 京都エリア ウォーク 京都あるく第三弾「ぐるっと山科」との連携(3月、山科区・醍醐支所)	イベント、公共交通への転換	○	A	B	・ブース出展等により、参加者に親しみを感じていただくような事業PRを実施している。 ・そのほか、区役所・支所等と連携したイベントを行うことで、集客効果があった。
			実績							
			取組件数19件	取組件数19件	取組件数19件					

【交通局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
16	地下鉄駅周辺散策ガイドの作成	駅ごとの個性を活かし、地下鉄駅周辺の見どころをめぐる散策ガイドを作成し、地下鉄のお客様の増客に繋げる。	ガイドマップ制作	取組の推進	更新版のガイドマップ制作	広報・PR	○	B	B	駅ごとの見どころを紹介することで、地下鉄の利用促進に一定の効果があったと考える。
			実績							
17	コトチカ広場の活用推進	各局区との連携による各種イベント等の開催場所として、コトチカ広場など駅スペースを活用することにより、地下鉄の増客につなげる。	・リニア誘致PRイベント(5月) ・KYOTOエコマナーPRイベント(8月) ・骨髄バンク登録促進キャンペーン(10月) ・京都・山科観光ウィークPRイベント(11月) ・エイズ予防普及啓発キャンペーン(12月)	・リニア誘致PRイベント(5月) ・祇園祭ごみゼロ大作戦PRイベント(7月) ・骨髄バンク登録促進キャンペーン(10月) ・エイズ予防普及啓発キャンペーン(12月) ・4園館連携記念イベント(3月)	・震災復興支援チャリティーライブ(5月、6月) ・リニア・北陸新幹線誘致PRイベント(5月) ・骨髄バンク登録促進キャンペーン(10月) ・エイズ予防普及啓発キャンペーン(2月) ・4園館連携記念イベント(3月)	イベント	○	A	B	小規模とはいえ、イベント誘致に一定の成果があったため。
			実績							
18	サブウェイパフォーマー事業の推進	駅の賑わい、駅周辺の活性化のためにサブウェイパフォーマーの取組を促進する。	・第4回キング・オブ・パフォーマー開催(6月1日) ・ニュー・ブランシュKYOTO2014への参加(10月4日) ・コトチカ山科開業イベントへの参加(10月11日)	・第5回キング・オブ・パフォーマー開催(5月31日) ・ニュー・ブランシュKYOTO2015への参加(10月3日)	・第6回キング・オブ・パフォーマー開催(5月29日) ・ニュー・ブランシュKYOTO2016への参加(10月1日)	イベント	○	A	B	駅の賑わい創出において一定の成果があった。
			実績							
19	沿線大学との連携による地下鉄利用促進策の推進	沿線大学との連携により、地下鉄・市バスなどの公共交通の利用促進や駅周辺地域の活性化を促進する。	京都学園大学 ・協定締結(4/28) ・大学のPRキャラクター「太秦その」とのコラボレーションによる共同PRの実施 ・右京区役所でのシンポジウム開催(10/18)	平安女学院大学 ・駅ごとの情報誌「きゅんきゅん京都」の発行 ・「1日学生駅長」の活動実施	平安女学院大学 ・駅ごとの情報誌「きゅんきゅん京都」の発行 ・「1日学生駅長」の活動実施	イベント、公共交通への転換	○	B	B	駅周辺の情報を紹介した「きゅんきゅん京都」を発行したこと等により、駅周辺の賑わいに効果があったと考える。
			実績							

【交通局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
20	「地下鉄Cityliving」を活用した地下鉄の利用促進	京都リビングとのタイアップにより発行する「地下鉄Cityliving」において、地下鉄・市バスの便利情報を発信することにより、更なる利用を促進する。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	各駅への配架により、本来の読者層である働く女性以外にも浸透しており、記事への反響も高いため。
			実績							
			毎月2回 計23回発行	毎月2回 計23回発行	毎月2回 計24回発行					
21	カーフリーデーの取組の推進	関係団体との連携により、「モビリティウィーク&カーフリーデー」の啓発や公共交通の利用促進の取組を展開することにより、地下鉄・市バスの増客に繋げる。	「モビリティウィーク&カーフリーデー」のPR及びイベントへの出展(9月) 地下鉄・市バスの利用により映画鑑賞料が割引となる「レールdeシネマ」の実施(9/16~10/31)	「モビリティウィーク&カーフリーデー」のPR及びイベントへの出展(9月)	「モビリティウィーク&カーフリーデー」のPR及びイベントへの出展(9月) 地下鉄の利用により映画鑑賞料が割引となる「電車deシネマ」の実施(9/22~10/30)	公共交通への転換	○	A	B	イベント会場から地下鉄駅が近いこともあり、当日地下鉄での来場者が多いアンケート結果が出ているため。
			実績							
			カーフリーデーイベントの参加者数4,500人	カーフリーデーイベントの参加者数4,000人	カーフリーデーイベントの参加者数3,000人					
22	北山延伸25周年記念事業の実施	平成27年10月に、烏丸線北山延伸25周年を迎えるのを記念して、北山周辺施設(京都府立植物園、京都コンサートホール等)や地域(北山街協同組合)との協働により、北山駅周辺地域の活性化を図る取組を展開することにより、地下鉄増客に繋げる	北山駅周辺施設と連携し、「地下鉄烏丸線北山延伸25周年記念祭 地下鉄に乗って北山に行く」を植物園で開催(10月24日)			広報・PR、イベント	□	A	A	会場最寄りの北山駅の乗降者数が前年度同曜日比で9.3%増であったため。
			実績							
				植物園入場者数11,000人						
23	夏休み自由研究「地下鉄・市バスのヒミツを知ろう」の実施	愛される市バス・地下鉄を目指すとともに、将来のお客様を獲得するため、夏休みに小学生の子どもとその親を対象に、地下鉄・市バス関連施設の見学会を実施する。	竹田車両基地にて自動車整備工場・地下鉄検車区の見学会を実施(8月10,12,17,19日)	竹田車両基地にて自動車整備工場・地下鉄検車区の見学会を実施(8月4,9,12日)	広報・PR、イベント	○	A	B	イベント施設に駐車場がないことからイベント施設へは公共交通機関の利用が予想されるため。	
			実績							
				参加者数93人						参加者数179人
24	地下鉄駅発！京都エリアウォーク 京都あるくの実施	地下鉄の増客と駅周辺地域の魅力を伝えることを目的に、地下鉄駅を起点としたウォーキングイベントを実施する。	第1弾「くいな橋から歩く」を実施 平成27年3月21日(土)開催	第2弾「ぐるっと北山」を実施 平成27年10月24日(土)開催	第3弾「ぐるっと山科」を実施 平成29年3月18日(土)開催	広報・PR、イベント	○	A	B	ウォーキングのスタート地点とゴール地点が異なることから、当日イベントに参加するに当たり、公共交通機関の利用が予想されるため。
			実績							
			参加者数402人	参加者数202人	参加者数234人					

【交通局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
25	地下鉄開業35周年・国際会館開館50周年記念イベントの実施	平成28年度に、地下鉄開業35周年と国立京都国際会館開館50周年を迎えるのを記念して、地下鉄の増客や沿線地域の活性化につながる事業を、駅周辺地域の団体との連携で実施する。			国際会館駅周辺の団体等と連携し、「地下鉄開業35周年・国立京都国際会館50周年記念祭 地下鉄に乗って国際会館に行くっ」を国際会館イベントホールで開催(7月30日)	広報・PR、イベント	□	A	A	会場最寄りの国際会館駅の乗降者数が前年度同曜日比で4.9%増であったため。
			実績							
					入場者数 6,000人					
26	「地下鉄の日」の取組	5月29日の地下鉄の日の取組として、駅周辺でのイベント等を行い、お客様への感謝の気持ちの表明と、増客及びPRIに努める。	<ul style="list-style-type: none"> ◆ヒーロートレイン運行(5/29～6/13) ◆ヒーロー握手会&写真撮影会 ◆太秦萌のぬりえの募集と展示の実施 ◆地下鉄の日限定「トラフィカ京カードセット」の販売会実施 ◆第4回キング・オブ・パフォーマー決勝戦の開催 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ニンニンジャトレイン運行(5/29～6/11) ◆ヒーロー握手会&写真撮影会 ◆太秦萌のぬりえ作品募集と展示 ◆地下鉄の日限定「1dayフリーチケットセット」の販売 ◆第5回キング・オブ・パフォーマー決勝戦の開催 ◆映画村とタイアップしたイベント列車の運行 ◆コトチカ記念セールの実施 	<ul style="list-style-type: none"> ◆京都学園大学にて地下鉄の日特別企画PRイベントの開催 ◆地下鉄の日限定「1dayフリーチケットセット」等の販売 	イベント 広報・PR	○	A	A	イベント開催日の太秦天神川駅(メイン会場最寄り)の乗降者数を、前年の数(同曜日比)より増加させるという目標に対し、5%以上の増加を達成したため。
			実績							
			<ul style="list-style-type: none"> ・ヒーロートレイン運行(5/29～6/13) ・ヒーロー握手会&写真撮影会:5/29約800人参加 ・太秦萌のぬりえ:約120人応募 ・カードセット100セット完売 	<ul style="list-style-type: none"> ・映画村とタイアップしたイベント列車(ニンニンジャトレイン)の運行:5/29 50組100人参加 ・ニンニンジャ握手会:5/29約500人参加 ・ニンニンジャポスタージャケットトレイン運行(5/29～6/13) ・“地下鉄に乗るっ”キャラクターぬりえ作品募集と展示:約240人応募 ・地下鉄の日限定「1dayフリーチケットセット」86セット販売 	<ul style="list-style-type: none"> ・京都学園大学にて地下鉄の日特別企画PRイベント ・約600人来場 ・地下鉄の日限定「地下鉄に乗るっ1dayフリーチケットセット」200セット販売 ・「地下鉄に乗るっ特製手ぬぐいセット」200セット販売 					

【交通局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
27	地下鉄沿線の集客施設等との連携によるイベントの実施	地下鉄沿線の集客施設や集客イベント等と連携し、地下鉄の増容やイメージアップにつながるイベントを実施する。	◆京都駅周辺8ホテル共同企画「グルメストーリー(4月～9月)」とのタイアップ ◆「京の七夕」との連携 ・七夕列車運行 ◆「京まふ」との連携によるアニメ列車運行 ◆「京都国際マンガミュージアム」「東映太秦映画村」「よしもと祇園花月」とタイアップしたスタンプラリーの実施	◆京都駅周辺8ホテル共同企画「グルメストーリー(4月～6月)(10月～12月)」とのタイアップ ◆「京の七夕」との連携 ◆「京まふ」との連携によるアニメ列車運行 ◆「東映太秦映画村」「嵐電」とタイアップしたクイズ&スタンプラリーの実施	◆京都駅周辺8ホテル共同企画「シェフの饗宴(4月～6月)(10月～12月)」とのタイアップ ◆「京の七夕」との連携 ◆「京まふ」との連携によるアニメ列車運行 ◆「東映太秦映画村」とタイアップしたスタンプラリーの実施	イベント	○	A	B	それぞれのイベントにおいて準備したノベルティ数の約80%以上の参加者数を目標としており、おむね目標と同等の参加者数を達成できたため。
			実績							
			・グルメストーリー(4月～6月)参加数約200人 ・グルメストーリー(10月～12月)約100人参加 ・「京の七夕」連携「七夕列車」の運行(8/1～8/11) ・「京まふ」との連携によるアニメ列車運行(9/1～10/31) ・「京都国際マンガミュージアム」「東映太秦映画村」「よしもと祇園花月」とタイアップしたスタンプラリーの実施(7月～8月)参加数約1,000人	・グルメストーリー(4月～6月)参加数約150人 ・シェフの饗宴(10月～12月)約200人参加 ・「京の七夕」連携「七夕列車」の運行(8/1～8/10) ・「京まふ」との連携によるアニメ列車運行(7/23～10/2) ・「東映太秦映画村」「嵐電」とタイアップしたクイズ&スタンプラリーの実施(7月～8月)参加数約300人 ・「東映太秦映画村」とタイアップしたスタンプラリーの実施(11月～12月)参加者数約200人 (1月～2月)参加者数約200人 ・「嵐電」とタイアップしたクリスマススタンプラリーの実施(12月)参加者数約700人	・シェフの饗宴(4月～6月)参加者数約150人 ・「京の七夕」連携「七夕列車」の運行(8/1～8/15) ・「京まふ」との連携によるアニメ列車運行(8/11～10/28) ・「東映太秦映画村」とタイアップしたスタンプラリーの実施(4月～5月)参加数約1,200人(7月～8月)参加者数約230人(9月～10月)実施中(9月～12月)実施中(9月～12月)参加者数約1,400人(12月～1月)参加者数約500人(12月～3月)参加者数約1,100人(3月～4月)参加者数約120人 ・「嵐電」とタイアップしたクリスマススタンプラリーの実施(12月)参加者数約700人					

【交通局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価				
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由			
28	区役所・支所との連携による駅周辺でのポスティング	地下鉄駅周辺地域に対し、各区役所・支所等と連携して、地下鉄の便利情報の紹介や地下鉄の利用促進の呼びかけを記載したリーフレットの制作・配布を行い、地下鉄の増客を図る。	区役所・支所との連携により、烏丸線北大路駅以南12駅で実施			公共交通への転換 広報・PR	□	B	B	市民しんぶん挟み込みで駅周辺の情報を掲載したことにより、増客の効果があったと考える。			
			実績										
29	醍醐車庫見学会の実施	醍醐車庫を一般に公開する見学会を実施し、増客を図る。	イベントの実施 10月12日(日) 開催	イベントの実施 10月18日(日) 開催	イベントの実施 10月16日(日) 開催	イベント	○	A	B	参加者数が募集人員の1,000名を超えているため。			
			実績										
			参加者数 1,184人	参加者数 1,112人	参加者数 1,006人								
30	「ナイス・ミートin山科」の実施	東部文化会館及び山科区役所との共催により、毎月1回土曜日に、「音の広場」において、東部文化会館で活躍している地域の皆様に、文化芸術活動の成果を披露していただく。	山科駅周辺工事のため未定	イベントの実施	イベントの実施	イベント	○	A	B	月100人、年間で1200人を目標としており、実績と目標が一致しているため。			
			実績										
			山科駅周辺工事のため未実施	1,200人	1,200人								

【交通局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
31	「太秦萌」を活用した地下鉄利用促進に向けたPR活動	地下鉄5万人増客応援キャラクターのポスターやチラシ、グッズ、ノベルティなどの活用により、地下鉄の利用促進を図る内容のPR活動を展開する。	<ul style="list-style-type: none"> ◆沿線施設とコラボレーションしたPRポスターの展開 ◆グッズの製作・販売 ◆アニメCMの制作・放映 ◆「京まふ」との連携 	<ul style="list-style-type: none"> ◆沿線施設等とコラボレーションしたPRポスターの展開 ◆グッズの製作・販売 ◆アニメCM放送範囲の拡大 ◆「京まふ」との連携 ◆4コママンガ等を活用した新たなPR展開 ◆ウォーキングコース紹介アプリ「いしぶみアプリ」との連携 	<ul style="list-style-type: none"> ◆PRポスターの展開 ◆新キャラクターの制作 ◆グッズの製作・販売 ◆「京まふ」でのPR ◆4コママンガ等を活用したPR展開 ◆公式ホームページの制作 ◆他事業者(池坊、京都検定、アニメイト、ステーションメモリーズ!)との連携企画 	広報・PR	○	B	B	各種広報が新聞に掲載されるなど多くの方にPRできたため。
			実績							

【交通局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
			実績							
32	京都エリアウォーク 京都ぐるりの実施	賑わいまちづくりコンソーシアムとの連携により、地下鉄の増客と地下鉄駅周辺地域の魅力の発信を目的として、駅を基点としたウォーキングツアーを実施する。	イベント開催のサポート(集合場所の提供等), PRの推進	イベント開催のサポート(集合場所の提供等), PRの推進	イベント開催のサポート(集合場所の提供等), PRの推進	イベント	○	A	A	1回あたりの平均参加者数が、事業を開始した平成26年度は約10人であるのに対し、平成28年度は約18人であり、約2倍に増加しているため。
			実施回数:72回 参加者数:728人	実施回数:48回 参加者数:793人	実施回数:48回 参加者数:869人					
33	地下鉄駅構内の案内サインの充実	駅構内の案内サインについて、25年度に作成したサインマニュアルを基に見やすく統一された標示のものにしていく。	サインマニュアルに基づき全駅の案内サインを更新 地下鉄駅ホーム階のエレベーター等の案内表示を全駅で増設 東西線全駅の列車案内表示を刷新	4箇国語表示機能付きの券売機、精算機を全駅に導入		利便性向上	○	B	B	お客様サービスに繋がる取組を実施したことにより、地下鉄の利用促進に効果があったと考える。
			実績							
			・地下鉄駅構内の案内サインを更新(3駅実施) ・地下鉄駅ホーム階のエレベーター等の案内表示を増設(全駅実施) ・東西線の列車案内表示を刷新(3駅実施)	・地下鉄駅構内の案内サインを更新(3駅実施) ・東西線の列車案内表示を刷新(5駅実施) ・4箇国語表示機能付きの券売機、精算機の導入(10駅実施)	・地下鉄駅構内の案内サインを更新(烏丸線3駅、東西線6駅実施) ・4箇国語表示機能付きの券売機、精算機の導入(全駅実施)					
34	地上部における地下鉄案内サインの充実	地下鉄各駅の出入口地上部に設置している駅名標を、お客様にわかりやすい表示となるよう、ピクトグラム(絵文字等の視覚記号)を用いた表示に刷新する。また、駅名標以外にも、駅への誘導案内の充実にも努める。	出入口地上部の駅名標を地下鉄のピクトグラムを用いた表示に刷新(東西線)	出入口地上部の駅名標を地下鉄のピクトグラムを用いた表示に刷新(烏丸線)	取組の推進	利便性向上	○	B	B	お客様サービスに繋がる取組を実施したことにより、地下鉄の利用促進に効果があったと考える。
			実績							
			出入口地上部の駅名標を地下鉄のピクトグラムを用いた表示に刷新(東西線全駅実施)	出入口地上部の駅名標を地下鉄のピクトグラムを用いた表示に刷新(烏丸線)	京都駅八条口駅前広場及び連絡通路において、建設局が設置の観光案内版、案内サインに地下鉄、エレベーターへの誘導案内を表示するよう働きかけ					

【交通局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
35	駅ナカアートプロジェクトの推進	地下鉄駅周辺の大学及び協賛企業との連携により、駅に学生によるアート作品を装飾することにより、地下鉄の増容及びPR、イメージアップを図る。	・9大学9駅で作品を展開 ・協賛企業確保の推進	・9大学9駅で作品を展開 ・協賛企業確保の推進	・大谷大学に新たに参加してもらい、10大学9駅で作品を展開 ・協賛企業確保の推進	イベント	○	B	B	駅の賑わい創出において一定の効果があつた。
			実績							
36	地下鉄のダイヤ見直しの検討	地下鉄の更なる利用促進と利便性向上のため、終電の延長も含め、ダイヤの見直しを検討する。	増容に向けた地下鉄ダイヤ見直しの検討			利便性向上	○	B	A	増便、終電延長とも利便性の向上を通じた増容に寄与していると考えられるため。
			実績							
37	地下鉄における通信環境の整備	地下鉄全駅にインターネット無料接続拠点である「KYOTO WiFi」を整備するとともに、全線の走行中の地下鉄車内において、携帯電話による通信を可能とすることにより、お客様の利便性の向上を図る。	全駅に「KYOTO WiFi」を整備			利便性向上	□	B	B	通信環境を整備することにより、お客様の利便性は向上したことにより、利用促進に効果があつたと考える。
			実績							

【交通局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
38	地下鉄駅トイレの美化推進	お客様にトイレを気持ちよくご利用いただくために、北大路～京都間のトイレの改修を進めるとともに、全駅のトイレの悪臭の原因調査を行い、便器の取り換えや床洗浄・コーティング等のオーバーホールを実施する。	北大路駅、今出川駅のトイレの改修		取組の推進 (京都駅、五条駅、鞍馬口駅)	利便性向上	○	B	B	トイレの改修にあたっては、高齢者や外国人観光客など、より多くのお客様が利用しやすいよう、出入口部の段差解消や洋式便器の設置、女性トイレへのパウダーコーナーの設置などを行った。また、全駅トイレのオーバーホールを実施し、お客様が利用しやすい環境を整えた。お客様サービスに繋がる取組であり、利用促進に効果があったと考える。
			トイレのオーバーホールの実施							
39	「地下鉄道しるべ」事業の推進	駅までの経路等を示す案内表示の看板やパネル、ラミネートシート等を交通局が作成し、駅周辺の商店等にご協力いただき無償で設置・掲出する。	・東山駅の案内サインを地元商店街の協力のもと設置	・蹴上駅、二条城前駅、烏丸御池駅、東山駅の周辺施設に展開・設置	取組の推進 (28年度は3駅10箇所程度を予定)	利便性向上	○	B	B	お客様サービスに繋がる取組であり、利用促進に効果があったと考える。
			実績	・東山駅の案内サインを神宮道商店街の3店舗に設置	・二条城前駅2箇所、東山駅4箇所、烏丸御池駅5箇所、蹴上駅6箇所の計4駅17箇所に設置					
40	地下鉄駅におけるIC対応化の促進	改集札機、券売機及び精算機の更新に合わせてICカード対応を進め、ICカード利用環境の向上を図る。		・全駅の全改集札機をICカード対応化 ・ICカードチャージ機能付きの券売機、精算機を全駅に導入		利便性向上	○	B	B	全改集札機がIC対応となり、全駅全コーナーICカードチャージ対応の券売機、精算機を設置し、ICカードの利便性の向上が図れた。お客様サービスに繋がる取組であり、利用促進に効果があったと考える。
			実績	・改集札機18台をIC対応機に更新 ・烏丸線、東西線各5駅の券売機、精算機をICカードチャージ対応機に更新	・改集札機20台をIC対応機に更新 ・烏丸線、東西線21駅の券売機、精算機をICカードチャージ対応機に更新 ・IC対応機能付きインターホンを、四条駅・京都駅に設置					

【交通局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
41	市バスの系統・ダイヤの編成と発信	地下鉄をはじめ民間交通機関とのネットワークを活かしたお客様の増加につながる系統・ダイヤを編成する。 利用者からの目線で分かりやすさを追求した路線やダイヤの実施に努める。	<p>【平成26年10月】 市バス路線・ダイヤの一部変更 ・「イオンモール京都桂川」のオープンに合わせて、特西4号系統の新設(土曜・休日の運行)及び69号系統の経路変更を行うことで、JR桂川駅へのバス路線を強化 ・平日の昼間時間帯の「バスの駅」四条河原町に、17号系統が新たに停車することで、高島屋をはじめとする商業施設への買い物利用の利便性を向上</p> <p>【平成27年3月】 市バス新ダイヤの実施 ・主要系統や直行系統、観光地へのアクセス系統の増便 ・阪急西京極駅前広場の整備に合わせて、84号系統と特27号系統を同駅前広場に乗り入れる経路に変更 ・23時台の201号系統について、二条駅・四條大宮での乗継利便性を向上 ・京都学園大学太秦キャンパス開校にあわせて、11号系統、特71号系統を京都学園大学前経由に変更</p>	<p>【平成27年9月】 市バス路線・ダイヤの一部変更 ・岡崎エリアをきめ細かく循環し、エリア内の移動はもちろん、地下鉄や京阪電車の鉄道駅、市内中心部河原町通とを結ぶ「京都岡崎ループ」を新設 ・5号系統の運行回数の半数を新たに設定する 「五条通経由」に変更し、四条通経由と交互に運行 ・51号系統について、四条河原町から四條烏丸経由としていた運行を、四条京阪・三条京阪経由に変更</p> <p>【平成28年3月】 市バス新ダイヤの実施 ・地域主体のモビリティ・マネジメントと一体となった路線・ダイヤの拡充を実施 ・京都駅からのシャトルバスをはじめ、地下鉄、JR、阪急、京阪等の鉄道駅から京都鉄道博物館が開業する梅小路公園へのアクセスを強化 ・京都駅南口駅前広場の整備にあわせて、京都駅八条口への乗入れを、3系統から7系統に拡大し、あわせて伏見稲荷大社や東寺、東福寺など市南部の主要観光スポットとを結ぶ路線を増強</p>	<p>【平成29年3月】 市バス新ダイヤの実施 ・混雑緩和に向けた主要系統の運行拡充(京都駅と金閣寺とを結ぶ急行系統「二条城・金閣寺Express」の通年運行、金閣寺と銀閣寺とを結ぶ204号系統の増便など) ・大学のまち京都通学系統の運行充実 ・早朝や夜間時間帯の運行充実 ・鉄道との乗継利便性向上など便利にご利用いただけるダイヤ編成(京都岡崎ループの経路変更、南5号の経路変更など) ・地域主体のMMと一体となった路線・ダイヤの拡充(特37号系統の本格運行)</p>	利便性向上	○	B	A	地下鉄をはじめ各交通機関との乗継利便性の向上など、ネットワークを生かしたお客様の増加につながる系統・ダイヤの編成ができたため。
			実績			市バスの平均 旅客数 (1日) 34万1千人	市バスの平均 旅客数 (1日) 35万3千人	市バスの平均 旅客数 (1日) 36万3千人		
42	観光地向け臨時急行系統の運行	京都駅をはじめとした主要地下鉄駅と観光地を結ぶ臨時急行系統を運行するとともに、京の七夕等のイベント開催に伴い臨時増発や臨時系統を運行し、地下鉄から市内主要観光地へのアクセス向上を図る。	<p>観光シーズンを中心に、臨時急行バスを運行する。また、京の七夕、京都岡崎ハレ舞台及び東山花灯路等のイベント開催に伴い、臨時増発や臨時系統を運行する。</p>	<p>観光シーズンを中心に、臨時急行バスを運行する。また、京の七夕、京都岡崎ハレ舞台及び東山天空のライトアップ等のイベント開催に伴い、臨時増発や臨時系統を運行する。</p>	<p>観光シーズンを中心に、臨時急行バスを運行する。また、京の七夕、京都岡崎ハレ舞台及び東山花灯路等のイベント開催に伴い、臨時増発や臨時系統を運行する。</p>	利便性向上・臨時バスの運行	○	A	A	地下鉄駅と市内主要観光地を結ぶ臨時バスをご利用状況に応じて運行し、地下鉄をご利用のお客様の利便性向上に努めた。
			実績			市バスの平均 旅客数 (1日) 34万1千人	市バスの平均 旅客数 (1日) 35万3千人	市バスの平均 旅客数 (1日) 36万3千人		

【交通局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
43	バス待ち環境の向上	インターネット環境を活用した「モニター型」バス接近表示器の導入、バスの駅整備、広告付き上屋の設置などバス待ち環境の向上に努める。	<ul style="list-style-type: none"> ・バス接近表示器の整備 60基 ・バスの駅の整備 5箇所程度 ・広告付き上屋50箇所 ・バス停案内表示の充実 	<ul style="list-style-type: none"> ・バス接近表示器の整備 80基 ・バスの駅の整備 10箇所程度 ・広告付き上屋50箇所 ・簡易ソーラー式照明器具 30箇所 	<ul style="list-style-type: none"> ・バス停上屋の整備 25基 ・バス接近表示器の整備 80基 ・バスの駅の整備 10箇所以上 ・ソーラー式バス停照明の設置 100基 	利便性向上	○	B	B	バス待ち環境の向上は、地下鉄への乗り継ぎ利用者も含めたバス利用者へのサービス向上にはつながっているため。
			実績							
			<ul style="list-style-type: none"> ・バス接近表示器 64箇所整備 ・バスの駅 12箇所設置 ・広告付き上屋 49箇所設置 ・バス停案内表示の充実(北大路バスターミナル) 	<ul style="list-style-type: none"> ・バス接近表示器 84箇所整備 ・バスの駅 20箇所設置 ・広告付き上屋 21箇所設置 ・簡易ソーラー式照明器具 30箇所設置 	<ul style="list-style-type: none"> ・広告付き上屋 30箇所設置 ・交通局が整備した上屋25箇所(新設20箇所、更新5箇所) ・バス接近表示器 76箇所設置 ・バスの駅 10箇所設置 ・ソーラー式バス停照明 103箇所設置 					
44	スタンプラリーなどのイベントの実施	市バス利用によるお出かけの機会を提供するスタンプラリーなどのイベントを実施する。	<ul style="list-style-type: none"> ・「岡崎・東山・梅小路エクスプレス」利用促進の取組として京都市立芸術大学、京都水族館と連携したキーワードラリーの実施(10月～) 	<ul style="list-style-type: none"> ・京都岡崎ループで巡ろう！キーワードラリーの実施(2月～3月) ・京都水族館、京都市立芸術大学と連携し東山花灯路開催にあわせた「ベタベタスタンプラリー」の実施(3月) 	<ul style="list-style-type: none"> ・京都水族館、京都市立芸術大学と連携し京の七夕2016開催にあわせた「すいすいスタンプラリー」の実施(8月) ・岡崎エリアを巡るクイズラリーの実施(8月～9月) ・京都岡崎ループに乗って沿線を巡るキーワードラリーの実施(3月～4月) 	イベント	○	A	A	京都水族館、京都市立芸術大学との産官学連携による取組や岡崎エリアと連携したラリー企画の実施など、市バス・地下鉄の御利用を促す取組を展開することができた。
			実績							
			<ul style="list-style-type: none"> ・参加者数 660人 ・Wチャンス応募者数573人 	<ul style="list-style-type: none"> キーワードラリー ・参加者数 566人 スタンプラリー ・参加者数 906人 ・Wチャンス応募者数745人 	<ul style="list-style-type: none"> すいすいスタンプラリー ・参加者数 1074人 ・Wチャンス応募者数934人 岡崎クイズラリー ・参加者数734人 岡崎キーワードラリー ・参加者数117名 					
45	「京ちゃんバス」の運行	公共交通100周年を記念して製作したデコレーションバス5両及び観光系統である浴バス4両の車内に、市内小学生の絵画等を掲出して「京ちゃんバス」として運行し、子どもたちとご家族の利用促進を図る。	掲出作品を年3回変更	掲出作品を年3回変更	掲出作品を年3回変更	イベント 広報・PR	○	B	B	この事業による人の動きは把握できていないが、車内の絵画掲出を通して、子供たちやそのご家族をはじめ、お客様に市バスに親しんでいただけるような取組を継続して行うことができた。
			実績							
			93校792枚の作品を掲出	52校731枚の作品を掲出	67校915枚の作品を掲出					

【交通局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
46	地域、集客施設等との連携事業	地域、集客施設等と連携して公共交通の利用促進をPRし、増客を図る。	地域、集客施設等と連携し、公共交通利用促進施策を実施	地域、集客施設等と連携し、公共交通利用促進施策を実施	地域、集客施設等と連携し、公共交通利用促進施策を実施	イベント 公共交通への転換	○	A	A	高島屋京都店・京都マルイとのecoスタンブキャンペーンでは、店頭でのキャンペーンを行うなど継続的なPRを行ったことで、公共交通の利用を促すことが出来た。また、そのほかの施設との連携においても、市バス・地下鉄の御利用を促せるような取組を展開することが出来た。
			実績							
47	市バスアートプロジェクトの推進	市内の芸術系を専攻する大学生にご協力いただき、アートを市バスに展開することにより、市バスのPR、イメージアップ等を図るとともに利用促進を試みる。	イベントの実施	イベントの実施	取組の推進	イベント	○	B	B	この事業による人の動きは把握できていないが、市内を走行する市バス車両に大学生のデザインを展開することで、市バスアート並びに駅ナカアートプロジェクトを広くPRすることができた。
			実績							
48	大学との連携による市バス利用促進策の推進	大学との連携により、市バスの利用促進及び地域の活性化を促進する。		・京都産業大学生とのPBL科目における連携取組「市バスで巡ろう！スタンプラリー」の実施(8月8日、9日)	・京都産業大学生とのPBL科目における連携取組「人生〇度目の修学旅行in京都伏見」の実施(7月10日) ・同志社女子大学との動画共同制作の実施 《京都岡崎ループ、105号系統のPR動画を制作》(公開：12月～)	イベント、公共交通への転換	○	A	A	大学生の斬新なアイデアや行動力を活かした、これまでにない企画を実施することが出来、市バスのPR並びに利用促進を図ることができた。
			実績							

【交通局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
49	京都市バス“おもてなしコンシェルジュ”事業	京都観光の起点として最も多くのお客様のご利用がある京都駅前バスのりばや主要観光地最寄りのバス停等で、市バス・地下鉄をはじめとする交通案内はもとより、沿線の観光情報等をお客様に親切・丁寧に案内するとともに、市バス・地下鉄のPR活動を行う市バス“おもてなしコンシェルジュ”を配置する。		10月より、繁忙期間中、京都駅前バスのりばや主要観光地最寄りの市バス停留所で案内活動を実施	取組の推進	利便性向上	○	B	B	京都駅前バスのりばをはじめ、観光地最寄りのバス停において、交通・観光案内をはじめとする“おもてなし”の心に溢れたお客様サービスを提供できたため。
			実績							
50	海外からのお客様へのサービス向上	急増する外国人観光客が、市バス・地下鉄を御利用される際の利便性を向上させるため、コミュニケーションツールや観光マップの充実等に取り組む。		<ul style="list-style-type: none"> ・市バス観光マップ「バスなび」(中国語・韓国語版)の作成 ・4か国語対応コミュニケーションボードの配備 ・ゴールデンウィークに、市バス車内(100号系統)において、多言語指差し会話シートを試行実施 ・自動翻訳機能付きタブレット端末を全案内所に配備(11月17日～) ・市バス1日乗車券、地下鉄1Dayチケットの3箇国語表記(日・英・中) 	<ul style="list-style-type: none"> ・4か国語表示機能付き券売機、精算機の導入(27～28年で全駅に設置) ・スマートフォン対応ホームページ(4箇国語対応)の開設 	利便性向上	○	B	B	ソフト面からのサービス向上を目指した取り組みであり、利用促進に効果があったと考える。
			実績							

【上下水道局】

局・区総括

○効果があった取組としては、①鳥羽水環境保全センター及び蹴上浄水場の一般公開、②上下水道モニター、③トラフィカ京カード、④ミスト装置の設置、⑤「琵琶湖疏水通船復活」試行事業、⑥日本水道協会平成28年度全国会議がある。

○これらから、市民等の水道事業・公共下水道事業に対する理解を深める取組が、水道事業・公共下水道事業にとどまらず、地下鉄の増客に寄与し得ると考えられる。

○今後も引き続き、地下鉄の集客に寄与することができるよう、実施場所を地下鉄沿線の地域とする等して、市民等の水道事業・公共下水道事業に対する理解を深める取組を継続する。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
1	鳥羽水環境保全センター一般公開	施設の公開等の際に市バス・地下鉄の利用をPR(チラシ等での案内)する。また、鳥羽水環境保全センター一般公開の際は、地下鉄の駅(京都駅及び竹田駅)から市バスによる送迎を行うとともに、施設内の循環バスについても市バスを運行する。	4月26日(土)～29日(火)	4月25日(土)～28日(火)	4月28日(木)～5月2日(月)	イベント・臨時バスの運行	○	A	A	来場者数が33,278人と、多くの方にご来場いただいたため。
			実績							
			来場者数 29,237人	来場者数 32,773人	来場者数 33,278人					
2	蹴上浄水場一般公開	施設の公開等の際に市バス・地下鉄の利用をPR(チラシ等での案内)する。	5月3日(土)～6日(火・祝)	5月3日(日)～6日(水・祝)	5月4日(水・祝)～5月8日(日)	イベント	○	A	A	来場者数が29,069人と、多くの方にご来場いただいたため。
			実績							
			来場者数 28,297人	来場者数 38,709人	来場者数 29,069人					
3	一般公開における「歩くまち・京都デー」の設置	鳥羽水環境保全センター一般公開及び蹴上浄水場一般公開の開催期間中、各1日を「歩くまち・京都デー」と定め、人と公共交通優先の「歩くまち・京都」の趣旨を知っていただき、公共交通の利用を呼び掛けるブース等を出展する。			5月1日(日)、5月7日(土)	イベント・広報・PR	○	A	A	一般公開における「歩くまち・京都デー」での来場者数が合計13,535人となるなど、多くの方に参加いただいたため。
			実績							
					来場者数 合計13,535人					
4	地下鉄・市バスで巡る春の水道・下水道スタンプラリー	地下鉄・市バスの利用を促進するため、琵琶湖疏水記念館、鳥羽水環境保全センター一般公開及び蹴上浄水場一般公開、並びに各会場最寄りの地下鉄駅をスタンプの設置場所とするスタンプラリーを実施する。			3月26日(土)～5月8日(日)	特典付与	○	A	A	スタンプラリーの参加者への特典(マフラータオル)付与数が上限である2,000枚となるなど、多くの方に参加いただいたため。
			実績							
					特典付与数 2,000枚					
5	上下水道モニター	上下水道モニター事業の一環として実施する意識調査(アンケート)やモニターレポートの提出に対する協力の謝礼として、トラフィカ京カードをお渡しする。また、施設見学会、意見交換会等年4回の活動について、公共交通機関を利用して来場するよう、モニターに周知する。	施設見学会、意見交換会等年4回の活動を実施	施設見学会、意見交換会等年4回の活動を実施	施設見学会、意見交換会等年4回の活動を実施	乗車券販売・広告収入等・広報・PR	○	B	A	琵琶湖疏水記念館や蹴上浄水場施設見学会等に、地下鉄を利用して来場いただくなど、増客に一定の効果があったため。
			実績							
			モニター数30人	モニター数30人	モニター数30人					
6	地下鉄広告の活用	上下水道事業をPRするため、地下鉄駅構内及び車両を活用した広告事業を展開している。	横枠広告、指詰め広告、柱広告(烏丸御池駅)掲載期間:4～9月	横枠広告、指詰め広告、柱広告(烏丸御池駅)掲載期間:4～9月	横枠広告、指詰め広告、柱広告(烏丸御池駅)掲載期間:4～9月	乗車券販売・広告収入等	○	A	D	増客効果を具体的に表す実績数字がないため。
			実績							

【上下水道局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
7	トフィカ京カードによるPR	上下水道事業をPRするトフィカ京カードを作成する。	・「守る。Protect our kyoto」(「下水道事業プロジェクトチーム」によるデザイン) 発売:9月20日 枚数:1万枚	・「琵琶湖疏水竣工125周年記念」 発売:11月21日 枚数:1万枚	・「京都を守る下水道」 発売:3月9日 枚数:1万枚	乗車券販売・広告収入等	○	A	A	乗車券の販売を前年度同様に行ったため。
			実績							
8	琵琶湖疏水記念館	琵琶湖疏水記念館のホームページで地下鉄・市バスでの来館方法を案内するとともに、交通局のホームページへのリンクを貼り付けている。また、琵琶湖疏水記念館においては最寄りの地下鉄駅・バス停への案内図を掲出している。	琵琶湖疏水竣工125周年記念パネル展の実施(3月27日～)	・琵琶湖疏水竣工125周年記念パネル展の実施(3月27日～12月27日) ・琵琶湖疏水竣工125周年記念特別展の実施(10月6日～12月13日)	蹴上発電所IEEマイルストーン認定記念特別展の実施(9月13日～12月4日)	広報・PR	○	A	B	地下鉄・バス停への案内図を掲出することにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考えられる。
			実績							
9	浄水場施設見学会等の実施	参加者に、公共交通機関を利用して来場するよう周知する。また、浄水場の施設見学会の際には、公共交通機関を使って来場していただくよう、周知する。	・夏休み親子教室の実施(8月4日) ・浄水場施設見学会(7月27日、10月4日、11月9日)	・「蹴上浄水場で自由研究」の実施(7月26日) ・浄水場施設見学会の実施(11月7日及び12月6日)	・「蹴上浄水場で自由研究」の実施(7月24日) ・浄水場施設見学会の実施(9月24日及び10月30日実施)	イベント 広報・PR	○	A	A	事業の実施に当たって、参加者には、公共交通機関を利用していただき、PRを行った。
			実績							
10	疏水ウォーク	疏水沿いを歩くことで、琵琶湖疏水や水道事業についての理解を深めていただく。会場の告知の際に地下鉄・市バスを利用するよう周知する。	11月23日(日)	11月22日(日)	11月23日(水・祝)	イベント	○	A	B	地下鉄・市バスを利用するよう周知を行ったことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考えられる。
			実績							
11	市バスのラッピング広告	道路上の車、歩行者等に上下水道事業をPRするため、市バスラッピング広告を展開する。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	乗車券販売・広告収入等	○	A	D	増客効果を具体的に表す実績数字がないため。
			実績							

【上下水道局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
12	おいしい！大好き！京(みやこ)の水キャンペーン	水道水のおいしさとクオリティの高さ(環境にやさしい、安全・安心、低価格)を多くの方に知っていただき、その大切さを再認識していただく双方向型のキャンペーンを展開する。キャンペーン場所の告知の際に地下鉄・市バスを利用するよう周知する。	・おいしい！大好き！京(みやこ)の水宣言の受付 ・京(みやこ)の水カフェ(祇園：5月、龍谷大学とのコラボ：7月) ・京(みやこ)の水・利き水大作戦	・おいしい！大好き！京(みやこ)の水宣言の受付 ・京(みやこ)の水カフェ×龍谷大学の実施(7月) ・京(みやこ)の水・利き水大作戦の実施(7月、8月) ・京(みやこ)の水サマーラリー(琵琶湖疏水記念館、水カフェ、各最寄り駅を巡るキーワードラリー)の実施	・おいしい！大好き！京(みやこ)の水宣言の受付 ・京(みやこ)の水カフェ in Zooの実施(9月) ・京(みやこ)の水・利き水大作戦の実施	イベント 広報・PR 特典付与	○	A	B	多くの方に来場いただいたとともに、地下鉄・市バスを利用するよう周知したことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考えられる。
			実績							
			・水カフェ来店者数3,461人 ・利き水来場者数9,722人	・水カフェ来店者数7,781人 ・利き水来場者数7,236人 ・サマーラリー参加者数121人	・水カフェ来店者数6,035人 ・利き水来場者数10,422人					
13	烏丸御池駅構内通路への自動販売機の設置	地下鉄烏丸御池駅構内通路内に、災害用備蓄飲料水「京の水道 疏水物語」を販売する自動販売機を設置している。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	乗車券販売・広告収入等	○	B	B	利便性向上につながる取組であり、地下鉄の利用促進に効果があったと考えられる。
			実績							
			増客効果をより具体的に表す実績数字は無し。	同左	同左					
14	ミスト装置の設置	交通局及び産業観光局と共同で、ドライ型ミスト装置を京都駅前市バスのりば及び四条通バス停(四条高倉・四条河原町)に設置し、バス待ち環境の向上に寄与する。	設置期間：6月20日～9月30日	設置期間：6月22日～9月30日	設置期間：6月24日～9月30日	広報・PR	○	B	A	京都駅及び四条河原町、四条高倉バス停においてミスト装置を設置し、夏季の熱さを和らげ、バス待ち環境の向上に寄与したため。
			実績							
			京都駅「京の駅ミスト」の実施	京都駅「京の駅ミスト」の実施	京都駅「京の駅ミスト」の実施 四条通「京のまちなかミスト」の実施(新規)					
15	職員への市バス・地下鉄利用促進に向けた取組	上下水道局職員を対象に市バス・地下鉄利用の促進を周知・PRする。庁内誌に、「若手職員増客チーム」に参加している職員による記事を掲載している。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	職員等利用	○	B	B	職員へ公共交通利用の意識付けをすることができたと考えられる。
			実績							
			—	掲載済み	—					
16	所管施設におけるPR	営業所住所案内に最寄りの地下鉄駅・バス停から徒歩〇分といった記載をすることで、公共交通機関の利用を促進する。具体的には、上下水道局ホームページの営業所一覧において、最寄りの地下鉄駅・バス停からの所要時間を記載している。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	最寄りの地下鉄駅・バス停からのアクセス等を記載したことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考えられる。
			実績							
			—	—	—					
17	「バスの駅」設置事業	「バスの駅」整備事業は、地域、企業、関係機関と交通局との協働によって、バス待ち環境の向上に取り組んでいく事業である。基本コンセプトとしては、主要バス停にふさわしいバス待ち環境の創生・上下水道局事業の効果的な情報発信と事業PR及び交通事業者の連携による利便性の向上としている。	「東山安井」バスの駅 実施	未定	未定	広報・PR等	○	B	B	バス待ち環境の向上に取り組んだことにより、公共交通の利用促進につながったと考えられる。
			実績							
			「東山安井」バスの駅実施	—	—					

【上下水道局】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
18	「琵琶湖疏水通船復活」試行事業	琵琶湖疏水の通船の復活により、沿線の 大津・山科・岡崎地域の活性化に寄与する。 乗下船場を大津・山科・蹴上に設置し、市バス・地下鉄を含めた公共交通機関の利用をPRする。	琵琶湖疏水船 下り実行委員会 設置	試行事業実施 春:3月28日～5 月6日 秋:11月14日～ 29日	試行事業実施 春:4月2日～8 日 秋:11月19日～ 27日	イベント 広報・PR	○	B	A	琵琶湖疏水通 船復活試行事 業の実施にお いて、乗下船 場への交通手 段として地下鉄 等の利用をPR したため。
			実績							
19	日本水道協会平成 28年度全国会議に おけるコンベンション バスの販売	平成28年11月9日から11日まで京都市で 開催される日本水道協会平成28年度全 国会議において、1日1枚700円で地下鉄・ 市バスが何度でも利用できるコンベンシ ョンバスを販売する。			11月9日(水)、 10日(木)、11日 (金)	イベント・ 広報・PR	□	A	A	販売予定枚数 約300枚に対 し、486枚販売 したため。
			実績							

【教育委員会】

局・区総括

・教育委員会所管の事業のうち、地下鉄沿線等で実施する事業については、可能な限り貸切りバス等の利用を控え、地下鉄等に切り替えたことや、謝礼をトラフィカ京カードにする等の取組により利用者の増加に貢献することができた。
 ・また、推進本部については、市のあらゆる政策に地下鉄・市バスの増容の視点を盛り込むとともに、5万人達成に向けた様々なイベント等を企画・実行され、見事に目標を達成された点は非常に高く評価できる。

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
1	教育施設への来館者に対する公共交通機関の利用啓発	施設の待合室等への地下鉄及び市バスの時刻表の掲示や、教育施設での各種講座等への参加者に対し、来場の際には公共交通機関を利用いただくよう、参加案内チラシ等に記載するなど、市バス・地下鉄の利用促進を促す。また、交通局主催のスタンプラリーポイントも活用している。	取組の推進 (図書館、科学センター、こどもみらい館、学校歴史博物館)	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	A	A	来場者の増加に伴い、地下鉄等の利用者数も顕著に増加しているため。
			実績							
			来場者数 4,688,123人	来場者数 4,608,742人	来場者数 4,795,490人					
2	「青少年科学センター」の取組等	青少年科学センターでは、展示場やプラネタリウム等を一般開放しており、特に集客の見込める夏休み等には無休開館するとともに、特別展示等のイベントポスターを地下鉄駅構内へ掲示している。また、京都修学旅行バスポートやスルッとKANSAI3dayチケット等の提示で入場料を減免している。	取組の推進 以下のチケットの提示で入場料の削減を実施 (キャンパス文化、えらべる倶楽部、スルッとKANSAI、京都観光1日・2日乗車券、博物館ハンドブック、京都修学旅行バスポート)	取組の推進	取組の推進	イベント特典付与	○	A	A	夏休み等の無休開館や減免を実施することにより、市バス・地下鉄の利用者の増加に貢献したため。
			実績							
			781人を減額	746人を減額	672人を減額					
3	「リユース絵本提供事業」の実施、図書返却ポストの設置	リユースの絵本、児童書を親子で自由に選んで持ち帰ることのできる「はぐみ文庫」を、地下鉄駅近辺で開催。また、市図書館の図書返却ポストを地下鉄駅に設置(市役所前駅(21年度)、北大路駅(22年度))	・「地下鉄子ども文庫」の実施 ・返却ポストの取組の推進	・「リユース絵本提供事業」の実施 ・返却ポストの取組の推進	返却ポストの取組の推進	施設の整備・誘致イベント	○	A	B	近年、返却ポストの返却数は増加傾向にあるため。
			実績							
			・地下鉄こども文庫来場者数 147人 ・地下鉄返却ポスト返却数 71,461冊	・地下鉄こども文庫来場者数 1,449人 ・地下鉄返却ポスト返却数 68,571冊	・地下鉄返却ポスト返却数 74,624冊					
4	コンサート・展覧会等の実施	京都市少年合唱団演奏会、不登校フォーラム、みらいこまつり等の開催とともに、地下鉄二条城前駅に隣接する京都市立京都堀川音楽高校の音楽ホールやギャラリー等の音楽・美術活動の中核施設において、コンサートや展覧会を実施する(市民も利用可能)。	取組の推進 (音楽ホール・ギャラリーの活用等)	取組の推進 (音楽ホール・ギャラリーの活用等)	取組の推進 (音楽ホール・ギャラリーの活用等)	イベント	○	A	B	各施設の利用ニーズが一定数存在するため。
			実績							
			36,003人	31,202人	54,320人					

【教育委員会】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
			取組の推進	取組の推進	取組の推進					
5	教育委員会主催事業等における公共交通機関の利用促進	教育委員会主催事業等に参加する学校が、児童生徒の移動手段として、民間貸切バス等を利用しているものについて、可能なものから順次、市バス・地下鉄利用に切り替えていく。 ・小学生のための音楽鑑賞教室 ・青少年科学センター学習 ・生き方探究館での学習 など	取組の推進	取組の推進	取組の推進	公共交通への転換	○	A	A	各事業における交通手段を市バス・地下鉄に切り替えたことで、利用者数の増加に貢献したため。
			実績							
6	審議会委員やボランティア活動、ジュニア京都観光大使、各種大会の役員謝礼	教育委員会所管の各種審議会や各市立学校・幼稚園、教育施設等でのボランティア活動、各種大会役員への謝礼について、可能なものから、「トラフィカ京カード」に切り替えていく。 ・ジュニア京都観光大使の活動謝礼 ・土曜塾運営会議委員への謝礼 ・こどもみらい館でのボランティア活動謝礼 ・企画推進会議委員への謝礼 等	取組の推進	取組の推進	取組の推進	乗車券販売・広告収入等	○	A	A	各事業でトラフィカ京カードを謝礼としてお渡しすることにより、トラフィカ京カードの売上増加及び市バス・地下鉄利用者数の増加に貢献したため。
			実績							
7	家庭教育新聞「あしたのために」の懸賞	全市立幼稚園、小・中・高・総合支援学校の保護者、市内の私立・国立幼稚園・小・中学校の保護者、市内の全保育所(園)の保護者、図書館、区役所等市関係施設を対象に配布する家庭教育新聞「あしたのために」(年4回発行。各号17万部)におけるクイズ等の応募の懸賞として「トラフィカ京カード(1000円相当)」を進呈。	懸賞として「トラフィカ京カード」の発行(4、7、10、1月号)	懸賞として「トラフィカ京カード」の発行	懸賞として「トラフィカ京カード」の発行	乗車券販売・広告収入等	□	A	B	トラフィカ京カードを懸賞に活用したことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考えられる。
			実績							

【教育委員会】

番号	事業項目		年次計画			類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	26年度	27年度	28年度				評価	理由
8	情報誌「GoGo土曜塾」での取組	私立・国立を含む市内小中学生と全保護者に学校を通じて配布するとともに、市役所、区役所・支所、図書館、郵便局等で配布している情報誌「GoGo土曜塾」(年8回発行、各号約13万部)に掲載しているクイズの懸賞を「トラフィカ京カード」(1000円相当)とするほか、エコサマー等市バス・地下鉄の利用促進につながる取組を掲載。	懸賞として「トラフィカ京カード」の発行	懸賞として「トラフィカ京カード」の発行	懸賞として「トラフィカ京カード」の発行	広報・PR 乗車券販売・広告収入	○	A	B	トラフィカ京カードを懸賞・謝礼に活用したことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考ええる。
			実績							
9	教育委員会主催事業等における公共交通機関の利用啓発	教育委員会主催事業等の参加者に対し、来場の際には公共交通機関を利用いただくよう、参加案内チラシ等に記載するなど、市バス・地下鉄の利用促進を図る。 ・人づくりフォーラム ・成人の日記念式典 ・PTA感謝の集い ・PTAフェスティバル など	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	A	B	参加者が多く、利用促進に向けた啓発の効果が見込まれるため。
			実績							
10	地下鉄駅における生徒等の絵画展の開催	教育委員会主催事業等における生徒等の絵画展の全部または一部を地下鉄駅で展示し、子ども、保護者の地下鉄利用の促進を図る。	取組の推進 銅駝美術工芸高校生徒の作品展(蹴上駅)を実施	取組の推進	取組の推進	イベント	□	A	B	地下鉄駅での展示により駅への賑わいを創出し、地下鉄の利用促進に貢献できたと考ええる。
			実績							
11	情報誌「人づくりニュース」の懸賞	人づくり21世紀委員会に参画する団体や市内の幼稚園、保育所、小・中・高・総合支援学校の保護者等を対象に配布する「人づくりニュース」(年3回発行、各号18万部)における感想応募の懸賞を「トラフィカ京カード」(1000円相当)とする。	懸賞として「トラフィカ京カード」の発行	懸賞として「トラフィカ京カード」の発行	懸賞として「トラフィカ京カード」の発行	乗車券販売・広告収入等	□	A	B	トラフィカ京カードを懸賞に活用したことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考ええる。
			実績							
12	みやこ子ども土曜塾10周年記念事業	平成26年10月にみやこ子ども土曜塾10周年を迎えるため、10周年記念フェスティバルをゼスト御池にて開催する。また、10周年記念オリジナルトラフィカ京カードを発行する。そのデザインを公募し、最優秀賞及び優秀賞の受賞者にはカードを進呈する。	イベントの実施	10周年記念事業のため、平成27年度以降の実施予定はなし		イベント特典付与	□	A	B	トラフィカ京カードを懸賞に活用したことにより、地下鉄の利用促進に貢献できたと考ええる。
			実績							
13	地下鉄全駅構内等における生徒デザインポスターの掲示	京都市動物園グランドオープン記念事業の一環として、京都市立銅駝美術工芸高等学校デザイン専攻の生徒が月替わりに12種類の動物ポスターをデザインし、動物園、地下鉄全駅構内及び区役所・支所等に掲示。動物園のPRとともに、地下鉄・バスの利用を促進する。			取組の推進(平成28年4月～平成29年3月)	広報・PR	□	B	B	地下鉄等で常時掲示され、広報としての役割を果たすと同時に、29年4月にポスターの配布イベントが動物園で行われ、一定の増客効果があったと考えられるため。
			実績							

上半期分（平成22年度～平成25年度）

※ 下半期に継続している事業については省略しています。

【環境政策局】

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
4	バスと電車でecoグルメ!	「京都市内の路線で使える乗り放題乗車券」や「スルッとKANSAI」等の当日利用を提示することで、協力飲食店における各種サービスを受けることができるキャンペーンを実施することにより、公共交通機関の利用を促し、環境調和型観光の実現を目指す。	冊子作成・配布による普及啓発		24年度以降は、本市委託事業ではなく、京のアジアタ21フォーラムの独自事業として実施		公共交通への転換	□	A	B	参加店舗の多くで、1店舗あたり10～30人程度の利用があったため。
			実績								
			参加店舗 延べ69店舗/年 (年2回実施)	参加店舗数 延べ170店舗/年 (年5回実施)	参加店舗数 延べ18店舗/年 (1回実施)						
5	電気自動車(EV)のカーシェアリング(共同利用)	公用車EVを活用したカーシェアリング事業を実施し、次世代自動車の普及と効率的な利用を促進する。	市民への貸出	市民、観光客への貸出	市民への貸出(24年度にて終了) 貸出日数: 239日		公共交通への転換	□	B	B	カーシェアリングの車両が駐車している場所までの移動手段として、地下鉄等の公共交通機関の利用を図ることができたため。
			実績								
			貸出件数 延べ1,518件数	貸出件数 延べ884件数	貸出件数 延べ754件数						
6	京都EVエコドライブラリー	未来を担う大学生を中心とした幅広い方々に、京都の歴史と文化に触れながら次世代自動車であるEVの魅力を感じていただき、普及促進を図るため、平成24年3月18日(日)にEVを活用したラリーを実施した。また、ラリーでは、東日本大震災で被災された地域の方々の参加枠を設け、京都から復興を応援した。スタート地点は京都府庁(丸太町駅)、ゴール地点は京都市役所(京都市役所前駅)		京都EVエコドライブラリーの開催全20チーム参加(うち2チームが東北から参加)(23年度にて終了)			イベント	□	B	B	スタート地点及びゴール地点が地下鉄駅最寄りの施設であり、このイベントの参加者が利用したため。
			実績								
			-	-	-	-					

【行財政局】

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
6	京都市立芸術大学パンフレット「ギャラリー&コンサートガイド」での利用案内	京都市立芸術大学が半期ごとに作成するパンフレット「ギャラリー&コンサートガイド」において、各イベント会場への地下鉄や市バスを利用した交通案内を掲載して、来場者の地下鉄の利用促進を図る。					公共交通への転換、広報・PR	△	B	B	交通案内を掲載して啓発を行うことにより、地下鉄の利用促進につながったと考える。
			実績								
						「ギャラリー&コンサートガイド」春夏号に掲載					

【総合企画局】

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
5	繊維技術センター跡地の同志社大学への売却調整	繊維技術センター跡地について、平成22年10月に今出川キャンパスの再整備を計画する同志社大学と売買契約を締結した。同志社大学では、同計画により、約9,000人(21年度1,000人、25年度8,000人)の学生数の増員を計画しており、それに併せて、更なる地下鉄・市バスの増客を図っていく。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	取組の推進	施設の整備・誘致	□	A	B	京田辺キャンパスから今出川キャンパスへ学生が戻ってきていることに加え、今出川キャンパスには、新学部が設置されたため。
			実績								
			約1,000人	約1,000人	約1,000人	約9,000人見込み					
8	「京都市未来まちづくり100人委員会」	京都の未来のまちづくりについて、白紙の段階から、市民が主体的に議論し、提言するだけでなく、行動する同委員会において、地下鉄・市バス等の公共交通が市民や観光客にとって、より使いやすくなる方策について議論し、平成23年度の第3期に、「地下鉄便利マップ」プロジェクトに取り組んだ。また、平成24年5月～平成26年3月の第4期では、「公共交通がもっと便利に快適になるまち京都」をテーマに議論・活動している。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	取組の推進 地下鉄の便利マップ「ドアチか」の配布及び全駅への掲出	その他	○	B	B	ドアチかの掲出によって利便性が向上し、地下鉄の利用促進につながったと考える。
			実績								
			-	-	-	-					
9	国際交流会館オープンデー・京都市平和祈念事業	京都に暮らす外国人の存在を市民の方により身近に感じていただくとともに、異文化理解、多文化共生の促進を通じて世界平和の実現につなげることを目的として、国際交流会館で開催する本事業において、来場者への地下鉄利用の呼び掛け、地下鉄駅・車内への広告掲出、会場での地下鉄・市バスのPRなどを行う。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PRイベント	○	A	B	期待通りのイベントの動員数があったため
			実績								
			14,000人	13,000人	13,000人	11,000人					

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
12	Student Days	平成21年度から、10月上旬の京都学生祭典を含む4日間、全国の大学・短期大学に在籍する学生を京都市内の文化施設へ無料で招待している。市内の文化施設に協力を呼びかけ、地下鉄の利用を促進する。 なお、本事業については、通年での取組である「キャンパス文化パートナーズ制度」に一本化の方が効果が高いと考えられることから、平成27年度をもって廃止した。		無料招待する対象施設の拡大	無料招待する対象施設の拡大	無料招待する対象施設の拡大	イベント	○	A	C	24年度をピークに25年度から減少傾向にあり、27年度をもって廃止したため。
			実績								
			1,147人	2,754人	3,563人	3,078人					
13	地下鉄駅への地デジ相談窓口の設置	地デジ相談窓口を4月1日から烏丸御池駅に、さらに6月13日から北大路駅をはじめ9箇所に設置することで市民相談機能の充実を図るとともに、地下鉄駅機能の向上を促進する。		地デジ相談コーナー設置 (4月1日～8月26日)			その他	□	B	B	地デジ移行に関する相談窓口を地下鉄に設置することで、利用者の利便性の向上につながるのと同時に、地下鉄駅に足を運ぶことで、ついでに地下鉄を利用しようとするきっかけになる取り組みではあったが、利用者増に直接つながる取り組みではなく、また、継続して実施したものではなかったため。
			実績								
			-	相談コーナー利用者数約15,000件	-	-					
14	下京区西部エリアの活性化	下京区西部エリアの活性化を目的とした将来構想の策定に向け、産・学・公連携で、地域の資源活用や将来像等について検討を進める。また、エリア内の施設・団体との連携によるイベントや情報発信等を通じて、地下鉄・市バスの利用促進を図る。			取組の推進	取組の推進	まちづくり計画策定等	△	B	D	将来構想の策定に向けた検討が主な内容であったため。
			実績								
					-	-					

【文化市民局】

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
2	日本女性会議 2010きょうと【臨時】	募集案内等に、公共交通機関での来場を呼びかけた。					広報・PR イベント	□	A	B	多くの方に来場いただいたため。
			実績								
			参加者数 3,210人	-	-	-					
14	第26回国民文化祭・京都2011(事業実施)	地下鉄駅近くの下記の会場にて国民文化祭の各種事業を実施することにより、地下鉄の増容・増収に寄与する。 ①京都会馆：全国吟詠剣詩舞道祭、吹奏楽の祭典、邦楽の祭典及び閉会式※ ②京都コンサートホール：合唱の祭典及びジュニアオーケストラの祭典 ③美術館：美術展(日本画、洋画、書、彫刻) ④京都国際会館：開会式※ ⑤京都観世会館：能楽の祭典 ⑥金剛能楽堂：能楽の祭典 ⑦マンガミュージアム：マンガアートフェスティバル ⑧芸術センター：京の暮らしの文化展 ※については京都府が実施		開催			イベント	□	A	B	多くの方に来場いただいたため。
			実績								
			-	京都市主催事業参加者約190,000人							
15	第26回国民文化祭・京都2011(ラッピングバス)	国民文化祭をイメージさせるデザインをラッピングした市バスを走らせることにより、市民等に国民文化祭の周知を図る。(1台配置)	デザイン決定 走行	走行			広報・PR 乗車券販売・広告収入等	□	B	B	公共交通利用の意識付けをすることができたことと考える。
			実績								
			-	-							

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
16	第26回国民文化祭・京都2011(トラフィカ京カード等の発行)	国民文化祭のPRのため、まゆまる等を印刷したトラフィカ京カード等の発行する。 ○トラフィカ京カード及び市バス専用一日乗車券カードの発行(4月、7月、10月) ・トラフィカ京カード 10万枚 ・市バス専用一日乗車券カード 90万枚 ○国民文化祭への出演者及びスタッフへの記念品として国民文化祭オリジナルトラフィカ京カード500円券を作成 1万枚		発行			広報・PR 乗車券販売・広告 収入等	□	B	B	販売だけではなく、記念品としてオリジナルトラフィカ京カードを活用したことにより、地下鉄の利用促進につながったと考える。
			実績								
20	京都ミュージアムズ・フォー(京都市内4館連携協力協議会)	展覧会スケジュール等の印刷物で最寄りの公共交通機関の案内を実施し、地下鉄や市バスの利用促進に努めている。(4館は市美術館の他、国立博物館・国立近代美術館・文化博物館)	事業の実施	事業の実施	事業の実施	事業の実施	広報・PR	○	B	B	公共交通利用の意識付けをすることができたと考える。
			実績								
23	第26回国民文化祭・京都2011(ステップ広告の実施)	国民文化祭のPRのため、地下鉄駅におけるステップ広告を実施する。 ○ステップ広告の実施(4~11月) 地下鉄烏丸線四条駅において1箇所実施する。(デザインについては、約1箇月半ごとに変更予定)		実施			広報・PR	□	B	B	ステップ広告によりイベントの周知を行ったことにより、集客と理科館利用に効果があったと考える。
			実績								
24	第26回国民文化祭・京都2011(きもの無料乗車)	国民文化祭の開催を記念して、開幕当日(10/29)にきもの姿の方は地下鉄・市バスへの乗車を無料にする。(無料乗車に必要な無料乗車券は8月下旬発行のガイドブックに添付する。)		実施			広報・PR	□	A	B	多くの方に参加いただいたため。
			実績								
25	消費生活総合センターの窓口案内広告(ラッピングバス)	消費生活総合センターの窓口案内広告のラッピングバスを10台走らせる。	デザイン決定	走行			広報・PR	□	B	B	公共交通利用の意識付けをすることができたと考える。
			実績								
26	消費生活総合センターの窓口案内広告(トラフィカ京カード)	消費生活総合センターの窓口案内広告のトラフィカ京カードを発売する。		発行(1月)			乗車券販売・広告 収入等	□	B	B	トラフィカ京カードの発行により、地下鉄の利用促進につながったと考える。
			実績								
28	消費生活総合センターにおける各種啓発イベント	イベントのチラシ等に、公共交通機関での乗館を呼びかける。			・消費者月間講座/参加者200人 ・落語で学ぶ消費者問題/参加者148人 ・食の安全安心フェスタ in KYOTO(保健福祉局共催)/参加者16,000人	コンシューマーフェスティバル/参加者16,000人 食の安全・安心啓発事業(保健福祉局共催)/参加者10,000人 高齢者のための「落語で学ぶ消費者問題」/参加者500人	広報・PR イベント	○	A	A	多くの方に参加いただいたため。
			実績								

【産業観光局】

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
5	「歩いて楽しい観光」推進のための観光案内標識の整備	駅や観光地への方向や距離を示した案内標識の整備を進める。実施に際しては、区ごとに検討委員会を設置し、整備を進める。平成20～22年度の3年間で10区(18年度にモデル実施した東山区を除く)にモデル地区を設定して実施。	・上京区、西京区、伏見区で実施 ⇒事業完了	事業の終了			施設の整備・誘致	□	A	B	駅や観光地への方向や距離を示した案内標識の整備を進めて、観光客の公共交通拠点への誘導を図れたと考えるため。
			実績								
			上京区(観光案内図板3基、案内標識4本の新設ほか既存案内標識の修繕1件)、西京区(観光案内図板3基、案内標識6本)、伏見区(観光案内図板2基、案内標識2本)	-	-	-					
8	「SHO-TEN-GAI!!」ガイドブック作成事業	各商店街紹介箇所市バス・地下鉄の利用経路を記載したガイドブック(きょうは買い物日和、50,000部)を市内外において配布し、公共交通機関の利用促進を図る。※同時に外国語版(10,000部)も配布する。	ガイドブックの配布	事業の終了			広報・PR	□	B	B	発行から5年以上が経過するが、観光客等から継続的に問い合わせを受け付けおり、好評いただいている。
			実績								
			60000人(ガイドブック配布数)	-	-	-					
9	アニメ・マンガ地域資源掘り起こし事業	京都が舞台となったアニメ、マンガに登場するスポット及び市内各エリアの商店街等を紹介した冊子「京都漫彩」に市バス・地下鉄の利用経路を記載し、市内外において配布することにより、公共交通機関の利用促進を図る。	冊子の作成	冊子の配布	事業の終了		広報・PR	□	B	B	冊子については、好評いただき、公共交通機関の利用促進に繋がったと考えているため。
			実績								
			-	15000人(ガイドブック配布数)	-	-					
13	京のこだわり旬野菜直売所の開設	「旬の時期に旬のものを、地域のものを地域で食べる」食生活スタイルを推進し、市内産野菜の消費拡大を図るため、「京のこだわり旬野菜直売所」をゼスト御池に開設する。	地下鉄駅と直結した地下街「ゼスト御池」に市内産野菜の直売所を開設する。(4/1から実施)	地下鉄駅と直結した地下街「ゼスト御池」に市内産野菜の直売所を開設する(4/1から実施)	地下鉄駅と直結した地下街「ゼスト御池」に市内産野菜の直売所を開設する。(4/1から実施。ゼスト御池のリニューアルオープンに伴い7月末で終了)	事業の終了	イベント	□	A	B	新鮮な野菜を求め固定客が創出できたため
			実績								
			利用客数 4万人	利用客数 5.7万人	利用客数 1.7万人	-					

【保健福祉局】

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
1	健康ウォーキング推進事業～笑って湯ったり健康ウォーキング～【臨時】	京都未来まちづくりプランに掲げる「健康で笑顔の市民づくり」及び政策の融合モデル「歩いて楽しいまち」の推進を図るため、地下鉄の駅等を起点とする1時間程度のウォーキングの後、銭湯で寄席を楽しみ、汗を流せる「笑って湯ったり健康ウォーキング」を休日市内各所で実施し、心身のリフレッシュと参加者同士の交流を深める。 平成21・22年度の2箇年事業	各区1箇所 全市11回				イベント	□	A	B	起点を地下鉄駅に設定することで、地下鉄の利用促進につながったと考える。
			実績								
4	本市開催の大都市会議や行政視察における交通局カード乗車券の活用	大都市会議の本市開催時や行政視察等の際に活用するため、積極的に交通局カード乗車券を購入し、配布する予定。 22年6月に、大都市民生主管局長会議を開催予定(約60名出席)。 ※実績:大都市民生主管局長会議(平成22年6月3日、4日開催)で約60名に交通局カードを配布した。					乗車券販売・広告収入等	○	A	B	視察にカード乗車券を使用することで、増客に貢献できた。
			実績								
6	京都市子ども動物愛護講座	地域や家庭における動物の愛護と適正な飼養に関する普及啓発をはかるため、市内の小学校5、6年生を対し、毎年1回夏休みに、地下鉄沿線の会場を借りて開催している。	講座の開催 (8月26日)	講座の開催 (8月6日)	24年度は実施なし		イベント	□	A	B	会場を地下鉄沿線に設定することにより、地下鉄の利用促進につながったと考える。
			実績								
7	京都市動物愛護フェスティバル	動物の愛護と適正な飼養に関する普及啓発をはかるため、毎年9月20日から同月26日までの動物愛護週間に1日、地下鉄沿線の会場を借りて開催している。	フェスティバルの開催 (9月23日)	フェスティバルの開催 (9月23日)	フェスティバルの開催 (9月23日)	フェスティバルの開催 (9月22日)	イベント	○	A	B	会場を地下鉄沿線に設定することにより、地下鉄の利用促進につながったと考える。
			実績								
15	京都市昼間里親制度60周年記念事業記念式典	産休明けからの乳児を、昼間、一般家庭で保育する本市独自の「昼間里親制度」が今年度で60周年を迎えることを記念し、これからの制度発展と子どもたちの健全な成長を願って、京都市昼間里親連絡会との共催により、親子で参加できる多彩な企画を実施する。	イベントの開催等 (6月26、27日)				イベント	□	A	B	見込んでいた参加人数だったため。
			実績								
16	京都市保健福祉局食中毒・感染症予防対策研修会	本市に関連する保健・福祉施設の施設長や食品取扱いに従事する担当者及び市民を対象に、各施設における食品衛生管理の向上及び食中毒等の事故防止に資するため、最近の食中毒等に関する情報や予防知識についての研修を地下鉄沿線の会場を借りて開催している。	研修会の開催	研修会の開催	研修会の開催	研修会の開催	イベント	○	A	B	見込んでいた数程度の参加者数だったため。
			実績								

【都市計画局】

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
4	地域住民・事業者の主体的な都心のにぎわい創出支援(御池通沿道のまちづくり)	御池通を京都のシンボルロードとしてふさわしい通りとするため、特別用途地区策定や沿道景観形成計画を定めるなど、魅力的な景観形成やにぎわいのある市街地の形成を目指している。 また、御池通の目標像の一つである「にぎわいと文化」を創出するための取組の一環として、平成18年度から沿道5学区、沿道事業者、京都商工会議所及び京都市で構成する実行委員会主催による「おいけフェスタ」を実施している。 ※平成25年度以降実施していない	「おいけフェスタ」の実施	「おいけフェスタ」の開催	「おいけフェスタ」の開催	25年度「おいけフェスタ」開催について検討中	まちづくり計画策定等	□	A	B	イベント開催に見合う来場者があったため。
			実績								
			来場者数 32,000人	来場者数 23,000人	来場者数 36,000人	開催せず					
10	「歩いて楽しい東大路」歩行空間創出事業	市内都心部の幹線道路であり、また、東山区民の生活道路として、多くの人や車が行き交う東大路において、観光客を含めた「人」が主役の歩いて楽しい歩行空間の創出に向け、「環境」、「景観」、「地域コミュニティ」、「観光振興」などの観点から、道路空間の再配分を行い、併せて無電柱化やバリアフリー化を推進する。	・歩道拡幅に伴う周辺道路への影響の検証 ・整備基本計画の策定	・「歩いて楽しい東大路」整備基本構想の策定	・「東大路通整備構想」の策定	・取組の推進(予備設計)	まちづくり計画策定等	○	B	D	整備構想の策定が主な取組であったため
			実績								
			・「歩いて楽しい東大路」シンボジウムの開催(1回) ・「歩いて楽しい東大路をつくる会」の開催(3回)	・「東大路通歩行空間創出推進会議」の開催(3回) ・「東大路通歩行空間創出推進会議」の開催(1回)	・「東大路通歩行空間創出推進会議」の開催(3回) ・「東大路通整備構想」の策定	・「東大路通歩行空間創出推進会議」の開催(2回) ・予備設計の実施					
15	「歩くまち・京都」公共交通センターの設置	公共交通の一層の利便性向上を図るため、より利便性の高い公共交通ネットワークの構築や情報発信の拠点として、事業者、学識経験者と協力して、「歩くまち・京都」公共交通センターを設置する。 このセンターでは、市民や観光客のニーズに応じて、鉄道・バスを上手に組み合わせ、効率的に移動できるルート等の情報を分かりやすく提供するとともに、モビリティ・マネジメントなど、公共交通の利用促進に資する事業を展開する。			・「歩くまち・京都」公共交通センターの設置	・取組の推進	広報・PR	○	B	B	来所する観光客への公共交通での観光方法の説明の他、NPOに参画する企業等に対し、メルマガなどで公共交通の利用を促すことができたため。
			実績								
			-	-	「歩くまち・京都」公共交通センターの設置	「歩くまち・京都」公共交通センターの運営					
20	「歩くまち・京都」バス・鉄道乗換情報発信事業	人と公共交通優先の「歩くまち・京都」の実現を図るため、目的地までの最短の乗換情報や、最も安価な乗換情報等を、公共交通を利用する市民や観光客が容易に入手出来るよう、鉄道だけでなく、バスの到着見込みも含むルート検索システムを開発する。このシステムでは、無料で市民や観光客に、情報サービスを提供するとともに、周辺の観光地情報も盛り込み、公共交通の待ち時間にも京都を満喫していただけるようにする。			システムの開発	システムの英語化及び運用	公共交通への転換	○	B	B	25年8月から「歩くまち京都」アプリの運用を開始した。バスの到着見込みも含む乗換検索に加え、観光スポットやおすすめ観光ルート、周辺の飲食店情報コンテンツなどの情報を配信し、公共交通利用客増容に貢献することができた。
			実績								
			-	-	開発は完了し、25年度運用開始予定。	-					
21	地下鉄集客・交流プロジェクト～山科・感動ツーリズム～	地下鉄東西線の集客増を図るため、地元住民と行政、交通事業者等との協働の下、山科地域の潜在的な観光資源の掘り起こし、磨き上げ、商品化、プロモーションを一貫して行う。				イベントの実施	公共交通への転換・イベント	○	A	B	事業に取り組むことにより、地下鉄の利用促進につながったと考える。
			実績								
			-	-	-	-					

【建設局】

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
1	Think Our Street推進委員会が開催する研修会【臨時】	全国28都市が加盟するThink Our Street推進委員会の研修会(11月)を京都市内で開催するにあたり、地下鉄沿線に会場を設定し、地下鉄でのアクセス方法を案内する。	11月4日～5日研修会の開催	→ 加盟市による輪番開催	→	→	広報・PR	□	A	B	会場を地下鉄沿線に設定したことにより、地下鉄の利用促進につながったと考える。
			実績								
			33人参加								
5	「道の日」記念事業(地下鉄沿線での事業実施)	8月の「道の日」記念イベントをゼスト御池河原町広場(地下鉄京都市役所前駅)で行う。イベントでは、道路の正しい利用についての啓発、自転車駐輪マナーの向上キャンペーン等を行う。	イベントの開催(8月10日)	イベントの開催(8月10日)	イベントの開催(8月10日)	24年度にて終了	イベント	□	A	B	会場を地下鉄沿線に設定したことにより、地下鉄の利用促進につながったと考える。
			実績								
			参加者数約100人	参加者数約100人	参加者数約100人						
6	交通安全フェスタ	盲導犬講習やさまざまな交通安全体験を通して、交通安全活動を推進する。	イベントの開催※東日本大震災を受け開催中止	イベントの開催(7月24日)	イベントの開催(7月29日)	イベントの開催(開催日未定)	イベント	○	A	B	多くの方に参加いただいたため。
			実績								
				参加者数3,000人	参加者数3,000人						
10	梅小路公園の再整備	梅小路公園の新たな公園施設として「水族館」及び「鉄道博物館」の整備(提案)がなされたことを契機に、梅小路公園の魅力向上及び周辺地域の活性化を図る。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	取組の推進 11月 拡張公園部分開園 1月 拡張公園全面開園	施設の整備・誘致	○	A	A	「京都水族館」や「鉄道博物館」の開業、「すざくゆめ広場」や「市電ひろば」の開園等により、梅小路公園の来園者数が大幅に増加した。
			実績								
				京都水族館開業(24年3月14日)	約2,500,000人達成(京都水族館入場者数)						

【北区】

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
3	北区伝統ブランドいきいき発信事業	北区で生産されている京野菜をPRするイベント「もぎたて 京の朝市」を市バス・地下鉄駅及びその付近で開催。	取組の推進 (22年度で終了)	※23年度については、生産者主体で京都市役所前ひろばで朝市を実施。			イベント	□	A	B	会場を市バス・地下鉄駅及びその付近に設定したことにより、利用促進につながったと考える。
			実績								
			来場者数 約900人	来場者数 約400人							
4	北区北部山間いきいき大作戦エコツーリズムキャンペーン	北区の豊かな自然と伝統的な山村風景を多くの方に体感していただき、守っていくために、自然と素朴な人の営みを撮影した写真を募集するイベントを開催。(23年度はフォトコンテスト計4回、フォトツアー計4回実施予定)現地へのアクセスに公共交通機関の利用を呼び掛ける。	取組の推進	取組の推進			イベント	□	A	B	広報において公共交通機関の利用を呼びかけたことで、地下鉄の利用促進につながったと考える。
			実績								
			参加者数 約150人	参加者数 258人 (フォトコンテスト、フォトツアー)							
5	地下鉄30周年記念イベントにおけるPR	「おかげさまで30周年 京都地下鉄まつり」会場にて、地下鉄・市バスを利用して北区民春まつりへの来場を促すピンバッジやチラシを配布し、PRを実施した。	取組の推進 (23年度のみ)				イベント	□	A	C	PRを行ったものの、ピンバッジ持参者は5人と少なかったため。
			実績								
				北区民春まつりでの缶バッジ持参者5人							
7	人権啓発作品展における記念品に交通局カード乗車券を利用	人権啓発作品展の応募者への記念品に交通局のカード乗車券を利用	取組の推進	取組の推進	取組の推進	取組の推進	乗車券販売・広告収入等	○	A	B	記念品としてカード乗車券を活用したことにより、地下鉄の利用促進につながったと考える。
			実績								
			授与者数 86人	授与者数 81名	授与者数 81名						
8	北区ハートスポットスタンプラリー	人権月間の催しとして、区内の人権に関する展示を行う施設、人権月間に関する催し、福祉施設等を巡るスタンプラリーを行う。(23年度新規事業)	取組の推進	取組の推進	取組の推進		イベント	○	A	D	参加者の移動手段を把握していないため
			実績								
				授与者数 95人	授与者数 100人						
9	歩こう会	北区厚生会事業「歩こう会」を実施するにあたり、参加者に集合場所までの交通手段について、公共交通機関の利用を積極的に呼び掛ける。	取組の推進	取組の推進	取組の推進		イベント	○	A	B	公共交通機関の利用を呼びかけたことで、地下鉄の利用促進につながったと考える。
			実績								
				参加者数 28人	参加者数 44人						

【上京区】

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
3	委員謝礼の支払いとして市バス一日乗車券やトラフィカ京カードを配布	地域力推進室・企画担当が主催する各種委員会の委員に対して、謝礼として市バス一日乗車券やトラフィカ京カードを配布。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	取組の推進	乗車券販売・広告収入等	○	A	B	カード類の配布により直接的に利用を促進できたため
			実績								
			配布人数 34人	配布人数 56人 (28人×2回)	配布人数 174人	配布人数 168人					
5	上京散策手帳における市バス・地下鉄情報の掲載	観光の際の公共交通機関の利用を促進するため、上京区の観光スポットを紹介している小冊子「上京散策手帳」の紙面上の地図において、市バス路線・系統番号及び停留所を明記。また、本データはホームページにもアップロードしている。 ※ なお、手帳そのものは発行部数すべてを配布し終え、現在はホームページでの啓発のみ	取組の推進	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	一定のアクセスがあったため
			実績								
			アクセス数 2,048	アクセス数 1,511	アクセス数 916	アクセス数 595					
7	かみぎゆうくんのTwitterにおける市バス・地下鉄利用の呼びかけ	来庁時や観光の際の公共交通機関の利用を促進するため、上京区マスコットキャラクター「かみぎゆうくん」のTwitterにおいて、市バス・地下鉄利用を呼びかける書き込みを断続的に掲載。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	一定のフォローがあったため
			実績								
			フォロワー数 約200	フォロワー数 約360(通算)	フォロワー数 約490(通算)	フォロワー数 約490(通算)					

【左京区】

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
2	職員の市バス利用の促進	職員内で企画する催し等において、トラフィカ京カードを配布する。	取組の推進	該当催しなし	該当催しなし	該当催しなし	乗車券販売・広告収入等	○	B	B	トラフィカ京カードを配布することで、公共交通の利用促進につながったと考える。
			実績								
			70枚	0枚	0枚	0枚					
3	「留学生がおすすめる文化と歴史の左京ウォーキングマップ」への市バス地下鉄路線図の掲載	「留学生がおすすめる文化と歴史の左京ウォーキングマップ」において市バス地下鉄路線図の掲載	取組の推進	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	市バス・地下鉄の路線図を掲載することにより、海外の方をはじめ、地下鉄に馴染みのない方々にも利用していただく機会が増えたため
			実績								
			20,000部(パンフレット作成数)	-	-	-					
4	職員プロジェクトチーム「歩くまち・左京の推進に向けて」による検討	職員プロジェクトチーム「歩くまち・左京の推進に向けて」による検討する。	取組の推進				その他	□	B	D	具体的な取組を実施できなかったため
			実績								
			-	-	-	-					
5	委員謝礼に「スルッとKANSAI都カード」利用	各種委員謝礼に「スルッとKANSAI都カード」を利用する。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	取組の推進	乗車券販売・広告収入等	○	B	B	委員謝礼にスルッとKANSAI都カードを活用したことで、地下鉄の利用促進につながったと考える。
			実績								
			委員謝礼数 12人	委員謝礼数・開所式参加者数 142人	委員謝礼数 20人	委員謝礼数 20人					

【中京区】

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
3	委員謝礼としての「ト ラフィカ京カード」利 用	各種委員会・会議の委員に支払う謝礼とし て同カードを利用し、地下鉄(市バス)の利 用を促進。	中京区基本計 画策定委員会 の開催(2回)	中京区基本計 画推進委員会 の開催(年度内 2回予定) 第1回:H23.6.27	・中京区基本計 画推進委員会 の開催(年度内 2回予定) ・マヒト来る作 成学生スタッフ へ配布	・中京区基本計 画推進委員会 の開催(年度内 2回予定)	乗車券販 売・広告 収入等	□	A	B	ト ラ フィ カ 京 カ ー ド を 配 布 し た こ と に よ り、 地 下 鉄 の 利 用 を 促 進 す る こ と が で き た た め。
			実績								
7	中京区基本計画 キャッチフレーズ募 集時、優秀応募 者への記念品とし て「ト ラフィカ京カード」 利用	中京区基本計画(案)への意見募集(ハワ リックコメント)時、区基本計画キャッチフ レーズの優秀応募者への記念品として 同カードを利用し、地下鉄(市バス)の利 用を促進	→	22年度で終了			乗車券販 売・広告 収入等	□	A	B	ト ラ フィ カ 京 カ ー ド を 記 念 品 と し て 配 布 し た こ と に よ り、 地 下 鉄 の 利 用 を 促 進 す る こ と が で き た た め。
			実績								

【東山区】 該当なし

【山科区】

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
4	おこしやす"やまし な"スタンプMAP～ 山科を巡って、名産 品をゲットしよう～の 実施	山科への観光客数増加を図り、地下鉄の 増客対策につなげるため、地元団体と連 携したスタンプラリーを実施。また、山科の 観光イベントや名所などについても紹介す る広報活動を積極的に展開。	スタンプラ リーの 実施				広報・PR イベント	□	A	B	参 加 者 に は、 地 下 鉄 利 用 が 含 ま れ て い る た め、 当 該 イ ベ ン ト に 寄 与 し た。
			実績								
5	「陶灯路」魅力発信 プロジェクトの実施	平成23年秋に清水焼の「陶灯路」を自分で 制作し、家庭で楽しむほか、「駅前陶灯 路」などの観光イベントにおいて飾り、見て 楽しむとともに、「陶灯路」の存在を区内外 に広くPRするプロジェクトを実施する。ポス ター、チラシ等によりPRを行う。		事業の実施 8月5日、6日 陶灯器絵付教 室開催。 10月8日はや ましな駅前陶灯 路及び11月17 ・18日の京都・や ましな観光 ウィークで陶灯 器を飾るサポ ーター活動を実施			広報・PR イベント	□	A	B	参 加 者、 見 学 者 に は、 地 下 鉄 利 用 者 が 含 ま れ て い る た め、 当 該 イ ベ ン ト に 寄 与 し た。
			実績								
7	山科区役所関連事 業の賞品等へのト ラフィカ京カードの利 用	「山科区エコアクションNo.1宣言2013」関連 事業の副賞等、山科区役所関連事業の賞 品等に、できる限りト ラフィカ京カードを利用 する。	取組の推進	取組の推進	取組の推進	取組の推進	乗車券販 売・広告 収入等	○	A	D	購 入 枚 数 が 少 な い た め
			実績								
10	山科区交通問題研 究会の設立 (平成22年度で終 了)	区 の 交 通 問 題 を 解 決 す る た め の 対 策 案 を 議 論 す る 場 と し て、 区 内 交 通 事 業 者、 地 元 団 体、 学 識 経 験 者、 庁 内 関 係 部 局 な ど で 構 成 す る 研 究 会 を 設 立。 地 下 鉄 の 増 客 に つ な げ る こ と も 視 野 に、 研 究・ 検 討 す る こ と も に、 地 下 鉄 駅 へ の バ ス 時 刻 表 の 貼 付 や、 地 下 鉄 小 野 駅 附 近 で 地 下 鉄 と バ ス の 時 刻 表 が 掲 載 さ れ た マ ッ プ を 配 布 す る な ど、 公 共 交 通 の 利 用 促 進 に 取 り 組 ん だ。 平 成 23 年 度 は、「 山 科 区 公 共 交 通 利 用 促 進 協 議 会」 に お い て 交 通 事 業 者 な ど と 連 携 を 図 っ て い く と も に、 新 た な 交 通 シ ス テ ム の 導 入 に 向 け て 地 域 と と も に 検 討 し て い く。	研究会の設置、 交通問題に関 する研究・検討				その他	□	B	D	地 下 鉄 東 西 線 開 業 に よ り 区 内 で は 地 下 鉄 沿 線 と 離 れ た 地 域 と の 公 共 交 通 の 利 便 性 に 格 差 が 生 じ た。 それ ら 課 題 を 解 決 す る た め、 区 内 の 交 通 状 況 の 現 状・ 課 題・ 方 策 を 取 り ま と め た も の で あ る た め、 効 果 の 判 断 は で き な い。
			実績								

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
12	区民が選んだ「山科の魅力」の選定(平成22年度で終了)	区民が親しみ誇りとし、未来に伝えたい山科の魅力を選定し、冊子「京都山科東西南北」としてまとめた。22年度には「冊子完成記念イベント」や選定した山科の魅力を訪れる「山科の魅力探訪」を実施した。また、冊子で紹介した魅力の所在地までの案内地図を、区内の地下鉄5駅の改札口周辺に設置したことにより、地下鉄で山科を訪れる方も増えることが期待される。	案内板の設置、イベントの実施				広報・PRイベント	□	B	D	発行から7年が経過するが現在でも区内の観光のため本冊子を求めて区役所に来られる方が跡を絶たず増刷を3回している。また昨年実施した「山科検定」のテキストとしても使用し、800部以上の配布を行ったことなど区内の見どころを広く広報・PRに貢献している。しかし、増客の効果を数値では把握できていない。
			実績								

【下京区】

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
2	下京門前町ルネッサンス」参加者の市バス・地下鉄の利用促進(22年度にて終了)	両本願寺門前地区を中心にイベントを開催。参加者による公共交通機関の利用促進を図る。	10月31日に開催。				イベント	□	A	B	京都駅近くの会場で行った本イベントのチラシやポスターに公共交通機関利用促進の文言を記載することで、増客に貢献できた。
			実績								
9	「下京 魅力探訪スタンプラリー」参加者の市バス等の公共交通機関の利用促進	区内にある魅力ある施設を、徒歩や市バス等の公共交通機関を使って個々に巡るスタンプラリー等を開催。また、参加の際は、公共交通機関の利用を呼び掛ける。			3月16日に開催	3月16日、29日に開催	イベント	○	A	B	京都駅近くの会場で行った本イベントのチラシやポスターに公共交通機関利用促進の文言を記載することで、増客に貢献できた。
			実績								

【南区】 該当なし

【右京区】

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
6	楽しく歩けるまち・右京を考えるプロジェクト「てくてく太秦」の実施	太秦界隈に住まう人たちと区役所との共汗により、地域の魅力を再発見し、太秦天神川駅等を起点とした楽しく歩けるルートの設定を行うとともに、それらの成果としてマップを作成し広くPRすることで、地下鉄等の利用促進を図る。		取組の推進	24年度に成果マップを作成、マップを使った街あるきイベントを開催		広報・PR	□	A	B	太秦天神川駅等を起点に設定したため、地下鉄の利用促進に貢献できたと考える。
			実績								

【西京区】

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
9	区民参加型の環境パートナーシップ事業における各種教室を通じた公共交通機関の利用促進	西京区民ふれあい事業実行委員会主催の区民参加型の環境パートナーシップ事業における各種の教室を開催するに当たり、参加者に公共交通機関の利用を促す。		取組の推進(平成23年7月3日、9月10日、11日に実施、平成24年2月25日、3月3日に実施)	取組の推進(平成24年9月8日に実施、平成25年3月3日、10日に実施)	取組の推進(時期未定)	イベント	○	A	B	年度により参加者のバツキはあるが、総じて公共交通機関の利用促進に貢献できた。
			実績								

【洛西支所】

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
7	西京区魅力再発見ふれあいウォーキングを通じた市バスの利用促進	大原野ほっこりまったりウォーキング(平成22年12月4日実施)において、市バスの利用促進につながる場所を起終点とするコースを設定するとともに、往復計4本市バスの増便を行い、利用促進を図った。	取組の推進 (平成22年12月4日に実施)				イベント	□	A	B	コース設定を工夫することで、公共交通機関の利用促進につながったと考える。
			実績								
			参加者数 291人								

【伏見区】

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
8	委員謝礼としての「トラフィカ京カード」の利用【伏見区基本計画策定委員会】	「伏見区基本計画策定委員会」の委員に支払う謝礼として同カードを利用し、公共交通機関の利用を促進する。(22年度にて終了)	委員会の開催 (年間2回程度)				乗車券販売・広告収入等	□	B	B	トラフィカ京カードを謝礼として活用することで、公共交通機関の利用促進につながった。
			実績								
			委員数 延べ46人								
9	委員謝礼としての「トラフィカ京カード」の利用【伏見区基本計画推進区民会議】	「伏見区基本計画推進区民会議」の委員に支払う謝礼として同カードを利用し、公共交通機関の利用を促進する。			委員会の開催 (年間2回程度)	取組の推進	乗車券販売・広告収入等	○	B	B	トラフィカ京カードを謝礼として活用することで、公共交通機関の利用促進につながった。
			実績								
					委員数 延べ55人						
10	委員謝礼としての「トラフィカ京カード」の利用【伏見区区民活動支援事業審査会】	「伏見区区民活動支援事業審査会」の委員に支払う謝礼として同カードを利用し、公共交通機関の利用を促進する。			審査会の開催 (年間1回程度)	取組の推進	乗車券販売・広告収入等	○	B	B	トラフィカ京カードを謝礼として活用することで、公共交通機関の利用促進につながった。
			実績								
					委員数 延べ11人						

【深草支所】

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
2	ふかくさ旬野菜の直売	深草産の野菜や深草の竹を使った製品等の販売を行い、深草の旬の野菜の魅力をPRする。	7月4日に深草総合庁舎前にて開催	5月28日・11月26日にふかくさ100円商店街と3月3日の深草まるごとサロンの日で販売。10月16日に第21回深草ふれあいプラザで販売	10月13日の第22回深草ふれあいプラザで販売 11月17日の第4回ふかくさ100円商店街で販売	10月20日の第23回深草ふれあいプラザで販売予定	イベント	□	A	D	近隣に住む参加者が多かったため。
			実績								
			約100人	約33,000人	約22,000人	約15,000人					

【醍醐支所】

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
1	地下鉄東西線と醍醐コミュニティバスの連携した醍醐エリアへの集客増加対策	平成22年度に作成した、「京の醍醐めぐり-観る・味るの魅どころ満載!おさんぽまっふ-」及びPRポスターを活用し、地下鉄や醍醐コミュニティバスなどの公共交通機関の利用促進につなげる。	企画・実施	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	B	PRを行うことにより、公共交通機関の利用促進につながったと考える。
			実績								
			-	観光マップ4万部 PRポスター500枚	-	-					

【消防局】

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価		
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由	
6	住宅用火災警報器設置推進大会	自主防災組織や事業所の方々を対象に、住宅用火災警報器の奏功事例や地域で行われている共同購入の取組に関する情報を紹介。全世帯設置を推進することを目的として、みやこめっせで開催。求場の際、市バス・地下鉄の利用を勧奨する。	住宅用火災警報器設置推進大会の開催 22年6月27日(日)開催					イベント	□	B	B	予定通りの人数の参加が認められたため。
			実績									
			参加者等 約1,700人									
7	全国消防救助技術大会	全国消防救助技術大会は、毎年政令市等で開催されており、第39回大会を京都市消防活動総合センターにおいて開催した。なお、同大会の開催に伴い、臨時バスを運用し、利用を促した。	全国消防救助技術大会の実施 22年8月27日(金)開催					イベント 臨時バスの運行	□	B	B	一般来場者向けに竹田駅と会場間で臨時バスを運用し、ホームページ等に公共交通利用促進の文言を記載したこと、増客に貢献できた。
			実績									
			参加者等 約15,000人									

【交通局】

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
3	公営交通100周年事業	本市公営交通100周年の機会を捉え、公営交通としての市バス・地下鉄の果たす役割を市民の皆様に変更して広くPRするとともに、市バス・地下鉄により親しんでいただき、今後の一層のご利用に繋げるため、平成24年の1年間、各種100周年記念事業を実施する。			公営交通100周年記念フェスタ(6/10) スロットKANSAIバスまつりの京都開催(9/23) 記念乗車券・グッズ発売等	リーフレットの作成・配布(4/24)	広報・PR イベント	□	A	A	会場を地下鉄沿線に設定し、多くの方に参加いただき、増客に貢献できた。
			実績								
					参加者数 約54,000人						
9	イベント列車の運行	地下鉄の利用促進を図るため、地下鉄車両に装飾を施したイベント列車を運行する。	イベント列車の企画・運行	イベント列車の企画・運行	イベント列車の企画・運行	イベント列車の企画・運行	イベント	○	A	B	駅の賑わい創出にもつながり、一定の増客効果があったと考える。
			実績								
			3回	3回	4回						
10	地下鉄・市バスの利用促進を区役所でパネル展をして呼び掛け	区役所等でお得な乗車券、沿線観光情報等を発信するため、PRポスターの掲示やチラシを配布するパネル展を開催する。	パネル展の実施	パネル展の実施	パネル展の実施	パネル展の実施	広報・PR	○	B	B	市民に対して公共交通利用の意識付けをすることができた。
			実績								
			2箇所	4箇所	16箇所						
17	公営交通100周年記念 デコレーションバス作成	公共交通100周年を記念し、各営業所の運転士により、市バスに装飾を施し、デコレーションバスとして運行し、増客を図る。			5営業所の各1両に装飾を施し、運行する。	4/1から、車内に小学生の絵画等を掲出する「京ちゃんバス」として一般路線で運行開始。	広報・PR イベント	○	B	B	この事業による人の動きは確認できないが、イベントでの展示や小学生の絵画等を掲出する「京ちゃんバス」として、幅広く活用することで、市バスのPRを図ることができた。
			実績								
					6/10から各営業所所管の一般路線で運行開始						

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
18	市バス車内の乗車券販売の充実	市バス専用一日乗車券カード小児券のバス車内販売を開始するとともに、同大人券の販売を全系統に拡大する。			小児券の車内販売を開始し、大人券の販売を全系統に拡大する。	販売の継続	利便性向上・乗車券販売	○	B	B	この事業による人の動きは確認できないが、イベントでの展示や小学生の絵画等を掲出する「京ちゃんバス」として、幅広く活用することで、市バスのPRを図ることができた。
			実績								
20	駅の案内サイン等外国人等に対するサービスの向上	ユニバーサルデザインに沿った統一的なサインマニュアルや障害者・高齢者・外国人観光旅客に対応するマニュアルを作成し、接客サービスの向上を図る。	マニュアルの作成に向けた調査	マニュアルの作成に向けた調査・検討	マニュアルの作成に向けた調査・検討	マニュアルの作成(25年度末完成)	利便性向上	□	B	B	市バスの利便性向上につながったことにより、公共交通の利用促進に効果があったと考える。
			実績								
23	アートパフォーマンスin山科の実施	月1回山科駅近辺の音の広場において、一般募集のパフォーマーによるイベントを実施し、増客を図る。	月1回実施	月1回実施	月1回実施	月1回実施	イベント	○	A	B	お客様サービスに繋がる取組を実施したことにより、地下鉄の利用促進に効果があったと考える。
			実績								

【上下水道局】該当なし

【教育委員会】

番号	事業項目		年次計画				類型	取組状況	グループ	取組の評価	
	事業名	事業概要	22年度	23年度	24年度	25年度				評価	理由
12	「京発見！ミュージアムへ行こう」「京都ミュージアム探訪」発行による市バス・地下鉄の利用啓発	市内にある博物館・美術館を紹介する「京発見！ミュージアムへ行こう」(23年10月発行)「京都ミュージアム探訪(日本語版・英語版)」(平成25年3月発行)に地下鉄の路線図や各施設の最寄駅等の情報を掲載し、利用者の増加を促進する。	-	取組の推進	取組の推進	取組の推進	広報・PR	○	B	D	書籍に掲載した博物館・美術館への来館方法で地下鉄利用を案内したことにより、地下鉄の利用促進につながったと考える。
			実績								