

地下鉄・市バスお客様1日80万人に向けた 取組状況について

- 1 地下鉄・市バスのお客様数について
- 2 地下鉄・市バスの増客に向けたこれまでの主な取組について
- 3 今後の主な取組について(令和元年度下半期)

【参考】市バス各系統の営業係数について

1 地下鉄・市バスのお客様数について

- 80万人の目標達成には、30年度のお客様数から3万9千人の増客が必要ですが、対前年度の増加率は鈍化傾向にあります。
- 令和元年度上半期累計では、対前年度同期比で2万7千人(+3.5%)の増加(※)となりましたが、昨年度は台風や地震等の自然災害が上半期に発生し、お客様数が大きく落ち込んだことから、実質的なお客様数の伸びは低位に止まっていると考えられます。
- ※ 上半期の9月においては、消費増税に伴う価格改定により、定期券・回数券購入の駆け込み需要の影響を受けて、お客様数が増加しました。

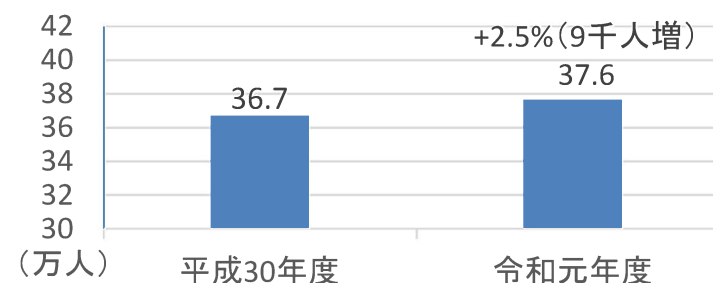
【市バスの状況】

- 市バスは、上半期の累計で前年同期比9千人(2.5%)の増加となりましたが、主な要因が、桜の開花時期のずれや、昨年度発生した大阪府北部地震(6月)、西日本豪雨(7月)、大型台風(9月)の自然災害の影響による反動であることを考えると、厳しい状況にあります。

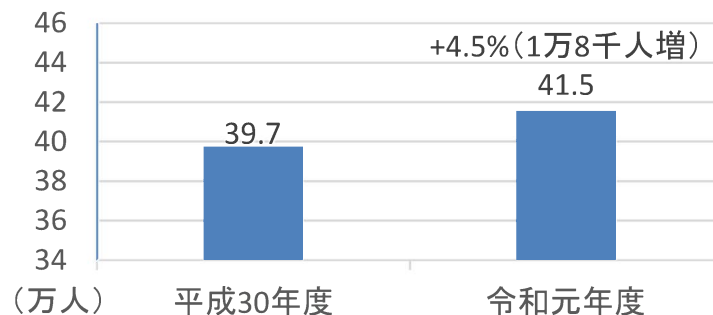
【地下鉄の状況】

- 地下鉄は、「地下鉄・バス一日券」の販売促進の取組等により、市バスから地下鉄への誘導が図られつつあること、JR西日本や阪急との連絡定期券をはじめ、定期利用のお客様が堅調に増加していることなどから、上半期の累計で前年同期比1万8千人(4.5%)の増加となりましたが、下半期に大きな増客の要素がないことから、予断を許さない状況です。

【令和元年度上半期1日当たりの市バスのお客様数】



【令和元年度上半期1日当たりの地下鉄のお客様数】

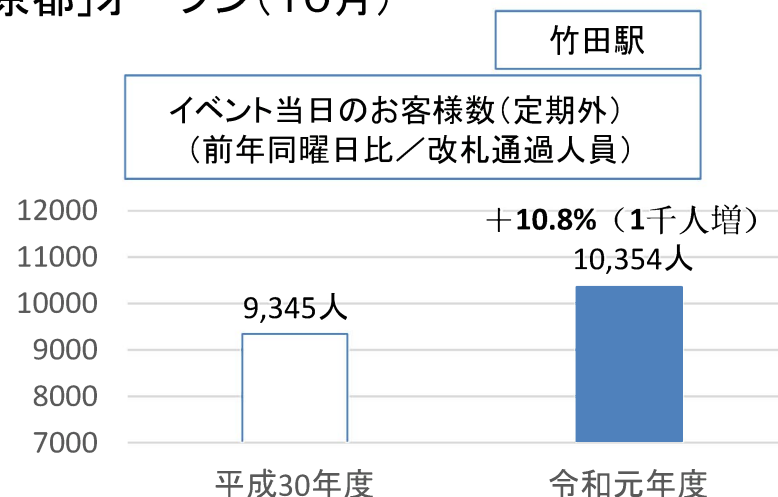


2-1 地下鉄・市バスの増客に向けたこれまでの主な取組について

① 地下鉄・市バスのネットワークを核としたまちづくりの推進

○ 南部クリーンセンター環境学習施設「さすてな京都」オープン(10月)

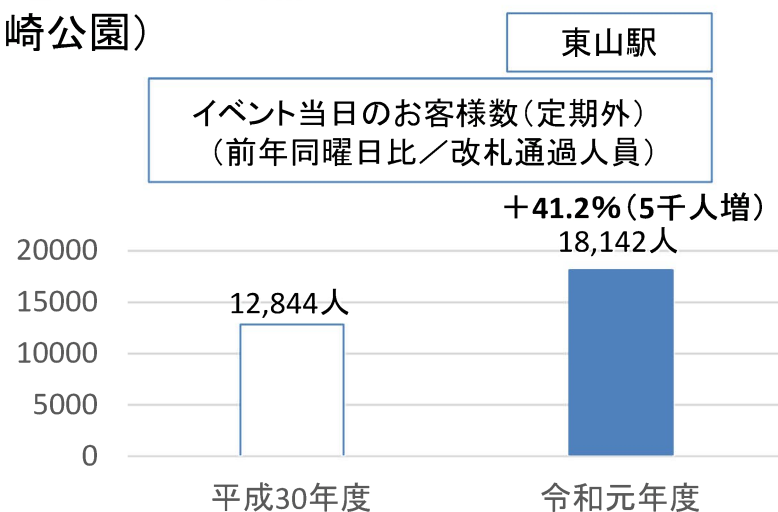
- ・ オープニングイベントの開催



② 地下鉄沿線・市バス運行エリアでの観光・集客イベント開催

○ 第19回スルッとKANSAIバスまつり(6月／岡崎公園)

- ・ 来場者数: 約26,000人



2-2 地下鉄・市バスの増客に向けたこれまでの主な取組について

② 地下鉄沿線・市バス運行エリアでの観光・集客イベント開催



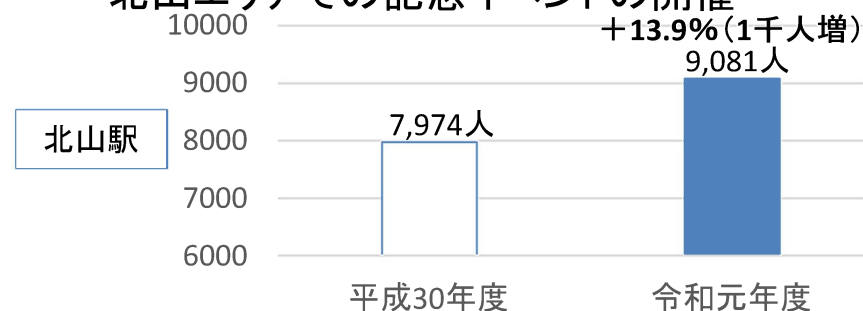
○ 国際博物館会議(ICOM)京都大会・記念イベントの開催(9月1日～7日)

大会期間中(※)のお客様数(定期外)の1日平均(前年同曜日比／改札通過人員)
※台風の影響で大幅増となった9月3日を除く

・ メイン会場での会議, 展示会等の開催



・ 北山エリアでの記念イベントの開催



・ 金剛能楽堂での記念イベントの開催



・ 京都文化博物館での記念展覧会の開催



※ コンベンションパスの販売枚数 3,000枚
(市バス・地下鉄用乗車券:700円)

2-3 地下鉄・市バスの増客に向けたこれまでの主な取組について

③-1 地域や事業者との協働による公共交通優先の「歩くまち・京都」の取組推進

「市民生活との調和を最重要視した持続可能な観光都市」の実現に向けた基本指針

SDGsの理念も踏まえ

～市民・観光客・事業者・未来 四方よしの持続可能な観光地マネジメントの実践～

市民の安心・安全，地域文化の継承を最重要視した市民生活と観光の調和に向けた

3つの柱と基本方針

○混雑への対応（観光地・市バス・道路）

○宿泊施設の急増に伴う課題への対応

○観光客のマナー違反への対応

＜混雑への対応と増客の取組の推進＞

市バスの一部の路線や区間においては，依然として車内混雑が発生していることから，市民生活と観光の調和に向けて，現行の輸送力を最大限活用し，混雑緩和を図りつつ，市バスから地下鉄への利用促進や市バス赤字系統の利用促進など増客を実現する取組を推進しています。

2-4 地下鉄・市バスの増客に向けたこれまでの主な取組について

③-2 地域や事業者との協働による公共交通優先の「歩くまち・京都」の取組推進

＜混雑への対応と増客の取組の推進＞

雑誌「SAVVY」への特集記事掲載
(8月発行／発行部数約17万部)



ア 移動経路の分散化(市バスから地下鉄への利用促進)

(ア) 「地下鉄・バス一日券」を使った快適・便利な観光ルート等のPR

市内中心部だけでなく、山科、大原、高雄エリアなど周辺部を、
「地下鉄・バス一日券」を使って巡る観光ルートの特集記事を雑誌、
サイトに掲載

(イ) 外国人観光客に対する「地下鉄・バス一日券」のPRの拡充

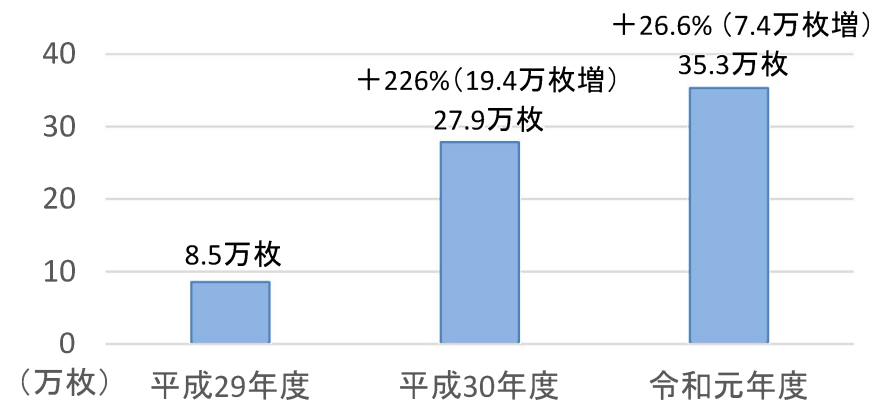
市バスから地下鉄への利用促進や手ぶら観光の普及を図るため、
Peach航空機内へのチラシ配架や 大阪メトロ及び阪急電車の車内
へのポスター掲出を実施

Peach航空機内座席シートポケットへの
チラシ配架(11月実施／配架枚数6000枚)



【「地下鉄・バス一日券」の販売枚数実績】

- ・平成29年度上半期 85,562枚
- ・平成30年度上半期 279,036枚
- ・令和 元年度上半期 353,385枚



2-5 地下鉄・市バスの増客に向けたこれまでの主な取組について

③-3 地域や事業者との協働による公共交通優先の「歩くまち・京都」の取組推進

イ チーム「電車・バスに乗るっ」の取組

更なる増客を図るため、全庁体制の取組に加えて、民間と行政の共汗（協働）で人と公共交通優先のまちづくりに寄与する活動を展開している（令和元年11月現在、43団体が参画）。

（ア）民間事業者と連携した移動経路や観光地の分散化

- 地下鉄とバスを組み合わせた「大原」への観光ルートの推進
秋の観光シーズンに、京都バスと連携し、国際会館駅から大原へのバスの増便に加え、チラシ配布やポスター掲出等により、地下鉄とバスを組み合わせた観光ルートのPRを実施

・京都バスの臨時運行 当初予定42回／日 ⇒ピーク時53回／日（+11回増便）

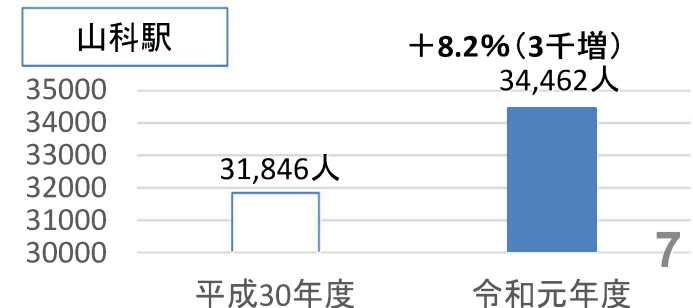
- 山科観光及び山科を経由した観光ルートのPRの実施
JR西日本及び山科区役所と連携し、非公開文化財等の特別公開の開催を契機に、山科観光及び山科経由の京都観光ルートのPRを様々な媒体により実施

- 他社局と連携したフリーパスの発売（10月～）
JR西日本が発売している外国人観光客向けのフリーパス「関西エリアパス」に、「地下鉄一日券」を組込むことにより、地下鉄の利用促進を図る。

（「地下鉄一日券」の引換枚数） 5,463枚（11月実績）



山科非公開文化財等特別公開期間中（土休日）のお客様数（定期外）の1日平均
（前年同曜日比／改札通過人員）



2-6 地下鉄・市バスの増客に向けたこれまでの主な取組について

③-4 地域や事業者との協働による公共交通優先の「歩くまち・京都」の取組推進

(イ) 民間事業者と連携した公共交通の利用促進

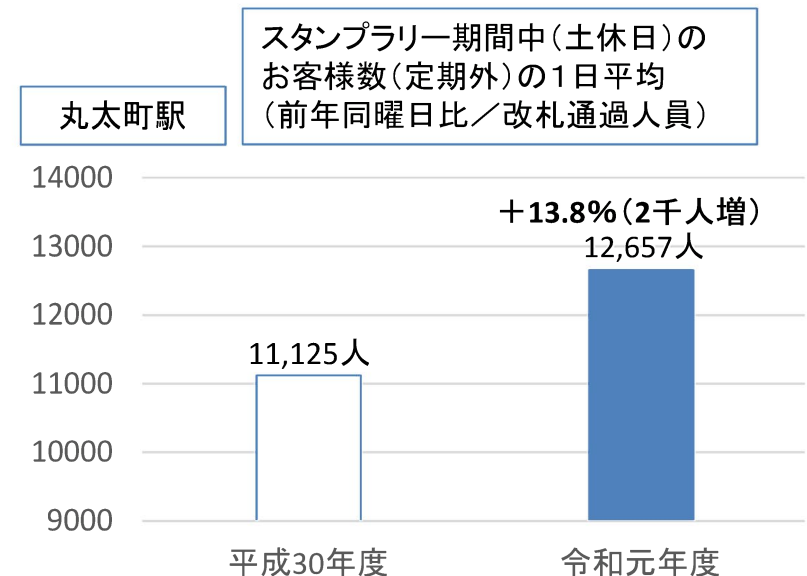
○ 「KARASUMA大茶会 其の貳」の開催

令和元年5月に続き、大丸京都店と連携し、11月に第2弾を開催。乗車券の提示による優待を組み込むことにより、更なる公共交通の利用促進を図った。



○ 「鬼滅の刃 京ノ御仕事」スタンプラリーの実施

東映太秦映画村、京福電気鉄道等と連携し、大人気マンガ「鬼滅の刃」とのコラボにより、地下鉄や嵐電の駅等を巡るスタンプラリーを実施（8～10月／参加者数：11,371人（景品引換者数））



2-7 地下鉄・市バスの増客に向けたこれまでの主な取組について

③-5 地域や事業者との協働による公共交通優先の「歩くまち・京都」の取組推進 ウ 市バスの赤字系統の利用促進

○ 洛西支所と交通局による連携事業の実施(7月～)

洛西支所と連携して、地域の魅力(自然やイベント等)を発信するポスター・チラシの地下鉄・市バス車内や駅構内での掲出・配架や、地下鉄京都駅「コトチカ広場」においてPRイベントを開催。

(主な実績)

- ・妖怪大行進(8月) → 市バス西系統 平均8.9%増加
- ・ひまわりイベント(9月) → 市バス西系統 平均2.5%増加
- ・グラスias・バル ハロウィン(10月) → 市バス西系統 平均5.3%増加



イベントポスター(9月号)

○ 「市バス沿線のフォトコンテスト」の実施(9月～11月)

赤字系統沿線の新たな魅力を発掘し、増客につなげるため、上京区役所・下京区役所・西京区役所及び洛西支所と連携し、バス停から歩いて行ける範囲のとおきの写真を募集するフォトコンテストを実施。

(応募総数)172作品



2-8 地下鉄・市バスの増客に向けたこれまでの主な取組について

③-6 地域や事業者との協働による公共交通優先の「歩くまち・京都」の取組推進

ウ 市バスの赤字系統の利用促進

○ プロジェクトチーム連絡会議の開催(9月)

第1回目の庁内連絡会議を9月9日(月)に開催し、先行事例の紹介や意見交換を行い、各区役所・支所から市バスの赤字系統の利用促進につながるアイデアを提案していただいた。

(主なアイデア)

- ・市バスの赤字系統を組込んだ観光プランの紹介
- ・市バス使って地域の自然や歴史文化の魅力を堪能してもらえる体験ツアーの実施
- ・地域のバス停周辺の魅力的な写真を募集するフォトコンテストの実施
- ・庁舎内モニターでの啓発動画の放映、ホームページのアクセスマップへの掲載など、公共交通の利用促進に向けた情報発信
- ・区役所主催事業の開催時における市バス・地下鉄を使ったアクセス情報等の発信、交通局PRブースの出展
- ・区役所主催事業の記念品等への交通局乗車券の採用による公共交通の利用促進

⇒12月23日(月)に第2回プロジェクトチーム連絡会議を開催し、今後の取組について検討

3 今後の主な取組について(令和元年度下半期)

引き続き、「地下鉄・市バスお客様1日80万人に向けたアクションプログラム」に掲げる3つの重点方針に基づき、混雑緩和も図りつつ、増客を推進していきます。

① 地下鉄・市バスのネットワークを核としたまちづくりの推進

- 京都市美術館のリニューアルオープン(3月)



② 地下鉄沿線・市バス運行エリアでの観光・集客イベント開催

- 「国連世界観光機関／ユネスコ 観光と文化をテーマとした国際会議」の開催(12月)

③ 地域や事業者との協働による公共交通優先の「歩くまち・京都」の取組推進

- チーム「電車・バスに乗るっ」の取組

- ・参画団体等と連携した公共交通の利用促進を図るラリーイベント等の実施

- ・若手職員増客チームの取組

- 地下鉄(鉄道)とバスを上手に組み合わせた京都観光をPRする動画・ポスターの配信・掲出(12月～)

- 市バス赤字路線の利用促進を図るためのイベント等の実施

- 市バスから地下鉄への利用促進

- ・「地下鉄・バス一日券」を使った快適・便利な観光ルート等のPR

- 春節に向け、Peach航空機内に「地下鉄・バス一日券」・手ぶら観光のPRチラシを配架(1月)

- 「一日乗車券で巡る京都さんぽ」(JTBパブリッシング)第2弾の発行

- 市バスの赤字系統の利用促進

- ・西京区役所との連携イベントの実施(12月～1月)

- 西京区のマスコットキャラクター「たけによん創作ぬりえ」コンクールで入賞した42作品を、市バスの車内に展示するとともに、広告看板やヘッドマークを掲出した「たけによんバス」を運行



【参考】市バス各系統の営業係数について

営業係数とは、100円の収入を得るために必要な費用を示す指標であり、当指標が100未満なら黒字系統、100を超えれば赤字系統であることを示します。

30年度の営業係数

全84系統のうち、
33系統が黒字、51系統が赤字
となっています。

30年度は、相次ぐ自然災害の影響などもあり、お客様数が減少したことに加え、軽油価格の高騰に伴う燃料費の増などにより経費が増加したことから、29年度から黒字系統が5系統減少、赤字系統が6系統増加しました。

【営業係数の対前年度比較】

営業係数	系統数（全系統における構成比）		
	29年度	30年度	差引
100未満（黒字）	38（45.8%）	33（39.3%）	△5
100以上（赤字）	45（54.2%）	51（60.7%）	+6
100～150	24（28.9%）	31（36.9%）	+7
151～200	14（16.9%）	13（15.5%）	△1
201～	7（8.4%）	7（8.3%）	0
合 計	83（100%）	84（100%）	+1

