

令和 7 年度プロジェクトチーム企画草案

各グループの企画草案

	テーマ	企画名
テーマ 1-1	地下鉄・バスをもっと便利に！もっと楽しく！	利用促進×子育て支援： 子育て優先車両の実証運行
テーマ 1-2		利用促進×スポーツ振興： アーバンスポーツパークを「H u b」 とした駅の賑わい創出と利用者数 up
テーマ 1-3		利用促進×文化芸術振興： 醍醐駅をアートで彩るプロジェクト
テーマ 2	利用のきっかけ・インセンティブの創出	洛西支所×交通局 BUS MARCHE
テーマ 3	魅力・情報発信	京都市を MOTTO!で JACK するっ！

テーマ1

地下鉄・バスをもっと便利に！もっと楽しく！

【テーマ1】地下鉄・市バスをもっと便利に！もっと楽しく！グループ

グループでの議論では

- 一過性のイベントをしても、費用対効果は低い
 - 赤字路線の活性化には、地下鉄や市バスを使わない方々に、いかにして使っていただくのかを考えることが重要（ターゲットの明確化）
 - 駅やバス停と周辺地域との関係性をデザインしていくことも効果的
- などの多様な意見が

テーマ1グループ
の提案は・・・

利用促進× エックス プロジェクト

地下鉄・市バスの利用促進だけではなく、他の市の政策課題との掛け合わせで、波及効果・相乗効果を目指す！

【テーマ1】地下鉄・市バスをもっと便利に！もっと楽しく！グループ

▶もっと便利に！

【案1】利用促進 × 子育て支援

▶もっと楽しく！

【案2】利用促進 × スポーツ振興

【案3】利用促進 × 文化芸術振興

【テーマ1】 地下鉄・市バスをもっと便利に！もっと楽しく！グループ

【案1】 利用促進 × 子育て支援

子育て優先車両の実証運行

案1-1

【テーマ1】 地下鉄・市バスをもっと便利に！もっと楽しく！グループ

AGENDA

1

提案概要

2

子育て世代の声

3

実証運行系統

4

提案詳細

案1-2

子育て優先バス

- 子育て中のパパ・ママがベビーカーや抱っこひもで利用しやすい「優先バス」

→ 利用の少ないと思われる子育て世代の日常利用を取込み

- ノンステップバスで、ベビーカーの乗降を補助
(乗降用スロープの活用も検討)
- 後ろ乗り、後ろ降りで前降りの動線の懸念を解消

→ 子育て中の親御さんの心理的懸念を払しょく

- 車内音楽で、子どもの鳴き声を緩和

→ 心地よい音楽でそもそも泣かなくなる??



案 1-3

【テーマ1】 地下鉄・市バスをもっと便利に！もっと楽しく！グループ

検討の背景

- 子育て中のチームメンバーの「ベビーカーで市バスって乗れない」「子どもが泣いたら周りに迷惑を掛けてしまうので遠慮してしまう」の声から



- 子育て中のパパ・ママが1人で子どもと出かける際、移動の選択肢として、「市バス」は対象となっているのか
- 対象となっていないのであれば、利用促進のターゲットとなり得るのではないか

👁️ なんで、市バスが対象となりづらいのか...

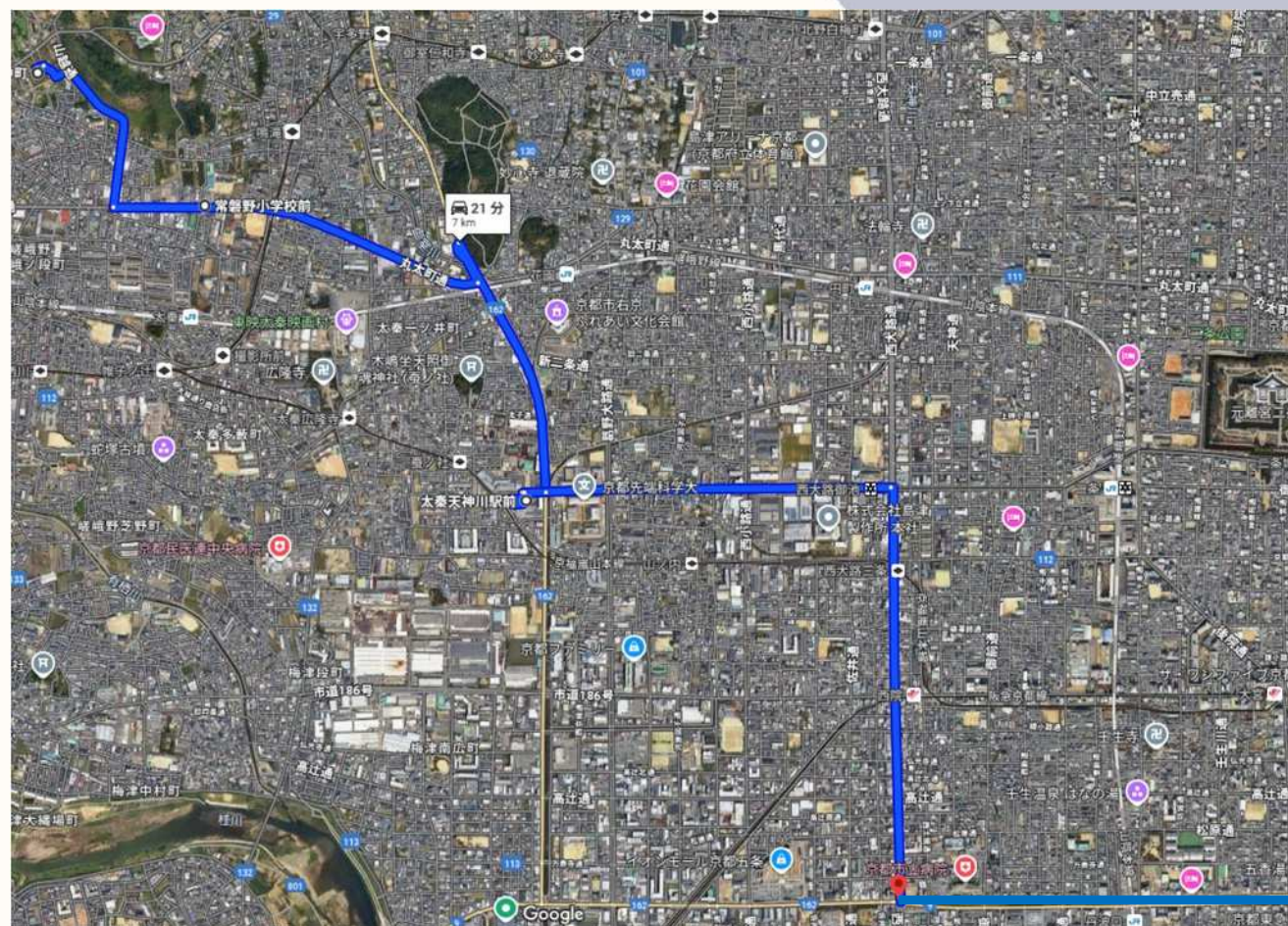
案1-4

右京区役所でのアンケート・意見

- ベビーカーが他の乗客に邪魔になる、子どもが泣くので迷惑になると思い、利用を控えている
- ベビーカーでの乗車は、とても1人でできないため、バスには乗れない
- 市バスは混むことが予想され、また遅延するため、乗らない
- ベビーカーを畳んだり、広げたりが大変
- ベビーカーでは乗車はできても、混んだ車内からの下車が大変
- ベビーカー＋もう1人幼児となると、幼児では吊革に届かないため、安全面でも不安

75号系統

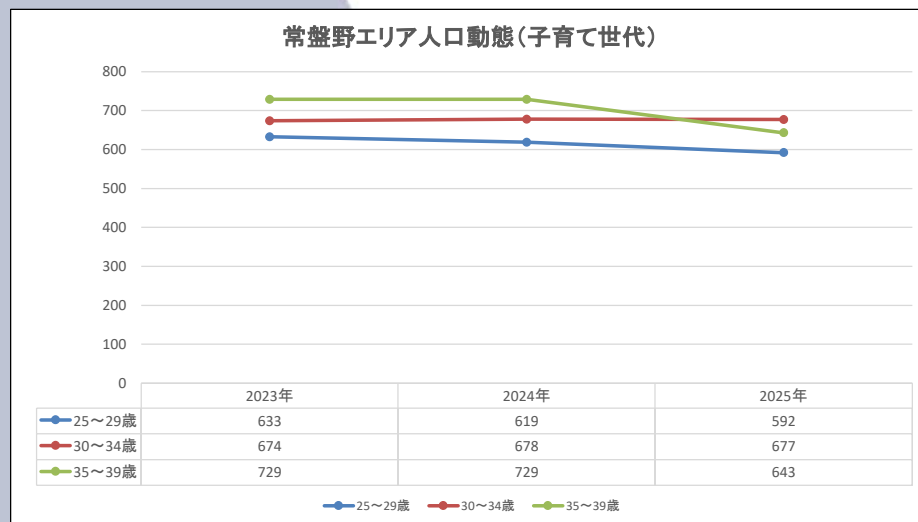
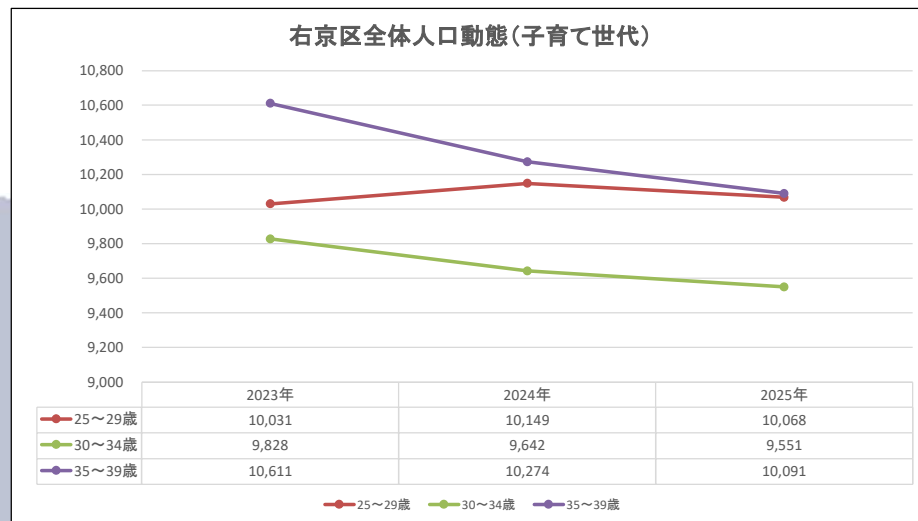
- 右京区山越中町から太秦天神川、西院、市立病院を經由して京都駅まで行ける便利そうな路線
- J R太秦駅までも少し距離があるため、利便性が上がれば、市バスも選択肢に入りそう
- 便利そうではあるものの、営業係数は「170」と赤字
- そもそも、運行本数が少ないため選択肢に入りにくいのかも



山越中町→丸太町通→天神川→御池通→西大路通→五条通→堀川通→塩小路通→京都駅

案1-6

【テーマ1】 地下鉄・市バスをもっと便利に！もっと楽しく！グループ



なぜ75号系統？

- 右京区全体の子育て世代の人口動態が減少傾向である一方、75号系統の始発周辺エリアとなる「常盤野学区」は、ほぼ横ばい

→ターゲット層として取込みたい層が居住

- ※日本の第1子出産の平均年齢は31歳となっているため、前後含めて「25歳～39歳」を対象として分析

【テーマ1】 地下鉄・市バスをもっと便利に！もっと楽しく！グループ

- 出退勤時間に手厚めにはなっているものの、子育て世代が日常使いするには不便なダイヤ
- 子育て世代が利用したい時間帯と予想される「10時台～15時台」は、太秦天神川止まりであり、移動範囲も狭い（嵐電とも競合）

西大路五条		京都駅 行き Kyoto Sta.		75
平日 Weekdays (お盆・年末年始を除く)		土曜日 Saturdays (お盆・年末年始を除く)		休日 Sundays & Holidays お盆 8月14日～8月16日 年末年始 12月29日～1月3日
	5		5	
18 54	6	18 54	6	18 54
24 39 54	7	38	7	38
25 58	8	14 58	8	14 58
46	9	46	9	46
*33	10		10	
	11		11	
*34	12	*28	12	*28
	13		13	
*33	14		14	
	15	*15	15	*15
*15 59	16	*15	16	*15
44	17	19	17	19
29	18	4 49	18	4 49
8 44	19	29	19	29
21 59	20	14 59	20	14 59
49	21	49	21	49
	22		22	
	23		23	

*印は太秦天神川駅前までです。For Uzumasa Tenjingawa Sta.

この系統が100円の収入を得るために掛かる費用です。(令和4年度)→187円 (令和5年度)→170



案 1-8

利便性を向上で 子育て世代の利用を促進



子育て優先バス

一般客ではなく子育て世帯が
優先的に乗車できる車両を運行
(Ex:10時～15時の間1時間1本)

- 他乗客への意識的配慮の軽減
- ラッピングで視覚的にも優先
していくことを強調



子ども向け車内音楽

車両音を軽減し、子どもが落ち
着く音楽を流し、楽しい車両に

- 乗ること自体に楽しさを追加



利用しやすい車両整備

ノンステップバスでの運行
乗降用スロープを活用
後ろ乗り、後ろ降り

- ベビーカーの乗降りのし易さ
- 抱っこ紐での座りやすさ

案 1-9

【テーマ1】地下鉄・市バスをもっと便利に！もっと楽しく！グループ

【案2】利用促進 × スポーツ振興

アーバンスポーツパークを「H u b」とした
駅の賑わい創出と利用者数up

案2-1

松ヶ崎駅にワクワク感を！

- 本年4月にオープンした宝が池公園運動施設「アーバンスポーツパーク」と連携
- 最寄り駅である地下鉄松ヶ崎駅の利用者に、降りた瞬間から“ワクワク感”を感じてもらう
- 駅構内（地下通路）にアーバンスポーツを連想させる装飾などを設置。制作は芸術系大学に依頼し、学生に協力いただく。
- 装飾のお披露目に合わせてアーバンスポーツ団体等の協力の下に、関連イベントを実施

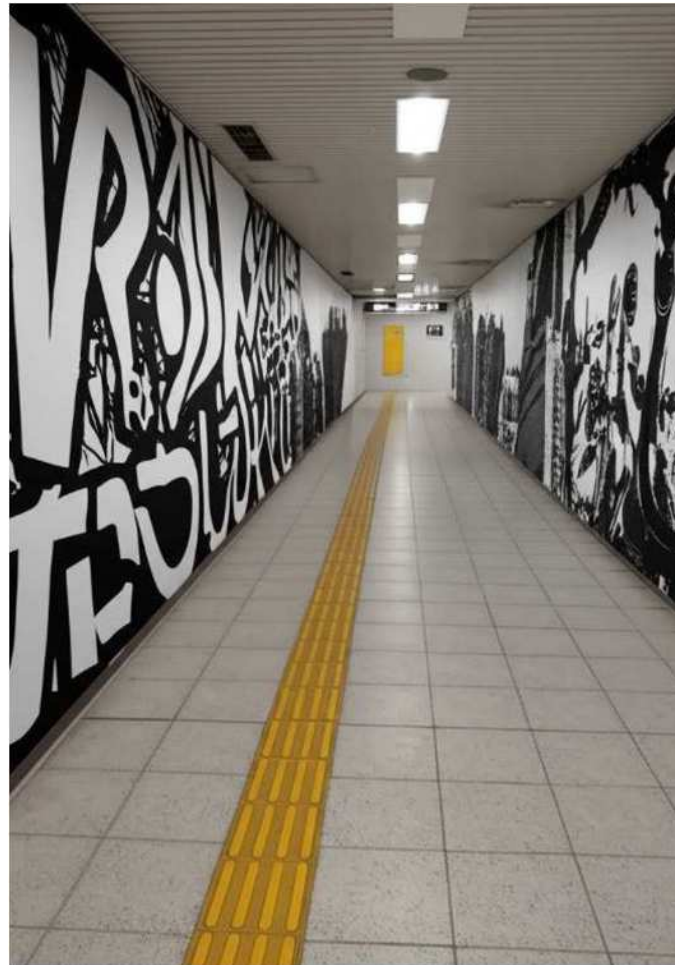


宝が池公園運動施設アーバンスポーツパーク（ミニパーク）

案2-2

【テーマ1】 地下鉄・市バスをもっと便利に！もっと楽しく！グループ

装飾イメージ (AIによる作画)



1

実施イメージ

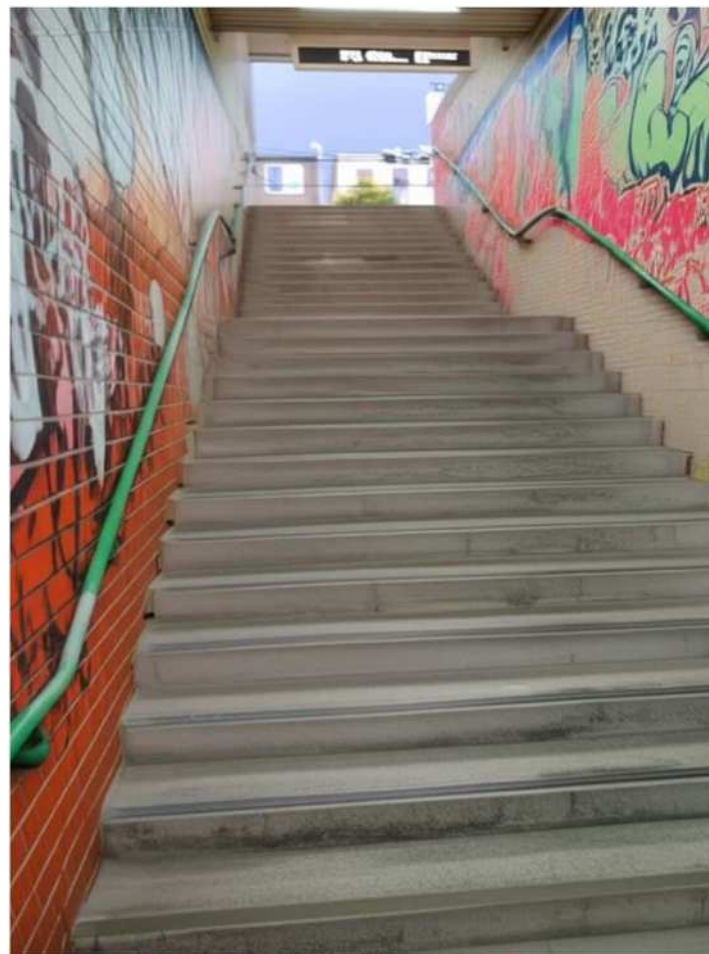
想定連携先：

- 京都工芸繊維大学
(最寄り駅)
- 京都市立芸術大学
(蹴上駅等の実績)
- 京都精華大学

案2-3

【テーマ1】地下鉄・市バスをもっと便利に！もっと楽しく！グループ

装飾イメージ (AIによる作画)



1

実施イメージ

想定連携先：

- 京都工芸繊維大学 (最寄り駅)
- 京都市立芸術大学 (蹴上駅等の実績)
- 京都精華大学

案2-4

【テーマ1】地下鉄・市バスをもっと便利に！もっと楽しく！グループ

イベントイメージ

1

実施イメージ

想定連携先：

- オーバーサンプ
(ダブルダッチ)
- ボディカーニバル
(ブレイクダンス)



案2-5

【テーマ1】 地下鉄・市バスをもっと便利に！もっと楽しく！グループ

【参考】 概算費用

【概算費用】 計 5,000千円

●内訳1

作品制作業務 2,000千円

芸術系大学への研究委託契約（随契）を想定

学生コンペにより作品選定、制作、設置を委託

ラッピング印刷を想定

●内訳2

スポーツイベント一式 3,000千円

（アーバンミニパークを想定、舞台設置、出演料等）

案2-6

【テーマ1】 地下鉄・市バスをもっと便利に！もっと楽しく！グループ

【参考】 スケジュール

【スケジュール（装飾）】

令和7年	1月	仕様書作成
	2月	契約手続き
令和8年	1月	作品選定
	2月	作品制作期間
	3月	作品設置

【スケジュール（イベント）】

令和7年	1月	各団体打合せ
	2月	契約手続き
令和8年	3月	イベント開催

案2-7

【テーマ1】 地下鉄・市バスをもっと便利に！もっと楽しく！グループ

【案3】 利用促進 × 文化芸術振興

醍醐駅をアートで彩るプロジェクト

案3-1

【テーマ1】 地下鉄・市バスをもっと便利に！もっと楽しく！グループ

1

提案概要

▶事業概要

- 醍醐中山市営住宅における若手アーティストの支援を進めている醍醐駅周辺において、meetus山科-醍醐とも連動しながら、醍醐駅～醍醐寺間をパブリックアートで彩るなど、醍醐に居住するアーティストの芸術活動の場となるようアートを基軸にしたまちづくりを展開
- 取組の第一弾として、醍醐駅がアートに彩られた空間となるよう、駅の壁面に若手アーティストや周辺地域の児童による発表の場を設置（c f. 札幌大通地下ギャラリー「500m美術館」）



（現在の醍醐駅）



（イメージ）



（イメージ）

▶実施期間（予定）

令和7年10～12月	仕様書検討・プロポ・契約
令和8年1月	詳細設計・仕様確定
2～3月	施工・作品制作

▶経費（概算） 計400万円

展示壁設置	300万円（委託料）
技術監修	50万円（委託料）
作品制作費・賞金	50万円（報償費）

案3-2

【テーマ1】地下鉄・市バスをもっと便利に！もっと楽しく！グループ

1

提案概要

▶設置箇所

なるべく改札から近く、多くの人の目に触れやすい場所（施設管理者と協議のうえ決定）

候補① 北改札・南改札の間

【障害物】

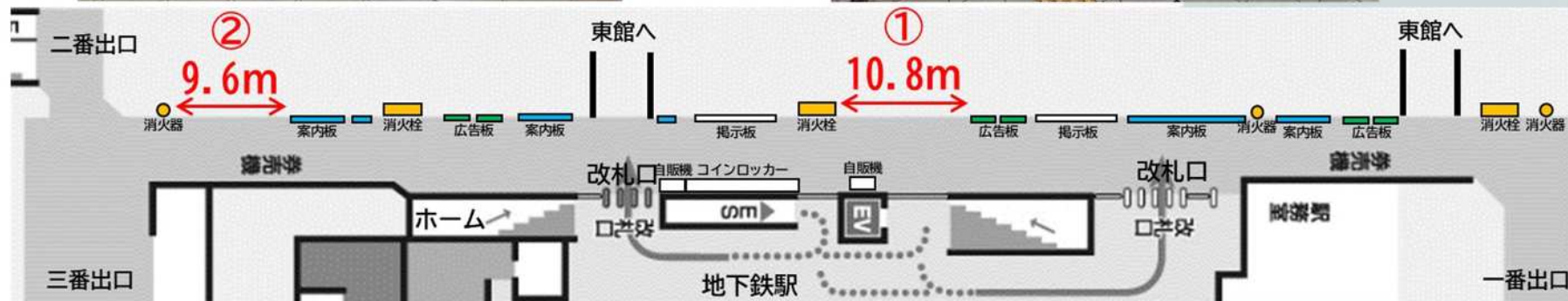
- 誘導灯（足元灯） ⇒ 切り回し（広告板の下を想定）
- 散水栓 ⇒ 閉鎖
- 掲示板 ⇒ 撤去・再取付（消火栓の上を想定）



候補② 北改札の北側

【障害物】

- ポスターケース×6 ⇒ 撤去・再取付（向かいの壁を想定）
- 散水栓 ⇒ 閉鎖



案3-3

【テーマ1】 地下鉄・市バスをもっと便利に！もっと楽しく！グループ

1

提案概要

▶詳細イメージ

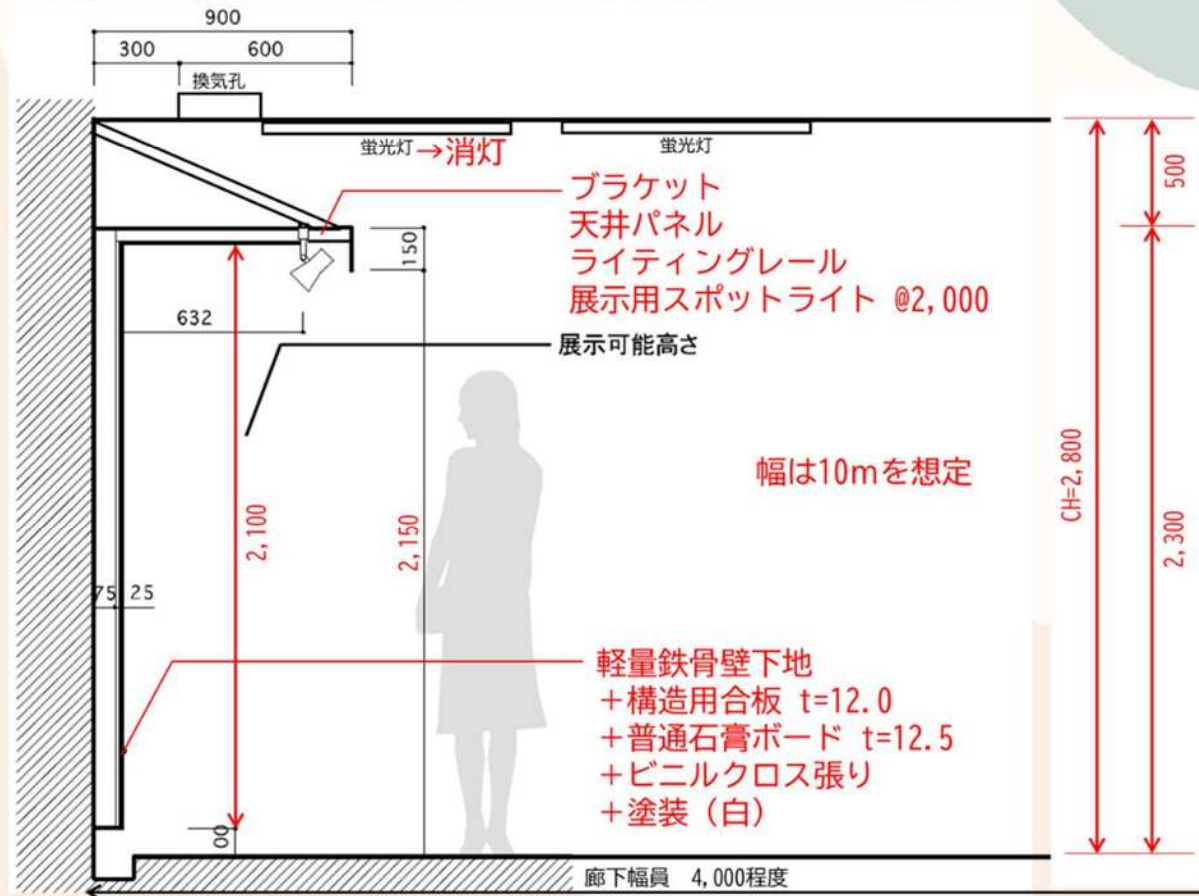
○展示に適切な照度を確保するため、展示壁周辺の蛍光灯は消灯し、展示用スポットライトを設ける。

○展示壁の上部は500mm程度の隙間を確保し、換気・空調に悪影響が出ないように配慮する。

壁面は白色ペイント塗装により、
何度でも書換えが可能



通行人がアーティストの創作活動
も体感できる場に



案3-4

【テーマ1】地下鉄・市バスをもっと便利に！もっと楽しく！グループ

2

参考資料

【参考】概算費用、概算工程（案）

【概算費用】

計 400万円

（内訳）

- ①展示壁設置 300万円（委託料）
 - ・概ねの仕様による業務委託発注を想定（詳細設計無し）
 - ・委託先：美術館やギャラリーで展示壁設置等の実績がある業者が望ましい
- ②作品制作費・賞金 50万円（委託料（報償費？））
 - ・設置する作品の材料費＋賞金
 - ・設置者はデザインコンペによる選定を想定
- ③技術監修 50万円（委託料）
 - ・①②に対する専門家の監修業務委託を想定
 - ・委託先：芸術センター等の美術専門団体を想定

【概算工程】

令和7年	10月	仕様書作成
	11月	契約手続き（プロポーザル等）
	12月	契約、現地調査、打合せ
令和8年	1月	詳細設計、仕様確定
	2月	展示壁設置作業
	3月	作品設置作業

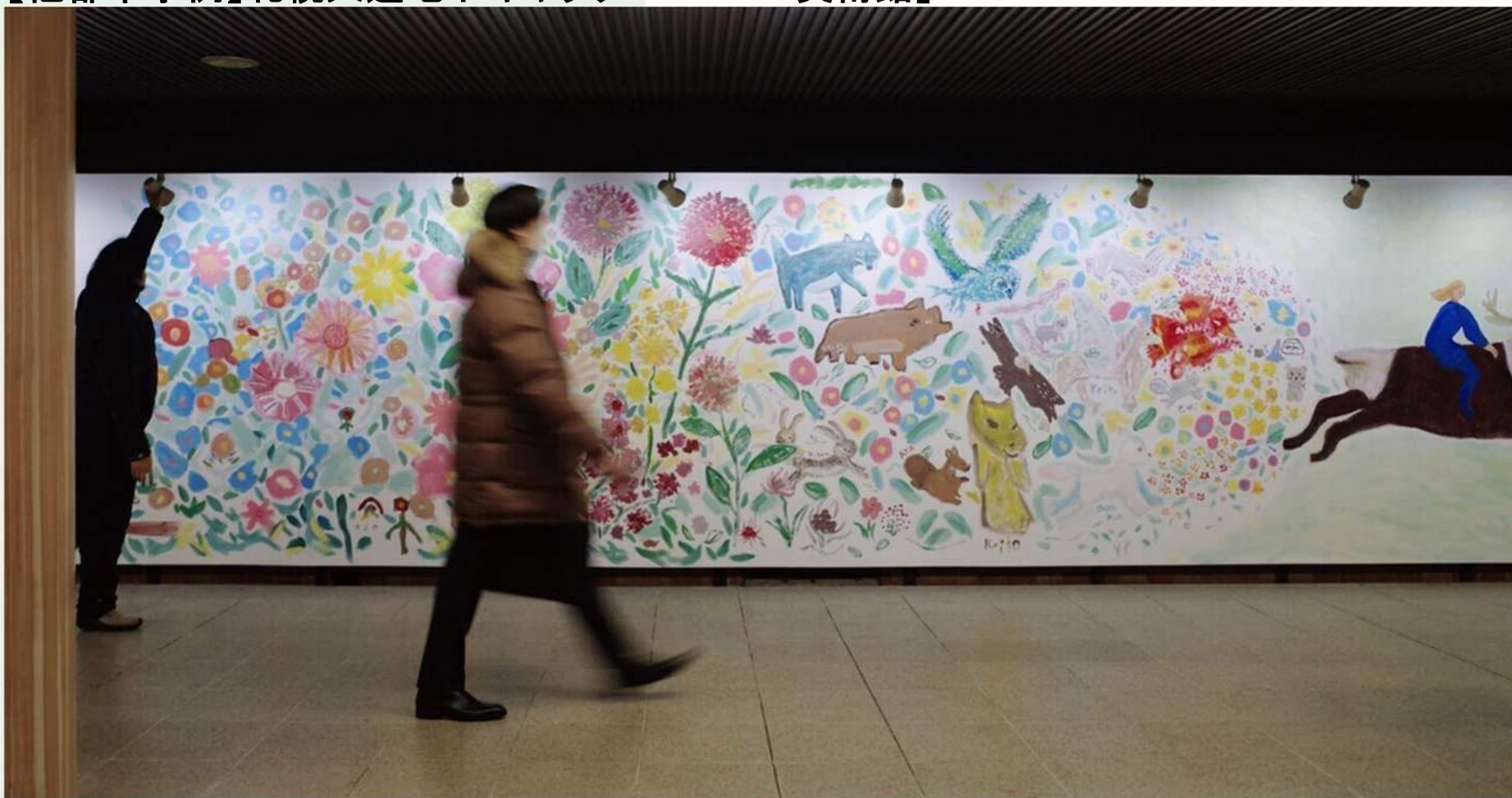
案3-5

【テーマ1】地下鉄・市バスをもっと便利に！もっと楽しく！グループ

2

参考資料

【他都市事例】札幌大通地下ギャラリー「500m美術館」



札幌大通地下ギャラリー500m美術館
<https://note.com/marinatanaka/n/n194aa632a7cd>

案3-7

【テーマ1】 地下鉄・市バスをもっと便利に！もっと楽しく！グループ

【他都市事例】札幌大通地下ギャラリー「500m美術館」

2

参考資料



札幌大通地下ギャラリー500m美術館
<https://www.instagram.com/p/C7d7OurPj6m/>

案3-8

テーマ2

利用のきっかけ・インセンティブの創出

企画草案：夜空に市バスが走る！！

ドローンショーで洛西地域の交通を盛り上げる



▶連携局区 洛西支所

▶事業概要

現状と課題

- ・洛西地域を走る市バスの営業係数がすべて赤字
- ・周辺部ではクルマ中心で、そもそも利用機会が少なくバスの魅力を知らない、バスへの定着が弱い
- ・周辺部でイベント開催しても知名度や引きが弱い...など洛西に行くきっかけの不足
- ・バスへの定着が弱い



狙い

- ・バス・洛西の魅力を知ってもらう
- ・集客力のあるイベントの開催
- ・定期的なバスの利用による定着

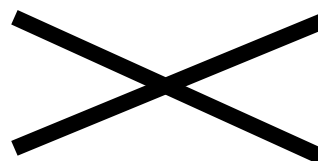
を図り...

👉 洛西に行きたい！バスは便利！
とさせていただく！！

企画案 洛西支所・交通局コラボ



交通局



洛西支所



様々なアイデアを募った結果...

企画草案：夜空に市バスが走る！！

ドローンショーで洛西地域の交通を盛り上げる



企画案

1 ドローンショーの実施

● ドローンショーコンテンツ

市バス車両 市バスマスコット「京ちゃん」
西京区マスコット「たけによん」 など

● 交通局の取組

- ・有料観覧席と企画乗車券をセット販売
- ・ブース出展※交通局企画参照

POINT [🚀]

- ・洛西地域への誘客、賑わいの創出
- ・バスへの親しみづくり

● 学生と連携

- ・コンテンツづくりでの連携等（プログラミング他）
- ・バス問題を考え、イベント運営にも関わる。

POINT [🚀]

- ・イベント開催前からのバス利用
- ・バス問題への関わりづくり

● 地域企業と連携

- ・有料観覧チケット付宿泊プラン
- ・バス利用の場合、地域のお店の割引券配布

POINT [🚀]

- ・地域活性化
- ・再訪のきっかけづくり

2 交通局企画の実施

● ブースの出展

らくさいマルシェをはじめとした洛西地域の催しを利用し、子どもから大人まで幅広く楽しめる 交通局ならではの企画を行う。

大解剖！バス車両展示 車内放送体験&コンテスト
運転手なりきり撮影会 こども市バス絵画コンテスト
京ちゃんたけによんと撮影会 バスのマイベスト写真展覧会

POINT [🚀]

- ・バスへの愛着
- ・将来の利用促進

● ご当地キャラとのコラボ

- ・高い人気を誇る西京区マスコットキャラクター「たけによん」と交通局がコラボしたグッズを作成する。
販売・配布の他、イベントの景品等への活用を検討。
- ・学生と連携し、たけによんバス車両のデザイン（イベント用方向幕など）

POINT [🚀]

- ・魅力発信
- ・洛西の目的地化



令和7年度の取組^〆（テーマ2：利用のきっかけ・インセンティブの創出）

企画草案：夜空に市バスが走る！！

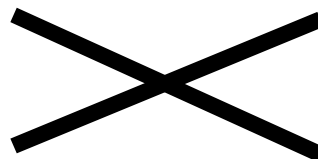
ドローンショーで洛西地域の交通を盛り上げる



企画案



交通局



洛西支所



- ・ドローンショーの実施
- ・交通局企画の実施
洛西地域へのイベント出展
たけによんコラボ

企画の効果

👉 **賑わい**の創出
＝ 洛西地域への集客



👉 **バスイメージ**の向上
＝ バスへの愛着やファンの獲得を目指す



👉 **きっかけ**の創出
＝ 目的地としての洛西地域



市バス増客 洛西地域の活性化

▶経費（概算）

ドローンショー：700万円 交通局企画の実施：200万円

▶実施期間（予定）

今年度秋 今年度中 来年度夏頃
グッズ製作開始 交通局コラボイベント実施 ドローンショー開催

テーマ3

魅力・情報発信

企画草案：京都市をMOTTO!でJACKするっ！



▶連携局区 交通局・総企・産観・子若・都計・各区・支所（全庁連携で取り組む）

▶事業概要

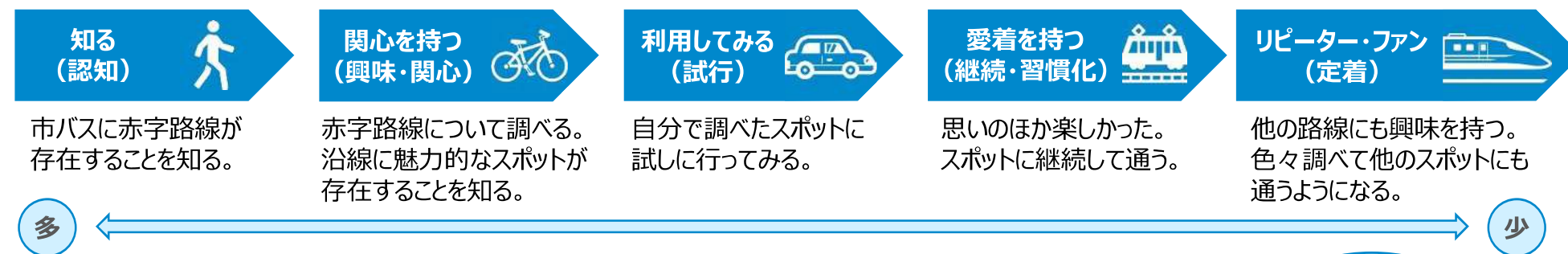
現状と課題

- ・市バス全74系統のうち、営業係数が100を下回る系統は基本的に京都市内の主要観光地を通る系統
- 100を上回る系統（＝赤字系統）は主要観光地を通らない、地域住民の利用が中心の系統が多い**
- 公共交通は、都心部の利用者は地域住民＋観光客である一方、**周辺部は地域住民の利用に支えられている。**

ターゲット

- ・赤字系統の沿線に観光資源が少ない中で、観光客の行動変容を促すことは容易ではない。
- 京都市民に赤字系統の存在を改めて認知**いただき、交通局の抱える課題を「**自分事化**」して捉えなおしてもらう。
- また、交通局の「**ファン**」となって、これまで以上に**地下鉄・バスの利用促進**につなげる。

▼ターゲットのファン化に向けたフロー・フェーズ



- ・ターゲットのファン化までのレイヤーをイメージした場合、上記のようなフローが想定される。
- レイヤーの進行に伴い、絶対数は減少していくため、**認知や興味・関心層の母数拡大が重要**となる。

将来像

- 現在、多くの市民の皆様が**地下鉄・バスという交通機関の存在を認知**
- 日常生活の中で**何気なく利用**されている状況

今後、地下鉄・バスの利用促進に向け、ありとあらゆる施策を展開！！
市民の皆様には、**新たなイベントが実施される・新たな取組が展開されるなど**
交通局が次々と何か新しいことをやっている・発信していることを認知いただく！



企画草案：京都市をMOTTO!でJACKするっ！



取組内容

1 サウンドロゴの制作

・スマホ・SNSの普及により情報で溢れかえっている。

情報を的確にターゲットに届けるのは様々な工夫が必要。

→音による情報発信は視覚経由の広告よりも情報伝達力が高い

（周囲360°から情報が届く、動画や画像を見ていなくても“ながら”の情報伝達が可能）

・広告は最初の「数秒」が肝心！その数秒でいかに印象を残すかが重要

→サウンドロゴが流れたときに「あ、交通局がまた何かやるんだな！」と連想してもらう

・サウンドロゴは、例えば市内の保育園・幼稚園などと連携し 子どもたちの「もっと!!」の声を録音するなど、将来世代が公共交通の課題解決に向け、連携して取り組むことも想定

（サウンドロゴとは？）

- ・ 企業やブランドの認知度を高めるために使用される短い音声のシンボル
- ・ 有名な事例ではマクドナルドやNETFLIXなど。画像を見なくてもその企業が想像できる。
- ・ サウンドロゴを導入するメリットとして、「視覚的なロゴよりも強く記憶に残る」などが挙げられる。



地域の課題解決と一緒に取り組む
貴重な体験の提供
親子で地下鉄・バスに乗る動機づけにも!!

2 サウンドロゴ+コンテンツの情報発信

・作成したサウンドロゴを活用して、様々な取組を情報発信。サウンドロゴ（+コンテンツ）をできる限り多くの市民の皆様の耳に届けることが重要

→京都市内に配信エリアを限定したSNS広告の配信・街中のサイネージでの配信・地下鉄駅構内での放送なども検討。

・また、交通局SNSだけではなく、全庁（各局・各区）にも御協力いただき、持ちうるSNSやメディアをフル活用して情報を一斉展開

→例：子どもたちとのサウンドロゴのメイキング動画を撮影し、京都市子育て応援インフルエンサーやアンバサダーとの情報発信を行う etc…

▶ 市内の至るところでMOTTO!を耳にする状況を創出→市民の皆様の認知促進を一挙に進める【京都市をMOTTO!でJACKする】

市民の認知促進の観点からは、テーマ3だけではなく、テーマ1や2、また交通局における様々な広報活動において使用されるのが望ましい。
また、単年度の取組ではなく、後年度もサウンドロゴを活用した情報発信を継続し、中長期的な目線で市内をMOTTO!でJACKしていく必要がある。

▶実施期間（予定）

令和7年12月まで：サウンドロゴ制作 ▶ 令和8年1月以降：市内各所での情報発信を展開 ▶ 後年度：サウンドロゴを活用して情報発信を継続

▶経費（概算）

サウンドロゴ制作：50万円 情報発信コンテンツ制作：150万円 情報発信（SNS広告・サイネージ等）：300万円

企画草案：京都市をMOTTO!でJACKするっ！



▶情報発信コンテンツ例

行政らしくないインパクトあるコンテンツ

- ・一度見たら忘れられない、クセが強く見てくなるインパクトあるコンテンツの制作を検討



出典：KYOTO DIG HOME PROJECT HP

ナッジ理論を活用した情報発信

- ・ターゲットの行動喚起をそっと後押しするような従来とは少し変わった情報発信を検討



出典：KYOTO CITY OPEN LABO HP

子育て世代への情報発信

- ・京都の子どもたちは未来の京都を背負う卵
→子育て世代（子＋親）への情報発信を強化



出典：あつまれ！京わくわくのトビラHP

地下鉄駅構内でのアナウンス



区役所と連携した情報発信



あらゆるメディアを活用し

京都市を
MOTTO!で
JACKするっ！