

第1回京都市交通局市バス・地下鉄事業経営ビジョン検討委員会議事録

日 時 令和3年6月14日（月） 午後3時00分～午後5時10分

場 所 交通局本庁舎3階大会議室（京都市右京区太秦下刑部町12サンサ右京3階）

出席者（五十音順，敬称略）

青木 真美	同志社大学名誉教授
井上 学	立命館大学衣笠総合研究機構 アート・リサーチセンター客員協力研究員
川崎 雅史	京都大学大学院工学研究科教授
新納 麻衣子	公認会計士
田原 志穂	市民公募委員
塚口 博司	立命館大学名誉教授
東山 真子	市民公募委員
藤井 健志	株式会社藤井大丸代表取締役社長
宗田 好史	京都府立大学教授
村川 武嗣	株式会社JTB京都支店 事業開発室観光開発プロデューサー
山田 忠史	京都大学経営管理大学院教授（大学院工学研究科教授併任）

議 題

市バス・地下鉄事業の概要及び今後の検討課題等

○ 事務局：資料の説明（資料5 1ページ～53ページ）

- ・ 中長期の経営計画について
- ・ 市バス・地下鉄事業の概要
- ・ これまでの経営健全化の取組
- ・ 市バス・地下鉄事業経営ビジョン
- ・ 経営ビジョン策定後の状況
- ・ 本日の検討委員会でご議論いただきたい内容

委 員： 資料5の42ページに示されている「運賃収入」「駅ナカビジネス収入」「広告収入」の増収が大きな課題になると考えるが、運賃収入及び駅ナカビジネス収入については旅行者の動向と同じ傾向を示していることから、これらの収入を劇的に増やすことは難しいと考える。

一方、広告収入の傾向は、旅行者の動向と必ずしも比例しているものではないことから、広告収入に切り口があるのではないかと考える。この点、広告収入額については平成26年度から30年度辺りである程度頭打ちになっていることから、

現行の広告手法では更なる増収は見込めないとも読み取れる。そのため、広告収入の増に向けた、新たな手法についても検討してはどうか。

例えば、現在、紙媒体による広告が多いことから、紙媒体の広告を見る層をターゲットとした企業からの出稿が多くなるものと推察するが、若年層は日常生活においてスマートフォン等の利用が多いことから、デジタル媒体を活用し、若年層に訴えかけるという手法が有効ではないか。また、そういった層に訴えかけたい企業が出稿しているかどうか気になるところである。

そのためには魅力的なアプリやソフト等を提供する必要があるが、そういったシステムは、MaaS（注1）の考え方とも合致するものである。ぜひ検討してみてはどうか。

また、この機会に市バスのネットワークを抜本的に見直してはどうか。

例えば、ハブアンドスポーク型（注2）や、ロンドンの地下鉄のような、幹線型と放射型を組み合わせたネットワークなど、サービスレベルをできるだけ下げずに、かつ、できるだけコストをかけない市バス網を検討する良い機会ではないかと思う。

（注1）「Mobility as a Service」の略。出発地から目的地までの移動ニーズに対して最適な移動手段をシームレスに提供する等、移動を単なる手段としてではなく、利用者にとっての一元的なサービスとしてとらえる概念。スマートフォンアプリを用いて、出発地から目的地までの移動手段の検索・予約・決済を一括して行えるサービス等が典型。

（注2）拠点空港（ハブ空港）と各都市の空港を放射状（スポーク）に結ぶ大手航空会社のネットワーク戦略のこと。

委員： 地下鉄事業については、令和2年度決算で経営健全化団体に陥る見込みであり、市バス事業についても深刻な経営状況となっていることから、今すぐに対処が必要である。両事業とも60億円近い赤字予算を計上していることから、できることから速やかに実施しないといけない。まずは両事業のプライマリーバランスをゼロにすることが基本原則であり、これから3年後を目途に目指していくべきだと考える。

複合的な目線でのコスト削減と増収について、優先度と緊急性の高い、効果的な取組を行っていくことが重要である。現在でも毎日赤字は進行しており、累積で100億以上の赤字を埋めるには数十億の大きなオーダーの実施可能な方法から優先的に、早急に着手すべきである。

これまで京都市では「経営健全化計画」に掲げる5%の運賃改定を回避してきたとの説明があったが、これが現在の経営状況下でも適切な判断かどうか見直す必要がある。当面、お客様の利用が戻らないと想定されることから、コロナ禍による赤字額を補填するためには、運賃改定も経営改善に向けた手段の一つとして検討すべきであり、効果的な手法であることを提案したい。

運賃設定について、例えば大阪府堺市では、300円近い運賃のバス路線が

あり、満65歳以上の方は「おでかけ応援カード」を利用すれば100円でバス・電車を利用できる。堺市と京都市では人口や経済状況が異なり、一概には比較できないが、堺市のように利用率に応じた運賃設定という視点も重要である。

例えば10円値上げすると、いくらのおオーダーの増収になるのか。こういった試算について、概ねで良いので次回以降の資料でお示しいただきたい。

また、地下鉄では通勤利用の多い朝夕のピーク時には3～5分間隔で運行しているが、それ以外の日中のダイヤを10分、15分間隔に延ばして運行することで、電力削減効果が図れるのではないかと。運行本数の削減による効果についても試算いただきたい。

駅ナカビジネスについては、まだ開発できる余地があるかもしれない。例えば、松ヶ崎駅の駐輪場を活用した取組ができないか。公営事業なので短期間には難しい点もあるが、増収に向けては、民間事業者のような視点から、既存の概念に捉われず、ホテルや民泊など、視野を広げて新たな利用事業に取り組むことが重要であり、それにより大きな収入を得る努力が必要だと思う。

通学利用については、オンライン授業が、学生と教員双方にとって一定のメリットがあったことから一部は戻らない部分もあるかもしれないが、学生の引きこもりの数なども増えてきているので、我々大学としてはできるだけ対面授業でないといけなそうと思っており、いずれは一定数は戻ると考えている。戻り幅については、来年6割、再来年7割まで戻り、最終的には80～85%ぐらいの予測をもって落ち着くのではないかと予想している。

テレワークの浸透なども踏まえると、交通局が持っている事業規模を一定縮小することを視野に入れる必要があると思う。そうした経営方針については、単にサービスの低下と一括りにできるものではないため、市民の方々にもしっかりと共有する必要がある。

委員： 今後の事業規模の検討に当たり、例えば資料5の56ページで示されているように、市バスは1日当たり、多いときで36万7千人の方が利用しており、地下鉄にも多くの方が乗っておられたが、この時には市バスの混雑による市民生活への支障があった状況と考えている。

コロナ後には、人の移動の在り方が少し変わってくると思う。市バスのお客様は35万人程度まで戻していきたいと思うが、それ以上となると、バスなどのネットワークを拡充させたり、本数を増やしたりするなど、無理をしないと増えないという状況になっていくと思う。この点についてももう一度考え直していただければと思う。

令和元年度の市バスのご利用状況を見ると、お客様が増えているのに赤字路線が増えているという状況にあったので、これをしっかり分析していただきたい。

しっかり分析したうえで、どのように変えていかなければならないのかということをお考えなくてはならない。運賃を10円値上げした場合に収支がどうなるのかということなど、色々なことを考えてシミュレーションしていただければ

ば、解決策に繋がるのではないかと思う。

委員： 初歩的な確認だが、議論を進めるための目標設定がよく分からない。

例えば、28、29ページに累積欠損金の金額が示されているが、これを減らすために具体的に毎年いくら必要なのか分からない。経営改善には、売上を上げること、費用を減らすことが必要となるが、何をどこまでの期間で実施するのかという目標が必要である。

また、42ページに収入の運賃収入、駅ナカビジネス収入、広告収入の比較が掲載されているが、これらの収入の利益率はいかがか。運賃収入を1億上げたら、例えば地下鉄事業ではいくらプラスになるのか。広告事業と収益構造が異なると思うが、同じ1億円の増収でも、黒字額は大きく異なるのではないか。

広告収入の利益率は、半分や7割で、利益率を高めやすいビジネスではないか。駅ナカビジネスも未利用地を使えば使うほどその分単純にプラスになる。単純に収入がその売上になるのではなく、付随する利益率でも利益額でもいいので、そういった資料があればお示しいただきたい。

47、48ページでは両事業の収益構造について記載があるが、赤字を何年度までにどのくらい改善しないといけないのか。目標設定があれば、目標達成に向けた売上の増と、費用の減について具体的な数値目標が示せるはずである。

地下鉄事業は、累積欠損金が3,000億円もある。これを何年で解消していくのか。数十年という長期間の目標設定となるだろうが、具体的に期間を設定する必要があると考えるため、この点についても伺いたい。

委員： 目標設定をどのように考えているのか、事務局に伺いたい。

事務局： 第1回目は、まずお客様の戻りがどのようになるのか、ベースのところについて皆様のご意見を賜りたいと考えている。

目標について、今回はお示しできないが、第2回目ときは、本日いただいたご意見等を踏まえて、お客様の戻り方やそれに合わせてどのようなことをしていけないといけないのか、何を目標にするのかというところをしっかりとご提示させていただく。

利益率について、運賃収入でいうと例えばお客様が増えて収入が上がるということだが、バスでいうとお客様が増えるときは臨時便を出したり、人が多いので燃費が悪くなり経費がかかるというのがあるが、基本的には損益分岐点、かかる経費以上にお客様の乗車率が伸びればその分が基本は収入増になる。それを下回ると赤字が増えていくということで、運賃収入が上がることに對しての利益率というのは、正確には出せない状況となっている。

委員： 今回の目的は財政面での計画の見直しであり、激変した環境下のもとで、収入増加、支出削減の対策をゼロベースで見直して強化していく必要がある。

お客様の回復見込みについては、インバウンドは、回復するまでに2、3年は

かかり、国内観光客は、ワクチン接種が浸透した来年以降に、京都に来てくれると考えている。

通学定期券の減少が大きかった大学生は、いつまでもオンライン授業が続くとは思えないので、来年以降、対面授業が増えて大学生が市バス・地下鉄に戻ってくるのではないかと考えている。

それでも、かなりの減収を少しでもカバーしていかないといけないので、運賃を値上げせざるを得ない。京都市民としても、我慢せざるを得ないと考える。

ただ、各種割引乗車券の見直しについては、運賃の値上げをし、割引券がそのままでは納得が得られない。観光客が利用するような割引券については、このような大変な時期なので、廃止してもいいのではないかと考えている。割引券がなければ観光客は普通の乗車券で利用されると思うので、それほど不満もなく対応できるのではないかと考えている。

また、ICカード利用者が増えてきているが、いくら割引されているのか分かっていない人は少ない。その都度、切符を買うのが面倒なため、ICカードを使っているのだから、割引目的ではないためと私は思っている。ICカードでの乗継を割引する必要はないのではないかと考えている。

通勤定期券については、6箇月定期券だと割引率が高いので、企業の負担は増えるが、このような状況なので通勤定期の割引率を下げるのも仕方がないと思う。

そのあたりの運賃を値上げしたらどのくらい収入が増えるのか、割引をどのくらい止めたらどうなるのかという収入のシミュレーションをしていただきたい。

バスの赤字路線が増えており、あまりにも乗客が少ない路線はこのような状況では見直しもせざるを得ないと思うので、赤字路線を分析し、見直しをしていただきたい。

委員： 京都市の財政は、非常に危機的な状況にある。

人口が減少し始めているということ、高齢化が進んでいることのほか、複合的な要因がある。

今回、このコロナの対応として考えるときに忘れてはいけないのが、人口が減っており、国内の観光客はすでにもう減り始めていることである。京都はかなり頑張ってきたため、その減り方がまだ少なかった。しかし、温泉地など全国の観光地の国内客の減り方は大きく、その一部をインバウンドが補い支えている状況にある。

交通局の財政健全化を振り返ってみると、一つはインバウンドで、もう一つは沿線の開発で学生利用が戻ってきたことが大きい。

今出川、岩倉には同志社大学・高校が、二条には立命館大学が校舎を設置し、沿線の学生利用が増えた。こうした大学立地の誘導など都市構造と交通体系を変えることで、長期的にはどのくらいの展望があるか考える必要がある。

インバウンドについては、今年の夏に向けてEU圏内の渡航制限、日本など

EU圏外からも制限が緩和され、日本国内のワクチン接種も急速に進展しているため、かなり早く回復が期待できるだろう。

減りゆく国内のお客様だけでは経営が健全化するほどの効果はないだろうが、特に中国を中心にインバウンドが、今年の終わりから来年にかけて徐々に回復してくるとすれば、コロナ以前の状況に比較的早く戻るのではないか。それを踏まえつつ、それまでの苦しい期間と、将来人口減少が進むことを考え、事業規模を縮小したときの経営効率についても丁寧に考えるべきである。

現在、市バスの日中の本数を減らしており、もう少し減らし、効率化できないかという思いもあるが、これ以上減るとお客様が不便に感じるかもしれない。スマホに不慣れな方もいるが、多くのお客様は市バスの時刻や運行状況（ポケロケ）をスマホでリアルタイムに見ており、それほど不便を感じないのではないかとも思う。便利な環境になっているので、便数を減らしコストを削減しても、効率的に市バス・地下鉄をご利用いただけるのではないか。

こうして、お客様とコミュニケーションを図り、経営を効率化することが大切である。市民ぐるみで交通局を支援するというような仕組みを作り、この厳しい時期を多少我慢してしのげば、将来戻る観光客の皆様にも便利な公共交通でその期待に応えることができるということを、市民の皆様にもご理解いただくことが市民憲章にいう「あたたかく迎える」ことである。

割引乗車券については、2001～2002年に歩くまち京都推進室で嵐山と東山の観光交通対策をした折に、交通局に公共交通利用促進のために設定してもらった経緯がある。

まだバス待ち環境や乗継利便性の改善などの課題もあるが、この間、JR嵯峨嵐山駅の改良などが進み、二条駅でのJRと地下鉄の乗換えも非常に便利になった。また、太秦天神川の開通もあり、これらが公共交通利用の市内観光の改善にも繋がった。

効果があったので、乗車券割引はやめてもいいと考える。インバウンドのお客様に観光ガイドブックで1日乗車券がお得だとされているが、必ずしも好評ではないという声もある。割引をやめるから収入が増えるとも思えない。インバウンドのお客さんには別のサービスで、あるいは市民の皆さんにも別のサービスを提供することができると思う。

敬老乗車証の見直しについては、持続可能な行財政審議会でも議論が進んでおり、市の行財政改革計画にも見直すことが述べられている。少しずつ改善点が見えてきている中で、基本的には縮小した状態でどう上手く運営し、サービスを維持していけるかということが最大のポイントである。インバウンドが戻ってくれば、必ず経営は改善するので、この厳しいコロナの時期をどう過ごすかということが大きな課題ということ、また、やがて人口減少が進んでくると更なる事業規模の縮小も考えなければならず、どうすれば縮小しながら経営を改善できるかということも、並行して考えていただきたい。

委員： まず、市バスについて、適切な運行本数に減らしていくこと、増便が必要な

ところを増便することで、コストカットと収入の効果は得られる。特に令和元年度と平成30年度の利用者数の変化を見ると、1日当たり100人以上減っている路線は、ほぼ観光路線である。

例えばインバウンド利用の多い、循環2号、12号、46号系統は減少しているが、市民利用の多い、3号、32号系統などは1日当たり100人以上増えている。

このことから、コロナの影響を受けながらも、市民の利用は堅調であることが分かる。市バス・地下鉄を支えているのは、市民の皆様というコンセプトで進めていただければと思っている。前回の経営健全化の有識者会議でも、観光は水物であり何があるか分からないため、毎日利用いただいている定期券のお客様をしっかりと掴むことが、安定した経営に繋がるというところからスタートしたと思う。

そのうえで、適切な運行本数の在り方について、1日当たりの利用者数と営業係数の相関、散布図を見ると、明らかに供給過剰なところがある。様々な事情から供給過剰になっていることも重々承知するが、このような状況下ではそのようなことも言うておられず、この点を沿線の方々にご理解いただかないといけない。モビリティ・マネジメント（MM）を行っている南2号系統や特西4号系統は利用者が増えている。MMに協力いただけないにもかかわらず供給過剰な路線は、その在り方について検討すべきである。

朝夕を中心としたダイヤにし日中の便を減らす、土日は系統によって市民の皆様にご我慢していただくなど、抜本的な取組が必要な一方である。市内には需要が満たせていない路線もあるため、需要に応じて輸送力を的確に配分することで、高収入・低コストの体質になるのではないか。

また、民営バスの経営が立ち行かなくなった場合についても想定が必要である。京都市内の交通事業者全体がきちんとした経営体力を付けていないと、民営バスの経営が立ち行かなくなった際、市バスだけが生き残り、市バスに経営の立ちいかなくなった路線をお願いされても、赤字路線を更に抱えたうえで運営しなければならなくなる。

そうならないように、民営バスにお任せできる場所はお任せし、共同で経営できる場所は共に手を携えて運営していくことで、収益構造の改善を図っていけるのではないか。

一方で、観光利用は水物なので、柔軟に対応できるようにしておかなければならない。現在、観光系統は運休しているが、例えば、観光利用が見込まれる路線をすぐに臨時増便するなど、利用者の変化に素早く対応することが大事である。恒常的に供給過剰にするのではなく、何かあったときにすぐに対応できるようにしていくことが必要である。

それを踏まえると、大学輸送についても、授業が対面になるかわからないので、授業形式の変化に応じて便数を調整できるようにしておかなければならないのではないか。

これらの取組に加え、バスについては、企画乗車券を、アプリなど、デジタ

ルチケット化し、繁忙期と閑散期で値段を変えてはどうか。

地下鉄については、固定費が占める割合が高すぎるので、運行本数を減らして経費節減を図っても、ますます利用者が減るだけである。

地下鉄に関しては、烏丸御池駅での接続の改善が早急にできるとよい。京都市は小さな街なので、市民は乗換えを非常に嫌う。東西線と烏丸線の乗換えについて、全方向の乗換え利便性を向上させることはできないが、多くのお客様が乗り換えられる時間帯に合わせて、ダイヤを組み直すことはできるのではないかと。

また、地下鉄の利用者を増やすには、バスを無料にしても地下鉄に乗っていただくような乗換えにする必要がある。地下鉄からバスの乗換えは少なく、おそらく北大路駅以北の方が乗り換える際の利用ぐらいではないかと。

最後の手段になるが、一定程度の運賃の値上げをせざるを得ない。その代わりに、運賃は上がったが、目的地までバスより地下鉄のほうが早く到着するところが出てくるので、短時間で目的地まで移動できるという地下鉄の良さを発揮するしかない。

観光客が戻ってきた際に、バスの乗客数が回復するのか気になり、Go To Travel時の動向を見ていると、バスの利用者は少ないが、他府県ナンバーの車で道路は混んでいた。

今後、懸念されることとして、自家用車で京都に来る観光客の増加が挙げられる。

交通局だけでは難しいかもしれないが、自家用車ではなるべく来ていただかないようにして公共交通機関を使ってくださいと声をあげる必要がある。

地下鉄の場合、運賃を値上げすると影響が大きい。現状、定期券で指定された駅から駅までの区間を過ぎた場合、追加運賃が発生するが、定期券制度を改良し、例えば区間制の定期を購入すると、その区間の定期を持っていれば、どの駅から乗っても区間内なら定期券のみで乗車できるようにする。

また、学生については、通学定期を値上げすると、自転車通学に代える可能性があるため、通学定期の値上げは、なるべく最小限に抑えるべきである。現金による初乗り運賃の値上げやIC利用については、値上げ幅を抑えるなど、今までにないことを検討する必要がある。

企業では、通勤定期代が支給されているが、非正規の方については実費で通勤定期を購入している現状があるので、定期券の値上げについてはそこを懸念しており、そのあたりも検討したうえで値上げについて考える必要がある。

最後に、京都市に限らず、公共交通の危機的状況について、一般の人や国に対して、伝わっていないので、都心であっても公共交通が大変な状況であることを、業界を挙げてしっかり伝える必要がある。

委員：一番感じるのは、市民に対して経営の現状が伝わっていないということである。

地下鉄事業においては、固定費が多くかかることやインバウンドの回復が当

面見込めないという現状において、先ほどの意見にもあったように、運賃改定は避けられないのではないかと考えている。

大学生については、コロナの影響により通学定期の利用者が減っているが、通勤定期については、一定数の利用がある。テレワークなども推奨されており、今後の状況は不透明であるが、定期券の料金改定についても考えていく必要があると思う。運賃の値上げに関しては、市民への情報発信が必要だと感じている。

委員： 「京都市バス おもてなしコンシェルジュ」として京都駅を中心に案内活動を行っており、この活動を通じて、お客様のご利用状況に応じた適切な運行本数に減らしていくことが大切と感じている。繁忙期と閑散期で利用者の数が大きく異なるので、市バスの本数について、繁忙期と閑散期という視点から見直しはいかがか。

また、現在、緊急事態宣言の影響で観光系統を運休しているが、観光系統を利用するのは観光客やインバウンドの方々である。コロナ前はインバウンドのお客様が平日も利用されていたので重要だったが、最近では、国内の観光客の方であれば、その利用は週末に集中するのではないかと考えており、観光系統については、平日と週末で本数を変えることを検討しても良いのではないか。

委員： 観光客の戻りについて、2019年度比で旅行事業としては4割程度しか戻らないのではないかと見込む中、旅行業以外の需要を求め、悪戦苦闘している状況である。旅行需要の推測を行うには、国内ワクチンの普及、国内移動の制限、海外渡航の制限などを指標としている。

京都への修学旅行については、緊急事態宣言の解除が予定されている6月21日以降、10数校ほどの予約があり、7月以降が例年比の約2倍の予約が入っている状況である。今春に予定されていた修学旅行が延期となり、今秋に相当数ずれ込んでいるものと思われる。

ワクチンが普及すれば、秋以降に一定の国内旅行客は戻るのではないかと予測しており、この点に関しては少し安心している。

インバウンドの需要復活については、もう少し先になるという見通しである。その時には、旅行の「数」ではなく旅行の「質」を求めていかなければならないと考えている。例えば、京都の文化を楽しんでいただけるようなお客様に、いかにして京都にお越しいただくかなど、日々頭を悩ませている状況である。

アフターコロナやビヨンドコロナという新しい生活様式が定着していく中で、また、一極集中型から分散化社会となっていくうえで、どのような観光の在り方が求められているのかを考えると、物見遊山的に周遊観光するのではなく、一定の場所に長く滞在したうえで、その地域の生活・文化などに触れ、体験したいという需要が高まってきている。

長期間滞在する観光客に公共交通機関に乗っていただくために、一日、二日乗車券という考えではなく、例えば一週間や一箇月乗車券などを開発し、発売

していくのも必要ではないか。

また、京都の地域事業者ともっと連携し、事業者の情報を交通事業者として発信してはどうか。例えば、バスの運転士が積極的に寺社の観光情報や博物館のイベントなどを案内することで、バス車内が明るくなって市バスに乗ってみようかという雰囲気づくりに役立つのではないか。他の交通事業者との連携も図りつつ、他の業種や産業の方々との連携した取組も必要ではないか。

具体的には、乗車券のデジタル化、MaaS化を行うなど、地域の観光情報の発信や、割引券やクーポン券なども付随させる、新しい価値のある乗車券を作るなどにより、増収を目指していくべきではないか。

事務局： 旅客数の見通しについて、当局において旅客数が令和6年度に元年度比で90%、令和8年度に元年度比95%に戻ることを見込みとして挙げているが、旅客数の戻り具合について、各委員がどのように考えているのか意見を頂きたい。

委員： 私は、95%まで戻るというのは少し楽観的だと思う。コロナではワクチンが広まって減少しても、地球上の生態的な動向を考えると、これからまだまだ新種のウイルスが出てくる可能性もあり、それ以外の災害や国際事情とか様々な要因により交通需要を減じることが起こる可能性がある。今の状況も水物と考えておいた方がいい。95%は甘いというのは戻らなかった場合のリスクが存在しているからである。

委員： 例えば、推計するためにはどのような方法が考えられるか。

委員： 災害などは過去の歴史的データが豊富なので、シミュレーションができると思うが、今回のコロナに対しては科学的に推計する根拠に乏しい。要するに過去のデータがないので正確な推計シミュレーションができない。推計シミュレーションを行うためには前提条件も入れていかないとはいけないが、その確保がないので、今回は見通せないということになる。見通せないがどこまでのリスクを考えるかということである。

今後も、コロナの新種やそれ以外のウイルスも出てくるバイオ災害の可能性は多々あり、そのようなことも含めて、心構えとも言える見通しを考えておかないといけない。

委員： 先ほど少し申し上げたが、これから先を考えていくときに、輸送人員の伸びがあまり望めないということを前提にし、少ないお客さんで収入をしっかりと確保していくためにはどうすべきかを考えるべきである。先ほどの意見にもあったように、どういうお客さんがどれだけ運賃を払ってくれているかが大事である。先ほど事務局からの説明にもあったように、1人当たりの運賃単価について、市バスでは約160円というような試算もあるので、その単価を上げていくような形に持っていった方がいいのではないか。

委員： 確かに令和6（2024）年度に95%まで戻るといのは厳しいかもしれない。イタリアやフランスなど、交通だけではなく、ホテル業や飲食業でもっと切実に悩んでいる。イタリアの観光の専門家とのリモート会議において、お客さんの戻りは2～3年で80%や85%まで戻るといことを聞いた。

リーマンブラザーズの時、ヨーロッパの場合では、その前は戦後、マーシャル（戦災復興）プランで観光客が戻ってきた時のデータを取得するなど、様々な基準で先生方が色々予測を書いているが、観光を今まで1年以上我慢していたことにより、思いのほか強く観光需要が戻ってくるだろうといことである。それから、中国のお客さんがどのタイミングでどれくらい回復するかを詠みかねている状況である。

ヨーロッパは中国から遠いので、イタリア、フランスが一番期待しているのは、ドイツやイギリスからのお客さんの観光需要である。

先ほどもおっしゃっていたが、インバウンドで苦しんだところはオーバーツーリズムといことが起こった。

例えばフィレンツェでは、^{ビーアンドビー}B & B（注1）（特に^{エアビーアンドビー}Airbnb（注2））を中心とする民泊がかなり増加していたため、その対策として、1泊、2泊の短期の観光客については宿（民泊）に泊めず、1週間以上滞在するお客さんを優先的に都心のB & Bに泊まってもらうような規制を導入した。京都では、この間、簡易宿所と民泊の規制を割と厳しくし、住宅地では長期の営業ができないようにし、また、マイカー対策として、2002年から嵐山や東山の観光において、パークアンドライドに徹底的に取り組んできた。今は市営駐車場にマイカーが駐車できるくらいガラガラになっているが、少し観光客が戻ってきたとしても、より厳しい公共交通優先のための対策がとれる。

色んな手法でオーバーツーリズム対策、マイカー対策をしてきているので、ある程度観光客が戻っても平気だと思う。

インバウンドのお客さんが戻ってきたとき、全国一番先に戻るのは京都だと思う。すぐオーバー状態に戻りそうなので、この夏にヨーロッパで観光がどのくらい戻るかといことを克明に観察しながら、それがどの年度に80%なのか90%なのかといところをできるだけ早い時期に我々の方でも算定したいと思ひ、手ぐすねを引いているところである。

（注1）「bed and breakfast」の略。朝食付きの宿泊施設のこと。

（注2）民泊施設を検索して予約ができるWEBサービス。

事務局： 10円値上げすればいくら増収なのかという意見もあったが、お客様の数をどう見込むかによって試算が変わってくるので、今回については、このようなシミュレーションで考えさせていただいた。今、ご意見を頂いたので、幅をもって試算をさせていただく。

委員：先ほどの95%の見込みであるが、通勤、通学については交通手段を経なくても効率化ができるテレワークやリモート授業のシステムはある程度浸透してきていると思う。

大学は対面授業を原則としているものの、勤務形態やワーク・ライフ・バランスも変化してきている社会になってきたので、急激にコロナ禍以前に戻るのには難しいと予測する。

委員：学生は授業のためだけに大学に来ているわけではない。リモートで授業を聞いた後、部活やアルバイトで公共交通をよく利用している。朝の早い時間はリモートで授業を聞いて、昼過ぎから外出することが多くなりラッシュアワーの分散効果がある。リモート併用で移動が多様に、活発になった面が見え、必ず学生は早い時期に戻ってくる。

委員：需要の話とずれてしまうが、今後検討していくうえで喫緊の対応策とこれからは京都の交通が続いていくうえで、中長期的にどうしていくのかということとは分けて対策を考えるべきではないか。例えば、喫緊で言えば、ネットワークの縮小や便数の削減、割引削減などの話になるが、中長期的に言えば、いかに顧客をクリエイティブしていくべきかなど、もっと経営面の話を考えていかなければならない。顧客創造を中長期で考えていかないと、縮小・削減策だけでは、中長期的には需要が目減りしていくだけなので、中長期的な方策と短期的な方策と分けて検討したほうが意見しやすいのではないか。

委員：私が委員の皆さんの意見を聞いて感じたことは、先ほどの意見にもあったが、私も短期的なものの中長期的なものとは分けて考える必要があると考えている。

料金面については、今の料金は値上げすべきではないというような意見を言われた方はおられなかったと思う。もちろん利用者にとっては安いほうがいい。ただし、将来京都の公共輸送のシステムが存続しなかったら元も子もない。十分に議論、精査したうえで必要であれば、料金値上げは認めざるを得ないのではないかと皆さんもおっしゃっているのではないかと思う。交通需要については、一日の変動、長いスパンで言えば季節変動などもあるから、海外のようなピーク時とオフピーク時で料金を変動させるなど、一律ではなく、需要に応じて変化するような方法についても、複数の委員からご指摘いただいた。

学生の行動については、コロナ禍が収束しても完全に元のライフスタイルには戻らない。戻るものもあれば、戻らないものもあるので、例えば、戻るものはどれぐらいの需要を持ったグループなのかなどを見極める必要がある。

京都は一頃、インバウンドで混雑して非常に迷惑だというような意見もなかったわけではないが、インバウンドが果たした役割に我々は気付いたわけである。

極端にインバウンドが戻ってきたら大変ではあるが、うまくインバウンド需要を受け入れることが今後必要になってくる。

また、インバウンドや国内の旅行者に大きな運賃割引はしなくていい。日常の生活として市バス・地下鉄を使っている方、つまり市民に対して手厚くし、たまに来られる方にはそれなりの負担をしていただくことをもう少し考える必要がある。

それから、先ほど、公共交通の現状が市民にあまり伝わっていないのではないかという意見があった。どこまで伝えるかということはなかなか難しいが、先ほど市長も大変な時期と言われていた。そういった現状を色んな媒体で伝えていくことも非常に重要だと思うので、若い方の嗜好を考えると、色んな媒体でうまく伝わるような工夫をしていっていただきたい。

次の会に向けて、事務局においては、本日の議論を踏まえて資料を作成し、次の検討委員会に備えていただきたい。