

令和6年度第1回京都市客引き行為等対策審議会 次第

日時 令和6年12月25日（水）午前10時～

場所 京都市役所分庁舎4階 第一会議室
（京都市中京区寺町通御池上る上本能寺町488番地）

1 開会

2 委員の紹介

資料1

3 議題

(1) これまでの取組について

資料2

- ・ これまでの主な取組（巡回・指導、周知啓発、大学生向け対策等）
- ・ 条例改正後の状況の変化 など

(2) アンケート集計結果

資料3

(3) 今後の取組の方向性（案）

資料4

- ・ アンケート結果から見えた課題
- ・ 今後の方針 など

4 閉会

【配布資料】

資料1 京都市客引き行為等対策審議会委員名簿

資料2 本市における客引き行為等対策のこれまでの取組等について

資料3 アンケートの集計結果

資料4 客引き行為等対策の今後の取組の方向性（案）

参考資料1 客引き行為等対策の取組状況（指導等件数等）について

参考資料2 令和5年度までの客引き行為等対策の取組（啓発活動等）について

参考資料3 客引き行為者数の変遷

参考資料4 令和6年度客引き行為等対策の取組状況（啓発活動等）について

【その他資料】

- (1) 京都市客引き行為等の禁止等に関する条例
- (2) 京都市客引き行為等の禁止等に関する条例施行規則
- (3) 改正条例周知チラシ

京都市客引き行為等対策審議会 委員名簿

役 職 等	氏 名
市民公募委員	井上 怜美 いのうえ れみ
京都商店連盟	岡本 喜雅 おかもと のぶまさ
京都橘大学経営学部教授	木下 達文 きのした たつふみ
同志社大学法学部教授	黒坂 則子 くろさか のりこ
弁護士（塚本法律事務所）	塚本 英伸 つかもと ひでのぶ
市民公募委員	八田 真理子 はった まりこ

（五十音順・敬称略）

事務局出席者一覧

山本 ひとみ 文化市民局長
津嶋 俊郎 文化市民局くらし安全推進部長
一原 斗誉秀 文化市民局くらし安全推進部くらし安全推進課長
坂下 明 文化市民局くらし安全推進部くらし安全推進課防犯対策担当課長

本市における客引き行為等対策のこれまでの取組等について

1 条例制定等の経過について

繁華街での居酒屋等による客引き行為者等（以下「行為者」という。）の増加を受け、地元商店街や自治連合会等による自主パトロールや啓発活動などが行われてきたが、依然として公共の場所における通行が妨げられている状況であったことから、安心・安全な通行の確保などを目的として平成27年4月に「京都市客引き行為等の禁止等に関する条例」を施行した。

条例施行後、「客引き行為等禁止区域」として指定した地域（3地域及び3箇所の私有地）において、客引き行為等対策指導員（以下「指導員」という）が巡回し、行為者を現認した場合に行政指導や行政処分を行うとともに、地域団体、大学、警察等と連携し、各種啓発等を実施してきた。

しかしながら、一部の行為者の悪質な客引き行為等が繰り返される状況が続いたことから更なる取組の強化・推進による、より一層の客引き行為等の減少や市民の安心・安全な通行の確保を目的として、令和2年4月に「公表範囲の拡大」、「土地・建物の所有者・管理者等への通知」等を可能とした改正条例を施行した。

2 これまでの主な取組（参考資料1～3参照）

(1) 客引き行為等禁止区域の指定

- 祇園・河原町区域（平成27年7月31日指定）
- 東洞院錦小路周辺及び京都駅北側周辺区域（平成29年2月15日指定）
- 京都タワービル敷地【私有地】（平成29年8月31日指定）
- 京都あじびる河原町【私有地】及び河原町DECK【私有地】の敷地（平成30年7月31日指定）

(2) 客引き行為等対策指導員による巡回・指導（客引き行為者等への対策）

- 6名（令和6年12月現在／1班：3名で2班体制）の指導員が、飲食店等の利用者が増加する夜間時間帯において、禁止区域内を定期的に巡回し、客引き行為等を行った者を現認した場合に指導等（※）を実施

※ 指導等（行った者及び行わせた者が対象）

①「文書による指導」⇒②「勧告」⇒③「命令」⇒④（命令違反による）氏名公表、過料（5万円）

※ 違反に係る関連店舗に関しても「公表」を実施

- 京都駅北側周辺区域では、巡回指導の強化を目的に令和4年度から定期的（月1回程度）に重点指導日を設定して指導や拡声器付き広報車・のぼり旗を活用した音声啓発等を実施。（令和6年度からは隔月で実施）

【指導等の件数】（詳細は参考資料1参照）

年度	文書指導	勧告	命令	過料	公表
R3	93	33	22	15	15
R4	78	20	17	16	16
R5	48	18	10	10	9
R6	52	20	19	11	9

※令和6年11月末現在

(3) 店舗等に対する取組

- 違反店舗等への立入り調査（R5：4件、R6：2件）の実施及びテナントビル所有者への違反者等の公表情報の提供（R5：7件、R6：6件）
- 本市HPにて掲載している違反者・店舗等の情報へアクセスするためのQRコードを啓発物等に掲出
- 不動産協会・宅地建物取引業協会への賃貸借契約時の条例周知について協力依頼（令和4年11月～）

(4) 条例の周知啓発（飲食店の利用者向けの取組）

○ 地下鉄の駅・連絡通路等での啓発

- ・ ホームドアへの広告掲載【京阪三条駅、京都駅】（令和4年7月～8月）
- ・ デジタルサイネージによる動画放映【四条駅】（令和4年12月）
- ・ ホーム階段へのステップ広告の掲出【京都駅】（令和4年12月～令和5年1月、令和6年7月～8月）

○ 商店街等へのポスターの掲出、本市HP等を活用した周知啓発など

(5) 観光客等来訪者向けの取組

○ 京都市内の宿泊施設（中京区・下京区・東山区／30施設）の協力を得て、チラシやリーフレット等を配架

○ （一社）京都府タクシー協会に加盟するタクシー会社保有のタクシー車内でのポケットバックを配架

(6) 大学生等若年層に対する取組

○ 市内大学に対する学生への啓発依頼（※）

※ 条例周知等を目的とした啓発物等の作成

※ チラシ配架、ポスター貼付、学生ポータルサイトへの掲出等

※ 客引き行為をしている店舗を利用しないよう注意喚起

○ 学生向け情報アプリ「KYOO-DENT」、京都市公式SNS（LINE、youtube）を活用した情報発信

(7) 地域団体等との合同パトロール

3 条例改正後の状況の変化等

○ 新型コロナウイルスに係る行動制限の緩和により、繁華街を中心に飲食店利用者（市民・観光客等）が増加したことなどから、行為者等が増加傾向（特に京都駅周辺）

○ 客引き行為等の手法が、客引き専門業者による行為から店舗従業員による行為へ移行

○ 悪質な行為者等の常態化（繰り返し指導等にも関わらず客引き行為等を継続している者の存在）

○ 客引き行為等で指導を受ける者の大半が学生（大学生、専門学校生）

○ 令和6年度、観光客の増大に伴い客引き行為が活発化（指導件数増加）

4 令和6年度の取組（参考資料4参照）

(1) 若年層（大学生）に向けた取組【新規】

○ Z世代向け防犯ハンドブックを活用した大学生に対する注意喚起（計7大学）

○ 京都橘大学・京都情報大学院大学と連携した啓発動画作成依頼

(2) 客引き行為者・事業者に向けた取組

○ 合同パトロールにおける拡声器付き広報車を活用した音声啓発の実施

○ 京都駅北側エリアの商業施設の協力のもと、のぼり旗を設置した啓発活動の実施

○ 禁止区域における電柱幕の設置【新規】

○ 新規事業者向けにチラシ配架・ポスター貼付依頼【新規】

医療衛生センターや禁止区域内を管轄する消防署、警察署（中京・下京・東山）の飲食店営業申請窓口において依頼

(3) 観光客等来訪者向け取組【新規】

○ 京阪バス株式会社の協力を得て、京都駅に所在する定期観光バスの乗り場において、ポケットバックを配架（客引き行為等を行う店舗を利用しない旨の注意喚起）

(4) 繁華街に訪れる人及び大学生を対象としたアンケート調査、客引き行為者・事業者からの聞き取り調査の実施【新規】

アンケートの集計結果

1 分析概要

(1) 実施目的

客引き条例の趣旨やこれまでに実施してきた各種取組に関する認知度を図るため

(2) 実施理由・分析視点

- ・ 条例制定後 9 年が経過する中、各種取組を実施してきたが、市民・観光客や大学生への条例の認知度が十分でないのではないか。
- ・ 各種取組に関して、様々な視点から効果検証を行い、課題を抽出する必要があるのではないか
- ・ 情報発信する対象（大学生・観光客・客引き行為者等）を明確にして効果的な取組を考える必要があるのではないか

2 アンケート実施結果

(1) Web アンケート

合計 996 人が回答

(内訳) 市内繁華街に訪れる人
大学生

計 307 人が回答

計 689 人が回答

(2) 聞き取り調査

合計 19 人から聞き取り

(内訳) 客引きを行った者

計 15 人

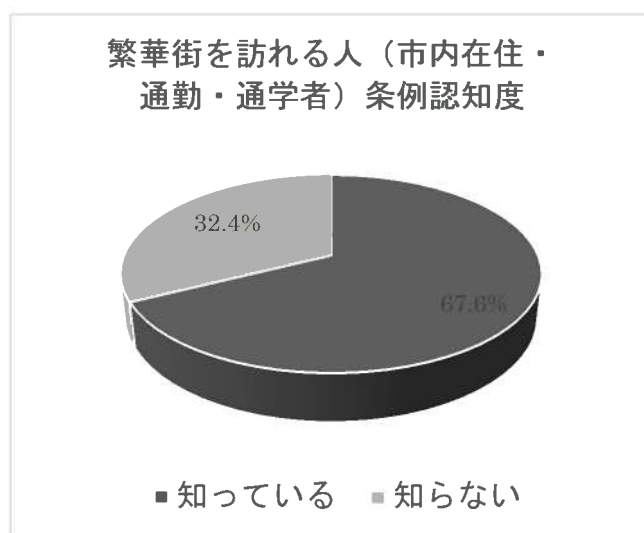
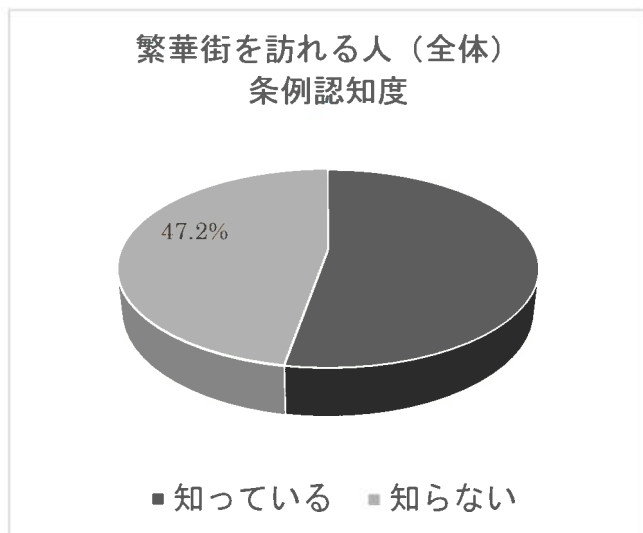
客引きを行わせた者・店

計 4 人

3 分析結果

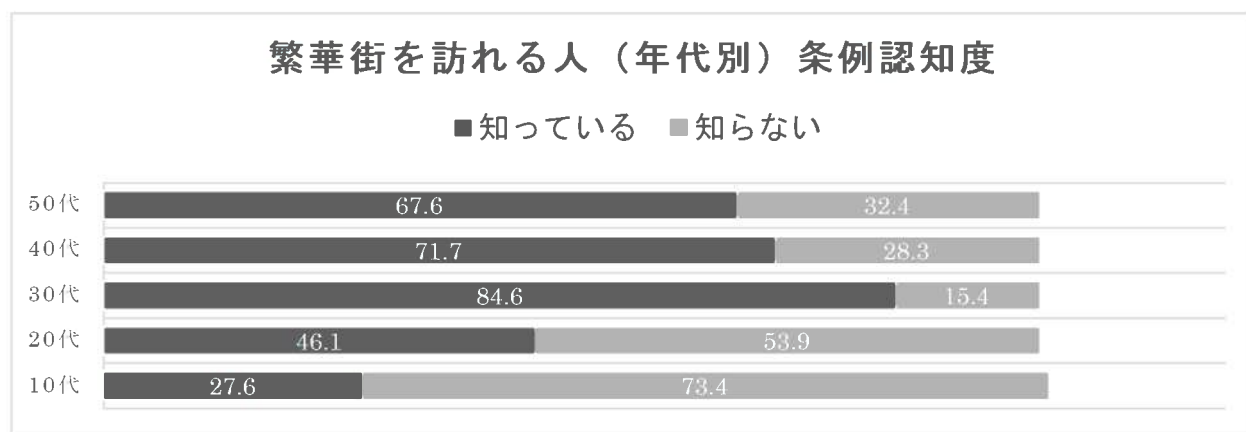
(1) 繁華街を訪れる人

ア 条例の認知



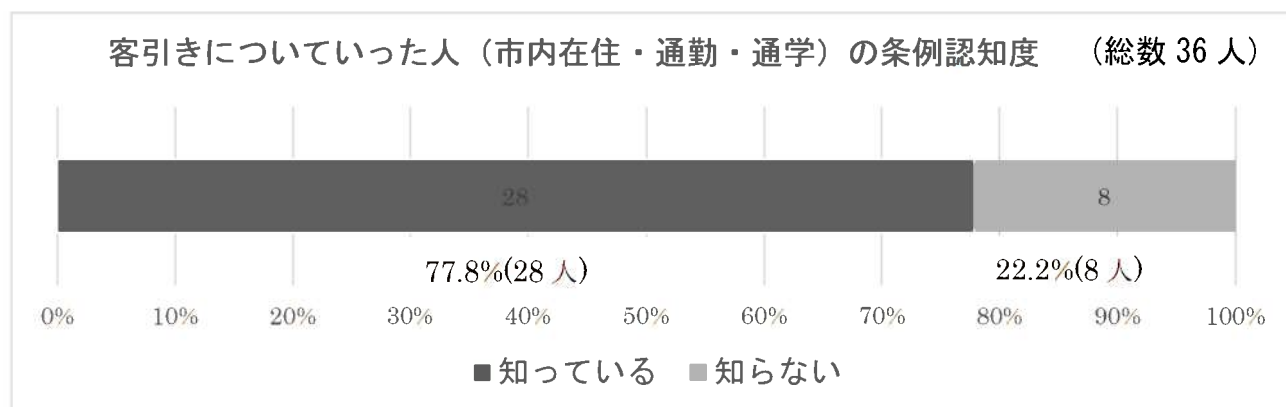
(結果)

・ 全体の認知度は 52.8% であり、市内在住・通勤・通学する人の認知度は 67.6% であった。



（結果）

- ・年代別では、10代（27.6%）、20代（46.1%）が他の年代と比較して認知率が低い。



（結果）

- ・市内在住・通勤・通学する人の内、77.8%（36人中28人）が条例を知っていながら、客引きについていったことがあると回答。

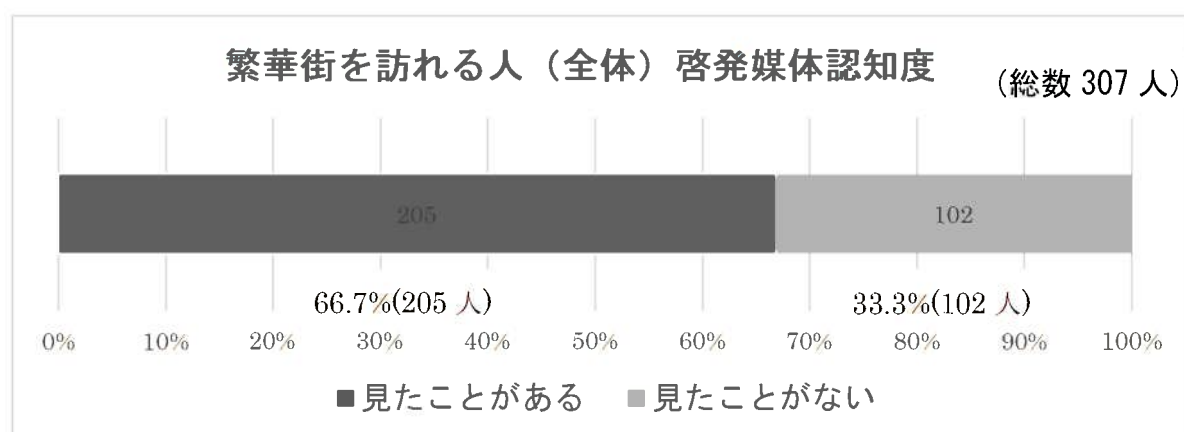
【分析結果】

- ・一般的に条例は認知されており、これまでの啓発活動の各種取組成果があったと認められる。

【今後の課題】

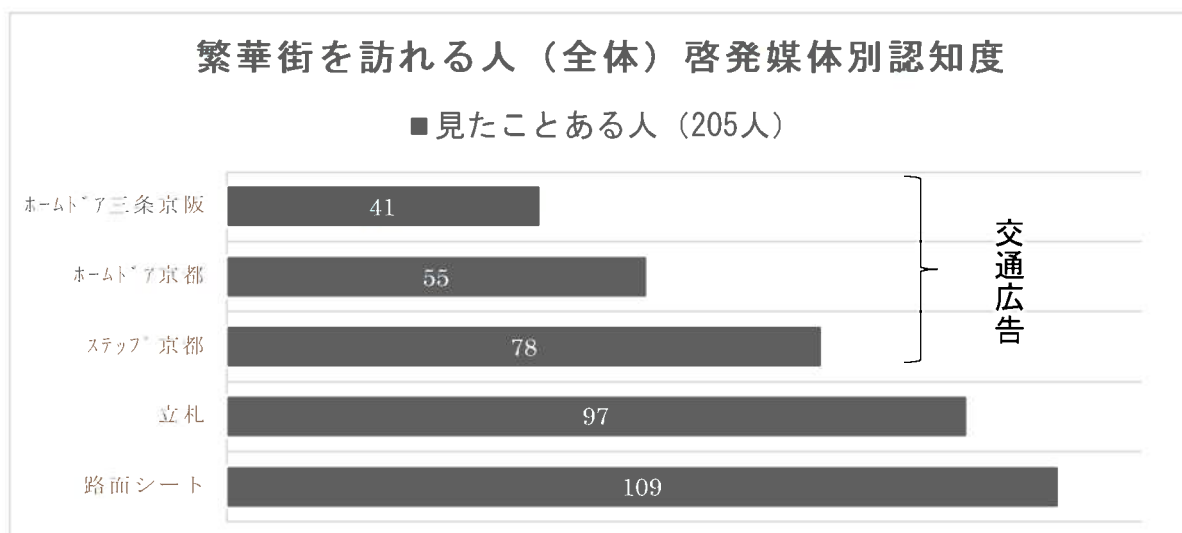
- ・年代別では、相対的に10代20代の認知率が低いことを踏まえ、客引き行為者の大半を占める若年層を対象にした条例の認知を維持向上させる対策が必要。
- ・条例を知っていながら客引きについていつてしまっている人を対象とした客引きについていくことへのデメリットを理解させる対策が必要。

イ 客引き対策の各種取組



(結果)

- ・全体の認知率は、66.7%（307 人中、205 人が何かしらの啓発媒体を見たことがあると回答）。

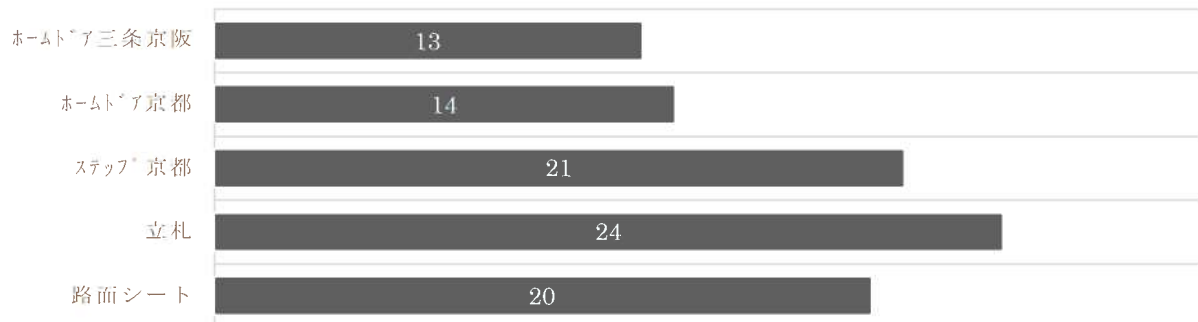


(結果)

- ・一番認知されている啓発媒体は「路面シート（109 人）・立札（97 人）」。
- ・交通広告ではステップ広告（78 人）が一番多く認識されている。

繁華街を訪れる人（市外在住・在学・在勤） （総数 115 人） **啓発媒体別認知度**

■ 市外の見たことある人（57人）



（結果）

・市外在住者（115 人）でも 49%（57 人）が何かしらの啓発媒体を見たと回答。啓発媒体別では立札、ステップ広告、路面シートの順に認知されている。

【分析結果】

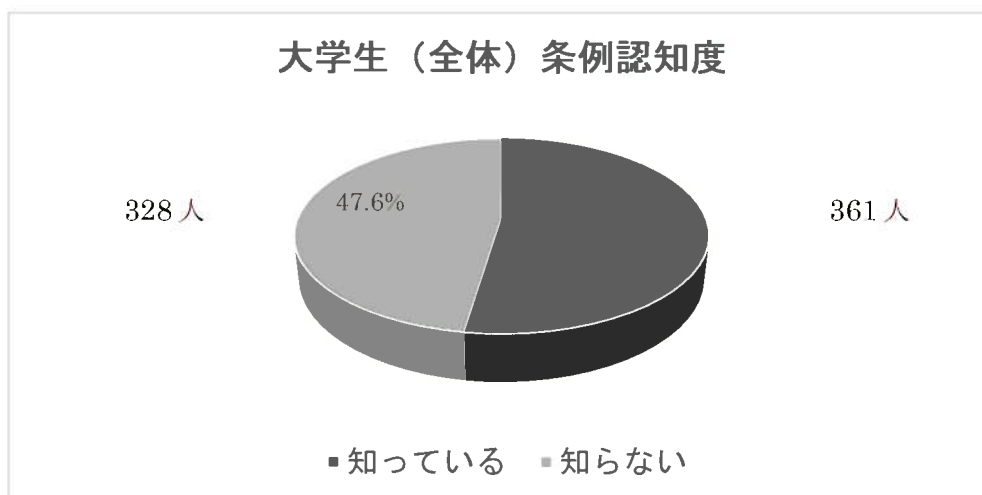
- ・啓発媒体は全体の 66.7% に認知されており、これまでの客引き対策の取組の成果があったと認められる。
- ・路面シート・立札の常設の啓発媒体が広く認知され、交通広告では京都駅のステップ広告の認知が高い。
- ・「京都駅×ステップ広告」のような「禁止区域やその経由地」「人が多数往来する場所」「目線の高さ」における啓発は短期間でも高い効果を得られる。

【今後の課題】

- ・短期間でも交通広告は一定の啓発効果があるため、予算を勘案して入学シーズン・忘年会シーズンなど時期を見定めて実施を検討する。
- ・今後、交通広告に頼らず、長期的に効果が持続する啓発媒体も検討する必要。
- ・啓発媒体は「禁止区域やその経由地」「人が多数往来する場所」「目線の高さ」を意識したものを検討。※常設物の場合、広告景観と要調整

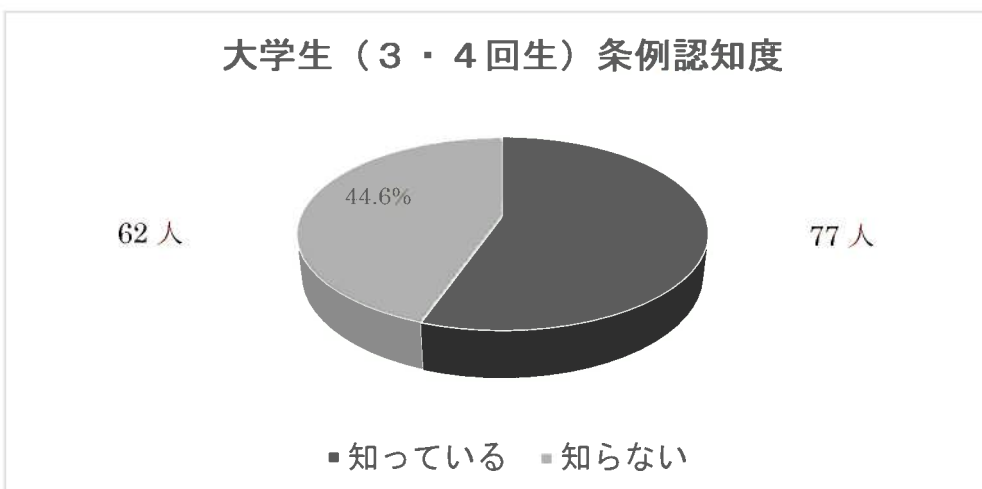
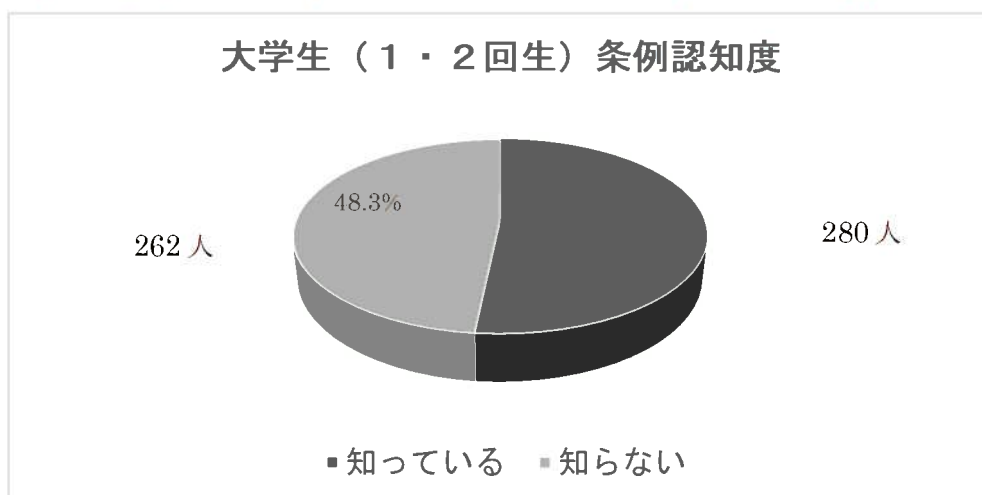
(2) 大学生

ア 条例の認知



(結果)

- ・全体の認知率は、52.4%（689人中、361人が知っていると回答）



【結果】

- ・学年別の認知率は1・2回生 51.7%（542人中280人）で、3・4回生 55.4%（139人中77人）であった。

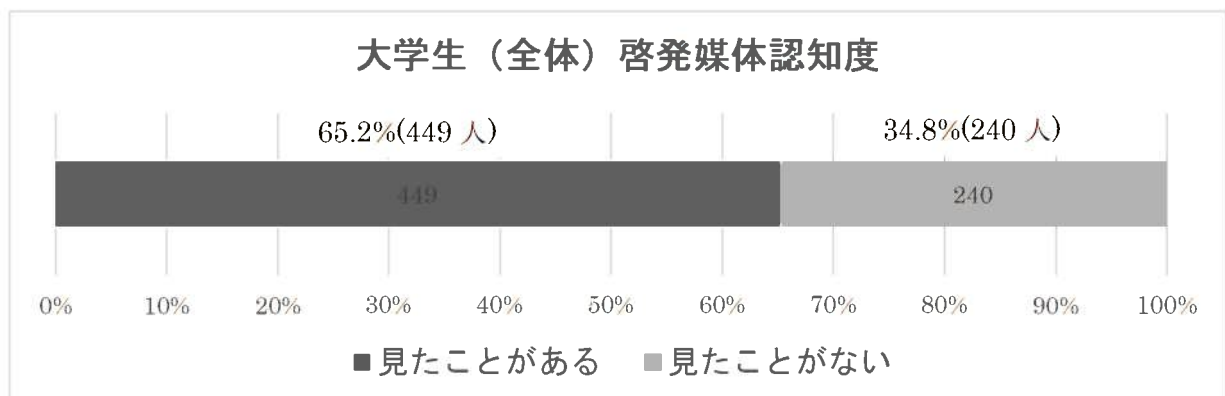
【分析結果】

- ・半数以上の学生に条例の認知が浸透しており、大学と連携した取組の成果があったと認められる。
- ・3・4回生の認知度が1・2回生と横ばい状態。

【今後の課題】

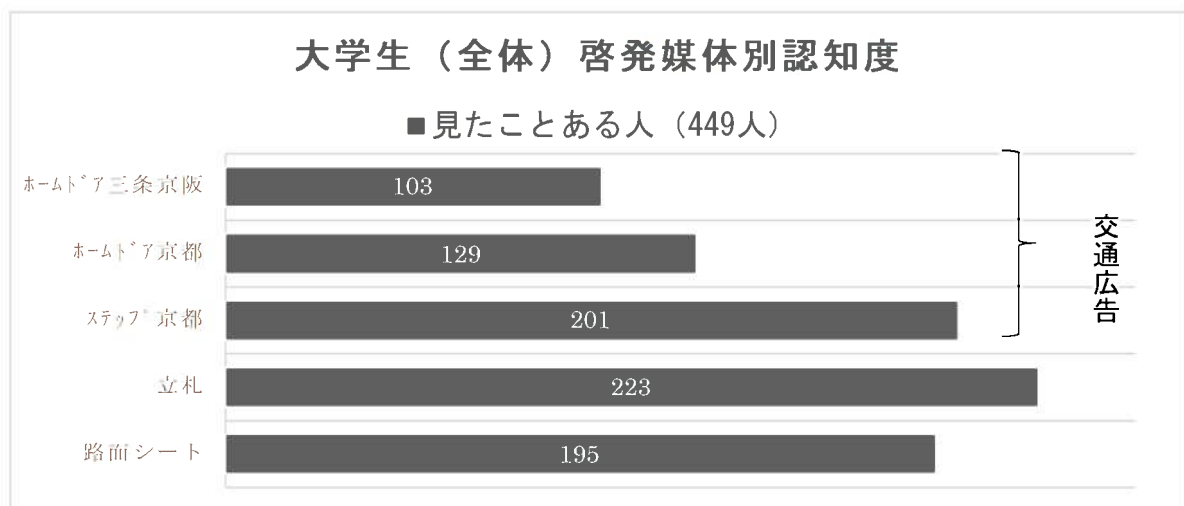
- ・客引き行為者の大半は学生という現状から、今後も条例の認知度を維持向上させるために大学と連携した取組が必要。
- ・3・4回生にはさらに認知度が向上するような取組も検討。

イ 客引き対策の各種取組



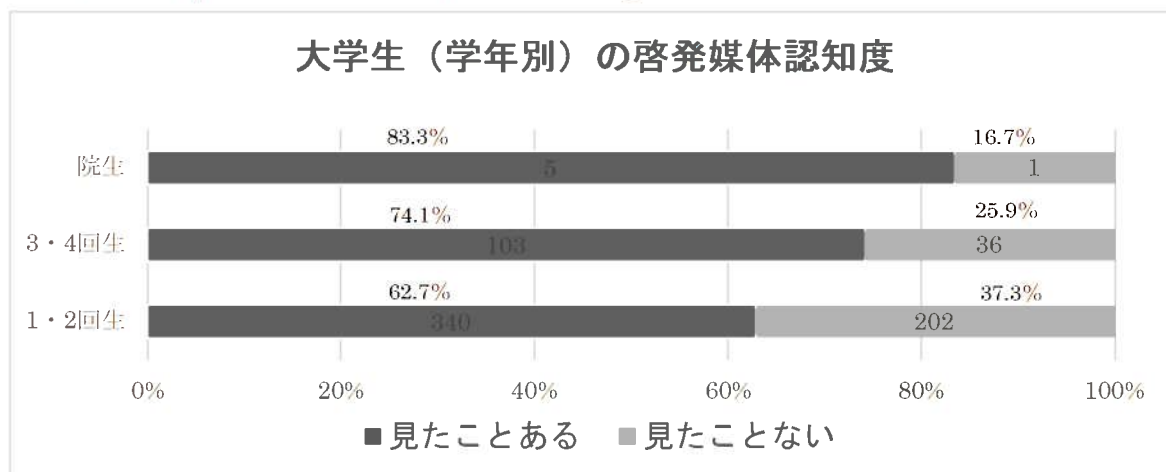
【結果】

- ・学生の 65.2%（689人中、449人）が何かしらの啓発媒体を見たことがあると回答。



（結果）

- ・一番認知されている啓発媒体は「路面シート（195 人）・立札（223 人）」。（繁華街を訪れる人に対する回答と同じ結果）
- ・交通広告ではステップ広告（201 人）が一番高く、立札や路面シートといった常設の啓発媒体と同じくらい認知されている。



（結果）

- ・学年別でも、半数以上の学生が啓発媒体を認知している。

【分析結果】

- ・学生の 65.2% が啓発媒体を認知しており、大学生にもこれまでの客引き対策の取組の成果があったと認められる。
- ・路面シート・立札の常設の啓発媒体の認知度が高く、交通広告では京都駅ステップ広告の認知度が高い。
- ・「京都駅×ステップ広告」のような「禁止区域やその経由地」「人が多数往来する場所」「目線の高さ」における啓発は短期間でも高い効果を得られる。

※繁華街を訪れる人と同じ結果であった。

【今後の課題】

- ・短期間でも交通広告は一定の啓発効果があるため、予算を勘案して入学シーズン・夏・春休みシーズンなど時期を見定めて実施を検討する。
- ・今後、交通広告に代わる、長期的に効果が持続する常設の啓発媒体を大学生と合同で作成する等検討する。
- ・啓発媒体は「禁止区域やその経由地」「人が多数往来する場所」「目線の高さ」を意識したものを検討。※常設物の場合、広告景観と要調整
- ・条例の認知度を向上させるために、大学と連携して大学校内での啓発も引き続き実施する。

(3) 客引きを行った者

(聞き取り結果)

- ・指導されても客引きの仕事をやめるつもりはない（7人）46.7%
- ・指導員から指導を受けたらやめる（4人）。
- ・客引きを続ける理由の一番は高収入（9人）60%
- ・客引きをするきっかけとなった理由は友人から誘われてが一番多い。

【分析結果】

- ・客引きを行為者は条例違反と知りながら客引き行為を行っている。
その内の半数は指導員から指導を受けても客引きの仕事を辞めるつもりはない。
- ・指導員から指導を受けたら辞めると回答する者も一定数いるため、指導員の巡回指導は有効な取組である。

【今後の課題】

- ・大学生等若年層に条例の認知が浸透しているにもかかわらず、違反と知りながら客引き行為を辞めない客引き行為者に対する指導等の対策が必要。
- ・指導員による巡回指導を強化するとともに、巡回時間やコースを工夫するなどして警戒の隙間を埋めて、客引き行為者が客引き行為をできない取組を検討する。

(4) 客引きを行わせた者

(聞き取り結果)

- ・ネットや広告などの集客媒体より客引きの方が儲かる。
- ・違反とわかっているが、客引きの活用を辞めるつもりはない。
- ・過料5万は痛いですが、客引きによる収益でまかなえる。
- ・店側のメリットが大きい（客引きが客を引いてくれば利益があがるが、客を引いてこなくても歩合制のため固定のバイト代が発生しない）

【分析結果】

- ・客引き行為が条例違反と知りながら客引き行為を行わせている。
- ・過料5万円を払ってでも、客引きを活用した方が利益がある。

【今後の課題】

- ・指導員による巡回指導の強化、店舗への立入、店舗が入居する所有者への協力依頼など、多方面から客引き行為を行わせないための取組を実施する必要がある。

4 自由記載(抽出結果)

(1) 条例に関すること

- ・客引きの存在は、特に木屋町では高級ホテルを誘致しても街の品位が全く上がらない大きな要因。条例に基づく指導の在り方を強化すべき。
- ・夜の時間帯が多いので取り締まり強化してください。罰則が無いと注意だけでは改善しない。
- ・客引き禁止令が発令されたきっかけとなった事案について知りたいです。過去に定員を装った拉致や誘拐などがあったのですか。
- ・ジャンカラが時々客引きのような行為をしている気がしますが、あれは客引きに該当するのか疑問です。
- ・バイト帰りの夜に、御池通りから四条通りの区間で木屋町通りを利用するが、あまり広くない歩道に客引きが沢山いて歩きづらいので対策を強化してほしいと感じます。

イ 客引きに関すること

- ・割引きがあつて良いこともあると思う。
- ・木屋町は特に客引きが多く、声をかけられることもあるため、飲食を楽しみに行きたい反面、当該箇所を歩くのが怖いという思いもあります。
- ・軽い客引き（案内）程度なら活気があるように見えるので、一概に全部悪いとは言えない気がする。
- ・河原町の牛角あたりは大々的に堂々と客引きが行われている。普通の飲み屋があるのでよく行くが、キャッチの客引きがうざい。

ウ 客引き対策の取組に関すること

- ・京都市内で客引きが禁止されていることを啓発できるように目立つように目の高さに啓発物がくるような物を考えてはどうか
- ・客引きが行われないようにもっと強制力をもたせられないか。市民らに伝わるように SNS を活用すべき
- ・経験上、声掛けのしやすい若年層への客引きが多いと感じております。安心・安全なまちづくりの為にもパトロール・指導等を続けて頂けると幸いです。
- ・客引きするような飲食店は、反社会勢力とつながっていると思うので、ついていくことがないように広く多くの方に周知できるように SNS など活用して周知をしていくべきと思う。
- ・大学に掲示したほうが知しやすい。大学生は忙しいのでポスターやメールの活用を勧める。
- ・夜の木屋町付近が客引き行為が酷くなっているの、毎日パトロールしてほしい。

客引き行為等対策の今後の取組の方向性（案）

1 アンケートの結果から見えた課題

○ 客引き行為を抑止する取組について

客引き行為者の半分が高収入を理由に辞めるつもりはなく、条例違反でも客引きを行っても良いという意識を変える取組または継続的に客引き行為を抑止する取組を検討する必要。 ※被聴取者が少ないことに留意。

○ 若年層に対する条例の認知度を向上させる取組について

繁華街を訪れる人の約半数に条例は浸透していたものの、年代別でみると 10 代 20 代の認知率が低い。若年層の認知度向上が期待できる対策が必要。

○ 繁華街を訪れる人対象の取組について

客引き行為が条例で禁止されていることを知りながら、客引きについていった経験があると回答した人が一定数いることから、客引きについていかないよう啓発するとともに、「ついていくことのデメリット」を知ってもらう取組が必要。

○ 長期的な効果が期待できる啓発媒体について

短期間のみ実施した交通広告や常設の立札、路面シートなどの啓発媒体が広く認知されていることから、今後の啓発では、多数の人が往来する場所や目線の高さを意識した長期的な効果が期待できる媒体を活用、制作していく。

2 今後の方針

① 客引き行為者や事業者への粘り強い巡回指導

実際に客引き行為等を行っている者の半数は行為をやめる気がないとの回答があったことや、事業者側も利益があがるなどのメリットを感じているとの聞き取り結果から、客引き行為等防止指導員の巡回指導を引き続き実施し、客引き行為者へ当該行為のデメリットを粘り強く説明し、当該行為を辞めるように指導を行っていく。

② 視覚や聴覚を意識した効果の持続性がある取組

地下鉄京都駅構内での交通広告や常設されている啓発媒体の認知度が高いことから、今後の啓発では、必要な場所（禁止区域やインターネット空間等）において、常に人の視覚的・聴覚的に記憶に残るような効果の持続性のある啓発を意識して取組を進めていく。

■具体例

- ・ SNS を利用した取組（ターゲティング広告等）
- ・ 「人が多数往来する場所」 × 「目線の高さ」 × 「常設物」 を意識した啓発媒体の作成（電柱幕や立札のような掲示物等）
- ・ 指導員の巡回・指導取締
- ・ 地元団体・警察と連携した合同パトロール

③ 啓発対象を明確にした取組

各啓発内容（条例認知向上、客引きを利用しない、客引きを行わせない、客引きのアルバイトをさせない）を誰に伝えたいのか啓発対象を明確化して、「なぜ客引き行為等がダメなのか」をより効果的に伝えていく。

「条例認知」×「大学生」、「客引きを利用しない」×「飲み客 or 観光客」

「客引きを行わせない」×「事業者」、「アルバイトさせない」×「若年層」

■具体例

- ・「条例認知」×「大学生」

オリエンテーションや講義等での条例解説、啓発物の合同作成

- ・「客引きのアルバイトをさせない」×「若年層」

SNS 有効活用（時期を捉えたターゲティング広告）

- ・「客引きを利用しない」×「飲み客」

電柱幕、交通広告、音声啓発「そこの方、客引きついていたらあきまへん」

「飲んでも引かれるな」「客引きは条例違反です」

- ・条例を認知していても、客引き行為者の誘惑に乗らない環境作り

客引き等行為者がまさに客引き等行為を行う場所における音声啓発

- ・「客引きを行わせない」×「事業者」

新規飲食事業者への注意喚起（チラシ配布）

実際に客引き行為等が確認できる箇所での「見せる啓発活動」

④ 地域特性を踏まえた取組（京都駅、河原町・木屋町をはじめとする繁華街エリア）

禁止区域エリアごとに訪れる人・建ち並ぶ店の種類が異なることを踏まえて、各地域の特性に適した取組を実施する。

【京都駅エリア】

JR 京都駅の北側の区域で、居酒屋だけでなく、主要幹線道路沿いに大型家電量販店や地元の個人商店、一般企業のビルが建ち並ぶ。

訪れる人も、観光客、地元住民、通勤者、学生、飲み客と様々。

- ・地元関係者や周辺企業と連携した取組

啓発物の配架やポスター掲示、従業員への注意喚起等の協力依頼

【河原町・木屋町をはじめとする繁華街エリア】

周辺に駅、主要幹線道路はあるものの、客引き行為が目立つ木屋町通には居酒屋とガールズバー、キャバクラ等の風俗営業店が建ち並ぶ。

木屋町通に訪れる者も飲み客（主に大学生等の若年層）が大半。

- ・大学生等の若年層・商店会等と連携した取組

学生と啓発物作成、地元商店会との合同パトロールや啓発物掲示の協力依頼

以上の方針をもとに、

「客引きと関わる人（機会）を減らし、事業者が客引き行為等をしたくなくなるまち」を目指していく。

客引き行為等対策の取組状況（指導等件数等）について

（令和6年11月末現在）

1 指導等の件数

	文書指導	勧告	命令	過料	公表
平成27年度	42	13	0	0	0
平成28年度	70	20	11	5	2
平成29年度	95	19	12	7	5
平成30年度	88	28	14	11	11
令和元年度 （平成31年度）	123	57	29	17	14
令和2年度	76	24	19	13	10
令和3年度	93	33	22	15	15
令和4年度	78	20	17	16	16
令和5年度	48	18	10	10	9
令和6年4月末	3	4	1	0	0
5月末	4	3	1	1	0
6月末	6	2	3	1	3
7月末	11	3	5	1	0
8月末	9	1	2	2	0
9月末	7	1	1	1	0
10月末	6	4	3	2	6
11月末	6	2	3	3	0
合 計	765	252	153	105	91
令和6年合計	52	20	19	11	9

《現状と分析》

- 令和6年度11月末時点における指導件数は52件。
- 令和5年の新型コロナウイルス感染症が第5類へ移行し、繁華街を中心に飲食店利用者が増加したことに伴い、禁止区域における客引き行為の活発化したため、指導件数は前年度をすでに超えている。

2 区域ごとの指導等件数

◆令和6年度11月末現在

	文書指導	勧告	命令	過料	公表
祇園・河原町区域	39	14	14	9	6
東洞院錦小路	0	0	0	0	0
京都駅北側	13	6	5	2	3
合 計	52	20	19	11	9

◆累計

	文書指導	勧告	命令	過料	公表
祇園・河原町区域	622	206	123	84	72
東洞院錦小路	5	1	0	0	0
京都駅北側	138	45	30	20	18
合 計	765	252	153	※104	※90

※ 過料及び公表各1件については、報告の徴収違反によるもので区域の計上なし。

《現状と分析》

- 令和6年度の指導等は祇園・河原町区域及び京都駅北側区域のみ
- 祇園・河原町区域は大きく祇園・河原町・木屋町区域に分けられるが、全て木屋町区域での件数であり、祇園と河原町区域における指導等の件数は0件

3 行為態様別（業種別）の指導件数

◆令和6年度11月現在

行為態様の種別（業種別）		件 数
客引き行為	（居酒屋）	52（28）
	（カラオケ店）	0（0）
	（風俗店）	0（0）
	（その他）	0（0）
勧誘行為（スカウト）		0（0）
そ の 他		0（0）
合 計		52（28）

◆累計

行為態様の種別（業種別）		件 数
客引き行為	（居酒屋）	718（330）
	（カラオケ店）	16（7）
	（風俗店）	8（3）
	（その他）	14（11）
勧誘行為（スカウト）		8（0）
そ の 他		1（0）
合 計		765（351）

※（ ）は「行わせた者」の内数

※ 「その他」については、「指導書受領拒否の上、立ち去り」

《現状と分析》

- 令和5、6年度の指導は全て居酒屋に対するものである。

4 被指導者（行った者）の学職別の割合

学 職 別	大学生	専門学校生	高校生	店舗関係者	不明
平成 30 年度まで	111 (56.8%)	12 (6.1%)	8 (4.1%)	63 (32.0%)	3 (1.0%)
令和元年度 (平成 31 年度)	39 (65.0%)	6 (10.0%)	0 (0%)	15 (25.0%)	0 (0%)
令和 2 年度	19 (47.5%)	2 (5.0%)	1 (2.5%)	16 (40.0%)	2 (5.0%)
令和 3 年度	20 (58.9%)	0 (0%)	1 (2.9%)	12 (35.3%)	1 (2.9%)
令和 4 年度	28 (82.2%)	1 (3.6%)	0 (0%)	4 (7.1%)	2 (7.1%)
令和 5 年度	11 (45.8%)	2 (8.3%)	0 (0%)	11 (45.8%)	0 (0%)
令和 6 年 11 月	14 (56%)	2 (8%)	2 (8%)	5 (20.0%)	2 (8%)
合 計	242 (58.5%)	25 (6.3%)	12 (2.9%)	124 (30.0%)	10 (2.4%)

※ 「行った者」の文書指導 4 1 4 件（令和 6 年度 1 1 月末現在）

※ 被指導者の学識等については、自称を含む。

《現状と分析》

- 令和 4 年度に大学生の比率が急増している要因としては、これまで店舗関係者（社員）も自ら客引き行為を行っていたが、同時期以降は客引き行為を行わず、指導を逃れるための対策（繁華街入口付近における見張りと言導員巡回状況の伝達）に徹している状況が認められる。
- 令和 5 年度も同様であるが、アルバイトの大学生が少ない時間帯に店舗関係者が客引き行為を行って指導されることが昨年度に比べて多かった。
- 令和 6 年度も同様に大学生を中心に客引き行為者は構成されているものの、大学を卒業・退学した者がそのままアルバイトや社員として稼働したり、高校生や専門学校生のアルバイトも増えてきている。

令和5年度までの客引き行為等対策の取組（啓発活動等）について

■啓発物等

＜ポスター等＞

(1) 京都市客引き行為等の禁止等に関する条例周知啓発ポスター（B2・B3 カラー）

主な配架先：飲食店関係者、不動産取引関係団体、地元自治体 等

【ポスターデザイン】



条例で規定されている違反行為、禁止区域等の適用をまとめ、禁止区域内外の飲食店等に掲示を依頼することで、特に事業者へ条例の周知啓発を意図するもの。

(2) 京都市客引き行為等の禁止等に関する条例周知啓発ポスター（B3 カラー）

及びウエットティッシュ

主な配架先：市内の各大学 等

【ウエットティッシュ】



【ポスター（行為者向け）】



【ポスター（利用客向け）】



客引き行為者及び客引き関係店舗の利用者の多数を占める大学生に対して「客引きをしない」「客引きについていけない」の両面からの啓発を効果的に行うため、京都女子大学デザイン研究所と連携し、作成したもの。

二次元コードを活用し、違反店舗名等の公表状況へのアクセスを容易にしている。

(3) 客引き行為等への注意喚起ポスター

ア 地下鉄東西線 京阪三条駅臨時ホームドア (500×500mm)

掲出期間：令和4年7月25日～令和4年8月31日

【ポスターデザイン】



【掲出状況】



イ 地下鉄烏丸線 京都駅（竹田方面行き）扉間小型シート (916.5mm×650mm)

掲出期間：令和4年8月5日～令和4年9月1日

【ポスターデザイン】



【掲出状況】



ウ 地下鉄烏丸線 京都駅（国際会館方面行き）連結部大型シート (916.5mm×2,370mm)

掲出期間：令和4年8月5日～令和4年9月1日

【ポスターデザイン】



【掲出状況】



(4) 客引き行為等の防止啓発広告（ステップ広告）（2,451×2,745 mm）

掲出場所：地下鉄烏丸線 京都駅北階段下半分

掲出期間：令和4年12月12日～令和5年1月11日

【ポスターデザイン】



【掲出状況】



(5) 客引き行為等防止啓発デジタルサイネージ（70インチ カラー 4面 15秒）

掲出場所：地下鉄烏丸線 四条駅北改札外コンコース 阪急連絡通路（コトチカビジョン四条）

掲出期間：令和4年12月12日～令和4年12月26日

【掲出イメージ】



【掲出状況】



(8) 京都市客引き行為等の禁止等に関する条例周知啓発ステッカー (128mm×182mm)

主な配布先：飲食店関係者、市民、観光客 等

【デザイン】



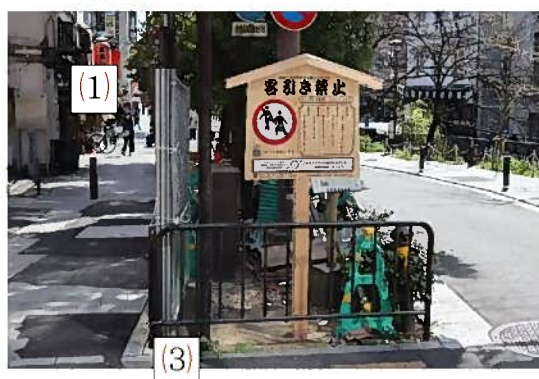
<立札>

(9) 客引き行為等対策立札 (高さ 180 cm×幅 105 cm 銅版屋根、盤面及び支柱は檜)

【盤面デザイン】



【設置状況】



- (1) 京都市中京区中島町 三条木屋町交差点南側 木屋町通中央の植樹帯
- (2) 京都市中京区下樵木町 木屋町南車屋交差点北西角 高瀬川沿いの植樹帯
- (3) 京都市下京区柏屋町 四条木屋町交差点北側 四条小橋上の植樹帯

○主な盤面記載内容

ア 客引き撲滅標語「いかのさしみ」

客引きを「しない、させない、ついてい**か**ない」

客引きの「うまい話につい**の**らない」

客引きに「頼るお店を**さ**けましょう」

客引き料「**し**らないいうちに代金へ」

客引きの「ないまち**み**んなでつくりましょう」

設置の趣旨である「客引きをしない、させない」、「客引きについてい**か**ない」という内容を市民や観光旅行者等の皆様に分かりやすく伝え、覚えてもらえるように親しみやすい語呂合わせによる客引き撲滅標語を作成。

イ 客引き行為等禁止に係るイラスト

客引き行為等が禁止されていることを視覚的に分かりやすく表現したピクトグラムを使用したイラストを採用。

ウ 違反店舗名等公表中の「京都市情報館」にアクセス可能な二次元コード

再三の指導に従わず、違反行為を繰り返し行った者については、「京都市情報館」で氏名や違反店舗名等を公表しており、同サイトに直接アクセスができる二次元コードであり、市民や観光旅行者等の皆様に対する情報提供を目的としている。

エ 差し替え可能なインフォメーション板

盤面下段に、差し替え可能な加工を施したインフォメーション板を導入。設置当初は、新型コロナウイルス感染症感染拡大予防に関する啓発としていたが、現在は外国人観光客向けの啓発、課内各事業等の啓発にも活用している。

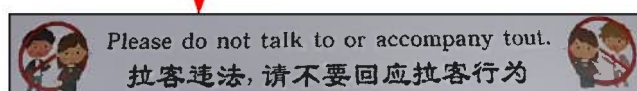
【設置状況】



外国人観光客向け



課内他事業（一例）



3 路面標示（路面シート及び路面タイル）

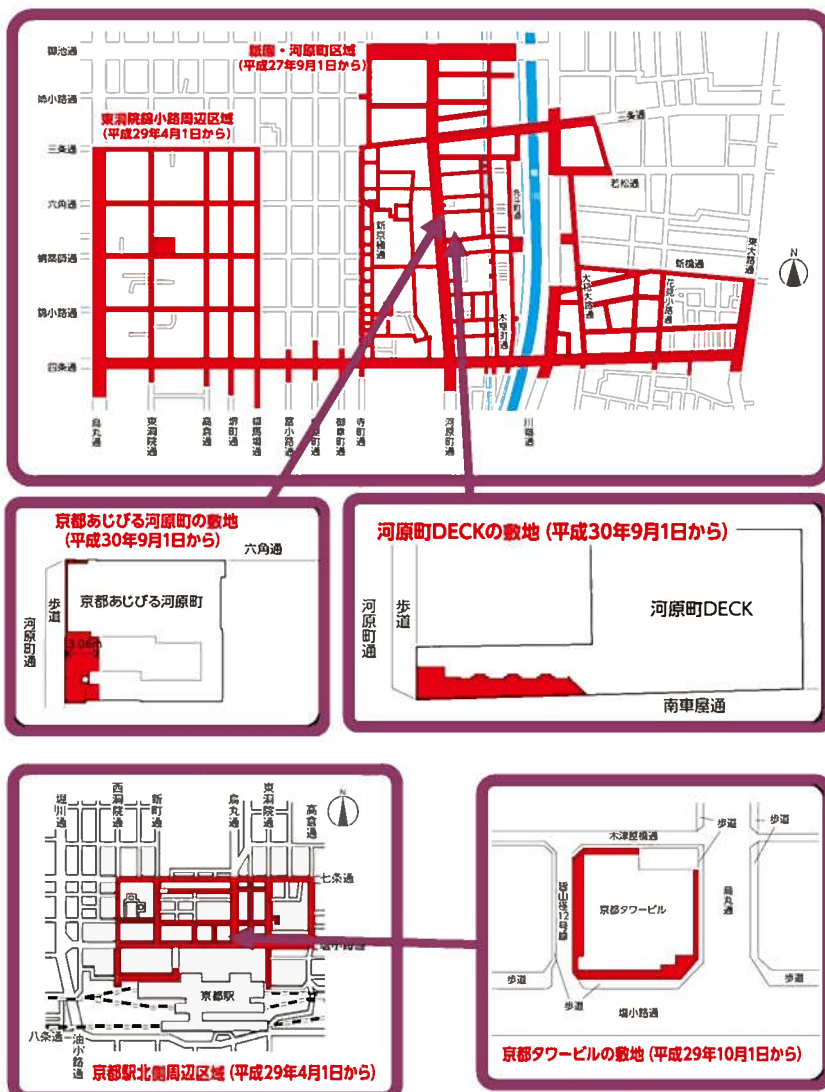
客引き行為等禁止区域については、チラシ等の啓発物により周知するほか、路面シート及び路面タイルにより標示している。

四条通・木屋町を中心に、路面タイル設置可能箇所はタイル標示に変更し、随時路面シートの張替えも行っている。

【路面シートデザイン】



【客引き行為等禁止区域図】



4 ホームページ（京都市情報館）

トップページ→暮らしの情報→安全→客引き行為等禁止



「京都市客引き行為等の禁止等に関する条例」に関する広報資料（例）

- 令和2年2月14日 「客引き行為等禁止区域」について
 - 令和2年3月31日 「京都市客引き行為等の禁止等に関する条例」の一部改正について
 - 令和3年9月1日 路上でのキャッチ、スカウト等の客引き行為等に注意
 - 令和6年10月25日 京都市客引き行為等の禁止等に関する条例違反者の氏名、店舗名等の公表一覧について
 - 令和6年10月25日 京都市客引き行為等の禁止等に関する条例違反者の氏名、店舗名等の公表について
- ※ 「京都市客引き行為等対策審議会」の開催や「京都市客引き行為等の禁止等に関する条例」違

5 地元団体や関連業界と連携した客引き行為等対策の取組状況

(1) 客引き対策パトロール

地元の自治会、商店会等が中心となって毎月実施する自主的な客引き行為等対策パトロールに、京都府警察とともに参加しており、現在は下記のとおり実施している。

- ・ 河原町パトロール（2ヶ月に1回程度）
- ・ 立誠パトロール（毎月第2、第4金曜日）
- ・ 京都駅パトロール（毎月14日）
- ・ 日彰パトロール（毎月15日）

また、これまでに、客引き行為等禁止区域の新たな指定や私有地における禁止区域の指定等の機会を捉え、ビルの所有者・管理者、地元団体、京都府警察との合同啓発を実施している。

各種パトロールについては、新型コロナウイルス感染症感染拡大の影響により、令和2年3月頃から実施できていなかったが、令和4年度については、感染拡大防止対策を徹底したうえで、従来通りの定期的なパトロールを徐々に再開しており、年末からは、拡声器付き公用車での街頭音声啓発も開始した（※下部写真参照）。

なお、上記パトロールに対する支援の一環として、地元団体に対しては、腕章、ハンドプレート、保安灯等の物品を支給している。



※令和4年12月実施
立誠自治連合会との合同パ
トロールの状況

(2) 関係団体等との連携

令和2年度の条例改正により、違反店舗に係る建物所有者への通知が可能となったことで、建物オーナーから違反店舗等に対して指導が行われ、その効果も見受けられるようになった。

この新たな動きをより活発なものとするため、全日本不動産協会京都府本部及び京都府宅地建物取引業協会（下記にホームページ掲載状況）に対し、客引き行為等禁止啓発に係るポスターの掲示及び条例周知依頼を実施し、賃貸借契約にあたっての留意事項として会員への周知、またホームページへの掲出を行っていただいた。

【京都府宅地建物取引業協会 HP 掲載状況（一部抜粋）】

この度、京都市より条例の周知依頼がありましたので、京都市ホームページ(下記URL)及び次の点について、ご確認いただきますようお願いいたします。

[京都市ホームページ【客引き行為等禁止】](#) ←こちらをクリックしてください

- ①京都市内では客引き行為が禁止されていること
- ②禁止区域において客引き行為等を繰り返し行った場合は、違反店舗の名称や住所(ビル名等も含む)が、京都市のホームページにおいて公表されること
- ③契約の際に相手方に上記 2 項目を伝達すること

【全日本不動産協会 京都府本部 HP 掲載状況（一部抜粋）】

2022/11/25

京都市客引き行為等の禁止等に関する条例について

京都市から、条例に基づき、京都市内の禁止区域では公共の場所では客引き行為等が禁止されていることや客引き行為等を繰り返し行った場合は違反店舗の名称や住所（ビル名等も含む）が京都市のホームページにおいて公表されることなどの周知依頼がありましたので、お知らせします。

禁止区域での取引の際に当該区域では客引き行為等が禁止されている旨を伝えていただくなどのご協力をお願いいたします。詳しくは、

<https://www.city.kyoto.lg.jp/menu1/category/11-8-0-0-0-0-0-0-0-0.html>をご覧ください。

6 大学生対策の状況

(1) 大学に対する啓発依頼

京都市内の学生数が多い大学等を中心に、客引き対策ポスターや各種啓発物の配布、デジタルサイネージによる啓発依頼等を行った（下記一覧のとおり）。

また、令和4年9月に実施された京都府大学安全・安心推進協議会において、同協議会に出席の各大学学生課長に対し、当課担当者から大学と連携した客引き対策の必要性を講演するとともに学生が客引きのアルバイトに就労しないための指導を依頼した。

【令和4年度における各大学への訪問・啓発依頼の実施状況】

大学名	訪問の時期	主な依頼内容
同志社大学	令和4年4月	○チラシ、ポスター、啓発物品等の掲示・配架 ○デジタルサイネージの掲出 ○学生ポータルサイトへの掲出 ○その他学生への効果的な啓発 等
京都女子大学	令和4年5月	
佛教大学	令和4年6月	
京都産業大学	令和4年11月	
龍谷大学	令和4年11月	
京都橘大学	令和4年12月	
立命館大学	令和4年12月	

【学生ポータルサイトへの掲出状況（一部抜粋）】



【デジタルサイネージの掲出状況】



【学生に対する条例に係る講演状況（令和4年4月 同志社大学にて実施）】



(2) 大学と連携した啓発

○ 京都女子大学デザイン研究所

学生によるデザインを活用した、大学生目線による「客引きについていけない」「客引きのアルバイトをしない」旨の啓発ポスター（前記2(2)参照）を作成し、同大学内で啓発活動を実施した。

○ 龍谷大学

学生で構成されている学友会の中央執行委員会の学生らが、客引き条例にかかる各種啓発物（チラシ、ウェットティッシュ）を学内の各部受付に設置依頼し、客引き禁止に向けた気運醸成を図った。

○ 佛教大学

令和5年3月に、佛教大学の漫画研究会及び映画部と共同で、「客引きについていけない」「客引きのアルバイトをしない」旨のリーフレット（前記2(6)参照）及び動画を作成し、動画については、京都市のYouTube 公式チャンネル「きょうと動画情報館」において配信中である。

○ 同志社大学

令和6年1月に、同志社大学と共同でZ世代向けの防犯ハンドブック（デジタルブック＋紙冊子）を作成し、その中に客引きアルバイトをしないこと及び客引き行為等を行う店舗に行かないよう啓発する内容を掲載するとともに、「客引きバイト、闇バイト（特殊詐欺）等の高額バイトをしない」よう呼びかける啓発動画を作成。

動画については、京都市のYouTube 公式チャンネル「きょうと動画情報館」において配信中であり、令和6年2月から3月にかけて18歳～20歳代前半の人向けにYouTube ターゲティング広告を実施した。



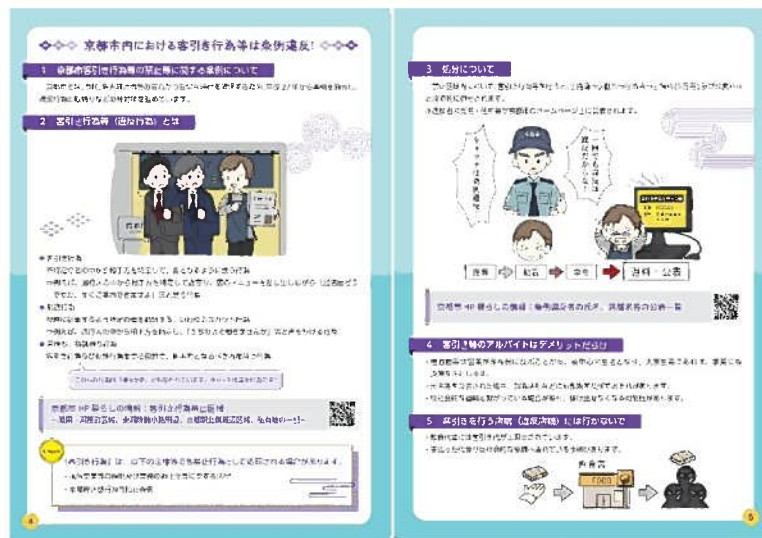
※令和4年5月実施
京都女子大学学内においてポスター
作成者らとの啓発活動



※令和5年1月実施
龍谷大学学内の学生部受付に啓発物
を設置している状況



客引き行為等に関する内容のほか、
大学生等の身近で起こりやすい犯罪
(自転車盗、闇バイト、痴漢・盗撮
等性犯罪、サイバー犯罪)に関する
防犯対策等を掲載している。



(3) スマートフォンアプリやSNSを活用した啓発

大学のまち京都・学生のまち京都公式アプリ「KYO-DENT」や京都市公式SNS (Facebook、LINE、X (旧 Twitter)) を活用し、大学生を中心とした若年層への啓発を定期的に発信している。

客引き行為者数の変遷

1 調査方法等について

- 調査時期は12月。曜日・時間帯は、「平日と土曜日」の2日間における「午後6時～10時」時点の行為者数をカウント【合計10回（注1）】
- 調査場所は、客引き行為禁止区域内の主要交差点等のうちから20箇所（祇園・河原町区域15箇所、東洞院錦小路周辺区域1箇所、京都駅北側周辺区域4箇所）で実施
- 各区域における2日間の調査時間帯ごとにカウントした行為者数の合計を、「延べ行為者数」として算出
- 「延べ行為者数」を2日間の調査回数10で割った数（注1）を「1時間当たり平均行為者数」として算出
- 平成30年度以前と令和元年度以降の調査方法は異なるものの、各区域における1時間当たりの平均行為者数の算出方法は同じであるため、各区域の調査初年度の数値を基準値として記載している。

※ 延べ行為者数は調査方法が異なるため、令和元年度以降の数値を記載

注1 【（各調査時間、計5回／1日）×2回＝10回】

2 各指定区域における客引き行為者の状況

（ア） 祇園・河原町区域

調査年度	延べ 行為者数	1時間当たり 平均行為者数	上記平均行為者数の 区域指定前との比較	前年度 との比較
平成26年12月 (区域指定前)		104.0人	—	—
令和元年12月	609人	60.9人	△41.5%	24.8%
令和2年12月 (改正条例施行後)	515人	51.5人	△50.5%	△15.4%
令和3年12月 (〃)	545人	54.5人	△47.6%	5.8%
令和4年12月 (〃)	764人	76.4人	△26.6%	40.2%
令和5年12月 (〃)	577人	57.7人	△44.5%	△24.5%
令和6年12月 (〃)	760人	76.0人	△27.0%	31.8%

《現状と分析》

- 平成27年7月の禁止区域指定以降、年々減少傾向にあったが、新型コロナウイルス感染症に係る行動制限の緩和等の影響により、令和4年度は増加した。
- 令和5年度は、客引き専門業者が完全に撤退した影響もあり減少している。
- 令和6年度は、観光客の増加等の影響を受けて増加した。

(イ) 東洞院錦小路周辺区域

調査年度	延べ行為者数	1時間当たり 平均行為者数	左記平均行為者数の 区域指定前との比較	前年度 との比較
平成 28 年 12 月 (区域指定前)		3.2 人	—	—
令和元年 12 月	1 人	0.1 人	△96.9%	△94.1%
令和 2 年 12 月 (改正条例施行後)	2 人	0.2 人	△93.8%	100%
令和 3 年 12 月 (")	1 人	0.1 人	△96.9%	△50.0%
令和 4 年 12 月 (")	10 人	1.0 人	△68.7%	900%
令和 5 年 12 月 (")	19 人	1.9 人	△40.6%	90.0%
令和 6 年 12 月 (")	22 人	2.2 人	△31.3%	115.8%

《現状と分析》

- 平成 29 年 2 月の禁止区域指定以降、大幅に減少したが、新型コロナウイルス感染症に係る行動制限の緩和等の影響により、令和 4 年から増加傾向にある。
- 条例違反にはあたらないが、当区域に店舗を構えるガールズバーの数名の従業員が店舗敷地内から声掛けをしている状況が散見される。

(ウ) 京都駅北側周辺区域

調査年度	延べ 行為者数	1時間当たり 平均行為者数	左記平均行為者数の 区域指定前との比較	前年度 との比較
平成 28 年 12 月 (区域指定前)		10.0 人	—	—
令和元年 12 月 (区域指定後)	153 人	15.3 人	53.0%	75.9%
令和 2 年 12 月 (改正条例施行後)	71 人	7.1 人	△29.0%	△53.6%
令和 3 年 12 月 (")	57 人	5.7 人	△43.0%	△19.7%
令和 4 年 12 月 (")	101 人	10.1 人	1.0%	77.2%
令和 5 年 12 月 (")	160 人	16.0 人	60.0%	58.4%
令和 6 年 12 月 (")	120 人	12.0 人	20.0%	△25.0%

《現状と分析》

- 新型コロナウイルス感染症の影響から減少傾向にあったが、行動制限の緩和等の影響により、令和 4 年から増加傾向にある。
- 特徴としては、条例違反にはあたらないが、カラオケ店の声掛けをしている者が多数を占めている状況。

令和6年度客引き行為等対策の取組状況（啓発活動等）について

1 令和6年度の現状等

客引き行為者の情勢は、令和5年度までに客引き専門業者が撤退したものの、条例違反であることを知りながら、客引き行為等を繰り返す客引き行為者が一定数存在し、またその客引き行為者の大半が大学生等（若年層）であるという状況にある。

本年、条例の認知度の調査やこれまでの取組の効果検証を行うため、アンケート調査や行為者への聞き取り調査を実施した結果、条例は世間一般に認知されており、本市のこれまでの各種啓発も一定の効果があったと言える結果が得られた。

一方で、若年層の条例認知度が低いこと、条例を知っているにも関わらず客引きについていってしまったと回答する者が一定数いる等の課題も見えてきた。

今後、アンケートや聞き取り調査の結果から見えてきた課題を踏まえて、地域特性に応じた取組、啓発対象を明確した取組等より効果的な取組方針を立てていく必要がある。

令和6年度については、条例の認知度の向上と啓発対象「①繁華街に訪れる者②行為者・事業者③若年層（学生等）」を明確にした取組を進めている。

2 令和6年度の取組状況

令和6年度については、条例の認知度の向上と啓発対象「①繁華街に訪れる者②行為者・事業者③若年層（学生等）」を明確にした取組を進めている。

（1）若年層（大学生等）向けの取組

● 大学生に対するZ世代向け防犯ハンドブックを用いた注意喚起

令和5年度に同志社大学と連携しZ世代向けの防犯ハンドブック（デジタルブック＋紙冊子）を作成し、その中に客引きアルバイトをしないこと及び客引き行為等を行う店舗に行かないよう啓発する内容を掲載。



防犯ハンドブックを用いて、大学1・2年生を対象に条例解説やアルバイトしないよう呼びかける啓発を実施。

【実施した大学】

大学名	実施時期	実施内容
京都教育大学	令和6年3月	○デジタルハンドブックを活用した講演 ○啓発物（付箋、ウェットティッシュ、クリアファイル等）の配布 ○学生向けアプリ「KYO-DENT」や公式SNSで配信
京都光華女子大学	令和6年3月	
京都ハートランド女子大学	令和6年4月	
京都工芸繊維大学	令和6年4月	
京都経済短期大学	令和6年4月	
京都橘大学	令和6年4月	
同志社大学	令和6年5月	

● 大学と連携した啓発

・ 京都橘大学

客引き条例の認知向上のため、条例の解説や制定に至った経緯等を伝える動画を作成中であり、動画は完成次第、京都市のYouTube公式チャンネルや京都市が管理するデジタルサイネージにて配信予定。

・ 京都情報大学院大学

「客引きを利用しないで」動画を作成中であり、作成した動画については、京都市のYouTube公式チャンネルや京都市が管理するデジタルサイネージ、観光・忘年会シーズンにおけるYouTubeターゲティング広告を配信予定。

（2）行為者・事業者向けの取組

● 客引き対策パトロールにおける音声啓発

地元の自治会、商店会が中心となって実施する客引き対策パトロールに警察署とともに参加し、拡声器付きの広報車を活用して、音声啓発を実施。

河原町パトロール（隔月に1回程度）

実施日	6月25日(火)	9月18日(水)
参加者（人）	24	24

立誠パトロール（毎月第2、第4金曜日に実施）

実施日 (月日)	4月		5月		6月		7月		8月		9月	
	12	26	10	24	14	28	12	26	9	23	13	27
参加者（人）	14	31	14	18	19	16	20	13	12	25	8	19

京都駅パトロール（毎月14日に実施）

実施日	4月 15日(月)	5月 14日(火)	6月 14日(金)	7月 12日(金)	8月 14日(水)	9月 13日(金)
参加者（人）	18	15	15	13	13	13

日彰パトロール（毎月 15 日に実施）

実施日	4 月 15 日（月）	5 月 15 日（水）	6 月 15 日（土）	9 月 15 日（日）
参加者（人）	15	15	11	15

● 禁止区域付近におけるのぼり旗での啓発の実施

京都駅北側エリアの商業施設等の協力のもと、対策強化日において、客引き行為者が配置する箇所等へのぼり旗を設置し、通行人に対し、ウェットティッシュやリーフレットを配布しながら啓発活動を実施。（隔月に 1 回）

実施日	6 月 12 日（木）	7 月 5 日（金）	9 月 20 日（金）
参加者（人）	7	7	7
配布数（個）	200	200	200



● 禁止区域（木屋町エリア）において電柱幕を設置

客引き行為者の配置箇所直近にある電柱に電柱幕を設置し、客引き行為者と観光客の双方に対する対策を実施。



● 事業者（主に新規）向けのポスター・チラシ作成

違反を繰り返す固定の客引き業者をこれ以上増やさないために、飲食店営業を開始する新規事業者に向けた啓発チラシとポスターを作成

【配架依頼先】

医療衛生センター（飲食店営業許可窓口）

消防局（防火管理責任者窓口）

警察署（許認可業務申請窓口）



チラシ 表

チラシ 裏

ポスター

（3）観光客等の来訪者向けの取組

● 京阪バス株式会社との連携による啓発

京阪バス株式会社と連携し、同社が運営している京都駅に所在する定期観光バス乗り場において、客引き行為等を行う店舗を利用しないよう周知するポケットバックを配架。

ポケットバック



※ 昨年に引き続き一般社団法人京都府タクシー協会とも連携し、本協会に加盟しているタクシー会社の保有するタクシーの車内において配架を実施。

● 京都市営地下鉄京都駅北階段におけるステップ広告を活用した啓発

昨年度同様、京都市営地下鉄京都駅の北階段において、京都駅を訪れた観光客等の来訪者に対して、客引き行為等を行う店舗を利用しないよう周知するステップ広告を掲出した。（令和6年7～8月）



● 京都市営地下鉄全駅の掲示版におけるポスター掲出

地下鉄全31駅の掲示版において、京都府警察の協力を得て、客引きを利用しないよう呼びかけるポスターを掲出した。

