

令和7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7年8月27日（水）午前10時～

場所 京都市役所分庁舎地下1階 区長会室
（京都市中京区寺町通御池上る上本能寺前町488番地）

1 開会

2 委員の紹介

資料1

3 会長・副会長の互選

4 議題

(1) これまでの取組と今年度の取組について

資料2

(2) 厳罰化の検討について

資料3

(3) 今後の取組について

京都精華大学との連携による客引き対策プロモーションについて

資料4

5 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 厳罰化の検討について

資料4 京都精華大学との連携による客引き対策プロモーションについて

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 これ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 大学生向けグループワーク・アンケート調査の実施について

参考資料4 センサー型スピーカーによる音声啓発について

【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	おかべ りんか 岡部 凛香
京都商店連盟	おかもと のぶまさ 岡本 喜雅
市民公募委員	かわしま ともこ 河嶋 智子
同志社大学法学部教授	くろさか のりこ 黒坂 則子
弁護士（塚本法律事務所）	つかもと ひでのぶ 塚本 英伸
京都精華大学メディア表現学部教授	よしかわ まさたか 吉川 昌孝

(五十音順・敬称略)

事務局出席者一覧

並川 哲男 文化市民局長
 市田 香 文化市民局 文化市民部長
 一原 斗誉秀 文化市民局文化市民部 暮らし安全推進課長
 小島 祐介 文化市民局文化市民部 暮らし安全推進課 防犯対策担当課長
 中村 亮太 文化市民局文化市民部 暮らし安全推進課 防犯係長

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（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などによる自主パトロールや啓発活動が行われてきた。しかし、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・安全な通行の確保等を目的に、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、行為を現認した際には、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。

令和2年4月には、一部の行為者による悪質な客引き行為等が繰り返される状況が改善されなかったため、「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、客引き行為等の更なる減少及び市民の安心・安全な通行の確保を目指す。

2 これまでの主な取組（参考資料1、2参照）

(1) 客引き行為等禁止区域の指定

指定日	指定禁止区域
平成27年7月31日	祇園・河原町区域
平成29年2月15日	東洞院錦小路周辺、京都駅北側周辺区域
平成29年8月31日	京都タワービル敷地【私有地】
平成30年7月31日	京都あじびる河原町の敷地【私有地】 河原町DECKの敷地【私有地】

(2) 指導員による巡回・指導

- 指導員4名（令和7年6月現在／1班：2名で2班体制）が、夜間時間帯等に禁止区域内を定期的に巡回し、客引き行為等を現認した場合、条例違反として指導等を実施【条例違反者に対する段階的な行政処分】

①文書指導→②勧告→③命令→④氏名等公表、過料（5万円）

※ 違反に係る関連店舗に関しても「店舗名等を公表」

- 京都駅北側周辺区域の巡回指導を強化するため、重点指導日を設定し、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（参考資料13ページ）

【指導等の件数】（参考資料1参照）

年度	文書指導	勧告	命令	過料	公表
R4	78	20	17	16	16
R5	48	18	10	10	9
R6	86	31	25	21	15
R7	30	15	11	4	10

※令和7年6月末時点

(3) 店舗等の事業者に対する取組（参考資料5ページ）

- 違反店舗等への立入り調査を実施（令和6年度：3件、令和7年度：1件）
- テナントビル所有者への違反者等の公表情報の提供（令和6年度：10件、令和7年度：3件）
- 「京都市情報館」にて公表した違反者・店舗等情報の二次元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賃貸借契約時に条例の周知を依頼
(令和4年11月、令和6年12月)
- 医療衛生センターや禁止区域内の消防署、警察署(中京・下京・東山)の飲食店営業申請窓口において条例の周知のポスター掲示及びチラシ配架を依頼(令和6年8月)
- (4) 飲食店の利用者に対する取組(参考資料6～8ページ)
 - 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、「京都市情報館」等を活用した周知啓発
 - 禁止区域における電柱幕の設置
- (5) 観光客等来訪者に対する取組(参考資料10ページ)
 - 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、京阪バス株式会社、えびす屋東山の協力を得て、タクシー車内や定期観光バス乗り場、人力車乗り場においてポケットパックを配架
- (6) 若年層・大学生等に対する取組(参考資料14ページ)
 - 市内大学に対して、学生への啓発を依頼
 - ・啓発物(リーフレット・ポスター・動画)を協同で作成
 - ・チラシ配架、ポスター貼付、学生ポータルサイトへの掲出
 - ・客引きバイトをしない、客引き行為をしている店舗を利用しないように注意喚起
 - ・地域団体等との合同パトロールへの参加依頼
 - 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)
 - 学生向け情報アプリ「KYO-DENT」、京都市公式SNS(LINE、youtube)を活用した情報発信、ターゲティング広告、駅構内などのデジタルサイネージで配信
- (7) 地域団体、警察、行政等の合同パトロール(参考資料12ページ)
 - 地元の自治会、団体、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、パトロールを実施。

3 令和7年度取組(参考資料3参照)

- (1) 若年層・大学生に向けた取組(参考資料17ページ)
 - 客引き対策グループワークの実施
 - ・京都橘大学の木下教授(前審議会委員)の協力を得て、講義の1コマを活用。
 - ・大学生の条例周知向上と学生自ら自分事として考え「客引きはしない、ついていかない」という意識変容を促すことが目的。
 - ・条例認知度等を測るため、アンケートも合わせて実施。
- (2) 客引き行為者・事業者に向けた取組(参考資料23ページ)
 - センサー型スピーカーによる音声啓発(試行実施)
 - ・京都駅エリアの客引き行為者がたむろする主要な3か所(①木津屋橋通不明門交差点(軍鶏農場前)②塩小路通不明門交差点③木津屋橋通烏丸交差点(ヨドバシ前)において、センサー型スピーカーを設置。
 - ・令和7年5月30日から同年6月30日までの1カ月間、試行的に実施。客引き行為者への影響を確認し、近隣事業者や住民からヒアリング及び効果検証を図った。

厳罰化の検討について

1 厳罰化の検討について

(1) 厳罰化を検討した背景

京都市客引き行為等の禁止等に関する条例に基づき、これまでの各種取組の結果、客引き専門業者の撤退など一定の成果が見られたが、その一方で、固定の店舗従業員による客引き行為が常態化している現状にあり、前回客引き審議会において、常習違反者への厳罰化についての意見が出た。

よって、事業者を含め客引き行為者のなり手となる若年層（大学生等）に対する厳罰化の検討が喫緊の課題となった。

(2) 厳罰化の具体案（大阪市の例）

厳罰化をするとすると、大阪市の現行条例のような過料の2回目以降の処分ステップを短縮する方法を取る形となる。

（京都市） 現行：1回目①指導 → ②勧告 → ③命令 → ④過料
2回目①指導 → ②勧告 → ③命令 → ④過料
（大阪市） 短縮：1回目①指導 → ②勧告 → ③命令 → ④過料
2回目③命令 → ④過料

(3) 京都市における検証

【大学生への影響】

現在、条例違反者には「過料5万円以下」を科しているが、過料について、実際に学生が支払うことはほとんどなく、事業者側がまとめて負担しており、大学生の再犯抑止効果が低い。

【他都市の事例】

大阪市によると、客引き行為者が減少したものの、重罰化の施行がコロナ禍と重なったため、純粋な効果の検証が不十分であるとの説明を受けており、十分な検証データが得られていない。

【違反事業者への聞き取り】

本市における事業者への聞き取り調査では、「過料5～10万円では客引きの収益の方が大きい」との声もあり、金銭的な重罰化だけでは効果が低い可能性がある。

(4) 見解

過料の厳罰化はまだ効果や検証データが乏しく、行為者への負担が変わらないことなどから、実効性に疑問が残るため、実行にあっては慎重に判断する必要がある。

2 代替措置として検討した施策

(1) 公表期間の延長

常習違反者、特になり手となる大学生への対策として、現在1年間としている公表期間を3～5年に延長する。

(2) 学校への情報提供

20歳未満の学生（公表対象外）を対象に、教育機関の生徒指導等、教育上の観点から大学・学校へ客引き行為に関する情報を提供する。

(3) 代替措置の期待される効果

【損という認識への意識変容】

学生にとって金銭的負担のない過料と異なり、長期間の公表は将来的な機会損失（就職、人間関係など）につながり、結果的に「客引き行為は割に合わない」という意識変容を促すことができる。

【事業者への意識付けの強化】

長期間の公表は、客引き行為を行わせる事業者に対しても、従業員への指導をより徹底させるよう促すことができる。

【市民への情報提供強化】

違反者の情報が長期間公表されることで、市民や観光客が安心して街を歩ける環境の構築に役立つ。利用してはいけないという意識付け。

(4) 学識者からの意見概要

【公表期間の延長について】

・ 比例原則の観点

違反行為と比べて、個人が受ける不利益（特に就職への悪影響など）が大きすぎる可能性がある。本来、行政の対策は必要最小限にすべきという考え方に反する恐れがある。

・ 法律的な問題

長期間の公表は、処分性を問われる可能性がある。その場合は法律や条例に基づいた明確な根拠が必要となる。

【学校への情報提供について】

・ 個人の情報保護の問題

個人の情報を集めた目的以外で利用・提供することは法律（個人情報保護法）で厳しく制限されており、学校への情報提供はこれに違反する可能性がある。

・ プライバシー侵害の危険性

客引き行為は犯罪ではない行政上の違反であり、その情報が学校に提供されることで、学生のプライベートが侵害され、名誉や信用が傷つくリスクがある。

(5) 京都市の方針

客引き行為者を減少させる目的達成のため、実効性のある対策を検討したものの、個人の権利保護やプライバシー侵害のリスク、法的安定性の確保などの懸念を払拭しきれない点を鑑み、検討した対策の導入については現時点では見送ることとし、他都市等の情勢を見ながら慎重に判断してまいる。

今後は効果的な啓発活動を一層重視し情勢を注視しながら必要な対策を進めていく。

京都精華大学との連携による客引き対策プロモーションについて

1 概要

これまで指導員による巡回や広報啓発を行ってきたが、令和6年度に行った審議会やアンケートで、以下のような課題が得られた。

- ・条例の認知度はある程度浸透していることが確認された。

そのため今後は、既に条例を認知している啓発対象者（特に大学生や客引きについていく人）に対し、「客引きを利用しない」という意識をいかに定着させるかが、検討すべき主要な課題となっている。

したがって、客引き行為に応じることの潜在的なデメリットや、客引き行為が社会的に許容されないという風潮を醸成する必要がある。

今後は、若年層・大学生の条例認知度の更なる向上、「客引きがダメである」との社会的風潮の情勢を目的に、京都精華大学の御協力のもと、大学の研究知見を活用し、対象者の意識変容を促す「客引き対策プロモーション」を展開していく。

2 京都精華大学との連携

京都精華大学メディア表現学部の御協力のもと、京都精華大学の社会実践実習*で「京都市内の客引き対策」をテーマに取り扱っていただき、令和8年度の1年間を通じて、効果的な客引き対策プロモーション（啓発・情報発信）を計画・実行・効果検証する。

3 社会実践実習のテーマ案

若年層・大学生への条例認知度向上及び客引き行為に対する意識変容（客引き行為がダメであるとの認識）を目的に、同じ学生目線でのアイデアを取入れた啓発を行う。

具体的な取組例

- ・動画での情報発信：市内各大学等と作成した、啓発動画の効果的な発信を企画・検討
- ・既存啓発物の改善：本市作成の啓発物の改善・効果的な情報発信を企画・実行
- ・木屋町エリア啓発物：禁止区域である木屋町エリアでの効果的な啓発物を企画・実行

PDCA

Plan 禁止区域等の現地調査、これまでの取組研究、より効果的な啓発アイデアを企画

Do 計画・企画に基づき、新たな客引防止啓発を实践（禁止区域エリアでの啓発等）

Check 実践によって得られた効果・課題を検証（行為者聞き取り、街頭聞き取り調査等）

Action 効果・課題を踏まえた改善、取組の継続

※社会実践実習（京都精華大学 3年次必修）

商品開発や新規サービスの提案、イベントの企画運営など、課題解決のためのアイデアを形にし、社会に発信するプロセスとその反応を実践的に学びます。計画・実行・振り返りのサイクルから、社会の現場で必要な力を得ることを目的に行う実習。

【実習例】

- ・公共空間を使ったイベント実践
- ・企業商品の企画・制作 など

4 啓発にかかる予算規模

令和7年度においては、啓発にかかる費用を総計1,133千円確保している。

令和8年度から京都精華大学との連携による広報啓発（客引き対策プロモーション）に向けて、大学や関係機関と協議しながら、必要な予算規模を確保していきたい。

【令和7年度啓発用予算】

内容	予算額
交通広告費用 484 千円（ステップ広告）	484,000
ターゲティング広告掲載費（Youtube 広告） 2 回分	338,000
大学との連携による啓発物品作成	151,000
若年層行為者対策（アルバイトしない動画作成）	160,000
	1,133,000

※客引き行為等対策事業の総経費2,690千円のうち42%が啓発費用。

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7年6月末時点）

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年度	86	31	25	21	15
令和7年4月末	8	4	2	1	0
5月末	9	5	4	2	0
6月末	13	6	5	1	10
合 計	829	278	170	119	107
令和7年度合計	30	15	11	4	10

各年度ごと6月末までの指導件数

年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
件数	15	17	28	14	13	30

《現状と分析》

- 令和6年度は、観光客の増加に伴い、客引き行為も活発化したため、積極的に指導取締りを実施した結果、指導件数が前年度の件数を大幅に超えた。
- 令和7年度も前年度と同様に推移しており、指導件数は前年度を上回るペースで増えている。（前年度6月末比 ＋17件）

2 区域ごとの指導等件数

◆令和7年度6月末時点

	文書指導	勧告	命令	過料	公表
祇園・河原町区域	22	10	7	2	7
東洞院錦小路	0	0	0	0	0
京都駅北側	8	5	4	2	3
合 計	30	15	11	4	10

◆累計

	文書指導	勧告	命令	過料	公表
祇園・河原町区域	674	224	134	93	83
東洞院錦小路	5	1	0	0	0
京都駅北側	150	53	36	25	23
合 計	829	278	170	※119	※107

※ 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4年度から指導等は祇園・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7年度6月末時点

行為態様の種別（業種別）		件 数
客引き行為	（居酒屋）	30（17）
	（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		30（17）

◆累計

行為態様の種別（業種別）		件 数
客引き行為	（居酒屋）	782（368）
	（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		829（389）

※（ ）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年度以降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%)	4 (16.7%)	0 (0%)	9 (37.5%)	0 (0%)
令和 6 年度	25 (67.6%)	1 (2.7%)	3 (8.1%)	7 (18.9%)	1 (2.7%)
令和 7 年 6 月	11 (84.6%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (15.4%)	0 (0%)
合 計	264 (60.0%)	26 (5.9%)	13 (3.0%)	128 (29.1%)	9 (2.0%)

※ 「行った者」の文書指導 4 4 0 件（令和 7 年度 6 月末時点）

※ 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 5、6 年度は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の採用も増えてきている。
- 令和 7 年度は、大学生の割合が高い。これは 4 月に新規採用された大学の新入生は指導員に対する警戒が薄く、取締りに慣れていないため指導を受けるもので、例年と同様の推移である。

これまでの客引き行為等対策の取組（啓発活動等）について

1 啓発物等

＜ポスター等＞

●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）

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。

●新規事業者向けチラシ及びポスター（B2 A4 カラー）

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



●客引き行為者及び利用者向けポスター（B3 カラー）及びウェットティッシュ

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。

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。

配架先：市内の各大学 等

【ウェットティッシュ】



【ポスター（行為者向け）】



【ポスター（利用客向け）】



●交通広告

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】



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

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6年7月10日～令和6年8月10日

【ポスターデザイン】



【掲出状況】



オ 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】



<リーフレット等>

●行為者、利用者、大学生向けリーフレット

配布先：宿泊施設、市民、観光客

【デザイン】



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、佛教大学漫画研究会と連携し作成したもの。

●ポケットティッシュ

配布先：飲食店関係者、市民、観光客 等

【デザイン】



上記カードをポケットティッシュに挟み込んで配布している。

● 観光客向けポケットパック（小さなゴミ袋）

協力依頼先：京阪バス株式会社、一般社団法人京都府タクシー協会
【デザイン】



定期観光バス乗り場やタクシー車内にて配架を依頼。

<標示物>

● 電柱幕（木屋町エリア）

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。

設置場所：木屋町通、西木屋町通の三条から四条までの間



●立札（木屋町エリア）

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」

●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】



2 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	2月18日(火)	5月13日(火)
参加者	40	26

立誠パトロール（毎月第2、第4金曜日に実施）

実施月	1月		2月		3月		4月		5月		6月		7月	
実施日	10	24	14	28	14	28	13	13	9	23	13	27	11	25
参加者	14	24	17	15	19	20	20	20	15	17	20	17	16	17

京都駅パトロール（毎月14日に実施）

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
実施日	14日 (火)	14日 (金)	14日 (金)	14日 (月)	14日 (水)	13日 (金)	14日 (月)
参加者	14	11	14	13	16	13	中止

日彰パトロール（毎月 15 日に実施）

実施日	2 月 15 日 (土)	3 月 15 日 (土)	4 月 15 日 (火)	5 月 15 日 (木)	6 月 15 日 (日)	7、8 月 祇園祭のため
参加者	9	11	17	10	10	未実施

(2) 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	2 月 19 日 (水)	3 月 13 日 (木)	4 月 30 日 (水)	6 月 18 日 (水)	7 月 9 日 (水)
参加者	7	6	5	5	5
配布数	200	200	300	300	300

のぼり旗



3 大学生対策の状況

(1) 大学に対する啓発活動

京都市内の大学のオリエンテーションや講義の一部の時間を頂き、条例の解説や客引きのアルバイトをしないよう呼びかけを実施。

【令和7年度における各大学への訪問・啓発依頼の実施状況】

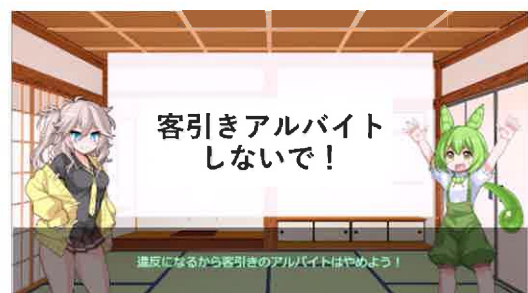
大学名	訪問の時期	主な活動内容
京都教育大学	令和7年3月	○啓発物（付箋、ウェットティッシュ、クリアファイル等）の配布 ○学生向けアプリ「KYO-DENT」や公式SNS配信 ○グループワークの実施 等
光華女子大学	令和7年3月	
京都外国語大学	令和7年4月	
佛教大学	令和7年4月	
京都経済短期大学	令和7年4月	
京都ノートルダム女子大学	令和7年4月	
京都橘大学	令和7年5月	
同志社大学	令和7年5月	

(2) 大学や専門学校との連携実績

大学名	内容
京都女子大学デザイン研究所	「客引きについていけない・アルバイトをしない」啓発ポスター作成
龍谷大学学友会	啓発チラシ等を大学構内において配架
佛教大学漫画研究会、映画部	「客引きについていけない・アルバイトをしない」リーフレット、啓発動画を作成
同志社大学	「客引きバイト、闇バイトをしない」よう呼びかける啓発動画を作成
京都情報大学院大学	「客引きはしっかり断ろう」の啓発動画を作成
京都橘大学	条例解説のゆっくり解説動画、「客引きアルバイトをしない」啓発動画の作成

(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。



別表

対象	物	媒体	
行為者 (大学生)	○ポスター  動画(アルバイトしないで) 京都橋大学 佛教大学 同志社大学   	市内の各大学 京都市公式Youtubeチャンネルで配信 Youtubeのターゲティング広告 二次元コードを貼り付けた啓発物を配布 学生用アプリKYO-DENTにて注意喚起	
行為者	○電柱幕 	木屋町通三条から四条まで間(14か所) 	
事業者	○ポスター 	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) 飲食店関係者 不動産取引関係団体 地元自治体	
利用客	○ポスター 	地下鉄東西線 京阪三条駅 ホームドア  地下鉄烏丸線 京都駅 連結部大型シート 	地下鉄京都駅  
	○ポスター 	地下鉄烏丸線 四条駅 デジタルサイネージ 	地下鉄京都駅四条駅 
	○動画 京都情報大学院大学 (客引きにはついていけないで断って) 	京都市公式Youtubeチャンネルで配信 Youtubeのターゲティング広告 二次元コードを貼り付けた啓発物を配布 学生用アプリKYO-DENTにて注意喚起 市内デジタルサイネージで放映	京都駅夢テラス 

全対象 (行為者 利用客 大学生)	○立札		
		1 三条木屋町交差点南側 2 木屋町南車屋交差点北西角 3 四条木屋町交差点北側 四条小橋上の植樹帯	
	○リーフレット	動画(条例周知) 京都橘大学	
		宿泊施設、市民、観光客に配布 京都市公式Youtubeチャンネルで配信 Youtubeのターゲティング広告 二次元コードを貼り付けた啓発物を配布 学生用アプリKYO-DENTにて注意喚起	
利用者	○ウェットティッシュ、マスク、ティッシュ、ポケットパック		
		宿泊施設、市民、観光客に配布 定期観光バス乗り場、タクシー車内にて配架(ポケットパック)	

大学生向けグループワーク・アンケート調査の実施について

1 概要

「若年層への条例周知向上」を目的に、大学生が能動的に客引きについて考え、自発的な抑止効果を醸成する取組の一環として、大学生を対象としたグループワークを実施した。合わせて、グループワークを行った大学生を対象としたアンケート調査を実施し、若年層の条例認知度を調査した。

2 実施詳細

- (1) **実施日** 令和7年5月8日（木）
- (2) **実施場所** 京都橘大学
- (3) **対象** 京都橘大学2、3回生 計180人（40グループ）
- (4) **グループワーク議題**

京都橘大学の講義時間に以下の流れ・議題でグループワーク実施。

【条例・課題の説明→個人ワーク→グループワーク】

- ・大学生が客引きバイトに手を出さないためにはどうしたらいいか
- ・客引き行為者の固定化を防ぐには
- ・客引き利用者を減らすには
- ・継続して効果が続く啓発の仕組や媒体
- ・SNSや動画を活用した啓発
- ・地域で「客引きに強いまち」にするには

(5) 実施結果（成果等）

学生それぞれが議題に対する原因を洗い出し対策を考え、積極的にグループ討議を行ったことで、単に客引き条例の周知だけでなく、京都市における客引き行為等対策への関心を持つことにつながったと考えている。

主な発表例は以下のとおり。

- ・大学の食堂やスクリーンなど、大学構内の目に入る所に掲示する。
- ・客引き行為等禁止区域の道路をオレンジ色に塗る。
- ・学生がパトロールに参加する。
- ・アイドル等の著名人に啓発動画に出演してもらう。

(6) アンケート結果（詳細は、別紙：アンケート調査結果を参照）

条例を知っている人が約55%（94人）、客引き防止対策啓発物を見たことがある人が約70%（125人）など、条例認知度について一定の効果を認めつつも、依然として啓発が必要な認知度割合であるとの結果が得られた。

大学生を対象とした客引き条例にかかるアンケート調査結果

【実施日】 令和7年5月8日

【実施場所】 京都橋大学

【対象者】 京都橋大学2、3回生 計180人(※内、回答者は179人)

【実施目的】 大学生の客引き条例や同条例に基づく各種取組に対する認知度を調査し、今後の施策の参考とするため

【留意点】 ※回答文で長文や似ているものは簡略化しています。

※数値(%)は、各実数を元に比率表示し小数第2位を四捨五入しています。

【集計結果】

1 「客引きのアルバイトをしたことがあるか」

はい 5人

いいえ 173人

未回答 1人

2 「1ではいと回答した5人が客引きのアルバイトを始めたきっかけはなんですか」

友達に誘われたから 1人

高収入だから 1人

時間が自由だから 2人

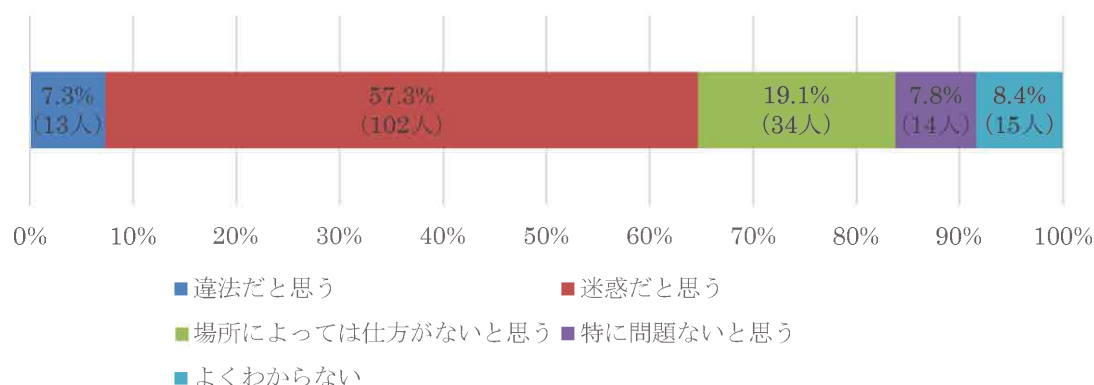
その他 1人 (チラシを配ってきてと言われたから)

3 「客引きに対する印象は？」

●「違法だと思う」と「迷惑だと思う」を合わせた割合は64.7% (否定派)、
「場所によっては仕方がないと思う」「特に問題ないと思う」を合わせた割合は26.9% (中立、肯定派)

選択肢	人数	割合
違法だと思う	13人	7.3%
迷惑だと思う	102人	57.3%
場所によっては仕方がないと思う	34人	19.1%
特に問題ないと思う	14人	7.8%
よくわからない	15人	8.4%

客引き行為に対する印象

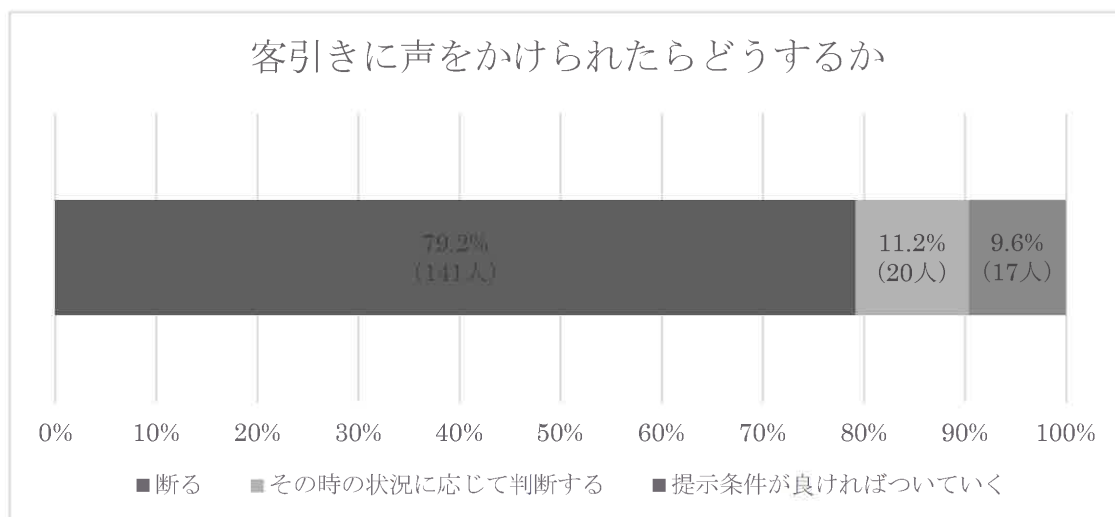


4 「客引きに声をかけられたらどうするか」

- 「断る」の割合が79.2%で最も高い。

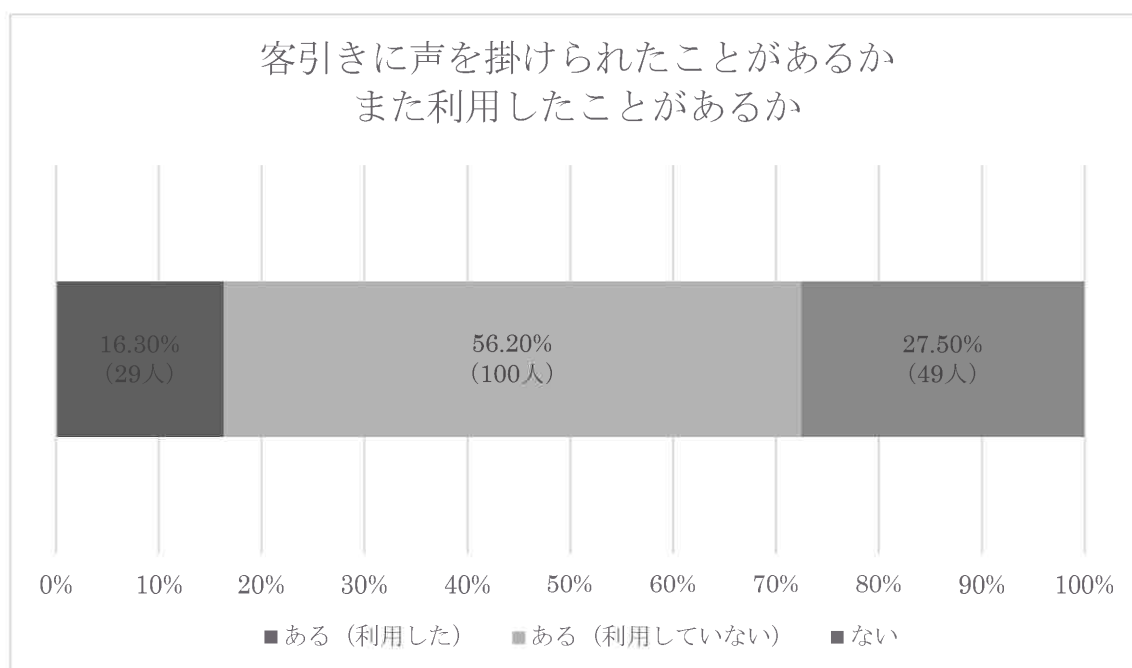
選択肢	人数	割合
断る	141	79.2%
その時の状況に応じて判断する	20	11.2%
提示条件が良ければついていく	17	9.6%

5－1 「客引きに声をかけられたことがあるか、また客引きを利用したことがあるか」



- 「声をかけられたことはあるけど利用していない」の割合が56.2%で最も高い。

選択肢	人数	割合
ある(利用した)	29	16.3%
ある(利用していない)	100	56.2%
ない	49	27.5%



(別紙)

5-2 「利用したと回答した人（29人）が客引きを利用した理由（重複回答あり）」

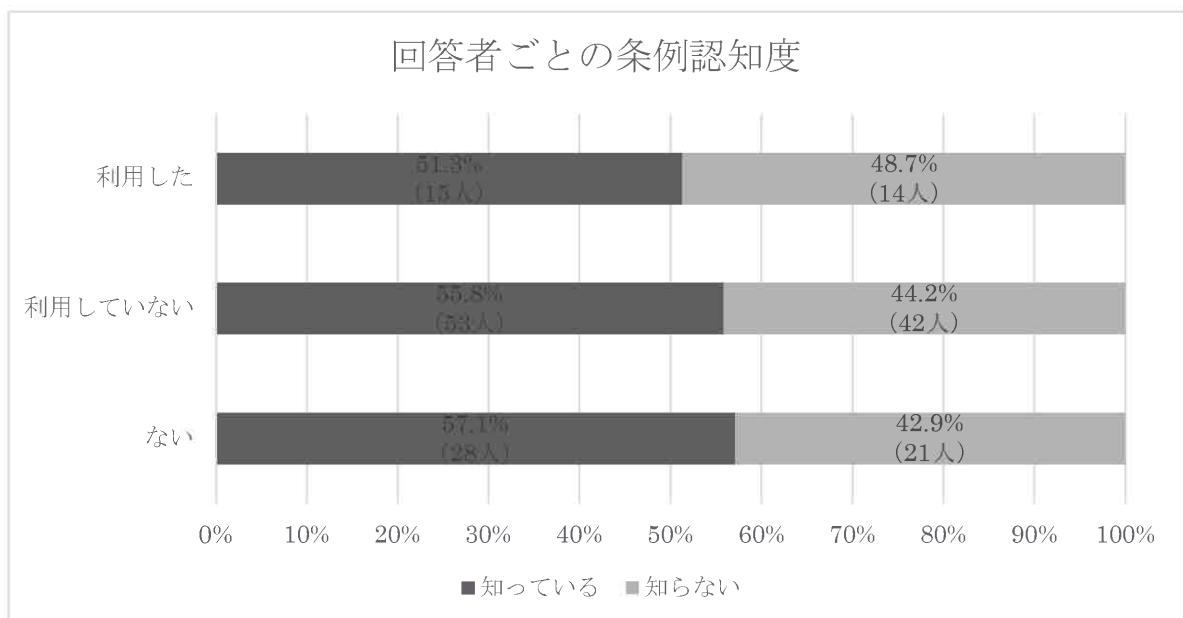
- 「断れなかった」（不安・怖い）よりも客引きに対して肯定・中立的な回答が多い。

提示条件が良かった、安かった（9人）
探したけど見つからなかった（6人）
探すのが面倒だった（4人）
友達に任せたら利用していた（3人）
断れなかった（2人）
その他（各1人）
大人数で入れる二次会探しにちょうど良かった
カラオケだったらいいと思った
客引きされてみたかった
客引きが知り合いだった

5-3 「各回答者ごとの条例認知度」

- 各選択肢別において条例の認知度の偏りはない。

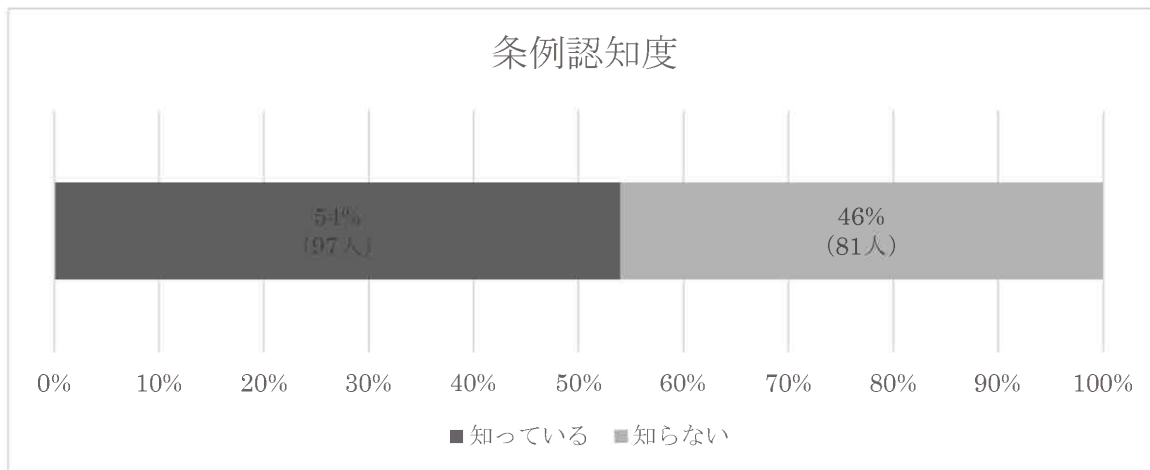
選択肢	知っている		知らない	
	人数	割合	人数	割合
ある(利用した)	15	51.3%	14	48.7%
ある(利用していない)	53	55.8%	42	44.2%
ない	28	57.1%	21	42.9%



6 「条例認知度」

- 「知っている」の割合が54.4%、約半分。

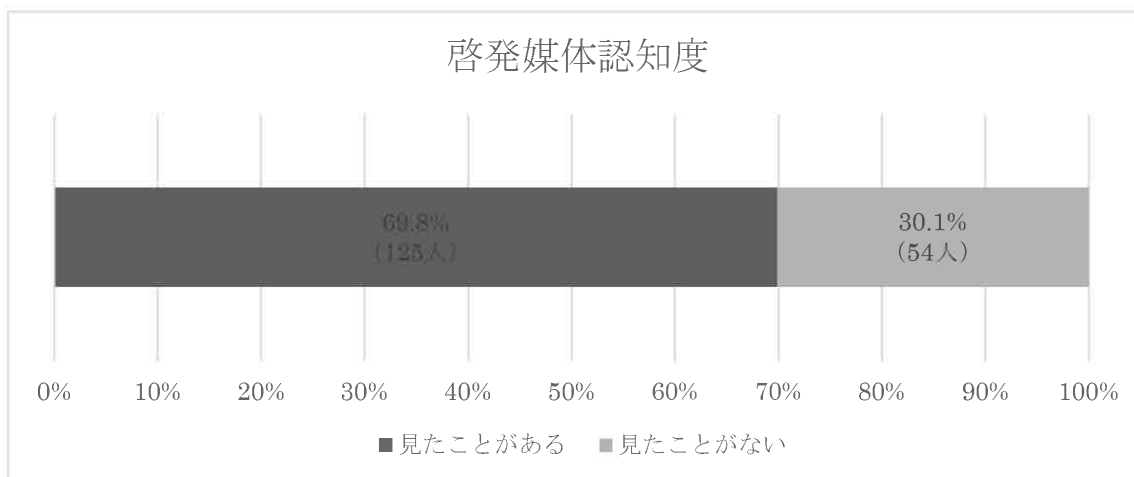
選択肢	人数	割合
知っている	94	54.5%
知らない	81	45.5%



7 - 1 「客引き対策にかかる啓発媒体認知度」

- 「見たことがある」の割合の方が69.8%で高い。

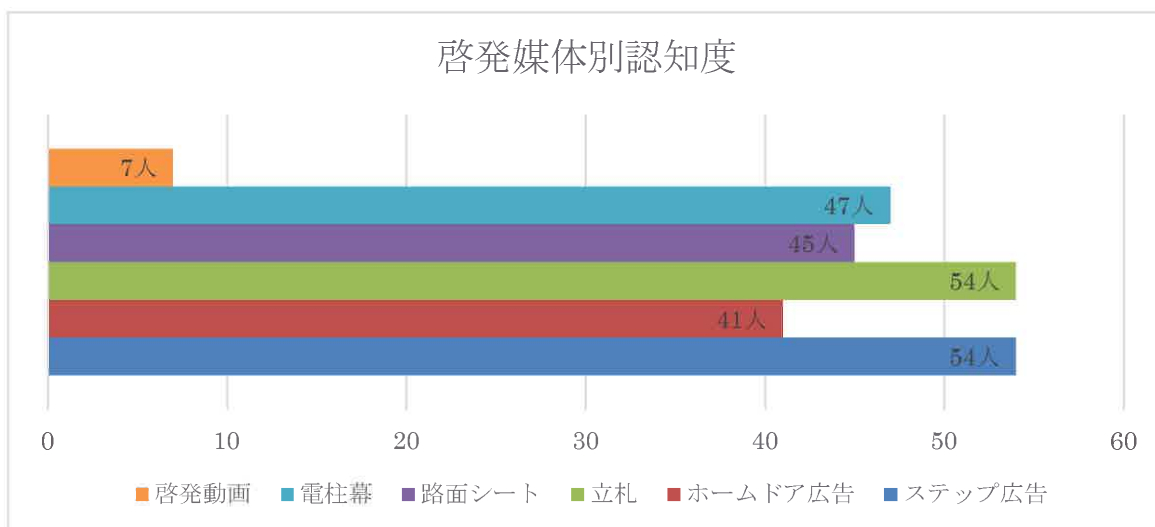
選択肢	人数	割合
見たことがある	125	69.8%
見たことがない	54	30.1%



7-2 「啓発媒体別の認知度（あてはまるものすべて）」

●見たことがある 125 人が回答した内訳を表した。「啓発動画」の割合が 5.6%で最も低く、その他は 3～4 割。※電柱幕が一番新しく、昨年 4 月から開始。

選択肢	人数	割合
啓発動画	7	5.6%
電柱幕	47	37.3%
路面シート	45	36.0%
立札	54	43.2%
ホームドア広告	41	32.8%
ステップ広告	54	43.2%



8 「客引き行為を利用しないために、どんな方法が効果的だと思うか。（重複回答あり）」

1 位 罰則を上げる（6 7 人）

- ・ 2 回目から公表
- ・ 営業停止
- ・ 顔の公表

2 位 SNS（3 4 人）

- ・ SNS で条件の良い客引きバイト広告を作成し、サイトを開いた人に客引き行為がどれだけ恥ずかしいことか教えてあげる
- ・ SNS でも違反者の顔・店舗名を公表する
- ・ SNS で客引きの現状・デメリット・利用しない等を発信

3 位 広告（2 3 人）

- ・ 目線の高さにポスター
- ・ 駅や学校
- ・ ステップ広告
- ・ 短編映画を流す

4 位 学校で教養、パトロール（7 人）

5 位 その他（1～2 人）

- ・ 客引き店舗にマークやのぼり旗を置く
- ・ 利用客への罰金
- ・ 客引きに関する短編映画
- ・ 定点カメラを設置
- ・ 違反者が特定できればアナウンス
- ・ 客引きしていない店舗マップ
- ・ 客引き店舗の前にはがせないポスターを貼る 等

センサー型スピーカーによる音声啓発について

1 概要

京都駅北側に所在する客引きを利用しない居酒屋やカラオケの従業員から客引き行為者に対する苦情が寄せられており、重点対策を実施しているところであるが、更なる客引き行為の抑止を図るため、客引き行為者の主要な配置箇所に音声機器を試行的に設置し、音声啓発を実施した。

2 実施詳細

(1) 実施日 令和7年5月30日～6月30日（1箇月）の試行実施

(2) 実施場所

- ①木津屋橋通不明門交差点（軍鶏農場前）、②塩小路通不明門交差点
- ③木津屋橋通烏丸交差点（ヨドバシ前）



(3) 実施結果

実施場所周辺の居酒屋からの聞き取りでは「スピーカーを嫌がってか、客引きがいなくなった」と感謝の声が得られた。また、客引き行為者からスピーカーの電源を切られたり、センサー部分を帽子等で防ぎ、音を鳴らなくされたり等の業務妨害を複数回受けた。行為者自身も啓発機を嫌がっていることが想定された。

試行的な実施ではあったが、効果が認められることから、妨害行為を受けないような対策を講じた啓発機の設置を進めていく。