

京都市交通局市バス・地下鉄事業経営ビジョン【改訂版】の取組状況について

交通局では、新型コロナウイルス感染症の影響により、市バス・地下鉄事業の経営環境が激変し、非常に厳しい状況にあります。

このため、令和4年3月に「京都市交通局市バス・地下鉄事業経営ビジョン【改訂版】(2021-2028)」(以下「ビジョン【改訂版】」という。)を策定し、安定経営に向けた道筋を立て、市バス・地下鉄の持続可能な事業運営に努めております。

この度、令和4年度における現時点の取組状況を下記のとおり取りまとめましたので、御報告いたします。

記**1 経費削減策**

交通局では、ビジョン【改訂版】策定以前から、市バス運転士や地下鉄運輸職員の給与引下げ、市バス運行業務等や地下鉄駅職員業務の民間委託化などの経営健全化の取組により、大幅な人件費・経費の削減を図ってきました。

これまでの取組に加え、更なる経費削減に努めております。

(1) 御利用状況に応じた市バス・地下鉄運行の見直し**ア 令和4年3月ダイヤ改正【市バス事業】**

市バスの持続可能な安定経営に向け、お客様の御利用状況に応じた急行系統等の休止をはじめ、深夜バスの廃止や運行回数に応じたダイヤの見直し、車両数の削減(816両→801両)を行いました。

イ 令和4年3月ダイヤ改正【地下鉄事業】

地下鉄の持続可能な安定経営に向け、朝・夕のラッシュ時間帯や始発・終発ダイヤを堅持したうえで、お客様数の減少が顕著な時間帯(21時以降)においてダイヤの見直しを行いました。

また、令和4年12月には烏丸線・東西線ともに、通学利用に配慮しながらダイヤの見直しを行う予定です。

ウ 「京都市バスの路線・ダイヤの在り方に関する検討委員会」の開催【市バス事業】

お客様の御利用状況やこの間の経営環境の変化を踏まえ、効率的で利便性の高い路線・ダイヤの在り方について、学識経験者や市民公募委員をはじめ、様々な立場の方々から幅広い観点で御議論いただくこととし、これまでに会議を2回開催いたしました。年度内にあと3回開催し、その後、答申を頂く予定です。

(2) 駅有人改札業務のリモート化【地下鉄事業】

一部の駅有人改札口において、できる限りお客様に御不便をお掛けしないようインターホンやカメラなどを整備し、駅係員がお客様との会話や状況の把握を行い、適切に御案内ができるようにしたうえで、ラッシュ時間帯を除き、リモート対応化を令和4年11月と令和5年4月に行う予定です。

- ・令和4年11月1日 東西線（山科駅、三条京阪駅、二条駅）
- ・令和5年 4月1日 烏丸線（今出川駅（南）、竹田駅（南））

(3) バス車両更新費用の抑制【市バス事業】

バス車両の状態を見極めながら、車両更新計画を見直すことにより、ビジョン【改訂版】の計画期間中(令和10年度まで)に32両の更新を抑制する予定です。

(4) 業務の見直し等による経費削減の推進

ア 運行管理体制の効率化【市バス事業】

市バス営業所の運行管理体制の見直しを行い、令和4年4月に九条営業所で5名、西賀茂営業所で1名を削減し、経費削減に努めました。

イ バス停上屋等の更新延期【市バス事業】

バス停上屋や標識柱、バスロケーションシステムの更新計画を延期し、経費削減を図っています。

ウ IC専用改集札機への更新【地下鉄事業】

駅の改集札機更新時に、改集札機の一部を、磁気券対応機能をなくしたIC専用機にすることで、更新費用や保守費用の削減を進めています。

(5) 人件費の抑制【両事業共通】

ア 給与カット

全市的な危機的財政状況も踏まえた臨時的措置として、令和3年度から最大6%の給与カットを実施しており、令和4年度も継続しています。

イ 時間外勤務の縮減

働き方改革を推進し、労働時間の適正化を図り、時間外勤務の縮減を図っています。

2 収入増加策

今後のお客様数については、新たな生活様式の定着等により、新型コロナウイルス感染拡大以前の状況には戻らないと想定される中、まず達成すべき目標として、令和10年度の1日当たりのお客様数を、市バスで32.2万人、地下鉄で36.6万人と掲げており、増客に向けた取組を進めてまいります。

(1) 「安全・安心」な運行の確保とお客様サービスの更なる向上

ア 地下鉄新型車両の運行【地下鉄事業】

現行の地下鉄烏丸線車両20編成のうち、開業以来40年以上使用し老朽化した9編成について、安全確保のため、令和3年度から令和7年度にかけて、新型車両（20系）に更新することとしております。



今年度は、昨年度の第1編成に続き、第2編成の営業運行を6月21日から開始しております。新型車両では、その魅力を発信し、より多くのお客様に御乗車いただけるよう、外観及び内装デザインやバリアフリーの取組などに加え、第1編成では西陣織、京友禅、第2編成では京仏具、京焼・清水焼など、伝統産業素材・技法の活用に関する紹介を行うとともに、運行スケジュールなどをホームページでお知らせしています。

イ 繁忙期における市バス・地下鉄の臨時増発【両事業共通】

新型コロナウイルス感染拡大前から、春や秋などの観光シーズンには、多くのお客様の御利用に合わせた輸送力の強化を図ってきました。今年度においても、限られた輸送力を最大限活用し、ゴールデンウィークや祇園祭、五山送り火において、市バス・地下鉄の臨時増発や案内員の配置を行うことにより、多くのお客様に御利用いただきました。

【参考1：ゴールデンウィーク期間中の臨時増発】

- 市バス：東山方面（25回/日）・金閣寺方面（9回/日）への臨時増発
- 地下鉄：烏丸線（10往復/日）の臨時増発

【参考2：祇園祭における臨時増発】

- 市バス：山鉾巡行（前祭7/17・後祭7/24）の鑑賞に便利な臨時バスを概ね10分間隔で運行
- 地下鉄：宵々山7/15（烏丸線：13往復/日、東西線：2往復/日）
宵山7/16（烏丸線：14往復/日、東西線：2往復/日）
山鉾巡行7/17（烏丸線：8往復/日）

【参考3：五山送り火における市バス臨時増発】

- 市バス：五山送り火のお帰りの時間帯に合わせ、各方面から京都駅へ向かう一部系統を20時頃から21時頃にかけて43回を臨時増発

(2) 民間事業者等と連携した公共交通の利用促進

ア 定期券の販売促進【両事業共通】

京都商工会議所など7経済団体を訪問し、各団体に所属する会員企業へ向けた定期券の販売促進として、2,000社を超える会員企業に定期券PRチラシを配布しました。その他、市内企業の個別訪問や大学への営業活動などを展開し、定期券の販売促進に取り組んでおります。

イ 全庁を挙げた利用促進【両事業共通】

「市バス・地下鉄を守るための利用促進本部会議」を開催（8/1）し、市バス・地下鉄の一層の利用促進に向けた認識の共有を図るとともに、全14区役所・支所を訪問し、各区等において市バス・地下鉄の積極的な利用に取り組んでいただくよう協力を依頼するなど、全庁体制での利用促進を図っております。

ウ タイアップイベントの展開【地下鉄事業】

京都文化博物館で開催された「鈴木敏夫とジブリ展」とタイアップしたスタンプラリーを実施（4/23～6/19）し、周遊に便利な「地下鉄・バス1日券」や「地下鉄1日券」の販売促進を図ったほか、夏休み期間には、ディズニー&ピクサー映画「バズ・ライトイヤー」とタイアップしたスタンプラリーを実施（7/1～8/14）し、地下鉄の利用促進を図るなど、様々な機会を捉えてイベントを展開しました。

また、京都国際マンガ・アニメフェア2022（京まふ）においては、京まふ関連作品で装飾したアニメ列車の運行や、地下鉄駅構内における声優による啓発アナウンスの実施など、イベントのPRと地下鉄の利用促進に努めました。

（3）更なる乗車券制度の見直し【両事業共通】

各種割引乗車券の見直しについては、新型コロナウイルス感染拡大前から、市バスのお客一人当たりの乗車運賃が他都市と比べて低いこと、磁気カードの市場が縮小傾向にあること等の経営課題に対応するため、令和3年10月にバス1日券などの価格改定を行いました。あわせて、各種割引乗車券等からポイントサービスへの転換を令和5年4月に予定しており、現在、取組を進めています。

これらの取組に加え、経営ビジョン【改訂版】では、新型コロナウイルス感染症の収束後の状況も見据え、混雑緩和に資する料金体系や市民を中心とする御利用頻度の高い方を優遇するという観点等から、1日券等の企画乗車券の在り方や更なるIC化の促進について検討を進め、運賃収入の増加を図ってまいります。

（4）広告の収入増加【両事業共通】

ア 販売促進キャンペーン

公営交通110周年のタイアップキャンペーンや「はじめて割引」、「おかえり割引」を実施するなど、広告料収入の獲得に努めております。

イ 新規媒体の導入

地下鉄北大路駅において、これまでの掲示板から広告主のニーズが高いデジタルサイネージを新たに導入しました。

（5）駅ナカビジネスの収入増加【地下鉄事業】

ア 小規模スペースの有効活用

パンや焼き菓子など軽食を取り扱う食品自動販売機等を地下鉄駅に設置し、販売しております。（竹田駅2台、京都駅4台、太秦天神川駅1台）

イ イベントスペースの活用

商品サービスの紹介やサンプリング、展示会などの様々なシーンで御利用いただける京都駅のコトチカ広場を、イベントスペースとして活用いただけるよう、広告代理店に紹介し、利用促進を図りました。

（6）クラウドファンディングなど資金調達のための新たな取組【両事業共通】

ア 新たな資金調達の取組

より多くの資金調達を達成するため、交通局ならではのふるさと納税返礼品の製作や、広告媒体を活用したプロモーションを実施してまいります。今年度

は、個人版ふるさと納税の「寄付の使い道」へのエントリーを行うとともに、市バス・地下鉄の廃品を販売するなどして資金調達に努めております。

イ ポップアップストアの出店

地下鉄今出川駅北改札前で、ポップアップストア（期間限定の臨時店舗）を出店（8/20、21）し、交通局オリジナルグッズや市バス・地下鉄廃品カプセルトイの販売のほか、市バスの方向幕操作体験など、様々な企画を実施し、収入増加を図りました。

(7) その他

京都市公営交通110周年記念事業【両事業共通】

京都市の公営交通は、明治45年6月11日の市電の運行開始以来、今年で110周年を迎えます。これまでの皆様の御利用に感謝するとともに、更に皆様に愛され、御利用いただける市バス・地下鉄となるよう、記念事業として、ヘッドマークや吊り革ラッピングの掲出、「京都市電プラモデル」の製作（300個）、上下水道局とタイアップしたキーワードラリーの実施（8/5～9/4）などに取り組みました。

3 市民の皆様・お客様への情報発信

市バス・地下鉄事業の経営状況や経営健全化の取組状況について、多様な広報手段を活用し、視覚的にも分かりやすい情報を定期的に発信することにより、経営状況等の「見える化」を推進してまいります。

(1) 市バス・地下鉄事業に関する情報発信の強化【両事業共通】

ア 経営状況等の「見える化」

視覚的にも分かりやすい情報発信として、令和4年6月から交通局職員が制作するイラストやマンガを活用して、交通局ホームページのトップページで経営状況に関する情報を掲出しています。このようなイラスト等を通じて、お客様に分かりやすく伝わりやすい情報発信に努めてまいります。



第1弾:まぢピンチ(6/15～)



第2弾:原油高はつらいよ(7/15～)



第3弾:2年連続赤字決算(8/12～)

イ あらゆる広報媒体を用いた情報発信

交通局ホームページをはじめ、ツイッターやフェイスブックなどのSNS、交通局独自の紙媒体「交通局ニュース」や京都市域の各世帯に配布される「市民しんぶん」など、あらゆる広報媒体を活用し、市民の皆様やお客様の御理解を得ながら事業運営を進めます。

4 国等への要望

この非常に厳しい経営状況を一交通事業者だけで解決するのは困難です。これまで感染防止対策や誘客促進、資金繰りなどに対する支援措置が講じられてきましたが、大幅な減収に対する支援としてはまだまだ十分なものとは言えません。

更なる根本的な支援措置を要望してまいります。

(1) 公共交通の維持・確保に向けた国等への支援要望

ア 国に向けた支援要望【両事業共通】

令和4年5月：交通局による独自要望（総務省、国交省）

6月：京都市による国の施策・予算に関する提案・要望

7月：副市長から総務省へ要望

7月：公営交通事業協会、大都市管理者会議、地下鉄協会を通じ
他都市事業者と連携して国へ要望

今後、京都市及び交通局による要望を予定

イ 京都府に向けた支援要望【両事業共通】

令和4年8月30日開催の府市懇談会において、市長から地下鉄・市バスへの財政支援を府に対して要望しました。今後、交通局による要望を行う予定です。

(2) 一般会計を通じた市バス・地下鉄への財政支援【両事業共通】

交通局から、一般会計に対して原油価格の高騰に係る市バス・地下鉄両事業の影響を踏まえた財政支援を要求した結果、新型コロナウイルス感染症対策地方創生臨時交付金を財源とした支援を受けることができました。

【参考】市バス・地下鉄の1日当たりのお客様数（令和4年4月～7月）

○市バス事業

・R4：30.0万人

・R3：25.4万人（R4/R3：+18.0%）

・R1：37.7万人（R4/R1：▲20.5%）

○地下鉄事業

・R4：34.7万人

・R3：28.6万人（R4/R3：+21.3%）

・R1：41.9万人（R4/R1：▲17.1%）