



鉄道を上手に活用した
京都観光をPR!

地下鉄マスコットキャラクター
都くん

京都市若手職員地下鉄・市バス増客チーム
ワーカーB e e 班
〔事務局：京都市交通局営業推進室〕
TEL：863-5065

鉄道を活用した京都観光のPR動画及びポスターの制作、配信・掲出について

京都市交通局では、地下鉄・市バスの更なる増客を目指す取組の一環として、民間団体の皆様と行政関係機関、本市関係局区とともに「チーム『電車・バスに乗るっ』」を立ち上げ、共汗（協働）による公共交通の利用促進に取り組んでいます。

この度、参画団体である若手職員地下鉄・市バス増客チーム「ワーカーB e e 班」が、鉄道を上手に活用した京都観光をPRするため、西日本旅客鉄道株式会社及び京福電気鉄道株式会社等と連携したPR動画と「タピオカドリンク」をモチーフにしたPRポスターを制作し、配信・掲出しますのでお知らせします。

是非、駅構内のデジタルサイネージ（電子看板）や掲示板、お手持ちのパソコン・スマートフォンなどでPR動画及びポスターを御覧ください。

記

1 制作内容

(1) PR動画

鉄道を駆使して京都市内を移動する「父」と、市バスだけで京都観光する「娘」を対比させ、とある休日をまとめた短編動画です。京都観光の定番である南禅寺や嵐山等を巡るに当たり、今秋の観光シーズンに重点的にPRを行った山科駅を經由したルートなど、引き続き、鉄道を上手に活用することで、より早く快適に京都観光ができることをPRします。



※動画イメージ

(2) ポスター

地下鉄と市バスを上手に組み合わせた京都観光を、巷で人気の「タピオカドリンク」に例え、若手職員ならではの感性と独創的な発想により、2枚組のポスターで表現しています。

また、限られた時間を有効に使って京都観光を楽しめるよう、お得で便利な「地下鉄・バス一日券」についてもPRしています。



2 配信・掲出

(1) PR動画

地下鉄駅内のデジタルサイネージ及びYouTube（ユーチューブ）京都市公式チャンネル「きょうと動画情報館」にて配信します。

- 配信開始日：令和元年12月16日（月）
- 動画名：「心配性パパの休日」
- URL：<https://www.youtube.com/user/CityOfKyoto>

(2) ポスター

地下鉄駅内の掲示板等にて順次掲出します。

- 掲示開始日：令和元年12月16日（月）

3 制作協力

旭化成ホームズ株式会社，京福電気鉄道株式会社，西日本旅客鉄道株式会社，臨濟宗大本山「南禅寺」（以上，五十音順による。） ※敬称略

(参考1)「チーム『電車・バスに乗るっ!』について

京都市交通局では、公共交通機関の御利用を一層促進し、「歩くまち・京都」や「健康長寿のまち・京都」の更なる推進を図るため、まちづくりの重要な担い手である民間事業者の皆様に参加いただき、民間と行政の共汗（協働）で地下鉄・市バスを含む公共交通を活用した取組を企画・立案し、実践する「チーム『電車・バスに乗るっ!』」を、平成29年7月18日に設立しました。現在、43団体が参加し、人と公共交通優先のまちづくりに向けて取組を進めています。

(参考2) 若手職員地下鉄・市バス増客チームについて

京都市では、地下鉄・市バスの更なる増客を目指し、「京都市地下鉄・市バスお客様1日80万人推進本部」を組織しています。その下部組織として、公募職員による「若手職員地下鉄・市バス増客チーム」を結成し、現在10期メンバー19名が2班に分かれて活動しています。

今回の企画は、若手職員地下鉄・市バス増客チームのうち、働きバチのように一生懸命増客に取り組む「ワーカーBee班」(10名)によるもので、動画とポスターを制作、配信・掲出することで、鉄道を上手に活用した京都観光をPRするものです。